

промо-сайт с трафиком

ЧТО ВЫ ПОЛУЧИТЕ

Промо-страницы под ваши аудитории, поток клиентов и полная экономика. До рубля видно: сколько вложено, сколько стоит продажа и какую прибыль приносит каждый канал.

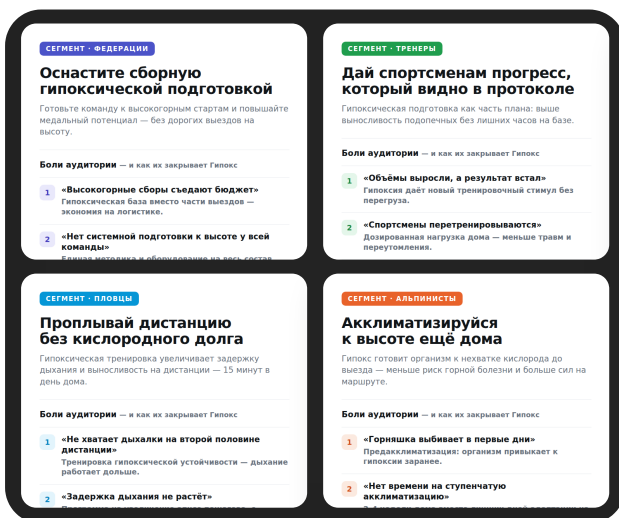
01



исследование и упаковка

- Раскрываем маркетинговые смыслы продукта.
- Собираем портреты аудиторий: задачи, боли, критерии выбора и возражения.
- Выбираем приоритетные сегменты и формируем предложение под каждый.

02



промо-страницы под аудитории

- Создаём общую систему блоков и дизайн-шаблон.
- Меняем оффер, аргументы, тексты и порядок информации под ключевые аудитории.
- Адаптируем под телефон, подключаем формы и цели.

состав работ

03



трафик и реклама

- Составляем медиаплан: площадки, бюджеты, прогноз трафика и стоимость заявки.
- Готовим объявления и креативы под выбранные сегменты.
- Тестируем гипотезы и перераспределяем бюджет.

04

СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА

Эффективность каналов трафика

Отчётный период: июнь 2026 - все суммы в рублях

Канал	Вложено	Лиды	Заказы	Сумма заказов	Профит
Авито	180 000	240	96	1 920 000	+612 000
Яндекс Директ	320 000	310	88	1 760 000	+284 000
2ГИС	95 000	70	28	560 000	+205 000
VK Реклама	210 000	150	42	840 000	+18 000
MyTarget	160 000	90	20	400 000	-46 000
Telegram Ads	140 000	60	12	240 000	-72 000
Итого	1 105 000	920	286	5 720 000	+1 001 000

Средний ROMI по всем каналам - +91%

CRM и сквозная аналитика

- Фиксируем в CRM каждую заявку и её рекламный источник.
- Связываем расходы, лиды, сделки, продажи и выручку.
- Сравниваем CPL, CAC и ROMI и усиливаем выгодные каналы.

один продукт — разные предложения

ПРИМЕР УПАКОВКИ ОДНОГО ПРОДУКТА ДЛЯ ЧЕТЫРЁХ АУДИТОРИЙ.

СЕГМЕНТ · ФЕДЕРАЦИИ

Оснастите сборную гипоксической подготовкой

Готовьте команду к высокогорным стартам и повышайте медальный потенциал — без дорогих выездов на высоту.

Боли аудитории — и как их закрывает Гипокс

- 1 «Высокогорные сборы съедают бюджет»
Гипоксическая база вместо части выездов — экономия на логистике.
- 2 «Нет системной подготовки к высоте у всей команды»
Единая методика и оборудование на весь состав сборной.
- 3 «Сложно доказать эффективность вложений»
Измеримые показатели (гемоглобин, выносливость) и отчётность.
- 4 «Оборудование должно быть сертифицировано»
Сертифицированные тренажёры отечественного производства.

СЕГМЕНТ · ТРЕНЕРЫ

Дай спортсменам прогресс, который видно в протоколе

Гипоксическая подготовка как часть плана: выше выносливость подопечных без лишних часов на базе.

Боли аудитории — и как их закрывает Гипокс

- 1 «Объёмы выросли, а результат встал»
Гипоксия даёт новый тренировочный стимул без перегруза.
- 2 «Спортсмены перетренировываются»
Дозированная нагрузка дома — меньше травм и переутомления.
- 3 «Негде тренировать высоту без выезда в горы»
Имитация высоты в зале или дома — без выездных сборов.
- 4 «Нечем аргументировать методику»
Готовая методика, программы и измеримые показатели для родителей и руководства.

СЕГМЕНТ · ПЛОВЦЫ

Проплывай дистанцию без кислородного долга

Гипоксическая тренировка увеличивает задержку дыхания и выносливость на дистанции — 15 минут в день дома.

Боли аудитории — и как их закрывает Гипокс

- 1 «Не хватает дышалки на второй половине дистанции»
Тренировка гипоксической устойчивости — дыхание работает дольше.
- 2 «Задержка дыхания не растёт»
Программа на увеличение апноэ пошагово, с контролем нагрузки.
- 3 «Плато в результатах»
Новый стимул выносливости без роста объёмов в бассейне.
- 4 «Долго восстанавливаюсь между тренировками»
Рост гемоглобина и эффективности кислорода — быстрее в строю.

СЕГМЕНТ · АЛЬПИНИСТЫ

Акклиматизируйся к высоте ещё дома

Гипокс готовит организм к нехватке кислорода до выезда — меньше риск горной болезни и больше сил на маршруте.

Боли аудитории — и как их закрывает Гипокс

- 1 «Горняшка выбивает в первые дни»
Предакклиматизация: организм привыкает к гипоксии заранее.
- 2 «Нет времени на ступенчатую акклиматизацию»
2-4 недели дома вместо лишних дней адаптации на горе.
- 3 «На высоте падает работоспособность»
Рост эритроцитов и переносимости кислородного голодания.
- 4 «Долго восстанавливаюсь после выходов»
Эффективное дыхание ускоряет восстановление между акклиматизациями.

один продукт



разные мотивы



свои страницы



свои объявления

трафик и сквозная аналитика

Набор площадок выбираем по аудитории и экономике.

поиск

соцсети

классифайды

карты

маркетплейсы

Big Data

СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА

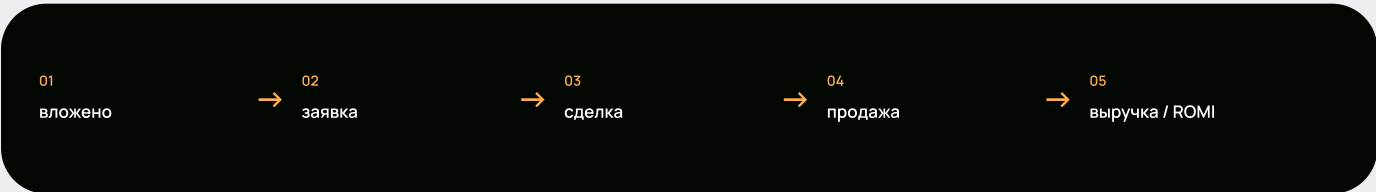
Эффективность каналов трафика

Отчётный период: июнь 2026 · все суммы в рублях

Канал	Вложено	Лиды	Заказы	Сумма заказов	Профит
 Авито	180 000	240	96	1 920 000	+612 000
 Яндекс Директ	320 000	310	88	1 760 000	+284 000
 2ГИС	95 000	70	28	560 000	+205 000
 VK Реклама	210 000	150	42	840 000	+18 000
 MyTarget	160 000	90	20	400 000	-46 000
 Telegram Ads	140 000	60	12	240 000	-72 000
Итого	1 105 000	920	286	5 720 000	+1 001 000

Средний ROMI по всем каналам · +91%

Пример структуры отчёта · цифры демонстрационные



тарифы

СТОИМОСТЬ ПЕРВОГО ЗАПУСКА

01 · БАЗОВЫЙ

стартовый

- Один общий оффер без глубокой нарезки на аудитории
- Один промо-сайт
- 2–3 рекламные площадки
- Базовый набор объявлений и креативов
- Учёт всех заявок и источников в CRM

АНАЛИТИКА

CPL · стоимость заявки

4–5 недель

79 000 ₽

02 · СЕГМЕНТЫ

средний

- Исследование трёх приоритетных аудиторий
- Шаблон и до трёх версий промо-страницы
- 3–5 рекламных площадок
- Объявления и креативы под сегменты
- CRM и первый цикл оптимизации рекламы

АНАЛИТИКА

CPL · квалифицированный лид · конверсия

6–8 недель

129 000 ₽

03 · МАКСИМАЛЬНЫЙ

крупный

- Глубокая карта аудиторий и приоритетов
- Масштабируемый шаблон с уникальными блоками и текстами
- Многоканальная реклама и повторные циклы
- Источник, стоимость клиента и сумма продажи в CRM
- Полная маркетинговая экономика по каналам

АНАЛИТИКА

CAC · выручка · ROMI · прибыль

от 8 недель

219 000 ₽

Рекламный бюджет, платные сервисы площадок, CRM, коллтрекинг, лицензии, фото и видео оплачиваются отдельно. Точный состав и календарный план фиксируем перед стартом.