

{ pro-code }

КЕЙС · SEO-ПРОДВИЖЕНИЕ · РЕКЛАМНО-ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ

SEO как основной канал продаж: 83 % трафика и 3 100 обращений за год

Печать и сувенирная продукция · Ташкент, Узбекистан · органика без бюджета на клики

82,9 %

трафика –
из поиска

17 300

визитов
из органики

3 122

обращения
за год

16,8 %

отказов
по сайту

Клиент и задача

Рекламно-производственная компания в Ташкенте: печать на одежде, стикеры и наклейки, нагрудные значки, наградная и сувенирная продукция, широкоформатная печать, таблички, блокноты, тонировка авто. Спрос дробный: клиент ищет не «рекламное агентство», а конкретную услугу под конкретный тираж – и таких услуг у компании десятки.

ОСОБЕННОСТЬ СПРОСА

- Десятки узких услуг, каждая – свой кластер запросов
- Запросы низкочастотные, но с горячим намерением
- Решение принимается быстро: написал в мессенджер и уточнил цену
- Контекст в этой нише дорожает быстрее, чем растёт средний чек

ЗАДАЧА

- Закрыть органикой весь спектр услуг, а не только бренд
- Приводить заявки без постоянного рекламного бюджета
- Сделать так, чтобы человек попадал сразу на нужную услугу
- Максимально упростить путь к обращению

Результат в одной строке: поиск даёт 82,9 % всего трафика сайта и приносит более 3 000 обращений в год. Реклама в этот период не использовалась – канал работает сам.

ПЕРИОД И ДАННЫЕ

Отчётный период – календарный год (январь–декабрь). Источник данных – Яндекс.Метрика: сводка, отчёт по источникам, страницы входа, автоцели. Название клиента и домен не публикуются по договорённости.

Что мы сделали

Семантика по каждой услуге отдельно

Спрос разобран не по компании, а по услугам: печать на футболках, стикеры и наклейки, значки, наградная продукция, баннеры, таблички, блокноты, тонировка. Каждый кластер – со своим намерением, своей географией («в Ташкенте») и своими коммерческими добавками («на заказ», «цена»).

Посадочная под каждый кластер

Вместо одной страницы «Услуги» – отдельная посадочная под каждое направление, с ЧПУ-адресом, заточенным заголовком и описанием процесса, тиражей и сроков. Именно эти страницы, а не главная, и стали точками входа из поиска.

Тексты под коммерческие запросы

Контент каждой посадочной пишется под конкретный кластер и закрывает возражения до звонка: что печатаем, на чём, какие тиражи, сколько стоит, сколько ждать. Низкие отказы (16,8 %) – прямое следствие того, что страница отвечает на запрос, с которым человек пришёл.

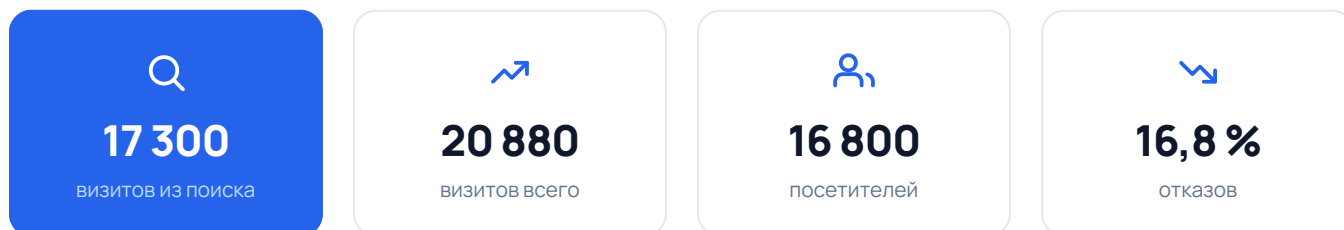
Перелинковка и ссылочный профиль

Услуги связаны между собой (стикеры и наклейки на авто, значки и наградная продукция), что удерживает пользователя внутри тематики. Внешний ссылочный профиль наращивался планомерно, без всплесков.

Короткий путь к обращению

Основной сценарий связи – мессенджер: кнопка доступна с любой посадочной. Это дало главный конверсионный канал проекта – 2 646 переходов в мессенджер за год.

Поиск – это 83 % всего трафика



■ Поиск (SEO) – 17 300 ■ Внутренние – 473
■ Прямые заходы – 2 704 ■ Ссылки и мессенджеры – 403

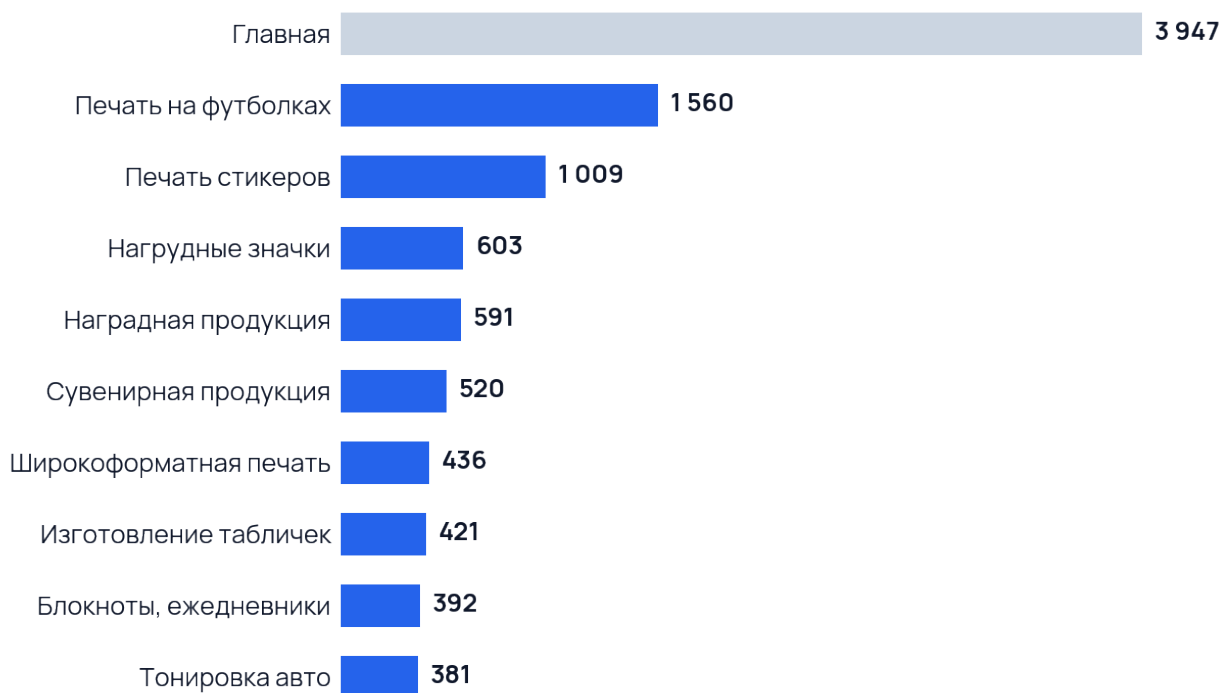
ИСТОЧНИК	ВИЗИТЫ	ДОЛЯ
Поиск (SEO)	17 300	82,9 %
Прямые заходы	2 704	12,9 %
Внутренние переходы	473	2,3 %
Ссылки на сайтах	299	1,4 %
Мессенджеры	104	0,5 %
Всего	20 880	100 %

Платной рекламы в этот период не было: весь коммерческий трафик – органический. Даже часть прямых заходов – это возвраты людей, впервые пришедших из поиска.

Такой перекося в сторону органики означает простую вещь: если завтра отключить любой платный канал, поток заявок не изменится. Сайт не арендует трафик – он им владеет.

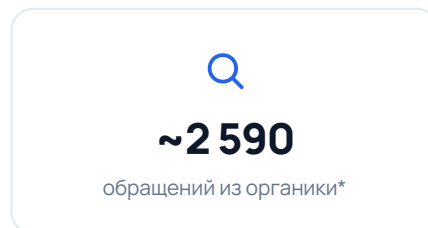
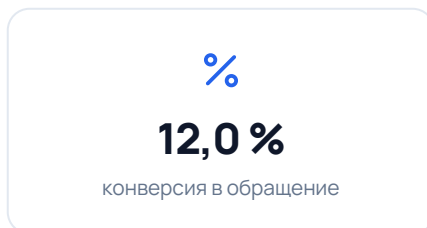
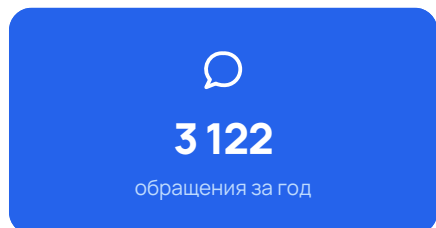
Работает не главная, а услуги

В топ-10 страниц входа только 40 % визитов приходится на главную. Остальные 5 913 визитов – это заходы сразу на страницу нужной услуги: человек искал «печать на футболках в Ташкенте» и попал именно туда, а не на витрину.



СТРАНИЦА ВХОДА	ВИЗИТЫ
Главная	3 947
Печать на футболках, майках, кепках	1 560
Печать стикеров, этикеток, наклеек	1 009
Изготовление нагрудных значков	603
Изготовление наградной продукции	591
Сувенирная продукция	520
Широкоформатная печать на баннере	436
Изготовление табличек	421
Блокноты и ежедневники	392
Тонировка автомобиля	381
Страницы услуг (без главной)	5 913

3 122 обращения за год



Переход в мессенджер



Отправка формы



Клик по телефону



Переход в соцсеть



Клик по email



ТИП ОБРАЩЕНИЯ	ЦЕЛЕВЫЕ ВИЗИТЫ	ДОСТИЖЕНИЯ	КОНВЕРСИЯ
Переход в мессенджер	2 293	2 646	10,95 %
Отправка формы	149	371	0,71 %
Клик по номеру телефона	70	93	0,33 %
Клик по email	10	12	0,05 %
Переход в соцсеть	22	22	0,11 %
Ключевые обращения (мессенджер + форма + телефон + email)	2 522	3 122	12,0 %

Итоговая строка суммирует четыре ключевые цели; переходы в соцсети в неё не входят. Один визит может содержать несколько обращений, поэтому 12,0 % – верхняя оценка конверсии. * Цели фиксируются по всему трафику; доля обращений из органики рассчитана пропорционально доле поискового трафика (82,9 %).

Что это дало клиенту

Заявки без платы за клик

3 122 обращения за год приходят с канала, который не тарифицируется за переход. В нише, где контекст на «печать» и «сувенирку» перегрет, это разница между работой в плюс и работой на рекламу.

Каждая услуга продаёт себя сама

Девять посадочных под услуги дали 5 913 входов – больше, чем главная. Человек попадает сразу на нужную страницу, поэтому отказы держатся на уровне 16,8 %.

Актив, а не аренда трафика

82,9 % трафика – органика. Позиции и посадочные остаются у клиента: канал не выключается вместе с бюджетом и продолжает работать между сезонами.

Кейс показывает, что в нише с дробным спросом SEO выигрывает у рекламы не ставкой, а структурой: десяток точных посадочных закрывает десяток кластеров и снимает весь горячий низкочастотный спрос.

Хотите такой же результат?

Разберём спрос по вашим услугам, покажем, каких посадочных не хватает, и посчитаем прогноз по трафику и заявкам.

[pro-code.uz](#) · [SEO](#) · [Разработка](#) · [Контекстная реклама](#)