

Калькулятор стоимости лида в вашей нише

Таблица с нормативными CPL для 12 ниш (салоны, стоматологии, юристы, доставка и другие). Сравните со своими текущими результатами - и поймёте есть ли проблема.

Что обычно идёт не так

Деньги на рекламу уходят, заявок нет

Запустили Директ самостоятельно, потратили 30 000 руб., получили 5 звонков. Цена лида - 6 000 руб. при нормальной по нише 500-1 500 руб. Дело в настройках: ключи, ставки, минус-слова, посадочная.

Не понимаете откуда пришли клиенты

Реклама крутится, клиенты есть, но нельзя связать конкретного клиента с конкретной кампанией. Без сквозной аналитики нельзя увеличивать бюджет на то что работает.

Подрядчик отчитывается кликами и CTR

«CTR 4%, клики дешевают» - звучит хорошо, но не показывает сколько стоит записавшийся клиент. Правильная метрика одна: стоимость лида (CPL) и конверсия лида в продажу.

Чек-лист: что должно быть

1. CPA-модель: платим за лид. Настраиваем цели на звонок, заявку, бронирование, не на клик. Оптимизируем кампании по стоимости лида - только так можно управлять рекламным бюджетом осмысленно.
2. Яндекс.Директ: Поиск и РСЯ. Поиск - горячие клиенты которые сами ищут прямо сейчас. РСЯ - охват на тех кто заходил на сайт или похож на ваших клиентов. Совместно дают и горячий спрос, и прогрев.
3. VK Реклама и MAX-таргет. ВКонтакте - таргет по интересам, геолокации, по охотим аудиториям. MAX-таргет - молодой канал с низкой конкуренцией и растущей аудиторией. Первые клиенты дешевле пока рынок не перегрет.
4. A/B-тест объявлений. Запускаем 3-5 вариантов заголовков и офферов одновременно. Через 7-10 дней оставляем лучшие, отключаем слабые. Так стоимость клика падает на 20-40% за первый месяц.
5. Ретаргетинг: дожимаем ушедших. Посетитель зашёл на сайт, не оставил заявку, ушёл. Через час видит вашу рекламу снова - но уже с другим оффером. Конверсия ретаргетинга в 3-5 раз выше холодного трафика.
6. Прозрачный отчёт каждую неделю. Отчёт в Google Sheets или Notion: потрач

ено, лидов, CPL, конверсия. Видите каждый рубль и куда он делся. Без красивых слайдов со скриншотами CTR.

Частые вопросы

Сколько денег нужно на рекламный бюджет?

Минимальный рабочий бюджет для Директа в локальной нише - 20 000-30 000 руб./мес. При меньшем бюджете статистики не хватит для оптимизации. Наша комиссия за ведение - отдельно от бюджета.

Когда будут первые заявки?

Поиск Директа - заявки с первого дня запуска, при корректной настройке посадочной. РСЯ и таргет - через 3-7 дней после накопления статистики. Оптимальные результаты обычно на 3-4 неделе.

Нужен ли хороший сайт для рекламы?

Да. Можно налить любой трафик на плохую посадочную - деньги уйдут в слив. Если сайта нет или он слабый, сначала делаем лендинг (или QuizAds - короткий квиз-лендинг). Иначе смысла нет.

Работаете только с Директом или VK тоже?

Оба канала. Для B2C с локальной аудиторией обычно начинаем с Директа (горячий спрос) и добавляем VK для охвата. Для B2B лучше работает Директ на поиске. Выбор канала зависит от ниши.

Что если реклама не даёт результата?

Первые 2 недели - это тест. Разбираемся: проблема в трафике или в посадочной/оффере. Если трафик нормальный а заявок нет - проблема не в рекламе. Честно скажем что нужно менять.

Обсудить вашу задачу — бесплатный аудит за 2 минуты

https://max.ru/id1651098566_bot?start=src_landing_traffic