

КЕЙС • МЕТА ADS • НЕДВИЖИМОСТЬ • МЕЖДУНАРОДНЫЙ

MONOLITH Real Estate

Снизили стоимость квалифицированного лида с \$200+ до \$87.50,
сократили брак в 3 раза и масштабировали до \$700/день

Лидогенерация для застройщика: КЗ, Турция, Грузия, Беларусь, Украина → Европа, США

Meta Ads

Lead Forms

Real Estate

Multi-GEO

SQL Optimization

A/B Testing

\$87.50

Стоимость SQL
было \$200+

x3

Снижение брака
в заявках

123

Креативов
подготовлено

\$700/d

Пиковый бюджет
в день

Проблема клиента

SQL дороже \$200

Предыдущие подрядчики не могли снизить стоимость квалифицированного лида ниже \$200. Задача клиента — SQL дешевле \$150.

Неэффективные воронки

В работе были квиз, лид-форма, инстаграм, лендинг. Большинство воронок не давали результата — размывали бюджет.

90% брака в заявках

Дешёвые лиды до \$10, но 90% уходило в брак. Остальные 10% не становились квалифицированными.

Смена команды

Клиент хотел убедиться в комфортной работе с новой командой и в том, что результаты будут лучше предыдущих.

Обзор

| | |
|----------------|----------------------------|
| Клиент | MONOLITH (застройщик) |
| Продукт | Недвижимость |
| ГЕО (старт) | КЗ, Турция, Грузия, ВУ, UA |
| ГЕО (масштаб) | + Европа, США (EN) |
| Бюджет (1 мес) | \$2 100 |
| Цель | SQL < \$150 (было \$200+) |

Что такое SQL в этом проекте

Квалифицированный лид (SQL) — человек, который подтвердил интерес и то что он оставлял заявку, рассчитывает купить недвижимость в ближайшие 2-3 месяца и активно ведёт диалог.

Что мы изменили

1. Воронка: убрали лишнее

Проанализировав работу прошлой команды, пришли к выводу что большинство воронок неэффективны. Оставили только лид-форму.

Было

Квиз + Лид-форма + Instagram + Лендинг

Стало

Только лид-форма (Lead Form)

2. Форма: качество вместо количества

1 Усилили фильтрацию

Добавили дополнительную проверку данных в форму — снизили брак в 3 раза

2 Лид-магнит сразу после заполнения

Раньше лид-магнит выдавался во время звонка с агентом. Мы отдаём его сразу — повышает доверие

3 Переписали Intro Page

Проще и понятнее описали: что предлагаем, кому и зачем. Убрали лишние проценты и доходности

3. Офферы

Оффер 1: Каталог

Лид-магнит — каталог объектов + индивидуальный подбор по району и стоимости.

Оффер 2: Отдельные объекты

Креатив под каждый объект: старты продаж, горячие предложения и т.д.

Наш вердикт: Не стоит обязательно выделяться в этой нише. Самое главное — дать человеку то, что вы реально обещаете в рекламе. Многие этого просто не делают из-за отсутствия компетенции, системы и коммуникации между отделами.

4. Итерации: тестирование гипотез

Итерация 1 Технические изменения

Изменили структуру оптимизации кампании. Не помогло: много дешёвых лидов до \$10, но 90% — брак.

Итерация 2 Коммуникация + фильтрация

Менее глянцевые, более простые креативы. Убрали лишние проценты и доходности.

Два варианта формы: (А) упрощённая + проверка данных, (В) усложнённая вопросами без проверки.

Результаты: 1-й месяц

| Расход, USD | Лиды | Стоимость лида | Из них целевых лидов | Стоимость целевого лида | Конверсия из лида в целевого лида |
|-------------|------|----------------|----------------------|-------------------------|-----------------------------------|
| \$2 100,00 | 155 | \$13,55 | 24 | \$87,50 | 15,48387097 |

Первый месяц: \$2 100 бюджет, 155 лидов, 24 квалифицированных, \$87.50 за SQL

| МЕТРИКА | ЗНАЧЕНИЕ |
|------------------------------|------------------------------|
| Расход | \$2 100 |
| Лиды | 155 |
| Стоимость лида (CPL) | \$13.55 |
| Квалифицированные лиды (SQL) | 24 |
| Стоимость SQL | \$87.50 (было \$200+) |
| Конверсия лид → SQL | 15.5% |

Общие результаты за весь период

| Расход, USD | Лиды | Стоимость лида | Из них целевых лидов | Стоимость целевого лида | Конверсия из лида в целевого лида, % |
|-------------|------|----------------|----------------------|-------------------------|--------------------------------------|
| \$9 693,00 | 289 | \$33,54 | 75 | \$129,24 | 25,95 |

Общий период: \$9 693 бюджет, 289 лидов, 75 SQL, конверсия 25.95%

| МЕТРИКА | 1-Й МЕСЯЦ | ОБЩИЙ ПЕРИОД |
|-----------------|----------------|---------------|
| Расход | \$2 100 | \$9 693 |
| Лиды | 155 | 289 |
| CPL | \$13.55 | \$33.54 |
| SQL | 24 | 75 |
| Стоимость SQL | \$87.50 | \$129.24 |
| Конверсия → SQL | 15.5% | 25.95% |

Рост конверсии: С 15.5% до 25.95% — конверсия из лида в SQL выросла почти в 2 раза при масштабировании.

Подготовлено 123 креатива, 10 из них работают стабильно и обновляются по сей день. Пиковый дейли бюджет — \$700/день.

Результаты

\$87.50SQL в 1-й месяц
было \$200+**25.95%**Конверсия
лид → SQL**x3**Снижение брака
в заявках**\$700/d**Пиковый бюджет
при масштабе

Ключевое: Задача клиента — SQL дешевле \$150. В первый же месяц достигли \$87.50 (на 42% ниже цели). Конверсия выросла с 15.5% до 25.95%. После успеха подключили англоязычную аудиторию в Европе и США.