

**Увеличили количество  
лидов по стеклянной посуде  
и столовым приборам  
для ресторанов в 3 раза**

Для интернет-магазина «Клен»  
Лидер на российском рынке B2B HoReCa



# Маркет «Клен» специализируется на проектировании и комплексном оснащении ресторанов, кафе и баров

**25 лет**

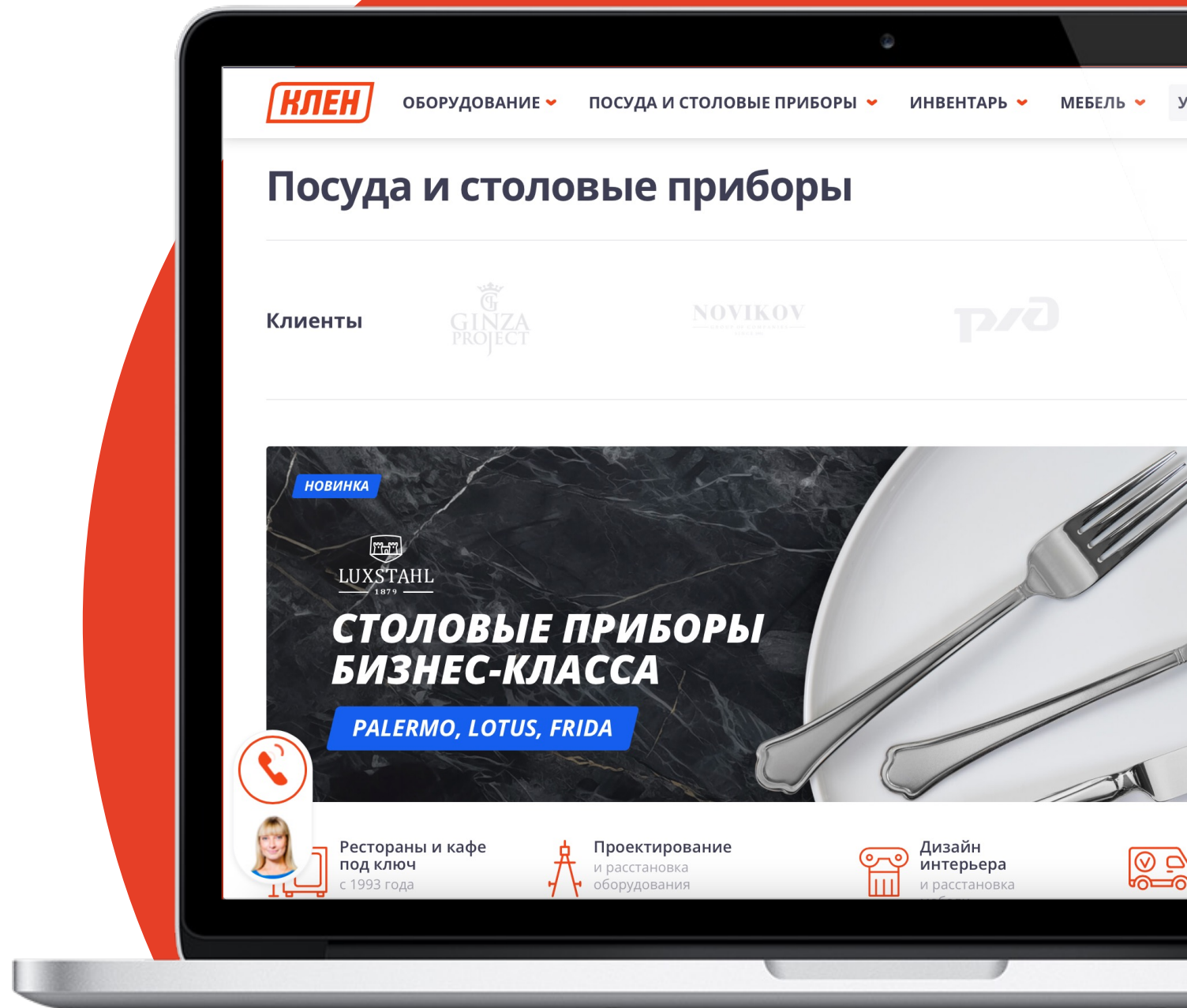
на российском  
рынке HoReCa

**30+**

дилеров  
по всей стране

**Все регионы РФ**

география обслуживания



# Цель – рост продаж в категории столовых приборов и стеклянной посуды

---

## Задача

1. Увеличить количество заявок по двум категориям с большим ассортиментом за короткий срок
2. Снизить стоимость привлечения клиента
3. Протестировать Товарную РК в Яндекс Директ

## Период

Январь - май 2023

## Площадка

Яндекс.Директ

## Количество товаров и категорий

1. SKU стеклянной посуды - 750
2. SKU столовых приборов - 280

# Подход к запуску – Товарная РК как основной инструмент продвижения

---

- #1** Использовали все доступные форматы рекламных кампаний: Поиск, РСЯ, DSA, Смарт-баннеры, Мастер Кампаний, Товарная РК
- #2** Использовали брендовые минус-слова, чтобы не перетягивать свою же аудиторию
- #3** В объявлениях делали акцент на то, что товары предназначены для реализации только в барах и ресторанах, оптом, отсекая B2C-аудиторию
- #4** Спустя месяц переместили бюджет на Товарную РК с менее эффективных кампаний, чтобы она работала без остановок и продолжила процесс обучения
- #5** Генерировали товары на основе данных сайта, таргетинга по страницам (в связи с техническими особенностями фида)
- #6** По максимуму использовали все элементы кампании (картинки, заголовки, видео). Не ограничивали ее минус-словами, кроме брендовых, для ускорения обучения

# Товарная РК - эффективный инструмент для масштабирования категории с широким ассортиментом

---

## #1

Важно в фиде разделить категории через параметр categoryId и заполнить все параметры, которые учувствуют в ранжировании объявления в выдаче

## #2

Важно сохранять баланс между набором таргетингов и ёмкостью целевой B2B аудитории. Использовать «фильтры» в текстах объявлений, минус-слова

## #3

Увеличение бюджета в несколько раз и расширение аудитории не привело к росту CPL. Более того, в процессе размещения удалось снизить показатель на 18%

# Результаты

---

**-18%**

Снижение CPL за 5 месяцев.

**2 700**

Максимальное количество товаров в одном заказе на сайте

**+0,52%**

Рост CR и ежемесячная положительная динамика количества лидов

**100-300**

Среднее количество единиц товара в каждом заказе

**X3** раза

Рост числа входящих заявок в месяц

