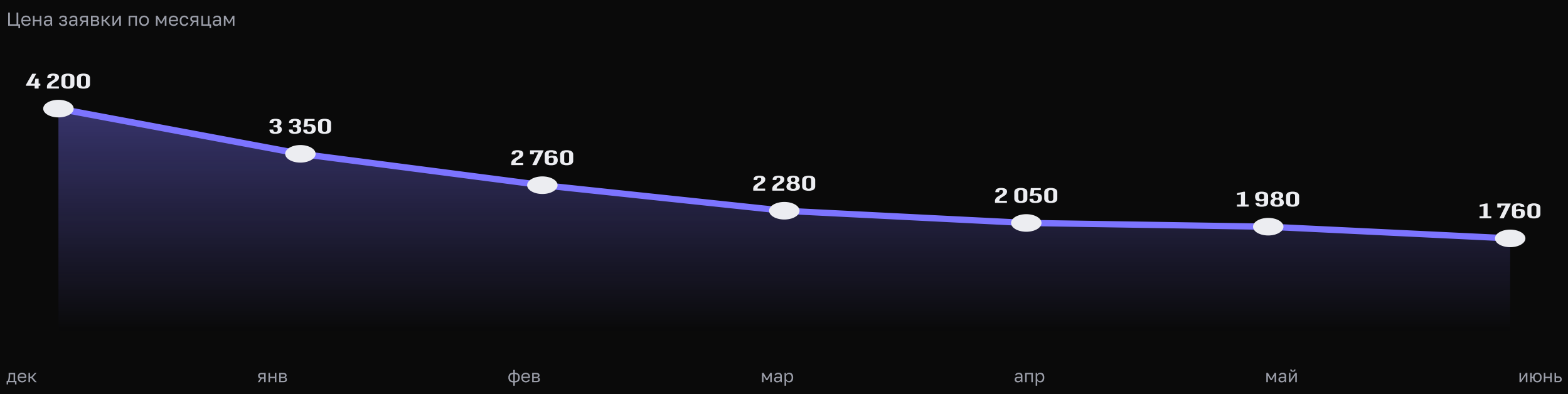
Промышленное оборудование: вывели дорогую B2B-заявку на окупаемую цену 1 870 ₽

B2B-ЗАЯВКА 1 870 ₽



В B2B заявка стоит дорого, но одна сделка по отгрузке окупает десятки обращений. Собрали кабинет с нуля, отсекли частников и вышли на предсказуемую стоимость целевой B2B-заявки, которая укладывается в экономику сделки.

Клиент	Отрасль	Регион	Период	Стартовая точка	Кейс
Под NDA	**Промышленное оборудование**	**Под NDA**	**01.12.2025 – 30.06.2026**	**0, без статистики**	**Хочу так же → Услуга: настройка Яндекс Директ**



МАРТ

Собрали поиск, РСЯ и кампанию по моделям

МАЙ

Рабочие связки заработали, CPA 1 980 ₽

ИЮНЬ

Чистка запросов и корректировки, CPA 1 760 ₽

1 870 ₽

средний CPA, май–июнь

4,1%

конверсия из клика

1 340 ₽

лучший CPA по каналу (Поиск по моделям)

// Проблема и задача

У клиента не было накопленной рекламы по оборудованию. Нужно было быстро понять, какие связки дают B2B-заявки: поиск по типам оборудования, по моделям и по задачам производства.

Задача: собрать поток обращений от бизнеса и отсечь лишнее: запросы физлиц, запчасти, ремонт и вакансии, где цена заявки уходит выше рабочей.

// Что сделали

- Собрали структуру по ролям: поиск на горячий спрос, РСЯ на охват и отдельная кампания по моделям.
- Развели направления по группам: типы оборудования, конкретные модели и задачи производства.
- Через минус-фразы убрали запросы про б/у, запчасти, ремонт и работу.
- Настроили цели: заявка на КП, звонок и запрос прайса на почту.
- Добавили корректировки на рабочее время и десктоп: основной B2B-трафик.

// Инструменты

Яндекс Директ · Яндекс Метрика · Мастер отчётов · Анализ поисковых запросов · Корректировки по аудиториям

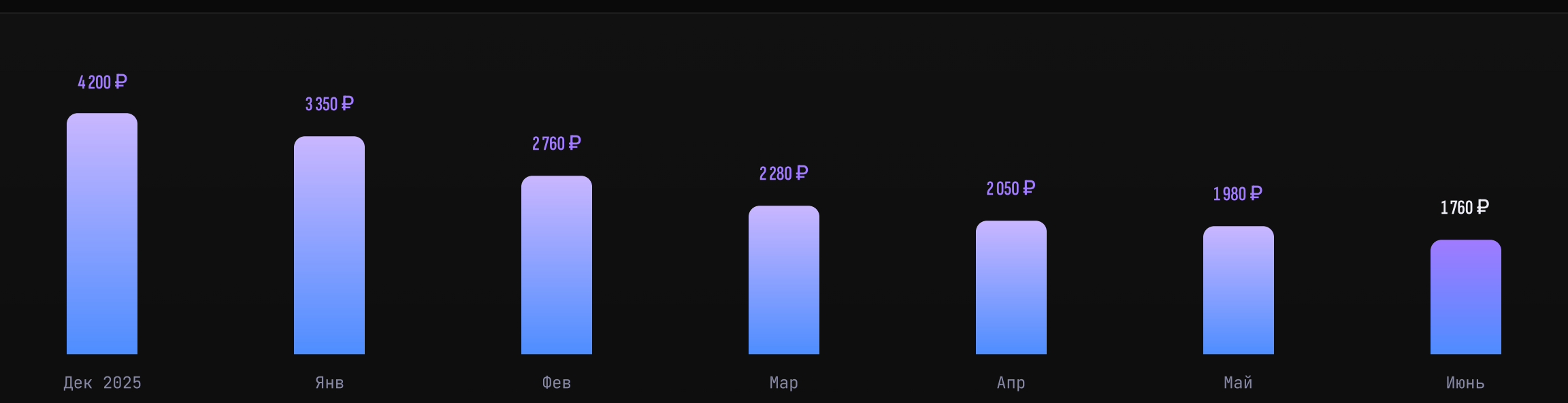
// Было → Стало

ЧТО ДАЛА РЕКЛАМА ЗА ПЕРИОД

ПОКАЗАТЕЛЬ	БЫЛО СТАЛО
Рабочих каналов в связке	0 **4**
CPA (цена заявки)	0 ₽ **1 870 ₽**
Конверсия из клика	0% **4,1%**

ЦЕНА КОНВЕРСИИ ПО МЕСЯЦАМ

// Динамика по месяцам



CPA (цена конверсии), ₽ Средняя цена конверсии за май–июнь: **1 870 ₽**

// Ранние месяцы: период запуска и оптимизации; средний CPA считаем по рабочему периоду (май–июнь). Источник цифр: Мастер отчётов Яндекс Директа.

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ПЕРИОД

// результат в цифрах

Средний CPA, май–июнь

1 870 ₽

Конверсия из клика

4,1%

Лучший CPA по каналу

1 340 ₽

-55% снижение цены заявки: с тестового запуска (4 200 ₽) до 1 870 ₽ на рабочем периоде

4,1% конверсия из клика в B2B-заявку

// Кейс публикуется в рамках NDA: название клиента, рекламный бюджет, объёмы конверсий и трафика скрыты.

ХОД РАБОТЫ ПО МЕСЯЦАМ

// Как шла работа

МАРТ 2026

Запуск с нуля

Собрали поиск, РСЯ и кампанию по моделям. Первые месяцы ушли на запуск и настройку.

МАЙ

Выход на объём

Рабочие связки заработали: CPA 1 980 ₽, стабильные B2B-заявки.

ИЮНЬ

Снижение цены

Чистка запросов и корректировки: CPA 1 760 ₽.

ИЗ ЧЕГО СОБРАН РЕЗУЛЬТАТ

// Разбивка по кампаниям

Поиск по моделям

Точечный горячий спрос по конкретным моделям: лучший CPA.

1 340 ₽

CPA (цена конверсии)

Поиск по типам

Спрос по категориям оборудования.

1 820 ₽

CPA (цена конверсии)

Поиск по задачам

Запросы по производственным задачам и решениям.

2 050 ₽

CPA (цена конверсии)

РСЯ (сети)

Охват и догоняющие показы по каталогу.

2 480 ₽

CPA (цена конверсии)

// CPA по каналам за рабочий период (май–июнь 2026), по данным Мастера отчётов.

КТО ВЁЛ ПРОЕКТ

// Команда проекта

Директолог
Настройка и оптимизация кампаний

Аналитик
Сквозная аналитика и отчётность

Проект-менеджер
Связь с клиентом и контроль сроков

ПЛАН РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ

// Что дальше

01 Масштабировать поиск по моделям: лучший канал по цене заявки.

02 Проработать РСЯ, снизить CPA на охватных форматах.

03 Расширить семантику по моделям и производственным задачам.

04 Связать заявки с CRM и считать стоимость сделки по отгрузке.

Дальнейший план строится на статистике за март–июнь 2026.

// Вопросы по кейсу

ЧАСТЫЕ ВОПРОСЫ