

[T-REX DIGITAL // CREDENTIALS]

**БОГАТЫЙ ОПЫТ РАБОТЫ
СТРОИТЕЛЬНОЙ СФЕРОЙ**

СТАНДАРТНЫЕ КАНАЛЫ БОЛЬШЕ НЕ РАБОТАЮТ КАК РАНЬШЕ.

Стоимость клика в контекстной рекламе для строительной ниши выросла кратно. Клиенты дольше принимают решения, а конкуренция за горячий трафик съедает маржу. Для стабильного потока заявок требуется пересмотр площадок присутствия и фокус на платформах с уже сформированным горячим спросом.

ПОЧЕМУ АВИТО ПРЯМО СЕЙЧАС?

■ Горячий спрос:

Пользователи заходят на платформу с уже сформированной потребностью купить материалы или заказать услугу.

■ Низкий CPA:

Стоимость привлечения лида (CPA) в 3-4 раза ниже, чем в классических поисковых системах.

■ B2B сегмент:

Более 40% аудитории в строительных категориях — это прорабы, застройщики и оптовые покупатели.

КАК МЫ СНИЗИЛИ СТОИМОСТЬ ЛИДА В СТРОИТЕЛЬСТВЕ.

Реальные цифры. Прозрачная аналитика. Один месяц работы.

[03 / КЕЙС: РЕЗУЛЬТАТ]

221

ЦЕЛЕВОЙ КОНТАКТ ЗА 1 МЕСЯЦ

+97,3% рост конверсии.
Средняя стоимость
за контакт: 233,2 ₽.

[03 / КЕЙС: АНАЛИТИКА]

Воронка продаж

Просмотры

22 082 +155,6%

В среднем 2,3 Р за просмотр

Контакты

221 +97,3%

В среднем 233,2 Р за контакт

Избранное

2 326 +135,4%

22 082 ПРОСМОТРА

Полученные контакты
2,3 Р в среднем за просмотр **(+155,6% рост)**

51 538 Р РАСХОДЫ РАСХОДЫ

Оптимизированный рекламный бюджет

305 АКТИВНЫХ ОБЪЯВЛЕНИЙ ОБЪЯВЛЕНИЙ

Масштабная товарная матрица **(+771,4% рост)**

СТРУКТУРА КОНТАКТОВ: ИЗУЧЕНИЕ ИНТЕНТА

2 326

Добавлений в избранное (+135,4%)

Формирование отложенного спроса B2B сектора.

221

104 —

Написали в чат
(Быстрые запросы /
просчет сметы)

95 —

Посмотрели телефон
(Прямые звонки на
производство/склад)

22 —

Посмотрели телефон и написали
(Максимально горячий
интент)

ПОЧЕМУ **МЫ?**

Нишевая экспертиза.

Мы понимаем специфику стройматериалов, логистики и сезонности. Мы говорим на языке вашего бизнеса.

Аналитический подход.

Не просто публикуем объявления, а строим математически выверенную воронку продаж на основе данных.

Дизайн и копирайтинг.

Упаковываем ваши предложения так, чтобы они пробивали баннерную слепоту на платформе.

ЧТО ДАЛЬШЕ?

01. АУДИТ.

Анализируем ваших конкурентов и текущие позиции на площадке.

02. СТРАТЕГИЯ.

Формируем товарную матрицу и просчитываем медиаплан.

03. ЗАПУСК.

Оформляем магазин, публикуем объявления, подключаем платное продвижение.

04. ОПТИМИЗАЦИЯ.

Снижаем стоимость лида (CPL) и масштабируем результат.