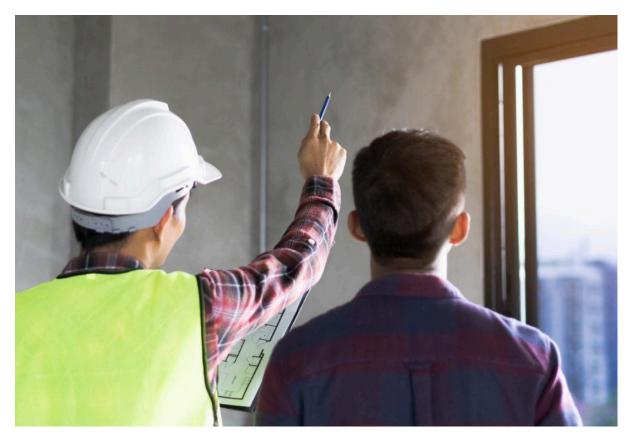
## Кейс — Директ на приемку квартир в Москве, конверсии от 103 руб.



В данном кейсе хочется рассказать про опыт настройки и запуска рекламы Яндекс Директ в достаточно конкурентной нише. Ниша — приемка квартир в Москве с экспертами НОСТРОЙ/НОПРИЗ. Настройка и ведение Директа обеспечили устойчивое привлечение заявок, со стоимостью конверсий от 103 руб, получив 164 конверсии только на тестовом запуске.

Для запуска была собрана и согласована семантика, проанализированы конкуренты, выделены и согласованы основные тезисы для рекламных объявлений.

Были настроены и запущены 5 рекламных кампаний. Основная рекламная кампания на поиск 100 объявлений под 100 ключевых слов с ручным управлением ставками, 3 рекламных кампаний на РСЯ с разными стратегиями: две с оплатой за конверсии и одна за клики, а также кампания на ретаргет.

Все кампании по итогам запуска дали конверсии, сводная статистика:

№ Тип Название	Расход, ₽	Конверс 4	CPA, ₽	Показы	Клики	CPC, ₽	Конверсия, %
Итого	78 084,53	164	476,13	82 856	1 304	59,88	12,58
Приемка квартир - Поиск - Москва и область     Перейти Редактировать Статистика	58 888,99	123	478,77	5 737	393	149,84	31,30
№ № : Приемка квартир - ретаргет - Москва и область Перейти Редактировать Статистика	12 676,69	19	667,19	36 298	309	41,02	6,15
	2 983,26	14	213,09	24 455	222	13,44	6,31
№ № Приемка квартир - РСЯ - Москва и область Перейти Редактировать Статистика	0,00	5	0,00	8 697	197	0,00	2,54
	350,00	3	116,67	6 078	102	3,43	2,94

По кампании "Приемка квартир — РСЯ — Москва и область" конверсии получились бесплатными, потому что конверсия настроенная на оплату не сработала, зато сработали другие, тоже целевые. К слову конверсии были настроены на цели: клик по номеру телефона на сайте, переход в мессенджеры, заполнение формы на сайте.

Больше всего конверсий дает рекламная кампания на поиск, на неё и был основной фокус.

В ходе запуска регулярно мониторил, по каким фразам идут показы, добавлял минус слова, новые ключи, корректировал ставки.

Аукцион достаточно конкурентный, и чтобы поддерживать показы приходилось поднимать ставки. По низкоэффективным ключевым словам ставки снижал с целью оптимизации расходования бюджета.

На базе накопленной статистики также добавил корректировки по ряду сегментов в кампании на поиск.

Для поддержания эффективной работы РК на поиск рекомендую продолжать регулярный мониторинг рекламный кампаний, в частности поисковых запросов, по которым идут показы.

Что касается сетей, откручивается в сетях реклама не так активно, как на поиске, но отдельный креативы работают достаточно эффективно.

К примеру этот креатив:



Дал 10 конверсий по средней цене 103.28 р.

Думаю, что в сетях есть потенциал для роста, но увеличивать ставки нужно постепенно и внимательно.

. По итогу запуска полученные показатели устроили заказчика и он решил продолжить сотрудничество, увеличив месячный рекламный бюджет до 150 000 в месяц. Продолжаем работу...

Вот такой вот кейс. Надеюсь было полезно!

За помощью в настройке, ведении Директа и по другим услугам обращайтесь.

Успехов в делах!