# GAME & LEARN 2026: Яндекс Директ с защитой от ботов и SEO для HR-конференции

## О проекте

GAME & LEARN - конференция-выставка по корпоративному обучению и развитию персонала. Мероприятие прошло 20 октября 2026 года в Москве. Аудитория - HR- и L&D-специалисты, руководители корпоративных учебных центров и университетов. Сайт game-learn.ru сделан на Тильде, заявки с форм поступают в CRM.

## Задача

Привести на сайт целевую HR-аудиторию из Яндекс Директа, собирать заявки через формы сайта и с самого старта не расходовать бюджет на ботов и скликивание. Параллельно привести в порядок техническое SEO сайта. Сроки сжатые: реклама запускалась за шесть недель до конференции.

**36 335**
визитов из Директа за кампанию

**17 802**
целевых визита, 49% трафика

**3 046**
ботов и подозрительных визитов выявлено и исключено из показов

**47**
заявок на программу за первые 30 дней

**3 612 ₽**
средняя стоимость заявки

## Трафик из Директа по дням

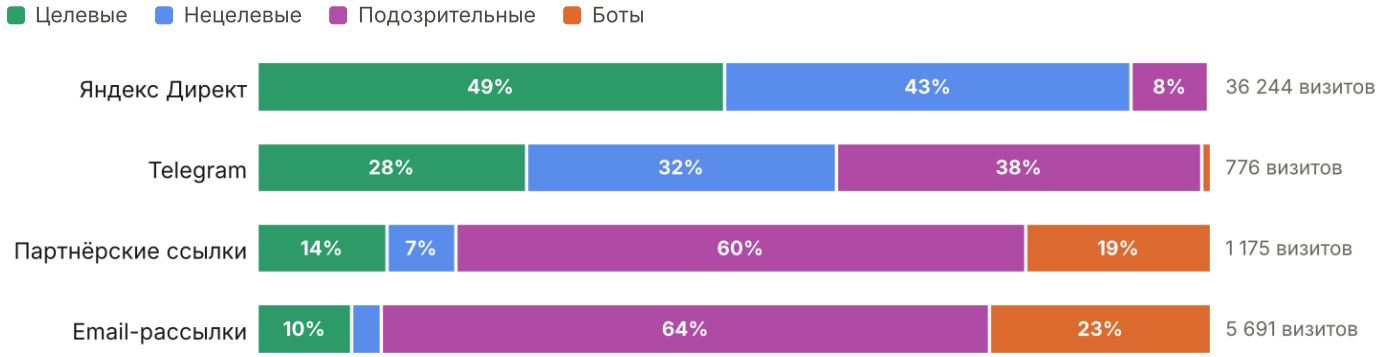



Кампания быстро набрала охват: за первую неделю, с 9 по 15 сентября, сайт получил 27 550 визитов из Директа, это 76% всего рекламного трафика. Дальше реклама поддерживала интерес волнами в конце сентября и 9-10 октября, ближе к дате конференции. Доля ботов и подозрительных посетителей оставалась небольшой на всём протяжении кампании: защита работала с первого дня показов.

## Что сделано в Директе

- **Структура из 11 кампаний.** Поиск по тематике HR-конференций и форумов, по деловым играм и по бренду. По запросу клиента конференции на поиске разделены на отдельные кампании по Москве с областью и по России. В РСЯ - кампании по конференциям, деловым играм, аудитории сайтов о корпоративном обучении, общая кампания и ретаргетинг на базу HR-специалистов.
- **Семантика и чистка поиска.** Трафик дали 122 фразы и автотаргетинг: деловые игры и бизнес-симуляции, корпоративное обучение и университеты, HR-конференции и форумы. Поисковые запросы регулярно чистились от нецелевых.
- **Защита Botfaqtor с дня запуска, 9 сентября.** Боты исключаются из показов, включена автоматическая блокировка нецелевых посетителей: в сегмент попали 372 посетителя, которые провели на сайте меньше 15 секунд и не пошли дальше первой страницы. В общую базу ботов сервиса с сайта добавлено 1 089 записей.
- **Чистка площадок РСЯ** по отчётам Botfaqtor, включая исключение DSP-площадок.
- **Управление бюджетом.** После стартового охвата расход выведен на согласованный с клиентом уровень около 30 000 ₽ в неделю.

## Качество трафика по источникам




Botfaqtor проверял весь трафик сайта, поэтому каналы можно сравнить по одной шкале. Среди основных источников у Яндекс Директа самая низкая доля ботов и подозрительных посетителей: почти половина визитов целевые, а на ботов и подозрительных посетителей пришлось 8,4%. В переходах из email-рассылок картина обратная: 87% визитов сервис отнёс к ботам и подозрительным. Так обычно выглядят автоматические проверки ссылок почтовыми системами, и без фильтрации эти переходы завышали бы отдачу рассылок. 82% выявленных на сайте ботов сервис отнёс к сложным, то есть имитирующим поведение реального посетителя: такие визиты сложнее всего отличить от настоящих.

## Поисковые запросы

| Фраза | Визиты | Целевые | Отказы |
|---|---|---|---|
| Автотаргетинг | 7 981 | 48% | 38,9% |
| бизнес игры | 2 087 | 50% | 37,1% |
| деловые игры | 1 766 | 52% | 33,9% |
| деловые игры обучение | 1 648 | 49% | 36,8% |
| бизнес симуляции | 1 646 | 49% | 38,3% |
| корпоративное обучение | 998 | 46% | 38,7% |
| корпоративный тренинг | 973 | 47% | 40,7% |
| обучение hr | 928 | 47% | 39,2% |
| корпоративный учебный центр | 897 | 46% | 39,6% |
| корпоративный университет | 855 | 47% | 39,8% |

Все 122 фразы дали 30 514 визитов при среднем показателе отказов 40%.

## Рекламная сеть Яндекса

РСЯ принесла 35 633 визита с 1 433 площадок при среднем показателе отказов 37,8%. Отчёт по площадкам с разметкой качества от Botfaqtor использовался для чистки: площадки, где преобладали нецелевые и подозрительные визиты, исключались из показов.

## Заявки

За первые 30 дней работы кампаний, с 9 сентября по 8 октября, Директ принёс 47 заявок на скачивание программы конференции при средней стоимости 3 612 ₽. Каждая такая заявка - контакт HR-специалиста, который изучил программу и передан в работу отделу продаж. По статистике кабинета Директа средняя цена клика составила 2,73 ₽ при CTR 2,06%.

## География визитов

| Страна | Визиты | Целевые | Боты и подозр. |
|---|---|---|---|
| Россия | 41 056 | 49% | 12% |
| США | 2 073 | 9% | 85% |
| Нидерланды | 1 792 | 3% | 96% |
| Ирландия | 1 526 | 1% | 99% |
| Сингапур | 377 | 1% | 99% |

Все источники сайта, 09.09-05.11.2026.

## Иностранный трафик

Россия дала 83% всех визитов на сайт и 95% целевых. Заметный поток из США, Нидерландов и Ирландии, 5 391 визит, почти целиком состоял из ботов и подозрительных посещений: 92%. Botfaqtor отделил этот трафик от целевого, поэтому он не искажал оценку каналов, а выявленные боты ушли в исключения для показа рекламы.

## Какие боты пришли на сайт

**1 819**
сложных: имитируют поведение реального посетителя

**223**
продвинутых

**91**
простых

**80**
примитивных

Классификация Botfaqtor, все источники сайта, 2 213 ботов за 09.09-05.11.2026.

## SEO-оптимизация сайта

С 16 сентября параллельно с рекламой провёл техническую SEO-оптимизацию сайта на Тильде. По данным Яндекс Вебмастера на сайте было три проблемы, которые мешали индексации и позициям:

**61**
дублирующийся title в 26 группах страниц

**38**
дублирующихся description

**9**
деловых игр, заведённых в каталоге дважды

**GET**
страницы-дубли с параметрами в адресе

- **Архив мероприятий.** У главной и семи архивных страниц прошлых конференций был один и тот же title. Каждой архивной странице прописаны уникальные title и description с названием и датой мероприятия.
- **Каталог деловых игр.** Карточки игр дублировались на странице каталога и в архиве октября 2025 года. Основными сделаны карточки каталога, архивные копии убраны из индекса, повторно заведённые игры объединены. Каждая карточка получила уникальный title и описание из текста игры.
- **Description.** Пустые и одинаковые описания заполнены, у каждой индексируемой страницы своё описание на 140-160 символов.
- **Дубли с GET-параметрами.** На Тильде robots.txt не редактируется вручную, поэтому на всех индексируемых страницах проверен и настроен canonical на адрес без параметров. При активной рекламе это особенно важно: иначе каждая ссылка с UTM-метками попадает в поиск как отдельная страница-дубль.
- **Базовая техника.** Один H1 на страницу, технические страницы закрыты от индексации, задан og:image для превью в мессенджерах, телефоны в футере кликабельные, в реквизитах указана форма ИП, в формах отдельные чекбоксы согласий.
- **Переобход.** После публикации страницы отправлены на переобход в Яндекс Вебмастере.

**Итог.** За шесть недель до конференции Яндекс Директ привёл на сайт GAME & LEARN более 36 тысяч визитов, из них 17,8 тысячи целевых, и обеспечил поток заявок на программу по 3,6 тысячи рублей. Защита Botfaqtor, подключённая в день запуска, выявила более 3 тысяч ботов и подозрительных визитов и дала прозрачную картину качества по каждому каналу продвижения. Параллельно сайт избавлен от дублей title, description и адресов с параметрами, которые фиксировал Яндекс Вебмастер.

## Креативы для РСЯ

В кампаниях использовался набор баннеров в фирменном стиле конференции под основные форматы РСЯ и два видеоролика, собранные из кадров с прошлых конференций GAME & LEARN: живые деловые игры, выставка и доклады. Во всех креативах одна связка: название, тема конференции и дата, без цен и промокодов.




Квадрат 1200×1200




Вертикаль 300×600




Горизонталь 1200×600

Визуальная система держится на трёх элементах: крупное название, акцент «HR-конференция» в фирменном красном и плашка с датой. Круг с бегущей надписью узнаётся даже в маленьких форматах.




Перетяжка 728×90

## Видео 9:16, 17 секунд




## Видео 1:1, 17 секунд




Данные: Botfaqtor, Яндекс Директ, Яндекс Вебмастер; 09.09-05.11.2026

Даниил Румянцев · реклама и сайты