

# НЕ ТРАВА

## Как превратить сайт из витрины в управляемый канал продаж:

рост органического трафика в 3,2 раза  
для сочного проекта «Не трава»



# О проекте

«Не трава» — сервис доставки шашлыка и блюд на мангале в Воронеже.

Специализируется на приготовлении мясных и рыбных блюд на углях с доставкой.

После года самостоятельной работы по продвижению клиент обратился к нам с целью масштабирования бизнеса и увеличения продаж.

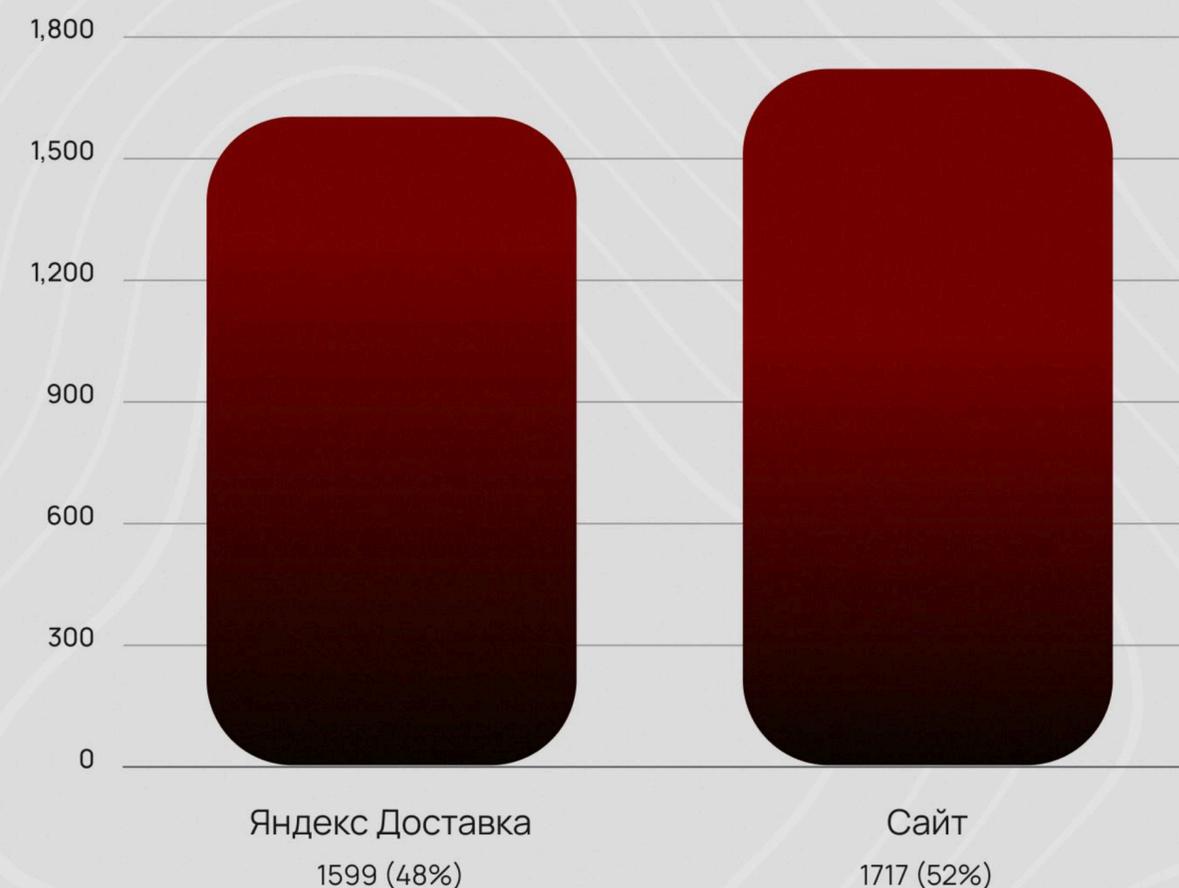


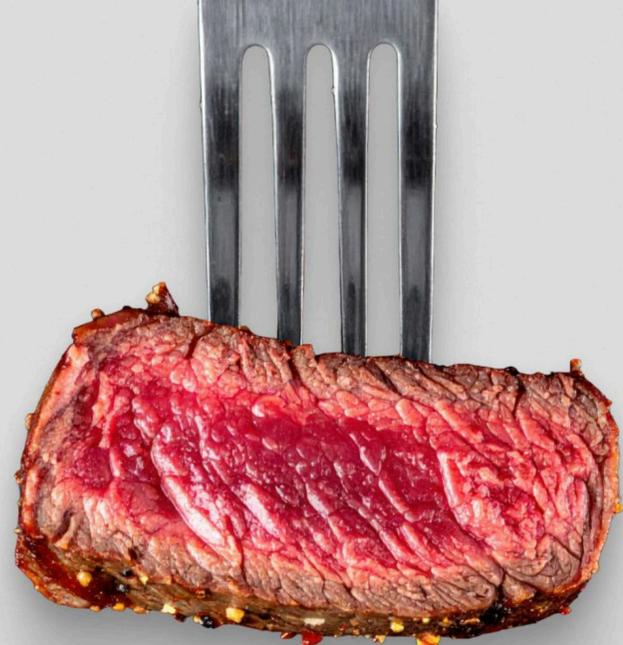
# Аудит на старте

На старте мы провели полный аудит рынка и текущих маркетинговых каналов.

Это помогло нам понять позиции бренда относительно конкурентов, поведение и потребности целевой аудитории, а также оценить эффективность существующих каналов продаж

Продажи распределились между двумя основными каналами: Яндекс Доставкой и сайтом.

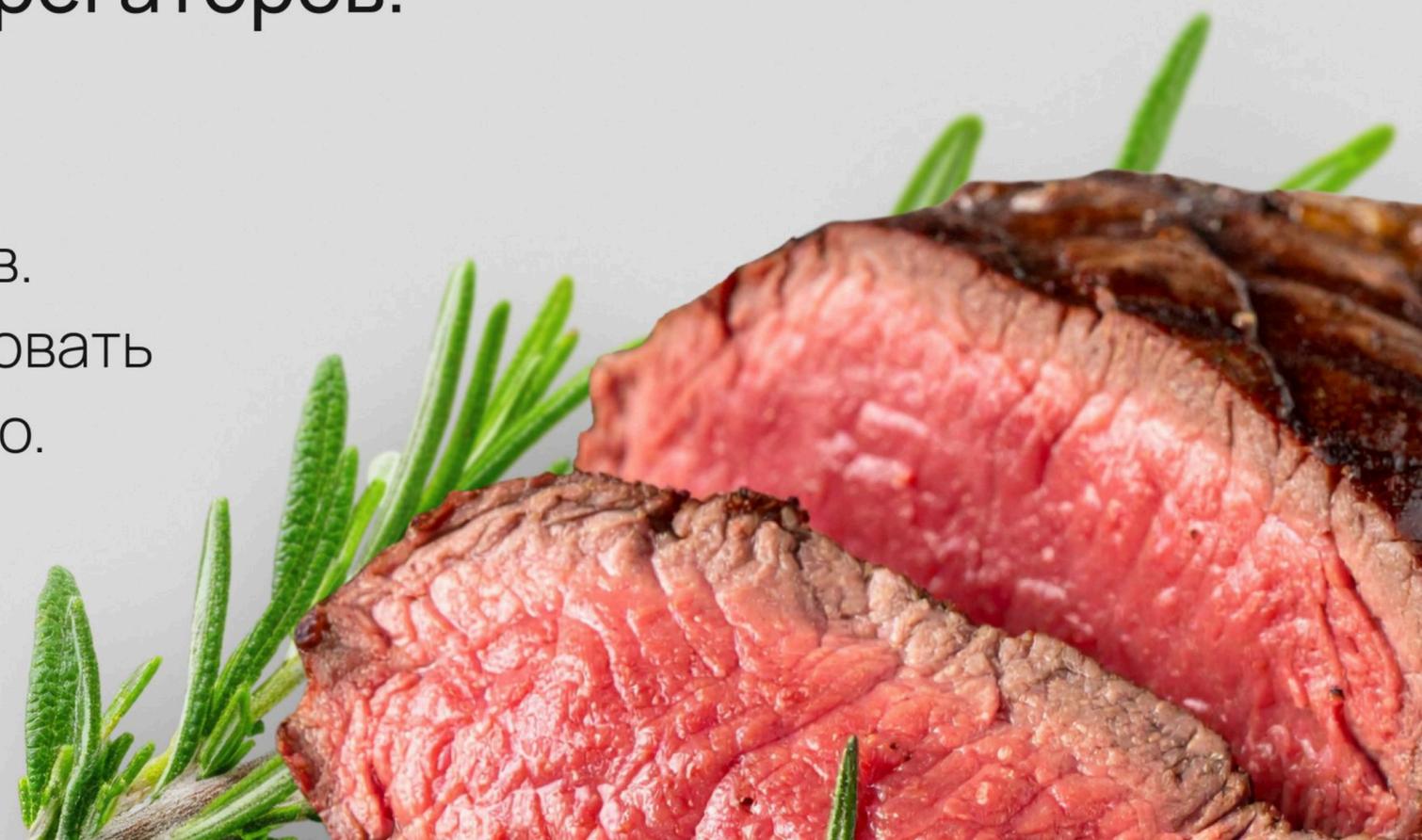




# Задача

Увеличить количество заказов через сайт,  
повысить его конверсию и снизить  
зависимость от агрегаторов.

Компания работает в среднем+ сегменте: авторские рецепты, качественная упаковка, без полуфабрикатов. Продукт уникален и дороже рынка, поэтому конкурировать демпингом и агрессивными акциями было невозможно.



# Разработка стратегии

Мы сделали ставку на поисковое (SEO) — продвижение сайта и росте позиций в выдаче.

Это поможет привлечь именно тех, кто ценит качество, и постепенно выстраивать внутреннюю систему продаж.

На старте проекта у клиента уже были выстроены ключевые маркетинговые инструменты. Мы провели анализ их эффективности и точно оптимизировали.



## Стратегический фокус был смещен в сторону SEO как более надежного и масштабируемого канала роста.

В итоге получилась не просто оптимизация отдельных инструментов, а более сбалансированная стратегия, где рост строится не на постоянном увеличении вложений, а на усилении органического спроса.

### Что мы сделали

- ✓ Пересобрали структуру сайта и закрыли технические ограничения, которые мешали росту в поиске.
- ✓ Перераспределили бюджет в пользу поискового продвижения (SEO), сократив зависимость от платного трафика.
- ✓ Добавили маркетинговые механики, которые помогают увеличивать средний чек.
- ✓ Сохранили инструменты клиента в общей системе продвижения: регулярное ведение социальных сетей, контекстную рекламу, партнерские программы, коллаборации с блогерами, программы лояльности и локальные активности.

# Состояние на старте SEO-работ

Конверсия сайта составляла около 2%, органический трафик держался в среднем на уровне 1 200 посетителей в месяц, а позиции по ключевым запросам по направлениям «шашлык» и «шаурма» уступали агрегаторам, которые занимали верхние строки поисковой выдачи.

Сайт имел серьезные технические проблемы:

- ❗ отсутствовали корректные H1-заголовки;
- ❗ была нарушена структура HTML;
- ❗ не были реализованы хлебные крошки;
- ❗ файл robots.txt содержал ошибки;
- ❗ мобильная версия требовала доработки;
- ❗ требовалось внедрить дополнительные коммерческие факторы.



# Этап №1

## Техническая оптимизация сайта

Сайт стал лучше индексироваться и заметнее в поиске, благодаря чему вырос органический трафик. Пользователям стало проще ориентироваться: они дольше остаются на сайте и реже уходят сразу. А за счет ускорения загрузки и улучшения мобильной версии вырос и мобильный трафик.



Полностью переработали структуру сайта



Внедрили хлебные крошки



Устранили дубли страниц



Исправили ошибки в robots.txt



Оптимизировали мобильную версию



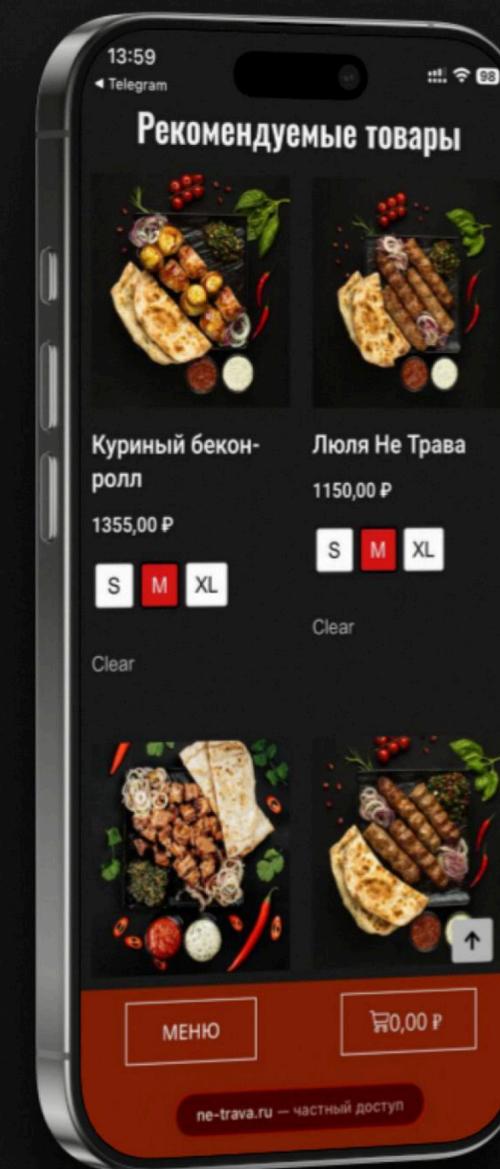
Ускорили загрузку страниц

# Этап №2

## Проработка структуры сайта

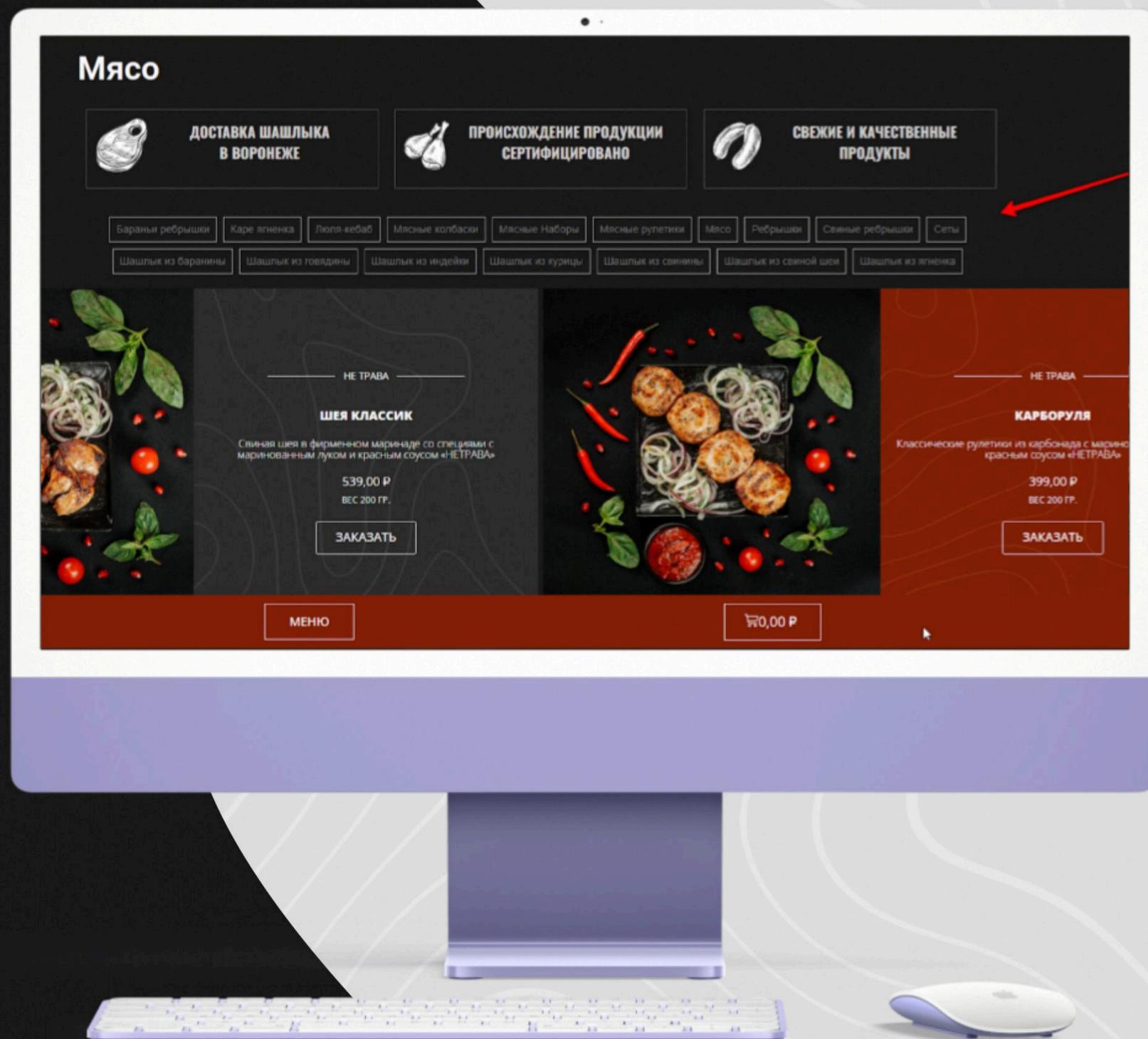
Вместо конкуренции по общим запросам сосредоточились на узких продуктовых кластерах и создали дополнительные посадочные страницы.

Дополнительно усилили страницы за счет перелинковки, что повысило их релевантность и конкурентоспособность в выдаче.



Поскольку ассортимент был ограничен, мы реализовали теговую модель — новые страницы усиливали релевантность, но не перегружали основное меню.

Такой подход позволил расширить семантику, занять менее конкурентные ниши и привлечь более целевой трафик.



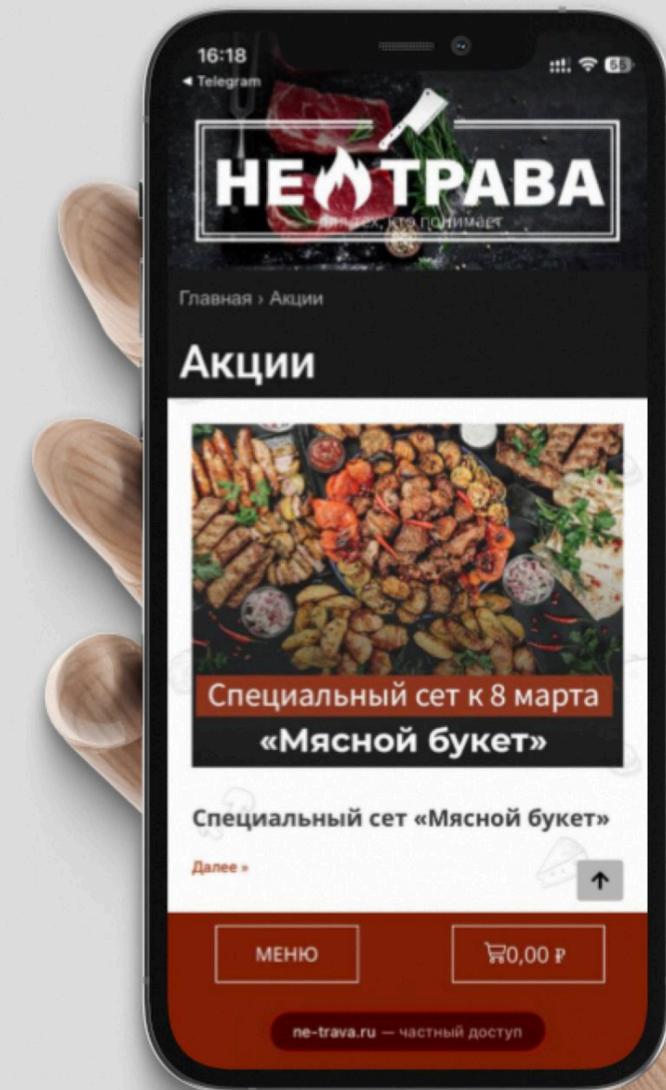
Добавили раздел с акциями

# Этап №3

## Усиление коммерческих факторов

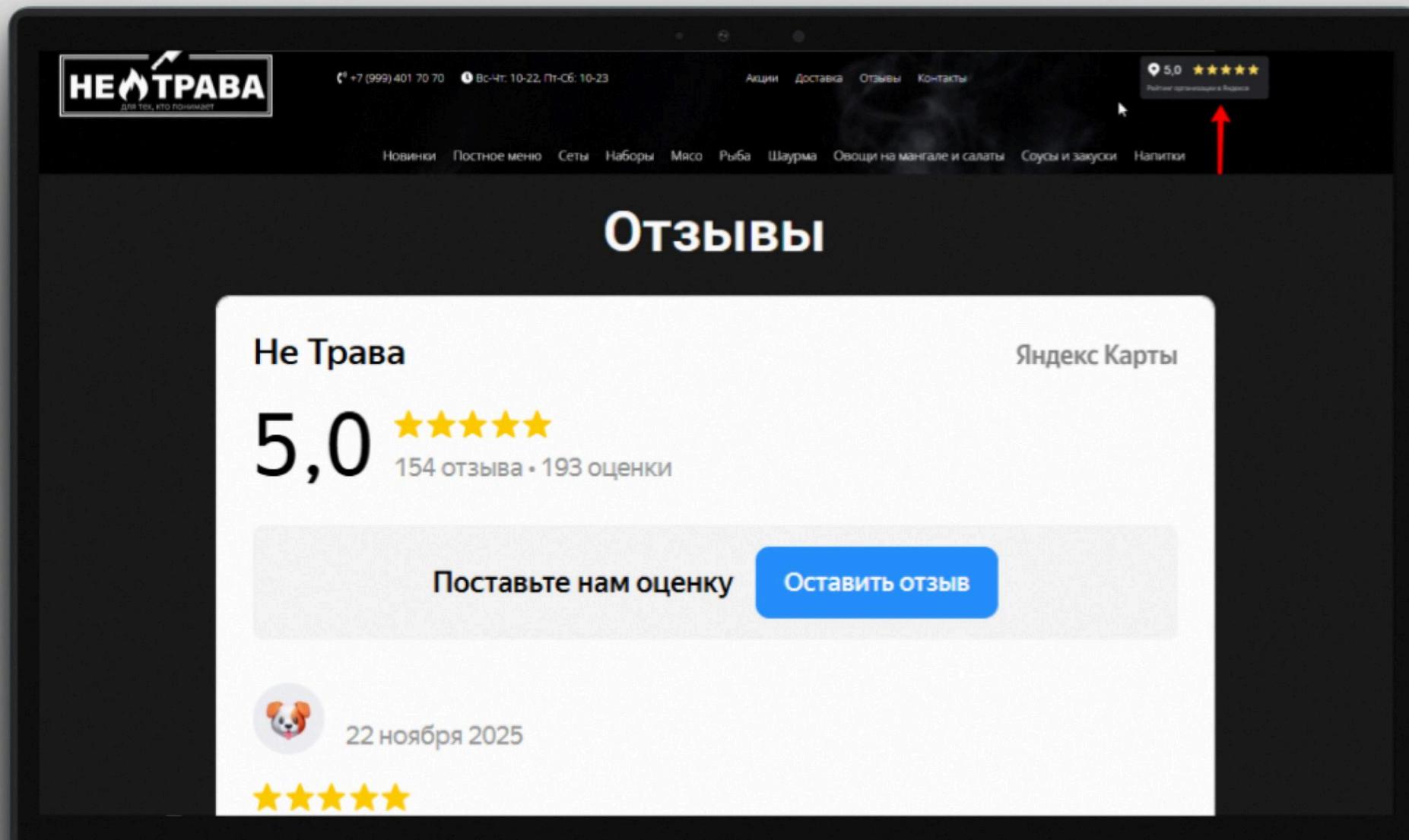
На старте сайт проигрывал по уровню доверия из-за отсутствия страницы отзывов и подробной информации об оплате и доставке.

Мы доработали структуру контента, добавив коммерческие блоки. Это усилило доверие пользователей и поисковиков, увеличило глубину просмотра и время на сайте, а также снизило барьеры к оформлению заказа.



Добавили раздел с отзывами и вынесли на первый экран рейтинг сервиса на Яндекс.

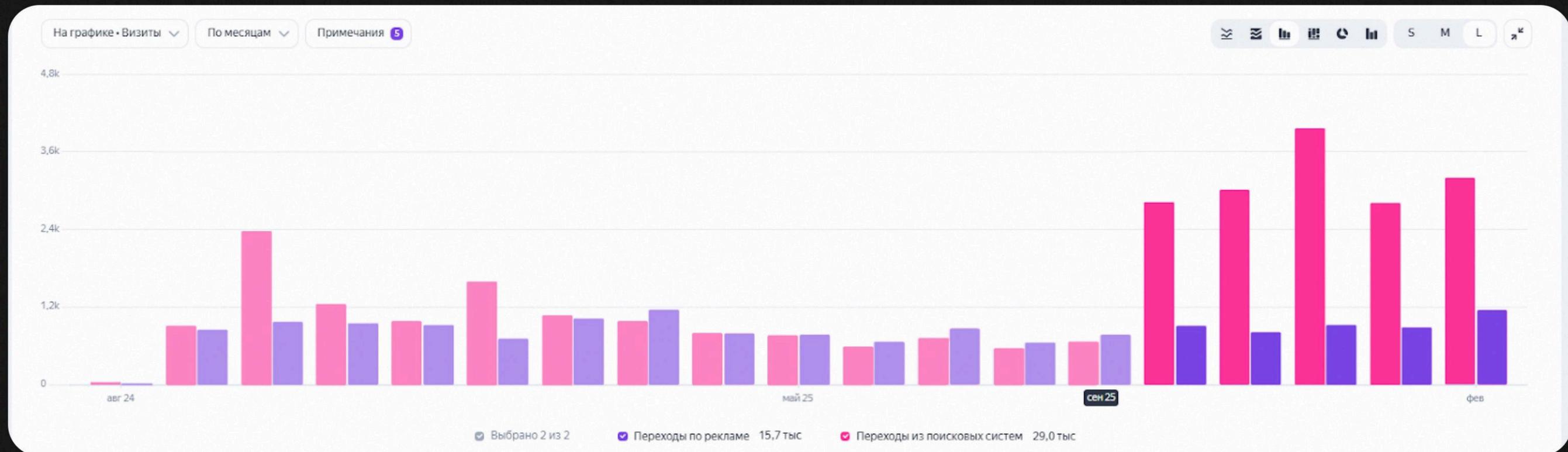
Оформили раздел преимуществ.



# Результаты

## Трафик

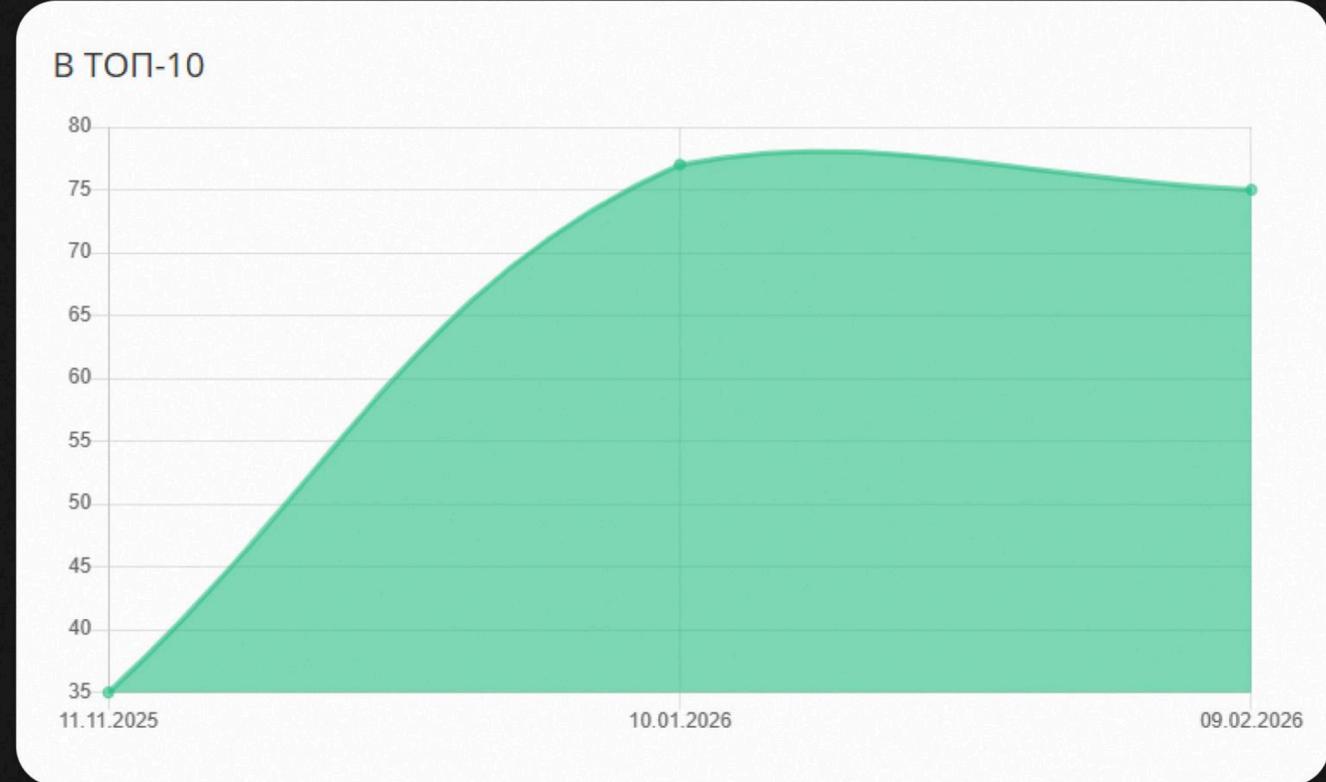
За 6 месяцев сотрудничества органический трафик вырос в 2,3 раза



# Позиции

Число запросов, занимающих топ-10 выдачи, выросло на 45%.

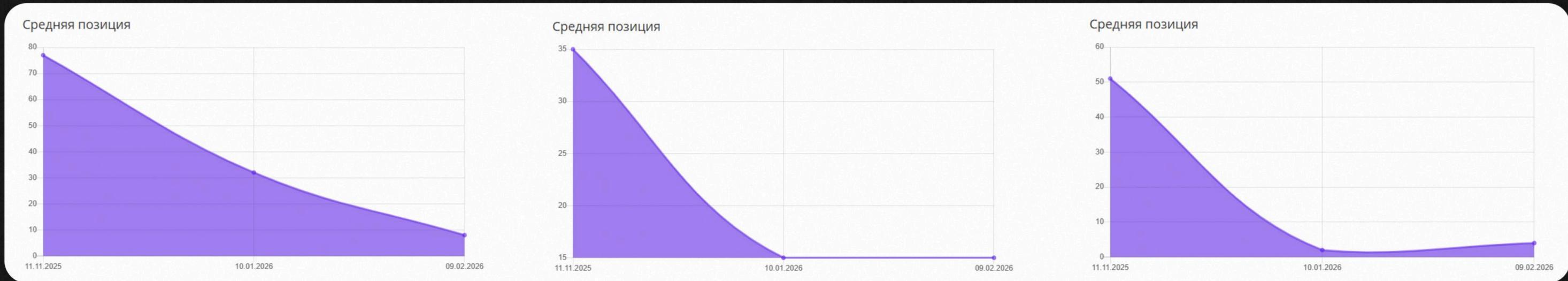
Кроме того, значительно снизилась средняя позиция по основным направлениям товаров.



Шашлык из свиной шеи

Шаурма

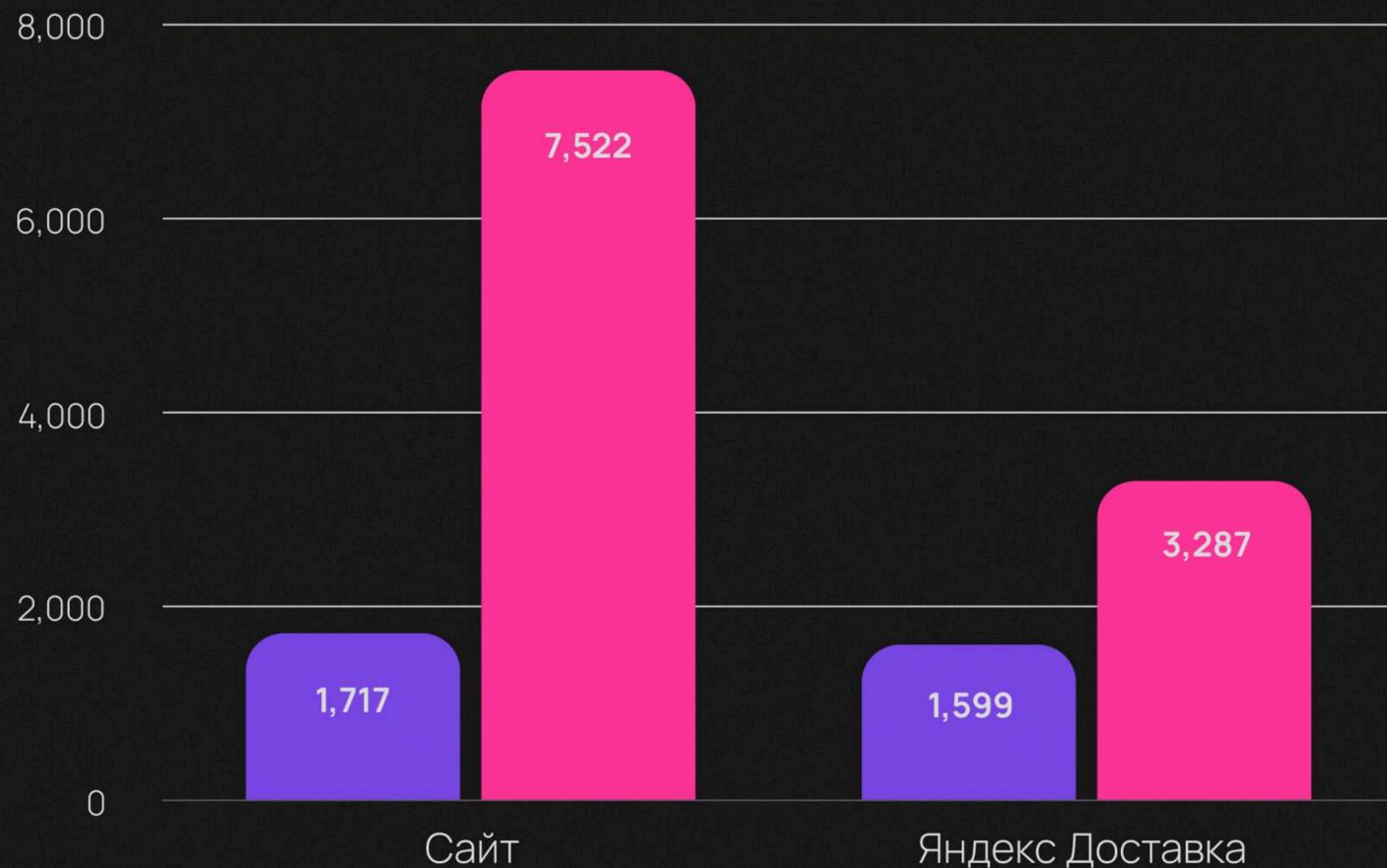
Рыба на мангале



## Изменение доли сайта в продажах

Общее число заказов за 6 месяцев сотрудничества выросло в 3,2 раза.

■ До обращения к нам    ■ Спустя 6 месяцев сотрудничества



## За 6 месяцев сотрудничества:

- ✓ Общее число заказов выросло – с 3 316 до 10 809 штук.
- ✓ По сайту – рост в 4,3 раза.
- ✓ По Яндекс Доставке – рост в 2 раза.

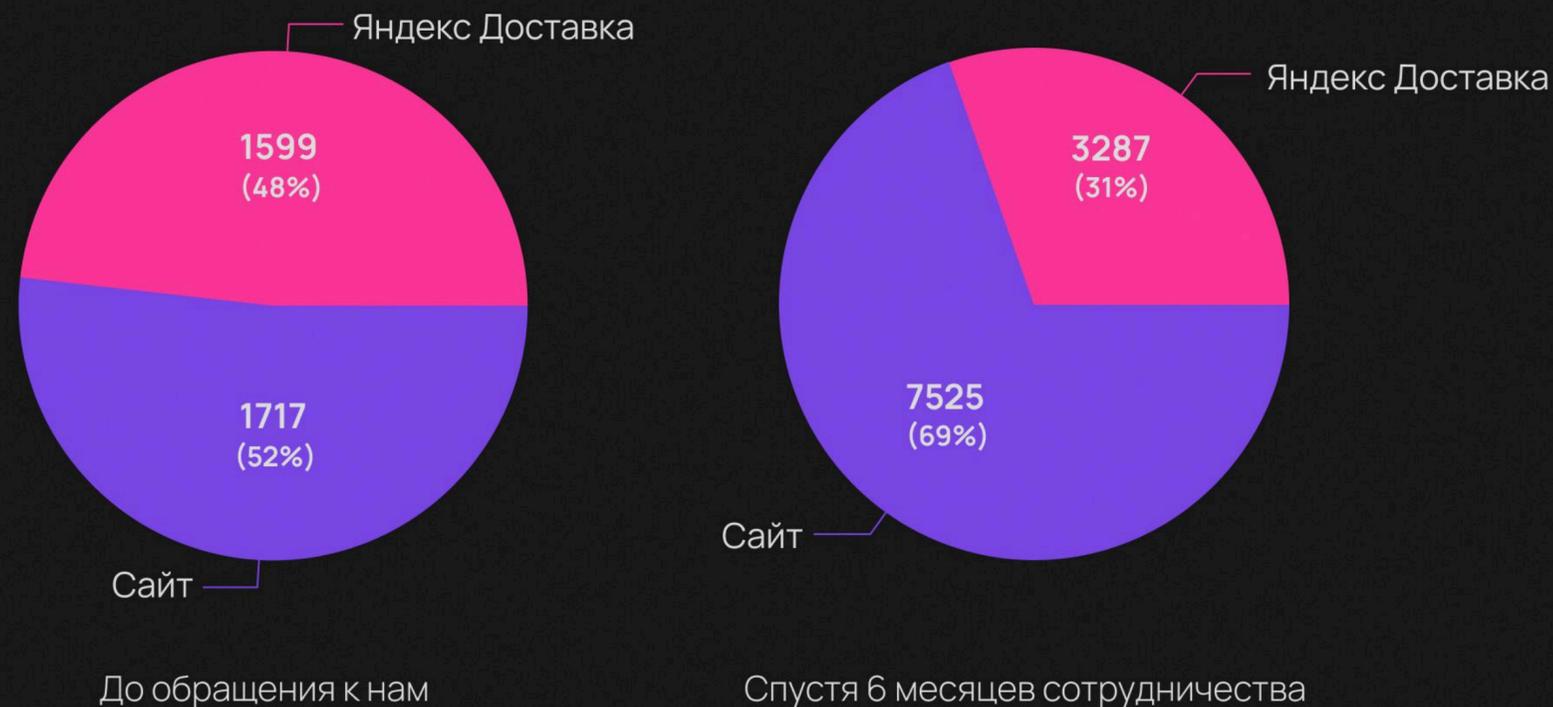
В результате полугодовой объем заказов превысил показатели предыдущего года.



## Изменение доли сайта в продажах

Сайт стал ключевым источником заказов.

Доля заказов с сайта (по соотношению к заказам с Яндекс Доставки) составляет почти 70%.



## Рост ключевых бизнес-показателей

- ✓ Рост среднего чека с 2200 ₹ до 3700 ₹ (+ 68%).
- ✓ Рост выручки в 2,5 раза — с 1млн ₹ до 2,5млн ₹.

Период: февраль 2026 года (по сравнению с февралем 2025)



Сайт стал главным источником продаж — на него приходится почти 70% заказов, доля выросла почти на треть.

В условиях высокой конкуренции и доминирования агрегаторов мы показали, что можно масштабировать продажи без демпинга и потери маржинальности.

Этот кейс подтверждает, что грамотная SEO-стратегия формирует реальные результаты и задает ориентиры для всей отрасли, показывая рынку новые подходы к устойчивому росту.



## Отзыв от клиента

Мы, сочный проект «Не Трава», рекомендуем агентство SEMANTICA как надежного диджитал-партнёра.

Команда начала работу с разработки маркетинговой стратегии: провела исследование рынка, анализ конкурентов и аудит текущих каналов продаж и показателей. В рамках реализации стратегии был сделан упор на поисковую оптимизацию (SEO) как на ключевом канале роста.

Они доработали техническую часть, упростили структуру, сделали сайт быстрее и удобнее для оформления заказов. Все изменения внедрялись постепенно, при этом мы сразу видели результат и могли отслеживать прогресс в личном кабинете. Хотим отметить, что ни один наш вопрос не остался без ответа — специалисты агентства компетентны и отзывчивы.

По итогам мы получили то, ради чего начинали: всего за полгода сотрудничества наши позиции в поиске поднялись на первые страницы, а общее количество продаж выросло в 3,2 раза. Наконец-то нам удалось пробить тот самый «потолок» по выручке, который долгое время казался недостижимым. Результаты превзошли все ожидания!

С удовольствием рекомендуем компанию SEMANTICA всем бизнесам, которым нужен экспертный взгляд, системный подход и команда, которая реально доводит до результата.

Кирилл Демиденков, индивидуальный предприниматель и руководитель проекта «Не Трава»