

МАКСИМ ЛЕПИХОВ

Руководитель отдела платного трафика,
CubeLine Agency

lepikhov@cubeline.ru
facebook.com/mr.maximus.green



АЛЕКСАНДР ПАВЛОВ

Ведущий аналитик,
CubeLine Agency

pavlov@cubeline.ru
facebook.com/pro.pavlov

КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА ДЛЯ E-COMMERCE В КРИЗИС

Эффективные решения на основе данных (Data-Driven Decisions)





КЛЮЧЕВЫЕ ПУНКТЫ:

- Первичная настройка веб-аналитики;
- Запуск контекстной рекламы: работа с семантикой;
- Аналитика полученных данных;
- Оптимизация контекстной рекламы по бизнес KPI.

ВАЖНОСТЬ ПЕРВИЧНОЙ НАСТРОЙКИ АНАЛИТИКИ



👛 КЕЙС:

НАСТРОЙКА АНАЛИТИКИ ДЛЯ FASHION E-COMMERCE



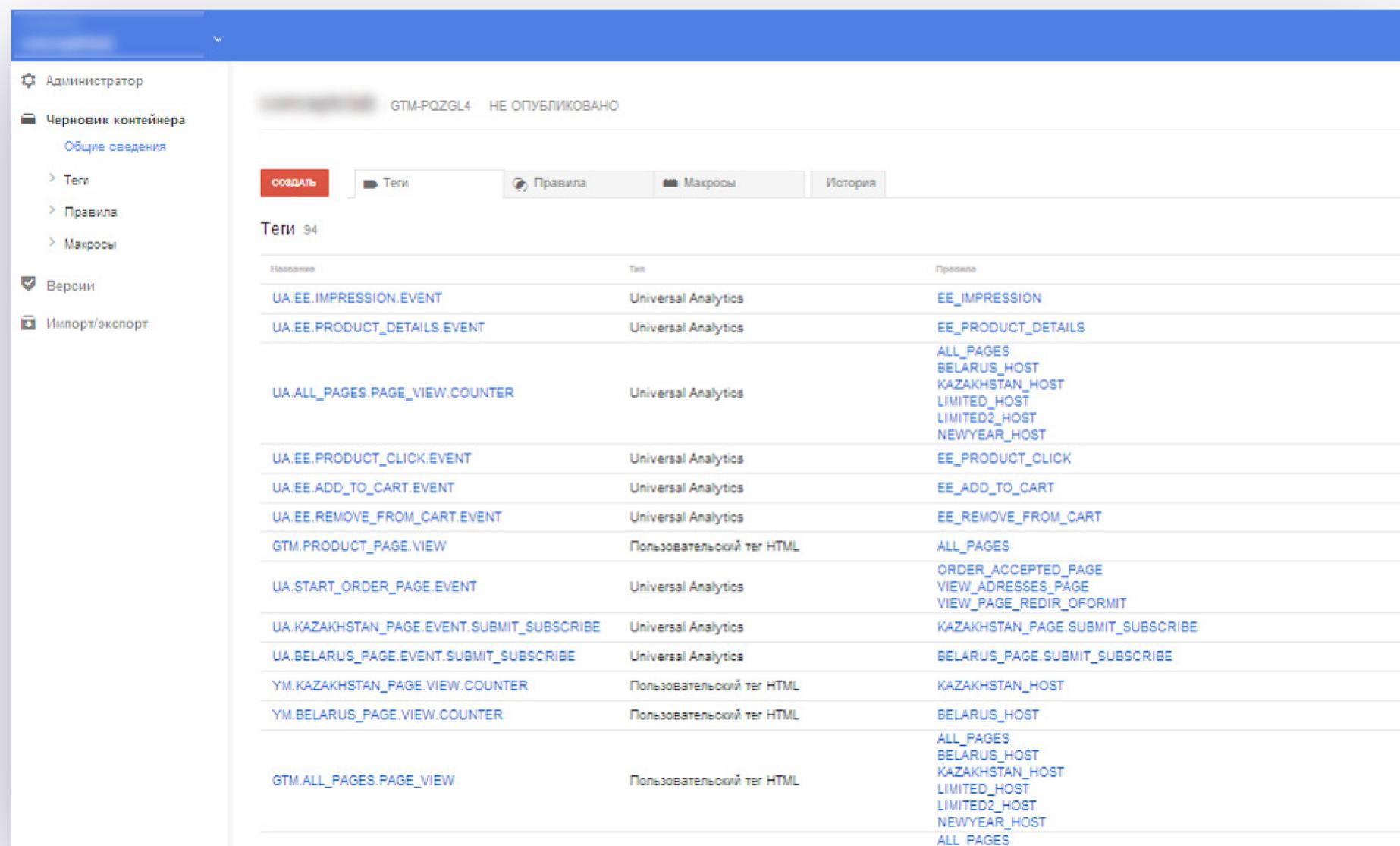
ЗАДАЧА

- Подготовить платформу для сбора и анализа корректных данных

РЕШЕНИЕ

- Установка Google Tag Manager;
- Установка всех счетчиков через Google Tag Manager;
- Настройка отслеживания различных целей и событий;
- Построение воронок пути пользователя;
- Сбор USER_ID и CLIENT_ID;
- Правильная UTM-разметка источников и каналов.

УСТАНОВКА GOOGLE TAG MANAGER

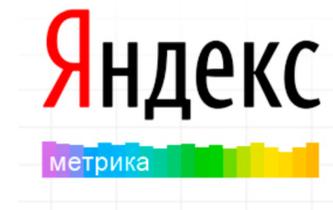


The screenshot displays the Google Tag Manager interface. On the left, a sidebar contains navigation options: 'Администратор', 'Черновик контейнера' (with sub-option 'Общие сведения'), 'Теги', 'Правила', 'Макросы', 'Версии', and 'Импорт/экспорт'. The main area shows a container named 'GTM-PQZGL4' which is 'НЕ ОПУБЛИКОВАНО'. Below this, there are tabs for 'создать', 'Теги', 'Правила', 'Макросы', and 'История'. The 'Теги' tab is active, showing a list of 94 tags. The tags are organized into a table with three columns: 'Название', 'Тип', and 'Препоня'. The tags include various Universal Analytics events and custom HTML tags for tracking page views and product interactions.

| Название | Тип | Препоня |
|---|---------------------------|--|
| UA.EE.IMPRESSION.EVENT | Universal Analytics | EE_IMPRESSION |
| UA.EE.PRODUCT_DETAILS.EVENT | Universal Analytics | EE_PRODUCT_DETAILS |
| UA.ALL_PAGES.PAGE_VIEW.COUNTER | Universal Analytics | ALL_PAGES BELARUS_HOST KAZAKHSTAN_HOST LIMITED_HOST LIMITED2_HOST NEWYEAR_HOST |
| UA.EE.PRODUCT_CLICK.EVENT | Universal Analytics | EE_PRODUCT_CLICK |
| UA.EE.ADD_TO_CART.EVENT | Universal Analytics | EE_ADD_TO_CART |
| UA.EE.REMOVE_FROM_CART.EVENT | Universal Analytics | EE_REMOVE_FROM_CART |
| GTM.PRODUCT_PAGE.VIEW | Пользовательский тег HTML | ALL_PAGES |
| UA.START_ORDER_PAGE.EVENT | Universal Analytics | ORDER_ACCEPTED_PAGE VIEW_ADRESSES_PAGE VIEW_PAGE_REDİR_OFORMIT |
| UA.KAZAKHSTAN_PAGE.EVENT.SUBMIT_SUBSCRIBE | Universal Analytics | KAZAKHSTAN_PAGE.SUBMIT_SUBSCRIBE |
| UA.BELARUS_PAGE.EVENT.SUBMIT_SUBSCRIBE | Universal Analytics | BELARUS_PAGE.SUBMIT_SUBSCRIBE |
| YM.KAZAKHSTAN_PAGE.VIEW.COUNTER | Пользовательский тег HTML | KAZAKHSTAN_HOST |
| YM.BELARUS_PAGE.VIEW.COUNTER | Пользовательский тег HTML | BELARUS_HOST |
| GTM.ALL_PAGES.PAGE_VIEW | Пользовательский тег HTML | ALL_PAGES BELARUS_HOST KAZAKHSTAN_HOST LIMITED_HOST LIMITED2_HOST NEWYEAR_HOST ALL_PAGES |

УСТАНОВКА ТЕГОВ АНАЛИТИЧЕСКИХ СИСТЕМ

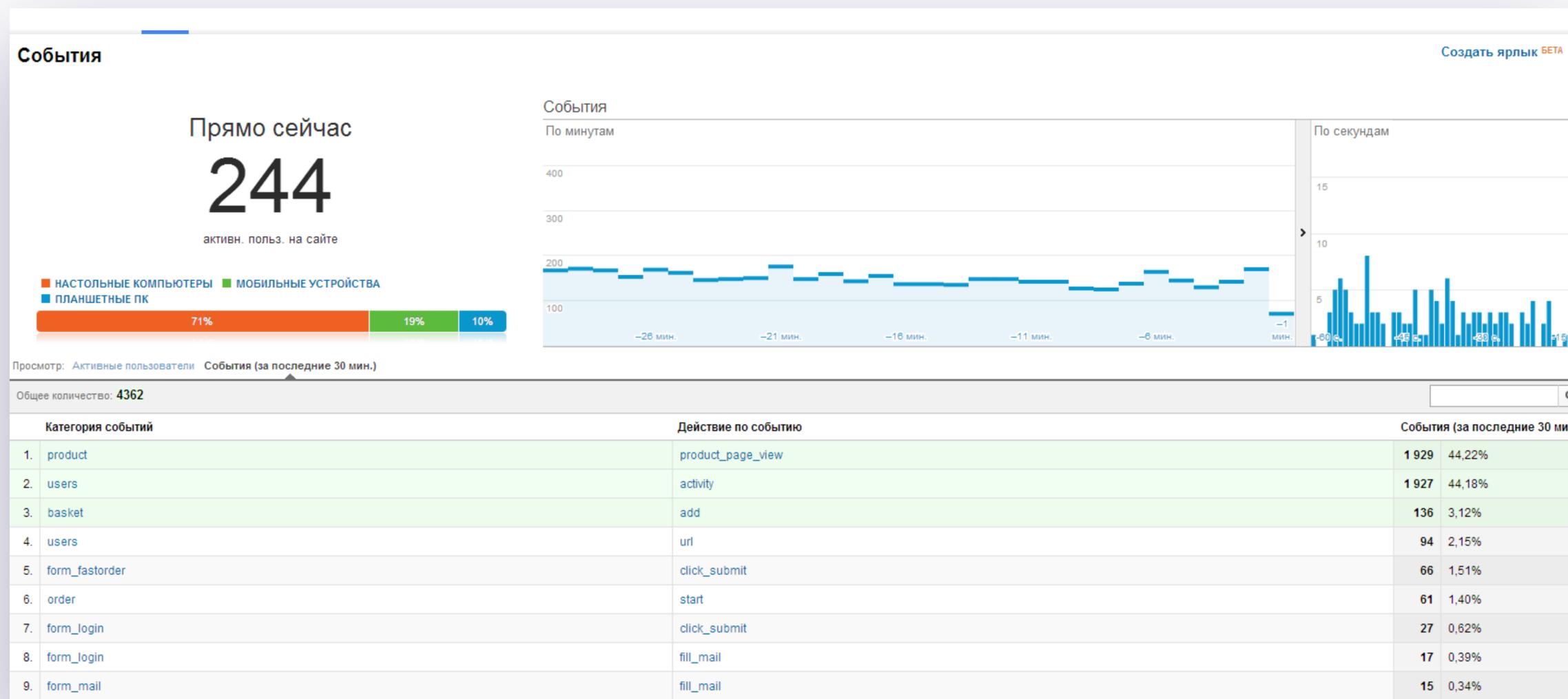
Google Analytics
Anywhere. Anytime.



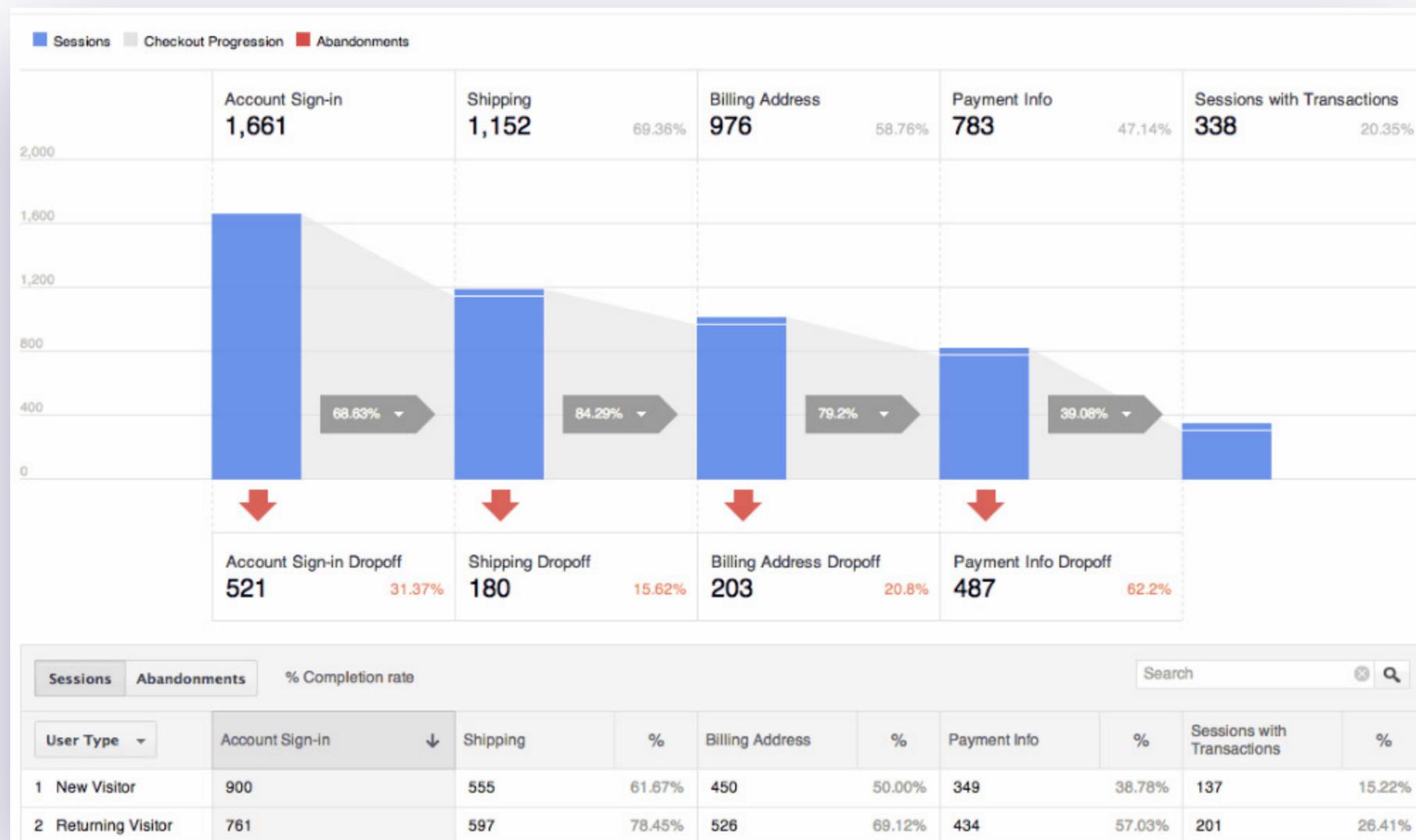
PIWIK

 **KISSmetrics**

НАСТРОЙКА ОТСЛЕЖИВАНИЯ ЦЕЛЕЙ И СОБЫТИЙ



ПОСТРОЕНИЕ ВОРОНОК ПУТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ



ОТСЛЕЖИВАНИЕ CLIENT_ID

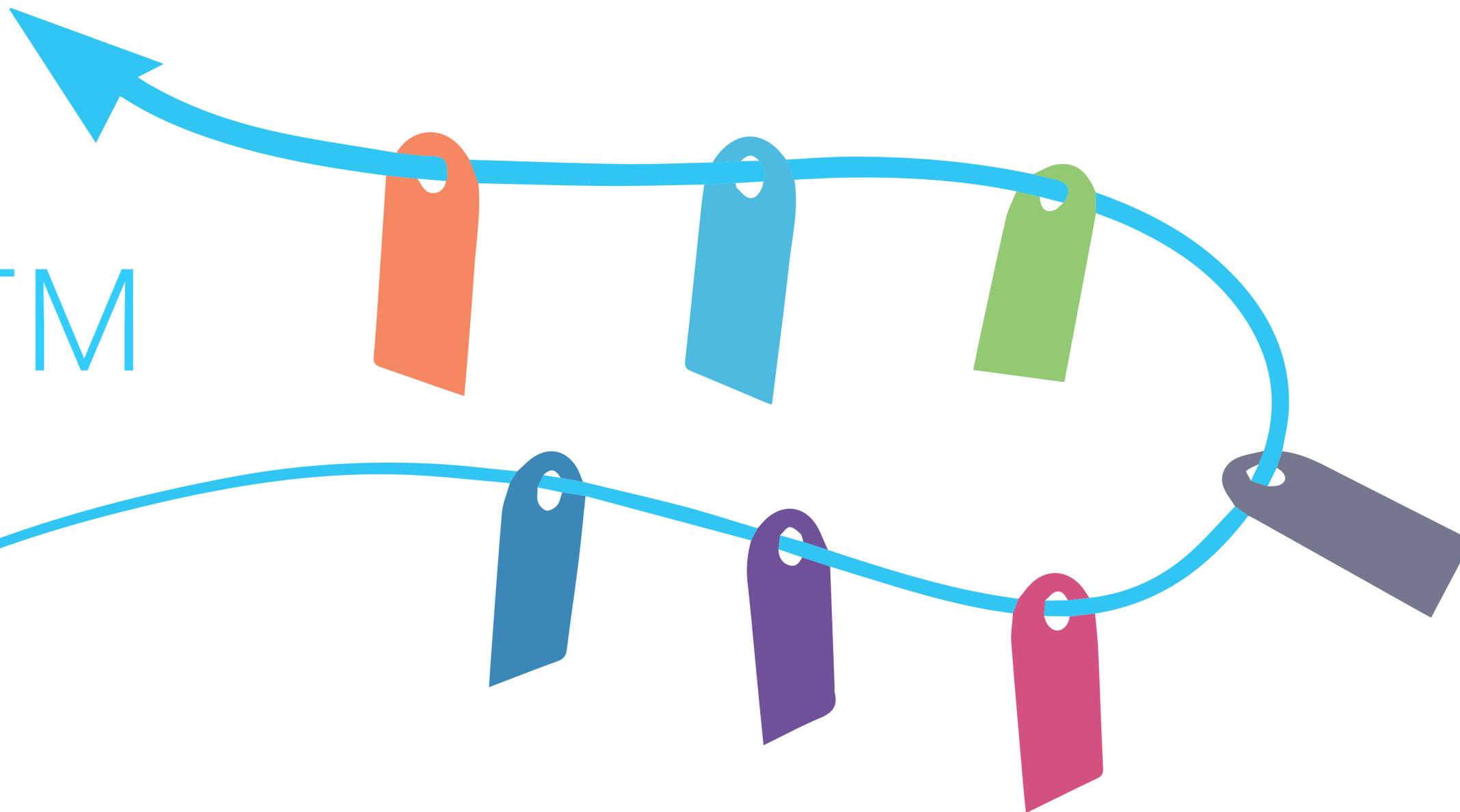
| | |
|-----------------------|---------------------------------|
| Name: | ._ga |
| Content: | GA1.2.29240335.1374141141 |
| Domain: | .gemn...olloway.com |
| Path: | / |
| Send For: | Any kind of connection |
| Accessible to Script: | Yes |
| Created: | Thursday, 18 July |
| Expires: | Saturday, 18 July 2015 10:52:20 |

ОТСЛЕЖИВАНИЕ USER_ID

⚙️ Параметры пути

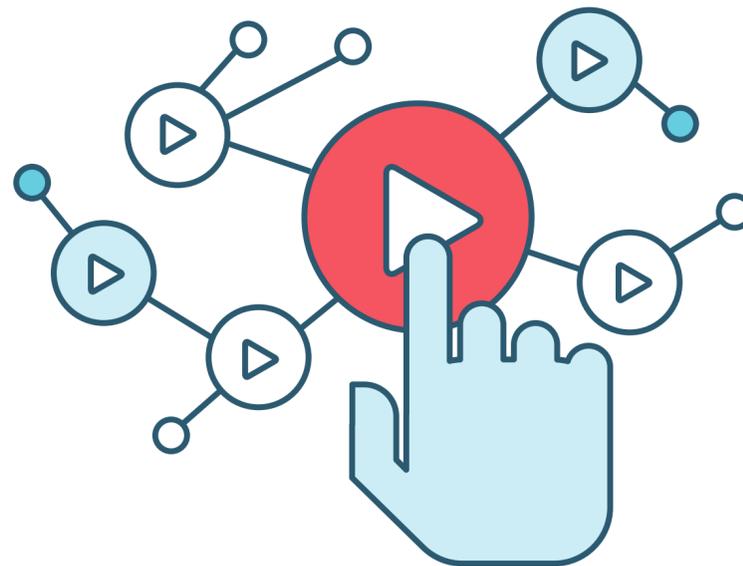
| Этапы пути ? | Пользователи ? ↓ | Сессии ? |
|------------------------------|--|--|
| | 8 755 % от общего количества: 100,00 % (8 755) | 35 657 % от общего количества: 100,00 % (35 657) |
| 1. Desktop | 6 553 (74,86 %) | 25 148 (70,53 %) |
| 2. Mobile | 938 (10,71 %) | 2 774 (7,78 %) |
| 3. Tablet | 732 (8,38 %) | 2 323 (6,51 %) |
| 4. Desktop Mobile | 70 (0,80 %) | 384 (1,08 %) |
| 5. Mobile Desktop | 70 (0,80 %) | 312 (0,88 %) |
| 6. Desktop Mobile Desktop | 55 (0,63 %) | 602 (1,69 %) |
| 7. Mobile Desktop Mobile | 35 (0,40 %) | 338 (0,95 %) |
| 8. Desktop Tablet | 34 (0,39 %) | 227 (0,64 %) |

ПРАВИЛЬНАЯ РАЗМЕТКА



UTM

РЕЗУЛЬТАТ



КЛЮЧЕВЫЕ ПУНКТЫ:

- Первичная настройка веб-аналитики;
- Запуск контекстной рекламы: работа с семантикой;**
- Аналитика полученных данных;
- Оптимизация контекстной рекламы по бизнес KPI;

ЗАПУСК КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ: РАБОТА С СЕМАНТИКОЙ

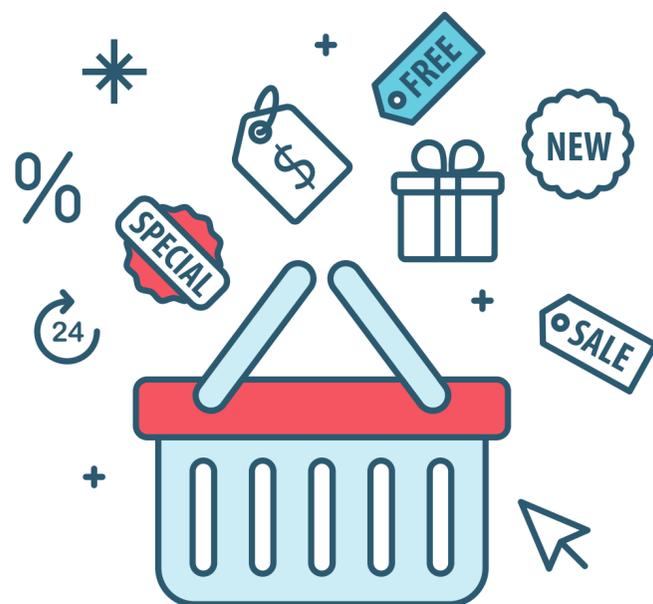


ПРОБЛЕМЫ

- Множество листинг-страниц (категории, фильтры, бренды);
- Изменение спроса из-за сезонности, моды, интереса;
- Большой объем семантики.

👛 КЕЙС:

КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА E-COMMERCE ПРОЕКТА

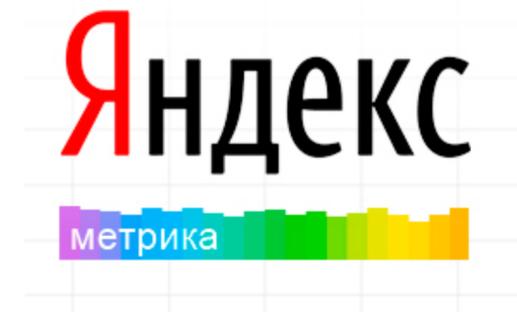


ЗАДАЧА

- Запустить контекстную рекламу на 1000 листингов категорий.

ВЫГРУЗКА ВСЕХ ПОИСКОВЫХ ЗАПРОСОВ ИЗ GOOGLE ANALYTICS И ЯНДЕКС.МЕТРИКИ

Google Analytics
Anywhere. Anytime.



АНАЛИЗ ВИДИМОСТИ В ПОИСКОВЫХ СИСТЕМАХ



АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

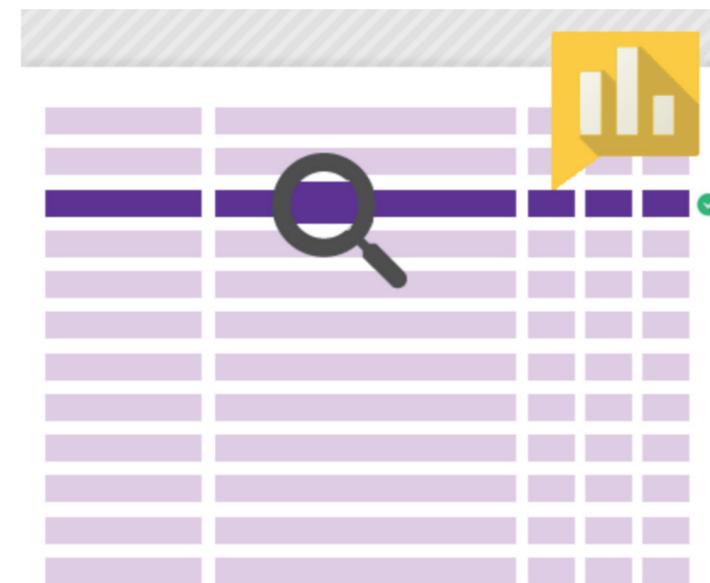


ПЛАНИРОВЩИК КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ

GOOGLE ADWORDS

Google

Keyword Planner



ПОДБОР СИНОНИМОВ И БЛИЗКИХ ПО ЗНАЧЕНИЮ ФРАЗ

О ПРОЕКТЕ

Just-Magic – это система автоматического подбора семантики для сайта.

Что она умеет:

- Собирать семантику для существующих страниц сайта, сразу правильно привязывая запросы к ним.
- Расширять существующую структуру сайта.
- Предлагать тематическую семантику для новых страниц сайта на основании текущего СЯ.
- Создавать семантику для проектируемого сайта.
- И просто кластеризовать запросы. Включая тематическое разбиение.

ПОДБОР МИНУС-СЛОВ НА ОСНОВЕ БИЗНЕС КРІ

| Слово (Лемма) | Визиты | Создание заказа | Конверсия | Показатель отказов |
|---------------|--------|-----------------|-----------|--------------------|
| ⊕ КЛАСС | 3057 | 16 | 0,52% | 76,55% |
| ⊕ ОТВЕТ | 2032 | 19 | 0,94% | 47,00% |
| ⊕ 2014 | 1374 | 16 | 1,16% | 35,37% |
| ⊕ РЕШИТЬ | 1092 | 14 | 1,28% | 69,96% |
| ⊕ МАТЕМАТИК | 3315 | 50 | 1,51% | 67,51% |
| ⊕ ПРИМЕР | 3034 | 46 | 1,52% | 50,86% |
| ⊕ РУССКИЙ | 2515 | 39 | 1,55% | 59,52% |
| ⊕ ГОД | 1458 | 23 | 1,58% | 33,68% |
| ⊕ ВАРИАНТ | 1009 | 17 | 1,68% | 39,35% |
| ⊕ рфэи | 1028 | 18 | 1,75% | 25,68% |
| ⊕ ПЕРЕВОД | 2835 | 50 | 1,76% | 56,12% |
| ⊕ ЯЗЫК | 1864 | 33 | 1,77% | 60,84% |
| ⊕ АНГЛИЙСКИЙ | 1605 | 36 | 2,24% | 59,75% |
| ⊕ РОССИЯ | 1853 | 45 | 2,43% | 37,29% |
| ⊕ ТЕКСТ | 1662 | 41 | 2,47% | 57,10% |
| ⊕ АНАЛИЗ | 2328 | 61 | 2,62% | 32,17% |

ОБРАБОТКА СЕМАНТИКИ И СОЗДАНИЕ ОБЪЯВЛЕНИЙ



РЕЗУЛЬТАТ

- 129 801 ключевых фраз;
- 39 615 объявлений;
- Рост трафика в 5 раз!



КЛЮЧЕВЫЕ ПУНКТЫ:

- Первичная настройка веб-аналитики;
- Запуск контекстной рекламы: работа с семантикой;
- Аналитика полученных данных;**
- Оптимизация контекстной рекламы по бизнес KPI;

АНАЛИТИКА
ПОЛУЧЕННЫХ ДАННЫХ



📁 КЕЙС:

ЭФФЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ КАНАЛОВ ТРАФИКА



ЗАДАЧА

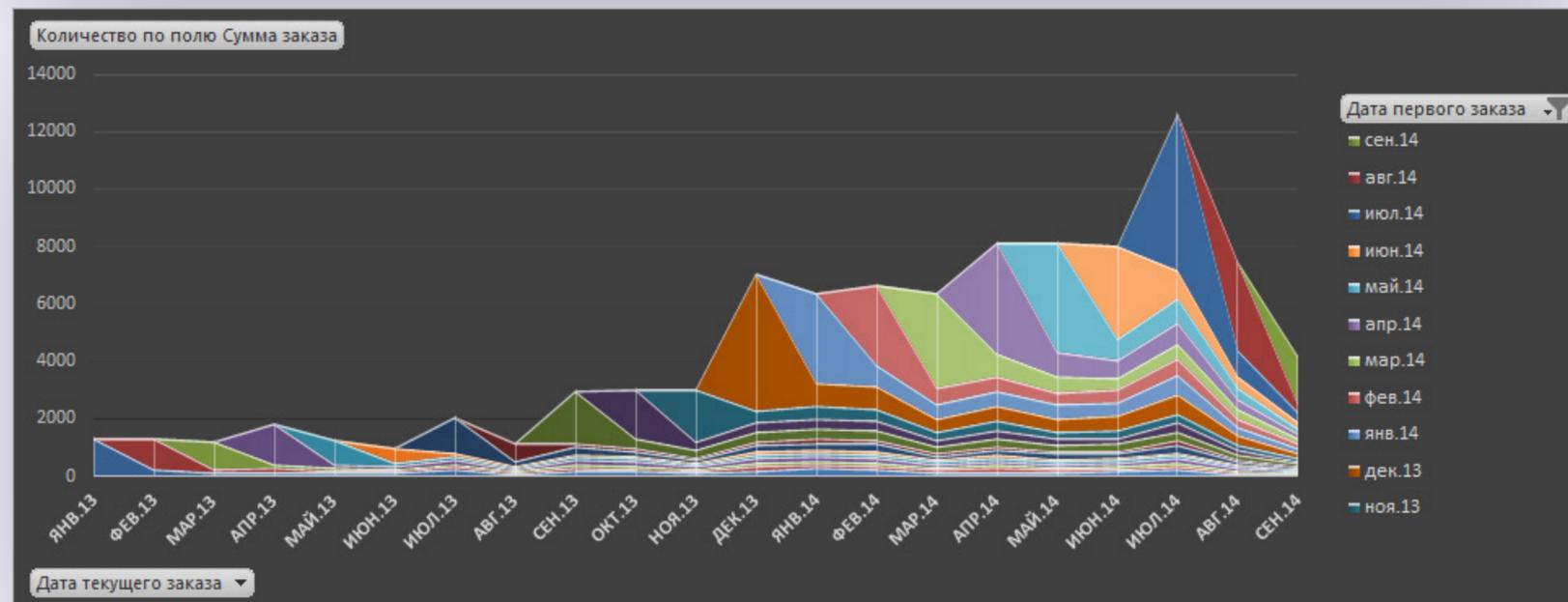
- Максимизация дохода при ограниченном бюджете;
- Многосторонний анализ эффективности различных каналов;
- Понимание поведения пользователей проекта.

МНОГОКАНАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ

| Канал [?] | Ассоциированные конверсии ↓ | Ценность ассоциированных конверсий | Конверсии по последнему клику или прямому взаимодействию | Ценность конверсий по последнему клику или прямому взаимодействию | Ассоциированные конверсии/ конверсии по последнему клику или прямому взаимодействию |
|--------------------|-----------------------------|------------------------------------|--|---|---|
| 1. referral | 2 234 (30,76 %) | 7 009 814,00 руб. (30,99 %) | 1 452 (43,00 %) | 4 547 401,00 руб. (43,83 %) | 1,54 |
| 2. email | 1 794 (24,70 %) | 5 539 077,00 руб. (24,49 %) | 747 (22,12 %) | 2 269 578,00 руб. (21,88 %) | 2,40 |
| 3. organic | 1 786 (24,59 %) | 5 528 458,00 руб. (24,44 %) | 717 (21,23 %) | 2 081 200,00 руб. (20,06 %) | 2,49 |
| 4. cpc | 1 310 (18,04 %) | 4 164 694,00 руб. (18,41 %) | 425 (12,59 %) | 1 371 420,00 руб. (13,22 %) | 3,08 |
| 5. display | 71 (0,98 %) | 196 290,00 руб. (0,87 %) | 20 (0,59 %) | 69 456,00 руб. (0,67 %) | 3,55 |

КОГОРТНЫЙ АНАЛИЗ

| Дата | июл.13 | авг.13 | сен.13 | окт.13 | ноя.13 | дек.13 | январ.14 | фев.14 | мар.14 | апр.14 | май.14 | июн.14 | июл.14 | авг.14 | сен.14 | Общий итог |
|-------------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|-------------|--------------|
| июл.13 | 1248 | 162 | 257 | 199 | 114 | 248 | 241 | 265 | 135 | 202 | 191 | 178 | 303 | 111 | 69 | 3923 |
| авг.13 | | 631 | 144 | 116 | 82 | 115 | 131 | 116 | 99 | 102 | 83 | 79 | 131 | 74 | 44 | 1947 |
| сен.13 | | | 1815 | 295 | 266 | 339 | 341 | 337 | 232 | 306 | 234 | 265 | 325 | 170 | 98 | 5023 |
| окт.13 | | | | 1748 | 267 | 321 | 373 | 343 | 222 | 276 | 213 | 192 | 295 | 161 | 73 | 4484 |
| ноя.13 | | | | | 1862 | 406 | 448 | 425 | 301 | 331 | 242 | 237 | 286 | 172 | 94 | 4804 |
| дек.13 | | | | | | 4765 | 805 | 793 | 447 | 511 | 442 | 522 | 689 | 347 | 194 | 9515 |
| январ.14 | | | | | | | 3095 | 709 | 520 | 536 | 524 | 486 | 695 | 259 | 149 | 6973 |
| фев.14 | | | | | | | | 2823 | 553 | 468 | 400 | 436 | 550 | 290 | 178 | 5698 |
| мар.14 | | | | | | | | | 3300 | 810 | 523 | 392 | 501 | 329 | 162 | 6017 |
| апр.14 | | | | | | | | | | 3872 | 888 | 605 | 764 | 361 | 193 | 6683 |
| май.14 | | | | | | | | | | | 3809 | 742 | 863 | 408 | 191 | 6013 |
| июн.14 | | | | | | | | | | | | 3245 | 980 | 405 | 225 | 4855 |
| июл.14 | | | | | | | | | | | | | 5450 | 873 | 294 | 6617 |
| авг.14 | | | | | | | | | | | | | | 3112 | 323 | 3435 |
| сен.14 | | | | | | | | | | | | | | | 1664 | 1664 |
| Общий итог | 1248 | 793 | 2216 | 2358 | 2591 | 6194 | 5434 | 5811 | 5809 | 7414 | 7549 | 7379 | 11832 | 7072 | 3951 | 77651 |

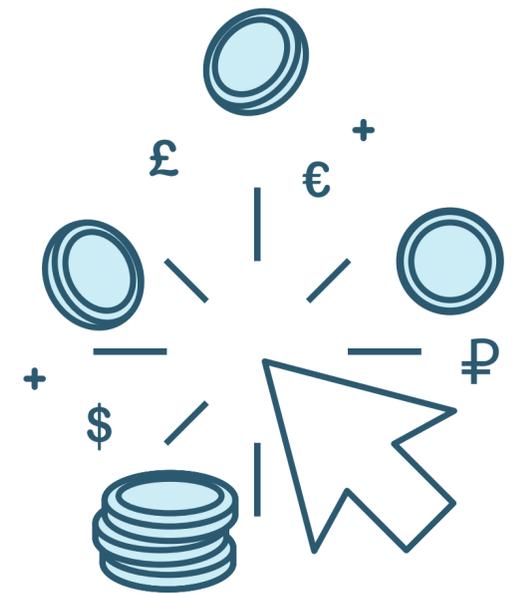


ОПТИМИЗАЦИЯ ВОРОНКИ



РЕЗУЛЬТАТ

- Перераспределили бюджет на самые эффективные каналы;
- Рост дохода на 20% при том же бюджете.



КЛЮЧЕВЫЕ ПУНКТЫ:

- Первичная настройка веб-аналитики;
- Запуск контекстной рекламы: работа с семантикой;
- Аналитика полученных данных;
- Оптимизация контекстной рекламы по бизнес KPI.**

ОПТИМИЗАЦИЯ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ ПО БИЗНЕС КРІ



📁 КЕЙС:

ОПТИМИЗАЦИЯ СТАВОК НА ОСНОВЕ БИЗНЕС КРІ



ЗАДАЧА

- Оптимизировать ставки в условиях недостаточного количества данных;
- Увеличить рентабельность контекстной рекламы.

ПРОБЛЕМЫ

- Автоматический расчет и применение ставок
- Огромная семантика – мало транзакций;
- Как выставлять ставки, если на 1000 ключевых фраз всего 10 транзакций;
- Поиск промежуточных конверсий.

ПОДКЛЮЧЕНИЕ И НАСТРОЙКА К50

Рекламные системы?

| | | | | | | |
|--|----------------|----------|--------|----------|----------------|-------------------|
| | Яндекс.Директ | Профиль: | Логин: | компании | переподключить | События и правила |
| | Яндекс.Маркет | | | | подключить | правила |
| | Google Adwords | Профиль: | | компании | переподключить | правила |

| | | |
|---------------|-----------|---|
| CPO-1020-1119 | aggregate | transactions *895+ goal3Completions *222+ goal1Completions *1+ goal2Completions *1 |
| CPO-330-359 | aggregate | transactions *287+ goal3Completions *70+ goal1Completions *1+ goal2Completions *1 |
| CPO-3180-3499 | aggregate | transactions *2799+ goal3Completions *698+ goal1Completions *1+ goal2Completions 1 |
| CPO-400-439 | aggregate | transactions *351+ goal3Completions *86+ goal1Completions *1+ goal2Completions *1 |
| CPO-2390-2629 | aggregate | transactions *2103+ goal3Completions *524+ goal1Completions *1+ goal2Completions 1 |
| CPO-480-529 | aggregate | transactions *423+ goal3Completions *104+ goal1Completions *1+ goal2Completions *1 |
| CPO-530-579 | aggregate | transactions *463+ goal3Completions *114+ goal1Completions *1+ goal2Completions *1 |
| CPO-580-639 | aggregate | transactions *511+ goal3Completions *126+ goal1Completions *1+ goal2Completions *1 |
| CPO-640-699 | aggregate | transactions *559+ goal3Completions *138+ goal1Completions *1+ goal2Completions *1 |
| CPO-700-769 | aggregate | transactions *615+ goal3Completions *152+ goal1Completions *1+ goal2Completions *1 |
| CPO-850-929 | aggregate | transactions *743+ goal3Completions *184+ goal1Completions *1+ goal2Completions *1 |
| CPO-1120-1229 | aggregate | transactions *983+ goal3Completions *244+ goal1Completions *1+ goal2Completions *1 |
| CPO-1230-1349 | aggregate | transactions *1079+ goal3Completions *268+ goal1Completions *1+ goal2Completions *1 |

ПОИСК РЕШЕНИЯ

| Имя страницы | Адрес | CPO | Приорите | Тип | Визиты | Показатель отказов | Время на странице | Просмотры | Просмотров за визит | Ценность страницы | Конверсия в корзину |
|--|-----------------------|------|----------|-----------|--------|--------------------|-------------------|-----------|---------------------|-------------------|---------------------|
| Мягкие игрушки | | 350 | 4 | Категория | 141 | 50% | 0:00:51 | 742 | 5,26 | 3 273,96 | 4,96% |
| Машинки от 3 до 5 лет | | 350 | 3 | Категория | 111 | 33% | 0:02:44 | 596 | 5,37 | 2 424,18 | 4,50% |
| Творчество для детей | | 350 | 3 | Категория | 648 | 52% | 0:00:37 | 3262 | 5,03 | 18 831,86 | 4,94% |
| Детские столы | | 350 | 3 | Категория | 112 | 65% | 0:00:34 | 303 | 2,71 | 668,90 | 2,68% |
| Детские роликовые коньки Mondo | mondo-rolikovye-konk | 350 | 2 | Бренд | 235 | 55% | 0:00:37 | 702 | 2,99 | 82,65 | 4,26% |
| Игрушки для детей от 5-ти до 8 лет | | 350 | 3 | Категория | 572 | 31% | 0:00:44 | 3381 | 5,91 | 18 741,06 | 2,10% |
| Игрушки для детей от рождения до 3-х лет | | 350 | 3 | Категория | 1971 | 40% | 0:00:46 | 11443 | 5,81 | 3 434,06 | 3,25% |
| Игрушки для детей от 3-х до 5 лет | | 350 | 3 | Категория | 909 | 45% | 0:00:43 | 5307 | 5,84 | 3 910,94 | 2,86% |
| Автомобили | | 1161 | 6 | Категория | 277 | 45% | 0:00:39 | 757 | 2,73 | 20 508,37 | 1,81% |
| Игрушки для младенцев: от рождения и до 18 мес | | 350 | 3 | Категория | 1143 | 54% | 0:00:51 | 5347 | 4,68 | 2 667,70 | 1,92% |
| Игрушки Свинка Пеппа (Peppa Pig) | svinka-peppa-igrushki | 350 | 2 | Бренд | 5808 | 2% | 0:00:44 | 17926 | 3,09 | 4 640,36 | 2,51% |
| Электромобиль детский с пультом | | 1161 | 6 | Категория | 541 | 53% | 0:00:38 | 1432 | 2,65 | 26 571,46 | 1,29% |
| Развивающие и интерактивные игрушки до 18 ме | | 350 | 3 | Категория | 762 | 48% | 0:01:14 | 3075 | 4,04 | 12 076,86 | 2,62% |

| CPO | visits | transacti ons | корзина | сумма по транзакц иям | Конверс ия | льная эффект ивная ставка | льная эффект ивная ставка | льная ставка в пропорц ии | Max bid на 3 | ееные максима льные ставки | конверт 0,9 | мин ставка по стратегии | макс ставка по стратегии | 0.10 - ставим ставку по правилу | конверт 0.11 |
|------|--------|------------------|---------|-----------------------------|---------------|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|-----------------|-------------------------------------|----------------|-------------------------------|--------------------------------|--|--------------|
| 2889 | 1858 | 5 | 27 | 9,4 | 0,51% | 14,62 | 0,49 | 1,709478 | 1,5 | 1,50 | 0,8667 | 0,01 | 1,2 | 0,97 | 1 794,24 |
| 2629 | 691 | 1 | 4 | 1,6 | 0,23% | 6,09 | 0,20 | 0,711978 | 1,5 | 1,50 | 0,7887 | 0,01 | 1,2 | 0,88 | 607,23 |
| 2169 | 1079 | 0 | 4 | 0,8 | 0,07% | 1,61 | 0,05 | 0,188088 | 0,564265 | 0,56 | 0,6507 | 0,01 | 1,2 | 0,73 | 782,29 |
| 1969 | 945 | 0 | 1 | 0,2 | 0,02% | 0,42 | 0,01 | 0,048739 | 0,146217 | 0,20 | 0,5907 | 0,01 | 1,2 | 0,66 | 621,96 |
| 1789 | 1394 | 0 | 5 | 1 | 0,07% | 1,28 | 0,04 | 0,1501 | 0,450301 | 0,45 | 0,5367 | 0,01 | 1,2 | 0,60 | 833,60 |
| 1629 | 627 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 0,00 | 0,00 | 0 | 0 | 0,20 | 0,4887 | 0,01 | 1,2 | 0,54 | 341,41 |
| 1479 | 398 | 1 | 3 | 1,4 | 0,35% | 5,20 | 0,17 | 0,608481 | 1,5 | 1,50 | 0,4437 | 0,01 | 1,2 | 0,49 | 196,76 |
| 1349 | 908 | 3 | 7 | 3,8 | 0,42% | 5,65 | 0,19 | 0,660303 | 1,5 | 1,50 | 0,4047 | 0,01 | 1,2 | 0,45 | 409,43 |
| 1229 | 4294 | 8 | 46 | 15,6 | 0,36% | 4,46 | 0,15 | 0,522214 | 1,5 | 1,50 | 0,3687 | 0,01 | 1,2 | 0,41 | 1 764,01 |
| 1119 | 4798 | 1 | 17 | 4,2 | 0,09% | 0,98 | 0,03 | 0,114565 | 0,343696 | 0,34 | 0,3357 | 0,01 | 1,2 | 0,37 | 1 794,64 |
| 1019 | 1128 | 1 | 16 | 4 | 0,35% | 3,61 | 0,12 | 0,422629 | 1,267886 | 1,27 | 0,3057 | 0,01 | 1,2 | 0,34 | 384,21 |
| 929 | 2358 | 0 | 6 | 1,2 | 0,05% | 0,47 | 0,02 | 0,055295 | 0,165885 | 0,20 | 0,2787 | 0,01 | 1,2 | 0,31 | 732,23 |
| 849 | 2346 | 2 | 4 | 2,4 | 0,10% | 0,87 | 0,03 | 0,101584 | 0,304752 | 0,30 | 0,2547 | 0,01 | 1,2 | 0,28 | 665,77 |
| 769 | 2432 | 7 | 20 | 9,6 | 0,39% | 3,04 | 0,10 | 0,355032 | 1,065097 | 1,07 | 0,2307 | 0,01 | 1,2 | 0,26 | 625,14 |

| Достижение корзины | Конверсия в транзакции | Транзакции | Средний ч | Доход | Средний рейтинг | Коммен т |
|-----------------------|---------------------------|------------|-----------|------------|--------------------|-------------|
| 7 | 2,84% | 4 | 2 034,50 | 8 138,00 | 68,89 | |
| 5 | 2,70% | 3 | 1 815,67 | 5 447,00 | 86,00 | |
| 32 | 1,85% | 12 | 3 781,33 | 45 376,00 | 22,33 | |
| 3 | 1,79% | 2 | 4 690,00 | 9 380,00 | 98,67 | |
| 10 | 1,70% | 4 | 1 769,75 | 7 079,00 | 75,00 | |
| 12 | 0,87% | 5 | 8 409,80 | 42 049,00 | 38,67 | |
| 64 | 0,81% | 16 | 2 517,50 | 40 280,00 | 26,89 | |
| 26 | 0,77% | 7 | 3 179,86 | 22 259,00 | 31,78 | |
| 5 | 0,72% | 2 | 12 574,00 | 25 148,00 | 68,67 | |
| 22 | 0,61% | 7 | 2 995,00 | 20 965,00 | 40,33 | |
| 146 | 0,59% | 34 | 1 824,26 | 62 025,00 | 31,33 | |
| 7 | 0,55% | 3 | 11 549,00 | 34 647,00 | 58,22 | |
| 20 | 0,52% | 4 | 4 841,75 | 19 367,00 | 37,11 | |
| 15 | 0,52% | 7 | 19 118,43 | 133 829,00 | 40,78 | |
| 100 | 0,38% | 13 | 2 107,23 | 27 394,00 | 38,44 | Зарезан |
| 80 | 0,30% | 10 | 1 982,40 | 19 824,00 | 39,44 | |
| 27 | 0,27% | 5 | 17 774,80 | 88 874,00 | 46,33 | |
| 47 | 0,24% | 12 | 2 055,92 | 24 671,00 | 64,11 | |
| 30 | 0,22% | 10 | 15 198,30 | 151 983,00 | 46,89 | |
| 15 | 0,20% | 4 | 2 697,00 | 10 788,00 | 64,89 | |
| 30 | 0,11% | 3 | 4 811,67 | 14 435,00 | 52,33 | |
| 4 | 0,10% | 2 | 12 670,00 | 25 340,00 | 76,33 | |
| 15 | 0,06% | 2 | 3 895,50 | 7 791,00 | 82,44 | |
| 722 | 0,81% | 171 | 6 273,64 | 847 089,00 | | |

КОМБИРИНОВАННАЯ ЦЕЛЬ

[АКТИВНОСТЬ НА САЙТЕ]



[ДОБАВЛЕНИЕ В КОРЗИНУ]



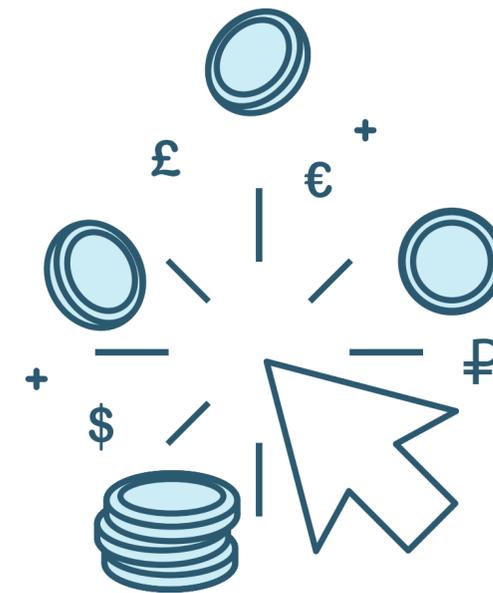
[ТРАНЗАКЦИЯ]

ЕЖЕНЕДЕЛЬНАЯ ОТЧЕТНОСТЬ

| Показы | Клики | CTR | CPC | Расход | Сеансы | Транзакции | CR | Доход | CPO | ROI |
|---------|--------|-------|--------|----------------|--------|------------|-------|----------------|------------|---------|
| 1807574 | 85298 | 4,72% | 2,11 ₹ | 179 645,80 ₹ | 98981 | 220 | 0,26% | 592 651,00 ₹ | 816,57 ₹ | 229,90% |
| 2294211 | 108252 | 4,72% | 2,08 ₹ | 225 214,25 ₹ | 121093 | 304 | 0,28% | 877 842,00 ₹ | 740,84 ₹ | 289,78% |
| 2542805 | 136028 | 5,35% | 2,80 ₹ | 381 267,81 ₹ | 138272 | 373 | 0,27% | 1 111 275,00 ₹ | 1 022,17 ₹ | 191,47% |
| 2946171 | 178026 | 6,04% | 3,56 ₹ | 633 672,34 ₹ | 178772 | 627 | 0,35% | 2 611 173,00 ₹ | 1 010,64 ₹ | 312,07% |
| 3197823 | 232714 | 7,28% | 5,30 ₹ | 1 232 565,33 ₹ | 235125 | 1093 | 0,47% | 3 270 823,00 ₹ | 1 127,69 ₹ | 165,37% |
| 3317043 | 270723 | 8,16% | 5,99 ₹ | 1 622 144,22 ₹ | 281642 | 1396 | 0,52% | 4 488 051,00 ₹ | 1 161,99 ₹ | 176,67% |
| 4083323 | 344862 | 8,45% | 5,77 ₹ | 1 988 219,88 ₹ | 355958 | 1869 | 0,54% | 6 215 416,00 ₹ | 1 063,79 ₹ | 212,61% |
| 3510780 | 295481 | 8,42% | 5,72 ₹ | 1 688 806,89 ₹ | 307230 | 1972 | 0,67% | 6 757 683,00 ₹ | 856,39 ₹ | 300,15% |
| 768771 | 56690 | 7,37% | 5,11 ₹ | 289 477,89 ₹ | 61932 | 580 | 1,02% | 1 655 284,00 ₹ | 499,10 ₹ | 471,82% |

РЕЗУЛЬТАТ

- ROI: 250%
- Более 25 млн. дохода интернет-магазина!
- Без рекламы на бренд магазина!



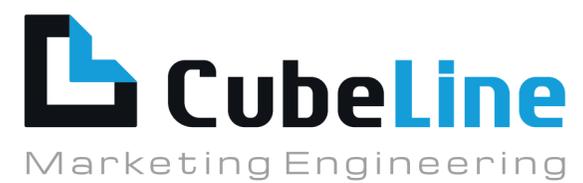
КЛЮЧЕВЫЕ ПУНКТЫ:

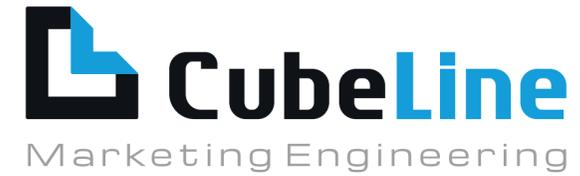
- ✓ Первичная настройка веб-аналитики;
- ✓ Запуск контекстной рекламы: работа с семантикой;
- ✓ Аналитика полученных данных;
- ✓ Оптимизация контекстной рекламы по бизнес KPI.

ВЫБИРАЙТЕ
ПУТЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ





МАКСИМ ЛЕПИХОВ

Руководитель отдела платного трафика,
CubeLine Agency

lepikhov@cubeline.ru
facebook.com/mr.maximus.green



АЛЕКСАНДР ПАВЛОВ

Ведущий аналитик,
CubeLine Agency

pavlov@cubeline.ru
facebook.com/pro.pavlov