

GOOGLE ADS · SHOPPING · SEO · HORECA B2B

Pro Tomatto: реклама і SEO, що приносять заявки, а не кліки

Ми подивились ваш сайт і нішу. Нижче — стратегія Google Ads, Shopping і SEO під ваш B2B, з реальними даними, а не загальним чеклистом.

з 2014

full-cycle studio

10+

років досвіду

400%

середній ROI

CA · US

клієнти

Google Ads

Google Shopping

Merchant Center

GA4 / GTM

SEO / GEO

Performance Max

Перш ніж щось пропонувати, ми відкрили protomatto.com.ua і подивились його зсередини — і технічно, і по попиту у вашій ніші. Тому нижче не загальні слова про рекламу, а конкретика під вашу ситуацію: де швидкі заявки, де вільне місце в пошуку і що варто полагодити, щоб реклама не зливала бюджет.

Дзеркало запиту

Що потрібно	Як ми це робимо
Google Ads (контекст)	Пошукові кампанії під B2B-намір: ресторани, виробництва, дистриб'ютори, що шукають постачальника
Google Shopping	Merchant Center з нуля + оптимізований товарний фід + Standard Shopping → Performance Max
SEO	Фундамент і безпека + семантика під реальні вільні запити ніші + контент, що перехоплює трафік

Щоб бюджет був
вимірюваний

Спочатку аналітика і відстеження заявок, лише потім масштаб —
інакше платимо за кліки наосліп

Що ми вже знаємо про вашу нішу

Ми подивились, хто і за рахунок чого збирає трафік у темі томатної продукції. Картина для вас вигідна.

Ніша майже порожня в пошуку — це вікно

Трафік у темі забирають переважно рецептні блоги і маркетплейси, а не постачальники. Профільних B2B-гравців, які системно працюють із пошуком, майже немає — при стабільному попиті. Заходити треба зараз.

«пасата» — близько 8100 запитів на місяць при майже нульовій конкуренції. Пряма точка входу і для реклами, і для SEO.

«соус для піци», «пелаті», «томатна пульпа оптом» — попит є, профільних постачальників у топі немає.

Міст «рецепт → товар» — забираємо рецептний трафік і ведемо на вашу продукцію. Чого блоги дати не можуть, а ви можете.

Що ми вже побачили на сайті (і чому це впливає на рекламу)

Реклама працює рівно настільки, наскільки готовий сайт її прийняти. Ось що знайшли і виправимо в першу чергу.

Відстеження конверсій не налаштоване

- Без подій (заявка, телефон, «купити») реклама оптимізується наосліп — це база, ставимо найпершою.

На головній немає H1

- Базова on-page помилка — і для SEO, і для якості посадкових під рекламу.

Безпека: відкрите ім'я адміна, немає захисних заголовків

- Логін адміна видно публічно, немає security-заголовків, порожній DMARC — швидко закриваємо.

Мобільна швидкість слабка

- Десктоп швидкий, мобільний повільніший за норму — на мобільному трафіку це б'є по конверсії реклами.

Google Ads — пошукова реклама

Мета — заявки від HoReCa, виробництв і дистриб'юторів, які вже шукають постачальника. Без зайвих кліків.

Структура кампаній

- Окремі кампанії під намір: пульпа для HoReCa · соус оптом для виробництв · імпорт/великий опт для дистриб'юторів · бренд (захист) · конкуренти (перехоплення).
- Щільна семантика під кожну групу + жорсткі мінус-слова (роздріб, рецепт, насіння, вирощування, «своїми руками») — щоб не платити за нецільові кліки.
- Адаптивні оголошення (RSA) з акцентом «прямий імпорт з Італії · без посередників · безкоштовна дегустація» + розширення (каталог, КП, телефон).
- Старт на ручних ставках для збору даних → перехід на Smart Bidding (Target CPA / Max Conversions) після накопичення конверсій.
- Гео — Україна з акцентом на великі міста; графік під B2B-ритм закупівель (робочі дні та години).

Google Shopping — товарні оголошення

Для B2B-покупця, який порівнює постачальників, фото + назва бренду у видачі — це довіра і конверсія.

Налаштування і фід

- Merchant Center з нуля: верифікація домену, підключення товарного фіду з WooCommerce.
- Оптимізація фіду — те, від чого залежить усе: назви з ключами і форматом/вагою, правильна Google-категорія, коректні ціни (помилки блокують товари), сегментація через custom labels.
- Запуск Standard Shopping (пріоритет — пульпа/пелаті, далі соуси/пюре) → Performance Max після накопичення даних.

SEO — органіка на основі даних, а не шаблону

Сайт новий, тому SEO — це довша інвестиція, але починати треба одразу й бити в реальні вільні запити, а не в загальний чеклист.

Технічний фундамент

- Search Console + коректна індексація, GA4/GTM з подіями, виправлення H1/мета, Schema.org (Product, LocalBusiness), Core Web Vitals і мобільна швидкість, безпека.
- Адаптація під видачу AI-пошуку (GEO) — щоб вас знаходили і у відповідях ШІ, не лише в класичній видачі.

Семантика і контент

- Ядро під вільні комерційні запити ніші (пасата, пельаті, пульпа оптом, постачальник для HoReCa) + продуктові й галузеві кластери.
- Сторінки під опт/B2B + контент-міст «рецепт → товар», що перехоплює трафік рецептних блогів на ваші товари.

Аналітика та автоматизація

Щоб ви бачили реальні заявки, а не лише кліки — і контролювали бюджет без входу в кабінет.

Стек і контроль

- GA4 + GTM + Search Console + Merchant Center + зведений дашборд звітності.
- Відстеження ключових конверсій: форма «отримати КП», «безкоштовна дегустація», клік по номеру, кошик/замовлення.
- Автоматизація, яку ми вже використовуємо у себе: щоденний звіт у Telegram, алерт перевитрати бюджету, миттєве сповіщення про нову заявку з джерелом ліда.

Як ми це робимо — по фазах

ФАЗА 1

Фундамент і швидкі заявки

- Аналітика + відстеження конверсій
- Безпека + H1 + швидкі on-page
- Запуск пошукових кампаній

ФАЗА 2

Масштаб і Shopping

- Merchant Center + фід + Shopping
- Оптимізація кампаній, зниження вартості заявки
- Семантика + перші сторінки/статті

ФАЗА 3

Зростання обох каналів

- Performance Max + ретаргетинг
- Нарощування контенту й посилань
- Видимість у AI-пошуку (GEO)

Чому ми

Все під одним дахом

- Сайт, реклама і SEO — одна команда. Не доведеться зводити трьох підрядників: технічні правки під рекламу робимо самі.

Ми вже зробили частину роботи безкоштовно

- Аудит сайту і аналіз ніші вище — це вже зроблено, а не обіцянка. Бачите підхід ще до старту.

Вище — підхід по кожному напрямку. Деталі та пріоритети узгодимо разом; питання — відповімо в чаті.

WebCoreLab — full-cycle digital studio · Toronto, Canada

Дизайн, розробка, SEO/GEO і DevOps под одной крышей — **от идеи до продакшна и поддержки**. На рынке **с 2014**, 10+ лет в digital, **20+ лет совокупного опыта команды**. Архитектурный подход, измеримый результат, полный контроль на стороне владельца.

ПАРТНЕРСТВА И ПРИЗНАНИЕ

● Clutch · Top Agency Canada

● DesignRush · Best SEO

● G2 · High Performer

● Google Partner

● HubSpot Partner

● Cloudflare Partner

● Semrush Partner

Релевантные кейсы

Похожие по инженерной сути проекты — каталоги, миграции, e-commerce и платформы с высокой нагрузкой.

E-COMMERCE · CATALOG

Massage Warehouse

Каталог оборудования, чистый UX, быстрый checkout.

→ конверсия каталога вверх

GEO · SEO

TechFlow

Гео-видимость и органический трафик.

→ рост видимости в нише

GEO · LOCAL

GreenLeaf

Локальный каталог + лидген по регионам.

→ локальные заявки

GEO · HEALTHCARE

MedCore

Структурированный каталог услуг.

→ органика + доверие

SEO · DATA

Ahrefs case

SEO-инфраструктура и контент-движок.

→ масштаб органики

ENTERPRISE · LOGISTICS

XPO Logistics

Высоконагруженная платформа.

→ стабильность под нагрузкой

PLATFORM · SCALE

LatinAmericanCupid

Платформа на миллионы пользователей.

→ масштабируемость

BRAND · E-COMM

Detox

Брендовый магазин, чистая верстка.

→ конверсия и скорость

SERVICE · BOOKING

Custom Maids Toronto

Сервисный сайт с формой заказа.

→ поток заявок

[Смотреть все кейсы →](#)

WebCoreLab · Full-cycle digital studio · Toronto, Canada · з 2014
webcorelab.com · [case-studies](#)