

## Отчет по продвижению (SEO и Яндекс.Директ)

Сайт: .ru

Февраль 2026 г.

## 2. Ведение и корректировка кампаний Яндекс.Директ

- Отключили кампании на розницу, перераспределили бюджет на оптовое направление для фокусировки на приоритетном сегменте.
- Добавили микро-цели в кампании РСЯ (ответ на последний вопрос в квизе), чтобы алгоритмы легче и быстрее обучались.
- Протестировали разные тексты в 2-ух поисковых кампаниях, впоследствии оставили одну ключевую кампанию на квиз для концентрации трафика.
- Обновили элементы объявлений в поисковой кампании на квиз с учетом инсайтов, полученных после интервью с менеджером отдела продаж.
- Во все поисковые объявления добавили акцию «Образцы на объект — бесплатно», чтобы занять больше места в выдаче и повысить кликабельность.
- Скорректировали бюджеты в 2-ух кампаниях РСЯ, ведущих на сайт, для оптимизации расхода и контроля стоимости целевого действия.

## Показатели за февраль с Яндекс.Директ

Расход за месяц: 263 890 ₺ (с НДС)

Всего кликов: 4 839

Общее число конверсий: 110

CRM yandex: 35

Creatium-квиз заявки: 21

### Статистика по общему числу конверсий (Я.Метрика):

Источник трафика - Источник трафика (детализ.) - Тип площадок	Визиты +	Посетители	Достижение избранных целей	Доход по избранным целям, ₺	Конверсия посетителей по избранным целям
Итого и среднее	13 170 100.00%	10 247 100.00%	253 100.00%	0,00	2,00%
Переходы по рекламе	4 635 35.19%	3 396 33.14%	110 43.48%	0,00	2,09%

### Статистика по квизу на Creatium (Я.Директ):

Всего с 01.02.26 по 28.02.26						
Кампания	№ кампании ▲	Показы	Клики	Глубина (стр.)	Конверсия (%)	Конверсии
<a href="#">ПОИСК Опт на КВИЗ - Алина</a>	119663928	2 097	95	1.94	5.26	5
<a href="#">РСЯ ОПТ / ретаргет / КВИЗ - Алина</a>	119776184	23 476	466	1.06	1.93	9
<a href="#">РСЯ ОПТ / КВИЗ - Алина</a>	119808630	32 856	1 662	1.02	0.42	7



## Результаты этапа и дальнейшие шаги

### Что сделано и какой эффект получен:

Мероприятие	Результат
<b>Перенос страниц в корень каталога и сегментация</b>	Все новые URL успешно заменили старые через 301-редиректы и вошли в индекс Яндекса и Google.
<b>Рост поисковой видимости</b>	Фиксируется начало подъема позиций по ключевым запросам («плитка под мрамор», «керамогранит под мрамор» и др.).
<b>Укрепление доверия к сайту</b>	<b>ИКС вырос со 140 до 310</b> — это подтверждение правильности выбранной стратегии со стороны Яндекса.

### Наращивание ссылочной массы

Закуплены ссылки на новые страницы + заказаны 3 статьи с вечными ссылками для долгосрочной поддержки.

### Планы на следующий период:

- Продолжить оптимизацию оставшихся страниц каталога по той же успешной схеме.
- Дальнейшая работа со ссылочным профилем (закупка ссылок на перспективные страницы).
- Мониторинг и анализ динамики для своевременной корректировки стратегии.

Сайт ⓘ	ИКС ⇅
 310	310
 glavoblsnab.ru	40
 profplitka.ru	510
 stroyholding.ru	200
 www.rusplitka.ru	550

## Ключевые метрики:

Видимость позиций в Яндекс Поиске:

На данном графике мы видим, что ТОП 1-10 вырос, а ТОП 11-30 падает, это означает, что страницы из ТОП 11-30 поднялись по позициям и вошли в другой ТОП 1-10. Что означает рост позиций сайта.

Общее количество запросов: 6625

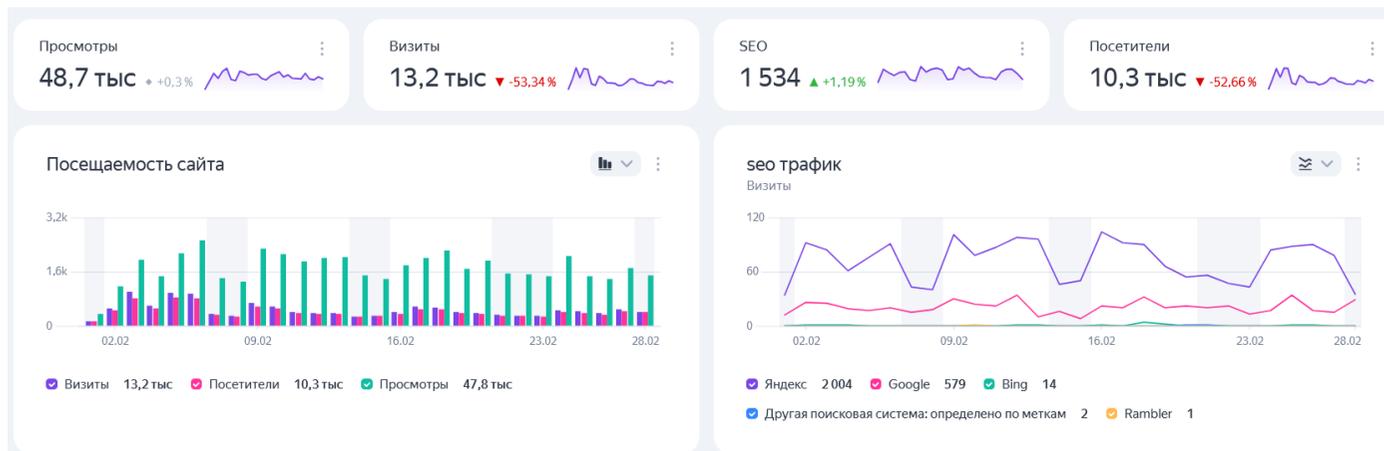
ТОП 1-3: 345

ТОП 1-10: 1405

ТОП 11-30: 2696



## SEO-трафик за февраль:



## Визиты

Визиты – количество активностей (просмотры страниц, переходы по внешним ссылкам, загрузки файлов и др.) всех посетителей сайта за определенный период.

Период	Уникальные пользователи
Январь 2026	2458
Февраль 2026	2509

## Посетители

Посетители – уникальные пользователи интернета, которые зашли на сайт в течение определенного промежутка времени.

Период	Уникальные пользователи
Январь 2026	1526
Февраль 2026	1486

## Источники визитов:

В феврале 84% трафика – новые посетители, которые впервые пришли на сайт.

Источник	Трафик январь
Реклама:	4635
Поиск:	2600
Прямые заходы:	3783

## Конверсии с поиска (Яндекс.Метрика)

Достижение целей Февраль:

1. Заявка - 7;
2. CRM заказ создан - 37;
3. Заявка ОПТ - 7;
4. Заказ с сайта - 1;
5. Кнопка в корзину - 105;
6. Клик по номеру телефона - 106.

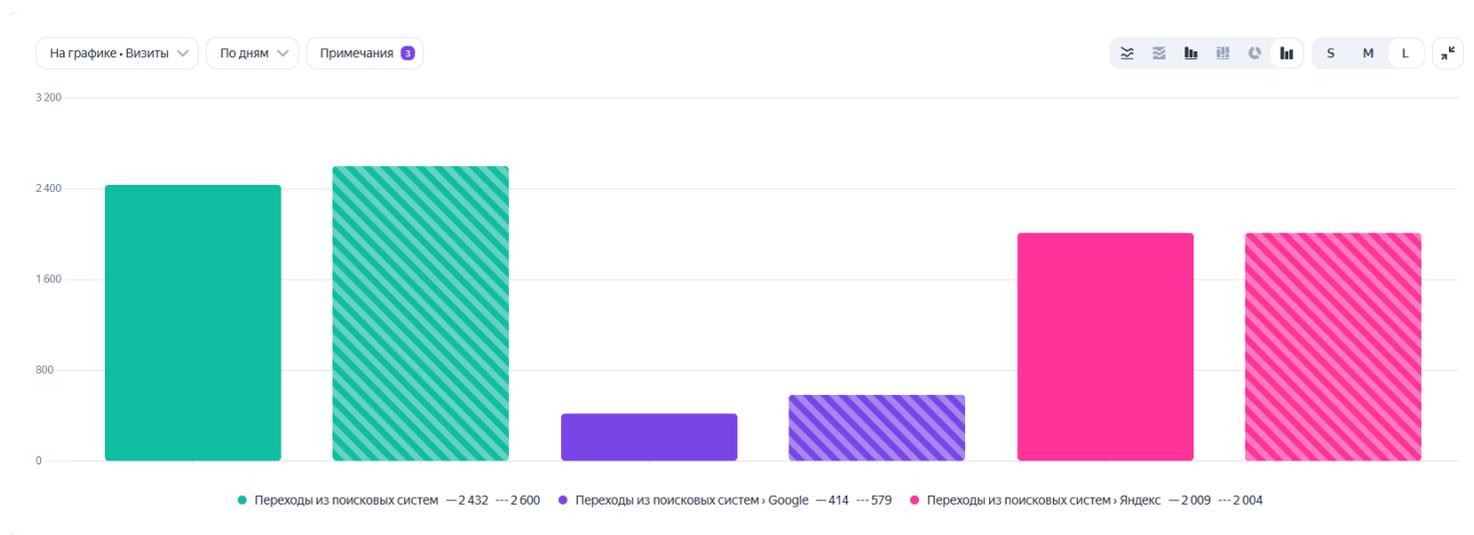
Февраль:

<b>1. ЗАЯВКА M</b>	Конверсия: 0,04%
Доступные цели: 2	Целевые действия: 5
<b>2. Заявка ОПТ M</b>	Конверсия: 0,05%
Доступные цели: 7	Целевые действия: 6
<b>3. ЗАКАЗ M</b>	Конверсия: -0,01%
Доступные цели: 1	Целевые действия: 1
<b>4. Клик по номеру телефона M</b>	Конверсия: 0,71%
Доступные цели: 106	Целевые действия: 94
<b>5. CRM: Заказ создан M</b>	Конверсия: 0,27%
Доступные цели: 37	Целевые действия: 36
<b>6. Ушел с главной СТАНСИО МАШИНЫ M</b>	Конверсия: 0,05%
Доступные цели: 10	Целевые действия: 10
<b>7. Отправка формы Feedback M</b>	Конверсия: 0,21%
Доступные цели: 33	Целевые действия: 28
<b>8. Клик по кнопке "В корзину" на странице товара M</b>	Конверсия: 0,5%
Доступные цели: 105	Целевые действия: 66

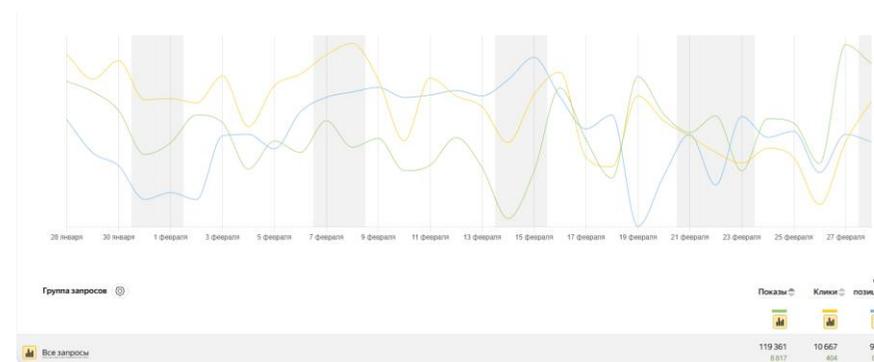


## Динамика поискового трафика

График посещаемости из Поисковых систем за февраль 2026 года, в сравнении с январем 2026 года.



Количество показов и кликов по поисковым запросам увеличилось, средняя позиция сайта в ТОП выдачи Яндекс Поиска по данным Яндекс Вебмастера изменилась с 10 места до 9.79.



## График зависимости поисковых запросов и трафика сайта

График показывает, как менялись поисковые запросы и трафик на сайт с августа 2024 по февраль 2026.

Если оба показателя (изменение поисковых запросов, изменение трафика) растут — это сигнал положительной динамики. Если падают — фиксируется снижение интереса и посещаемости.

Как интерпретировать отрицательную эластичность:  
Отрицательная эластичность  $< -1$  : Трафик падает быстрее, чем растут поисковые запросы. Это может быть тревожным сигналом. Возможно, сайт теряет видимость в поисковой выдаче или снижается CTR.

Отрицательная эластичность  $> -1$  : Трафик падает медленнее, чем растут поисковые запросы. Это менее критично, но все равно требует анализа.

