

Яндекс Директ для производства сушильных камер

Выстроили контекстную рекламу для производителя промышленного оборудования: от анализа конкурентов и УТП до семантики, тестов, антифрода и стабильного потока обращений.

В2В

промышленное оборудование

антифрод

118 конверсий

Конверсии

118

Клики

3 006

CPC

29 ₽

Расход

89 741 ₽



118

конверсий

за 4 месяца



В2В-оборудование / сушильные камеры

Контекст проекта и цель

О проекте

В начале июня 2022 года к нам обратился владелец предприятия по производству сушильных камер для пиломатериалов.

Цель

Запустить контекстную рекламу в Яндекс Директ и получить стабильный поток целевых обращений в сложной B2B-нише.

Особенности ниши

- покупка дорогого промышленного оборудования;
- длинный цикл принятия решения;
- важно отсекать нецелевые и спамные обращения;
- реклама должна вести не просто клики, а квалифицированные заявки.

Почему нельзя было просто «быстро настроить рекламу»

01

Высокая конкуренция

В поиске уже присутствовали сильные игроки, поэтому требовалось выделиться через УТП и точную структуру объявлений.

02

Дорогой клик

В B2B-оборудовании ошибка в семантике быстро приводит к сливу бюджета на нерелевантные переходы.

03

Риск мусорных заявок

Нужно было снизить долю спама, нецелевых обращений и скликиваний.

Выбранный подход

конкуренты → УТП → семантика → тесты → антифрод

Сначала собрали фундамент, а затем запускали и оптимизировали кампании по данным.

Что сделали: подготовка и запуск

01

Анализ конкурентов и УТП

Изучили конкурентов, их позиционирование и ключевые слова. На основе анализа сформировали УТП, которое помогло выделиться и увеличить долю целевых лидов.

02

Подготовка кампаний

За 4 дня собрали семантическое ядро, написали тексты объявлений, выполнили настройки кампаний и корректировки ставок по аудиториям.

Что это дало

- реклама запускалась не на догадках, а на данных по конкурентам и спросу;
- семантика была управляемой: можно было расширять охват без потери качества;
- объявления сразу учитывали УТП и особенности B2B-аудитории.

Запуск, сопровождение и антифрод

03

Запуск и сопровождение

Кампании запустили через 6 дней после старта сотрудничества. Далее шло активное ведение с июля по ноябрь 2022.

04

Тесты и расширение

Тестировали разные стратегии и варианты объявлений, регулярно собирали минус-слова и расширяли ключи для роста охвата без потери качества.

05

Антифрод и антиспам

Внедрили на сайт методы антифрода и антиспама, чтобы отсеять мусорные заявки. Доля нецелевых конверсий стала минимальной.

Фокус сопровождения

Проект вели как систему: отслеживали качество трафика, чистили нерелевантные запросы, тестировали объявления и защищали воронку от заявок, которые не имели коммерческой ценности.

118 конверсий за 4 месяца сопровождения

В конверсиях учитывали отправки формы, переходы в мессенджер и звонки.

Клики

3 006

Цена клика

29 ₽

Конверсии

118

Цена конверсии

760 ₽

Расход

89 741 ₽

Динамика результата



Рекламная система привела целевые обращения в сложной B2B-нише.

Почему это сработало

01

Сначала стратегия

Сделали конкурентный анализ и сформировали сильное УТП, а не просто запустили объявления.

02

Управляемая семантика

Собрали широкое, но контролируемое ядро и постоянно чистили трафик минус-словами.

03

Защита воронки

Антифрод и антиспам помогли направить бюджет на реальные обращения.

04

Длительное ведение

4 месяца тестов и оптимизации дали стабильность результата, а не разовый всплеск.

Контекстная реклама стала системным каналом обращений

В B2B-нише промышленного оборудования результат складывается из точной подготовки, регулярной оптимизации и защиты бюджета от нецелевого трафика.

Что получил клиент

- рекламные кампании, собранные с нуля;
- УТП на основе анализа конкурентов;
- семантическое ядро и минус-слова;
- антифрод и защита от мусорных заявок;
- 118 конверсий за 4 месяца;
- основу для дальнейшего масштабирования.

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