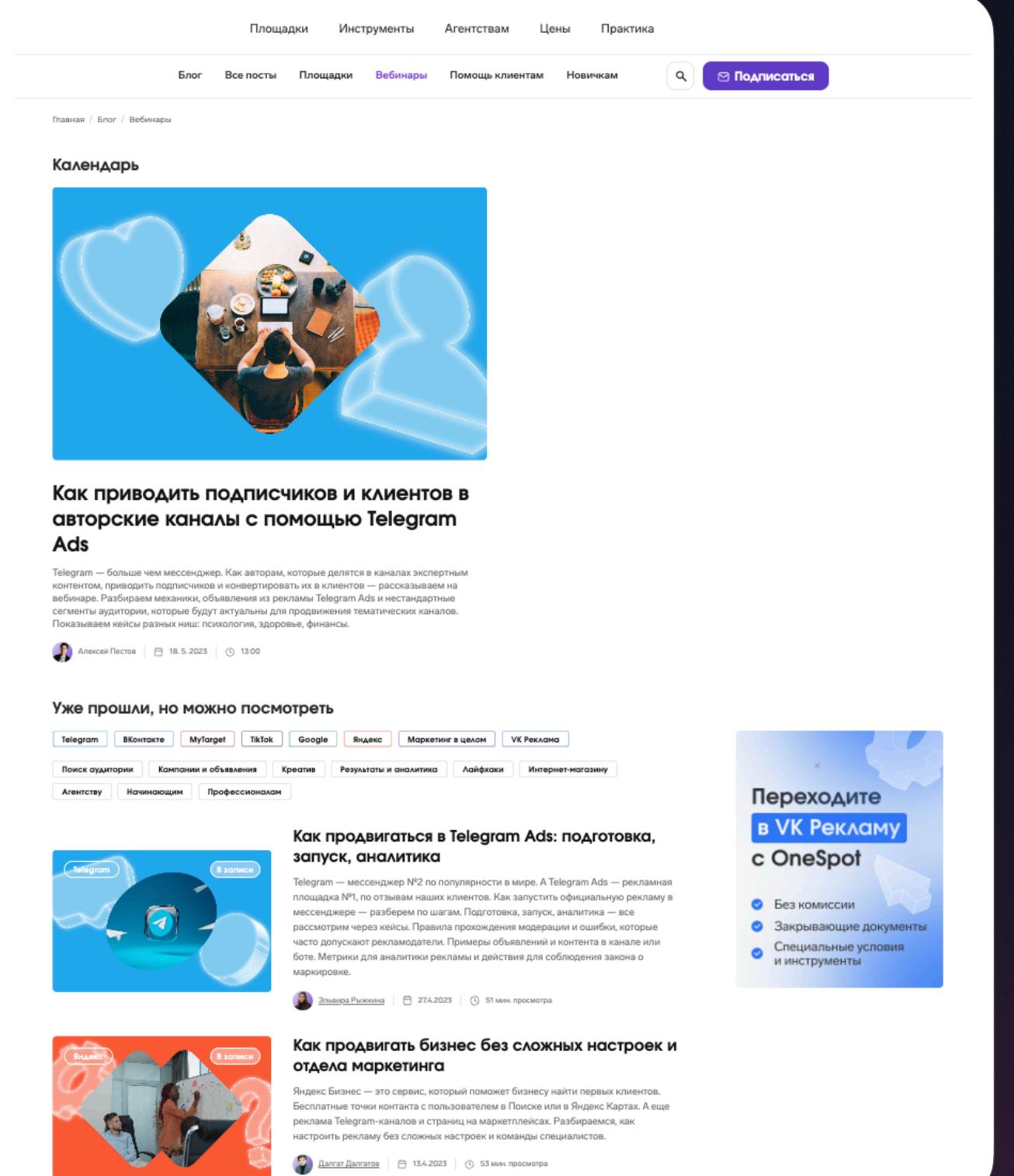


Пригодится в ближайший час

Запись вебинара

- ✓ Отправим по почте, на которую вы регистрировались
- ✓ Добавим в блог OneSpot

Смотрите записи эфиров, скачивайте презентации и узнавайте о предстоящих вебинарах первыми



Добавьте в закладки: <https://onespot.one/webinars>

Вопросы

- ✓ Можно и нужно задавать в чате. Ответим после презентации

Если плохо слышно

- ✓ Перезагрузить страницу
- ✓ Зайти с другого браузера
- ✓ Зайти с другого устройства



Егор Орехов

Product marketing manager

Помогаю развивать партнёрские
и реферальные программы продукта,
усиливая их влияние на ключевые
бизнес-показатели

t.me/onespot_for_ads

OneSpot – ваш партнёр
для закупки интернет-рекламы

Все официально, нам рутинा – вам движение
к продвижению с вознаграждением



OneSpot подключает

Кабинеты и площадки

без комиссии



VK Реклама, VK AdBlogger



Яндекс Директ, Яндекс Бизнес,
Яндекс ПромоСтраницы



WOWBlogger, Telega.in, Nativity



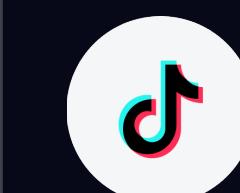
Авито, 2ГИС

Улучшенный Telegram Ads

с комиссией



Кабинет с группами и кампаниями объявлений,
автоправилами, маркировкой и аналитикой



Официальная реклама в ленте
TikTok с оплатой в рублях

AdsGram – реклама в ТМА



Баннеры, GIF и видео
внутри мини-приложений Telegram





НУЖНЫ ПРОДАЖИ – ННВ

РЕКЛАМНОЕ DIGITAL-АГЕНТСТВО

HotHeads Band

🔥 Для друзей – ННВ

Яндекс Директ 2026 – как управлять медиапланом в экономике бизнеса



Мусорные
площадки

Фроловые
заявки

Автотаргет

Трудно удержать
стоимость заявки при
маштабировании

Перегретый
аукцион

МЫ ПОТРАТИЛИ 500млн+ БЮДЖЕТА

И РАССКАЖЕМ О СВОЕМ ОПЫТЕ

1. ПРОВЕРКА ПОДРЯДЧИКОВ

Проблемы работы с фрилансерами и агентствами и как их избежать



2. ПОДГОТОВКА К РЕКЛАМЕ

Как подготовиться к рекламе, которая гарантированно даст нужный результат

3. ВЕДЕНИЕ РЕКЛАМЫ

Как правильно работать с рекламой, чтобы эффективно масштабировать трафик, снижать стоимость льда и расти прибыль

4. АНАЛИТИКА

Как правильно оценить эффективность рекламы и что делать, если что-то идет не так

Системно обеспечиваем
продажи бизнесу



с 2017 года

Реализовано
более



300 млн

на проекты
более чем в

50 нишах

15 лет

руководитель
на рынке digital-
маркетинга



НЕКОТОРЫЕ НАШИ КЛИЕНТЫ

Нам доверяют и средние бизнесы, и гиганты



UNISENDER



В 2025 ГОДУ ПОЛУЧИЛИ



высокие награды в конкурсе Рейтинга Рунета среди 1324 агентств



РЕЙТИНГ
РУНЕТА

6 место

В рейтинге:
Таргетированная реклама
/ Образование, обучение:
Коммерческие образовательные
услуги

Поздравляем:
HotHeads Band

Руководитель проекта
Сергей Бессибкоев
Главный редактор:
Анатолий Денисов

2025



РЕЙТИНГ
РУНЕТА

8 место

В рейтинге:
Таргетированная реклама
/ Изобразительное искусство: Музеи,
галереи, выставки

Поздравляем:
HotHeads Band

Руководитель проекта
Сергей Бессибкоев
Главный редактор:
Анатолий Денисов

2025



РЕЙТИНГ
РУНЕТА

14 место

В рейтинге:
Таргетированная реклама
/ Образование, обучение

Поздравляем:
HotHeads Band

Руководитель проекта
Сергей Бессибкоев
Главный редактор:
Анатолий Денисов

2025



РЕЙТИНГ
РУНЕТА

16 место

В рейтинге:
Контекстная реклама
/ Изобразительное искусство: Музеи,
галереи, выставки

Поздравляем:
HotHeads Band

Руководитель проекта
Сергей Бессибкоев
Главный редактор:
Анатолий Денисов

2025



РЕЙТИНГ
РУНЕТА

17 место

В рейтинге:
Таргетированная реклама / Telegram
Ads

Поздравляем:
HotHeads Band

Руководитель проекта
Сергей Бессибкоев
Главный редактор:
Анатолий Денисов

2025

Основательница агентства



Алёна Мумладзе

ЭКСПЕРТ В МАРКЕТИНГЕ
И ОБУЧЕНИИ

- 15 лет в digital-маркетинге
- Внешний консультант по маркетингу крупных российских и зарубежных брендов
- Лектор по трафику и маркетингу в Высшей Школе Экономики, СПбГУ, Нетологии, Skillbox



СПИКЕР КОНФЕРЕНЦИЙ:

- «Суровый Питерский SMM»
- «SMM-Десант»
- «Найди свой трафик»
- «Груша»
- «Digital-оттепель»
- «SMM-day»
- «Белая конфа»
- «Делай SMM»
- «ПродЭкспо»
- «Стачка»

Яндекс Директ-2026 🔥

ПРЕДСКАЗУЕМЫЙ
ИСТОЧНИК

ПЛАТЕЖСПОСОБНАЯ
АУДИТОРИЯ

САМОЕ БОЛЬШЕЕ
КОЛ-ВО АУДИТОРИИ
СРЕДИ ВСЕХ
ИСТОЧНИКОВ В РФ

НАШИ КЕЙСЫ

- Продажа ангаров (ср. чек 10 млн ₽): 78 заявок по 3 221 ₽
- Каркасные дома: 30 заявок по 2833 ₽
- Каменные дома: 19 заявок по 3 865 ₽
- Барнхаусы: 590 заявок по 1322 ₽
- Отопление: 37 заявок по 4 886 ₽

ЦИФРЫ И ФАКТЫ

ЯНДЕКС ДИРЕКТ

ЗАЯВКА В2С –
от 1 200₽ до
5 000₽

ЗАЯВКА В2В –
от 8 000₽-
20 000₽

КАЧЕСТВО ЦА –
40-60% КВАЛОВ

УМНОЕ ОБУЧЕНИЕ ЗА
КОНВЕРСИИ



[Все кейсы](#)



1. ПОЧЕМУ СТОИТ ПРОВЕРЯТЬ ПОДРЯДЧИКОВ?

- 1** На рынке достаточно много ленивых подрядчиков или с низкой квалификацией.
- 2** У хороших подрядчиков может “замылиться глаз”.
- 3** В каждой нише много нюансов, берите аудит только у тех, кто запускает рекламу для вашей ниши!

ЗОНА РОСТА №1

ОБУЧЕНИЕ СТРАТЕГИИ

The screenshot shows the Yandex Direct Pro dashboard. On the left sidebar, there are several campaign categories: Директ Про, Обзор, Кампании, Рекомендации (with a blue notification dot), Конверсии, Статистика, Библиотека, Инструменты, and Информация. The main area displays a campaign named 'e-20053642' for a Psychologist in Moscow in July. A red arrow points from the sidebar to a pink box on the right labeled 'Стратегия' (Strategy). This box shows two tabs: 'Обычная' (Normal) and 'Пакетная' (Batch). Below the tabs, a message says 'Обучение стратегии остановлено' (Strategy learning stopped). It also shows metrics: 1629.85 ₽ (Average conversion cost), 7/10 (Conversion rate coefficient), and 'Конверсий за неделю' (Conversions per week). Further down, there are sections for 'Стратегия' (Strategy), 'С оплатой' (With payment), 'Бюджет' (Budget), and 'Ограничение расхода' (Expense limit). At the bottom, it says 'Поле для ввода будет рядом с целью' (Input field will be next to the goal). At the very bottom, it lists 'Счётчики Яндекс Метрики' (Yandex Metrics counters) and a tracking code 'denira.clinic • 96824572'.

В основной кампании же 7 из 10 конверсий за неделю — стратегия работает 56 дней.

Остановка обучения приводит к снижению показов рекламы, что сказывается на её эффективности.

ЗОНА РОСТА №2

КОРРЕКТИРОВКИ СТАВОК

Ещё одна закономерность – чем выше уровень платежеспособности, тем выше цена цели. Топ 1% – потрачено 31 806 руб., при этом 1 переход в мессенджер, СРА в 9 раз выше.

Всего с 06.06.25 по 04.09.25	391 014.71	4 546.68	16	62	1	6
Уровень платежеспособности ▲	Расход всего, руб.	Цена цели, руб.	Конверсии			
			Переход в любо...	Запись создана...	Чаты	Целевой звонок
Остальные	173 222.67	3 396.52	8	39	-	3
6-10%	63 057.33	4 203.82	-	14	-	1
2-5%	122 928.67	6 469.93	7	9	1	2
1%	31 806.03	31 806.03	1	-	-	-

ЗОНА РОСТА №3

ЗАЩИТА ОТ ФРОДА

Отсутствуют корректировки антифродовых систем.

Отсутствие дополнительной защиты от ботов в сочетании с оптимизацией по цели «Переход в мессенджер» может приводить к ситуации, где боты прокликают ссылки (в том числе и ссылки на соцсети), сливы бюджета, некорректному обучению стратегии, снижению качества трафика и показателей эффективности.

Консультация врача-психиатра в
Москве
Помощь при тревоге, панике, депрессии.
Бережный и деликатный приём. Записаться
№ 17055732226
 Идут показы

> Для пожилых - Общее
Группа № 5590176818
 Идут показы

Корректировки

Изменяйте цену конверсии в зависимости от характеристик пользователя, формата объявления и других условий.

Корректировки не заданы



Добавить

e-17405287

1 031,93 ₽

Пополнить

Обзор 8

Кампании

Рекомендации 2

Конверсии

Статистика

Библиотека

Инструменты

Информация

№ кампании = 108446802

+

№ Дата и время ↓

Группа

Объявление

16:30

9 26.04.2024

14:35

10 25.04.2024

11:13

11 19.04.2024

17:29

12 19.04.2024

14:11

13 19.04.2024

14:11

14 05.04.2024

10:12

Быстроуводимы

-

Быстроуводимы

Быстроуводимые дома

#Быстроуводимый дом
№ 5418026137 № 15936739500

Быстроуводимы

-

Быстроуводимы

-

Быстроуводимы

-

Быстроуводимы

-

7 дней без оптимизации,
расход 18 347 руб. - 2 конверсии

14 дней без оптимизации,
расход 33 602 руб. - 0 конверсий

2. ПОДГОТОВКА К РЕКЛАМЕ

5 КЛАССИЧЕСКИХ ОШИБОК

- Завышенные ожидания – **нет расчетов**
- Отрицание своего цикла сделки – **нет медиаплана**
- Незнание рынка, конкурентов, отсутствие медиаплана – **нет прогнозов**
- Слабый отдел продаж – **нет денег**
- Неконвертирующая посадка – **разочарование в трафике**

ПОДГОТОВКА: АДЕКВАТНЫЕ ОЖИДАНИЯ

ЗАНИЖЕННАЯ ЦЕНА ЛИДА

Ожидание, чтобы лид стоил 500₽, при этом средняя цена по рынку 2000 ₽, а реально можете платить 5000₽ (победить конкуренцию)

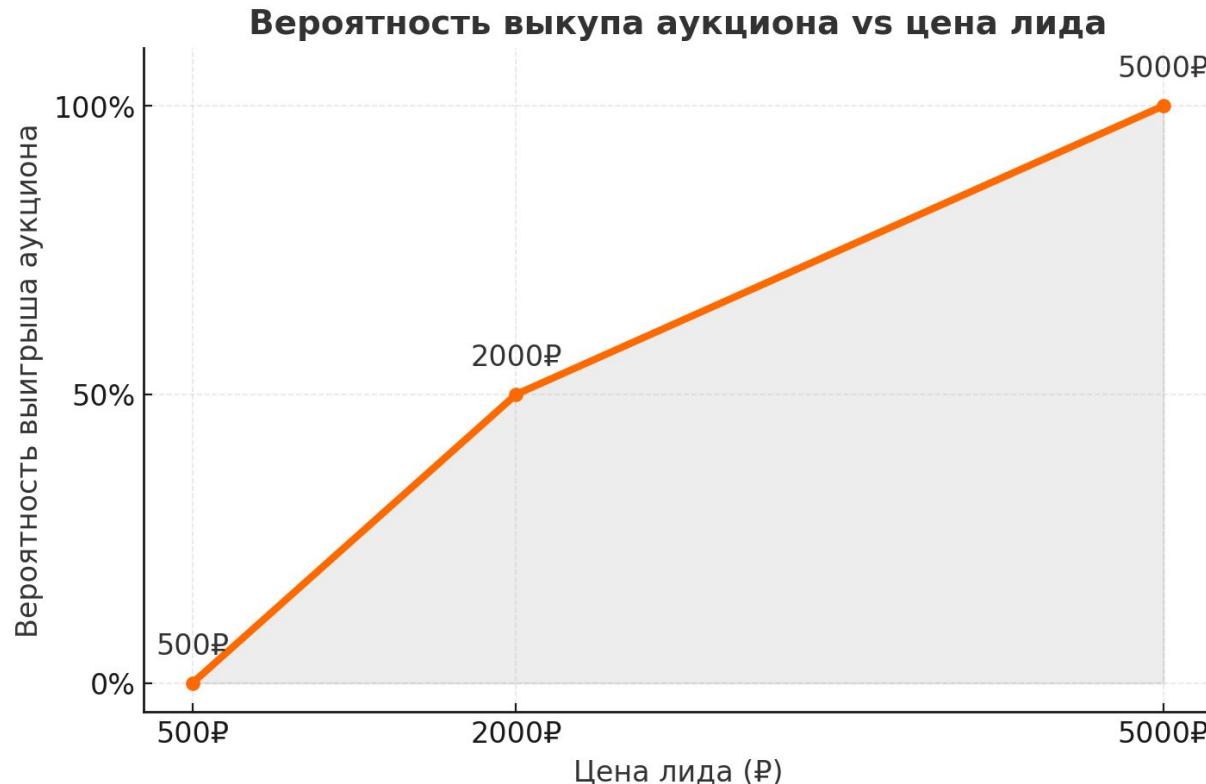
ЦИКЛ СДЕЛКИ

Думаете, что за месяц можете вложить 100 000₽, а вытянуть 1 млн, при условии, что средний цикл сделки – больше 6 месяцев

НИЗКИЕ БЮДЖЕТЫ

Конкуренция в Яндекс Директе высокая, и чтобы получить дешёвых и качественных лидов, нужно выигрывать в аукционе. На регионы нужно от 100 000₽, на МСК и СПБ – от 150 000₽

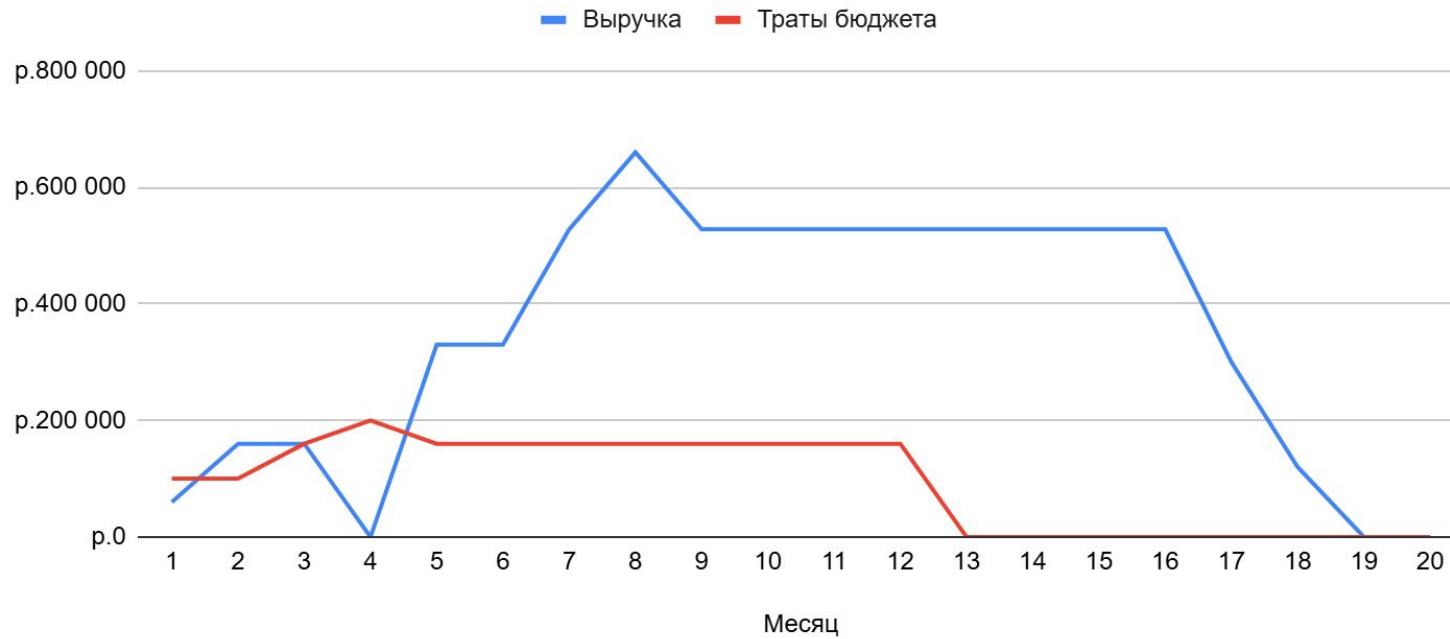
ЗАВЫШЕННЫЕ ОЖИДАНИЯ



ЦИКЛ СДЕЛКИ

ОШИБКА №2

Выручка и Траты бюджета



ЦИКЛ СДЕЛКИ

B2B оборудование

Средний цикл сделки — 4,5 мес.

Средний чек р.300 000

Конверсия из отложенных в продажу 11%

Конверсия из льда в квал 35%

Цена конверсии р.3 500

1. Не окупилось
2. Обучилось, цикл сделки начал давать выручку, ДРР нормальный
3. Увеличение выручки при тех же бюджетах
4. Остановили трафик — через 4 мес. опять не будет денег

Месяц	Выручка	Отложенные сделки на сумму	Кол-во отложенных	Траты бюджета	Окупаемость (ДРР)
1	р.60 000	р.3 000 000	10	р.100 000	167%
2	р.160 000	р.3 000 000	10	р.100 000	63%
3	р.160 000	р.4 800 000	16	р.160 000	100%
4	р.0	р.6 000 000	20	р.200 000	0%
Итог 4 мес.:	р.380 000	р.16 800 000	56	р.560 000	147%
5	р.330 000	р.4 800 000	16	р.160 000	48%
6	р.330 000	р.4 800 000	16	р.160 000	48%
7	р.528 000	р.4 800 000	16	р.160 000	30%
8	р.660 000	р.4 800 000	16	р.160 000	24%
Итог 4 мес.:	р.1 848 000	р.19 200 000	64	р.640 000	35%
9	р.528 000	р.4 800 000	16	р.160 000	30%
10	р.528 000	р.4 800 000	16	р.160 000	30%
11	р.528 000	р.4 800 000	16	р.160 000	30%
12	р.528 000	р.4 800 000	16	р.160 000	30%
Итог 4 мес.:	р.2 112 000	р.19 200 000	64	р.640 000	30%
13	р.528 000	р.0	0	р.0	0%
14	р.528 000	р.0	0	р.0	0%
15	р.528 000	р.0	0	р.0	0%
16	р.528 000	р.0	0	р.0	0%
Итог 4 мес.:	р.2 112 000	р.0	0	р.0	0%
Итог всего:	р.6 452 000	р.55 200 000	184	р.1 840 000	29%

ЦИКЛ СДЕЛКИ

17	p.300 000	p.0	0	p.0	0%
18	p.120 000	p.0	0	p.0	0%
19	p.0	p.0	0	p.0	0%
20	p.0	p.0	0	p.0	0%
Итог 4 мес.:	p.420 000	p.0	0	p.0	0%

ИТОГО:

- первые месяцы реклама копит базу и отложенные сделки;
- начиная с 6–7 месяцев начинается рост выручки.

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА И СПРОСА

ИССЛЕДОВАТЬ КОНКУРЕНТОВ

Посмотрите, кто уже рекламируется в вашей нише
Оцените их офферы, посадочные страницы, креативы и форматы
Сравните ценовые предложения и УТП – это даст понимание, как выглядят «реальные» условия рынка

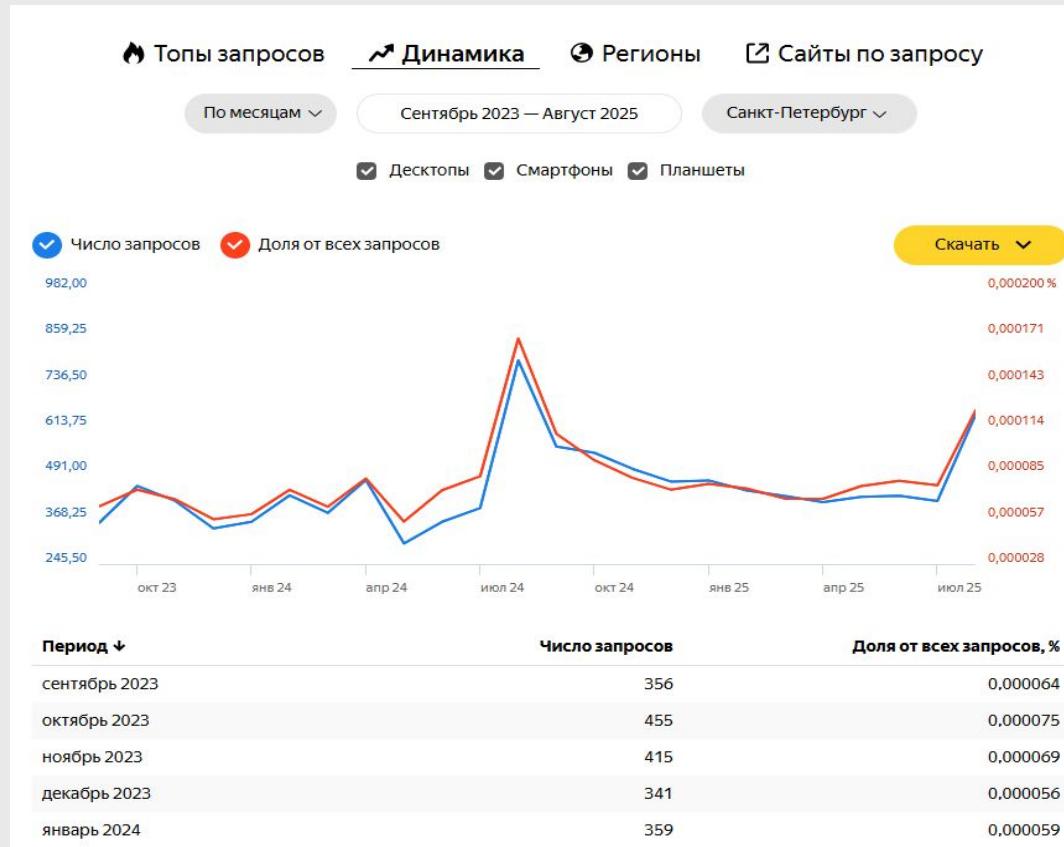
ИССЛЕДОВАТЬ СПРОС

Проверьте количество целевых запросов по регионам через Wordstat
Оцените сезонность и динамику интереса
Это поможет понять, есть ли вообще аудитория под ваш продукт

СОЗДАТЬ МЕДИАПЛАН

Нужен, чтобы качественно оценить эффективность рекламы и принимать решения на основе данных, а не на интуиции

ОЦЕНКА СПРОСА



ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОВ

Тротуарная плитка

Со

Параметры

Базовая частотность [Ю-Чень И точная частотность] Дата проверки выдачи
701 932 30 003 14.09.2025

Контекстная реклама

Премиум-показы

Объявление

Тротуарная плитка от завода. - Купить онлайн. Гарантия 10 лет
Каталог Гарантия 10 лет Галерея Доставка
Более 100 вариантов цветов и форм. Срок службы до 50 лет! Гарантия 10 лет
[@ steinpot.ru](#)

Качественная тротуарная плитка от производителя в СПб - Скидки от объема! МОНОЛИТ
Соломин Каталог Цены Доставка
Заводское качество, Доставка по СПб и ЛО. Скидки от объема! Звоните!
[@ monolit-plitsa.ru](#)

Объявление

Тротуарная плитка по выгодным ценам
Бордюры, тротуарная плитка, ограничители движения. Звоните!
[@ trans-cem.ru](#)

Каменный ковер уличного покрытия
Рассчитайте стоимость укладки каменного ковра за 1 минуту!
[@ tok-tok.ru](#)

тротуарная плитка

Санкт-Петербург

Тарифы Помощь Уведомления Помощь

URL	Поз.	Трафик	Домен						Страны
			топ 1	топ 5	топ 10	топ 50	топ 1	топ 10	
@ petrovich.ru	1	16 928 297	30 555	104 634	147 570	223 010	66	150	
@ ozon.ru	2	397 126 896	1 032 880	2 589 160	3 267 496	4 978 993	184	1 000	
@ piterlinka.ru	3	103 891	53	469	891	1 425	6	242	
@ spb.lemansopro.ru	4	8 270 303	5 915	83 873	207 209	363 601	0	88	
@ m.avito.ru	5	304 637 403	653 819	2 198 166	3 270 487	5 032 374	8	24	
@ baltceramic.ru	6	125 313	88	342	636	1 696	6	171	
@ m.vandex.ru	7	29 531 218	27 719	179 347	1 010 732	1 018 743	26 793	1 004 171	
@ wildberries.ru	8	288 066 834	279 489	1 989 151	2 551 314	3 601 354	0	119	
@ spb.saturn.net	9	1 031 495	750	11 064	26 621	71 739	0	75	
@ steripot.ru	10	25 801	67	305	670	2 261	0	82	
@ tophouse.ru	11	765 499	825	6 254	11 657	33 248	3	174	
@ plit-spb.ru	12	4 053	13	68	259	1 395	1	66	
@ globalobj.ru	13	282 169	681	1 983	2 741	4 418	4	26	
@ zhbk-spb.ru	14	5 775	9	74	233	910	3	37	
@ art-beton.su	15	34 079	16	302	862	3 490	0	17	
@ vibor-spb.ru	16	55 011	87	388	659	2 597	0	14	
@ spb.slavdom.ru	17	272 905	313	1 988	3 924	9 223	9	129	
@ plika-trotuara.ru	18	161	2	5	13	453	2	9	
@ trotuarplus.ru	19	2 748	1	31	85	665	0	1	
@ trotuarnayaplinke-spb.ru	20	3 309	2	75	221	1 473	0	10	
@ hsr.ru	21	46 013	95	411	846	4 535	0	4	

ПРОГНОЗ (МЕДИАПЛАН)

Рассчитываем медиаплан: 3 сценария для реального прогноза и оценки вектора движения в тестах

Сценарий	Что учитываем	Цель
Позитивный	Высокая конверсия, низкий CPL, быстрая окупаемость	Оценка максимального потенциала
Срединный	Реалистичные показатели по рынку, средняя конверсия	Базовый ориентир для бюджета и KPI
Негативный	Слабый отклик, высокая стоимость льда, низкий CTR	Подготовка к рискам и план «В»

МЕДИАПЛАН

<i>KPI</i>	Позитив	Срединный	Негатив
Яндекс Директ Поиск	Бюджет	p.70 485	p.70 485
	Показы	12 815	12 659
	Клики	1 282	1 215
	CPC	p.55,00	p.58,00
	CTR%	10,00%	9,60%
	Лиды	25	24
	CPA	p.2 767,76	p.2 977,11
	CR%	1,99%	1,95%
1 175			
p.60,00			
9,17%			
22			
p.3 141,36			
1,91%			

<i>KPI</i>	Позитив	Срединный	Негатив
Яндекс Директ РСЯ	Бюджет	p.79 515	p.79 515
	Показы	425 214	478 286
	Клики	4 677	4 544
	CPC	p.17,00	p.17,50
	CTR%	1,10%	0,95%
	Лиды	31	30
	CPA	p.2 566,47	p.2 694,80
	CR%	0,66%	0,65%
4 418			
0,80%			
28			
p.2 827,23			
0,64%			

КАК ИСПОЛЬЗУЕМ МЕДИАПЛАН

Последовательность принятия решений в рекламной стратегии Яндекс Директа:

1. **Запуск гипотезы** → Оффер + креатив + сегмент
2. **Анализ результатов** → Сравнение с медиапланом
(позитивный / срединный / негативный)
3. **Если не сработало** → Тест новых гипотез → Смена гипотезы → Смена источника трафика

КЕЙС

ПРОЕКТ



Строительство ангаров в
Санкт-Петербурге и
Ленинградской области

ЦЕЛЬ



Получить целевые заявки



РЕЗУЛЬТАТ

ЯНДЕКС ДИРЕКТ

Бюджет: 251 238 ₽

Получили: 78

заявок и звонков
по 3 221 ₽

ЧТО СДЕЛАЛИ:

Запустили лидогенерацию в Яндекс Директ

Период: ноябрь 2024 г. – февраль 2025 г.



КЕЙС 2

ПРОЕКТ

Строительство и продажа
сборных домов (барнхаусов)
с чеком от 5 млн
Гео: Россия



ЦЕЛЬ

Снизить стоимость лида



РЕЗУЛЬТАТ

ЯНДЕКС ДИРЕКТ

Бюджет: 779 980 ₽

Получили: **590**
заявок и звонков
по **1322 ₽**

ПРОБЛЕМА КЛИЕНТА:

Собственника не устраивала стоимость
лида около 5000 рублей у прошлого
подрядчика и качество этих лидов.



[КЕЙС ЗДЕСЬ](#)

Период: сентябрь 2024 г. – март 2025 г.

Что получили:

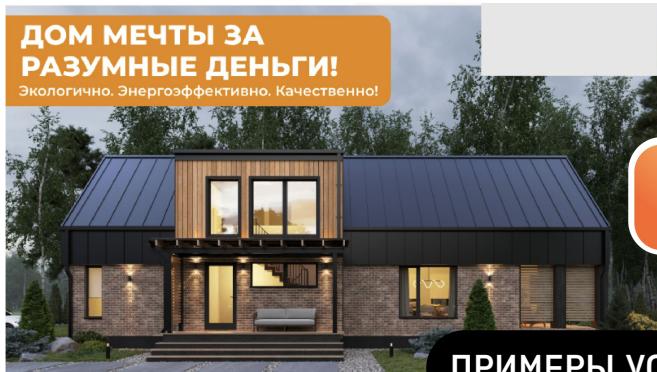
**30 ЗАЯВОК ПО 2833 ₽ НА ПОСТРОЙКУ КАРКАСНОГО ДОМА
И 19 ЗАЯВОК ПО 3865 ₽ НА ПОСТРОЙКУ КАМЕННОГО ДОМА**



4 заявки по 2 257,08 ₽



4 заявки по 1 695,38 ₽



5 заявок по 1 500,48 ₽



ПРИМЕРЫ УСПЕШНОГО
КРЕАТИВА

КЕЙС 3

ПРОЕКТ



Установка систем отопления
в Москве

ЦЕЛЬ



Снизить стоимость квал.
лида (на момент
обращения – 8 600 ₽)



РЕЗУЛЬТАТ

ЯНДЕКС ДИРЕКТ

Бюджет:
224 756 ₽

Получили: **46**
заявок по
4 886 ₽

РЕШЕНИЕ:

Провели аудит рекламных кампаний, выявили критические ошибки,
устранили их и запустили трафик в Яндекс Директе заново.

КЕЙС 4

ПРОЕКТ



Организаторы хореографических конкурсов и фестивалей

ЦЕЛЬ



Привлечение регистраций на конкурсы и фестивали

РЕШЕНИЕ:



КЕЙС ЗДЕСЬ

Настроили трафик на сайт и материалы мероприятия, тестировали разные подходы для оптимизации цены заявки.

Минимальная цена на готовые пакеты услуг для коллективов – 300 000 ₽

Период: 2023 – 2024 г., работаем по н.в.



РЕЗУЛЬТАТ

ВКОНТАКТЕ

- Бюджет: 3 285 000 ₽
- Количество переходов на Яндекс Диск: 1780
- **Количество заявок на участие в конкурсе: 312**
- Стоимость заявки: 8 551 ₽

ЯНДЕКС ДИРЕКТ

- Бюджет: 2 853 425 ₽
- Количество переходов на Яндекс Диск: 4 282
- **Количество заявок на участие в конкурсе: 1 016**
- Стоимость заявки: р. 2 808

КЕЙС 5

ПРОЕКТ



Интернет-магазин детской
одежды

ЦЕЛЬ



Покупки на сайте и
корзины с дальнейшим
выкупом в онлайн
магазинах



РЕЗУЛЬТАТ

ЯНДЕКС ДИРЕКТ

Период: 27 мая - 27 июля 2025 г.

Общий бюджет: 400 000 ₽

Покупки на сайте: 28

Покупок на сайте на сумму: 464 351 ₽

Корзины: 639

Корзин на сумму: 4 564 851 ₽

РЕЗУЛЬТАТ:

Оптимизировали товарные фиды, улучшили карточки и
увеличили количество покупок с сайта.

Получили покупок на сайте на сумму 464 351 ₽.

КЕЙС 6

ПРОЕКТ



Детский театр Karlsson Haus

ЦЕЛЬ



Покупка билетов на спектакли

ЧТО СДЕЛАЛИ:



КЕЙС ЗДЕСЬ

Создали интегрированную стратегию продвижения: лидогенерация, подписки, чат-бот для продаж билетов.

Период: 2022 г. – 2025 г.



РЕЗУЛЬТАТ

- Прямые онлайн-продажи с каналов трафика: 4 млн
- Окупаемость Яндекс Директ 380%
- Набрали 12 000 подписчиков во Вконтакте
- Рекордная цена подписчика в Telegram-канал – 0,8€
- Набрали 2000 подписчиков в Telegram-канал
- Средняя стоимость запуска бота с продажей билетов – 0,5 €

Отзыв клиента

Маркетолог театра Karlsson Haus, Ирина Галушкина

«Хотела бы поделиться своим опытом работы театра Karlsson Haus с агентством HotHeads Band. Уже не первый год наше сотрудничество складывается действительно успешно. В каждой рекламной кампании команда опирается на глубокую статистику и аналитику, что придаёт нам уверенность в стратегии продвижения в интернете.

Одним из самых ценных аспектов в работе с HotHeads Band является оперативная связь. Я всегда могу обратиться с вопросом в чат и получить быстрый и качественный ответ от специалиста, который курирует эту тему и полностью понимает наши нужды. Возможность организовать встречу по необходимости делает общение ещё более удобным и продуктивным.

После двух лет сотрудничества я с уверенностью рекомендую HotHeads Band всем, кто ищет профессионалов в области интернет-рекламы. Если вам важно комфортное взаимодействие и надежная поддержка, эта команда – отличный выбор!»



КЕЙС №

ПРОЕКТ



Передвижные выставки для детей и подростков.
Воронеж, Самара, Нижний Новгород.

ЦЕЛЬ



Привести посетителей на выставку

ЧТО СДЕЛАЛИ:



КЕЙС ЗДЕСЬ

Настроили комплексную рекламную стратегию во ВКонтакте и Яндекс Директе, тестировали подходы и оптимизировали цену заявки.



РЕЗУЛЬТАТ

ВЫСТАВКА В САМАРЕ

Яндекс Директ:

Бюджет: 351 135 ₽
Показы: 2 109 074
Клики: 11 505

ВКонтакте:

Бюджет: 29 217 ₽
Показы: 310 953
Клики: 838

Общие результаты:

Бюджет: 380 352 ₽

Выручка с оффлайна: 3 939 250 ₽

Выручка с онлайн: 996 477 ₽

Общая выручка: 4 935 727 ₽

КЕЙС 8

ПРОЕКТ



Передвижные выставки для детей и подростков.
Воронеж, Самара, Нижний Новгород.

ЦЕЛЬ



Привести посетителей на выставку

ЧТО СДЕЛАЛИ:



[КЕЙС ЗДЕСЬ](#)

Настроили комплексную рекламную стратегию во ВКонтакте и Яндекс Директе, тестировали подходы и оптимизировали цену заявки.



РЕЗУЛЬТАТ

ВЫСТАВКА В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ

Яндекс Директ:

Бюджет: 355 442 ₽

Показы 2 295 086

Клики: 22 453

ВКонтакте:

Бюджет: 276 048 ₽

Показы: 1 503 966

Клики: 5 514

Общие результаты:

Бюджет: 631 490 ₽

Доход с оффлайна: 4 837 746 ₽

Доход с онлайн: 818 498 ₽

Общая выручка: 5 656 244 ₽

ПОДГОТОВКА: СЛАБЫЙ ОТДЕЛ ПРОДАЖ

< Владимир/квартира/видео/домофон ...

#31986139 | tilda

Продажи
Закрыто / Нереализовано

Основное Папки Квалификация Архив Статистика Другие сд...

Отв-ный	Елена
Бюджет	105000 ₽
Предв. стоимость	105000
Адрес объекта	Московское шоссе
Источник	Яндекс Директ ▾
Продукт из заявки	Видеонаблюдение ▾
Доп. Продукт	Домофония ▾
Причина отказа	Мелкий клиент ▾

**

∅ Сделка закрыта и не реализована 04.09.2025, Елена

[videokamery/videokamera-optimus-ip-h062-1-2-8-w-v-1/](#)

[Закрыть](#) Беседа № A1596

02.09.2025 12:13 для Елена
Связаться: ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ ПО КП, ВЫЕЗД?
ХОЧЕТ ВСЕ-ТАКИ В ПОМЕЩЕНИЕ Скинула ему оптимус модель, если
ответит, что норм, то пересчитать на оптимусе.

02.09.2025 12:13 Елена Новый этап: Продажи [Дождаться заказчика...](#) из согласовать КП с заказчиком

02.09.2025 12:13 SalesBot (Дог отправлен дата ... Для поля «Дата договор отправлен» установлено значение «02.09.2025»)

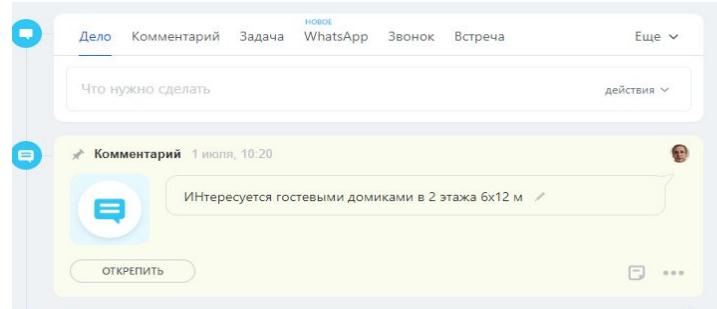
04.09.2025

04.09.2025 12:13 для Елена
мелкий клиент и заморочный

04.09.2025 12:13 Елена Для поля «Причина отказа» установлено значение «Мелкий клиент»

04.09.2025 12:13 Елена Новый этап: Продажи [Закрыто / Нере...](#) из Дождаться заказчика

ПОЧЕМУ ТАК ПРОИСХОДИТ?



Нет понимания, что происходит с лицом, и какие действия совершает менеджер при работе с ним.

Очень скучные и неинформативные комментарии для быстрого анализа ситуации.

Карточка лица не заполняется – директологи не понимают, насколько качественный трафик льют.

Наводим порядок в отделе продаж

1. Стандартизуем процессы

-  Регламент работы менеджеров: этапы, скрипты, контрольные точки
-  Единый тайминг обработки заявок и задач
-  Шаблоны КП, писем, презентаций – единый стиль и структура

2. Настраиваем CRM под бизнес

-  Чёткие воронки продаж (разные): от лода до сделки
-  Обязательные поля, статусы, причины отказа
-  Автоматические напоминания, задачи, скрипты
-  Интеграция с телефонией, почтой, рекламой

НАВОДИМ ПОРЯДОК В ОТДЕЛЕ ПРОДАЖ

3. Внедряем аналитику по менеджерам

-  Отчёты по каждому этапу: конверсия, скорость, качество обработки
-  KPI: СAC, средний чек, % закрытия
-  Выявление слабых мест: где теряются заявки, кто не дожимает

4. Подключаем ИИ-продавца

-  Обработка входящих заявок 24/7
-  Автоматические диалоги: квалификация, ответы на вопросы, назначение встреч
-  Быстрая реакция на лиды: без потерь и задержек
-  Сбор данных для аналитики и обучения команды

Наводим порядок в отделе продаж



Результат:

- Прозрачная система продаж
- Управляемая эффективность каждого менеджера
- Рост конверсии и скорости обработки
- Готовность к масштабированию

ПОДГОТОВКА: ЧЕК-ЛИСТ КОНВЕРСИОННОСТИ ПОСАДКИ



Если закрыто ≥ 90% пунктов, посадка готова к трафику

1. Первый экран (Hero)

- Заголовок сразу отвечает на **боль или желание клиента**.
- Подзаголовок уточняет, что именно вы предлагаете и в чём выгода.
- Чёткий **СТА-кнопка** («Оставить заявку», «Получить расчёт»), заметная и контрастная.
- Визуал поддерживает оффер: фото продукта/услуги, иллюстрация результата.

2. Ценность и доверие

- Блок «Почему мы» или «Что получаете» – выгоды в цифрах, фактах, не общие слова.
- Есть социальные доказательства: отзывы, логотипы клиентов, сертификаты.
- Прозрачность условий: цена/сроки/гарантии обозначены.

3. Структура и контент

- Текст простой, без «канцелярита».
- Нет перегруза: один экран = одна мысль.
- Использованы **справки, иконки, цифры** для облегчения чтения.
- На каждом экране есть микро-призыва к действию (не только внизу)

4. Оффер и УТП

- Оффер понятный: «Что получаю?» и «Почему именно здесь?».
- Есть ограничители (срок акции, количество мест, бонус).
- Конкурентное преимущество выражено конкретно (не «высокое качество», а «гарантия 3 года»)..

5. Форма заявки

- Минимум полей (имя + телефон/email достаточно).
- Кнопка с **действием и выгодой** («Получить расчёт за 15 минут»).
- Есть подтверждение действия (всплывающее окно «Спасибо, мы свяжемся...»).
- Форма повторяется несколько раз по странице.

6. Дизайн и юзабилити

- Страница адаптивна (мобильный вид без «поехавших» блоков).
- Конtrастные СТА-кнопки (не сливаются с фоном).
- Удобная навигация: скролл линейный, без хаоса.
- Сайт грузится <3 секунд.

7. Техническое и аналитика

- Настроены цели/события в Яндекс.Метрике и GA (отправка форм, клики по кнопкам).
- Есть коллтрекинг (если звонки важны).
- Тег ремаркетинга установлен (VK/Яндекс/Telegram Ads).
- HTTPS и корректная работа домена (нет ошибок/редиректов).

8. Дополнительно

- Внизу страницы есть контакты (телефон, email, мессенджеры).
- Юридические документы: политика конфиденциальности, оферта.
- Проверка на спам-слова (чтобы Яндекс.Директ не завернул).
- Есть favicon и нормальный сниппет для SEO/шаринга.

Сайт должен не просто «быть», а работать как инструмент продаж — быстро, понятно, убедительно

Что можно сделать самостоятельно:	Что передать вебмастеру / специалистам:
<ul style="list-style-type: none">• Проверить скорость загрузки через PageSpeed Insights• Оценить структуру и читаемость посадочной страницы• Переписать заголовки, оффер, преимущества, СТА• Упростить форму заявки (меньше полей, понятный призыв)• Добавить триггеры доверия: отзывы, кейсы, гарантии• Настроить простые цели в Яндекс Метрике (если доступен)	<ul style="list-style-type: none">• Оптимизация скорости и мобильной версии• Исправление технических ошибок (404, редиректы, верстка)• Настройка аналитики: события, цели, сквозная аналитика• Доработка дизайна и юзабилити• Создание альтернативных посадочных (лендинг, квиз, мультистраничник)

3. ВЕДЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

Обязательные действия:

- **Ежедневный мониторинг** CTR, показы, клики, расходы, отклонения от прогноза
- **Чистка кампаний:** минусация поисковых фраз, площадок РСЯ (но только по реальной статистике) на постоянной основе, при запуске - несколько раз в день
- **Контроль бюджета и ставок:** проверка перерасхода, корректировка ставок по конверсии
- **Анализ поведения в Яндекс Метрике:** время на сайте, отказ, глубина просмотра, достижение целей

ВЕДЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

Копаем в глубину

ЗОНА РОСТА №2

АКТУАЛИЗАЦИЯ КОРРЕКТИРОВОК СТАВОК

Кампания № 700464023. За последние 30 дней:

Прослеживается закономерность – женщины обращаются гораздо чаще и цена цели почти в 2 раза ниже по сравнению с мужчинами (считаем цели, по которым идет оптимизация РК).

Всего с 05.08.25 по 04.09.25	145 746.03	6 573.30	7	7	1	1
Пол	Расход всего, руб.	Цена цели, руб.	Конверсии			
			Переходы на цель	Запросы оправд.	Числ.	Противники
не определен	2 270.94	-	-	-	-	-
мужской	41 147.84	13 715.95	1	1	-	1
женский	102 327.26	7 309.09	6	6	1	-

ВЕДЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

Чистка площадок – зеленые свежие

Статистика кампании «ЕПК | РСЯ | Холодная 25» № 702385897 •

Единая перформанс-кампания [Бюджеты и ставки](#)

Начало: 01.08.2025 [Изменить параметры](#)

Кликов: 11457 [Заказ отчетов](#) [История изменений](#)

Мастер отчетов [Общая статистика](#) [Фразы по дням](#) [По регионам](#) **По площадкам** [Поисковые запросы](#)

Период —
 сегодня вчера 7 дней 30 дней 90 дней 365 дней история

[Показать дополнительные настройки](#) [Показать](#) [скачать в виде XLS-файла](#)

Всего по кампании	Ср. расход за день, руб.	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Метрика	Глубина (стр.)	Конверсии	Конверсия (%)	Цена цель, руб.	Рентабельность	Доход, руб.
с 01.09.25 по 18.09.25	3 868.85	467964	2616	0.56	69 639.27	26.62	Метрика	1.32	755	28.86	92.24	3.86	338 160.00

Площадка	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Глубина (стр.)	Конверсии	Конверсия (%)	Цена цель, руб.	ROI (по ценности)	Ценность конверсий
+ yandex.ru (сети)	63598	840	1.32	21610.80	25.73	1.20	179	21.31	120.73	-	0.00
+ dzen.ru (сети)	61359	517	0.84	8 490.88	16.42	1.38	142	27.47	59.79	-	0.00
+ ru.yandex.mail (сети)	16994	63	0.37	2 359.13	37.45	1.29	42	66.67	56.17	-	0.00
+ com.vkontakte.android (сети)	8016	58	0.72	2 573.60	44.37	1.24	10	17.24	257.36	-	0.00
+ ru.ok.android (сети)	9664	58	0.60	2 967.80	51.17	1.52	34	58.62	87.29	-	0.00
+ com.hitappgames.connectwords (сети)	347	50	14.41	276.41	5.53	1.03	19	38.00	14.55	-	0.00
+ mail.yandex.ru (сети)	47015	37	0.08	2 223.31	60.09	1.46	14	37.84	158.81	-	0.00

Действие: Выберите площадку [▼](#) выполнить [1](#) [2](#) [3](#) [4](#) [5](#) [6](#) [7](#) [8](#) ... [28](#)

Последние 30 дней

Что изменилось

com.bigmaze.android.mahjongmatch, com.funfinity.knitz.thread, com.loopgames.domino, com.publish.mistyel88, com.tangled.rope, daily.number.match.free.puzzle, gorodrobot.kp.ru, linkdesks.classic.solitaire.klondike, and.matchgames.zenblossom, beetles.puzzle.solitaire, big-book-edu.ru, blockpuzzle.jewelgames.jewelsgame, carjam.traffic.seat.unblock, closet.match.pair.matching.games, com.acropolis.pixeldudesandbox, com.agedstudio.card.solitaire.klondike, com.aljama196.app.happybirthday99, com.anyreads.patephone, com.app.champion.pro, com.atrix.rusvpn, com.azurgames.goldminers, com.belkatechnologies.clockmaker, com.bigbluebubble.singingmonsters.full, com.bigmaze.android.bpdaily.huawei, com.blackout.bubble, com.block.jiggle, com.bthgame.oltivity.huawei, com.camerasideas.instashot, com.cloudycastlegames.wordline, com.coolguy.desktoppet, com.core.biggame.marble.android, com.coudycastlegames.wordline.com.cryptogram.puzz, com.csasecurity.app, com.easygames.race, com.edujoy.masha.games, com.evrika.boom.blocks.huawei, com.fanatee.cody, com.fc.goods.sort.matching.puzzle.triplemaster, com.fc.pcp.jelly.mukbang.asmr.live.diy, com.fingerlab.word.blockpuzzles, com.flyingwhalegames.carout, com.fugo.wow, com.fugo.wowguru, com.gamebrain.hexasort, com.gamovation.mahjongclub, com.gamovation.tileclub, com.garawell.bridgerace, com.globalplay.birdso, com.globalplay.birdsort2.color.puzzle, com.goods.master3d.triplemaze, com.goods.sorting.games.triplemaze3d.puzzle, com.hotspotvpn.super4ios, com.infoshell.recradio, com.inspiredsquare.blocks, com.inspiredsquare.jupiter, com.jindoblu.offlinenegames,

ВЕДЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

Заказчик не понимает смысла и выводов отчетов

Всего с 01.08.25 по 31.08.25		571 746	2 882	123 266.35	42.77	42.74	1.13	5 869.83	13	8
Кампания	№ кампании ▲	Показы	Клики	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Отказы (%)	Глубина (стр.)	Цена цели, руб.	Конверсии	
									Отправка любо...	Звонок с Рекла...
Поиск Допы	108207772	146	8	1 289.17	161.15	33.33	1.11	-	-	-
HHB Poisk VN Spb-LO max click	702181136	361	30	10 105.93	336.86	32.65	1.33	5 052.97	1	1
HHB Poisk VN Spb-LO optim konv SS	702183071	2 835	120	51 588.59	429.90	27.83	1.57	5 732.07	6	3
HHB RSY VN Spb-LO optim konv SS	702194404	566 251	2 673	46 768.26	17.50	43.97	1.09	5 846.03	4	4
Dubl HHB Poisk VN Spb-LO optim konv SS	702810045	2 153	51	13 514.40	264.99	37.50	1.24	6 757.20	2	-

ВЕДЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

Заказчик не понимает смысла и выводов отчетов

ИТОГИ И ВЫВОДЫ

Эффективность каждой РК по отдельности.

РФ:

Потрачено – 73 011 руб. с НДС
Заявок – 69
Стоимость заявки – 1058 руб.

3 не обработаны
22 выяснение потребностей
7 отложенных
4 качественных
1 франшиза
32 некачественных

16 дублей
1 СПАМ

Краснодарский край,
Камчатский край и Крым:

Потрачено – 70 866 руб. с НДС
Заявок – 41
Стоимость заявки – 1728 руб.

1 не обработан
15 выяснение потребностей
2 отложенных
3 качественных
2 франшиза
18 некачественных

4 дублей
2 СПАМ

МАСШТАБИРОВАНИЕ И УДЕРЖАНИЕ

Ошибка	Пример	Что делать
Исполнители редко заходят в кабинеты	Кампания работает 2 недели, ставки «съехали», площадки не чистятся	Назначить ответственного, внедрить ежедневный чек-лист, автоматизировать отчёты
Ориентир только на стоимость лида	CPL = 400 ₽, но 80% лидов — нецелевые	Считать стоимость квалифицированного лидера, внедрить метки и цели в CRM
Цена лидера меняется на объёме	При увеличении бюджета CPL вырос с 400 ₽ до 900 ₽	Делить кампании по сегментам, контролировать частоту показов, масштабировать поэтапно
Фрод, нет антифлага	В РСЯ 30% кликов — боты, заявки пустые	Подключить антифрод-систему, отключать подозрительные площадки

МАСШТАБИРОВАНИЕ И УДЕРЖАНИЕ

Региональный бизнес (окна)

Проблема: Кампания работала в одном регионе, заявки были дешёвые, но при масштабировании на соседние области резко вырос CPL.

Решение:

- Разделили кампании по регионам
- Переписали офферы под локальные особенности
- Добавили гео-креативы и уточнения в объявления
- Отключили неэффективные площадки в РСЯ

Результат: Снижение CPL на 35%, стабильный поток заявок в 3 регионах

МАСШТАБИРОВАНИЕ И УДЕРЖАНИЕ

B2B-услуги (аренда спецтехники)

Проблема: После масштабирования вырос трафик, но менеджеры не справлялись, заявки терялись.

Решение:

- Внедрили CRM и автораспределение лидов
- Подключили ИИ-продавца для первичной квалификации
- Настроили аналитику по каждому менеджеру

Результат: Рост конверсии в заявку на 15%, снижение потерь заявок, масштабирование на 2 новых регионах

ВЫБИРАЕТЕ НЕ ТОТ КАНАЛ РЕКЛАМЫ

ТРЕБОВАНИЯ К КАНАЛАМ



Google Ads

B2B – Бюджет от 160 000₽

B2C – Бюджет от 100 000₽

Тест 3+ месяца

До 65% квалов

Необходим для прямых продаж



B2B – работает в инфобизнесе и дорогих услугах

B2C – эффект через 3-12 месяцев

Необходим для работы с контентом и сбора теплой базы + увеличения узнаваемости



B2B – низкая эффективность

B2C – лиды от 50 р.

До 30% квалов

Необходим отдел продаж, который реагирует на сообщение за 15 секунд

КЕЙС ВКОНТАКТЕ

ПРОЕКТ



Инженерные услуги
Санкт-Петербург и
Ленинградская область

ЦЕЛЬ



Привлечение целевых
лидов

РЕШЕНИЕ:

Запустили трафик ВКонтакте на
лидогенерацию.



[КЕЙС ЗДЕСЬ](#)



РЕЗУЛЬТАТ

ВКОНТАКТЕ

Бюджет: 641 388 ₽
Получили: **516 заявок**
по 1243 ₽

Клиент закрыл сделок на
3,8 млн.
Остальные на этапе
дожима.

КЕЙС АВИТО

ПРОЕКТ



Продажа тротуарной плитки
Гео: Воронеж и Воронежская область

ЦЕЛЬ



Получать более 50 целевых
заявок в месяц



РЕЗУЛЬТАТ

Бюджет: 57 306 ₽ (1,5
месяца)

Цена просмотра: 12 ₽

Контакты: 75

Цена контакта: 764 ₽

Конверсия из просмотра в
контакт – 1,6%

В том числе звонков – 27

Добавили в избранное –
360

1268 объявлений, по 20 уникальных
текстов на каждый товар.

4. АНАЛИТИКА

Месяц	Авито	Вк Таргет	Программатик СВ	Яндекс Директ	Итого	Лид	CPL (Цена лиды)	Встреча	% конверсии	Сделок	% конверсии	Стоимость сделки
24 Сентябрь	р.66 500,0	р.81 725,0	р.142 137,0	р.1 545 281,0	р.1 835 643,0	848	р.2 165,7	65	7,67%	40	61,54%	р.45 891,1
24 Октябрь	р.85 000,0	р.103 790,0	р.82 320,0	р.1 620 324,0	р.1 891 434,0	750	р.2 521,9	40	5,33%	30	75,00%	р.63 047,8
24 Ноябрь	р.27 400,0	р.156 905,0	р.84 226,0	р.1 338 480,3	р.1 607 011,3	902	р.1 782,1	40	4,44%	24	60,00%	р.66 958,8
24 Декабрь	р.110 000,0	р.271 337,0	р.70 096,0	р.1 497 429,6	р.1 948 862,6	1775	р.1 098,2	31	1,75%	18	58,06%	р.108 270,1
25 Январь	р.68 900,0	р.202 481,0	р.91 175,0	р.1 500 756,3	р.1 863 312,3	958	р.1 945,5	29	3,03%	23	79,31%	р.81 013,6
25 Февраль	р.30 000,0	р.194 798,0	р.56 254,0	р.1 429 227,7	р.1 710 279,7	562	р.3 040,7	41	7,29%	22	53,66%	р.77 740,0
Итого / Среднее	р.387 800,0	р.1 011 036,0	р.526 208,0	р.8 931 498,8	р.10 856 542,8	5794	р.2 092,3	41	4,92%	157	64,60%	р.73 820,2

Как вести статистику и анализировать ее:

Считать каждый источник и в нём – конверсию каждого этапа
 Так вы поймёте эффективность всего маркетинга

ЕСЛИ ЧТО-ТО ИДЕТ НЕ ТАК

Кратко: мы запустили такую же стратегию в 2025, как в 2024, т.к. она отрабатывала идеально в 2024 и еще работала в 2025 (вплоть до мая 2025 года).

Увидев сложности и рост цены заявки, мы производили улучшения. Благодаря этой работе, сейчас мы выходим на показатели, близкие к сентябрю 2024 г.

- **СТАРТ:** Изначально приняли решение запускать все источники по прошлогодней стратегии, чтобы избежать рисков. В ретаргете работали не только с базами, но и с посетителями сайта. Всего с 3 сегментами: не отказы/ не отправившие заявку/группа отправлявших заявку. В 2025 году на ретаргетинг потратили почти равнозначный бюджет (86 948 руб.) как и в 2024 г. (90 940 руб.).
- **ХОД РАБОТ:** В августе выросла конкуренция. Маркер этого — была аномально высокая стоимость за лид по брендовым запросам из-за высокой стоимости клика (ставка по ним взлетела в 5 раз относительно прошлого года). Основные 2 проблемы, из-за которых получили высокую стоимость за заявку по другим кампаниям — это рост цены клика в аукционе и падение конверсии сайта. Тем не менее, мы старались оптимизировать кампании, ориентируясь на опыт прошлого года.

ЕСЛИ ЧТО-ТО ИДЕТ НЕ ТАК

① Сравниваем август 2024 и 2025:

» Август 2025 г.:

- Потрачено: 292 857 руб.
- 30 заявок в Bitrix.
- Цена заявки — 9 760 р.

Траты на ретаргетинг: 86 948 руб. (30% от общего бюджета) — это на 4% меньше, чем в прошлом году
- Стоимость заявки: 12 421 руб.

Траты на Поиск: 96 984 руб. (33% от общего бюджета)
- Стоимость заявки: 8 082 руб.

Траты на Бренд, поиск: 22 012 руб. (7,5% от общего бюджета)
- Стоимость заявки: 11 006 руб.

Траты на РСЯ: 86 913 руб. (29,7% от общего бюджета)
- Стоимость заявки: 9 657 руб.
- Средняя конверсия: 0,21%

» Август 2024 г.:

- Потрачено: 265 436 руб.
- 71 заявка в Bitrix.
- Цена заявки — 3 738 р.

Траты на ретаргетинг: 90 940 руб. (34% от общего бюджета)
- Стоимость заявки: 3954 руб.

Траты на Поиск + Бренд поиск: 107 631 руб. (41% от общего бюджета)
- Стоимость заявки 2 990 руб.

Траты на РСЯ: 66 864 руб. (25% от общего бюджета)
- Стоимость заявки: 5 572 руб.
- Средняя конверсия: 1,01%

ЕСЛИ ЧТО-ТО ИДЕТ НЕ ТАК

- Средняя конверсия: 1,01%

- Что конкретно сделали В АВГУСТЕ, чтобы улучшить показатели:

- » 1. Чистили площадки РСЯ.

Если больше 3 кликов и 100% отказность, аномально низкая цена клика — все исключали. Основные отказы давали РСЯ и Ретаргет — с ними и боролись.

- » 2. Проверяли поисковые запросы.

Но мало их минусовали, так как семантика максимально чистая.

- » 3. Изменяли настройки стратегии.

Подбирали разные варианты автотаргетинга, исходя из накопленных данных. Работали 2 цели:

[] Анализируя каждую неделю, какая из целей отрабатывает лучше, корректировали их стоимость.

Исчезла статистически значимая корелляция (как в 2024 году) между []

[]. Обучение пошло в сторону []. Соответственно, мы снизили []

[].

- » 4. Повышали бюджет, чтобы перебить текущие ставки конкурентов в аукционе.

Далее — корректировали стоимости целей после сбора статистики. Принимали решения по корректировкам по усредненным показателям между статистикой Директа и Метрикой. Эти действия помогли не увеличить стоимость конверсии в августе, когда был перегрет аукцион по ставкам.

ЕСЛИ ЧТО-ТО ИДЕТ НЕ ТАК

③ Итоговые выводы:

» 1. В сентябре, благодаря проделанной в августе большой работе команды, мы вышли на тот же показатель конверсии в заявку, что был в прошлом году.

2025 г.: 1-16 сентября в 2025 г. — конверсия 0,96%.

2024 г.: 1-16 сентября в 2024 г. — конверсия 1,05%.

» 2. Уже на прошлой неделе аукцион по брендовым запросам упал на 30%, стоимость заявки также стала снижаться: 3 678 руб. (в 2024 г. — 3 017 руб.). Это маркер, что конкуренция в аукционе упала (предположительно).

» 3. В РСЯ поменяли оптимизацию: оставили только на отправку формы.

» 4. Немного перераспределили бюджет в сторону Поиска, так как оттуда дешевле заявка.

» 5. Еще раз почистили площадки.

» 6. Готовим и запускаем сегодня объявления на

Пожалуйста, если будут вопросы, готовы ответить, предоставить скриншоты и логи работ.

Хорошего вечера! 

ИТОГИ

1. Спрогнозировать заранее, проанализировать спрос и рынок, свой цикл сделки.
2. Работать с исполнителями, у которых есть ресурс и на работу, и на коммуникацию, и на стратегию, и на аналитику.
3. Находиться в диалоге и искать решения. Это не источник не работает (если у конкурентов он работает), это вы с подрядчиком не нашли слабое место.
4. Всегда будет сложно и дорого там, где источник рабочий. Яндекс Директ – один из немногих работающих источников в России. Покупайте опыт, это дешевле, чем дешево тестировать до бесконечности и разочароваться.
5. Считайте и думайте стратегически, а не тактически. Дорогу осилит идущий, так что, чем больше тестов и критериями эффективности – тем ближе нахождение решения.

СТРАТЕГИЯ

ПОДСКАЖЕМ, ЧТО ДЕЛАТЬ

РАЗРАБОТКА
СТРАТЕГИЙ

- Маркетинговая стратегия
- Стратегия по трафику

АУДИТЫ

- Комплексный маркетинговый аудит
- Анализ ваших рекламных кампаний
- Анализ конкурентов и их источников продаж

МАРКЕТИНГ

- Ежемесячное сопровождение
- Стратегии масштабирования кампаний

КОНСАЛТИНГ

- Консультирование по маркетингу и бизнесу собственников и команды
- Выступления специалистов агентства



ГЕНЕРАЦИЯ ПРОДАЖ

СДЕЛАЕМ МАРКЕТИНГ,
В ТОМ ЧИСЛЕ:



Google Ads

Контекстную
рекламу

- Яндекс Директ
- Google Ads



Таргетированную
рекламу

- ВКонтакте
(VK Ads)
- Telegram Ads



Агрегаторы

- Авито



Продвижение
зарубежных
компаний



Маркетинг
под ваш запрос

БОЛЕЕ 80 ОТЗЫВОВ

от довольных клиентов

Виктория Сергеева
руководитель отдела стратегического
маркетинга компании «Такском»

Такого рода аудиты
редко можно встретить
при первом знакомстве.
Это удивило.

Елена
маркетолог
курса «Метод
Шанченко»

Реклама настраивается не сливая
бюджет, на второй месяц реклама себя
окупила, на третий мы вышли 1:3.



Евгения Мемрук
основательница проекта biznesinalogi.ru

Сотрудничаем с агентством более года
по продвижению нескольких Telegram-каналов,
особенно нравится: оперативность в работе
и отличные результаты. Мы вернулись к ННВ
после опыта работы с другими подрядчиками.



[Читать все отзывы...](#)

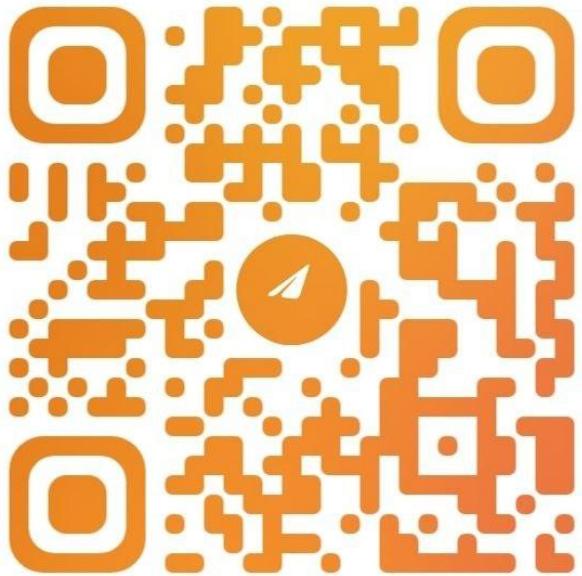


**HOT
HEADS
BAND**

**ОСТАВИЛИ МЕСТО
ДЛЯ ВАШЕГО ПРОЕКТА**

Менеджер Елена
e-mail: hotheadsagency2019@gmail.com
телефон: +7 495 308-38-04
телеграм: [@hotheads_band](https://t.me/hotheads_band)

HOT-HEAD.RU



@AMUMLADZE

ПОЛУЧИТЬ ЭТУ
ПРЕЗЕНТАЦИЮ И
АУДИТ ПРОЕКТА

e-mail: hotheadsagency2019@gmail.com
телефон: +7 495 308-38-04
телеграм: [@hotheads_band](#)

[НОТ-HEAD.RU](#)

Как зарабатывать
с OneSpot?

Одна программа — десяток площадок

Уже выплачиваем от 1 рубля бюджета



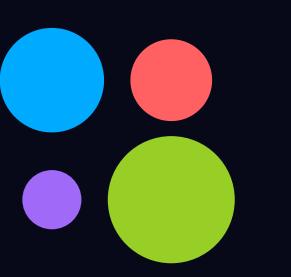
до 5%



до 13%



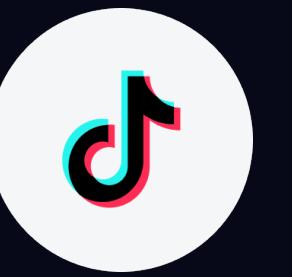
до 26%



до 8%



секрет



до 6%



до 4%



до 22%



до 10%



Как считаем 26% в Яндекс Директе

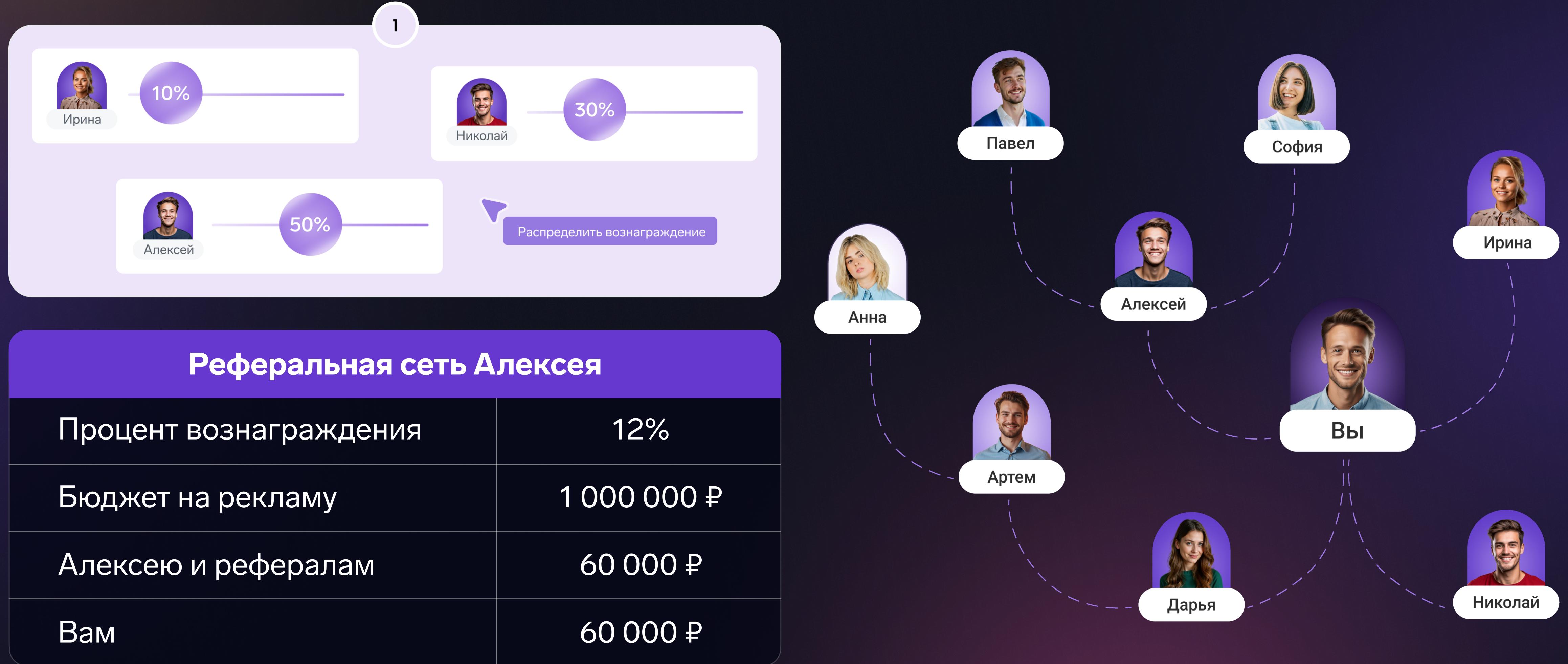
Яндекс	Грейд МАХ
Поиск	5,50%
РСЯ	9,00%
Геоперформанс	12,00%
Медийка и видеореклама	17,00%
Промостраницы	13,00%
ЕКОМ	9,00%
РМП	17,00%
Геомедийка	9,00%

Фикс
Допы

*Допы и Фикс суммируются: РМП или ЕКОМ с РСЯ или Поиском, геомедийка с медийкой или видеорекламой



Больше чем реферальная программа



Наболевшие 3%

О чём помнить, чтобы не болело

15+ площадок для рекламы в одном личном кабинете OneSpot

- ✓ Чат с **персональным менеджером**, где любой вопрос решается быстро: модерация, ревью кампаний, совместные проекты

Оплата сторонних сервисов — Маркетплейс инструментов



Вернем 3% за Поиск и ПромоСтраницы

- ✓ на баланс личного кабинета
- ✓ в конце месяца

- ✓ Можете выбрать доли так, чтобы, компенсировать 3% клиенту

OneSpot — больше, чем доступ к рекламе

Гибкость вознаграждений

Как стать партнером OneSpot?

И зарабатывать на рекомендациях и клиентах

1

Зарегистрируйтесь
в OneSpot и отправьте
заявку на участие
в программе

2

Расскажите о себе
в небольшом интервью
и зафиксируйте грейд

3

Создайте первую ссылку
и подключайте клиентов или
рекомендуйте сервис



Форма работы: юридическое лицо или самозанятость

Бесплатная
консультация
с экспертами
по интернет-
рекламе



Егор Орехов:

https://t.me/Egor_OneSpot

