

Настройка и ведение Яндекс Директ для школы цифровых искусств

Выстроили управляемую рекламную систему для школы Renderia: поиск, РСЯ, аудитории, антифрод, оптимизация объявлений и контроль качества трафика.

- Яндекс Директ
- Поиск
- РСЯ
- Антифрод

Расход	Конверсии	Клики	CTR поиска
8 325 ₺	217	3 194	16,28% после оптимизации



О проекте и задача

Клиенту требовалось увеличить количество заявок и звонков на обучение. Важно было проверить, какие инструменты работают в конкретном регионе, а какие приводят только расход бюджета.

Проект

- Клиент: школа цифровых искусств Renderia
- Гео: Ангарск, Иркутская область
- Период: 16.03-15.04
- Платформа: Яндекс Директ

Ключевая задача

Выстроить управляемую рекламную систему: собрать спрос, протестировать поиск и РСЯ, отфильтровать некачественный трафик и оставить только связки для масштабирования.

Что нужно было решить

- запустить рекламу без слива бюджета;
- разделить запросы на прямые и общие;
- проверить поиск, РСЯ и аудитории;
- подготовить объявления под разные группы;
- очистить трафик от фрода и мусорных площадок;
- улучшить CTR и снизить стоимость клика.

Структура кампаний

01

ЕПК-поиск

2 группы: прямые и общие ключи. По 3 объявления на группу. Ручное управление ставками, лимит 600 ₽/день и 4 200 ₽/нед.

02

ЕПК-РСЯ

Ключевые фразы + интересы. Аудитория родителей школьников и смежные темы обучения. После 2 недель кампания остановлена.

03

РСЯ-аудитории

Сегменты потенциальной ЦА, включая аудитории школ. Оптимизация конверсий, бюджет 1 500 ₽/нед.

Что показала структура

Общие ключи привели много нецелевого трафика, поэтому были остановлены. Бюджет перераспределили в пользу прямых запросов, а кампанию по аудиториям оставили как перспективное направление.

Что сделали после запуска

01

Анализ групп

Проверили эффективность поисковых групп и качество трафика.

02

Отключение мусора

Общие ключи, которые не давали целевых посетителей, были остановлены.

03

Бюджет в пользу спроса

Бюджет перераспределили на прямые запросы с более высоким намерением.

04

Работа над CTR

Корректировали слабые объявления и усиливали тексты.

05

Проверка РСЯ

Проанализировали площадки и сегменты в рекламной сети.

06

Антифрод

934 площадки добавили в запрет, роботные сегменты исключили из показов.

Главный фокус: очистить систему от некачественного трафика и оставить рабочие кампании

Общая статистика

Расход

8 325,40 ₺

Показы

214 088

Клики

3 194

Конверсии

217

CPA

38,37 ₺

Скриншот из рекламного кабинета

общая статистика по всем кампаниям

		Места	Расход, ₺	Показы	Клики	Конверс...	CPA, ₺	CPC, ₺	CTR, %
☐	Итого		8 325,40	214 088	3 194	217	38,37	2,61	1,49
☐	№ 708279510 ЕПК-РСЯ Редактировать Статистика	РСЯ	5 506,59	193 297	3 067	211	26,10	1,80	1,59
☐	№ 708258239 ЕПК-поиск Редактировать Статистика	Поиск	1 953,08	421	19	0	–	102,79	4,51
☐	№ 708703510 РСЯ-аудитории Редактировать Статистика	РСЯ	865,73	20 370	108	6	144,29	8,02	0,53

CTR поисковой кампании вырос

До оптимизации

3,17%

CTR поисковой кампании

После оптимизации

16,28%

CTR поисковой кампании

Эффект

рост качества

слабые связки отключены

Промежуточный показатель

☐	№	Тип	Название	Места	Расход, ₽	Показы	Клики	Конверс...	CPA, ₽	CPC, ₽	CTR, %	Доход...
	Итого				6 620,46	189 672	2 976	200	33,10	2,22	1,57	0,00
	ЕПК-РСЯ											
	Редактировать Статистика											
☐	№ 708258239	Поиск	ЕПК-поиск	Поиск	1 415,68	378	12	0	-	117,97	3,17	0,00
	Редактировать Статистика											

После оптимизации

☐	№	Тип	Название	Места	Расход, ₽	Показы	Клики	Конверс...	CPA, ₽	CPC, ₽	CTR, %	Д
	Итого				1 410,26	20 432	117	6	235,04	12,05	0,57	
☐	№ 708279510	РСЯ	ЕПК-РСЯ	РСЯ	7,13	21	2	0	-	3,56	9,52	
	Редактировать Статистика											
☐	№ 708258239	Поиск	ЕПК-поиск	Поиск	537,40	43	7	0	-	76,77	16,28	
	Редактировать Статистика											

CPC снизился, видимость сохранилась

Стоимость клика

117,97 ₺ -> 76,77 ₺

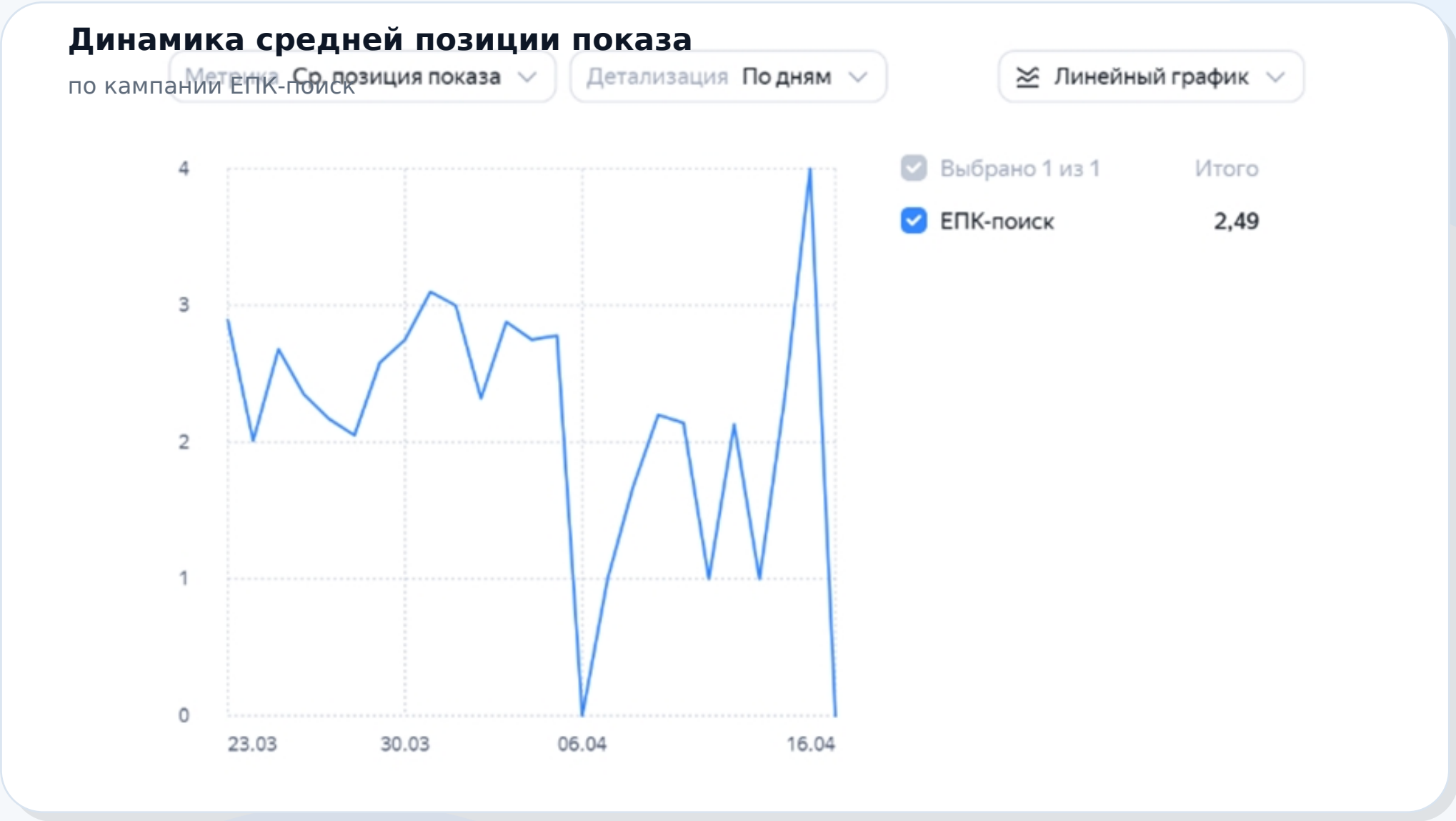
снижение CPC в поиске

Средняя позиция

2,49

хорошая видимость в выдаче

Реклама стала экономически эффективнее: ниже стоимость перехода, выше качество объявлений и контролируемая позиция показа.



Важный вывод по проекту

Ограничение рынка

Кампания не открыла весь запланированный бюджет из-за недостаточного спроса в регионе. В этой ситуации важно не дожимать расход любой ценой, а сохранять качество трафика.

Что это значит

Проблема была не в настройке кабинета, а в объёме рынка. Реклама помогла выявить рабочие сегменты, очистить трафик и подготовить основу для масштабирования.

Рекомендации по дальнейшему продвижению

- оставить поисковую рекламу по прямым запросам;
- продолжить работу с рекламой по аудиториям;
- протестировать новые сегменты и подключить ретаргетинг;
- подготовить объявления с акцентом на летние каникулы;
- дополнительно задействовать ВКонтакте, Telegram, Яндекс Карты и 2ГИС.

Результат проекта

Что удалось сделать

- выстроить полноценную рекламную систему в Яндекс Директ;
- протестировать поиск, РСЯ и аудитории;
- выявить работающие связки для конкретной ниши и региона;
- улучшить CTR поисковой кампании;
- снизить стоимость клика;
- отфильтровать некачественный и роботный трафик;
- собрать 217 целевых действий и основу для масштабирования.

Главный вывод

Контекстная реклама даёт результат не тогда, когда бюджет просто крутится, а когда кампания ежедневно анализируется, очищается от мусора и усиливается на основе реальных данных.

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