

Задачи

Перед нами стояла задача увеличить поисковый трафик на сайт, а также повысить число входящих заявок на строительство.

Этапы работ

Старт работы над проектом

Мы начали сотрудничать с компанией «Медный всадник», когда клиент только вышел на строительный рынок. Сама компания была молодой, и продвигать нам предстояло молодой сайт.

Работу над проектом мы разделили на несколько этапов.

Наполнение контентом

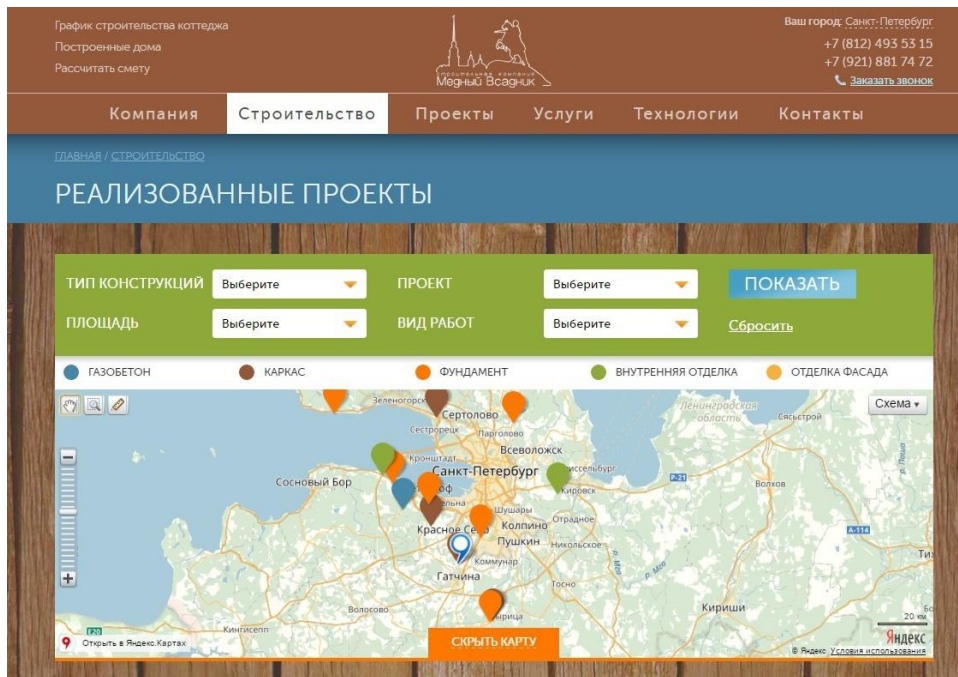
Продвижение сайта мы начали с добавления контента. Сайт содержал недостаточное количество материалов, поэтому на первом этапе мы подготовили и разместили фотографии, изображения и тексты.

Мы заполнили страницу оказываемых услуг, добавили в каталог примеры выполненных проектов.

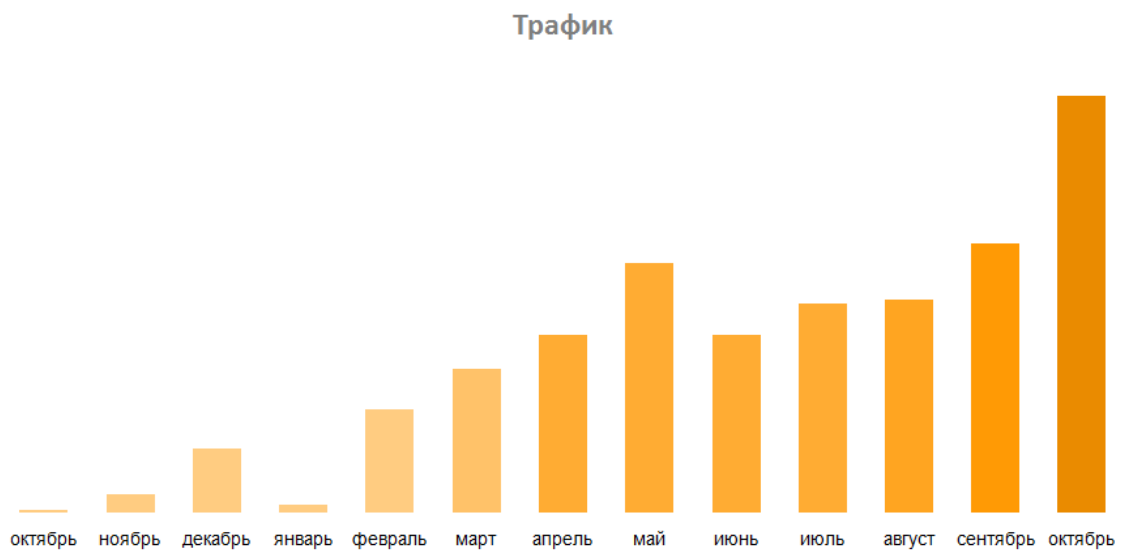
Проекты

Далее мы значительно переработали раздел «Проекты».

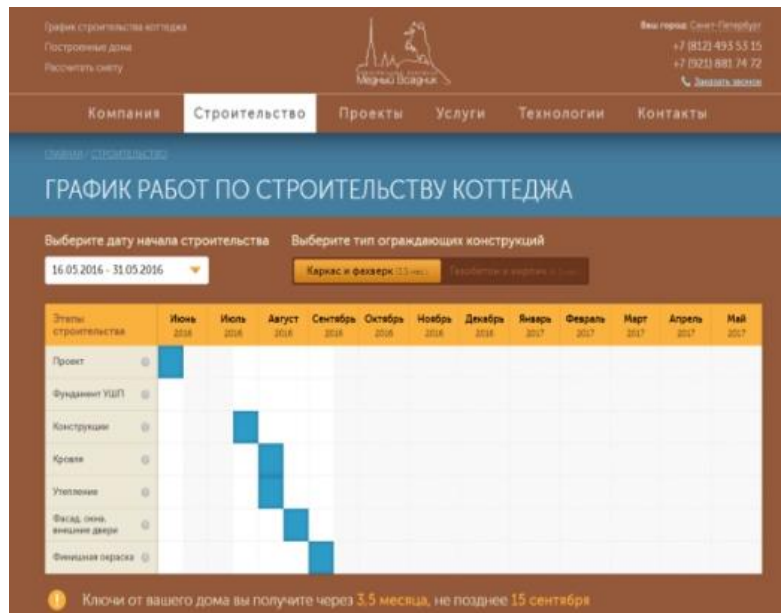
- b** Усовершенствовали и добавили новый функционал;
- b** Увеличили количество карточек выполненных проектов;
- b** Разработали и добавили на сайт фильтрацию по проектам;
- b** Добавили раздел выполненных проектов с фотографиями;
- b** Создали интерактивную карту с цветовыми маркерами и фильтрацией по проектам.



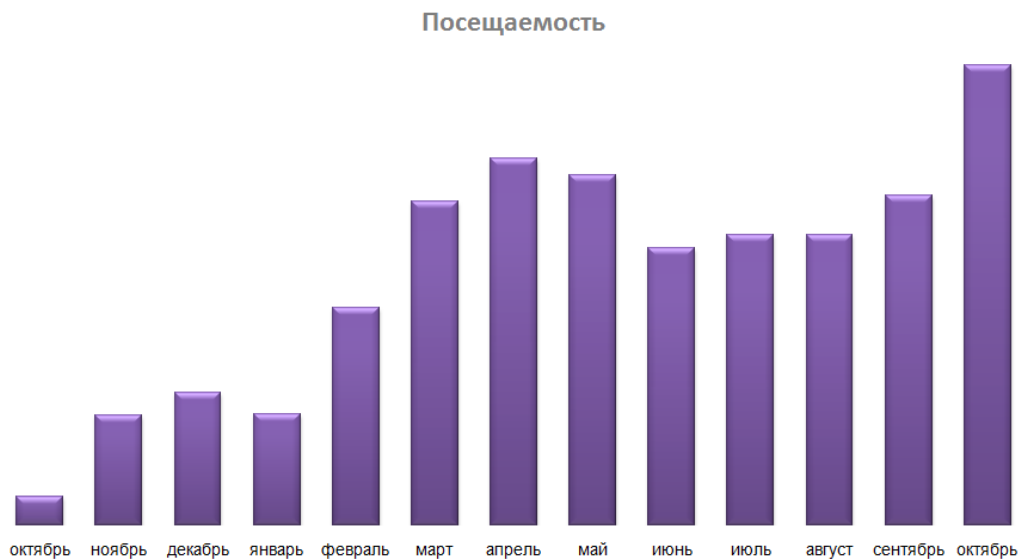
Эти наши активные действия привели к росту привлекаемого трафика по целевым низкочастотным запросам.



Также мы разработали и внедрили удобный интерактивный график с индикацией сроков работ по строительству дома в зависимости от его типа. То есть при выборе даты начала строительства пользователь сразу видит, когда будет построен конкретный дом. Мы наглядно представили все этапы строительства, добавили всплывающие подсказки. Внизу страницы внедрили форму заявки на расчёт сметы.



Затем мы стали наращивать трафик без привязки к словам, чтобы достичь конверсии по максимальному количеству запросов, включая низкочастотные целевые запросы.



Выход в регионы

Компания заказчика хотела выйти на региональные рынки. На момент открытия офиса в Москве мы уже активно занимались продвижением сайта в этом регионе. Мы добавили сайт в Яндекс.Каталог и привязали к региону Москва.

Мы реализовали возможность выбора города в шапке сайта. При изменении города сразу меняется номер телефона.

После этого для продвижения сайта мы подключили контекстную рекламу и запустили рекламную кампанию. Для этого мы создали адаптивный лендинг. Нашей целью было простимулировать продажи, успев захватить строительный сезон.

Результаты

Нам удалось результативно оптимизировать сайт, несмотря на высокую конкурентность тематики и небольшой возраст сайта. Доработав функционал, добавив контент и внедрив наглядные интерактивные элементы, мы добились увеличения трафика на сайт и повышения конверсии.

- Рост трафика каждый квартал увеличился 2,5 раза
- Трафик за IV квартал продвижения в сравнении с I увеличился в 3,5 раза
- Компания клиента вышла на новые региональные рынки