




# +87% к выручке: как мы сделали рекламу отеля сверхокупаемой

Рассказываем, как в 2025 году настроить такую систему продвижения, чтобы бронирования росли, а спрос оставался стабильным несмотря на высокую конкуренцию.

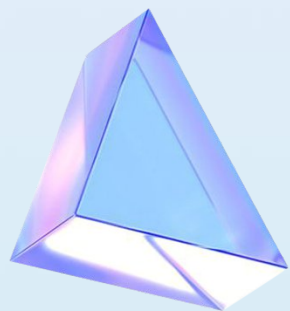




# Парк-отель «Доброград» 4\*

-  182 номера
-  31 коттедж
-  SPA, рестораны, гольф, вейк-парк

Разные форматы отдыха и аудитории



# Задачи

1. Управлять спросом по корпусам и направлениям

2. Сохранить стабильную загрузку при росте конкуренции

3. Растить без резкого увеличения бюджета

**3200 га**

территория города,  
включая парк семейного  
отдыха и гольф-поле

**192**

номера различного  
уровня комфорта

**31**

гостевой коттедж на  
территории Доброград  
Village

**50**

СПА-программ и  
ритуалов для вашего  
расслабления

**3**

ресторана с  
разнообразной кухней  
из локальных продуктов





## Выбор структуры аккаунтов

Базой для всей рекламной стратегии стали три отдельных рекламных аккаунта в Яндекс Директ — по одному на каждый корпус.

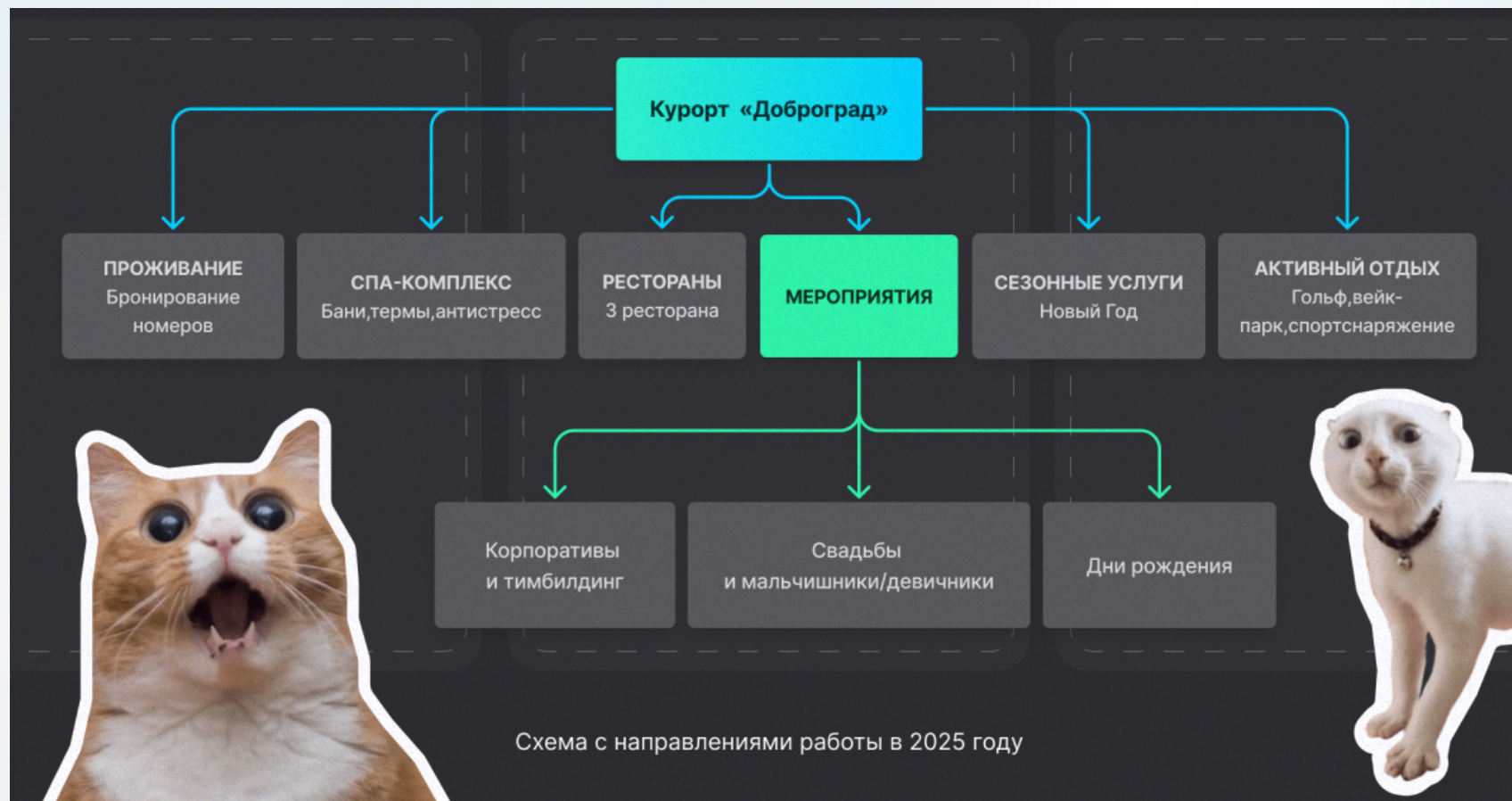
Это позволило:

1. разделить бюджеты по корпусам;
2. учесть разные планы загрузки;
3. прозрачно отслеживать результаты по каждому направлению.

Для каждого направления — собственный бюджет.

Каждое направление:

Поиск + РСЯ одновременно  
Поиск — точный, но дорогой  
РСЯ — объемный и дешевле

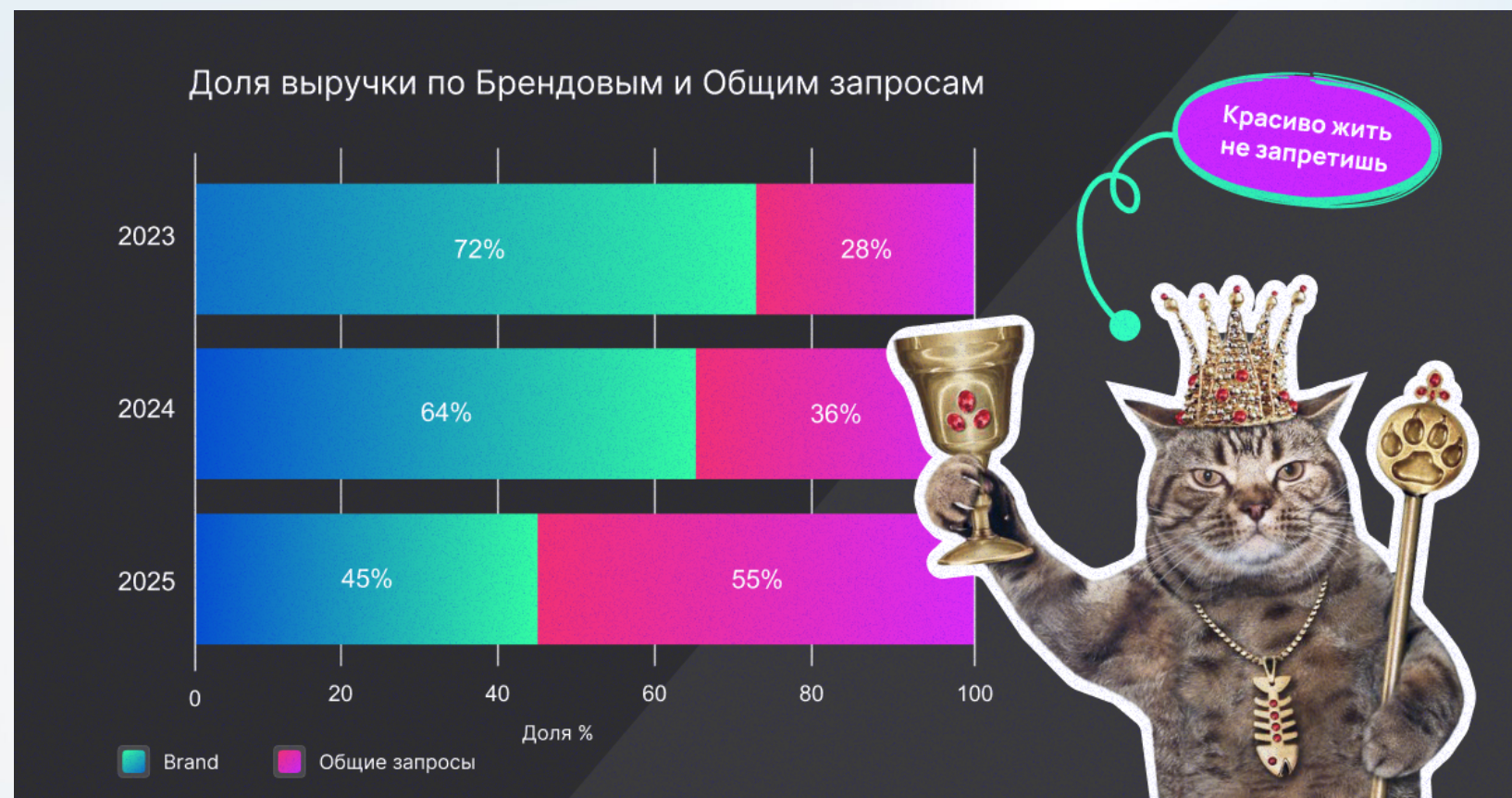




## Главные результаты по направлениям продвижения

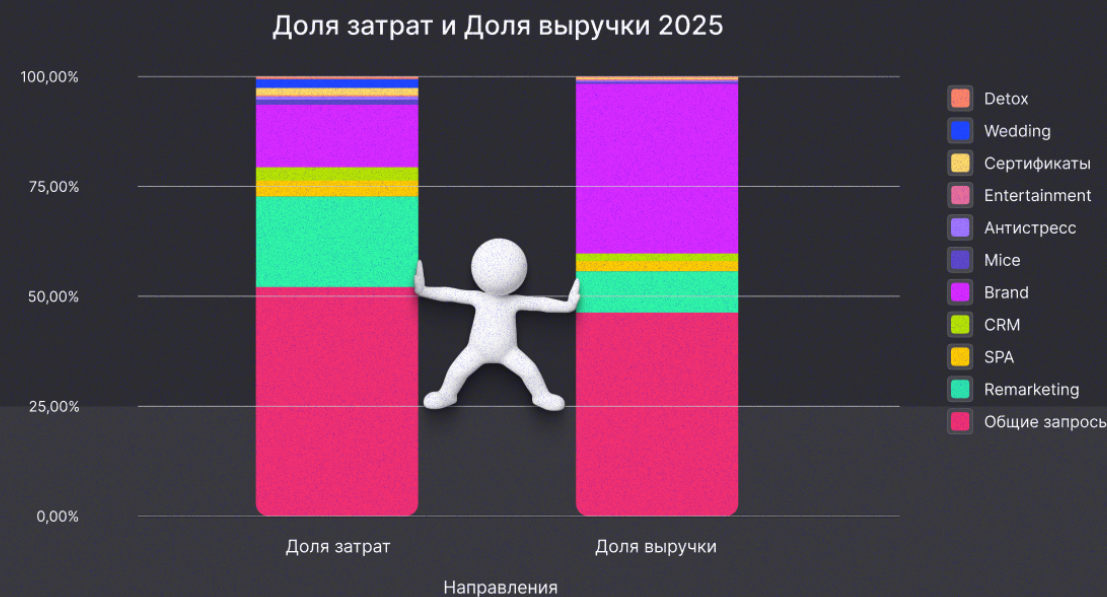
Самые результативные направления:

1. Общие запросы — главный источник дохода, до 44,68% всей выручки при доле затрат 52%;
2. Брендовые запросы — высокие CR (200%+) и стабильная выручка (36%);
3. Ремаркетинг — уверенный вклад в продажи. Дает 9,72% выручки при доле затрат 17,77%. Это ключевой инструмент догрева, который закрывает пользователей, уже знакомых с отелем;
4. SPA — лидер по конверсии в первом шаге. CR достигает 109,56%.





## Динамика направлений 2024 — 2025





**Позитивная динамика:** воронка расширилась, приток новых пользователей вырос, и общие запросы стали главным источником дохода.

# 2024

Направления 2024	Клики	Затраты	CPC	CPA шаг 1	CR% шаг 1	Бронирования	Выручка бронирования	Доля затрат	Доля выручки
Общие запросы					94,09%			49,80%	23,04%
Remarketing					73,13%			16,82%	15,26%
SPA					103,49%			8,25%	7,93%
CRM					55,97%			7,12%	5,41%
Brand					317,95%			6,60%	43,40%
Mice					0,29%			3,27%	0,00%
Wedding					9,36%			2,44%	0,46%
Detox					48,90%			1,39%	1,54%
Новый год					76,82%			3,14%	0,84%
Антистресс					112,26%			0,96%	2,12%
Вейкпарк					40,41%			0,17%	0,00%
Романтические выходные					45,69%			0,04%	0,00%
					79,32%				

# 2025

Направления 2025	Клики	Затраты	CPC	CPA шаг 1	CR% шаг 1	Бронирования	Выручка бронирования	Доля затрат	Доля выручки
Общие запросы					79,42%			52,30%	44,68%
Remarketing					73,04%			17,77%	9,72%
SPA					109,56%			5,65%	3,80%
CRM					58,11%			4,74%	2,68%
Brand					201,74%			11,52%	36,18%
Mice					3,72%			2,36%	0,44%
Антистресс					53,83%			1,56%	0,99%
Entertainment					54,44%			0,30%	0,65%
Сертификаты					41,28%			1,46%	0,54%
Wedding					12,04%			1,88%	0,05%
Detox					31,96%			0,46%	0,28%
					76,07%				



## Настройка автостратегий в Яндекс Директ

Цель оптимизации — первый шаг бронирования

Почему:

1. больше данных;
2. быстрое обучение;
3. стабильный контроль бюджета.

Учитывали сложную воронку из 5 шагов





## Построение и контроль отчета «план-факт»

Чтобы точнее управлять бюджетом, мы добавили отчет «план-факт», который показывает плановые и фактические расходы по каждому направлению.

**Результат:** равномерная загрузка без провалов

Контекстная реклама. План-факт				
1 сент. 2025 г. - 30 сент. 2025 г. ▾				
Корпуса	Направления - контекстная р...	Затраты	Плановые расходы	Бюджет на месяц
Корпус Grand	Направление 1	100000	100000	100000
	Направление 2	100000	100000	100000
	Направление 3	100000	100000	100000
	Направление 4	100000	100000	100000
	Направление 5	100000	100000	100000
	Направление 6	100000	100000	100000
	Направление 7	100000	100000	100000
	Направление 8	100000	100000	100000
	Направление 9	100000	100000	100000
	Направление 10	100000	100000	100000
Корпус Village	Направление 1	100000	100000	100000
	Направление 2	100000	100000	100000
	Направление 3	100000	100000	100000
	Направление 4	100000	100000	100000
	Направление 5	100000	100000	100000
	Направление 6	100000	100000	100000
	Направление 7	100000	100000	100000
	Направление 8	100000	100000	100000
	Направление 9	100000	100000	100000
	Направление 10	100000	100000	100000
Корпус Lake	Направление 1	100000	100000	100000
	Направление 2	100000	100000	100000
	Направление 3	100000	100000	100000
	Направление 4	100000	100000	100000
	Направление 5	100000	100000	100000
	Направление 6	100000	100000	100000
	Направление 7	100000	100000	100000
	Направление 8	100000	100000	100000
	Направление 9	100000	100000	100000
	Направление 10	100000	100000	100000



## Тестирование новых гео и контроль загрузки

Рост внутреннего туризма позволил Доброграду выйти за пределы базовых регионов.

Мы оцениваем отдаленные регионы по стоимости первого шага бронирования: если она слишком высокая, гео excluааем.

Параллельно мы следим за загрузкой отеля и сезонными пиками спроса.

### Контекстная реклама - Grand - Гео

1 янв. 2025г. - 30 нояб. 2025г.

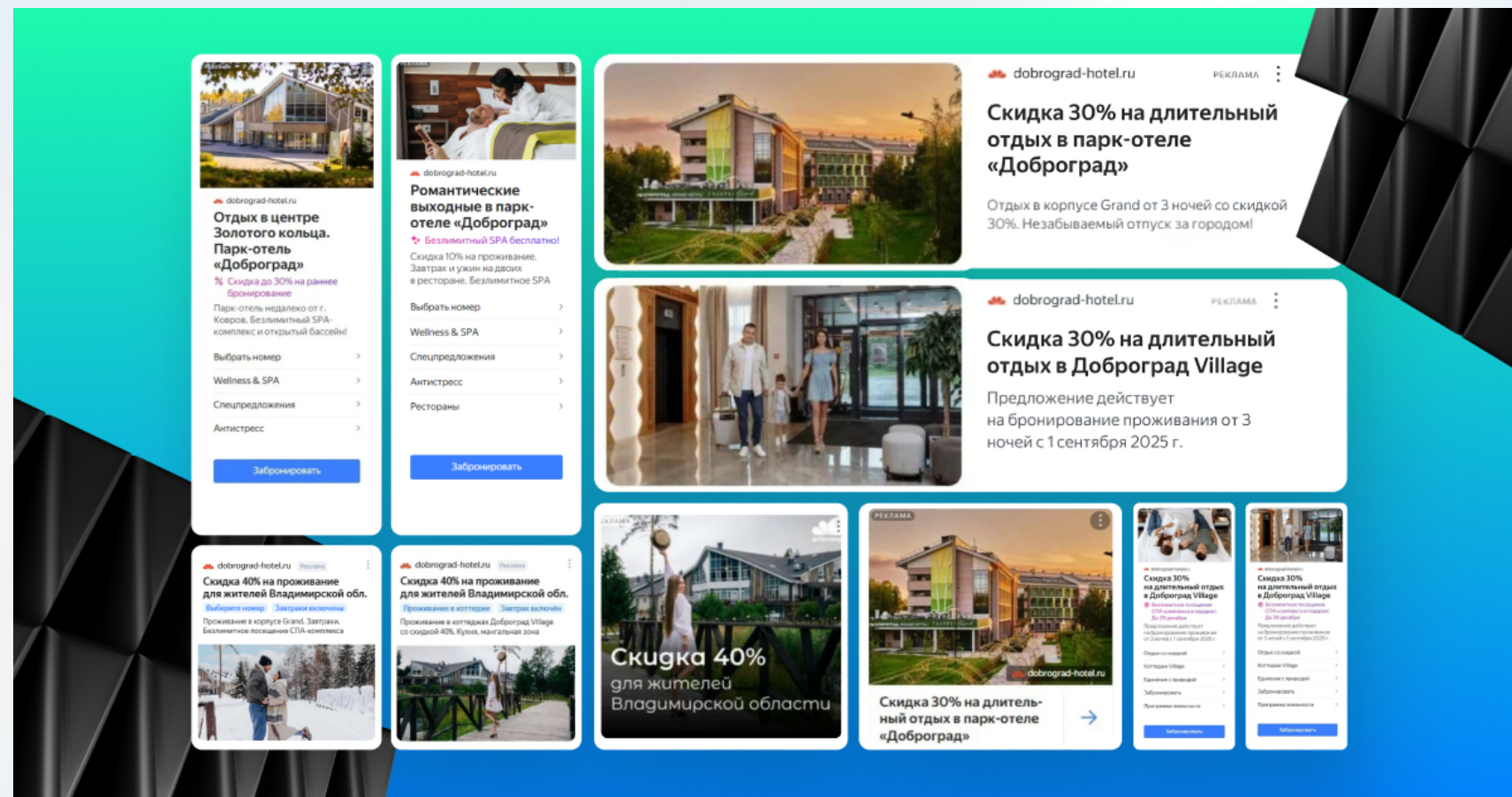
Гео кампаний	Показы ▾	Клики	CPC (расчет...	Затраты	Шаг 1: оба к...	CPA шаг 1	CR% шаг 1	Бронирован...	Выручка бр...
1. не определено	5 269 943						97,21 %		
2. Москва и область	2 310 592						75,74 %		
3. Центр	2 174 610						3,15 %		
4. Владимирская обл	1 050 460						121,14 %		
5. Иваново / Нижний	63 515						169,49 %		



## Акции и спецпредложения

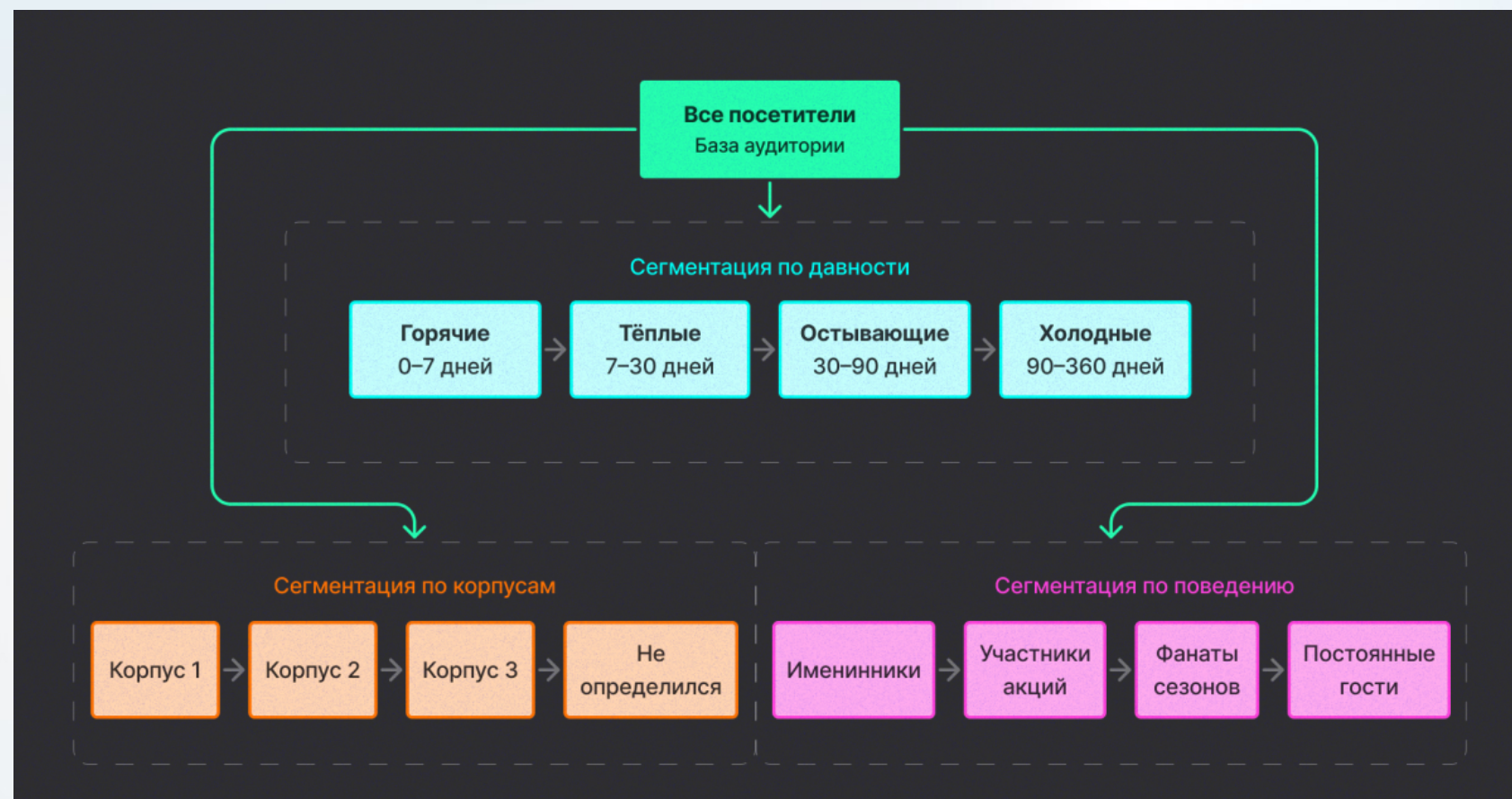
Мы выстроили отдельную стратегию работы с акциями:

1. учитываем специфику каждого корпуса;
2. тестируем разные форматы;
3. быстро обновляем предложения, если интерес гостей снижается.



## Ремаркетинг

1. переход с URL на JavaScript-события;
2. фиксация каждого шага бронирования;
3. сегментация по этапу и интересу.





# Результаты



1. Бронирований стало больше на 74% за 9 месяцев;
2. Выручка выросла на 87% к тому же периоду прошлого года;
3. Общие запросы стали главным каналом роста, получив 44,68% выручки;
4. Брендовые кампании держат лучший CR — +200%
5. Новые гео — Тверь и Нижний Новгород — привели новых гостей;
6. Ремаркетинг на JavaScript-событиях показывает рекламу тем, кто действительно начал бронировать.



# Благодарим за внимание!

Превращаем ваш бизнес  
в успешный и узнаваемый

[info@alteasy.ru](mailto:info@alteasy.ru)



+7 (495) 445-93-72

[www.alteasy.ru](http://www.alteasy.ru)

