



ЧЕК-ЛИСТ + КАЛЬКУЛЯТОР

Яндекс Директ без слива бюджета

Проверьте экономику, посадочную страницу и рекламную связку до запуска, чтобы платить не за случайные клики, а за понятную систему получения заявок.

Что внутри

- Как рассчитать допустимую цену заявки
- Что проверить на сайте перед запуском
- Какая связка чаще подходит под вашу нишу
- Как тестировать рекламу 7-14 дней и не гадать

Нужна быстрая оценка вашей ниши и сайта? Напишите Елене:

[Написать в Telegram](#)

[Написать в MAX](#)



ЗА 10 МИНУТ

Что вы поймёте после проверки

От вас не требуется знания рекламного кабинета.
Достаточно пройти блоки по порядку и отметить слабые места.

1. Экономика

Сколько может стоить заявка, чтобы реклама не работала в минус.

2. Посадочная

Готов ли сайт или квиз принимать платный трафик из Яндекс Директа.

3. Связка

Что тестировать первым: Поиск, РСЯ, Карты, квиз, лендинг или ретаргетинг.

4. Масштабирование

Когда можно увеличивать бюджет, а когда лучше сначала исправить слабые места.

Отметьте пункты в чек-листах ниже. Если слабых мест больше 5, лучше начать с короткого аудита связки: оффер, сайт, аналитика и план запуска.

[Заказать аудит связки →](#)

[Написать в Telegram](#)

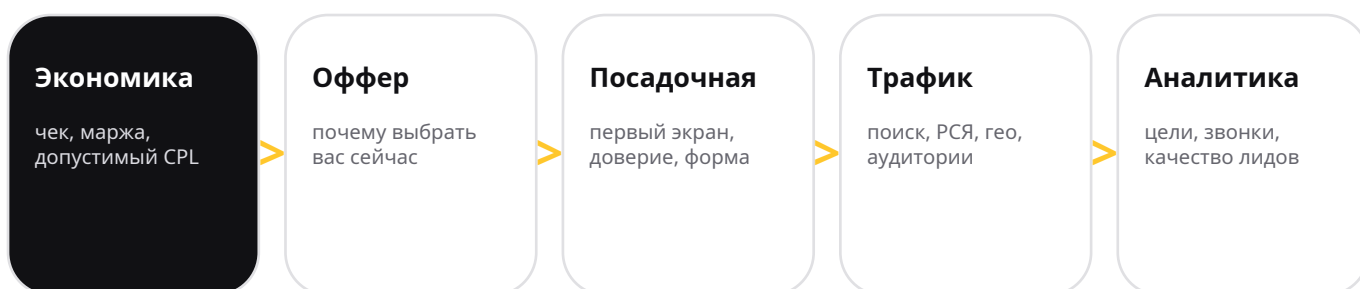
[Написать в MAX](#)



ЛОГИКА

За заявки отвечает маркетинговая связка

Яндекс Директ даёт трафик. Но цена заявки зависит от всей цепочки: от смысла в объявлении до обработки обращения.



Где обычно теряются деньги

Нет расчёта цены заявки

Бюджет тратится, но непонятно, хороший результат или уже минус.

Оффер как у всех

Клиент кликает, но не видит причины оставить заявку именно вам.

Сайт не дожимает

Трафик есть, а форма, доверие и первый экран не помогают конверсии.

Нет первых корректировок

После запуска не чистятся площадки, запросы, креативы и слабые сегменты.



РАСЧЁТ

Как понять нормальную цену заявки

До запуска важно знать не абстрактное “хочу дешево”, а коридор цены лида, который выдерживает экономика бизнеса.

Базовая формула

Цена заявки в ноль = средний чек x маржа x закрываемость заявок

Пример расчета

50 000 ₽

средний чек

30%

маржа

20%

закрываемость

3 000 ₽

CPL в ноль

Если заявка стоит до 3 000 ₽, проект примерно выходит в ноль по валовой прибыли. Для теста лучше закладывать запас: комфортный коридор может быть 1 200-2 100 ₽.

Важно

Цена лида сама по себе не показывает качество рекламы. Заявка за 850 ₽ может быть дорогой, если она нецелевая. Заявка за 3 000 ₽ может быть выгодной, если клиент приносит прибыль и повторные продажи.

Хотите быстро прикинуть ваш коридор CPL? Пришлите чек, маржу и закрываемость:

Написать в Telegram

Написать в MAX



МИНИ-БРИФ

Заполните свои цифры перед запуском

Эти 6 строк помогут понять, какой тест имеет смысл и где риск переплаты.

Средний чек

Например: 50 000 ₽

Маржа / валовая прибыль

Например: 30%

Закрываемость заявок

Например: 10-25%

Цена заявки в ноль

чек x маржа x закрываемость

Комфортная цена заявки

цена в ноль x 40-70%

Тестовый бюджет

минимум на проверку гипотез

Если не знаете закрываемость

Начните с осторожного диапазона: 10-15% для холодных заявок и 15-25% для более теплого спроса. После теста замените гипотезу реальными цифрами из CRM или таблицы обработки лидов.

Если не хотите считать вручную - отправьте цифры, подскажу ориентир:

Написать в Telegram

Написать в MAX



ПОСАДОЧНАЯ

Готов ли сайт принимать платный трафик

Чек-лист быстрой проверки готовности сайта к запуску трафика.
Примерное время - 1 минута.

- 1 Первый экран сразу объясняет: что вы предлагаете, для кого и в каком городе/регионе.
- 2 Есть сильный оффер: цена, выгода, срок, гарантия, бонус или понятная причина обратиться сейчас.
- 3 Есть доказательства: кейсы, цифры, фото работ, отзывы, сертификаты, примеры.
- 4 Форма заявки короткая и видна без долгого поиска.
- 5 Есть альтернативный контакт: звонок, мессенджер, квиз или быстрый расчет.
- 6 Понятно, что произойдет после заявки: консультация, расчет, подбор, аудит.
- 7 Страница не перегружена лишним текстом и блоками.
- 8 Есть смыслы под разные сегменты: частник/B2B, район/город, услуга/продукт.
- 9 Подключена аналитика: формы, звонки, клики по мессенджерам, UTM-метки.

Когда нужен аудит посадочной

Если отмечены не все пункты, лучше сначала проверить страницу. Иногда правка первого экрана и формы снижает цену заявки сильнее, чем перенастройка кабинета.

Написать в Telegram

Написать в MAX



РЕКЛАМА

Что должно быть в настройке Директа

Вам не нужно проверять технические детали. Достаточно увидеть, есть ли логика управления бюджетом и заявками.

Структура и объявления

- Кампании разделены по смыслу: Поиск, РСЯ, ретаргетинг, тестовые гипотезы.
- Есть минус-слова и отсеечение нерелевантных запросов.
- Объявления написаны под боль и задачу клиента, а не общими фразами.
- Для РСЯ подготовлены разные креативы, заголовки и офферы.
- Быстрые ссылки и уточнения усиливают доверие и предложение.

Аналитика и контроль

- Настроены цели, UTM и отслеживание источника заявки.
- Есть план чистки площадок, запросов и слабых сегментов.
- Не смешиваются все аудитории и форматы в одну непонятную кампанию.
- Есть критерии успеха: цена заявки, качество лида, конверсия в продажу.
- После запуска запланированы первые корректировки, а не ожидание "месяц без действий".

Как это устроено у меня

Ежедневный мониторинг площадок и запросов + понятный отчет по расходу, количеству заявок и первым корректировкам.



КАРТА СВЯЗОК

Что тестировать сначала?

Это не универсальный рецепт. Финальный выбор зависит от ниши, региона, чека, сайта и конкурентов.

Ниша / задача	Стартовая связка	Что контролировать
Ремонт / строительство	Поиск + РСЯ + лендинг/квиз + ретаргетинг	цена заявки, качество брифа, сезонность
Недвижимость	РСЯ + аудитории + квиз + сегменты по гео	район, бюджет клиента, качество обращения
Автосервис	Поиск по услугам + Карты + локальное гео + РСЯ	звонки, срочность, повторные визиты
B2B / оборудование	Поиск + посадочная под боль + кейсы + ретаргетинг	качество лида, должность, цикл сделки
Медицина / услуги	Поиск + гео + доверие + понятная запись	записи, звонки, доверие, ограничения рекламы
Локальный бизнес	Карты + Поиск + РСЯ на район + быстрый оффер	район, звонки, цена первого визита

Не уверены, что выбрать для вашей ниши?

Пришлите нишу, город и ссылку на сайт. Подскажу, какую связку я бы проверяла первой.

Написать в Telegram

Написать в MAX



ТЕСТ 7-14 ДНЕЙ

Как запускать аккуратно и с контролем

Цель первого этапа - не “идеальная реклама”, а проверка гипотез: где есть заявки, где мусор, что можно масштабировать.

01 Разбор ниши

Спрос, гео, конкуренты, цена заявки, ограничения и путь решения клиента.

02 Проверка посадочной

Понимаем, можно ли вести трафик на текущий сайт, квиз или нужна правка оффера.

03 Сбор гипотез

Выбираем 1-3 связки: Поиск, РСЯ, ЕПК, квиз, ретаргетинг, локальное гео.

04 Запуск и контроль

Смотрим клики, заявки, мусор, площадки, креативы, формы, звонки.

05 Корректировки

Отключаем слабое, усиливаем рабочее, уточняем офферы и сегменты.

Когда можно масштабировать

Не когда “есть клики”, а когда понятно: какой сегмент дает адекватные заявки, какая посадочная конвертирует, какие обращения подходят отделу продаж и какая цена лида укладывается в экономику.



СЛЕДУЮЩИЙ ШАГ

Хотите понять, какая связка сработает у вас?

Пришлите нишу, город, ссылку на сайт и примерный средний чек. Я посмотрю, где слабые места и что стоит тестировать первым.

С чем можно обратиться

Аудит

реклама, сайт, оффер, аналитика

Ведение контекста

запуск, контроль, корректировки

Посадочная

лендинг/квиз под заявки

Полная связка

оффер + сайт + Директ + масштабирование

Как я работаю

От разбора ниши и посадочной - до потока лидов. С последующим масштабированием. Работаю на уровне связки, а не только рекламного кабинета.

Связаться:

Написать в Telegram

Написать в MAX