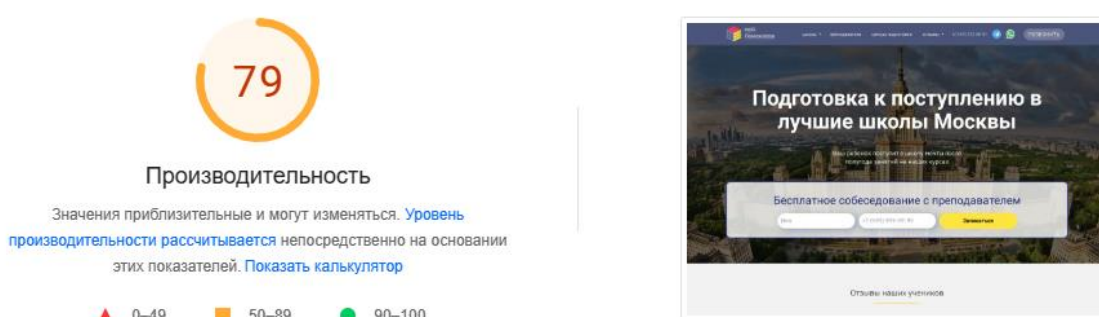
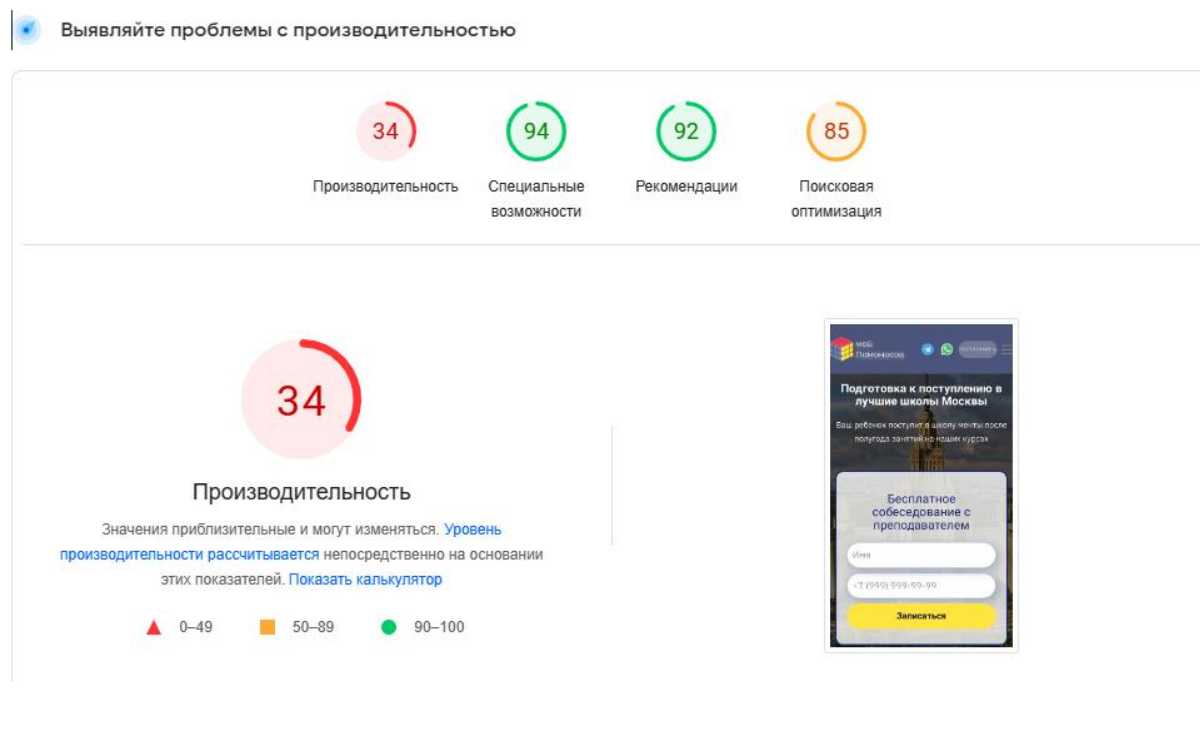


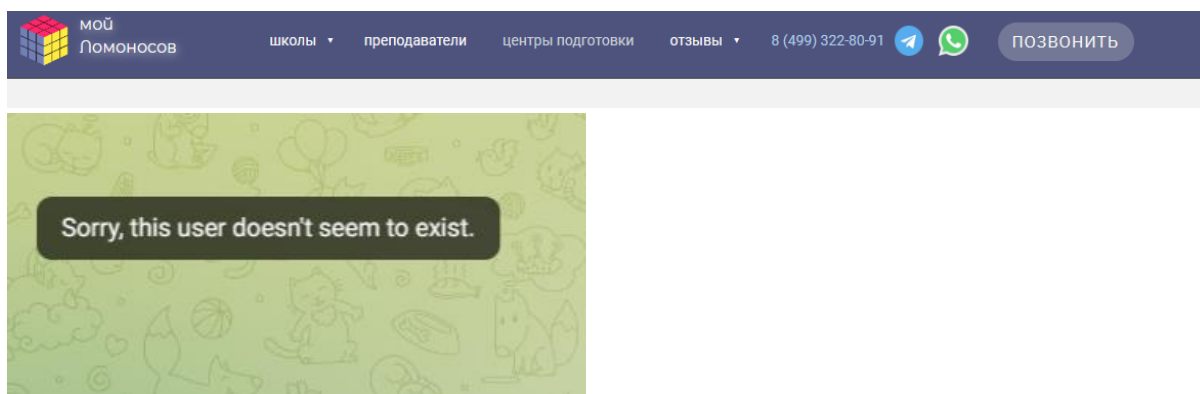
Аудит сайта [MyLomonosov](https://mylomonosov.ru/)

1. Скорость загрузки сайта на мобильных устройствах значительно ниже средне допустимых значений - наше значение 34. Оптимальные показатели для мобильных от 65 для ПК от 80. Это сказывается на % отказов, многие пользователи уходят с сайта не дожидаясь загрузки.



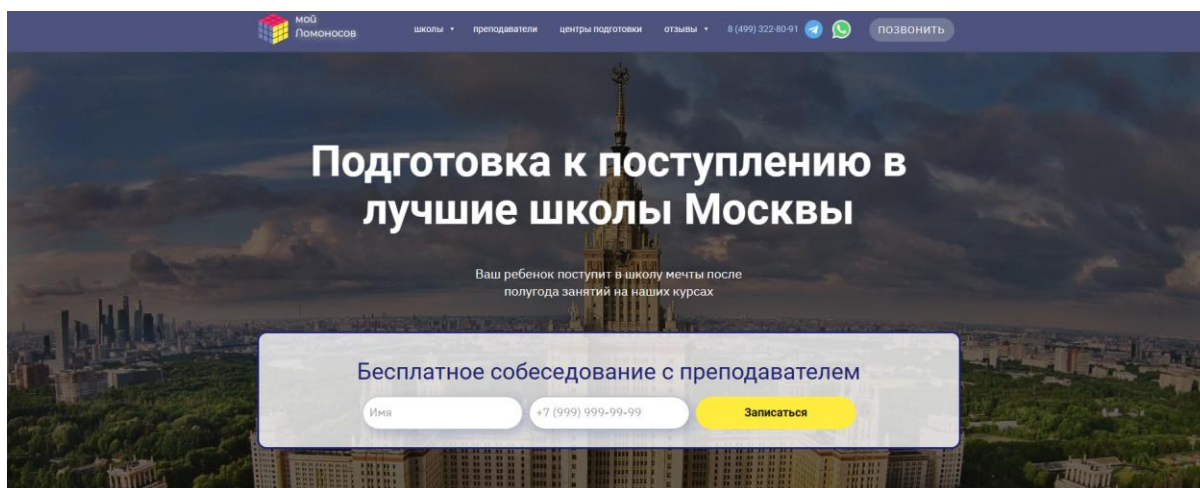
2. Кнопка Telegram ведет на несуществующее сообщество. На данный момент многие люди пользуются предпочтительно или What's App, или Telegram. Те, кто для себя выбирает второй вариант, нажмут на данную кнопку и увидят, что такого пользователя не существует. Высока вероятность, что данные пользователи покинут сайт, не попробовав связаться по другим каналам.

Важно: данный момент был зафиксирован на 27.12. Сегодня 29.12 похоже исправили.



3. Есть рабочий подход по сайтам. Заголовок УТП на 1 экране + оффер + кнопки призыва к действию. Такого рода внедрения влияют на конверсию в заявки (очень положительно).

В нашем случае нет оффера как такового, нет призыва к действию (например, Запишите ребенка на пробное БЕСПЛАТНОЕ занятие уже сейчас; Выберите интересующую вас школу и получите бесплатное занятие в подарок.)




Офферы конкурентов на достаточно низком уровне.

Ваш помощник по математике для 7 и 8 классов

Исправьте оценки до конца года — занимайтесь с нами на курсе из 48 видео за 390 Р! Каждый урок идёт не более 15 минут: за это время преподаватели объяснят сложную тему и разберут её на примерах.

Получить видеоуроки



$f(x) = ax + bx + c$ $\sin(-a) = -\sin a$

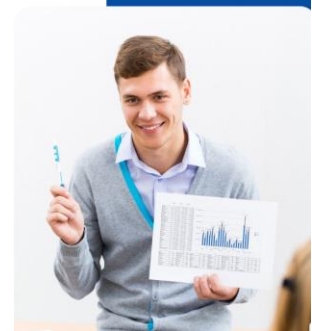
$\frac{a}{b}$ $\sqrt{\frac{a}{b}}$

Школа математики нового формата

Обучаем математике детей в формате, который позволяет не заучивать материал, а понимать и воплощать решения на бумаге

О НАС

КУРСЫ МАТЕМАТИКИ



Выводы: сайт [MyLomonosov](https://mylomonosov.ru) имеет четкую структуру, не перегружен лишней информацией, удобный интерфейс, выполнен в едином стиле. Необходимо улучшить первую страницу - добавить оффер и призыв к действию. Скорость загрузки сайта для мобильных устройств также оставляет желать лучшего.

SEO

1. По целевым запросам чаще всего встречаются домены в поиске, которые не являются конкурентами. Видимость домена [MyLomonosov](#) менее 1% и с этим необходимо работать.

#	Домен	Общая частотность запросов в ТОП10	Запросов в ТОП10	Видимость домена (с учетом частотности и позиций)
1	studfile.net	1179	2	99.08%
2	EduRegion.ru	1179	2	99.08%
3	studopedia.ru	1179	2	93.68%
4	journal.tinkoff.ru	1179	2	71.63%
5	www.rospotrebnadzor.ru	1179	2	67.52%
6	moscowplaces.ru	1190	3	60.37%
7	profi.ru	1190	3	39.67%
8	zoon.ru	1190	3	37.38%
9	logiclike.com	751	1	18.93%
10	yandex.ru	751	1	12.62%
11	uslugi.yandex.ru	439	2	11.58%
12	externat.foxford.ru	428	1	10.79%
13	xn--ftbelgj4bxabx.xn--p1aj	11	1	0.92%
14	repetitors.info	11	1	0.55%
15	www.Avito.ru	11	1	0.46%
16	mathex.ru	11	1	0.28%
17	NeedSpec.ru	11	1	0.28%
18	mylomonosov.info	11	1	0.18%

2. Общий траст (авторитетность) по данным сервиса xtool составляет 1.24, ИКС 20. Видимость в поиске Яндекса плохая, отчасти из-за того, что сайту 101 день. Видимость в поиске Google отсутствует.

Популярность:

Оценка трафика

Раскрученность в Yandex



(Переходов)

(30)

Раскрученность в Google



(Переходов):

(30)

Яндекс ИКС

20



Склейка ТИЦ: нет

3. 6 запросов находятся в ТОП 10 поисковой выдачи Яндекса по данным сервиса SpyWords.

Анализ домена mylomonosov.info

Поисковая система	Запросов в контексте	Уникальных объявлений	Бюджет на контекст	Трафик из контекста	Запросов в ТОП-50	Запросов в ТОП-10	Трафик из поиска	Уникальных url
Яндекс	95	95	16,62 р.	139	38	6	3	1
Google	0	N/A	N/A	0	0	N/A	0	0

4. У сайта [MyLomonosov](https://mylomonosov.info) есть проблемы с индексацией страниц. В поиске Google находит более 5 страниц, в Яндексе 55. Возможно проблема заключается в дублях страниц или мало полезном контенте. Также не исключены и технические недоработки, включая некорректный ответ сервера.

Индексация сайта

Поисковая система	Проиндексировано	Яндекс ИКС	Фильтр за вирусы	Скорость загрузки
Яндекс	55	20 ⁺¹⁰	Нет	
Google	5			n/a / n/a

5. Количество ошибок в коде, или иными словами чистота (валидность кода) находится выше пределов нормы. [Showing results for https://mylomonosov.info/- Nu Html Checker \(w3.org\)](https://mylomonosov.info/-Nu%20Html%20Checker%20(w3.org)) (78 ошибок). Это важный фактор влияющий, как на корректность отображения (открытия сайта) на различных устройствах, так и на позиции сайта в поисковой выдаче Яндекса и Google.

Nu Html Checker

This tool is an ongoing experiment in better HTML checking, and its behavior remains subject to change

Showing results for <https://mylomonosov.info/>

Checker Input

Show source outline image report

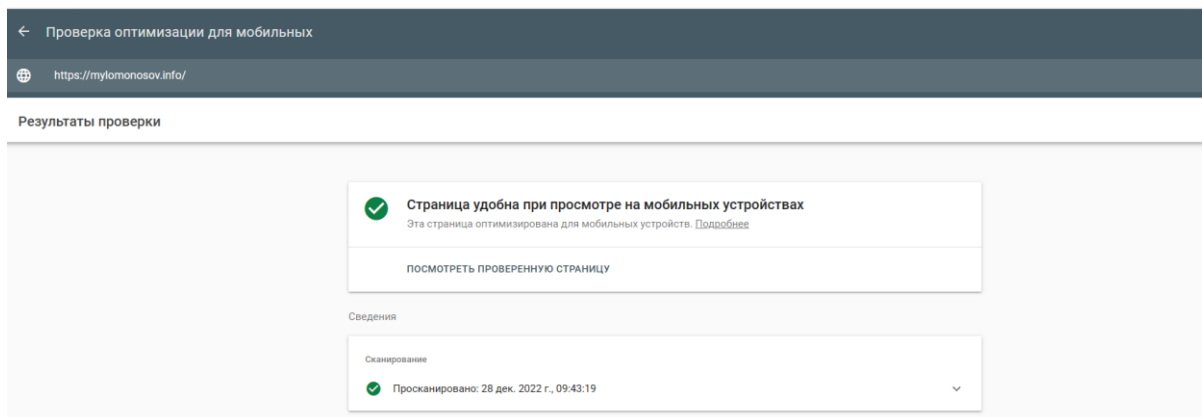
Check by

<https://mylomonosov.info/>

Use the Message Filtering button below to hide/show particular messages, and to see total counts of errors and warnings.

- Info** Trailing slash on void elements has no effect and interacts badly with unquoted attribute values.
From line 11, column 2, to line 11, column 70
</title>... <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=UTF-8" /></link
- Info** Trailing slash on void elements has no effect and interacts badly with unquoted attribute values.
From line 12, column 1, to line 12, column 223
UTF-8" /><link href="/bitrix/cache/css/s2/corp_services_green/template_aca908153cbb40af02b834fa1c47043/templ_b834fa1c47043_v1.css?16707049144298" type="text/css" data-template-style="true" rel="stylesheet" /></script
- Warning** The type attribute is unnecessary for JavaScript resources.
From line 13, column 1, to line 13, column 31
sheet" /><script type="text/javascript">if(lvl

6. Сайт [MyLomonosov](https://mylomonosov.info) оптимизирован под мобильные устройства. Это важно для продвижения сайта в поиске. Мобильная версия влияет на количество и качество обращений пользователей с мобильных устройств.



Выводы: сайт [MyLomonosov](https://mylomonosov.info/) имеет не очень хорошие позиции в основном из-за таких факторов, как возраст домена (101 день), количество страниц (55 Яндекс/5 Google). Скорость загрузки сайта и соотношение числа страниц в поисковом индексе оставляют желать лучшего.

Аудит рекламных кампаний в Яндекс.Директе

1. Проверка параметров/настроек

1.1. Геотаргетинг.

Рекламные компании, запускаемые ранее, ориентированы на город Москва и Московская область, что соответствует географии целевого трафика.

Регион	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Глубина (стр.)	Конверсии	Конверсия (%)	Цена цели, руб.	Рентабельность	Доход, руб.
- Москва и область	3652	152	4.16	2 013.70	13.25	1.03	5	3.29	402.74	-	0.00
+ Москва	1583	62	3.92	943.65	15.22	1.00	1	1.61	943.65	-	0.00
прочие	152	4	2.63	55.31	13.83	1.00	-	-	-	-	0.00
Балашиха	136	5	3.68	37.96	7.59	1.00	-	-	-	-	0.00
+ Красногорск (городской округ)	108	4	3.70	60.82	15.21	1.25	1	25.00	60.82	-	0.00
+ Пушкинский район	104	2	1.92	25.87	12.93	1.00	-	-	-	-	0.00
+ Ленинский район	99	4	4.04	47.66	11.91	1.00	-	-	-	-	0.00
+ Одинцовский район	97	3	3.09	45.98	15.33	1.00	-	-	-	-	0.00
+ Раменский район	79	1	1.27	3.07	3.07	1.00	-	-	-	-	0.00
Подольск	73	2	2.74	20.80	10.40	1.00	-	-	-	-	0.00
+ Мытищи (городской округ)	70	3	4.29	43.52	14.51	1.00	-	-	-	-	0.00
+ Богородский (городской округ)	68	3	4.41	24.08	8.03	1.25	-	-	-	-	0.00
+ Люберцы (городской округ)	64	3	4.69	51.90	17.30	1.00	-	-	-	-	0.00
+ Щелковский район	56	3	5.36	95.55	31.85	1.00	-	-	-	-	0.00
+ Сергиево-Посадский район	55	5	9.09	71.93	14.39	1.25	1	20.00	71.93	-	0.00
+ Дмитровский городской округ	52	1	1.92	7.11	7.11	1.00	-	-	-	-	0.00
Химки	52	1	1.92	6.39	6.39	1.00	-	-	-	-	0.00
+ Чехов (городской округ)	52	6	11.54	61.94	10.32	1.00	-	-	-	-	0.00

№ М-13133812159

Подготовим к олимпиаде по математике. Пробное занятие бесплатно

Индивидуальные занятия и в группах до 5 чел. От 3 000 руб. Оставьте заявку

[📍 Адрес и телефон](#)
[my-yotoposov.ru/бесплатный-урок](https://yotoposov.ru/бесплатный-урок)

Регионы показа: Москва и область

Дополнения:
изображение (стандартное), быстрые ссылки с описаниями, уточнения, видео

[Редактировать группу](#)

[Редактировать объявления](#)

[Копировать группу...](#)

[Остановить](#)

[Минус-фразы на группу](#)

1.2. Настройки времени показа объявлений

По умолчанию рекламные объявления показываются круглые сутки. Но, если вы не работаете 24/7, рекомендую ограничить время показов.

Показывать объявления

Ежедневно 00:00 — 24:00

В праздничные дни

По расписанию соответствующего дня недели

Мы можем настроить не только время показа объявлений, но и сделать корректировки ставок по времени. Если в работе компании есть всплески или, наоборот, спады в активности, которые привязаны к определенному периоду времени, то рекомендую сделать повышающие или понижающие корректировки ставок.

В Директе это можно сделать в настройке временного таргетинга:

Временной таргетинг

Показы должны быть разрешены не менее 40 часов в рабочие дни

Режим управления ставками Вкл

0% 50% 100% 150% 200% 100 %

Выбрать все Рабочее время Всего часов в рабочие дни: 120

День	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
ПН	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ВТ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
СР	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ЧТ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ПТ	100	100	100	110	110	110	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	110	100	110
СБ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ВС	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Учитывать рабочие выходные

Сохранить Отменить

1.3. Управление показами (настройки бюджетов/корректировки ставок)

Можно разделить стратегии управления кампаниями на два типа: ручные и автоматические. Ручная стратегия – это способ управления бюджетом, когда мы сами «руками» задаем бюджет и ставки для групп объявлений. Автоматическая

стратегия – это способ управления бюджетом аккаунта, при котором система автоматически рассчитывает оптимальные ставки для достижения целей кампании, например: получить максимум кликов, получать конверсии по определенной цене и т.д.

Последние 8 кампаний были проведены со стратегией ручного управления. Рекомендуем создать, как минимум 2 кампании с автоматической стратегией и посмотреть в срезе месяца, как они себя проявят.

Директ		Кампании	Группы	Объявления	Ставки и фразы	Фильтры фидов	Ретаргетинг и аудитории	Профили пользователей	Конверсии		Все типы кампаний	Все, кроме архивных	Последние 30 дней
Добавить		Добавить кампанию	Поиск										
№ ↑	Тип	Название	Статус	Стратегия	Бюджет, Р	Расход, Р	Расход с НДС, Р	СРС	Показы	Клики	CTR, %	Отказы, %	Начало
Итого					108 500,00 в неделю	31 910,82	38 293,00	6,33	193 315	5 038	2,61	58,32	
✱	Олимпиада Поиск myotoposov.ru	№ 66542465	Закончил...	Ручное управление ставками	500,00 в день	478,28	573,93	34,16	108	14	12,96	25	28.10.2021
✱	Мат. школы Поиск myotoposov.ru	№ 66542474	Закончил...	Ручное управление ставками	300,00 в день	376,82	452,18	8,76	3 664	43	1,17	22,73	28.10.2021
✱	Вузы Поиск myotoposov.ru	№ 66542483	Кампания и...	Ручное управление ставками	300,00 в день	0,00	0,00	0,00	0	0	0,00	0	28.10.2021
✱	Кружки Поиск myotoposov.ru	№ 66542483	Закончил...	Ручное управление ставками	300,00 в день	36,91	44,30	7,38	509	5	0,98	80	28.10.2021
✱	Олимпиада РСЯ myotoposov.ru	№ 66542503	Закончил...	Ручное управление с оптимизацией	300,00 в день	1 757,31	2 108,77	5,98	5 511	294	5,33	70,14	28.10.2021
✱	Мат. школы РСЯ myotoposov.ru	№ 66542516	Закончил...	Ручное управление с оптимизацией	500,00 в день	3 283,77	3 940,53	6,05	11 717	543	4,63	70,33	28.10.2021
✱	Вузы РСЯ myotoposov.ru	№ 66542535	Закончил...	Ручное управление с оптимизацией	500,00 в день	3 033,42	3 640,10	5,83	10 122	520	5,14	69,69	28.10.2021
✱	Кружки РСЯ myotoposov.ru	№ 66542549	Закончил...	Ручное управление с оптимизацией	300,00 в день	1 885,12	2 262,15	5,64	6 902	334	4,84	68,1	28.10.2021
✱	Мат. школы РСЯ Оплата за конверсии	№ 78565159	Закончил...	Оптимизация конверсий (оплата за	20 000,00 в неделю	0,00	0,00	0,00	4 263	94	2,21	59,52	15.09.2022
✱	Олимпиада РСЯ Оплата за конверсии	№ 78565159	Закончил...	Оптимизация	20 000,00	0,00	0,00	0,00	2 354	15	0,64	50	15.09.2022

1.4. Контактные данные (визитка)

В Директе мы можем добавить контакты компании, которые пользователь увидит еще в объявлении, не переходя на сайт. Здесь нужно проверить корректность указанной информации. Очень часто бывает, что указано время работы по умолчанию, а не реальное. Проверяйте адрес и телефон, потенциальный клиент не обрадуется, если придет или позвонит не по адресу. В поле «Подробнее о товаре/услуге» можно прописать УТП.

№ М-13133812159

Подготовим к олимпиаде по математике. Пробное занятие бесплатно

Индивидуальные занятия и в группах до 5 чел. От 3 000 руб. Оставьте заявку

[↗ Адрес и телефон](#)
my-lomonosov.ru/бесплатный-урок

Регионы показа: Москва и область

Дополнения:
 изображение (стандартное), быстрые ссылки с описаниями, уточнения, видео

[Редактировать группу](#)


[Редактировать объявления](#)

[Копировать группу...](#)

[Остановить](#)

[Минус-фразы на группу](#)

При клике на «Контактную информацию» пользователь увидит расширенную визитку:

Россия, Москва  [Напечатать](#)

Телефон:
+7 (499) 322-80-91

Время работы:
пн-пт 09:00 – 20:00



Мой Ломоносов

Подготовка к поступлению в лучшие школы Москвы в мини-группах от 1 до 5 человек с преподавателями из МГУ вживую и онлайн

№ М-11272302677

[Подготовим к олимпиаде по математике](#)

Индивидуальные занятия и в группах до 5 чел. От 3 000 руб. Оставьте заявку

[↗ Адрес и телефон](#)
mylomonosov.ru/  

2. Проверка СЯ

2.1. Минус-слова

Начать проверку минус-слов стоит хотя бы с того, есть они в кампаниях или нет. В поисковой кампании они должны быть обязательно, чтобы исключить показ объявлений по нерелевантным запросам.

В поисковой кампании минус-слов нет.

Минус-фразы ?

Слова или словосочетания, по запросам с которыми объявления показываться не будут

Введите фразу или список фраз

2.2. Структура аккаунтов в зависимости от семантического ядра

В Яндекс.Директе кампании должны быть настроены отдельно для поиска и отдельно для Рекламной сети. Если разные площадки объединить в одну кампанию, мы не сможем корректно распределять средства и управлять ставками, не сможем разграничить креативы и посылы для разной аудитории (а она на поиске и в сетях разная!).



2.3. Модификаторы и операторы

Это очень полезные инструменты для рекламной кампании. По ним можно судить о том, насколько внимательно специалист отнесся к подбору фраз и к работе над рекламной кампанией. Модификаторы и операторы соответствия помогают показывать объявление по конкретной интересующей вас фразе, а еще учесть служебные части речи.

Тематические слова

Ключевые фразы

Слова или словосочетания, которые должны быть в поисковом запросе для показа ваших объявлений

Как подготовиться к олимпиаде по математике -всероссийской	59	X
Подготовиться к олимпиаде по математике 4 класс	0	X
Подготовиться к олимпиаде по математике 5 класс	4	X
Подготовиться к всероссийской олимпиаде по математике как	11	X
Введите фразу или список фраз		

4 фразы из 200

2.4. Статус «Мало показов»

Этот статус присваивается группам объявлений с низким трафиком – пользователи редко вводят ключевые фразы из этих групп, а значит ваши объявления почти не показываются.


Статусов “Мало показов” - нет.

3. Проверка объявлений

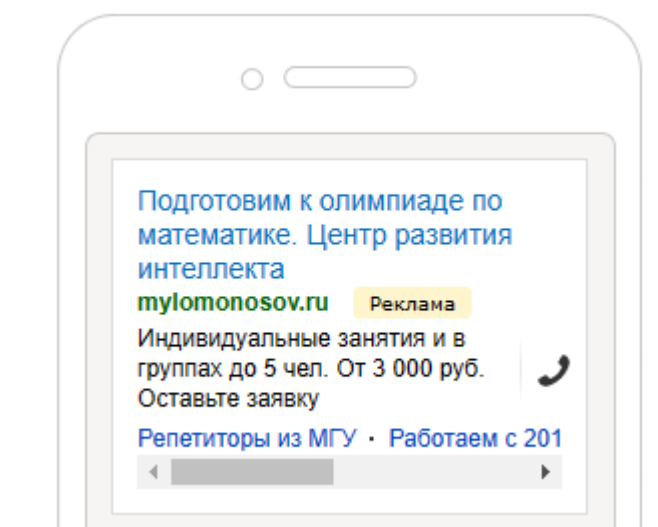
3.1. Форматы объявлений

Объявление в Директе выглядит следующим образом: 2 заголовка (35 и 30 символов) и текст объявления (81 символ). В кампании мы можем разместить как обычное объявление, так и мобильное объявление. Желательно, чтобы в одной группе объявлений присутствовало объявление и для десктопов, и для мобильных устройств.

- > математике олимпиаде
Группа № 4721684658
- > математике олимпиаде подготовка
Группа № 4721684659
- > математике олимпиаде репетитор
Группа № 4721684660
- > математике олимпиадной репетитор
Группа № 4721684661
- > математике подготовка олимпиадной
Группа № 4721684662

 **Подготовим к олимпиаде по математике / mylomonosov.ru**
Репетиторы из МГУ · Работаем с 2012 · Уникальная методика · Бесплатный урок
mylomonosov.ru/бесплатный-урок Реклама
Индивидуальные занятия и в группах до 5 чел. От 3 000 руб. Оставьте заявку
Мониторинг успеваемости · От простого к сложному · Эффективная программа
Контактная информация · +7 (499) 322-80-91 · Пн-пт 9:00-20:00 · Москва

Уделите внимание мобильным объявлениям: для мобильных устройств текст должен быть коротким, в основном состоять из УТП, также можно добавить призывы к действию.



3.2. Проверка заголовков

Главное правило – заголовок должен соответствовать ключевой фразе, по которой показывается объявление. При этом важно не переусердствовать: если мы добавили фразу с неправильным написанием, то не нужно вставлять ее в заголовок.

3.3. Проверка текстов

Что обязательно нужно проверить в текстах:

1. В тексте отсутствуют стилистические и грамматические ошибки.
2. Текст объявления является логичным продолжением заголовка: тексты согласованы между собой.
3. В тексте используется информация о бесплатном уроке, а на сайте форма для бесплатного собеседования. Возникает ощущение обмана.
4. Тексты привлекательны. Нет шаблонных фраз, которые замылили всем глаза, вроде «гарантия качества». Указаны основные УТП, добавлена информация о выгодах для клиента, но нет призыва к действию.

3.5. Ссылки в объявлениях

Со ссылками мы встречаемся несколько раз:

1. Ссылка в объявлении ведет на релевантную страницу.
2. Быстрые ссылки работают.

3.6. Расширения

Обязательно добавляйте все возможные варианты расширений в кампании! Рекламные системы отдадут приоритет объявлениям с расширениями, а значит и показываться они будут на более выгодных позициях. Расширения помогают сделать объявление заметнее в выдаче, а значит оно привлечет больше кликов, за которыми последуют конверсии. В Директе чем больше расширений вы используете, тем выше ваши шансы подстроить свое объявление под всевозможные трафареты.

Подготовим к олимпиаде по математике / mylomonosov.ru

Репетиторы из МГУ · Работаем с 2012 · Уникальная методика · Бесплатный урок

mylomonosov.ru/бесплатный-урок · Реклама

Индивидуальные занятия и в группах до 5 чел. От 3 000 руб. Оставьте заявку

Мониторинг успеваемости · От простого к сложному · Эффективная программа

Контактная информация · +7 (499) 322-80-91 · Пн-пт 9:00-20:00 · Москва

4. Таргетинги в сетях

Кроме таргетинга в сетях по запросам, мы можем показывать объявления различным аудиториям, объединенным по некоторым показателям. Например, социально-демографические характеристики, интересы и прочие. С такими видами таргетинга мы можем работать в КМС и в Медийной кампании Директа.

5. Площадки в сетях

Площадка	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Глубина (стр.)	Конверсии	Конверсия (%)	Цена цели, руб.	Рентабельность	Доход, руб.
+ Яндекс	3610	42	1.16	362.87	8.64	1.07	1	2.38	362.87	-	0.00
<input type="checkbox"/> + m.images.yandex.ru	35	1	2.86	13.95	13.95	1.00	-	-	-	-	0.00
<input type="checkbox"/> + bing.com	6	0	0.00	0.00	-	-	-	-	-	-	0.00
<input type="checkbox"/> + images.rambler.ru	1	0	0.00	0.00	-	-	-	-	-	-	0.00
<input type="checkbox"/> + rambler.ru	12	0	0.00	0.00	-	-	-	-	-	-	0.00

Только первые 2 площадки приносят показы и, соответственно, клики, а это значит, что остальные можно отключить или же увеличить ставки для больших охватов с целью дальнейшей оценки.

Стоит проверить и те площадки, которые были отключены. Отключая то или иное место показа объявлений, мы снижаем охват, а следовательно, теряем трафик и конверсии. Посмотрите, не отключены ли у вас показы на тех площадках, которые были полезны для рекламы.

6. Аналитика

6.1. Что посмотреть в статистике ЯД

1. CTR. Нет определенных стандартов того, каким должен быть CTR на площадках и в сетях. Но чем выше, тем лучше! Для себя я приняла такой эталон – если CTR на поиске меньше 6%, а в сетях меньше 0,1%, то это повод бить тревогу.

В нашем случае на поиске 4,6, а в сетях 12,96.

2. Цена за клик. Нормально, когда с течением времени средняя цена клика снижается. Это происходит потому, что мы накопили достаточное количество статистики, и система начала оптимизировать ставки. Если же реклама ведется давно, и вы заметили резкий скачок в ценах, то нужно поработать над снижением, например: подобрать минус-слова, отключить показ объявлений на нерелевантных площадках, отключить нерабочие запросы в семантическом ядре кампании.

В нашем случае цена за клик на данный момент в поиске 6,05, а в сетях 34,16.

3. Количество кликов. Очень грустно, когда за тот же бюджет мы получаем меньшее количество трафика из рекламы. На то, что количество кликов резко уменьшилось, могло оказать влияние множество причин. От появления нового конкурента (что приводит к увеличению цен в аукционе и, как следствие, мы можем получить меньше кликов за большую цену), до отключения рекламных площадок. Здесь есть множество нюансов. Для начала проверьте, потеряли ли мы вместе с кликами еще и конверсии. Если нет, то это неплохо, так как мы перестали расходовать средства на трафик, который не приводит к целевым действиям. Если же вместе с кликами у нас резко исчезли и конверсии, то стоит принять меры для спасения рекламной кампании. В этом случае стоит проверить какой объем мы выкупаем и на каких позициях мы показываемся в поисковой выдаче – не вытеснили ли нас с лучших мест наши конкуренты? Возможно, на это могли повлиять и подобранные минус-слова, и минус-площадки. Проверьте по истории изменений действия с рекламной кампанией в тот период времени, когда наметилась отрицательная динамика в статистике рекламной кампании. Может оказаться, что проблемы связаны с попыткой «усовершенствовать» кампанию.
4. Показатель отказов. Как и с CTR, здесь нет определенного значения, при повышении которого стоит начинать панику. Но если показатель выше 50%, то мы понимаем – половина трафика совсем не заинтересована в том, что представлено у вас на сайте. Дело может быть в том, что объявления не релевантны посадочнику – пользователи не находят на странице то, что искали.

6.2. Что посмотреть в Analytics и Метрике

Системы статистики предлагаю использовать для оценки эффективности рекламы по показателям: конверсии, процент конверсий и стоимость конверсии. Для этого у вас должны быть настроены цели. Не стоит держаться за ту рекламную кампанию, по которой мы получаем мало конверсий, а их стоимость стремительно уводит показатель ROI в минус.

По поиску:

Всего по кампании	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Метрика	Глубина (стр.)	Конверсии	Конверсия (%)	Цена цели, руб.	Рентабельность	Доход, руб.
с 28.11.22 по 28.12.22	11717	543	4.63	3 283.77	6.05		1.08	3	0.55	1 094.59	-	0.00

По сетям:

Всего по кампании	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Метрика	Глубина (стр.)	Конверсии	Конверсия (%)	Цена цели, руб.	Рентабельность	Доход, руб.
с 28.11.22 по 28.12.22	108	14	12.96	478.28	34.16		1.12	3	21.43	159.43	-	0.00

Выводы: в целом работа с Яндекс Директом проведена неплохая, но есть недочеты, которые необходимо учесть и исправить, так как из-за этого бюджет может расходоваться нерационально. Нужно настроить время показа рекламных объявлений, добавить минус слова, оптимизировать рекламное объявление для мобильных версий (сделать заголовки меньше, тем самым более читаемым), проанализировать площадки в сетях и удалить те, которые не приносят показов и кликов, соответственно.