

**Мы делаем простые вещи,
которые работают!**

Аудит рекламных кампаний для сайта

1. Аудит структуры.
2. Анализ статистики рекламных кампаний.
3. Релевантность, качество и полнота объявлений.
4. Анализ рекламы в Яндекс Метрике.
5. Выводы.

Подболотова Любовь

Специалист по контекстной рекламе

1. Аудит структуры

1.1. Общая структура рекламных кампаний

Для более развернутой демонстрации ошибок в настройке рекламы, в некоторых разделах проведен анализ как запущенных, так и остановленных рекламных кампаний.

1. Структура запущенных рекламных кампаний - общая, отсутствует разбивка на направления, в связи с чем в кампаниях не учтены особенности каждой целевой аудитории, невозможно разделить статистику, динамику. Не представляется возможным выделить лучшие и худшие РК и подходы, соответственно и масштабировать лучший результат невозможно.
2. Стратегия в рекламных кампаниях одинаковая "Максимум кликов" может работать некорректно из-за общей структуры.
3. Корректировки на более заинтересованную аудиторию из Метрики не установлены, поэтому найти целевых клиентов обходится дороже.
4. Как в остановленных, так и в запущенных кампаниях объявления не информативные, не нацелены на отдельные целевые аудитории. Нету разнообразия, что очень важно для стратегии Яндекса.
5. Сбор семантики был проведён хорошо, но дальнейшего анализа и разделения аудиторий не было.
6. Работы со статистикой кампаний не проводилось, минус-слова не добавлялись, регионы и города не минусовались.
7. У вас есть ссылки роистата в метке - значит вы стремитесь отслеживать результат - здорово. Также будет полезным добавлять метки на Яндекс Метрику с названием кампании, чтобы можно было ежедневно отслеживать результат и делить аудиторию по сегментам для Яндекса.

Для лучшего понимания работы рекламы нужно постоянно отслеживать статистику и динамику показателей.

1.2. Настройки рекламных кампаний

Реклама работает корректнее, когда есть разбивка по направлениям для каждой целевой аудитории. Далее подбирается максимально рабочая стратегия. В общей кампании используется одна стратегия “Максимум кликов” для всех направлений, что препятствует точному управлению проблемными местами.

The screenshot displays the Yandex Direct campaign configuration page. On the left, a sidebar lists various campaign groups for 'Центр-Москва'. The main panel, titled 'Стратегия', contains the following settings:

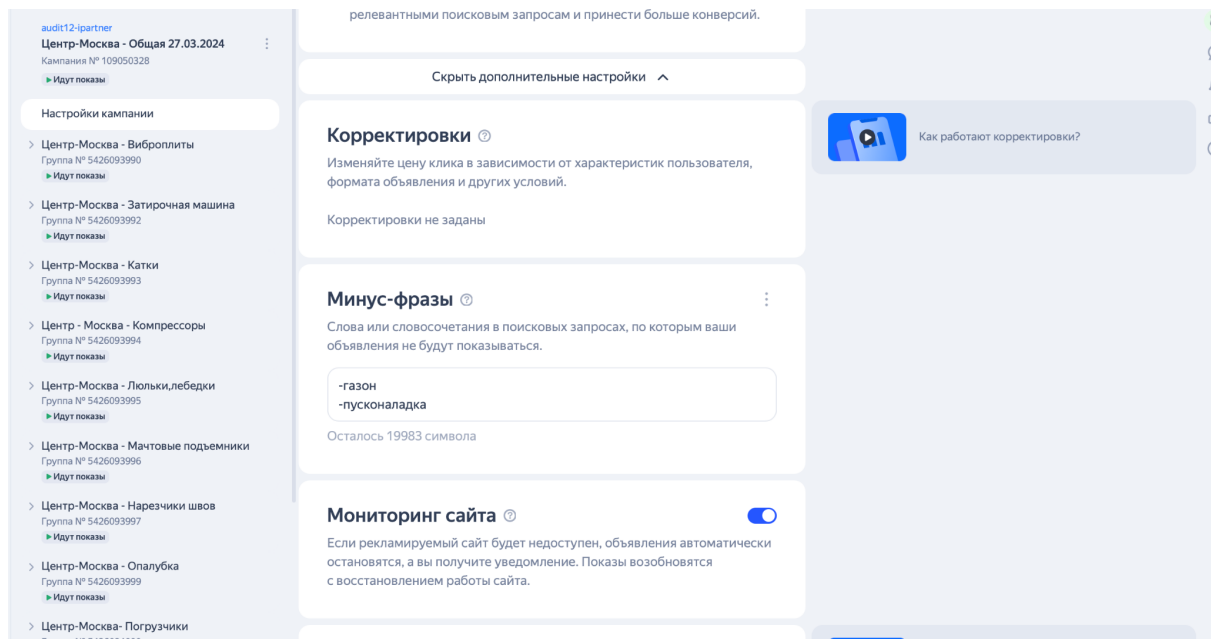
- Обычная** (Standard) strategy selected.
- Goal: **Максимум кликов** (Maximum clicks).
- Payment: **За клики** (Per click).
- Budget: **В неделю** (Per week) at **30 000 Р**.
- Limitation: **Средняя цена клика** (Average cost per click) at **250 Р**.
- Yandex Metrica counter: **fortrent.ru - 22652884**.
- Target actions section with a description: 'Используются для подбора наиболее конверсионного трафика. Ценность — экономическая выгода, получаемая при достижении посетителем этой цели.'

On the right side, there are two informational cards with icons: 'Как работают стратегии в Директе?' and 'Как работает минимальный бюджет?'.

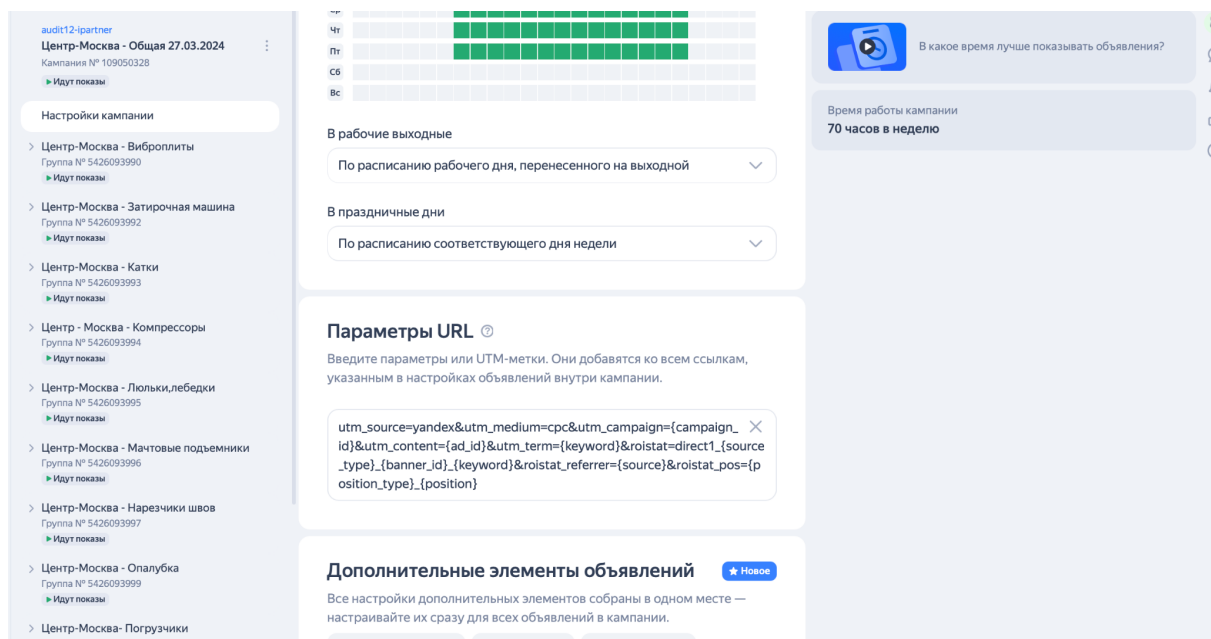
Для роста рекламы необходимо структурировать кампании также по каждой группе техники, чтобы наглядно видеть показатели и точнее вносить правки. Также некачественная структура рекламной кампании влияет на стратегию работы роботов Яндекса.

1.3. Дополнительные конфигурации кампании

Без использования корректировок и минус-фраз для поисковых кампаний, цена лида увеличивается, что показано в следующих разделах. Также в группах не было кросс-минусации по отношению к группам. Нужно регулярно проводить анализ своей аудитории и работать над этим. Данные настройки могут сэкономить большое количество бюджета.



UTM-метки вставлены без названия кампании. Или анализом рекламы в аналитике не занимаются или анализ проводится достаточно трудоёмко, если искать каждую кампанию по id.



2. Анализ статистики рекламных кампаний

2.1. Автотаргетинг

Несмотря на значительные траты автотаргетинга, стратегию рекламной кампании на “ручную” не перевели. Также такой высокий CPA автотаргетинга говорит нам о том, что объявления, группы, семантика сильно отличаются по целевой аудитории, из-за чего автотаргетингу сложнее получить лиды.

		та - Заказать оборудование			Обратиться в компанию - Заказать зв...			Уникально-целевой звонок			Оставлен контакт в Чате манго			
<input type="checkbox"/>	Ключевые фразы №	зрс...	Конверс...	CPA, Р	Конверс...	Конверс...	CPA, Р	Конверс...	Конверс...	CPA, Р	Конверс...	Конверс...	CPA, Р	Расход, Р ↓
	Итого	1	0,73	29 466,93										29 466,93
<input type="checkbox"/>	--автотаргетинг № 51015618844	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5 972,26
<input type="checkbox"/>	--автотаргетинг № 51015618845	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4 795,38
<input type="checkbox"/>	--автотаргетинг № 51080260620	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3 957,68
<input type="checkbox"/>	--автотаргетинг № 51015618834	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2 516,33
<input type="checkbox"/>	--автотаргетинг № 52610708371	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 902,60
<input type="checkbox"/>	--автотаргетинг № 51015618843	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 786,76
<input type="checkbox"/>	--автотаргетинг № 51015618836	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 547,30
<input type="checkbox"/>	--автотаргетинг № 51015618837	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 484,80

2.2. Ключевые слова

Некоторые ключевые фразы слишком общие, поэтому по ним идёт большое количество нецелевых запросов, на которые тратится бюджет.

Всего по поисковым запросам с 29.11.24 по 27.02.25						
Поисковый запрос	Группа	№ группы	Условие показа	Тип соответствия	Подобранная фраза	Катег
двухстоечный подъемник купить	Центр-Москва - Мантовые подъемники	5426093996	двухстоечный подъемник купить	словное	–	Альтер
опалубка в аренду	Центр-Москва - Опалубка	5426093999	опалубка в аренду <small>...</small>	словное	–	Широки
аренда бытовок москва	Центр-Москва-Бытовки	5428717947	аренда бытовок <small>...</small>	словное	–	Целевы
бобкэт в аренду москва	Центр-Москва-Погрузчики	5426094000	Аренда бобкэт	словное	–	Узкие з
закрытый каток в москве с прокатом	Центр-Москва - Катки	5426093993	аренда катка <small>...</small>	семантическое	прокат катка <small>...</small>	Целевы
каток в москве с прокатом	Центр-Москва - Катки	5426093993	аренда катка <small>...</small>	семантическое	прокат катка <small>...</small>	Целевы
подъемник двухстоечный г п 4200 кг kraftwell krm 4.2 ea 220 купит	Центр-Москва - Мантовые подъемники	5426093996	двухстоечный подъемник купить	словное	–	Альтер
kraftwell подъемник двухстоечный с нижней синхронизацией г п 4т krm4m1s купить	Центр-Москва - Мантовые подъемники	5426093996	подъемник двухстоечный 4т	словное	–	Альтер
wacker neuson виброплита	Центр-Москва - Виброплиты	5426093990	аренда виброплиты wacker	семантическое	–	Альтер
аренда бытовок для строителей в москве	Центр-Москва-Бытовки	5428717947	аренда вагончик строительный	семантическое	аренда бытовки строителей	Целевы
аренда виброплиты	Центр-Москва - Виброплиты	5426093990	аренда виброплиты <small>...</small>	семантическое	–	Целевы
аренда виброплиты	Центр-Москва - Виброплиты	5426093990	аренда виброплиты <small>...</small>	словное	–	не опре
аренда генератора	Центр-Москва-Генераторы	5426094003	аренда генератора <small>...</small>	семантическое	–	Целевы
аренда генератора 10 квт	Центр-Москва-Генераторы	5426094003	аренда генератора <small>...</small>	семантическое	–	Целевы

2.3. Минус-фразы

Часто, не сразу можно увидеть по статистике проблемные ключи, нужно прорабатывать каждую группу семантики. Например, в группе экскаваторов, нужно отминусовать hyundai, которого нет в каталоге.

Поисковый запрос	Группа	№ группы	Условие показа	Тип соответствия
hyundai 210w 9s экскаватор аренда	Центр-Москва-Экскаваторы	5474540303	аренда экскаватора <small>...</small>	словное
аренда экскаватора	Центр-Москва-Экскаваторы	5474540303	аренда экскаватора <small>...</small>	семантическое
аренда люльки строительной	Центр-Москва - Люльки,лебедки	5426093995	Аренда строительная люлька	семантическое
аренда компрессора с отбойными молотками москва	Центр - Москва - Компрессоры	5426093994	аренда компрессора +с молотками москва <small>...</small>	семантическое
аренда генератора	Центр-Москва-Генераторы	5426094003	аренда генератора <small>...</small>	словное
аренда генератора 100 квт	Центр-Москва-Генераторы	5426094003	аренда генератора 100 квт	словное
info 2361526 dizelnye generatory ru	Центр-Москва-Генераторы	5426094003	генератор дизель	семантическое
аренда фронтальных погрузчиков	Центр-Москва-Погрузчики	5426094000	аренда погрузчик фронтальный	семантическое
аренда бытовки для строителей в коломне	Центр-Москва-Бытовки	5428717947	аренда бытовок <small>...</small>	семантическое
подъемник с люлькой аренда	Центр-Москва - Люльки,лебедки	5426093995	Аренда люльки <small>...</small>	словное
аренда вилочного погрузчика техальянс	Центр-Москва-Погрузчики	5426094000	аренда вилочный погрузчик <small>...</small>	словное
аренда вилочного погрузчика	Центр-Москва-Погрузчики	5426094000	аренда вилочный погрузчик <small>...</small>	семантическое
бензиновая виброплита в аренду балашиха	Центр-Москва - Виброплиты	5426093990	аренда бензиновой виброплиты <small>...</small>	словное
длиннорукий гусеничный экскаватор московская область	Центр-Москва-Экскаваторы	5474540303	гусеничные экскаваторы <small>...</small>	семантическое
аренда бытовок москва	Центр-Москва-Бытовки	5428717947	аренда бытовок <small>...</small>	словное
аренда экскаватора домодедово	Центр-Москва-Экскаваторы	5474540303	аренда экскаватора <small>...</small>	словное
аренда инвентарной опалубки фанера ламинированная 18х1220	Центр-Москва - Опалубка	5426093999	аренда ламинированной фанеры +для опалубки	словное

С автотаргетинга аналогично совершаются нецелевые клики без добавления минус-слов, например газон, мебель, недвижимость.

Поисковый запрос	Группа	№ группы	Условие показа	Тип соответствия	Подобранная фраза	Категория
аренда катка для уплотнения грунта	Центр-Москва - Катки	5426093993	---autotargeting	–	–	Целевые зап
аренда каток для газона ручной	Центр-Москва - Катки	5426093993	аренда катка ---	пословное	–	Целевые зап
аренда компрессора	Центр - Москва - Компрессоры	5426093994	аренда компрессора ---	семантическое	–	Широкие зап
аренда компрессора	Центр - Москва - Компрессоры	5426093994	аренда компрессора ---	пословное	–	Широкие зап
аренда лебедки для протяжки кабеля в москве	Центр-Москва - Люльки, лебедки	5426093995	лебедка в аренду ---	пословное	–	Целевые зап
аренда мачтового подъемника mskpodemnik msk подъемник	Центр-Москва - Мачтовые подъемники	5426093996	---autotargeting	–	–	Целевые зап
аренда мачтового подъемника москва	Центр-Москва - Мачтовые подъемники	5426093996	аренда мачтового подъемника москва	пословное	–	Целевые зап
аренда мебели в москве	Центр-Москва - Бытовки	5428717947	---autotargeting	–	–	Широкие зап
аренда недвижимости	Центр-Москва - Бытовки	5428717947	---autotargeting	–	–	Широкие зап
аренда подъемника	Центр-Москва - Мачтовые подъемники	5426093996	---autotargeting	–	–	Широкие зап
аренда спецтехники	Центр-Москва - Заборы	5426094004	---autotargeting	–	–	Широкие зап
аренда спецтехники	Центр-Москва - Экскаваторы	5474540303	---autotargeting	–	–	Широкие зап
аренда спецтехники в москве	Центр-Москва - Катки	5426093993	---autotargeting	–	–	Широкие зап
аренда строительного оборудования	Центр-Москва - Катки	5426093993	---autotargeting	–	–	Широкие зап
аренда строительной и спецтехники	Центр-Москва - Затирочная машина	5426093992	---autotargeting	–	–	Широкие зап
аренда строительной и спецтехники	Центр-Москва - Опалубка	5426093999	---autotargeting	–	–	Широкие зап

2.2. Географический таргетинг показов

Несмотря на то, что регион местонахождения пользователя “Санкт-Петербург” в московской кампании израсходовал 35948 руб. и не дал ни одной конверсии, расширенный гео таргетинг не отключили.

						1 970	133	6.75	35 948.62	270.29	–	–		
i	Регион таргетинга	Регион местонахождения	Тип устройства	Пол	Категория таргетинга	Возраст	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб. y	Ср. цена клика, руб.	Конверсия (%)		
												Обратиться в к...	Оставлен конт...	Уникал
	Москва (более точно регион не определён)	Санкт-Петербург (более точно регион не определён)	десктоп	мужской	Широкие запросы	от 35 до 44	3	2	66.67	1 288.93	644.47	–	–	
	Москва (более точно регион не определён)	Санкт-Петербург (более точно регион не определён)	десктоп	мужской	Широкие запросы	от 25 до 34	7	3	42.86	1 167.81	389.27	–	–	
	Москва и область (более точно регион не определён)	Санкт-Петербург (более точно регион не определён)	десктоп	мужской	Широкие запросы	от 35 до 44	1	1	100.00	946.52	946.52	–	–	
	Москва (более точно регион не определён)	Санкт-Петербург (более точно регион не определён)	десктоп	мужской	Широкие запросы	от 35 до 44	3	1	33.33	819.10	819.10	–	–	
	Москва (более точно регион не определён)	Санкт-Петербург (более точно регион не определён)	десктоп	женский	Широкие запросы	от 25 до 34	32	3	9.38	812.44	270.81	–	–	
	Домодедово	Санкт-Петербург (более точно регион не определён)	десктоп	мужской	Целевые запросы	от 25 до 34	1	1	100.00	727.80	727.80	–	–	
	Москва (более точно регион не определён)	Санкт-Петербург (более точно регион не определён)	десктоп	мужской	Целевые запросы	от 45 до 54	4	1	25.00	685.43	685.43	–	–	
	Москва (более точно регион не определён)	Санкт-Петербург (более точно регион не определён)	десктоп	женский	Широкие запросы	от 25 до 34	7	1	14.29	653.31	653.31	–	–	
	Старая Кулава	Санкт-Петербург (более точно регион не определён)	десктоп	женский	Целевые запросы	не определён	1	1	100.00	650.26	650.26	–	–	
	Москва (более точно регион не определён)	Санкт-Петербург (более точно регион не определён)	десктоп	мужской	Широкие запросы	от 35 до 44	3	2	66.67	1 288.93	644.47	–	–	

2.1. Корректировки по полу и возрасту

Корректировки по полу и возрасту не установлены, поэтому 47166 руб. были потрачены впустую.

		10 591	345	3.26	47 166.67	136.71	–	–	–	0.00	–	–	–
Категория таргетинга	Возраст	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб. ₴	Ср. цена клика, руб.	Конверсия (%)			Цена цели, руб.	Конверсии		
							Обратиться в к...	Оставлен конт...	Уникально-цел...		Обратиться в к...	Оставлен конт...	Уникально-цел...
ий	Альтернативные запросы	младше 18	2	1	50.00	1 243.07	–	–	–	–	–	–	–
ой	Широкие запросы	младше 18	40	4	10.00	1 052.60	–	–	–	–	–	–	–
ой	Целевые запросы	младше 18	2	2	100.00	812.64	–	–	–	–	–	–	–
ой	Целевые запросы	младше 18	4	2	50.00	707.92	–	–	–	–	–	–	–
ой	Целевые запросы	младше 18	28	3	10.71	618.97	–	–	–	–	–	–	–
ой	Широкие запросы	младше 18	80	4	5.00	600.96	–	–	–	–	–	–	–
ой	Широкие запросы	младше 18	17	3	17.65	597.36	–	–	–	–	–	–	–
ий	Узкие запросы	младше 18	1	1	100.00	548.85	–	–	–	–	–	–	–
ий	Широкие запросы	младше 18	82	6	7.32	511.45	–	–	–	–	–	–	–

Также женщины 18-24 года потратили 36327 руб. без конверсий.

				9 792	202	2.06	36 327.25	179.84	–	–	–	0.00	–	–	–
а	Пол	Категория таргетинга	Возраст	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб. ₴	Ср. цена клика, руб.	Конверсия (%)			Цена цели, руб.	Конверсии		
									Обратиться в к...	Оставлен конт...	Уникально-цел...		Обратиться в к...	Оставлен конт...	Уникальн...
	женский	Широкие запросы	от 18 до 24	142	9	6.34	1 793.32	199.26	–	–	–	–	–	–	–
	женский	Целевые запросы	от 18 до 24	26	4	15.38	1 031.88	257.97	–	–	–	–	–	–	–
	женский	Широкие запросы	от 18 до 24	22	3	13.64	968.33	322.78	–	–	–	–	–	–	–
	женский	Узкие запросы	от 18 до 24	1	1	100.00	784.42	784.42	–	–	–	–	–	–	–
	женский	Узкие запросы	от 18 до 24	7	2	28.57	754.91	377.46	–	–	–	–	–	–	–
	женский	Целевые запросы	от 18 до 24	72	2	2.78	726.77	363.39	–	–	–	–	–	–	–
	женский	Целевые запросы	от 18 до 24	6	2	33.33	677.72	338.86	–	–	–	–	–	–	–
	женский	Узкие запросы	от 18 до 24	1	1	100.00	654.12	654.12	–	–	–	–	–	–	–
	женский	Широкие запросы	от 18 до 24	1	1	100.00	600.10	600.10	–	–	–	–	–	–	–

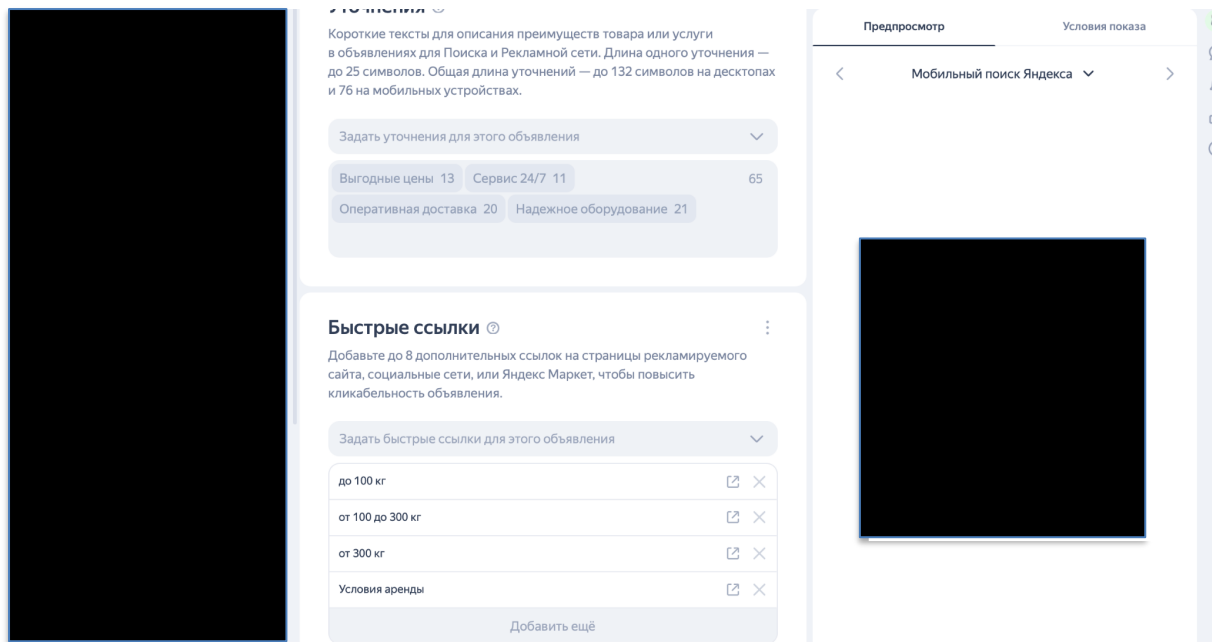
3. Релевантность, качество и полнота объявлений

3.1. Релевантность объявлений

Объявления не содержат требуемую информацию для клиента, из-за чего рекламу кликают нецелевые пользователи. Некоторые объявления работают без уточнений и с грамматическими ошибками, что тоже влияет на показы и клики. Нету разнообразия - на техническом уровне отсутствие вариантов текстов объявлений не запускает систему выбора наилучшего варианта, текущая реализация не запускает механизма сравнения. Рекомендуется создавать от 3 объявлений для разных сегментов пользователей.

The screenshot displays the Yandex Ad Editor interface. On the left is a large black placeholder for the ad image. The main content area is divided into two sections: 'Уточнения' (Refinements) and 'Быстрые ссылки' (Quick links). The 'Refinements' section includes a description of their purpose and a dropdown menu currently set to 'Не использовать уточнения'. The 'Quick links' section includes a description, a dropdown menu set to 'Задать быстрые ссылки для этого объявления', and a list of four links: 'Каталог', 'Контакты', 'Условия аренды', and 'Прайс лист', each with an external link icon and a close button. A 'Добавить ещё' (Add more) button is at the bottom of this list. To the right of the editor is a preview pane with tabs for 'Предпросмотр' (Preview) and 'Условия показа' (Display conditions). The 'Preview' tab is active, showing a mobile search interface with a dropdown menu set to 'Мобильный поиск Яндекса' and a black placeholder for the ad.

В быстрых ссылках указать категории для каждого раздела было хорошим решением, также можно добавить до 8 быстрых ссылок с ценами, преимуществами, контактами. К тому же можно в описании быстрых ссылок указать дополнительные преимущества предложения для большей заинтересованности аудитории.



4. Анализ рекламы в Яндекс Метрике

4.1. Источники трафика

По источникам трафика видно, что % конверсий из поисковых систем выше, что означает нерелевантность работы рекламы. Правильно настроенная реклама должна приносить больше лидов, чем живая выдача.

Источники трафика, Источники трафика (детально), Тип площадки	Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Достижения избранных целей	Доход по избранным целям	Конверсия посетителей по избранным целям
<input type="checkbox"/> Итого и средние	334 107	241 056	36,1 %	1,91	1:30	1 237	0	0,37 %
<input checked="" type="checkbox"/> Переходы по рекламе	191 070	147 097	43,9 %	1,44	0:50	313	0	0,15 %
<input checked="" type="checkbox"/> Переходы из поисковых систем	86 691	54 053	14,1 %	2,96	2:57	768	0	1,04 %
<input checked="" type="checkbox"/> Прямые заходы	38 364	32 908	48,1 %	1,67	1:10	86	0	0,19 %





















4.2. Расстановка UTM-меток

UTM-метки лучше вставлять читаемые для Метрики, если используются другие системы аналитики, метки нужно создавать и для Метрики и для других систем. По UTM-меткам в Яндекс Метрике можно точнее отследить показатели каждой кампании и на основе этого создать сегменты пользователей, чтобы таргетинг работал выгоднее.

UTM Source, UTM Medium, UTM Campaign, UTM Content, UTM Term	Визиты		Посетители		Отказы		Глубина просмотра		Время на сайте		Достижения избранных целей		Доход по избранным целям		Конверсия посетителей по избранным целям	
	📊	%	📊	%	📊	%	📊	%	📊	%	📊	%	📊	%	📊	%
<input type="checkbox"/> Итого и средние	129 848		106 975		45,7 %		1,53		0:54		297		0		0,19 %	
<input type="checkbox"/> срс	127 830		105 207		40 %		1,53		0:54		294		0		0,19 %	
<input type="checkbox"/> 115700873	14 938		12 890		62,7 %		1,18		0:35		0		0		0 %	
<input type="checkbox"/> poisk_katki	12 000		9 262		50,2 %		1,3		0:41		6		0		0,04 %	
<input type="checkbox"/> 44066782	8 529		6 246		56,8 %		1,17		0:51		0		0		0 %	
<input type="checkbox"/> 109050328	7 788		6 926		25,2 %		1,94		1:15		51		0		0,49 %	
<input type="checkbox"/> 114783869	7 407		4 879		56,3 %		1,26		0:31		0		0		0 %	
<input type="checkbox"/> 112908945	6 652		6 265		75,3 %		1,15		0:16		4		0		0,06 %	
<input type="checkbox"/> 112913449	6 386		5 739		70 %		1,14		0:24		0		0		0 %	
<input type="checkbox"/> 116648832	3 897		3 443		67,7 %		1,12		0:26		0		0		0 %	
<input type="checkbox"/> poisk_podemniki	3 810		3 377		35,2 %		1,74		1:09		16		0		0,36 %	
<input type="checkbox"/> 114703935	3 629		2 711		48,4 %		1,39		0:53		3		0		0,11 %	
<input type="checkbox"/> 114707177	3 251		2 578		46,2 %		1,41		0:52		6		0		0,19 %	
<input type="checkbox"/> 114703572	3 137		2 490		49 %		1,47		0:48		7		0		0,2 %	

4.3. Статистика географии показов

По статистике географии видно, в каких городах % конверсии выше. Для понимания причины таких показателей нужно проанализировать конкурентов по выбранным населённым пунктам.

Ка	ана, Область, Город	Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Достижения избранных целей	Доход по избранным целям	Конверсия посетителей по избранным целям
		  % 	  % 	 	 	 	  % 	  % 	 
	средние	332 758	240 037	36,1 %	1,91	1:30	1 240	0	0,38 %
	<input type="checkbox"/> Москва и Московская область	51 809	41 600	26 %	2,07	1:37	315	0	0,56 %
	<input type="checkbox"/> Москва	38 965	31 880	25,7 %	2,01	1:32	218	0	0,49 %
	<input type="checkbox"/> Домодедово	1 573	1 444	26,4 %	2,21	1:59	12	0	0,76 %
	<input type="checkbox"/> Мытищи	907	558	22,5 %	2,89	2:37	6	0	0,9 %
	<input type="checkbox"/> Королёв	552	384	19,7 %	2,37	2:05	2	0	0,52 %
	<input type="checkbox"/> Химки	432	319	22 %	2,46	1:50	4	0	0,94 %
	<input type="checkbox"/> Балашиха	317	290	31,5 %	1,96	1:38	2	0	0,34 %
	<input type="checkbox"/> Подольск	237	194	24,9 %	2,15	1:32	2	0	1,03 %
	<input type="checkbox"/> Красногорск	222	186	29,3 %	1,87	1:25	2	0	0,54 %
	<input type="checkbox"/> Люберцы	204	164	24,5 %	1,96	1:58	1	0	0,61 %
	<input type="checkbox"/> Одинцово	203	170	25,1 %	2,15	1:12	0	0	0 %
	<input type="checkbox"/> Лобня	185	180	20,5 %	1,89	1:08	0	0	0 %
	<input type="checkbox"/> Раменское	134	85	23,9 %	2,12	1:48	0	0	0 %

5. Выводы

Проведенный аудит подтверждает, что в запущенных рекламных кампаниях есть большое количество непроработанных моментов, а именно:

- плохое разветвление кампаний - непроработанная структура
- неполный список минус-фраз, наличие нецелевых показов
- маленькое количество объявлений с недостающими или неверными настройками
- низкое качество группировки ключевых слов
- непроработанные настройки рекламных кампаний
- отсутствие корректировок по аудиториям

Все это приводит к тому, что рекламный бюджет расходуется неэффективно, и повышается средняя стоимость лида.

Однако после проработки выделенных проблемных сторон можно ожидать как увеличение кликабельности объявлений, снижение цены клика, так и уменьшения цены заявки.

Будем рады сотрудничеству с Вами.

С уважением, команда