

За основу аудита взяты 2 рк на поиске и рся с наибольшим расходом за последние 30 дней

| Тип          | Название                       | №          | Статус                   | Стратегия                                | Места показов | Бюджет, Р          | Расход, Р | Конверсии | Ср. цена конверсии |
|--------------|--------------------------------|------------|--------------------------|--|---------------|--------------------|-----------|-----------|--------------------|
| <b>Итого</b> |                                |            |                          |  |               |                    |           |           |                    |
|              | РСЯ / Москва / [...]           | № 55121912 | Остановлено<br>запустить | Ручное управление с оптимизацией в сетях | В сетях       | 3 000,00<br>в день | 49 126,78 | 54        | 90                 |
|              | Поиск / Ремонт квартир / [...] | № 56917431 | Остановлено<br>запустить | Ручное управление ставками               | На поиске     | 4 000,00<br>в день | 47 872,97 | 22        | 2 17               |

## ПАРАМЕТРЫ

1. Реклама показывается в строго лимитированное время по будням.

The screenshot shows the 'Показывать объявления' (Show ads) settings. The schedule is set to 'По будням' (On weekdays) with a 'Диапазон' (Range) of '08:00' to '22:00', resulting in '70 часов в рабочие дни' (70 hours on weekdays). Below this, the 'Управление ставками' (Bid management) section is visible, with a note that manual bid adjustments are only available for the 'Ручное управление ставками с оптимизацией' strategy. A calendar grid shows green checkmarks for all hours from 08:00 to 22:00 on weekdays (Monday to Friday).

В данной тематике нельзя прерывать показы по нескольким причинам. Во-первых, алгоритм воспринимает такие показы как непостоянные по тратам и даст преимущество конкуренту с круглосуточным показом. Во-вторых, не показываясь ночью и в выходные, рекламодатель уходит с аукциона, тем самым дает конкуренту возможность подняться выше в выдаче по более низкой цене за клик и к тому же набить СТР, который снизит ему стоимость в будущем. Чтобы этого избежать, лучше выставить автоматическое снижение ставок на 60-90% в нежелательное время, но не выключать вообще. Плюс ко всему, настроить виджет приема в выходные дни с ответом в понедельник, предложив потенциальному клиенту бонус за ожидание.

2. Минус слов достаточно много, но очень большое количество городов, которые не попадают под гео показов.



- По количеству выполненных целей РСЯ выглядит значительно рентабельнее поиска, но в связи с отсутствием возможности отследить количество заявок, нет возможности сделать окончательный вывод о данных площадках.

| Тип                                 | Название | № | Бюджет, Р       | Расход, Р  | Конверсии | Ср. цена конверсии, Р | Ср. цена клика, Р | Показы    | Клики | CTR, % | Конверсии, % | Отказы, % | Начало     |
|-------------------------------------|----------|---|-----------------|------------|-----------|-----------------------|-------------------|-----------|-------|--------|--------------|-----------|------------|
| Итого                               |          |   |                 | 147 752,05 | 130       | 1 136,55              | 37,17             | 1 590 211 | 3 975 | 0,25   | 3,27         | 29,97     |            |
| РСЯ / Москва / № 55121912           |          |   | 3 000,00 в день | 49 126,78  | 54        | 909,76                | 24,49             | 733 968   | 2 006 | 0,27   | 2,69         | 29,18     | 09.09.2017 |
| Поиск / Ремонт квартир / № 55917431 |          |   | 4 000,00 в день | 47 872,97  | 22        | 2 176,04              | 143,33            | 9 781     | 334   | 3,41   | 6,59         | 20,92     | 17.11.2017 |

Трафик с поиска всегда был дороже сетевого, но при этом он и наиболее целевой и горячий.

## ОБЪЯВЛЕНИЯ:

- На поиске ключевые фразы сгруппированы под релевантность заголовка и это хорошо. Но второй заголовок используется в 2х вариантах и если указание минимальной цены работает как фильтр и как утп, то 15% скидки не выглядит таким уж привлекательным предложением, тем более что это и не скидка, а возможность купить материалы на 15% дешевле.

| Для всех ключевых фраз | Объем трафика | Прогноз ставки, руб. | Спис. цена, руб. |
|------------------------|---------------|----------------------|------------------|
| 115                    | 2 186.30      | 1 124.40             |                  |
| 100                    | 1 838.90      | 1 001.30             |                  |
| 75                     | 1 387.60      | 773.50               |                  |
| 15                     | 548.40        | 512.90               |                  |
| 5                      | 489.60        | 489.60               |                  |
| 115                    | 2 676.20      | 1 335.10             |                  |
| 100                    | 2 441.80      | 1 155.10             |                  |
| 75                     | 2 085.40      | 795.20               |                  |
| 15                     | 582.80        | 490.60               |                  |
| 5                      | 373.60        | 373.60               |                  |
| 115                    | 2 133.10      | 1 012.40             |                  |
| 100                    | 1 794.10      | 879.60               |                  |
| 75                     | 846.90        | 683.60               |                  |
| 15                     | 633.40        | 523.90               |                  |
| 5                      | 367.90        | 367.90               |                  |
| 115                    | 2 534.20      | 1 129.50             |                  |
| 100                    | 2 131.50      | 960.80               |                  |
| 75                     | 1 074.40      | 692.60               |                  |

После заголовка, наиболее привлекающими внимание остаются быстрые ссылки и в данном случае калькулятор стоимости и цены здесь неуместны. В первую очередь нужно бить по «болям» заказчика – стоимость, сроки, качество, честность, порядочность. При средней стоимости клика около 200р предлагать человеку всего лишь посчитать потенциальный ремонт как то дороговато.

В тексте используются очень длинные выражения. Текст должен давать информацию короткими как выстрелы фразами, которые должны бить по целям. Не денежная компенсация за просроченный день – а штраф за просрочку. За срыв сроков и т.д... не ежедневный видеоотчет – а отчет 2 раза в день... не ЖМИ! – а Жмите! Звоните! Заходите!...

Нет фильтра по времени – Ремонт кухни 0р до 15.12. Спешите!  
Нет таких мелких, но важных особенностей которые есть на сайте – уборка мусора, более 50 мастеров и т.д... если 15% это экономия на материалах, то так и нужно писать, а не акция -15%...