

**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 раздельно отследить 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 ройстата 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 shows the Yandex Direct interface. On the left, there's a sidebar with campaign navigation and a list of ad groups under 'Centre-Moscow'. In the center, the 'Strategy' section is open, showing 'Maximум кликов' (Maximum Clicks) selected. Below it, budget and bidding options are set. On the right, two cards provide information on how strategies work and how minimum budgets operate.

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 кампаний

Без использования корректировок и минус-фраз для поисковых кампаний, цена лода 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.

audit12-ipartner
Центр-Москва - Общая 27.03.2024
Кампания № 109050328

[Идут показы](#)

Настройки кампании

- > Центр-Москва - Виброплиты
Группа № 5426093990
[Идут показы](#)
- > Центр-Москва - Затирочная машина
Группа № 5426093992
[Идут показы](#)
- > Центр-Москва - Катки
Группа № 5426093993
[Идут показы](#)
- > Центр - Москва - Компрессоры
Группа № 5426093994
[Идут показы](#)
- > Центр-Москва - Люльки,лебедки
Группа № 5426093995
[Идут показы](#)
- > Центр-Москва - Мачтовые подъемники
Группа № 5426093996
[Идут показы](#)
- > Центр-Москва - Нарезчики швов
Группа № 5426093997
[Идут показы](#)
- > Центр-Москва - Опалубка
Группа № 5426093998
[Идут показы](#)
- > Центр-Москва - Погрузчики
Группа № 5426093999

релевантными поисковым запросам и принести больше конверсий.

Скрыть дополнительные настройки ^

Корректировки

Изменяйте цену клика в зависимости от характеристик пользователя, формата объявления и других условий.

Корректировки не заданы

Как работают корректировки?

Минус-фразы

Слова или словосочетания в поисковых запросах, по которым ваши объявления не будут показываться.

- газон
- пусконаладка

Осталось 19983 символа

Мониторинг сайта

Если рекламируемый сайт будет недоступен, объявления автоматически останавливаются, а вы получите уведомление. Показы возобновятся с восстановлением работы сайта.

Время работы кампании
70 часов в неделю

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

audit12-ipartner
Центр-Москва - Общая 27.03.2024
Кампания № 109050328

[Идут показы](#)

Настройки кампании

- > Центр-Москва - Виброплиты
Группа № 5426093990
[Идут показы](#)
- > Центр-Москва - Затирочная машина
Группа № 5426093992
[Идут показы](#)
- > Центр-Москва - Катки
Группа № 5426093993
[Идут показы](#)
- > Центр - Москва - Компрессоры
Группа № 5426093994
[Идут показы](#)
- > Центр-Москва - Люльки,лебедки
Группа № 5426093995
[Идут показы](#)
- > Центр-Москва - Мачтовые подъемники
Группа № 5426093996
[Идут показы](#)
- > Центр-Москва - Нарезчики швов
Группа № 5426093997
[Идут показы](#)
- > Центр-Москва - Опалубка
Группа № 5426093998
[Идут показы](#)
- > Центр-Москва - Погрузчики
Группа № 5426093999

В рабочие выходные

По расписанию рабочего дня, перенесенного на выходной

В праздничные дни

По расписанию соответствующего дня недели

В какое время лучше показывать объявления?

Время работы кампании
70 часов в неделю

Параметры URL

Введите параметры или UTM-метки. Они добавятся ко всем ссылкам, указанным в настройках объявлений внутри кампании.

```
utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign={campaign_id}&utm_content={ad_id}&utm_term={keyword}&roistat=direct1_{source_type}_{banner_id}_{keyword}&roistat_referrer={source}&roistat_pos={position_type}_{position}
```

Дополнительные элементы объявлений

★ Новое

Все настройки дополнительных элементов собраны в одном месте — настраивайте их сразу для всех объявлений в кампании.

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.

	Ключевые фразы №	ia - Заказать оборудование			Обратиться в компанию - Заказать зв...			Уникально-целевой звонок			Оставлен контакт в Чате манго			Расход, ₽ ↓
		зрс...	Конверс...	CPA, ₽	Конверс...	Конверс...	CPA, ₽	Конверс...	Конверс...	CPA, ₽	Конверс...	Конверс...	CPA, ₽	
	Итого	1	0,73	29 466,93										29 466,93
	--автотаргетинг № 51015618844	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5 972,26
	--автотаргетинг № 51015618845	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4 795,38
	--автотаргетинг № 51080260620	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3 957,68
	--автотаргетинг № 51015618834	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2 516,33
	--автотаргетинг № 52610708371	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 902,60
	--автотаргетинг № 51015618843	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 786,76
	--автотаргетинг № 51015618836	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 547,30
	--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	Подобранные фразы	Категория
двуствоечный подъемник купить	Центр-Москва - Мачтовые подъемники	5426093996	двуствоечный подъемник купить	пословное	-	Альтернативные
опалубка в аренду	Центр-Москва - Опалубка	5426093999	опалубка в аренду ...	пословное	-	Широкий
аренда бытовок москва	Центр-Москва-Бытовки	5428717947	аренда бытовок ...	пословное	-	Целевые
бобкэт в аренду москва	Центр-Москва-Погрузчики	5426094000	аренда бобкэт	пословное	-	Узкие
закрытый каток в москве с прокатом	Центр-Москва - Катки	5426093993	аренда катка ...	семантическое	прокат катка ...	Целевые
каток в москве с прокатом	Центр-Москва - Катки	5426093993	аренда катка ...	семантическое	прокат катка ...	Целевые
подъемник двухстоечный г п 4200 кг kraftwell krw 4.2 ea 220 купить	Центр-Москва - Мачтовые подъемники	5426093996	двуствоечный подъемник купить	пословное	-	Альтернативные
kraftwell подъемник двухстоечный с нижней синхронизацией г п 4т kw4mils купить	Центр-Москва - Мачтовые подъемники	5426093996	подъемник двухстоечный 4т	пословное	-	Альтернативные
wacker neuison виброплиты	Центр-Москва - Виброплиты	5426093990	аренда виброплиты wacker	семантическое	-	Альтернативные
аренда бытовок для строителей в москве	Центр-Москва-Бытовки	5428717947	аренда вагончик строительный	семантическое	аренда бытовки строителей	Целевые
аренда виброплиты	Центр-Москва - Виброплиты	5426093990	аренда виброплиты ...	семантическое	-	Целевые
аренда виброплиты	Центр-Москва - Виброплиты	5426093990	аренда виброплиты ...	пословное	-	не определено
аренда генератора	Центр-Москва-Генераторы	5426094003	аренда генератора ...	семантическое	-	Целевые
аренда генератора 10 квт	Центр-Москва-Генераторы	5426094003	аренда генератора ...	семантическое	-	Целевые

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 ...	пословное
аренда экскаватора	Центр-Москва - Экскаваторы	5474540303	аренда экскаватора ...	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 ...	семантическое
аренда генератора	Центр-Москва-Генераторы	5426094003	аренда генератора ...	пословное
аренда генератора 100 квт	Центр-Москва-Генераторы	5426094003	аренда генератора 100 квт	пословное
info 2361526 dizelnye generatory ru	Центр-Москва-Генераторы	5426094003	генератор дизель	семантическое
аренда фронтальных погрузчиков	Центр-Москва-Погрузчики	5426094000	аренда погрузчик фронтальный	семантическое
аренда бытовок для строителей в колонне	Центр-Москва-Бытовки	5428717947	аренда бытовок ...	семантическое
подъемник с люлькой аренда	Центр-Москва - Люльки,лебедки	5426093995	Аренда люльки ...	пословное
аренда вилочного погрузчика техальянс	Центр-Москва-Погрузчики	5426094000	аренда вилочный погрузчик ...	пословное
аренда вилочного погрузчика	Центр-Москва-Погрузчики	5426094000	аренда вилочный погрузчик ...	семантическое
бензиновая виброплита в аренду балашиха	Центр-Москва - Виброплиты	5426093990	аренда бензиновой виброплиты ...	пословное
длиннорукий гусеничный экскаватор московская область	Центр-Москва - Экскаваторы	5474540303	гусеничные экскаваторы ...	семантическое
аренда бытовок москва	Центр-Москва-Бытовки	5428717947	аренда бытовок ...	пословное
аренда экскаватора домодедово	Центр-Москва - Экскаваторы	5474540303	аренда экскаватора ...	пословное
аренда инвентарной опалубки фанера ламинированная 18x1220	Центр-Москва - Опалубка	5426093999	аренда ламинированной фанеры +для опалубки	пословное

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

Поисковый запрос	Группа	№ группы	Условие показа	Тип соответствия	Подбранная 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 прокладки кабеля в москве	Центр-Москва - Лельки,лебедки	5426093995	лебедка в аренду ---	пословное	--	Целевые зап
аренда мачтового подъемника mskpodemnik мск 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

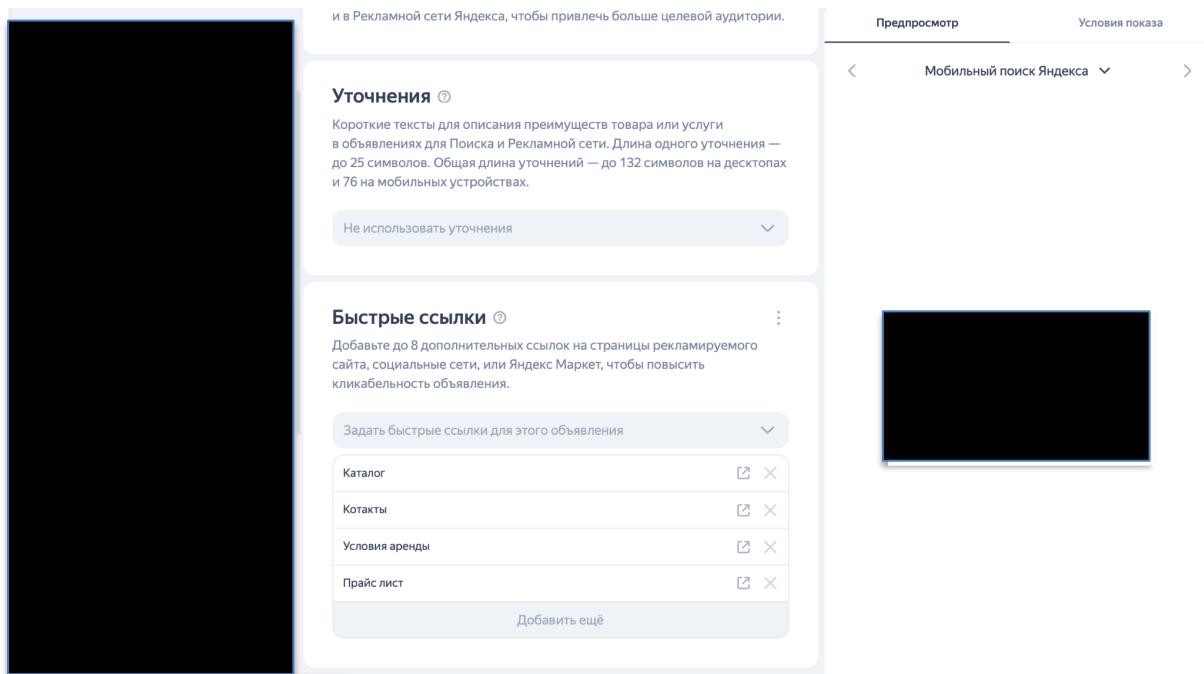
2.2. Географический таргетинг показов

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.

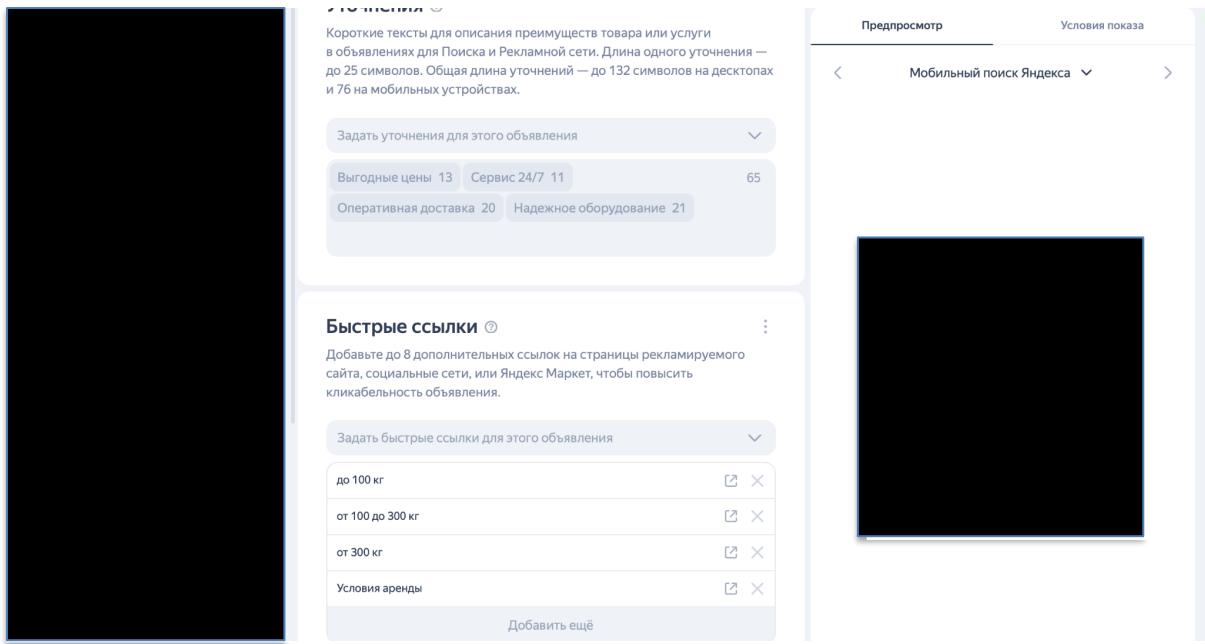
3. Релевантность, качество и полнота объявлений

3.1. Релевантность объявлений

Объявления не содержат требуемую информацию для клиента, из-за чего рекламу скликивают 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.



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

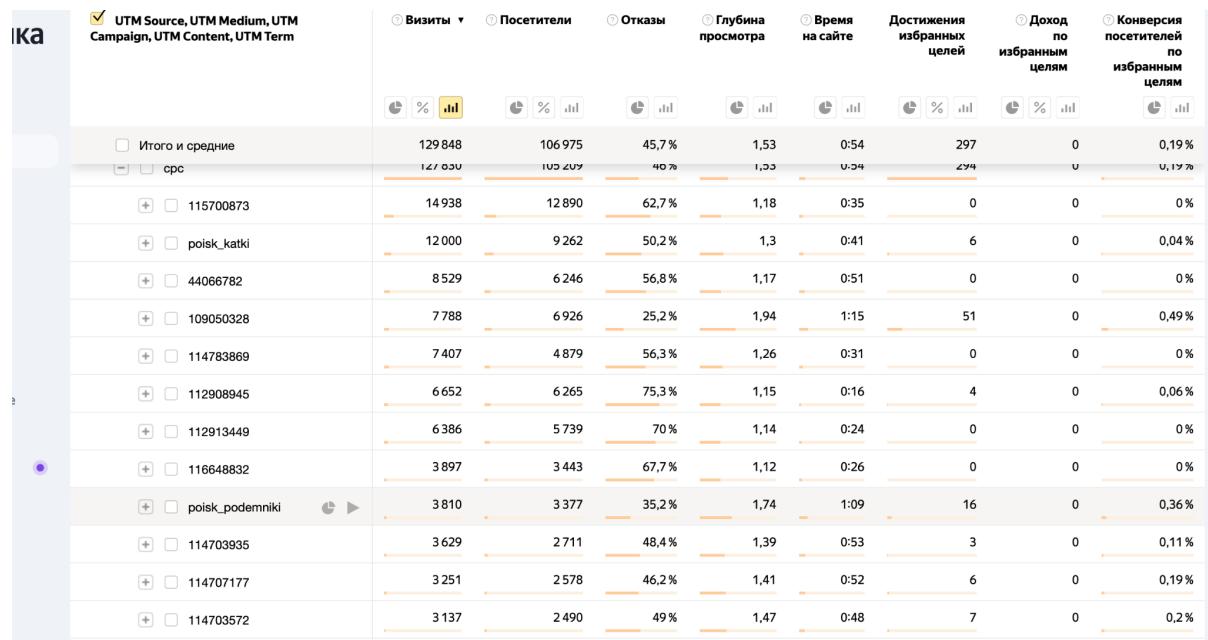
4.1. Источники трафика

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.

Источник трафика, Источник трафика етапно), 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.



4.3. Статистика географии показов

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

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 %
Москва и Московская область	51 809	41 600	26 %	2,07	1:37	315	0	0,56 %
Москва	38 965	31 880	25,7 %	2,01	1:32	218	0	0,49 %
Домодедово	1 573	1 444	26,4 %	2,21	1:59	12	0	0,76 %
Мытищи	907	558	22,5 %	2,89	2:37	6	0	0,9 %
Королёв	552	384	19,7 %	2,37	2:05	2	0	0,52 %
Химки	432	319	22 %	2,46	1:50	4	0	0,94 %
Балашиха	317	290	31,5 %	1,96	1:38	2	0	0,34 %
Подольск	237	194	24,9 %	2,15	1:32	2	0	1,03 %
Красногорск	222	186	29,3 %	1,87	1:25	2	0	0,54 %
Люберцы	204	164	24,5 %	1,96	1:58	1	0	0,61 %
Одинцово	203	170	25,1 %	2,15	1:12	0	0	0 %
Лобня	185	180	20,5 %	1,89	1:08	0	0	0 %
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 льда.

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