

Контекстная реклама для детской студии «Домик на дереве»

Подготовили сайт, запустили рекламу в Яндекс Директ, протестировали РСЯ и усилили направление «День рождения в творческой студии».

Яндекс Директ

РСЯ

Дни рождения

CPC от 6 ₽

Клики

3 566

CPC этап 1

6,08 ₽

Цена цели

656,57 ₽



спрос, клики, заявки, оптимизация

О проекте и задача

«Домик на дереве» - детская творческая студия в Иркутске. В проекте продвигались театральная студия для детей, творческие мастер-классы, семейный спектакль и проведение дней рождения.

Ключевая задача

Запустить контекстную рекламу в Яндекс Директ и обеспечить стабильный поток обращений по основным направлениям студии.

Направления продвижения

- набор группы в театральную мастерскую - цель 10 человек;
- продажа билетов на семейный спектакль;
- заявки на «День рождения в творческой студии».

География

Иркутск

Бюджет

20 000 ₽/мес

Что нужно было решить на старте

Студия была новой, поэтому рекламу нужно было запускать не просто на клики, а как систему быстрого формирования спроса в районе.

01

Сформировать спрос

Быстро донести до родителей и семей, что студия открыта и набирает детей.

02

Выделиться среди конкурентов

Показать атмосферу, творческий формат и индивидуальный подход.

03

Подготовить сайт

Настроить фиксацию заявок и сделать посадочную понятной для пользователя.

04

Не слить бюджет

Проверить гипотезы и оставить рабочие связки в рамках 20 000 ₽/мес.

Сайт и аудитория перед запуском

01 Подготовка сайта под рекламу

Перед запуском усилили посадочную страницу и аналитику, чтобы заявки не терялись, а пользователь быстрее понимал ценность студии.

- закрепили шапку сайта при прокрутке;
- настроили JavaScript-событие на отправку всех форм;
- добавили и усилили УТП на сайте;
- разделили услуги по направлениям деятельности.

02 Анализ ниши и аудитории

Анализ конкурентов подтвердил спрос на формат творческой студии в районе и важность акцента на уникальность и индивидуальный подход.

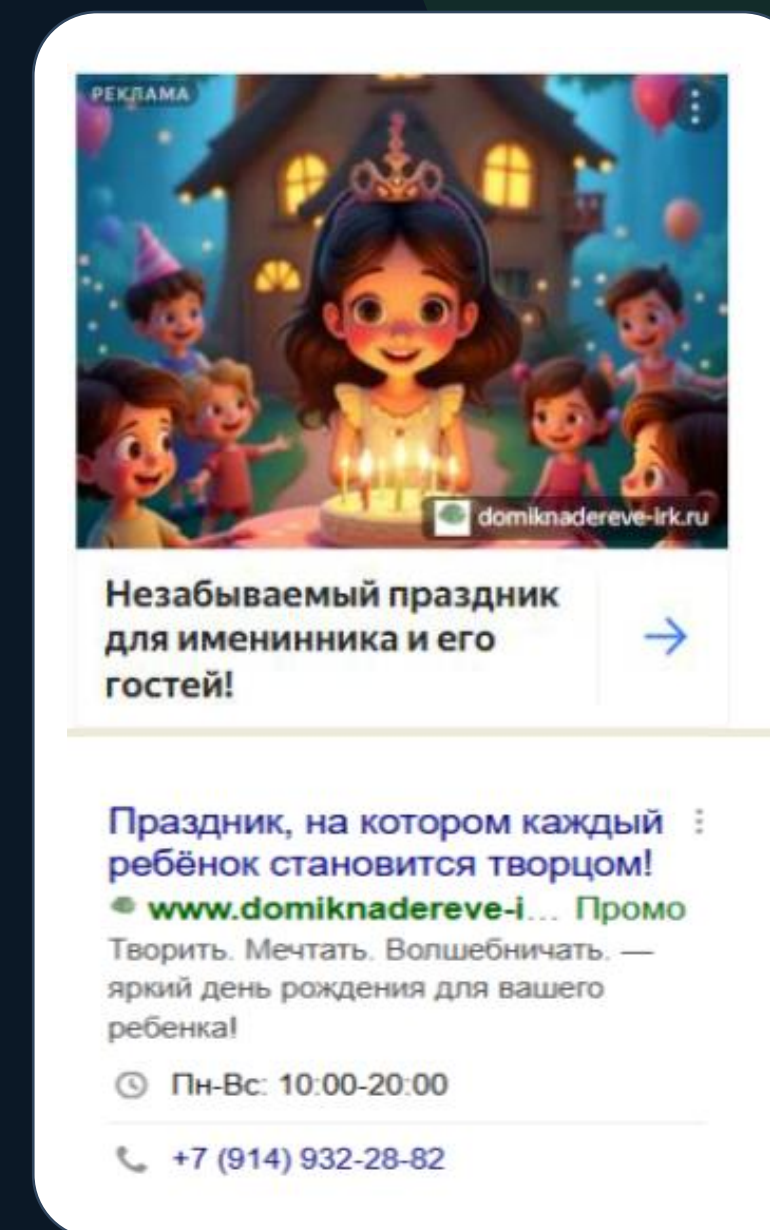
- аудитория: мужчины и женщины 18+;
- исключили аудиторию до 18 и старше 55;
- сфокусировались на качестве трафика и релевантности услуг.

Настройка Яндекс Директ

Собрали структуру и протестировали гипотезы через рекламную сеть Яндекса. Основной фокус - быстро получить первые обращения и посмотреть, какие офферы работают лучше.

Что было запущено

- 1 кампания РСЯ по ключевым фразам;
- 1 группа объявлений;
- 3 варианта объявлений с разными заголовками и текстами;
- стратегия «максимум конверсий», оплата за клики.



примеры объявлений и креативов

Первые результаты рекламной кампании

Показы

216 170

Клики

3 566

CPC

6,08 ₽

Цена цели

656,57 ₽

Конверсии

22

Всего с 23.03.25 по 31.05.25		216 170	3 566	1.65	21 666.66	6.08	27.39	1.14	656.57	6	9	10	8	-
Дата ▲	Вид размещения	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Отказы (%)	Глубина (стр.)	Цена цели, руб.	Конверсии				
										Оставить заявку	Клик по номеру...	Переход в месс...	Переход в соц. ...	Купить билет
мар 2025	прочее	57 725	478	0.83	3 908.63	8.18	38.17	1.08	977.16	1	-	3	-	-
мар 2025	карты	3 488	4	0.11	54.88	13.72	50.00	1.50	-	-	-	-	-	-
апр 2025	прочее	85 477	2 064	2.41	10 626.85	5.15	26.88	1.20	817.45	4	3	4	2	-
апр 2025	карты	14 037	24	0.17	172.14	7.17	50.00	1.50	-	-	-	-	-	-
май 2025	прочее	41 581	988	2.38	6 801.39	6.88	26.14	1.00	425.09	1	6	3	6	-
май 2025	карты	13 862	8	0.06	102.77	12.85	50.00	1.50	-	-	-	-	-	-

Обновлено: 20.10.2025 08:32

таблица статистики по этапу 1

Оптимизация и перезапуск

С 01.06.2025 провели оптимизацию с учётом сезонности - летних каникул - и сместили фокус на услугу «День рождения» как наиболее актуальное направление.

01

Отдельная кампания

Запустили отдельную кампанию под услугу «День рождения в творческой студии».

02

Новая стратегия

Использовали стратегию «максимум целевых действий без ограничения».

03

Усиленный оффер

Добавили подарок - оформление воздушными шарами при заказе праздника.

04

Сезонный фокус

Перенесли акцент туда, где летом выше вероятность заявки и покупки.

После оптимизации фокус стал точнее

Новая кампания под услугу дня рождения дала стабильный объём показов и кликов, а цена цели осталась близкой к первому этапу.

Показы

33 323

Клики

1 794

Конверсии

22

СРС

10,08 ₺

Цена цели

653,72 ₺



Всего с 02.06.25 по 21.07.25		33 323	1 794	5.38	19 166.60	10.68	56.37	1.00	563.72	8	2	12	2	-	5
Дата	Вид размещения	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Отказы (%)	Глубина (стр.)	Цена цели, руб.	Конверсии					
										Оставить заявку	Клик по номеру...	Переход в мес...	Переход в соц...	Купить билет	Автоцель: зап...
июн 2025	спецразмещение	5 774	505	8.75	12 874.77	25.49	51.72	1.00	585.22	7	1	4	-	-	5
июн 2025	прочее	27 549	1 289	4.68	6 291.84	4.88	57.60	1.00	524.32	1	1	8	2	-	-

Инсайты по проекту

01 Фиксация целей обязательна

Без событий на формы часть заявок не попадает в аналитику, а значит алгоритм хуже оптимизирует рекламу.

02 Услуги нужно разделять

Мастер-класс, театральная студия, день рождения и спектакль - разные сценарии спроса. Разделение повышает релевантность.

03 Сезонность меняет фокус

Летом лучше работает событийная услуга - день рождения. Конкретное УТП с подарком усиливает конверсию.

Что можно масштабировать дальше

Кейс показал, что реклама работает лучше, когда сайт, аналитика, оффер и структура кампаний подготовлены до запуска.

Следующие шаги

- разнести кампании по отдельным направлениям: театралка, мастер-классы, дни рождения, спектакли;
- подготовить отдельные посадочные страницы или квизы под каждую услугу;
- расширить семантику, добавить поиск и ретаргетинг на посетителей сайта.

Итог

Мы выстроили рекламную систему для детской студии: подготовили сайт, запустили РСЯ, получили первые результаты, провели оптимизацию и нашли более актуальный сезонный фокус.

Креативный поток - строим рекламные системы, а не просто запускаем объявления.