

# АКУПУНКТУРА (B2C)

МЕДИЦИНА    ТАОМЕД (МОСКВА)    УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ

Как мы спасли клинику от убытков: снизили CPL в 4 раза, переработали сайт и удалили плашку «лженаука» из выдачи Яндекса

**✗ ТОЧКА А (СЛИВ БЮДЖЕТА)**

ЦЕНА ЛИДА (CPL)	<b>5000 – 6000 Р</b>
ВЫДАЧА ЯНДЕКСА	<b>«Лженаука»</b>
КОНВЕРСИЯ САЙТА	<b>~1%</b>

Реклама сжигала 100 000 Р/мес. Подрядчики гнали мусорный трафик, а Яндекс добивал остатки доверия негативным сниппетом.

**✓ ТОЧКА Б (ROMANOV DIGITAL)**

ЦЕНА ЛИДА (CPL)	<b>1 500 Р</b>
ВЫДАЧА ЯНДЕКСА	<b>Доверие</b>
КОНВЕРСИЯ САЙТА	<b>4–5%</b>

Реклама и сайт стали единой системой. Бюджет оптимизирован до 45 000 Р/мес, клиника вышла в стабильную прибыль.

### АРХИТЕКТУРА РЕШЕНИЯ

- 1 Защита репутации**  
Добились корректировки выдачи Яндекса: убрали формулировку «акупунктура — лженаука», убивавшую конверсию.
- 2 Мультилендинг**  
Ушли от общего сайта. Создали отдельные посадочные страницы под каждую услугу с сильным фокусом на UX и СТА.
- 3 Точная семантика**  
Полностью вычистили «мусорные» клики. Оптимизировали РСЯ строго под горячий спрос, а не просто "интересующихся".
- 4 Оптимизация бюджета**  
Отключили неэффективные площадки и снизили ежемесячный рекламный расход более чем в 2 раза.

<b>1 500 Р</b> НОВЫЙ CPL	<b>-75%</b> СНИЖЕНИЕ ЦЕНЫ ЗАЯВКИ	<b>x4</b> РОСТ КОНВЕРСИИ САЙТА	<b>45к Р</b> БЮДЖЕТ В МЕСЯЦ
-----------------------------	-------------------------------------	-----------------------------------	--------------------------------

В медицинских нишах с высоким порогом скепсиса решает не только трафик, но и **инфополе вокруг продукта**. Мы не просто перенастроили Директ, а устранили корневую причину отказов.

Системный подход превратил убыточный трафик в стабильную прибыль. Семантика + UX + работа с репутацией в поиске дают кратное снижение стоимости привлечения клиента.