ДЕМО-ПРИМЕР Аудит рекламного кабинета · пакет «Стандарт»

Аудит Яндекс Директа: куда уходит бюджет и что исправить первым

Клиент: **Студия ремонта «Пример-Ремонт», Казань** · сайт **example-remont.ru**
Период: **29.08–27.09.2026** (динамика за 90 дней) · 9 кампаний: Поиск, РСЯ, Мастер кампаний · данные выгружены по API

Расход за 30 дней	Заявок по CRM	Цена заявки сейчас	Утекает в месяц
186 400 ₽	**61**	**3 056 ₽**	**58 900 ₽**
2 870 кликов · CPC 65 ₽	Метрика считает 84 (см. стр. 3)	цель клиента: до 3 000 ₽	31,6% бюджета

01 Резюме для руководителя

- Из 186 400 ₽ за месяц **58 900 ₽ (31,6%)** ушли на клики, которые не могли дать заявку.
- Две трети потерь закрываются за 30 минут: готовые списки минус-слов и площадок вставляются в кабинет.
- Автостратегия РСЯ учится не на заявках, а на «посещении 2+ страниц». Пока это так, РСЯ будет дорогой.
- Метрика завышает заявки на 38%: 84 против 61 в CRM. Решения по кампаниям сейчас принимаются по неверным цифрам.
- После правок P1–P2 цена заявки снизится примерно до **2 090 ₽** при том же числе заявок.

02 Потери по категориям

₽ за 30 дней

Категория	Что нашли	Потери	Доля	Приор.
Мусорные запросы	214 запросов без шанса на заявку: «своими руками», вакансии, «фото и идеи», образцы смет	**17 840 ₽**	30% утечек	P1
Площадки РСЯ без заявок	63 площадки: мобильные игры, приложения-утилиты, внешние DSP-сети, CTR до 9,8%	**21 360 ₽**	36% утечек	P1
Неверная цель стратегии	РСЯ и Мастер кампаний учатся на цели «2+ страницы» (1 240 «конверсий»). Ищут тех, кто листает, а не оставляет заявку	**11 200 ₽**	19% утечек	P1
Пересечения кампаний	38 одинаковых фраз в «Поиск_Квартиры» и Мастере кампаний: показывается общее объявление МК, клик дороже на 11%	**4 300 ₽**	7% утечек	P2
Расписание и гео	Ночь 00–07: 4 470 ₽ и 1 заявка (переплата 1 400 ₽). 2 800 ₽ ушло в Набережные Челны и Альметьевск, где бригад нет	**4 200 ₽**	7% утечек	P2
Итого утечек		**58 900 ₽**	**31,6% от расхода**	

03 Топ-5 действий

P1	Вставить 214 минус-слов и исключить 63 площадки РСЯ (списки готовы, вкладки 3 и 4 Excel)	**−39 200 ₽**
P1	Создать составную цель «Заявка» и перевести на неё РСЯ и Мастер кампаний	**−11 200 ₽**
P1	Исправить цель формы и передавать звонки из коллтрекинга в Метрику	**точный учёт**
P2	Убрать пересечения Поиска и Мастера кампаний по 38 фразам	**−4 300 ₽**
P2	Сузить гео до «Казань + 25 км», ночью понизить ставку на 70%	**−4 200 ₽**

Объём проверки

всё смотрим построчно, а не по сводке

кампаний	поисковых запросов	площадок РСЯ	объявлений	целей Метрики	заявок сверено с CRM
9	**1 862**	**1 240**	**41**	**6**	**61**

04 Поисковые запросы: фрагмент разбора

всего разобрано 1 862 запроса

Каждый запрос, по которому был клик, получает вердикт. Ниже 12 строк из выгрузки: по ним видно, как деньги делятся на «работающие» и «мусор». Полный список с вердиктами во вкладке «Запросы».

Запрос пользователя	Кампания	Клики	Расход	Заявки	CPA	Вердикт	Действие
ремонт квартир казань под ключ цена	Поиск_Квартиры	214	28 890 ₽	14	2 064 ₽	целевой	поднять ставку на 15%
ремонт однокомнатной квартиры казань цена за м2	Поиск_Квартиры	88	9 330 ₽	6	1 555 ₽	целевой	оставить
ремонт ванной комнаты своими руками	Поиск_Санузел	96	6 240 ₽	0	—	мусор	-!своими
ремонт квартир в новостройке с отделкой ипотека	Поиск_Квартиры	47	5 170 ₽	4	1 292 ₽	целевой	в группу «Новостройки»
сколько стоит ремонт однушки 2026	Поиск_Квартиры	63	4 410 ₽	1	4 410 ₽	сомнит.	группа «Цена», ставка -30%
дизайн проект квартиры онлайн конструктор	Поиск_Дизайн	41	2 870 ₽	0	—	мусор	-конструктор
ремонт квартир вакансии казань	Поиск_Квартиры	38	2 280 ₽	0	—	мусор	-вакансии -работа
ремонт квартир набережные челны	МК_Ремонт	52	2 210 ₽	0	—	чужое гео	гео: Казань +25 км
обои какие лучше для спальни	МК_Ремонт	71	2 130 ₽	0	—	мусор	-"какие лучше"
смета на ремонт квартиры образец excel	Поиск_Квартиры	34	1 870 ₽	0	—	мусор	-образец -excel -скачать
ремонт квартир казань отзывы	Поиск_Квартиры	29	1 740 ₽	1	1 740 ₽	целевой	оставить: выбирает подрядчика
фото ремонта кухни 9 метров идеи	МК_Ремонт	58	1 620 ₽	0	—	мусор	-фото -идеи
Итого по фрагменту		**831**	**68 760 ₽**	**26**	**2 645 ₽**	**19 220 ₽ без единой заявки**	

Почему «отзывы» и «сколько стоит» не минусуем. Человек с запросом «ремонт квартир казань отзывы» уже выбирает подрядчика: 1 заявка по цене ниже средней. «Сколько стоит» дал 6 заявок из 31 запроса. Отрезать такое значит потерять клиентов вместе с мусором. Таким запросам снижаем ставку и даём объявление с ценой за м².

05 N-gram разбор: какие слова приносят заявки, а какие только расход

Разбиваем все запросы на слова и складываем статистику по каждому слову. Так видно не отдельный мусорный запрос, а целый «хвост»: например, слово «своими» встретилось в 37 разных запросах. Одно минус-слово закрывает их все.

Слово в запросе	Запросов	Клики	Расход	Заявки	CPA	Решение
под ключ	64	1 120	98 400 ₽	**41**	2 400 ₽	оставить ядро: поднять ставки
цена / стоимость	88	1 040	81 200 ₽	**37**	2 195 ₽	оставить ядро: отдельные объявления с ценой
новостройка / ипотека	19	210	19 600 ₽	**9**	2 178 ₽	оставить выделить кластер
отзывы	22	188	11 020 ₽	**4**	2 755 ₽	оставить оставить
своими (руками)	37	412	7 960 ₽	0	∞	отсечь минус: -!своими
фото / идеи	26	302	3 920 ₽	0	∞	отсечь минус: -фото -идеи
челны / альметьевск	9	104	2 800 ₽	0	∞	отсечь гео: сузить регион
вакансии / работа	14	131	2 410 ₽	0	∞	отсечь минус
образец / скачать / excel	11	96	1 870 ₽	0	∞	отсечь минус
сколько стоит	31	344	21 700 ₽	**6**	3 617 ₽	снизить сомнительно: ставка −30%

Один запрос может содержать несколько слов из таблицы, поэтому строки не суммируются. Целевая цена заявки по брифу: до 3 000 ₽.

06 Площадки РСЯ к исключению

топ-8 из 63 по расходу

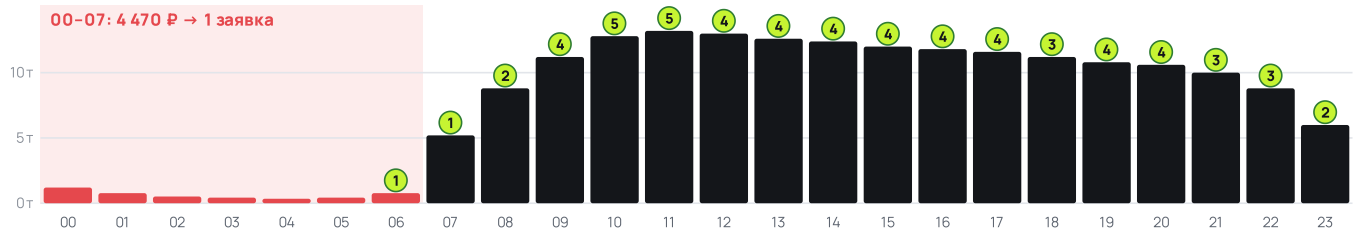
Площадка	Тип	Показы	Клики	CTR	Расход	Заявки	Причина
com.demo.blockpuzzle.game	приложение, игра	61 400	1 380	2,2%	4 690 ₽	0	игра: клики при закрытии баннера
dsp-demo-exchange	внешняя DSP-сеть	38 900	610	1,6%	3 420 ₽	0	источник не проверить, 0 заявок
igry-online-demo.ru	сайт игр	18 200	1 790	9,8%	2 330 ₽	0	CTR 9,8%: признак накрутки
com.example.flashlight.pro	приложение-утилита	22 700	540	2,4%	2 160 ₽	0	«фонарик»: случайные клики
com.demo.solitaire.classic	приложение, игра	27 300	690	2,5%	2 010 ₽	0	игра, отказы 88%
goroskop-demo.ru	развлекательный	14 900	310	2,1%	1 450 ₽	0	отказы 91%, 0 заявок
com.demo.weather.widget	приложение-виджет	19 800	420	2,1%	1 380 ₽	0	0 заявок за 90 дней
anekdoty-demo.net	сайт-дорвей	9 600	260	2,7%	1 170 ₽	0	время на сайте 4 с
realty-demo.ru	недвижимость	12 300	140	1,1%	2 950 ₽	3	не трогаем CPA 983 ₽
Топ-8: 18 610 ₽ · ещё 55 площадок: 2 750 ₽						**21 360 ₽**	**0 заявок**

CTR выше 5% в РСЯ для ремонта почти всегда значит случайные или ботовые клики: у живой аудитории он 0,5–1,5%. Площадки с заявками не трогаем, даже если они дороже среднего.

Правило отбора, а не «на глаз». Площадка попадает в список, если за 90 дней выполнено одно из условий: расход больше половины целевой цены заявки (1 500 ₽) и 0 заявок; CTR выше 5% при отказах выше 80%; среднее время на сайте меньше 10 секунд при 50+ кликах. Мобильные игры и приложения-утилиты исключаем сразу, без ожидания статистики.

07 Расход и заявки по часам

₽ за 30 дней · кружок = заявки



08 Проверка целей Метрики

Цель	Тип	Конв.	Стратегия	Статус	Комментарий
Отправка формы «Рассчитать смету»	JS-событие	38	Поиск ×2	частично	Срабатывает на клик по кнопке, а не на успешную отправку: 9 пустых отправок засчитаны
Клик по номеру телефона	автоцель	29	—	частично	Клик не равен звонку: дозвонились 22 из 29. Годится как микроцель
Квиз: последний шаг	JS-событие	17	—	ок	Настоящая заявка, но в стратегиях не участвует. 7 из 17 задваиваются с формой
Посещение 2+ страниц	автоцель	1 240	РСЯ, МК	ошибка	Стратегия ищет «листающих». Главная причина дорогих заявок из РСЯ
Время на сайте › 60 с	автоцель	980	—	лишняя	Не вредит, но засоряет отчёты. Убрать из ключевых
Звонок (коллтрекинг)	интеграция	0	—	ошибка	Коллтрекинг подключён, цель не передаётся: 22 звонка из CRM Метрика не видит

Метрика: 84 «заявки». CRM: 61. Разница 23 = 9 двойных срабатываний формы + 7 кликов по телефону без звонка (29 − 22) + 7 квизов, задвоенных с формой. Рекомендуем одну составную цель «Заявка»: успешная отправка формы, или финал квиза, или звонок коллтрекинга дольше 30 секунд. На неё и переводим все стратегии.

09 Пересечения кампаний: фрагмент

В одном аккаунте Директ показывает по запросу только одно ваше объявление. Когда фраза есть в двух кампаниях, побеждает та, где ставка выше. Сейчас это чаще Мастер кампаний с общим объявлением и главной страницей вместо нужной услуги.

Фраза	Кампания А · CPC	Кампания Б · CPC	Решение
`ремонт квартир под ключ казань`	Поиск_Квартиры · 118 ₽	МК_Ремонт · 131 ₽	оставить в Поиске, минус в МК
`ремонт ванной под ключ`	Поиск_Санузел · 96 ₽	Поиск_Квартиры · 104 ₽	кросс-минус -ванной в «Квартирах»
`дизайн интерьера квартиры`	Поиск_Дизайн · 84 ₽	МК_Ремонт · 92 ₽	оставить в «Дизайне»

Всего таких фраз 38, список во вкладке «Пересечения».

10 План правок по приоритетам

P1 · эта неделя, P2 · следующая, P3 · в течение месяца

Приор.	Что сделать	Как и сколько времени	Эффект в месяц
P1	**Добавить 214 минус-слов на уровень кампаний**	готовый список во вкладке «Минус-слова» · 15 мин	**−17 840 ₽**
P1	**Исключить 63 площадки, отключить внешние сети в РСЯ**	готовый список во вкладке «Площадки» · 15 мин	**−21 360 ₽**
P1	**Составная цель «Заявка» и перевод РСЯ и МК на неё**	форма + квиз + звонок от 30 с · 1 ч, обучение 7–10 дней	**−11 200 ₽**
P1	**Исправить цель формы и передать звонки из коллтрекинга**	событие на успешную отправку · 1 ч	**честный учёт заявок**
P2	**Убрать 38 пересекающихся фраз из Мастера кампаний**	кросс-минусовка · 30 мин	**−4 300 ₽**
P2	**Гео «Казань + 25 км», ночью ставка −70%**	регион и корректировка по времени · 10 мин	**−4 200 ₽**
P2	**Выделить «новостройки и ипотеку» в отдельную группу**	своё объявление и посадочная · 1 ч	**+3–4 заявки (оценка)**
P3	**Переписать 6 объявлений с CTR ниже 2,5%**	цена за м², сроки, смета в объявлении · 2 ч	**рост CTR, клик дешевле**
P3	**Загружать из CRM офлайн-конверсию «Договор»**	стратегия учится на договорах, а не на заявках · 2 ч	**заявки лучшего качества**
	Итого экономия по P1–P2		**−58 900 ₽**

11 Ожидаемый результат

Цена заявки
3 056 → 2 090 ₽
−32% при тех же 61 заявках

Тот же результат дешевле
127 500 ₽
вместо 186 400 ₽ в месяц

Или больше заявок за те же деньги
≈ 84–89
вместо 61, оценка

Как проверить, что правки сработали. Через 14 дней сравниваем три цифры с этим отчётом: долю расхода на запросы без заявок (сейчас 9,6%), расход на площадки без заявок (сейчас 21 360 ₽) и цену заявки по CRM. Автостратегии нужно 7–10 дней на переобучение после смены цели. В эти дни цена заявки может колебаться, это нормально.

Что лежит в комплекте

- Этот отчёт (PDF) и Excel: 6 вкладок «Сводка», «Запросы», «Минус-слова», «Площадки», «Пересечения», «Цели».
- Минус-слова в формате для вставки в кабинет, с операторами `!` и `"…"`, где это важно.
- Список площадок для поля «Запрещённые площадки» (по 1 000 строк на кампанию, лимит Директа учтён).