

Используя  
представленные данные  
осуществите расчет  
эффективности  
рекламных мероприятий  
в интернет

# Анализ трафика

Источники трафика	Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Достижения любой цели	Конверсия по любой цели
Итого и средние	271 884	119 458	37,4%	2,72	2:21	7 900	1,6%
Переходы по рекламе	240 904	105 527	40,1%	2,59	2:00	5 560	1,29%
Переходы из поисковых систем	18 221	11 465	17%	3,92	4:39	1 531	4,61%
Прямые заходы	5 446	3 497	24%	2,89	3:35	314	2,96%
Переходы по ссылкам на сайтах	3 947	531	5,98%	3,85	9:47	114	1,55%
Внутренние переходы	1 760	866	19,2%	3,73	4:40	260	8,13%
Переходы из социальных сетей	1 329	885	12%	3,61	4:33	82	2,56%
Переходы с почтовых рассылок	229	88	3,93%	6,47	6:38	39	7,86%
Переходы с сохранённых страниц	25	17	36%	1,8	0:16	0	0%
Не определено	23	21	60,9%	3,7	5:31	0	0%

ательское соглашение Справка Задать вопрос Предложить идею Telegram Twitter YouTube Ru © 2008–2018 ООО «Яндекс»

Оценить: общее состояние по результативности рекламных каналов в разрезе конверсий и поведенческих факторов (Время на сайте / Отказы / Глубина просмотра)

# Анализ конверсии

Метрики

Найти метрику

Достижения на посетителя

- Достижения цели
- Достижения цели: «[КЦ] Обратный звонок»
- Достижения цели: «[КЦ] Покупка в 1 клик»
- Достижения цели: «[КЦ] Оформили заказ»
- Достижения цели: «Посетили корзину»

Доход

Конверсия посетителей

Применить

Можно выбрать до 10 метрик. Перетаскивание метрик изменяет их порядок в отчете.

Визиты : Посетители : Отказы

Глубина просмотра : Время на сайте

Достижения цели: «[КЦ] О...

Достижения цели: «[КЦ] О...

Достижения цели: «Посет...

Метрики Выберите цель

Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Достижения цели [КЦ] Обратный звонок	Достижения цели [КЦ] Оформили заказ	Достижения цели Посетили корзину
271 905	119 473	37,4%	2,72	2:21	543	710	6 389
240 922	105 539	40,1%	2,59	2:00	324	486	4 570
18 222	11 466	17%	3,92	4:39	160	138	1 183
5 447	3 498	24%	2,89	3:35	31	37	228
3 947	531	5,98%	3,85	9:47	4	11	97
1 760	866	19,2%	3,73	4:40	8	24	224
1 330	886	12%	3,61	4:33	8	9	62
229	88	3,93%	6,47	6:38	8	5	25
25	17	36%	1,8	0:16	0	0	0
23	21	60,9%	3,7	5:31	0	0	0

Оценить конверсию на сайт

# Анализ стоимости конверсии

Метрики	Выберите цель										
Визиты	Посетители	Клики	Стоимость кликов, RUB	Целевые посетители Заявка на расчёт стоимости	Целевые посетители Заявка на вызов замерщика	Целевые посетители Звонки с PR-Group - Вывески//Д...	Целевые посетители Копирование E-mail	Целевые посетители Заявка на консультацию	Конверсия по любой цели		
▼ % 📊	▼ % 📊	▼ % 📊	▼ % 📊	▼ % 📊	▼ % 📊	▼ % 📊	▼ % 📊	▼ % 📊	▼ % 📊	▼ % 📊	▼ % 📊
2 141	1 769	2 458	439 204,06	45	6	140	84	27	13,8%		
627	555	700	171 803,07	7	1	53	30	11	15,5%		
630	525	797	48 887,54	10	3	19	11	5	7,3%		
255	214	277	90 170,29	8	0	16	20	4	18,4%		
230	206	255	34 016,46	3	1	10	6	2	10,4%		
121	102	128	35 968,73	4	0	10	5	1	17,4%		
108	92	107	12 694,44	11	1	20	4	2	33,3%		
52	46	62	10 201,44	2	0	2	1	1	11,5%		
50	44	61	20 104,43	0	0	2	2	0	8%		
48	44	49	11 596,37	0	0	5	5	1	22,9%		
20	17	22	3 761,29	0	0	3	0	0	15%		

Оценить:

1. коэффициент конверсии в целом и отдельно по каждому типу целей
2. расходы по каждой рекламной кампании

Ориентируемся на «Среднее арифметическое» значение конверсии (выделено синим), и смотрим тренды «в плюс» и тренды «в минус», всё что ниже среднего числа, т.е. ощутимо ниже и сильно ниже, выделено красным. Всё что выше среднего и сильно выше - выделено зелёным.

Объявление Яндекс.Директа, поисковая фраза (Директ)	Визиты	Посетители	Клики	Стоимость кликов, RUB	Целевые посетители Заявка на расчёт стоимости	Целевые посетители Заявка на вызов замерщика	Целевые посетители Звонки с PR-Group - Вывески//Д...	Целевые посетители Копирование E-mail	Целевые посетители Заявка на консультацию	Конверсия по любой цели
Объявление Яндекс.Директа, поисковая фраза (Директ)	2 141	1 769	2 458	439 204,06	45	6	140	84	27	13,8%
иск/МиМо (N-34936752)	627	555	700	171 803,07	7	1	53	30	11	15,5%
Ю (N-34986211)	630	525	797	48 887,54	10	3	19	11	5	7,3%
ж/МиМо (N-34953046)	255	214	277	90 170,29	8	0	16	20	4	18,4%
иск/МиМо (N-34977543)	230	206	255	34 016,46	3	1	10	6	2	10,4%
иск/МиМо (N-34936152)	121	102	128	35 968,73	4	0	10	5	1	17,4%
[МиМо] (N-35066170)	108	92	107	12 694,44	11	1	20	4	2	33,3%
иск/МиМо (N-34977542)	52	46	62	10 201,44	2	0	2	1	1	11,5%
к/МиМо (N-34951586)	50	44	61	20 104,43	0	0	2	2	0	8%
ж/МиМо (N-34979424)	48	44	49	11 596,37	0	0	5	5	1	22,9%
ск/МиМо (N-34979421)	20	17	22	3 761,29	0	0	3	0	0	15%

Оценить в целом работу рекламных кампаний и сделать выводы о фактической работе каждой из них.