Стоматология: перестроили Яндекс Директ и снизили цену пациента до CPA 1 240 ₽

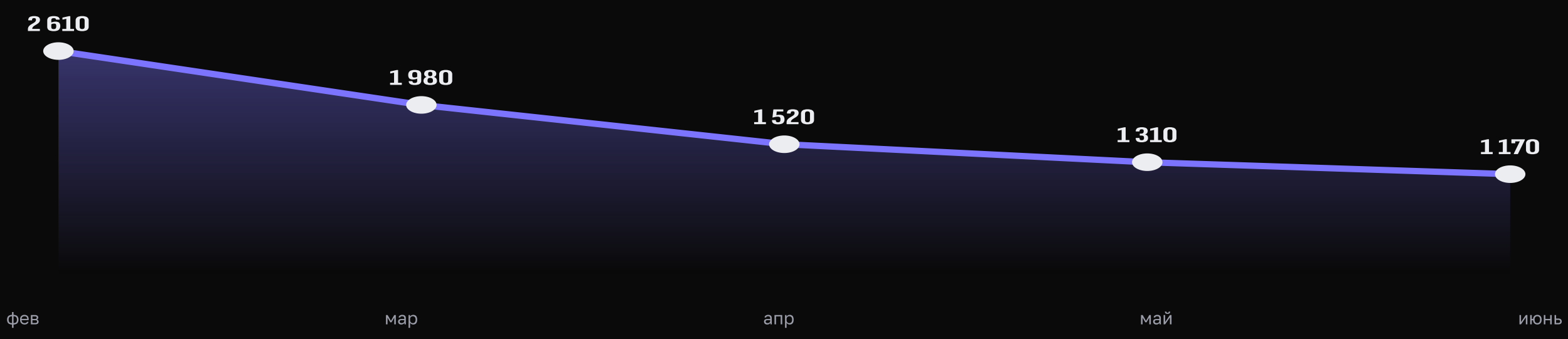
1 240 ₽ ЗА ПАЦИЕНТА



Клиника уже вела рекламу, но заявки выходили дорогими, а поток нестабильным. Перебрали структуру кампаний, отделили дорогую имплантацию от терапии и вывели цену обращения на управляемый уровень.

Клиент	Отрасль	Регион	Период	Стартовая точка	Кейс
Под NDA	**Стоматология, имплантация**	**Под NDA**	**01.02 – 30.06.2026**	**Был кабинет, CPA 2 980 ₽**	**Хочу так же → Услуга: настройка Яндекс Директ**

Цена конверсии по месяцам



МАРТ И АПРЕЛЬ 2026

Пересобрали аккаунт: услуги по кампаниям, семантика, цели

МАЙ

Рабочие связки заработали, пошли стабильные записи

ИЮНЬ

Оптимизировали ставки и аудитории при том же потоке

1 240 ₽

средний CPA, май–июнь

6,4%

конверсия из клика

890 ₽

лучший CPA по каналу (Поиск)

// Проблема и задача

Реклама работала, но кампании были свалены в кучу: имплантация, терапия и гигиена конкурировали за один бюджет, а цена пациента доходила до 2 980 ₽.

Нужно было развести дорогие и массовые услуги по разным кампаниям, отсечь запросы про цены «для интереса» и вывести стабильный поток записей на консультацию.

// Что сделали

- Разделили аккаунт по услугам: имплантацию и протезирование вынесли отдельно от терапии, гигиены и детской стоматологии.
- Собрали чистую семантику по услугам и убрали информационные и «зарплатные» запросы через минус-фразы.
- Добавили РСЯ и ретаргетинг на тех, кто заходил на страницы услуг, но не записался.
- Настроили цели в Метрике: звонок, заявка на консультацию и переход в мессенджер. CPA считаем только по ним.
- Ввели корректировки по гео и времени работы клиники, чтобы не платить за клики в нерабочие часы.

// Инструменты

Яндекс Директ · Яндекс Метрика · Мастер отчётов · Коллтрекинг · Корректировки по аудиториям

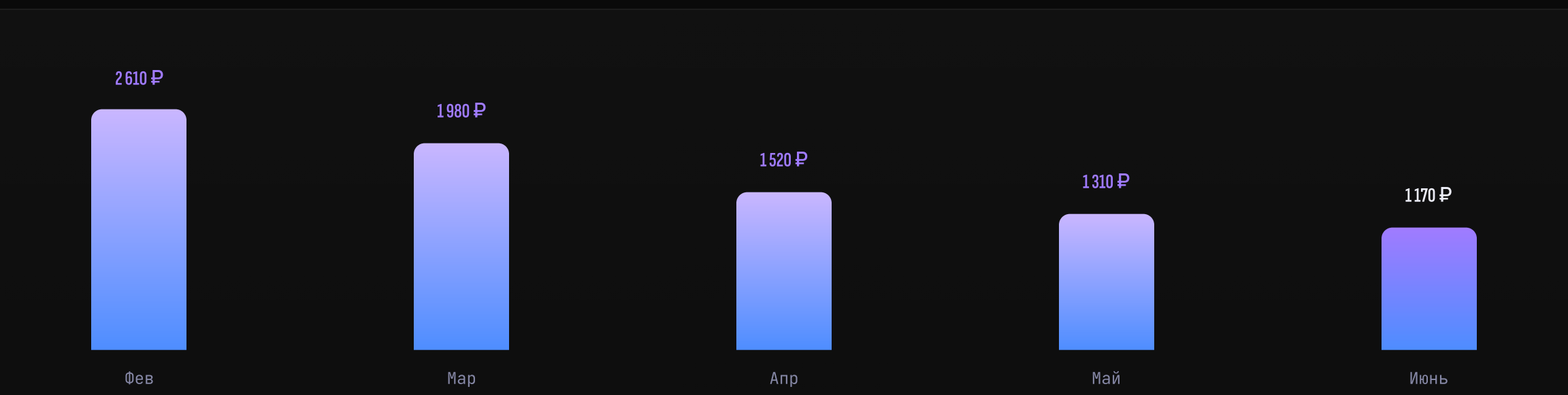
ЧТО ДАЛА РЕКЛАМА ЗА ПЕРИОД

// Было → Стало

ПОКАЗАТЕЛЬ	БЫЛО	СТАЛО
CPA (цена записи)	2 980 ₽	**1 240 ₽**
Конверсия из клика	3,1%	**6,4%**
Рабочих каналов в связке	1	**4**

ЦЕНА КОНВЕРСИИ ПО МЕСЯЦАМ

// Динамика по месяцам



CPA (цена конверсии), ₽ Средняя цена конверсии за май–июнь: **1 240 ₽**

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

// результат в цифрах

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ПЕРИОД

Средний CPA, май–июнь

1 240 ₽

Конверсия из клика

6,4%

Лучший CPA по каналу

890 ₽

-58% снижение цены записи: с 2 980 ₽ до 1 240 ₽ на рабочем периоде

6,4% конверсия из клика в запись выросла вдвое

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

// Как шла работа

ХОД РАБОТЫ ПО МЕСЯЦАМ

МАРТ–АПРЕЛЬ 2026

Пересборка аккаунта

Развели услуги по кампаниям, собрали семантику и цели. Первые месяцы были переходными.

МАЙ

Выход на объём

Рабочие связки заработали: CPA 1 310 ₽, стабильные записи.

ИЮНЬ

Снижение цены

Оптимизация ставок и аудиторий: CPA 1 170 ₽ при том же потоке.

ИЗ ЧЕГО СОБРАН РЕЗУЛЬТАТ

// Разбивка по кампаниям

Поиск «Имплантация»

Горячий спрос по имплантам и протезированию: ядро выручки.

890 ₽

CPA (цена конверсии)

Поиск «Терапия и гигиена»

Массовые услуги: лечение, чистка, детская стоматология.

1 180 ₽

CPA (цена конверсии)

РСЯ (сети)

Охват и догоняющие показы по услугам клиники.

1 460 ₽

CPA (цена конверсии)

Ретаргетинг

Возврат тех, кто смотрел услуги, но не записался.

1 020 ₽

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

// что дальше

ПЛАН РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ

01 Масштабировать поиск по имплантации: лучший канал по цене записи.

02 Проработать РСЯ и ретаргетинг, снизить CPA на охватных форматах.

03 Расширить семантику по протезированию и ортодонтии.

04 Связать записи с CRM клиники и считать стоимость дошедшего пациента.

Дальнейший план строится на статистике за март–июнь 2026.

// Вопросы по кейсу

ЧАСТЫЕ ВОПРОСЫ