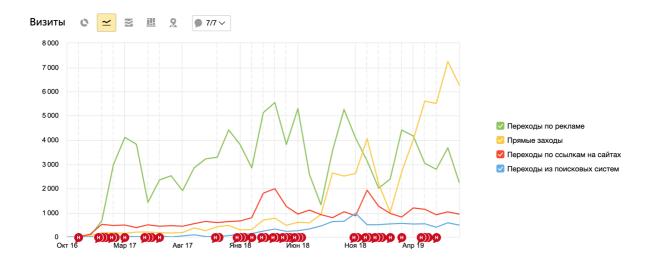
# Аудит рекламных кампаний Яндекс Директ проекта bontelstore.ru

Краткий обзор каналов трафика	3
Исследование структуры и настроек кампаний	4
Поисковые рекламные кампании	4
Некорректная группировка ключевых слов	4
Как нужно группировать	6
Объявление	6
Ссылка	7
Пересечение кампаний	8
Отсутствие минус-слов между ключевыми словами	8
Деление кампаний по регионам	9
Рекламные сети Яндекса (РСЯ)	9
Пересечение	9
Как проводить тестирование	12
Стратегия оптимизации по всем целям	12
Не используются общие ключевые слова	14
Вывод по структуре	14
Исследование охвата	15
Поисковые запросы пользователей	15
Слова с низким CTR	15
Вхождение слова «цена»	17
Сегменты спроса, которые отсутствуют в охвате	17
Каннибализация поискового трафика контекстной рекламой	17
Исследование окупаемости сегментов	18
КРІ проекта	18
Выборка Яндекс Директ	19
Общая динамика	19
Рекламные кампании	20
Ключевые слова	21
Корректировки ставок	23
Устройства	23
Пол и возраст	23
Время суток	24
География	25
Площадки размещения	26
Ретаргетинг	28
Динамический ретаргетинг	29
Сайт и рынок	30

Комментарий	30
Исследование систем аналитики	30
Рекомендуемые к отслеживанию события	31
Выводы	31
Рекламные кампании	31
Сбор данных и аналитика	31
	33

# Краткий обзор каналов трафика



- Сейчас доля рекламного трафика составляет ~40% и в основном приходится на Яндекс Директ и Google Ads
- С 18 года кратно выросло количество прямых переходов на сайт: мы подумали, что это может быть вызвано ошибками и исследовали вопрос в блоке Исследование систем аналитики.
- Стабильно количество переходов по ссылкам на сайтах, в данном случае, это переходы с сайта bontel.ru
- Растет количество переходов из поисковых систем, в основном, это брендовые поисковые запросы.

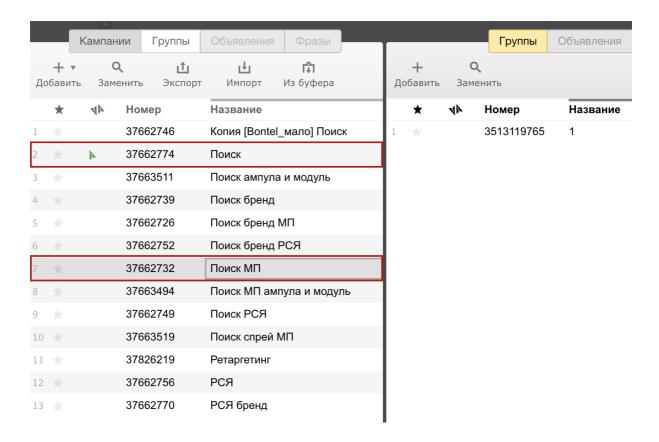
Ввиду незначительной доли трафика из Google Ads за последний квартал и ограниченного времени, в аудите ниже будем рассматривать только Яндекс Директ.

# Исследование структуры и настроек кампаний

## Поисковые рекламные кампании

Некорректная группировка ключевых слов

Мы заметили, что у каждой рекламной кампании есть дубликат с приставкой МП.



Внутри данных кампаний все ключевые слова объединены в одну группу. Скорее всего это сделано для того, чтобы избежать статуса **Мало показов**, когда показы группы приостанавливаются **из за недостаточного количества показов в рамках одной группы**. Таким образом Яндекс заставляет пользователей правильно группировать ключевые слова. Поэтому ключевые слова были вырезаны из предыдущих кампаний и объединены в одну группу.

Попробуем объяснить сценарий поведения поэтапно:

- 1) Изначально была кампания **Поиск**, где у каждого ключевого слова была своя группа.
- 2) Когда у низкочастотных ключевых слов появился статус **Мало показов**, то они перестали показываться вовсе. Поэтому они были выделены в отдельную рекламную кампанию **Поиск МП** и объединены в одну группу под названием **1**, чтобы всем вместе набрать достаточное количество показов в рамках одной группы.

CampaignName	AdGroupName	Заголовок 1	Criterion	Cost	Clicks	CTR
Поиск	1	Огнетушители Bontel!	autotargeting	3 825 ₽	58	3,1%
Поиск	1	Огнетушители Bontel !	Купить огнетушитель	66 470 ₽	1358	4,8%
Поиск	10	Огнетушители Bontel !	Где купить огнетушитель	3 316 ₽	69	4,8%
Поиск	11	Огнетушители Bontel !	Огнетушитель автомобильный цена	953 ₽	27	3,9%
Поиск	14	Огнетушители Bontel !	Стоимость огнетушителя	714 ₽	19	2,4%
Поиск	15	Огнетушители Bontel !	Производители огнетушителей	3 563 ₽	73	3,9%
Поиск	16	Огнетушители Bontel !	Купить огнетушитель в машину	575 ₽	15	4,0%
Поиск	2	Огнетушители Bontel !	Огнетушители Москва	5 199 ₽	75	4,7%
Поиск	23	Огнетушители Bontel !	Огнетушитель для автомобиля цена	1 027 ₽	29	4,7%
Поиск	24	Огнетушители Bontel !	Купить огнетушитель для легкового автомобиля	912 ₽	26	6,2%
Поиск	26	Огнетушители Bontel !	Продажа огнетушителей	2 131 ₽	47	4,3%
Поиск	28	Огнетушители Bontel !	Огнетушители с доставкой Москва	714 ₽	9	8,3%
Поиск	3	Огнетушители Bontel !	Огнетушитель цена	4 242 ₽	118	4,1%
Поиск	34	Огнетушители Bontel!	Огнетушитель для дома купить	2 073 ₽	40	8,0%
Поиск	37	Огнетушители Bontel !	Авто огнетушитель цена	648 ₽	18	5,1%
Поиск	38	Огнетушители Bontel !	Воздушно эмульсионный огнетушитель купить	883 ₽	25	9,4%
Поиск	4	Огнетушители Bontel !	Огнетушители купить в Москве	1 207 ₽	32	5,2%
Поиск	5	Огнетушители Bontel !	Огнетушитель автомобильный купить	8 129 ₽	150	5,0%
Поиск	5 (копия)	Огнетушители Bontel !	Огнетушитель автомобильный	16 127 ₽	289	3,9%
Поиск	6	Огнетушители Bontel !	Купить огнетушитель для автомобиля	9 948 ₽	165	5,9%
Поиск	60	Огнетушители Bontel !	Огнетушитель в машину цена	853 ₽	23	4,9%
Поиск	61	Огнетушители Bontel !	Купить огнетушитель для дома в Москве	891 ₽	14	9,1%
Поиск	88	Огнетушители Bontel !	ОВЭ 2 купить	653 ₽	18	21,4%
Поиск	9	Огнетушители Bontel !	Магазин огнетушителей	1 139 ₽	30	3,1%
Поиск МП	1	Огнетушители Bontel !	Bontel огнетушители купить	4 032 ₽	137	26,0%
Поиск МП	1	Огнетушители Bontel !	Автоматический огнетушитель купить	1 241 ₽	21	10,3%
Поиск МП	1	Огнетушители Bontel !	Аэрозольный огнетушитель купить	2 027 ₽	38	9,4%
Поиск МП	1	Огнетушители Bontel !	Где купить огнетушитель для дома	808 ₽	17	9,0%
Поиск МП	1	Огнетушители Bontel !	Где приобрести огнетушители	3 199 ₽	59	4,9%
Поиск МП	1	Огнетушители Bontel !	Заказ огнетушителей	1 059 ₽	18	5,0%
Поиск МП	1	Огнетушители Bontel !	Купить огнетушитель в машину цена	556₽	12	11,4%
Поиск МП	1	Огнетушители Bontel !	Маленькие огнетушители купить	1 423 ₽	35	11,3%
Поиск МП	1	Огнетушители Bontel !	Огнетушитель в квартиру купить	1 568 ₽	30	10,3%
Поиск МП	1	Огнетушители Bontel !	Огнетушитель для дачи купить в Москве	847 ₽	13	14,3%
Поиск МП	1	Огнетушители Bontel!	Огнетушитель для дома цена	712 ₽	15	7,9%
Поиск МП	1	Огнетушители Bontel !	Огнетушитель стоимость цена	927 ₽	22	4,9%
Поиск МП	1	Огнетушители Bontel !	Огнетушитель хромированный купить	1 738 ₽	39	15,2%
Поиск МП	1	Огнетушители Bontel !	Продажа автомобильных огнетушителей	985 ₽	23	3,7%
Поиск МП	1	Огнетушители Bontel!	Производители огнетушителей в России	1 585 ₽	46	6,4%
Total				160 759 ₽	3292	5,1%

То есть весь этот сценарий выше был пройден из за некорректной группировки на старте. На скрине выше красной рамкой мы выделили группу огнетушители для дома, какой она должна быть и группу огнетушители для автомобиля. Минусы данной структуры следуют из плюсов корректной структуры, о чем ниже.

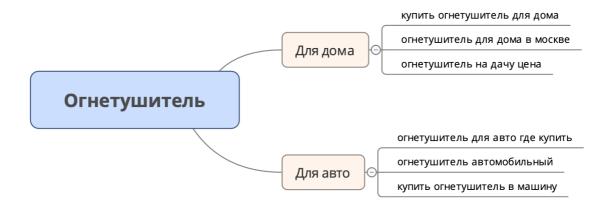
#### Как нужно группировать

Сами по себе группы созданы для того, чтобы объединять похожие ключевые в группы и далее работать с группой, например «огнетушителя для дома», чтобы

 в рамках группы тестировать релевантные объявления, так как внутри группы проводится автоматическая ротация объявлений и остается то, у которого наиболее высокий СТR

- управлять ставками, так как данные по группе набираются быстрее, чем ждать данные по каждому отдельно-взятому ключевому слову
- аналогичная структура наблюдается и в <u>РСЯ кампаниях</u>, где мы подробнее раскрыли мысль

Пример корректной группировки



#### Объявление

Сейчас для всех ключевых слов в группе показывается одно объявление

# Огнетушители Bontel ! – Изящный дизайн !

Уникальный состав Для автомобиля Для дома Изящный корпус **bontelstore.ru** > ДоброПожаловать ▼ реклама Купите огнетушитель Bontel на **1** л, 2 л от 3700 руб.! Срок службы - 20 лет!

От производителя - Безопасный состав - Гарантия

Хотя для каждой группы ключевых слов нужно делать свое объявление, например, для группы «Огнетушитель для автомобиля» лучше сделать релевантное объявление.

# Огнетушитель для автомобиля! – В наличии в МСК от 1400 р!

Запуск за секунду Уместится в бордачке Видео Изящный корпус

bontelstore.ru > автомобиль ▼ реклама

Купите огнетушитель Bontel на **1** л, 2 л от 3700 руб.! Срок службы - 20 лет!

От производителя - Безопасный состав - Гарантия - ГОСТ

#### Ссылка

Сейчас все ссылки ведут на главную страницы, хотя, группу слов с автомобилями было бы правельнее вести на страницу огнетушителей для автомобилей <a href="https://bontelstore.ru/forauto">https://bontelstore.ru/forauto</a>

CampaignName	AdGroupName	Criterion	Заголовок 1	Ссылка - путь	Cost	Clicks	CTR
Поиск	5 (копия)	Огнетушитель автомобильный	Огнетушители Bontel !	http://bontelstore.ru/	16 127 ₽	289	3,9%
Поиск	6	Купить огнетушитель для автомобиля	Огнетушители Bontel !	http://bontelstore.ru/	9 948 ₽	165	5,9%
Поиск	5	Огнетушитель автомобильный купить	Огнетушители Bontel !	http://bontelstore.ru/	8 129 ₽	150	5,0%
Поиск МП	1	Автоматический огнетушитель купить	Огнетушители Bontel!	http://bontelstore.ru/	1 241 ₽	21	10,3%
Поиск	23	Огнетушитель для автомобиля цена	Огнетушители Bontel!	http://bontelstore.ru/	1 027 ₽	29	4,7%
Поиск МП	1	Продажа автомобильных огнетушителей	Огнетушители Bontel!	http://bontelstore.ru/	985 ₽	23	3,7%
Поиск	11	Огнетушитель автомобильный цена	Огнетушители Bontel!	http://bontelstore.ru/	953 ₽	27	3,9%
Поиск	24	Купить огнетушитель для легкового автомобиля	Огнетушители Bontel!	http://bontelstore.ru/	912 ₽	26	6,2%

## Пересечение кампаний

В разных кампаниях присутствуют ключевые слова одной группы спроса, например «огнетушители для авто».

Cost	Clicks	CTR
39 174 ₽	742	4,6%
16 127 ₽	289	3,9%
9 948 ₽	165	5,9%
8 129 ₽	150	5,0%
1 027 ₽	29	4,7%
953 ₽	27	3,9%
912 ₽	26	6,2%
853 ₽	23	4,9%
648 ₽	18	5,1%
575 ₽	15	4,0%
24 429 ₽	466	4,2%
11 065 ₽	183	4,3%
10 628 ₽	229	4,3%
1 237 ₽	20	2,5%
861₽	18	2,6%
638 ₽	16	11,9%
	39 174 P 16 127 P 9 948 P 8 129 P 1 027 P 953 P 912 P 853 P 648 P 575 P 24 429 P 11 065 P 10 628 P 1 237 P 861 P	39 174 ₽ 742 16 127 ₽ 289 9 948 ₽ 165 8 129 ₽ 150 1 027 ₽ 29 953 ₽ 27 912 ₽ 26 853 ₽ 23 648 ₽ 18 575 ₽ 15 24 429 ₽ 466 11 065 ₽ 183 10 628 ₽ 229 1 237 ₽ 20 861 ₽ 18

При этом отличается только ссылка, которая ведет на <a href="http://bontelstore.ru/ognetushashchiy-sprey">http://bontelstore.ru/ognetushashchiy-sprey</a> и объявление

## Огнетушитель - спрей Bontel ! – Изящный дизайн !

Уникальный состав Для автомобиля Для дома Для квартиры bontelstore.ru ▼ реклама

Огнетушащий спрей Bontel объём 0,6 л от 1200 руб. ! Срок службы - 5 лет ! Компактный !

От производителя - Безопасный состав - Гарантия

То есть ключевые слова конкурируют друг с другом разными объявлениями. Если это было сделано для тестирования, то оно некорректное по причинам, которые мы описали в блоке <u>Как проводить тестирование</u>

## Отсутствие минус-слов между ключевыми словами

Например, у вас есть 2 слова без минус-слов

- огнетушитель
- огнетушитель для автомобиля

При этом объявления слова огнетушитель будут показываться по поисковых запросам огнетушитель для автомобиля, тем самым нарушая заданную структуру кампаний, то есть мы хотели бы, чтобы все слова с автомобилем показывались по ключевому слову огнетушитель для автомобиля, для этого нужно к слову огнетушитель добавить минус-слово автомобиль.

- огнетушитель -автомобиль
- огнетушитель для автомобиля

При отсутствии минус-слов все слова конкурируют с друг другом показы происходят по словам, у которых более высокая ставка и CTR, тогда мы фактически не управляем кампанией.

Стоит также отметить, что мы провели частичное исследование.

## Деление кампаний по регионам

Сейчас большая часть кампаний работает по всей России, но мы рекомендуем разделить кампании на Московскую область, Ленинградскую и РФ, чтобы более точно управлять экономикой и сделать заголовки объявлений релевантными региону показа.

# Рекламные сети Яндекса (РСЯ)

## Пересечение

В кампаниях используются одни и те же ключевые слова,

CampaignName	Cost	Clicks	CTR	CPC
Поиск РСЯ	61 381 ₽	3343	0,2%	18₽
Купить огнетушитель	28 289 ₽	1821	0,3%	16₽
Огнетушитель цена	14 060 ₽	588	0,2%	24 ₽
Огнетушитель автомобильный купить	4 377 ₽	231	0,4%	19 ₽
Продажа огнетушителей	3 735 ₽	108	0,2%	35₽
Огнетушители Москва	3 389 ₽	134	0,2%	25 ₽
Купить огнетушитель для автомобиля	3 059 ₽	124	0,2%	25 ₽
Огнетушители оптом	2 425 ₽	76	0,1%	32₽
Фирмы огнетушителей	2 048 ₽	261	0,6%	8₽
РСЯ бренд	59 026 ₽	2833	0,2%	21₽
купить огнетушитель	25 196 ₽	1286	0,2%	20₽
огнетушитель цена	8 568 ₽	392	0,2%	22 ₽
огнетушители москва	4 515 ₽	187	0,2%	24 ₽
огнетушители оптом	3 240 ₽	150	0,2%	22₽
продажа огнетушителей	3 113 ₽	143	0,2%	22₽
огнетушитель автомобильный купить	2 527 ₽	147	0,2%	17 ₽
огнетушитель купить в москве цена	2 319 ₽	75	0,2%	31₽
огнетушители купить в москве	2 062 ₽	103	0,2%	20 ₽
купить огнетушители цены	2 005 ₽	77	0,1%	26₽
магазин огнетушителей	1 909 ₽	130	0,3%	15₽
доставка огнетушителей	1 866 ₽	66	0,2%	28 ₽
производители огнетушителей	1 705 ₽	77	0,2%	22 ₽
РСЯ	58 545 ₽	3611	0,3%	16₽
купить огнетушитель	19 482 ₽	1211	0,3%	16₽
огнетушитель цена	7 107 ₽	503	0,3%	14 ₽
огнетушитель автомобильный купить	6 094 ₽	533	0,6%	11 ₽
огнетушители москва	5 134 ₽	242	0,3%	21₽
огнетушители купить в москве	4 169 ₽	234	0,4%	18₽
продажа огнетушителей	2 779 ₽	144	0,2%	19₽
огнетушители оптом	2 569 ₽	122	0,2%	21₽
доставка огнетушителей	2 311 ₽	93	0,3%	25 ₽
огнетушитель автомобильный цена	2 132 ₽	209	0,6%	10 ₽
купить огнетушители цены	1 999 ₽	90	0,2%	22 ₽
магазин огнетушителей	1 737 ₽	86	0,3%	20₽
купить огнетушитель для автомобиля	1 516 ₽	99	0,4%	15₽
где купить аптечку и огнетушитель	1 515 ₽	45	0,2%	34 ₽

При этом в кампаниях отличаются креативы объявлений и ссылки, в одной они ведут на главную, в другой на <a href="http://bontelstore.ru/forhouse">http://bontelstore.ru/forhouse</a>, предположим, что таким образом хотели протестировать эффективность объявлений, но это некорректно, так как Яндекс будет отдавать показы тем объявлениям, у которых выше CTR и ставка.

#### Давайте подробнее рассмотрим слово купить огнетушитель

CampaignName	AdGroupName	Criterion	Заголовок 1	Изображение	Cost	Clicks	CTR	CPC	Transactions	CPO
Поиск РСЯ	1	Купить огнетушитель	Огнетушители Bontel !	https://direct.yandex.ru/images/direct/175340/6l3gIT5dscsqn2kPNk4rxg	28 289 ₽	1821	0,3%	16 P	1	28 289 ₽
РСЯ бренд	ампула	купить огнетушитель			211₽	11	0,3%	19₽	0	
РСЯ бренд	ампула	купить огнетушитель	Интернет-магазин ГК BONTEL.	https://direct.yandex.ru/images/direct/169435/PXTmquRytH1lyoSHaC5xZQ	30 ₽	1	0,3%	30₽	0	
РСЯ бренд	бренд	купить огнетушитель			226 ₽	7	0,2%	32₽	0	
РСЯ бренд	бренд	купить огнетушитель	Интернет-магазин ГК BONTEL.	https://direct.yandex.ru/images/direct/241354/un6dA6cNTjJQ-GWssO3cZQ	0₽	0	0,0%		0	
РСЯ	в машине	купить огнетушитель			0₽	0	0,0%		0	
РСЯ	в машине	купить огнетушитель	Огнетушители Bontel!	https://direct.yandex.ru/images/direct/201327/HCPVcD-d08aXv7LuFf8ExQ	0₽	0	0,0%		0	
РСЯ бренд	вся продукция	купить огнетушитель			2 031 ₽	154	0,3%	13 ₽	0	
РСЯ бренд	вся продукция	купить огнетушитель	Интернет-магазин ГК BONTEL.	https://direct.yandex.ru/images/direct/225309/nB-yxA2ez1os9IfzSwrzOQ	204 ₽	5	0,1%	41₽	0	
РСЯ	девушка	купить огнетушитель			17 617 ₽	1139	0,3%	15₽	2	8 809 F
РСЯ	девушка	купить огнетушитель	Огнетушители Bontel!	https://direct.yandex.ru/images/direct/95202/i4juuV78Bx0F2fqDqq6ISQ	68 ₽	3	0,0%	23₽	0	
РСЯ	девушка и бонтел	купить огнетушитель			540 ₽	29	0,3%	19₽	0	
РСЯ	девушка и бонтел	купить огнетушитель	Огнетушители Bontel!	https://direct.yandex.ru/images/direct/201327/t5FZISG-leMOGWPZ-c8Yeg	0₽	0	0,0%		0	
РСЯ	малый и большой	купить огнетушитель			317₽	8	0,3%	40₽	0	
РСЯ	малый и большой	купить огнетушитель	Огнетушители Bontel!	https://direct.yandex.ru/images/direct/402265/XzxT577IKSWkiX6nJekZEA	5₽	1	1,2%	5₽	0	
РСЯ бренд	малый и большой	купить огнетушитель			21 317 ₽	1060	0,2%	20₽	2	10 658 ₽
РСЯ бренд	малый и большой	купить огнетушитель	Интернет-магазин ГК BONTEL.	https://direct.yandex.ru/images/direct/402265/XzxT577IKSWkiX6nJekZEA	1 096 ₽	45	0,2%	24₽	0	
РСЯ бренд	модуль	купить огнетушитель			81₽	3	0,1%	27₽	0	
РСЯ бренд	модуль	купить огнетушитель	Интернет-магазин ГК BONTEL.	https://direct.yandex.ru/images/direct/402265/_SYxBOB67M-JvI3nDbjC_g	0₽	0	0,0%		0	
РСЯ	пожарник	купить огнетушитель			571₽	21	0,2%	27₽	0	
РСЯ	пожарник	купить огнетушитель	Огнетушители Bontel!	https://direct.yandex.ru/images/direct/210391/f9ULwSVtliYoQZPC6FakSQ	0₽	0	0,0%		0	
РСЯ	продукция вся	купить огнетушитель			364 ₽	10	0,2%	36 P	0	
РСЯ	продукция вся	купить огнетушитель	Огнетушители Bontel!	https://direct.yandex.ru/images/direct/236476/R9_EnjiNogtPUiVIbNQsqQ	0₽	0	0,0%		0	
РСЯ	со шлангом	купить огнетушитель			0₽	0	0,0%		0	
РСЯ	со шлангом	купить огнетушитель	Огнетушители Bontel!	https://direct.yandex.ru/images/direct/229799/0c4w9s-vkKaJDLEc5P1A7Q	0₽	0	0,0%		0	

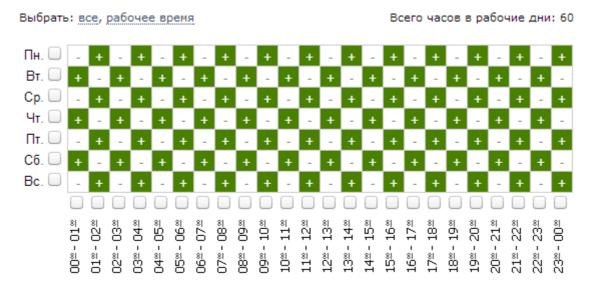
Как мы поняли, для тестирования объявлений было создано 3 кампании, в которых в каждой группе свои объявления по одним и тем-же ключевым словам. Но самого тестирования не происходит, так как

- Объявления показываются при разных условиях показа, которые выгодны Яндексу. Приоритет отдается словам с высокой ставкой и CTR
- Объявления конкурируют друг с другом, искусственно повышая среднюю стоимость клика.
- В целом непонятно почему такая схема, ее сложно оправдать каким-то удобством это неудобно. Возможно, ее суть в том, чтобы показываться на большем количестве площадок, или например чтобы было несколько разных объявлений в одном блоке, но это не работает, так как Яндекс показывает только одно объявление с одного домена.
- Слишком много вариантов, из-за этого некоторые группы получают мало трафика <a href="https://prnt.sc/ozichj">https://prnt.sc/ozichj</a>, в итоге сложно оценить конечный результат. В вариантах не только разные изображения, но и разные заголовки тестируется не один элемент за раз.
- Яндекс стремится показывать объявления с большим СТR, чтобы было больше кликов и больше заработать на этом, но эти объявления могут быть неэффективными. То есть при таком формате, как сейчас, Яндекс отдает предпочтение высокому СТR, а другие слова/объявления недополучают показы. Но даже если объявления будут в одной группе (по одному слову), сначала показы будут делиться поровну, а затем все равно победит объявление с высоким СТR <a href="https://prnt.sc/ozikua">https://prnt.sc/ozikua</a>. И данных по некоторым объявлениям будет недостаточно для оценки эффективности.

## Как проводить тестирование

Поэтому самая корректная модель для тестирования объявлений – «шахматка», по одному креативу на кампанию. Яндекс не будет выбирать между объявлениями по принципу высокого СТР, просто будут чередоваться 2 кампании, в каждой из

которых только один креатив. Выбор остается за нами на базе собранной информации.



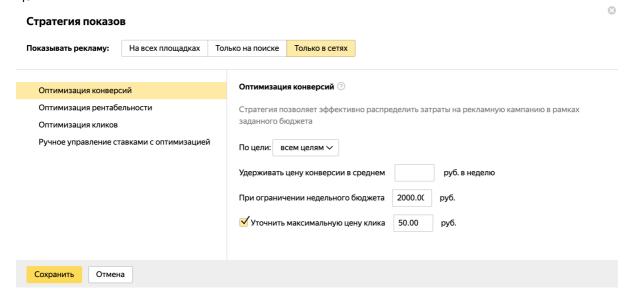
Тесты объявлений могут значительно влиять не только на CTR, но и на прибыль, так как высокий CTR пропорционально снижает стоимость клика.

Так же мы рекомендуем добавлять название теста в специальную UTM-метку, чтобы потом можно было удобно свести все целевые показатели по тесту на дашборде.

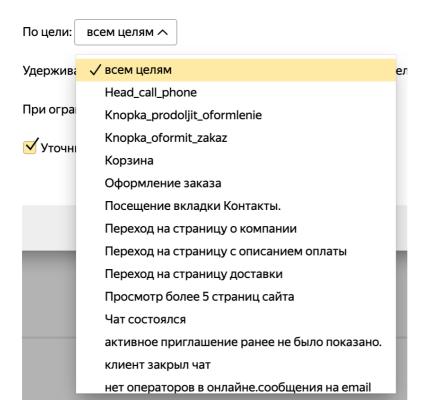
utm\_testname=offer2&utm\_testvar=a
utm\_testname=offer2&utm\_testvar=b

### Стратегия оптимизации по всем целям

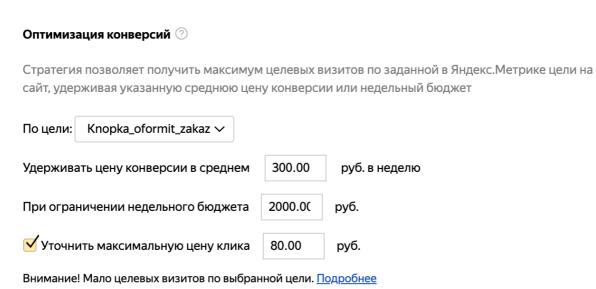
В 2-х из 4-х кампаний в настройках выбрана стратегия управления ставками по всем целям.



При это в списке большинство целей не являются целевыми.



В остальных выбрана стратегия оптимизации по цене за конверсию 300 рублей, но данная цена не соответствует реалиям, так как средняя цена за конверсию по аккаунту 5 т.р., следовательно, внутренний оптимизатор будет просто рандомно показывать объявления.



То есть РСЯ кампании управляются в отрыве от реальных КРІ проекта со структурой, которая не управляется, как следствие, мы имеем стоимость заказа в 3 раза выше от поиска при количестве в 2 раза ниже, что является нестандартным поведением РСЯ.

AdNetworkType	Cost	Clicks	CTR	CPC	Transactions	CPO	CR	Coverage
AD_NETWORK	559 378 ₽	24762	0,2%	23 ₽	45	12 431 ₽	0,2%	0%
SEARCH	391 720 ₽	10667	7,1%	37₽	97	4 038 ₽	0,9%	83%
Total	951 099 ₽	35429	0,3%	27₽	142	6 698 ₽	0,4%	1%

### Не используются общие ключевые слова

Используются только коммерческие ключевые слова, с вхождением **купить**, **цена**, **москва** и тд. Нужно также использовать общие ключевые слова, так как по нашей практике, они дают более широкий охват и не менее целевой.

#### Вывод по структуре

Сложно перевести выводы выше в цифры, так как они скорее касаются системного подхода и среды для развития рекламных кампаний. При текущей структуре управлять кампаниями невозможно.

# Исследование охвата

## Поисковые запросы пользователей

Для исследования выгрузили все поисковые запросы пользователей за последние 6 месяцев. То есть не ключевые слова, а именно конкретные поисковые запросы, которые вводили пользователи в рекламных кампаниях.

Далее посчитали 1000 наиболее популярных входящих слов и целевые KPI по ним. Для KPI использовалось событие **Knopka\_oformit\_zakaz** 

#### Слова с низким CTR

Выявлены слова с низким СТР, которые необходимо добавить в минус-слова или найти причины.

word	cost	impessions	CTR	CR	conversions
огнетушителе	5677	3592	2,9%	0,0%	0
порошко	3884	2954	2,4%	0,0%	0
порошков	3884	2923	2,4%	0,0%	0
огнетушителя	3239	3486	1,8%	0,0%	0
огнетушителя+	3239	3486	1,8%	0,0%	0
порошковый	2995	2201	2,4%	0,0%	0
порошковый+	2995	2201	2,4%	0,0%	0
аптечка	1303	1070	2,1%	0,0%	0
пожарно	1097	1192	1,8%	0,0%	0
аптечку	1025	662	2,1%	0,0%	0
средств	872	852	2,2%	0,0%	0
порошковые	738	531	2,4%	0,0%	0
порошковые+	738	531	2,4%	0,0%	0
пожарной	652	891	1,6%	0,0%	0
средства	626	620	1,9%	0,0%	0
помещения	560	271	3,0%	0,0%	0
противопожарной	511	538	1,9%	0,0%	0
противопожарной +	511	538	1,9%	0,0%	0
магазине	501	337	2,7%	0,0%	0
магазине+	501	337	2,7%	0,0%	0
автомобильного	475	333	2,4%	0,0%	0
набор	452	565	1,2%	14,3%	1
безопас	442	649	0,9%	0,0%	0
лучше	413	361	1,4%	0,0%	0
безопасно	395	557	0,9%	0,0%	0
аптечки	326	245	2,0%	0,0%	0
красивый	323	284	1,4%	0,0%	0
квартире	322	236	1,7%	0,0%	0
углек	300	195	2,1%	0,0%	0
красивые	292	304	1,6%	0,0%	0
пожара	291	486	1,2%	0,0%	0
пожара+	291	486	1,2%	0,0%	0

### Вхождение слова «цена»

Ни в одном пользовательском запросе, где присутствует слово «цена» нет конверсий при расходах 17 т.р. и 400 кликах.

## Сегменты спроса, которые отсутствуют в охвате

Сегмент спроса	Есть в текущем охвате?	Запросов в месяц по РФ
Коммерческие запросы	Да	
Брендовые запросы Bontel	Да	
огнетушитель (оп порошковый)	Нет	20208
огнетушитель (оу углекислотный)	Нет	10480
огнетушитель +для автомобиля машины	Частично	4800
огнетушитель (овп воздушно воздушный пенный)	Нет	2600
самосрабатывающие осп огнетушители	Нет	970
огнетушитель +для дома	Нет	320
огнетушитель (овэ эмульсионные)	Нет	650
переносные огнетушители	Нет	330
хладоновые огнетушители	Нет	410

Используются в основном только коммерческие запросы с приставками купить, цена, москва и тд.

Как правило, свыше половины всех заказов приходят по «общим запросам», которые сейчас не используются. Мы предлагаем рассмотреть данные сегменты спроса для тестирования, они могут увеличить охват до 2-х раз.

## Каннибализация поискового трафика контекстной рекламой

Тут все просто, наличие рекламного объявления провоцирует отток кликов у ссылки в органической выдачи, причем, чем более срочная тематика, тем выше отток.

В среднем наличие рекламного объявления каннибализирует 40% кликов пользователей, которые бы кликнули на органическую выдачу. Другими словами, 40% органических кликов, которые мы получаем бесплатно, мы начинаем покупать.

Но в свою очередь наличие рекламного объявления увеличивает охват на 30%, то есть 40% отнимает у органической ссылки, но к общей массе добавляет 30%.

Следовательно, если эти 30% окупят не только себя, но и те 40%, то показывать объявления имеет смысл.

Это общие данные, каждую ситуацию нужно исследовать. Обычно, мы мониторим позиции сайта в ТОП 3 и в зависимости от этого показываем/отключаем объявления.

# Исследование окупаемости сегментов

## КРІ проекта

Для исследования эффективности необходимо определить показатели, в которые эта эффективность будет выражаться.

Из всех установленных событий в Яндекс Метрике наиболее приближенным к реальным заказам является события нажатия на кнопку **Оформить заказ** на странице /order. Мы подробнее рассмотрели данное событие в блоке <u>Исследование</u> систем аналитики

#### ОФОРМИТЬ ЗАКАЗ

Данные по цели собираются с 24 апреля 2017 года и количественно составляют 1990



Для оценки эффективности мы будем использовать количество оформленных заказов и их стоимость:

СРА (Стоимость заказа) = Расходы на рекламы / Заказы

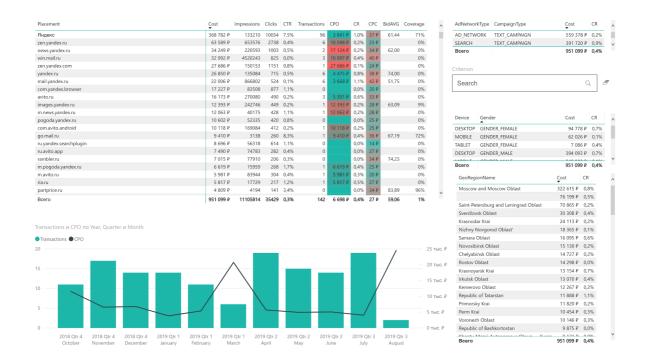
Для оценки количества заказов будем использовать обозначение Transactions

# Выборка Яндекс Директ

В представленном аккаунте Яндекс Директ имеются данные начиная с октября 2018 года, которые были выгружены из API в размере 5 млн строк и загружены в Power BI для последующего анализа.

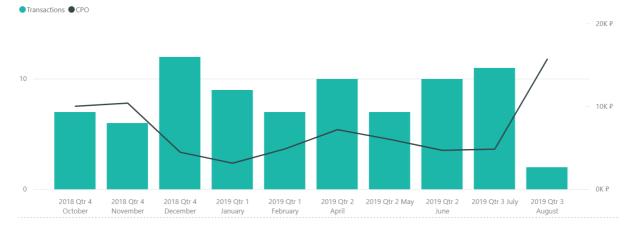
Из выборки вырезан март, так как он имеет аномальные значения: 1 конверсия при расходах в 70 т.р.

Отчет доступен по ссылке.



## Общая динамика

Средняя стоимость КРІ, то есть заказа, держится на уровне 5 т.р. по 10 лидов в месяц.



Возможно, 5000 р. может показаться много, так как это почти равняется среднему чеку, но деньги в рекламу вкладываются на протяжении года, и скорее всего общие данные по расходам и выручке сводились, и они положительны. Причины отклонения могут быть следующие:

- Присутствуют альтернативные каналы заказов, которые не учитываются: телефон, самовывоз или сами события передаются неверно.
- Часть пользователей возвращаются через поисковые системы по брендовым запросам или заходят на сайт напрямую. Нужно исследовать модели атрибуции конверсий в Google Analytics.

Так как на данный момент у нас нет более точных данных, то попробуем исследовать кампании на предмет отклонений от среднего. Другими словами, если стоимость

заказа в несколько раз выше среднего, то это говорит о неэффективности распределения бюджета.

#### Рекламные кампании

Для анализа ставок был введен показатель **BidAVG**, это среднее арифметическое всех ставок по ключевых словам в кампании. Он поможет понять уровень текущих ставок, так как ставки, это инструмент управления охватом: чем выше ставка, тем больше заказов и тем дороже каждый заказ, верно и обратное.

Для оценки уровня текущего охвата был введен показатель **Coverage**, это отношение показов в блоке спецразмещения ко всем показам, или, просто, доля показов в спецразмещении. Данная метрика отражает уровень охвата спецразмещения.

CampaignName	Cost	Clicks	CTR	Transactions	СРО	CR	CPC	BidAVG	Coverage
Поиск	146 885 ₽	3024	4,7%	11	13 353 ₽	0,4%	49 ₽	59,12	80%
Ретаргетинг	121 323 ₽	3753	0,3%	8	15 165 ₽	0,2%	32₽		0%
РСЯ бренд	86 095 ₽	3893	0,2%	4	21 524 ₽	0,1%	22 ₽		0%
РСЯ	83 875 ₽	4693	0,3%	8	10 484 ₽	0,2%	18 ₽		0%
Поиск РСЯ	82 071 ₽	4152	0,2%	6	13 678 ₽	0,1%	20 ₽		0%
Поиск бренд РСЯ	79 717 ₽	3354	0,2%	19	4 196 ₽	0,6%	24 ₽		0%
Поиск бренд	59 587 ₽	3069	19,8%	56	1 064 ₽	1,8%	19 ₽	62,57	96%
Поиск РСЯ ампула и модуль	54 432 ₽	2737	0,2%	0		0,0%	20 ₽		0%
Поиск спрей МП	53 308 ₽	1160	5,3%	7	7 615 ₽	0,6%	46 ₽	68,00	81%
РСЯ ампула и модуль	51 874 ₽	2181	0,2%	0		0,0%	24 ₽		0%
Поиск МП	42 303 ₽	1050	6,7%	8	5 288 ₽	0,8%	40 ₽	66,97	84%
Поиск бренд МП	28 095 ₽	931	13,7%	11	2 554 ₽	1,2%	30₽	61,63	97%
Поиск МП ампула и модуль	25 698 ₽	608	7,0%	1	25 698 ₽	0,2%	42 ₽	56,91	87%
Поиск ампула и модуль	22 877 ₽	552	7,2%	2	11 438 ₽	0,4%	41 ₽	55,51	78%
Копия [Bontel_мало] Поиск	12 959 ₽	272	3,0%	1	12 959 ₽	0,4%	48 ₽	56,77	81%
Total	951 099 ₽	35429	0,3%	142	6 698 ₽	0,4%	27 ₽	59,06	1%

По кампаниям СРО (Стоимости заказа, КРІ) отличается до 3-х раз, это говорит об отсутствии мер по оптимизации кампаний.

#### Например

- По кампании **Поиск** СРО выше в 3 раза, следовательно, нужно снизить ставку до 30 рублей, чтобы снизить СРО, аналогично и для других кампаний.
- Самые дешевые конверсии дает кампания **Поиск бренд**, но охват у данной компании почти максимальный и составляет 96%

То есть, если грубо отключить кампании с высоким СРО, то за 37% от текущего бюджета мы получим 70% конверсий от текущего показателя. Но, понятно, что нужно изучать каждую кампанию и выводить ее в плюс.

CampaignName	Cost	Clicks	CTR	Transactions	CPO	CR	CPC	BidAVG	Coverage
Поиск бренд РСЯ	79 717 ₽	3354	0,2%	19	4 196 ₽	0,6%	24 ₽		0%
Поиск бренд	59 587 ₽	3069	19,8%	56	1 064 ₽	1,8%	19 ₽	62,57	96%
Поиск РСЯ ампула и модуль	54 432 ₽	2737	0,2%	0		0,0%	20₽		0%
Поиск спрей МП	53 308 ₽	1160	5,3%	7	7 615 ₽	0,6%	46 ₽	68,00	81%
РСЯ ампула и модуль	51 874 ₽	2181	0,2%	0		0,0%	24 ₽		0%
Поиск МП	42 303 ₽	1050	6,7%	8	5 288 ₽	0,8%	40 ₽	66,97	84%
Поиск бренд МП	28 095 ₽	931	13,7%	11	2 554 ₽	1,2%	30₽	61,63	97%
Total	369 316 ₽	14482	0,3%	101	3 657 ₽	0,7%	26₽	65,49	1%

## Ключевые слова

Criterion	AdNetworkType	Cost	Clicks	CTR	Transactions	CPO	CR	CPC	BidAVG	Coverage
Бонтел огнетушители	AD_NETWORK	44 630 ₽	1769	0,2%	11	4 057 ₽	0,6%	25₽		0%
Бонтел	SEARCH	18 817 ₽	992	19,5%	14	1 344 ₽	1,4%	19₽	50,00	96%
огнетушитель цена	AD_NETWORK	15 675 ₽	895	0,3%	0		0,0%	18 ₽		0%
Купить системы пожаротушения	AD_NETWORK	14 321 ₽	719	0,3%	0		0,0%	20₽		0%
Огнетушитель цена	AD_NETWORK	14 060 ₽	588	0,2%	2	7 030 ₽	0,3%	24 ₽		0%
Автоматическое пожаротушение цена	AD_NETWORK	12 302 ₽	898	0,5%	0		0,0%	14 ₽		0%
огнетушители москва	AD_NETWORK	9 648 ₽	429	0,2%	0		0,0%	22 ₽		0%
Bontel	SEARCH	8 817 ₽	602	19,3%	12	735 ₽	2,0%	15 ₽	25,00	93%
Огнетушитель автомобильный купить	SEARCH	8 129 ₽	150	5,0%	0		0,0%	54₽	100,00	87%
Огнетушитель для дома	SEARCH	7 504 ₽	173	7,7%	2	3 752 ₽	1,2%	43 ₽	75,00	81%
Бонтел огнетушители	SEARCH	7 259 ₽	428	26,3%	10	726 ₽	2,3%	17 ₽	70,00	98%
Бонтел	AD_NETWORK	6 736 ₽	218	0,2%	0		0,0%	31₽		0%
Бонтел Бонтел	SEARCH	6 596 ₽	266	17,4%	7	942 ₽	2,6%	25 ₽	50,00	96%
огнетушители купить в москве	AD_NETWORK	6 231 ₽	337	0,3%	1	6 231 ₽	0,3%	18 ₽		0%
продажа огнетушителей	AD_NETWORK	5 893 ₽	287	0,2%	0		0,0%	21₽		0%
огнетушители оптом	AD_NETWORK	5 809 ₽	272	0,2%	0		0,0%	21₽		0%
Огнетушитель Бонтел	SEARCH	5 799 ₽	325	26,6%	9	644 ₽	2,8%	18₽	99,00	99%
Огнетушители Москва	SEARCH	5 199 ₽	75	4,7%	0		0,0%	69₽	100,00	76%
Bonpet	AD_NETWORK	4 898 ₽	234	0,3%	1	4 898 ₽	0,4%	21₽		0%
продажа порошковых огнетушителей	SEARCH	4 640 ₽	89	2,7%	0		0,0%	52₽	70,00	77%
Сайт Бонтел	SEARCH	4 540 ₽	210	30,3%	4	1 135 ₽	1,9%	22₽	50,00	99%
Огнетушитель автомобильный купить	AD_NETWORK	4 377 ₽	231	0,4%	0		0,0%	19₽		0%
Бонпет	SEARCH	4 323 ₽	159	12,2%	2	2 161 ₽	1,3%	27₽	50,00	94%
Модуль пожаротушения Бонтел	SEARCH	4 317 ₽	125	24,6%	0		0,0%	35₽	75,00	99%
Огнетушитель цена	SEARCH	4 242 ₽	118	4,1%	0		0,0%	36₽	50,00	75%
доставка огнетушителей	AD_NETWORK	4 177 ₽	159	0,2%	1	4 177 ₽	0,6%	26₽		0%
Огнетушитель Бонтел купить	AD_NETWORK	4 083 ₽	320	0,3%	0		0,0%	13 ₽		0%
Огнетушитель Бонтел	AD_NETWORK	4 074 ₽	215	0,3%	4	1 018 ₽	1,9%	19₽		0%
Bontel огнетушители купить	SEARCH	4 032 ₽	137	26,0%	3	1 344 ₽	2,2%	29₽	150,00	94%
купить огнетушители цены	AD_NETWORK	4 004 ₽	167	0,1%	0		0,0%	24₽		0%
autotargeting	SEARCH	3 825 ₽	58	3,1%	0		0,0%	66₽	100,00	80%
Продажа огнетушителей	AD_NETWORK	3 735 ₽	108	0,2%	0		0,0%	35₽		0%
магазин огнетушителей	AD_NETWORK	3 646 ₽	216	0,3%	0		0,0%	17 ₽		0%
Total		633 949 ₽	24454	0,3%	117	5 418 ₽	0,5%	26₽	60,57	1%

На скрине выше мы взяли ключевые слова по убыванию расходов и красной рамкой выделили слова, которые удовлетворяют правилу:

СРО выше среднего ИЛИ Кликов свыше 100

Следовательно, данные ключевые слова нужно отключить или оптимизировать, так как вероятность получить конверсии резко снижается, но расходы по ним продолжаются.

Например, по слову **Огнетушитель автомобильный** расход составляет 8000 р. при 150 кликах, но ставка выставлена в 2 раза выше фактической – 100 рублей.

То есть мы не видим логики в управлении экономикой кампаний. Но стоит также добавить, что из за отсутствия кросс минус-слов, если мы снизим ставку у одного слова, то показы просто будут инициироваться у другого слова с более высокой ставкой.

## Корректировки ставок

Корректировки нужны для управления ставками в зависимости от устройств, пола и возраста. Например, если по ключевому слову **купить огнетушитель** у вас стоит ставка 10 рублей, но конверсия с мобильных устройств ниже среднего, то вы можете добавить корректировку к ставке для мобильных устройств -30%, и тогда вы будете платить за клики с мобильных устройств не 10 рублей, а 7 рублей.

Сейчас в аккаунте отсутствуют корректировки, но конверсия отличается отличается в зависимости от разных параметров, рассмотрим ниже.

## Устройства

Например, конверсия (CR) с мобильных устройств в 7 раза выше средней, а CPO выше в 3 раза, следовательно нужно задать корректировку и снизить ставку.

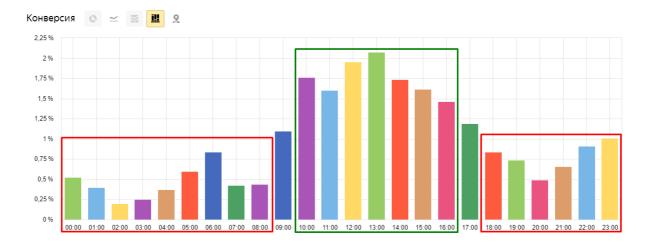
Device	Cost	Clicks	CTR	Transactions	СРО	CR
DESKTOP	559 631 ₽	16665	0,2%	110	5 088 ₽	0,7%
MOBILE	350 669 ₽	17212	1,0%	25	14 027 ₽	0,1%
TABLET	40 799 ₽	1552	0,7%	7	5 828 ₽	0,5%
Total	951 099 ₽	35429	0,3%	142	6 698 ₽	0,4%

## Пол и возраст

Gender	Cost	Clicks	CTR	Transactions	CPO	CR	CPC
GENDER_MALE	671 590 ₽	23319	0,3%	104	6 458 ₽	0,4%	29 ₽
AGE_35_44	182 859 ₽	5791	0,3%	40	4 571 ₽	0,7%	32₽
AGE_45_54	157 780 ₽	5173	0,4%	27	5 844 ₽	0,5%	31₽
AGE_55	146 490 ₽	5603	0,5%	11	13 317 ₽	0,2%	26 ₽
AGE_25_34	144 307 ₽	4788	0,2%	25	5 772 ₽	0,5%	30₽
AGE_18_24	21 315 ₽	960	0,3%	0		0,0%	22 ₽
AGE_0_17	12 018 ₽	730	0,4%	1	12 018 ₽	0,1%	16 ₽
UNKNOWN	6 821 ₽	274	0,4%	0		0,0%	25 ₽
GENDER_FEMALE	163 890 ₽	6801	0,2%	23	7 126 ₽	0,3%	24₽
AGE_35_44	41 397 ₽	1527	0,2%	11	3 763 ₽	0,7%	27 ₽
AGE_25_34	41 005 ₽	1616	0,2%	5	8 201 ₽	0,3%	25 ₽
AGE_45_54	32 812 ₽	1092	0,2%	3	10 937 ₽	0,3%	30₽
AGE_55	30 358 ₽	1267	0,4%	2	15 179 ₽	0,2%	24 ₽
AGE_18_24	8 677 ₽	446	0,3%	0		0,0%	19 ₽
AGE_0_17	6 487 ₽	599	0,5%	2	3 244 ₽	0,3%	11 ₽
UNKNOWN	3 153 ₽	254	0,4%	0		0,0%	12 ₽
UNKNOWN	115 619 ₽	5309	0,4%	15	7 708 ₽	0,3%	22 ₽
UNKNOWN	66 246 ₽	3138	0,7%	9	7 361 ₽	0,3%	21 ₽
AGE_55	12 706 ₽	570	0,4%	0		0,0%	22 ₽
AGE_25_34	11 493 ₽	494	0,2%	4	2 873 ₽	0,8%	23 ₽
AGE_35_44	11 213 ₽	462	0,3%	1	11 213 ₽	0,2%	24 ₽
AGE_45_54	10 800 ₽	382	0,3%	1	10 800 ₽	0,3%	28₽
AGE_0_17	1 700 ₽	162	0,9%	0		0,0%	10 ₽
AGE_18_24	1 461 ₽	101	0,3%	0		0,0%	14 ₽
Total	951 099 ₽	35429	0,3%	142	6 698 ₽	0,4%	27₽

Клиент явно не зарабатывает с возрастных сегментов до 18 и свыше 55 лет, но продолжает за них платить.

Время суток



Сейчас объявления показываются круглосуточно, но конверсия меняется в зависимости от дня и времени суток.

# География

GeoRegionName	Cost	Clicks	CTR	Transactions	СРО	CR
Moscow and Moscow Oblast	322 615 ₽	9458	0,3%	74	4 360 ₽	0,8%
	76 199 ₽	3026	0,3%	16	4 762 ₽	0,5%
Saint-Petersburg and Leningrad Oblast	70 865 ₽	2486	0,5%	4	17 716 ₽	0,2%
Sverdlovsk Oblast	30 308 ₽	1135	0,3%	4	7 577 ₽	0,4%
Krasnodar Krai	24 113 ₽	1042	0,3%	2	12 057 ₽	0,2%
Nizhny Novgorod Oblast'	18 365 ₽	1221	0,5%	1	18 365 ₽	0,1%
Samara Oblast	16 095 ₽	724	0,3%	4	4 024 ₽	0,6%
Novosibirsk Oblast	15 130 ₽	548	0,3%	1	15 130 ₽	0,2%
Chelyabinsk Oblast	14 727 ₽	529	0,3%	1	14 727 ₽	0,2%
Rostov Oblast	14 298 ₽	537	0,3%	0		0,0%
Krasnoyarsk Krai	13 154 ₽	446	0,2%	3	4 385 ₽	0,7%
Irkutsk Oblast	13 070 ₽	451	0,3%	2	6 535 ₽	0,4%
Kemerovo Oblast	12 267 ₽	463	0,3%	1	12 267 ₽	0,2%
Republic of Tatarstan	11 888 ₽	466	0,2%	5	2 378 ₽	1,1%
Primorsky Krai	11 820 ₽	498	0,3%	1	11 820 ₽	0,2%
Perm Krai	10 454 ₽	375	0,3%	1	10 454 ₽	0,3%
Voronezh Oblast	10 146 ₽	386	0,3%	1	10 146 ₽	0,3%
Republic of Bashkortostan	9 875 ₽	407	0,3%	0		0,0%
Khanty-Mansi Autonomous Okrug — Yugra	9 121 ₽	298	0,2%	0		0,0%
Khabarovsk Krai	8 853 ₽	269	0,2%	0		0,0%
Stavropol Krai	8 586 ₽	399	0,4%	2	4 293 ₽	0,5%
Siberian Federal District	7 716 ₽	636	0,7%	0		0,0%
Yaroslavl Oblast	7 526 ₽	290	0,3%	0		0,0%
Tula Oblast	7 054 ₽	291	0,3%	0		0,0%
Omsk Oblast	6 721 ₽	258	0,3%	0		0,0%
Saratov Oblast	6 606 ₽	287	0,3%	0		0,0%
Orenburg Oblast	6 559 ₽	248	0,3%	0		0,0%
Ural Federal District	6 171 ₽	479	0,6%	0		0,0%
Vladimir Oblast	5 991 ₽	223	0,3%	0		0,0%
Kaliningrad Oblast	5 725 ₽	214	0,3%	0		0,0%
Volgograd Oblast	5 632 ₽	242	0,3%	2	2 816 ₽	0,8%
Tyumen Oblast	5 606 ₽	191	0,2%	2	2 803 ₽	1,0%
Belgorod Oblast	5 403 ₽	212	0,3%	2	2 702 ₽	0,9%
Kaluga Oblast	5 252 ₽	193	0,3%	1	5 252 ₽	0,5%
Altai Krai	5 160 ₽	218	0,3%	1	5 160 ₽	0,5%
Total	951 099 ₽	35429	0,3%	142	6 698 ₽	0,4%

Эффективность отличается по регионам, следовательно, нужно вводить корректировки ставок по регионам. Также мы рекомендуем сделать отдельные рекламные кампании для московской области, ленинградской и остальной России, чтобы более точно управлять экономикой и сделать релевантные заголовки.

## Площадки размещения

Одна из причин низкой эффективности РСЯ заключается в отсутствии фильтрации площадок показов, то есть сейчас показы происходяте везде, где это возможно.

Placement	Cost	Clicks	CTR	Transactions	СРО	CR	CPC
Яндекс	368 782 ₽	10034	7,5%	96	3 841 ₽	1,0%	37 ₽
zen.yandex.ru	63 589 ₽	2738	0,4%	6	10 598 ₽	0,2%	23 ₽
news.yandex.ru	34 249 ₽	1003	0,5%	2	17 124 ₽	0,2%	34 ₽
win.mail.ru	32 992 ₽	825	0,0%	3	10 997 ₽	0,4%	40 ₽
zen.yandex.com	27 686 ₽	1151	0,8%	1	27 686 ₽	0,1%	24 ₽
yandex.ru	26 850 ₽	715	0,5%	6	4 475 ₽	0,8%	38₽
mail.yandex.ru	22 006 ₽	524	0,1%	6	3 668 ₽	1,1%	42 ₽
com.yandex.browser	17 227 ₽	877	1,1%	0		0,0%	20 ₽
avito.ru	16 173 ₽	490	0,2%	3	5 391 ₽	0,6%	33 ₽
images.yandex.ru	12 393 ₽	449	0,2%	1	12 393 ₽	0,2%	28 ₽
m.news.yandex.ru	12 063 ₽	428	1,1%	1	12 063 ₽	0,2%	28 ₽
pogoda.yandex.ru	10 602 ₽	420	0,8%	0		0,0%	25 ₽
com.avito.android	10 118 ₽	412	0,2%	1	10 118 ₽	0,2%	25 ₽
go.mail.ru	9 410 ₽	260	8,3%	1	9 410 ₽	0,4%	36 ₽
ru.yandex.searchplugin	8 696 ₽	614	1,1%	0		0,0%	14 ₽
ru.avito.app	7 490 ₽	282	0,4%	0		0,0%	27 ₽
rambler.ru	7 015 ₽	206	0,3%	0		0,0%	34 ₽
m.pogoda.yandex.ru	6 619 ₽	268	1,7%	1	6 619 ₽	0,4%	25 ₽
m.avito.ru	5 981 ₽	304	0,4%	1	5 981 ₽	0,3%	20 ₽
ria.ru	5 817 ₽	217	1,2%	1	5 817 ₽	0,5%	27 ₽
partprice.ru	4 809 ₽	141	3,4%	0		0,0%	34 ₽
rbc.ru	4 156 ₽	124	1,1%	0		0,0%	34 ₽
gismeteo.ru	3 820 ₽	115	0,5%	1	3 820 ₽	0,9%	33 ₽
ru.yandex.mobile.search	3 554 ₽	144	0,9%	1	3 554 ₽	0,7%	25 ₽
echo.msk.ru	3 214 ₽	123	0,8%	1	3 214 ₽	0,8%	26₽
lenta.ru	3 045 ₽	105	0,2%	0		0,0%	29 ₽
maps.yandex.ru	2 740 ₽	95	0,2%	0		0,0%	29₽
tv.yandex.ru	2 729 ₽	85	0,8%	0		0,0%	32₽
gazeta.ru	2 616 ₽	107	0,7%	0		0,0%	24 ₽
m.lenta.ru	2 451 ₽	107	0,8%	0		0,0%	23 ₽
brozen.yandex.ru	2 443 ₽	63	0,6%	0		0,0%	39₽
wi-fi.ru	2 408 ₽	86	2,1%	0		0,0%	28 ₽
vesti.ru	2 404 ₽	83	0,9%	0		0,0%	29 ₽
video.yandex.ru	2 273 ₽	123	0,4%	1	2 273 ₽	0,8%	18 ₽
dsp-mopub.yandex.ru	2 235 ₽	417	0,7%	0		0,0%	5 ₽
Total	951 099 ₽	35429	0,3%	142	6 698 ₽	0,4%	27 ₽

По аналогии с ключевыми словами красной рамкой выделены площадки показов, которые требуют оптимизации или отключения.

# Ретаргетинг

#### Ретаргетинг имеет стоимость заказа в 3 раза выше средней по аккаунту.

CampaignName	AdGroupName	Criterion	AdId	Cost	Clicks	CTR	Transactions	CPO	CR
Ретаргетинг	Новая группа объявлений	С Директа. Не отказы	6453781324	63 754 ₽	1954	0,3%	4	15 939 ₽	0,2%
Ретаргетинг	Новая группа объявлений	С Директа. Не отказы	6453993786	57 569 ₽	1799	0,3%	4	14 392 ₽	0,2%
Ретаргетинг	Новая группа объявлений		6453781324	0₽	0		0		
Ретаргетинг	Новая группа объявлений		6453993786	0₽	0		0		
Total				121 323 ₽	3753	0,3%	8	15 165 ₽	0,2%

Ретаргетинг состоит из одной рекламной кампании и двух статичных объявлений.





Показы объявлений осуществляются всем пользователям, кто был на сайте свыше 15 секунд.

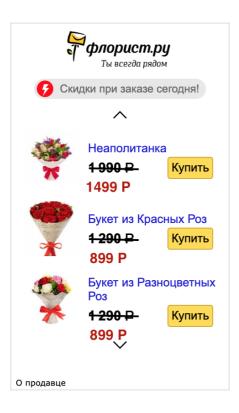
Кампания имеет странное дневное ограничение бюджета в 350 рублей, следовательно, количество кликов в день очень ограничено.

Дата ▲	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.
31.07.2019	2 961	16	0.54	396.91
01.08.2019	3 950	19	0.48	387.94
02.08.2019	4 999	13	0.26	360.68
12.08.2019	2 138	14	0.65	350.00
13.08.2019	5 388	18	0.33	413.43
14.08.2019	2 795	15	0.54	405.90
15.08.2019	2 065	11	0.53	397.51

Текущую модель ретаргетинга можно вывести «в плюс» подбором ставки, исключением площадок показа, тестированием дополнительных баннеров, но мы предложили бы более эффективные решения.

## Динамический ретаргетинг

По нашей практике лучше работают динамические баннеры со скидкой, потому что они содержат фото и названия товаров, карточки товаров которых посетил пользователь, и ссылки ведут на страницы данных товаров.



Если пользователь на сайте добавил один из товаров в корзину, то на баннерах ему будут показываться товары из корзины.

# Сайт и рынок

Оформили в отдельном документе, чтобы не усложнять текущий документ.

## Комментарий

Продукция клиента дороже чем у конкурентов, скорее связано с качеством, надежностью, простотой использования, красотой. У нас был опыт работы с противопожарной тематикой. Там аудитория покупает «для галочки», потому что есть требования, для пожарной проверки. Для них важно: полное соответствие техническим характеристикам, наличие документов, самая минимальная цена. Предполагаю, что спрос «купить огнетушитель» на 80% сформирован такой аудиторией. А у клиента продукт «для себя», чтобы было красиво и надежно.

Поэтому можно добавить: на этапе сбора кампаний нужно детально, совместно с клиентом прорабатывать тексты объявлений, чтобы максимально привлечь нужную аудитория и убрать тех, кому нужно «для галочки». Но нужно взять от него обратную связь, по этому вопросу.

# Исследование систем аналитики

Во время проведения аудиты мы обратили внимание на следующие поинты, которые исследовали дополнительно.

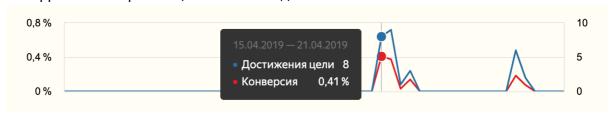
- Большое количество прямых заходов
- Внутренние переходы
- Цель ЯМ: Head\_call\_phone
- Цель ЯМ: Knopka\_oformit\_zakaz
- Цель ЯМ: Посещение вкладки Контакты.
- Ретаргетинговые цели ЯМ

Чтобы не перегружать текущий документ, мы провели исследование в другом.

# Рекомендуемые к отслеживанию события

Тем не менее количество заказов не отражает реальную прибыль, поэтому мы рекомендуем отслеживать следующие события:

• Некорректно настроены цели по взаимодействию с чатом



- Не учитываются заказы через звонки, но судя по количеству нажатий на кнопку обратного звонка, количество звонков несущественно. — Нужно уточнять у клиента.
- На странице подтверждения заказа не реализован импорт выручки в Яндекс Метрику, следовательно, кампаниями нельзя управлять по ROI

# Выводы

#### Рекламные кампании

- При текущей структуре рекламными кампаниями невозможно управлять, необходимо их пересобрать;
- Мы склонны полагать, что сейчас кампании управляются в отрыве от прибыли, так как мер по оптимизации не проводятся. Поэтому нужно наладить отчетность до выручки и согласовать приемлемую экономику заказа или ROI с клиентом.
- Путем оптимизации можно снизить бюджет примерно на 50% без потери в количестве конверсий;
- Есть сегменты поисковых запросов, которые отсутствуют в текущем охвате;
- При помощи ретаргетинга можно получить 20% от общего количества конверсий с контекстной рекламы;
- Текущий сайт оцениваем выше среднего, но есть некоторые объективные рекомендации;

#### Сбор данных и аналитика

- Необходим импорт выручки в Яндекс Метрику и Google Analytics, чтобы свести расходы и выручку по рекламным кампаниям и управлять по ROI
- Сейчас не до конца понятно, сколько конверсий приносит контекстная реклама, поэтому нужно установить Google Analytics и провести исследование моделей атрибуции (что это такое).

## Задачи по убыванию приоритета на 1-ый месяц

- Согласование целевых показателей ROI, СРО и др.;
- Настройка полной аналитики (отдельный исполнитель)
- Сверка данных в Яндекс Метрики,
- Оптимизация текущих кампаний в Яндекс Директ и Google Ads:

- о Расчет и тестирование ставок;
- Расчет и тестирование корректировок;
- о Отключение неэффективных сегментов трафика;
- Прочие предложенные действия из аудита;
- Тестирование динамического ретаргетинга;
- Разработка и запуск новых рекламных кампаний под сегмент огнетушителей;