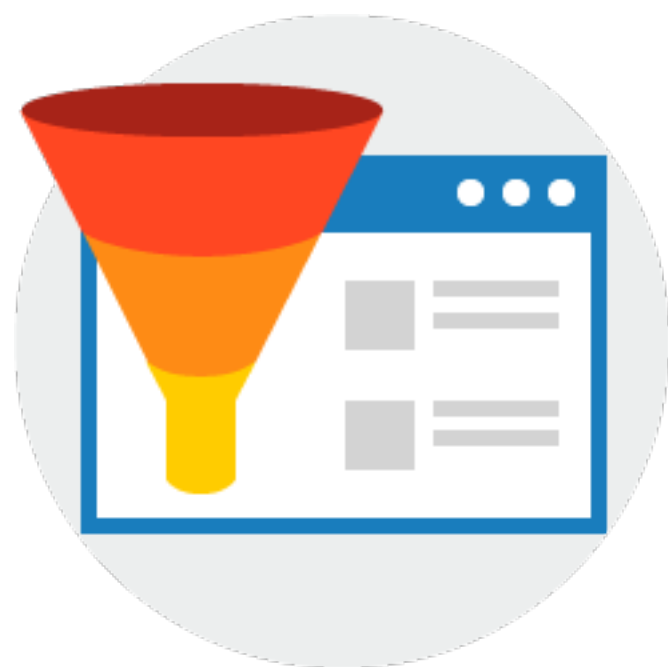


Яндекс

URBAN  
GROUP



Работа с трафиком из РСЯ  
и внешних сетей на начальных  
этапах воронки: +30% обращений  
при сохранении целевого CPA

# Urban Group

---

Недвижимость Москвы  
и Подмосковья

Вера Стефан  
Руководитель направления  
маркетинговых коммуникаций

2007

год основания

2 млн

м<sup>2</sup> жилья реализовано



# Задачи

---

- ① Найти дополнительный для поисковой рекламы источник целевых обращений

- ② Сохранить целевой CPA

Период:

2014 — н.в.

Использовали:

- › Тематическая реклама (Яндекс.Директ)
- › Яндекс.Метрика
- › CoMagic



# Почему это важно

Недвижимость — высококонкурентный рынок. Стоимость одной сделки высока — и привлечение одного клиента с помощью поисковой рекламы может быть недешевым. Около 20 застройщиков активно торгуются за пользователей, плюс агентства и порталы недвижимости. Поэтому с 2014 года Urban Group активно развивает тематическую рекламу в РСЯ и внешних сетях.

The screenshot shows a Yandex search results page. The search bar at the top contains the text "купить квартиру в подмосковье в новостройке от застрой" with a "Найти" button. Below the search bar, there are navigation links: "ПОИСК", "КАРТИНКИ", "ВИДЕО", "КАРТЫ", "МАРКЕТ", "ДИСК", "МУЗЫКА", and "ЕЩЁ".

The first search result is titled "Купить квартиру в Подмосковье! – В Новостройке" and is marked as "Реклама". It includes the text "И готовые. Сайт застройщика" and "ФЗ-214. Скидки." Below this, there is a "Контактная информация" section with a phone number and the text "пн-вс 9:00-21:00". At the bottom of this result, it says "Рассрочка 0% · Квартиры с ремонтом".

The second search result is titled "Квартиры, новостройки Подмосковья – Застройщик" and is also marked as "Реклама". It includes the text "Однцово. 30 квартир по минимальной цене! Студии от 2,9 млн" and "Без пробок 11 км от МКАД Планировки Ипотека от 10,5% Акция до 30.09". Below this, there is a "Контактная информация" section with a phone number and the text "пн-вс 9:00-21:00".

The third search result is titled "Новостройки — 35 742 квартиры в Московской области" and is marked as "Яндекс.Недвижимость > Новостройки". It includes the text "Самая актуальная база новостроек с квартирами от застройщиков, планировками и ценами. Описание, сроки сдачи, местоположение на карте, информация о застройщике." Below this, there are four images of apartment buildings, each with a caption and a price per square meter:

- UP-квартал «Сколковский» от 69 378 ₽ за м²
- Жилой район «Однцово-1» от 61 100 ₽ за м²
- ЖК «Государев дом» от 61 000 ₽ за м²
- Жилой район «Ярославский» от 69 661 ₽ за м²

On the right side of the page, there is a large advertisement for Urban Group. It features the Urban Group logo and the text "ВИДНЫЙ ГОРОД". Below this, it says "Есть 97,8 тыс. руб.? Купите квартиру!" and "ГОРОД ДЛЯ ЖИЗНИ!". At the bottom of the advertisement, it says "Выбрать квартиру".

# Решение

---



---

# Первый шаг

# Разработка эффективной структуры аккаунта: кампании в РСЯ

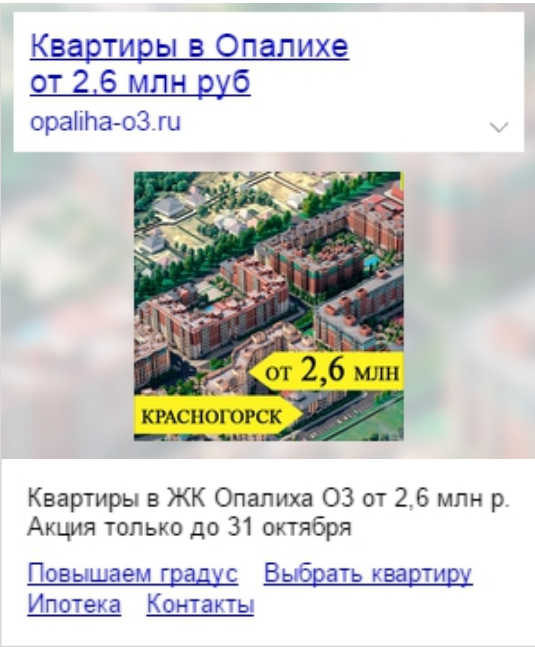
На данный момент компания продает пять жилых комплексов в Москве и Подмосковье. Чтобы привлечь покупателей на эти объекты, для Рекламной сети подготовили кампаний, которые охватывали все возможные точки контакта с посетителем: по районам объектов, по названиям ЖК, по дополнительным услугам, по брендам застройщиков и ЖК.



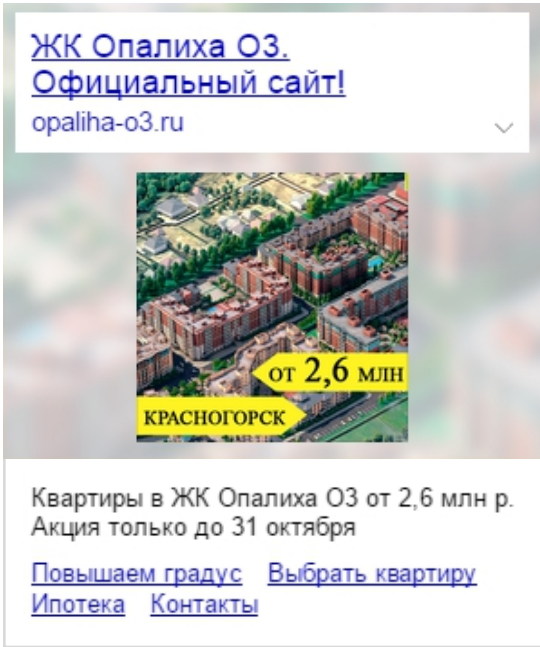
---

# Второй шаг

# Работа над эффективностью объявлений: тексты



|     |                                                                                          |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------|
| x1  | CTR                                                                                      |
| 1,7 | Глубина просмотра                                                                        |
| 49  | Отказы, %                                                                                |
| x1  | CR  |



|      |                                                                                                 |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| x1,5 | CTR                                                                                             |
| 2    | Глубина просмотра                                                                               |
| 34   | Отказы, %  |
| x5   | CR                                                                                              |

Сплит-тесты показали, что объявления с уточнением «официальный сайт» работают лучше:

- › CTR в 1,5 раза выше
- › CR в 5 раз выше

# Работа над эффективностью объявлений: тексты

Также была выявлена закономерность в количестве конверсий. Объявление с указанием минимального первоначального взноса, с указанием минимальной полной стоимости квартиры и с указанием конца действия акции показали примерно одинаковую кликабельность, но при этом объявление, которое создавало срочность, конвертировалось в 7 раз лучше.

[Есть 100 200 р? Купите квартиру!](#)  
opaliha-o3.ru



Акция: Ежемесячный платеж всего 22 700 руб. Престижная Новая Рига!  
[Повышаем градус](#) [Выбрать квартиру](#)  
[Ипотека](#) [Схема проезда](#)

|     |                   |
|-----|-------------------|
| x1  | CTR               |
| 1,5 | Глубина просмотра |
| 41  | Отказы, %         |
| x1  | CR                |

[ЖК Опалиха О3 от 2.6 млн. руб!](#)  
opaliha-o3.ru



Проектная декларация на рекламируемом сайте  
Акция: Ежемесячный платеж всего 22 700 руб. Престижная Новая Рига!  
[Повышаем градус](#) [Выбрать квартиру](#)  
[Ипотека](#) [Схема проезда](#)

|      |                   |
|------|-------------------|
| x1,2 | CTR               |
| 2    | Глубина просмотра |
| 32   | Отказы, %         |
| x3   | CR                |

[ЖК Опалиха О3. Акция до 31.10.16](#)  
opaliha-o3.ru



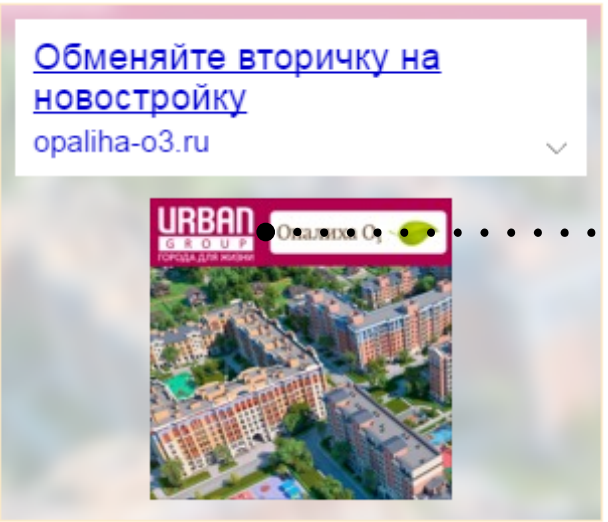
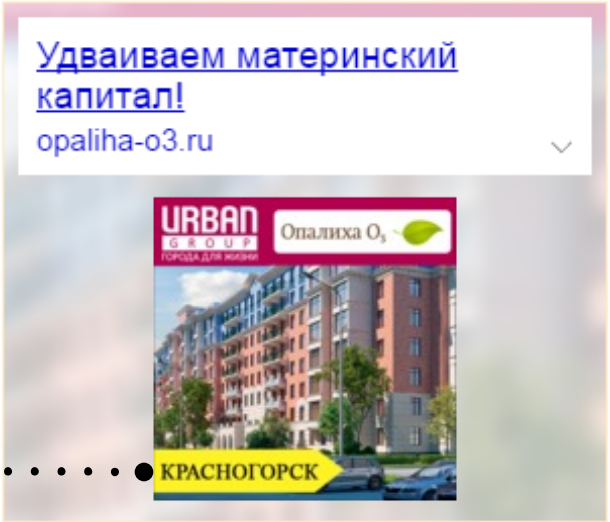
Проектная декларация на рекламируемом сайте  
Акция: Ежемесячный платеж всего 22 700 руб. Престижная Новая Рига!  
[Повышаем градус](#) [Выбрать квартиру](#)  
[Ипотека](#) [Схема проезда](#)

|    |                   |
|----|-------------------|
| x1 | CTR               |
| 2  | Глубина просмотра |
| 32 | Отказы, %         |
| x7 | CR                |

# Работа над эффективностью объявлений: картинки, тексты

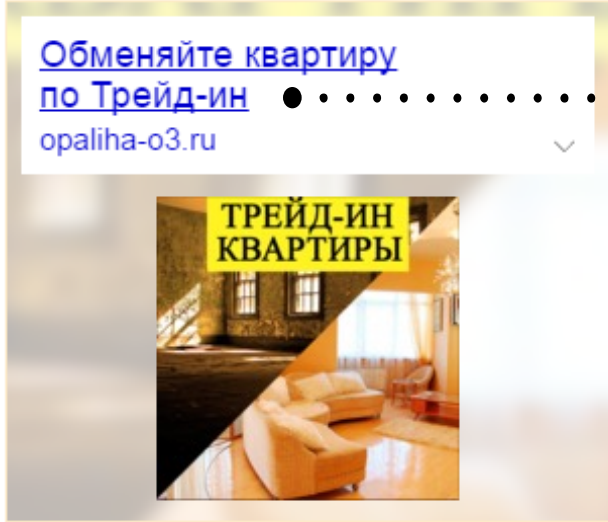
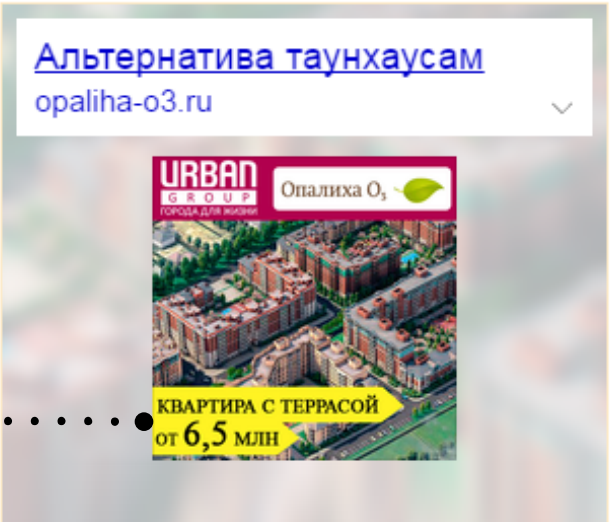
В результате анализа размещений удалось выработать внутренние инструкции по созданию эффективных объявлений в РСЯ и внешних сетях.

Акцент на локацию, чтобы фильтровать тех, кто хочет квартиру в другом направлении



Лого 10% площади для поддержки имиджевой составляющей

Плашка для дополнительных акцентов



Создать интригу

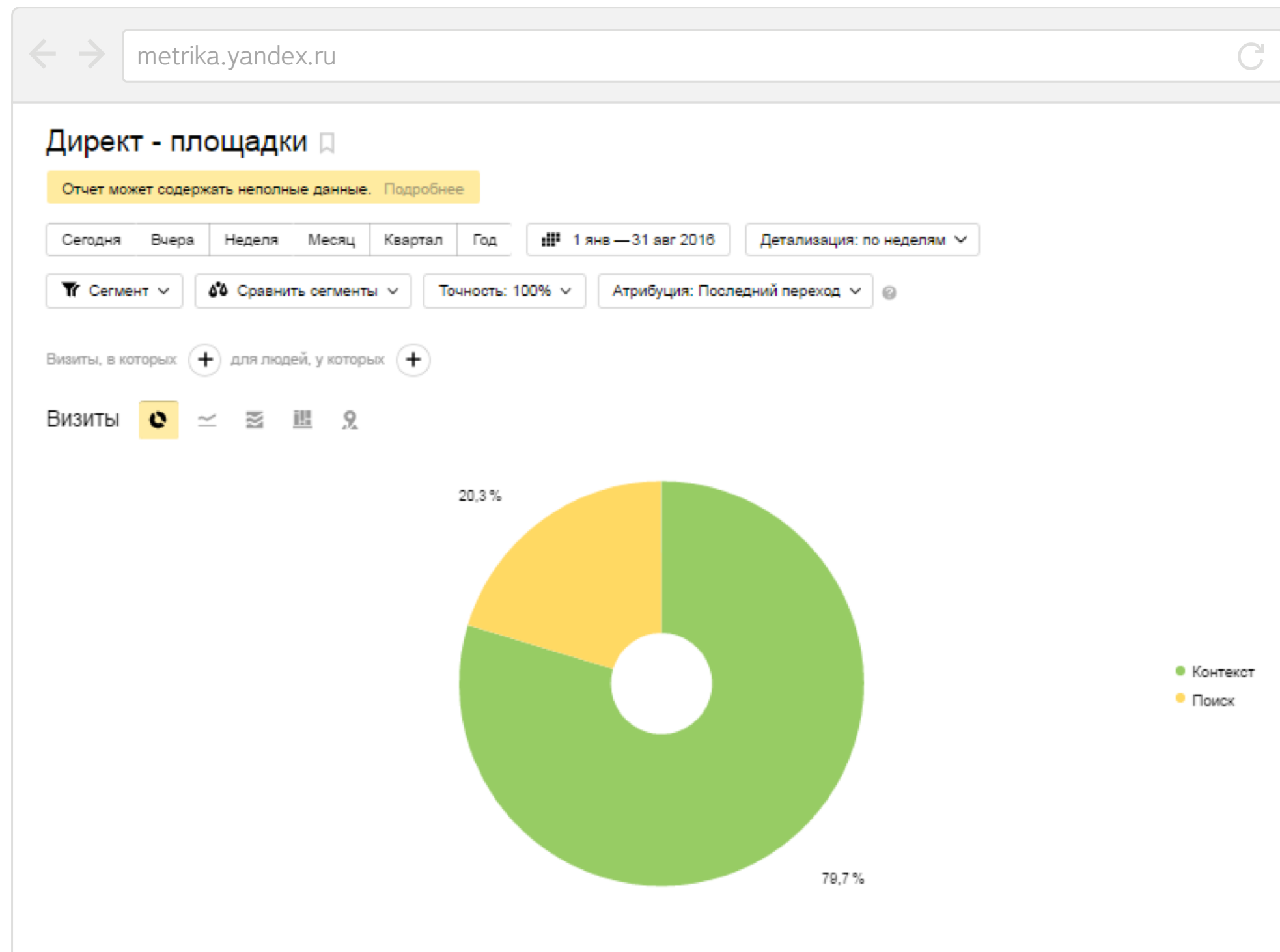
---

# Третий шаг

# Работа над эффективностью объявлений: картинки, тексты

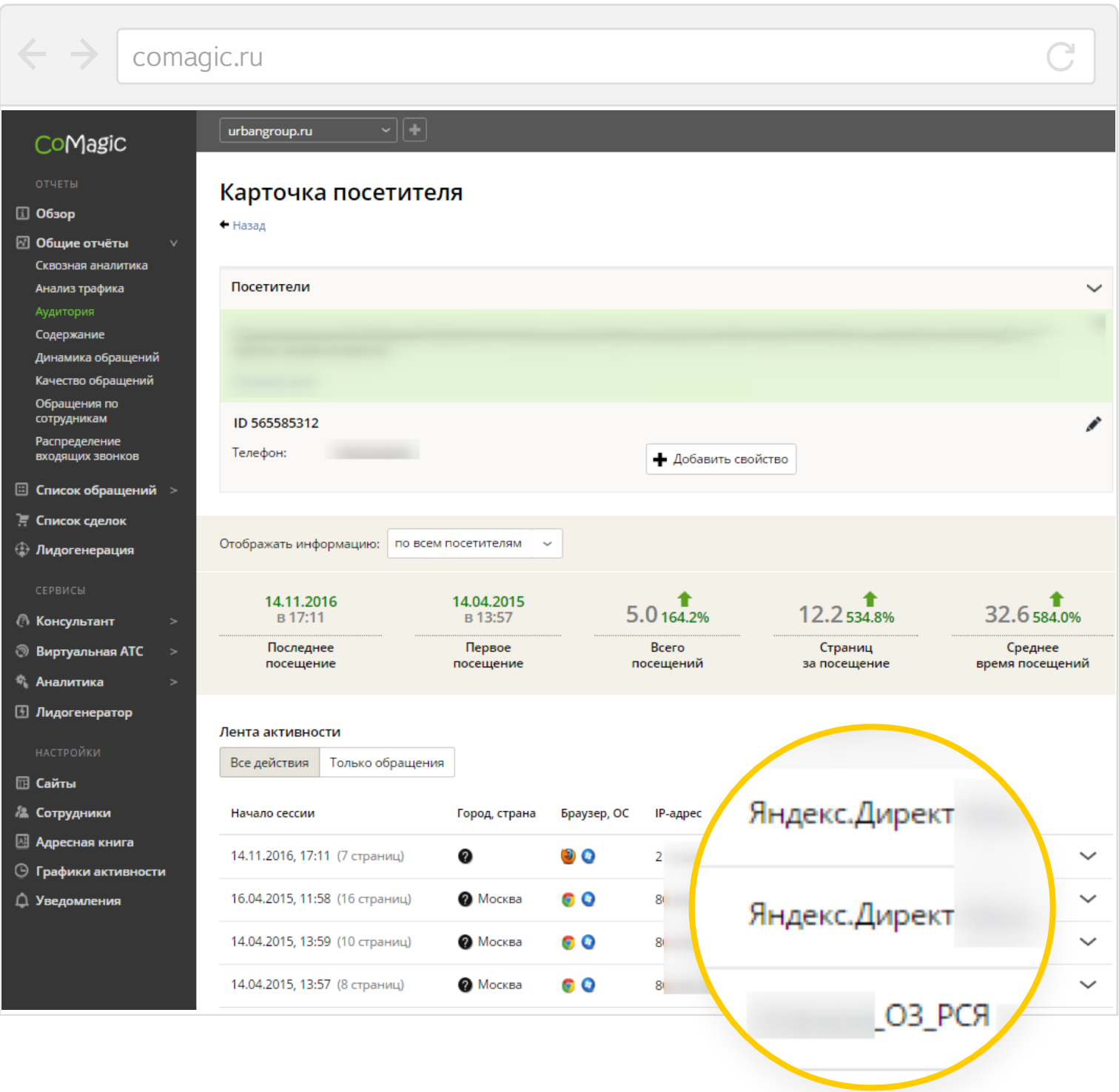
80% трафика приходит с сетевых кампаний (в отчёте Метрики «Директ-площадки» обозначены как «контекст»).

При этом средняя стоимость клика составила 22 ₽, это почти в 5 раз меньше, чем на поиске.



# Роль РСЯ как вспомогательного канала

Если посмотреть отчёт CoMagic в разрезе уникального посетителя, можно увидеть, что в 30% случаев успешных обращений пользователь впервые переходил на сайт с кампаний в сетях — а обращался через некоторое время при повторном заходе через другой канал.

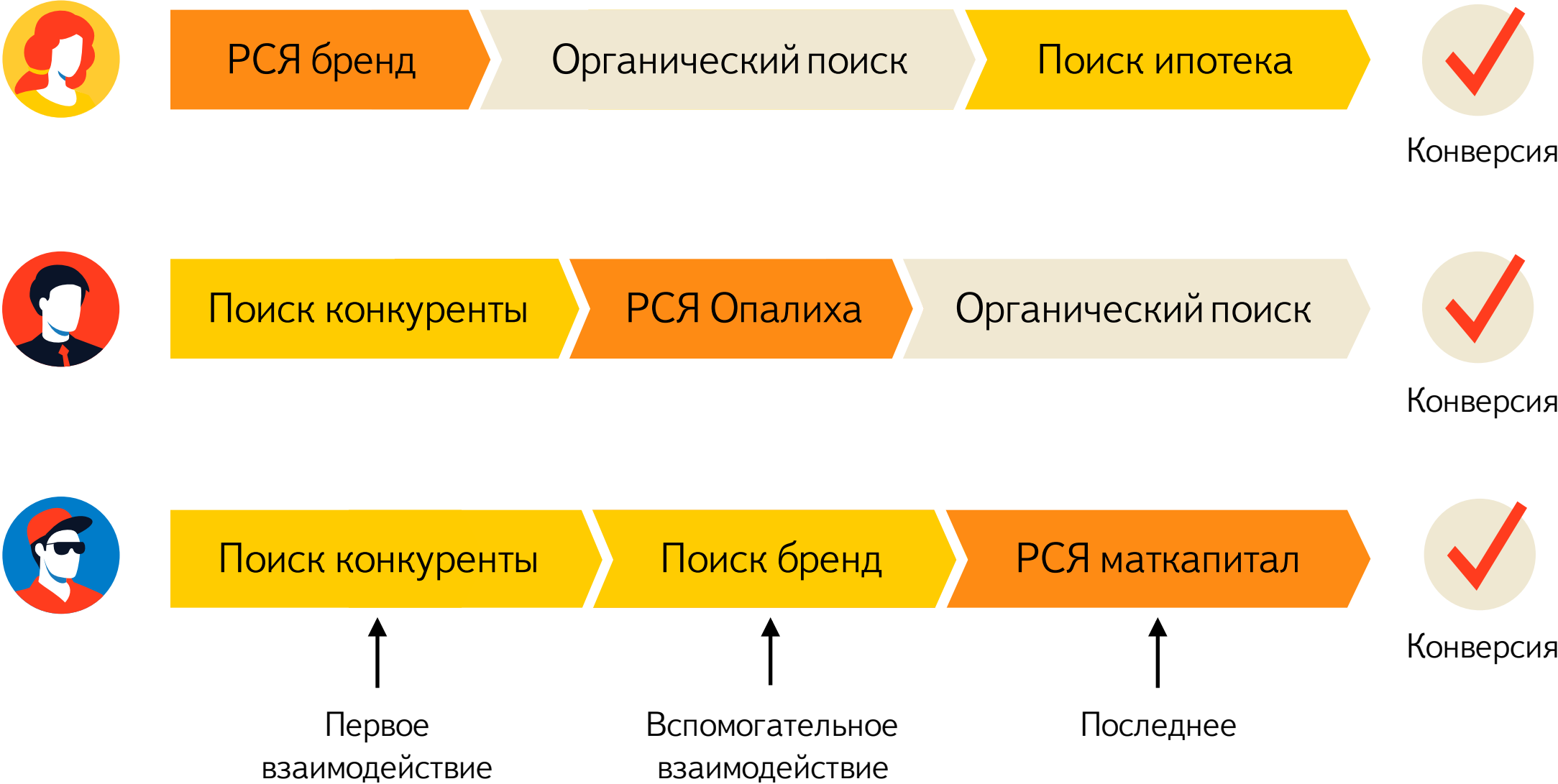


# Роль РСЯ как вспомогательного канала

Прямые обращения из РСЯ также есть, однако в целом конверсия с сетей в моменте ниже, чем с поиска. В целом микс поиска и РСЯ обеспечивает выполнение таких KPI:

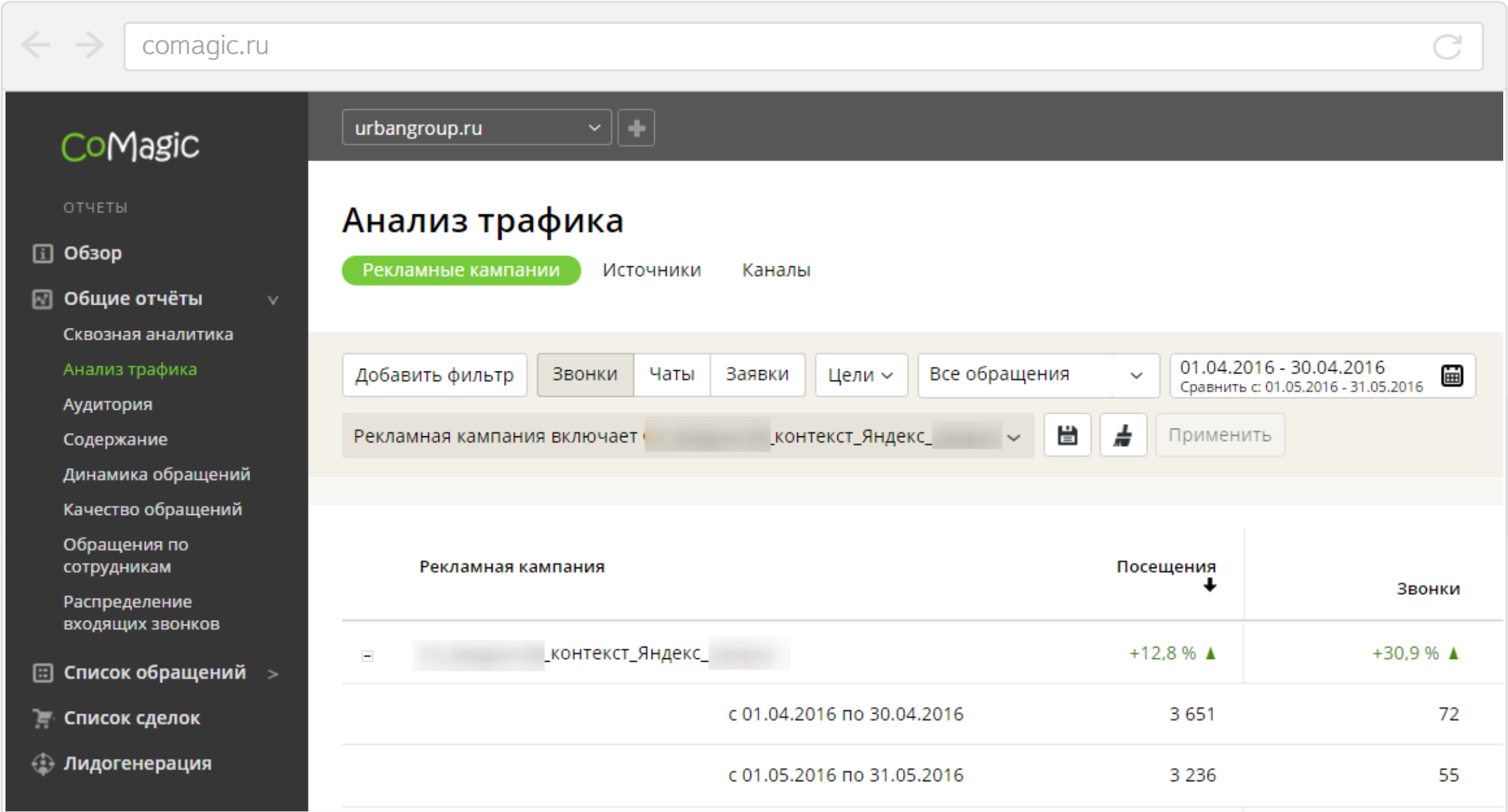
- › 60 ₽ средняя стоимость клика из Директа
- › 4 700 ₽ средняя стоимость целевого обращения
- › более 1 500 целевых обращений в месяц

## Примеры пути конверсии (многоканальные последовательности)



# Анализ трафика из Рекламной сети

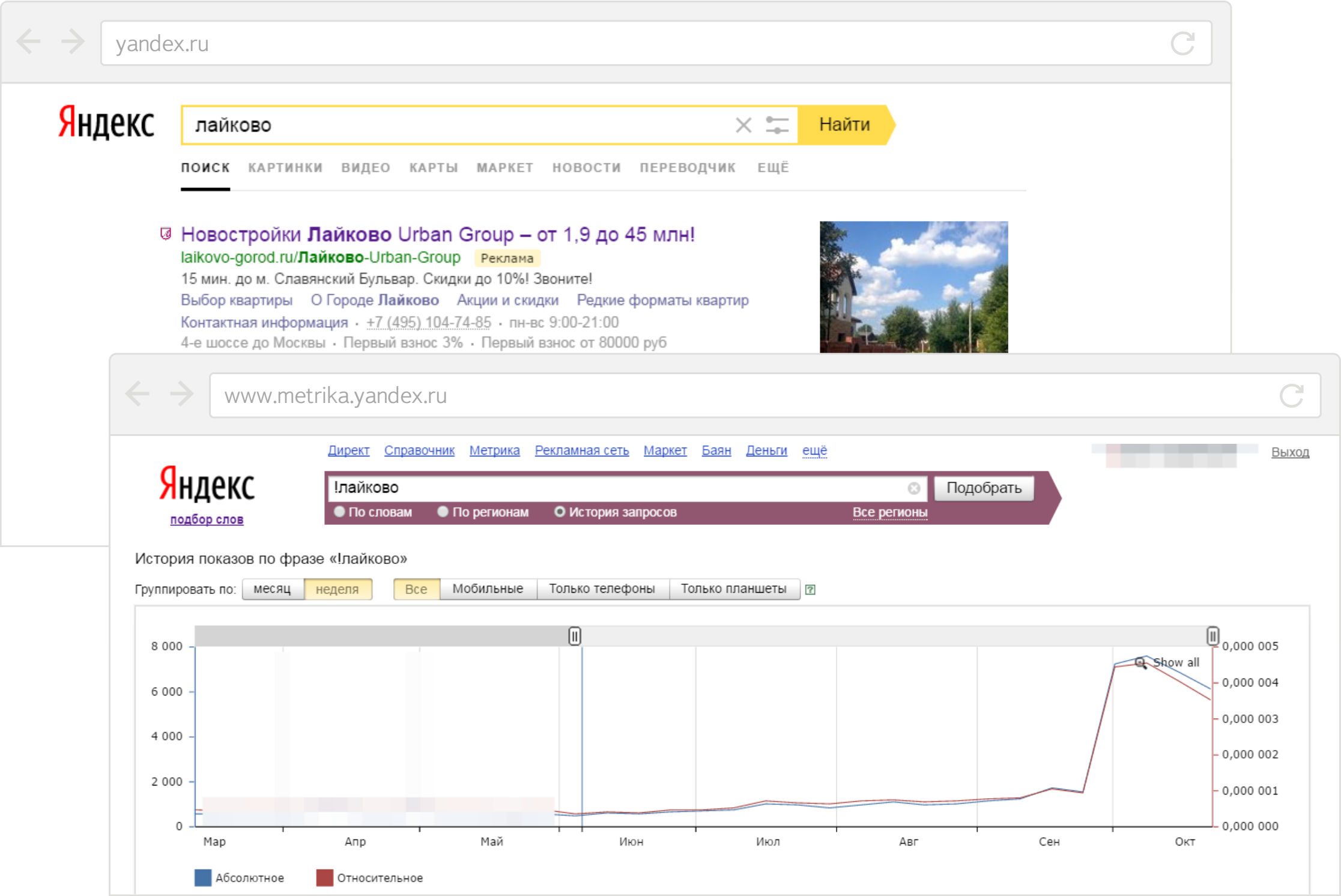
Целевых обращений стало больше на 30% при сохранении стоимости привлечения одного обращения.



# Анализ трафика из Рекламной сети

А главное — размещение в РСЯ решает задачу роста интереса к бренду и спроса по самым конверсионным (и недорогим) «брендовым» запросам по названию ЖК и названию компании.

На графике сервиса wordstat видно, как в результате старта рекламной кампании лавинообразно растет спрос по брендовым запросам про ЖК «Лайково».



---

# Результаты

# Urban Group

Недвижимость Москвы и Подмосковья

## Задача:

1. Найти дополнительный для поисковой рекламы источник целевых обращений
2. Сохранить целевой CPA

## Использовали

Яндекс.Директ

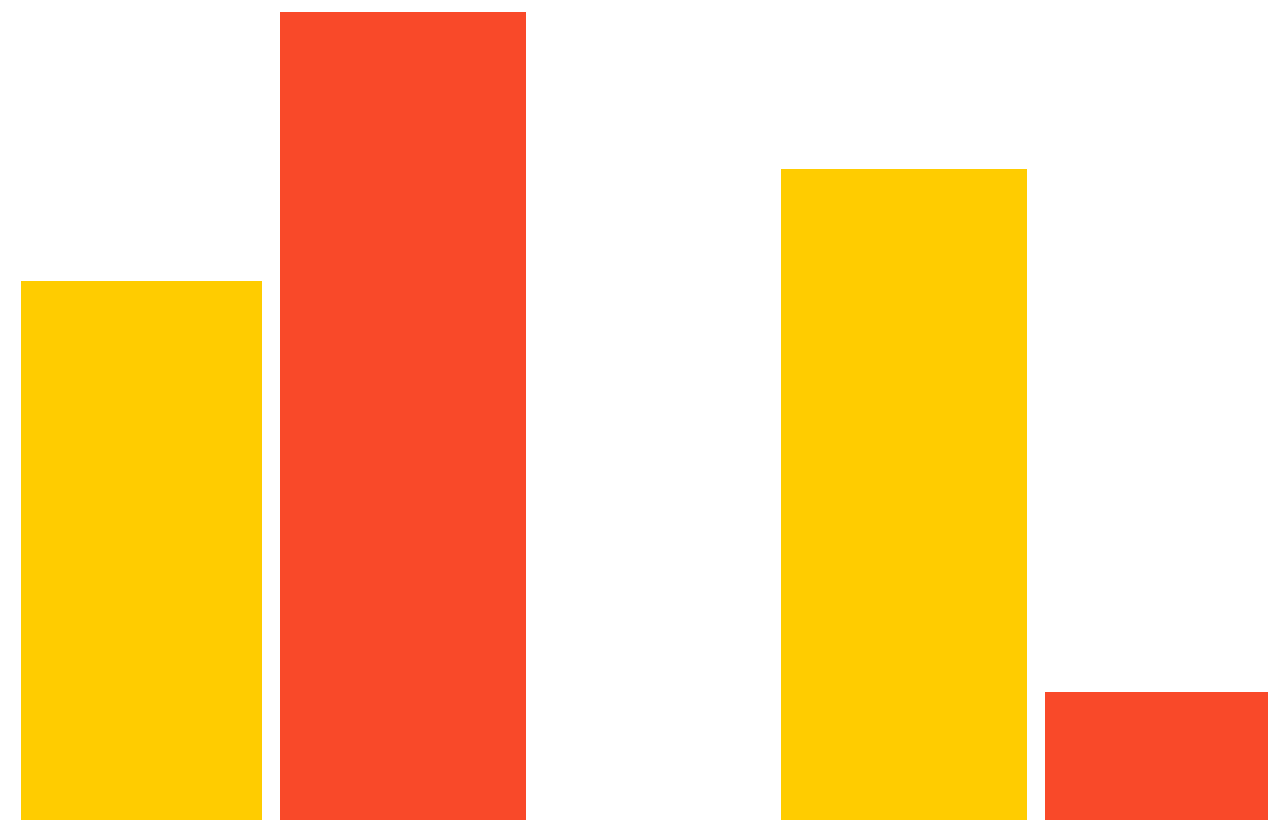
- Тематическая реклама

Яндекс.Метрика

CoMagic

## Период

2014 — н.в.



на 30%

больше целевых  
обращений

в 5 раз

ниже стоимость  
клика в РСЯ



“

У поиска есть потолок емкости, ограниченный ценой привлечения одного обращения. Сети помогают «пробить» его и заодно решают трастовую задачу: увеличивают охват и создают ощущение присутствия бренда на всем пути пользователя к покупке.

Вера Стефан

Руководитель направления маркетинговых коммуникаций

Яндекс



Кейс подготовлен совместно  
с сервисом CoMagic

[comagic.ru](https://comagic.ru)

Яндекс

**adventum.**

Кейс подготовлен совместно  
с агентством Adventum

[adventum.ru](https://adventum.ru)

Яндекс