



ИП Бидус Сергей Евгеньевич
ОГРНИП 317665800088749
ИНН 665912912495
<https://bidusdigital.ru>

620014, г.Екатеринбург,
ул.Шейнкмана, 9 - оф.51
Телефон: 8-800-1000-759
+7 (343) 373-10-00

Аудит

рекламных кампаний Яндекс.Директ

Дата проведения аудита: 27.05.2022 г

Вводная информация

Аудит — это важная часть в работе performance-специалиста. Благодаря аудиту можно отыскать слабые стороны рекламного кабинета и найти точки роста.

Название компании: Batissur

Сфера деятельности: Снабжение и комплектация строительных объектов под ключ

Регион деятельности: Свердловская область

Продвигаемый сайт: batissur.ru

Исследуемый аккаунт: *конфиденциально*

Дата начала рекламы: Май 2019

Всего кампании в кабинете: 30 (в т.ч. архивные)

Действующих кампаний в кабинете: 3

Общий рекламный расход (бюджет): *конфиденциально*

Всего показов и кликов: *конфиденциально*

Разделение кампаний по сферам деятельности

Если ключевых запросов и товаров/услуг не так много, имеет смысл разделять их по разным кампаниям или, как минимум, по разным группам объявлений. Особенно, если целевая аудитория разная. Например, монтаж искусственного газона — услуга более простая и дешевая, чем, например, услуги ландшафтного дизайна под ключ.

Иногда советуют разделять ключевые запросы на разные типы: брендовые (упоминание конкретной компании или бренда, например, «Gried»), общие (без уточнения, например, «стрижка газона»), транзакционные (ключевое слово с указанием целевого действия, например, «услуги стрижки газона заказать»).

При продвижении интернет-магазина лучше всего делить их по категориям, например: «товары для дома», «товары для сада», «товары для автолюбителей» и так далее.

Комментарий к блоку:

На данный момент в трех действующих рекламных кампаниях не используется явного разделения по сферам деятельности. Они содержат рекламу материалов для отделки дома, металлоконструкции от производителя, а также группу объявлений по видам материалов. При этом установлено в архивных кампаниях, что ранее использовалось разделение кампаний по сферам.



ИП Бидус Сергей Евгеньевич
ОГРНИП 317665800088749
ИНН 665912912495
https://bidusdigital.ru

620014, г.Екатеринбург,
ул.Шейнкмана, 9 - оф.51
Телефон: 8-800-1000-759
+7 (343) 373-10-00

Разделение кампаний по типам объявлений

Реклама Яндекс Директ в результатах поисковой выдачи и реклама в контекстно-медийной сети РСЯ – две абсолютно разные истории. На каждом канале игра ведется по своим правилам:

- Свои стратегии назначения ставок
- Свои типы объявлений
- Свой аукцион

Особенно важно разделять поиск и сеть для последующей аналитики. Зачастую бывают так, что реклама на поиске работает отлично, а в сети не работает совсем. Более того, в рамках поиска и РСЯ тоже необходимо разделять кампании:

- Динамические кампании – на поиске.
- Ретаргетинг, рекламу по интересам, рекламу по ключам и смарт-баннеры.

Комментарий к блоку:

Ранее использовалось разделение объявление на поиск и сети, сейчас нет. Это очень важный инструмент сегментации рекламных кампаний, позволяющих повышать показатель CTR.

	№	Тип	Название	Статус	Стратегия	Места показа	Бюджет, Р
	Итого						
	№ 63194756	Батиссур 2.0	Перейти Редактировать Статистика	Есть проблемы некоторые группы не работают	Оптимизация конверсий	На всех площадках	15 000,00 в неделю
	№ 63718082	Интернет-магазин	Перейти Редактировать Статистика	Идут показы остановить	Оптимизация кликов	На всех площадках	6 000,00 в неделю
	№ 66965485	Металлоконструкции 3.0 РСЯ	Перейти Редактировать Статистика	Идут показы остановить	Оптимизация кликов	В сетях	10 000,00 в неделю

Пример текущей группы текстово-графических объявлений:

	№	Тип	Название	Статус	Объявления	Ключевые фразы	Кампания
	Итого						
	№ 4674538567	Металлоконструкции	Идут показы	1	Металлоконструкции всего виды - Оператив... batissur.ru - металлоконструкции Конструкции из металла по честным ценам. Всегда в наличии на складе, доставка по РФ	50 ключевых фраз добавить	Батиссур 2.0 № 63194756
	№ 4611722338	Твинблок	Показы не идут нет готовых к показу объявлений	1	Твинблок по оптовым ценам - Оперативная... batissur.ru - твинблок Твинблок по ценам ниже производителей. Всегда в наличии на складе, доставка по РФ	13 ключевых фраз добавить	Батиссур 2.0 № 63194756
	№ 4611719458	Строительные материалы	Идут показы	1	Строительные материалы по оптовым ценам... batissur.ru - каталог Большой выбор строительных материалов. Всегда в наличии на складе, доставка по РФ	8 ключевых фраз добавить	Батиссур 2.0 № 63194756
	№ 4611712507	Готовая площадка обслуживания	Идут показы	1	Площадка обслуживания фановой арматуры... металл batissur.ru Готовая площадка по низкой цене. Готовы к отправке в день заказа. Наша сборка.	6 ключевых фраз добавить	Батиссур 2.0 № 63194756
	№ 4611711161	Пробковое покрытие	Идут показы	1	Пробковое покрытие по оптовым ценам - О... batissur.ru - пробковое покрытие Большой ассортимент пробкового покрытия. Всегда в наличии на складе, доставка по РФ	5 ключевых фраз добавить	Батиссур 2.0 № 63194756
	№ 4611708661	Плитка ПВХ	Идут показы	1	Плитка ПВХ по оптовым ценам - Оператив... batissur.ru - плитка-пвх Большой ассортимент плитки ПВХ. Всегда в наличии на складе, доставка по РФ	5 ключевых фраз добавить	Батиссур 2.0 № 63194756

Разделение кампаний по типам устройств

Работа с мобильным трафиком — обязательный пункт программы для всех специалистов. Все большая часть трафика идет именно с мобильных устройств, так что с мобильным размещением необходимо работать не только корректировками ставок.

Комментарий к блоку:

Разделение по типам устройств в рекламном кабинете не задействовано и не использовалось ранее.

Разделение кампаний по регионам

Необходимо обязательно разделять рекламную кампанию на регионы, потому что, как правило, предложения и цены в разных регионах различаются. Например, вы делаете аудит рекламы Яндекс Директ для крупной ресторанной сети. В Нижнем Новгороде действуют одни акции и специальные предложения, в Екатеринбурге — другие. Где-то проводятся корпоративы, где-то нет. Где-то есть скидки в день рождения, где-то нет.

Комментарий к блоку:

Текущие рекламные кампании настроены на широкую географию показов, что мешает выполнять правильную настройку сегментации стратегии назначения ставок, а также формированию объявлений, ориентированных на конкретный регион. Перечень регионов в объявлениях: Архангельская область, Республика Коми, Иркутская область, Амурская область, Забайкальский край, Республика Саха (Якутия), Ханты-Мансийский автономный округ - Югра, Ямало-Ненецкий автономный округ.

Пример объявления:



**Металлоконструкции всех видов –
Оперативная доставка по РФ**
batissur.ru > металлоконсutrкции
Конструкции из металла по честным ценам.
Всегда в наличии на складе, доставка по РФ

В объявления важно отражать географическую привязку, что повышает CTR и внушает больше доверия заинтересованному пользователю. Рекомендуется использование географическое название в заголовке объявления. Например, Металлоконструкции всех видов - в наличии в Екатеринбурге. Особенно важно использовать данный подход в регионе, в котором физически находится организация.

Стратегия назначения ставок

Выбранная стратегия должна соответствовать целям рекламной кампании. В данный момент в Яндекс Директе можно выбирать из четырех основных стратегий:



ИП Бидус Сергей Евгеньевич
ОГРНИП 317665800088749
ИНН 665912912495
<https://bidusdigital.ru>

620014, г.Екатеринбург,
ул.Шейнкмана, 9 - оф.51
Телефон: 8-800-1000-759
+7 (343) 373-10-00

- Оптимизация конверсий. Деньги списываются только за достижение цели, например, за оформление заказа. Цель можно выбрать из тех, что вы указывали в Метрике. Вы получите максимум визитов представителей целевой аудитории.
- Оптимизация кликов. Вы получите максимум кликов по объявлению. Можно ставить ограничение на среднюю цену клика и недельный бюджет.
- Целевая доля рекламных расходов. Вы платите только в том случае, если цель достигнута.
- Ручное управление ставками с оптимизацией. Вы получаете максимальное число показов.

Должен быть установлен лимит по бюджету на день и на месяц. Иначе есть риск слишком быстро потратить рекламный бюджет и не получить результата. Случится может все, что угодно. Например, внезапно подскочит спрос на товар или услугу, а компания физически не успеет обработать большое количество заявок. Нужно быть готовым к этому.

Комментарий к блоку:

У объявлений установлена стратегия Оптимизации конверсий, однако у некоторых кампаний не установлены четкие цели, на которые ориентируется объявление.

Стратегия

Стратегия	Оптимизация конверсий
Оплата за конверсии	☐ Подключить Деньги спишутся только за достижение выбранной цели. Например, оформление заказа.
Оптимизировать по цели*	☒ По нескольким целям
Модель атрибуции	Последний переход из Яндекс.Директа

Рекомендуется направлять рекламные кампании на получение максимального количества клика при установленном недельном бюджете. Либо использовать конверсии, но указывать явные признаки поведения пользователя, свидетельствующие о качестве визита.

У кампаний установлен недельный бюджет и максимальная стоимость клика - это хорошо. Таким образом мы избегаем неконтролируемого перерасхода рекламного бюджета.

Ограничивать по	Средней цене конверсии	<input checked="" type="button" value="Недельному бюджету"/>
Тратить не более*	15 000,00	₽ / неделю
Максимальная цена	100,00	₽ / клик

Корректировка ставок

При проверке этого параметра нужно быть особенно внимательным, так как единых правил здесь нет. Все зависит от специфики рекламной кампании.

Например, можно автоматически повышать ставки для тех пользователей, которые уже были на вашем сайте и положили какие-то товары в корзину, но не оформили покупку. Это – наиболее теплые потенциальные клиенты, и им в первую очередь надо показывать рекламное объявление, за их внимание можно и побороться, повышая ставки. В данном случае «Положил товар в корзину» будет условием, при котором ставка повышается. Далее нужно указать повышающий коэффициент. Допустим, стандартная ставка к ключевому запросу – 50 рублей. Ставим коэффициент плюс 1000% и получаем итоговую ставку 550 рублей.

Это рабочие инструменты, которые необходимо использовать для рационализации затрат и повышения результативности размещений. Если корректировок нет, скорее всего, не проводились работы по оптимизации.

Комментарий к блоку:

Корректировки ставок к объявлениям не используются.

Параметры объявлений

Наименования групп и объявлений

Названия не оказывают прямого влияния на эффективность продвижения. От них зависит только удобство работы и ведения отчетности. Принято придерживаться следующих рекомендаций:

- Названия РК должны быть унифицированы в рамках аккаунта,
- Включайте в название площадку (Яндекс это или Google);
- Критерии сегментации: тип трафика (поиск, сеть, ретаргетинг и т.п.), вид запросов, гео.

Важен жесткий порядок и единообразие. Это позволяет быстрее анализировать статистику, делать сегментацию, вносить правки только в определенные группы, настраивать фильтры в выгрузке.

Комментарий к блоку:

Название кампаний не соответствует вложенным группам объявлений, логика не прослеживается. Рекомендуется создавать правильную структуру кампаний и уделять внимание разделению объявлений по описанным ранее признакам.

Корректность семантики

Поисковый запрос — это тот, по которому пользователь увидел объявление. Условие показа — это ключевая фраза из семантики, к которой он добавился.



ИП Бидус Сергей Евгеньевич
ОГРНИП 317665800088749
ИНН 665912912495
<https://bidusdigital.ru>

620014, г.Екатеринбург,
ул.Шейнкмана, 9 - оф.51
Телефон: 8-800-1000-759
+7 (343) 373-10-00

Всю семантику необходимо разделить на логически близкие блоки, например: брендовые запросы; общие запросы; гео; конкуренты и т. д.

Комментарий к блоку:

Поисковые запросы подобраны корректно под группы объявлений, однако немного смущает использование понятий магазин и интернет-магазин, которые напрямую дают привязку к B2C сегменту. К тому же на сайте компании фактически нет полноценного каталога товаров, что может вводить пользователей в заблуждение.

Орфография и пунктуация

При наличии ошибок объявление может быть отклонено системой и кампания не запустится. Поэтому обязательно нужно проверять все тексты и слова перед публикацией.

Комментарий к блоку:

Орфографические ошибки в объявления не установлены.

Внешний вид объявлений

Посмотрите, все ли элементы объявления умещаются на экране (особенно второй и третий заголовки), как выглядят быстрые ссылки, уточнения и отображаемый URL-адрес.

Комментарий к блоку:

Объявления выглядят достаточно скучно и однообразно. Относительно конкурентов объявления выглядит проигрышно.

A/B тестирование УТП

На этапе запуска кампании необходимо создать несколько различных объявлений в группе, мы рекомендуем как минимум три. Со временем они набирают статистику, CTR, и система сама определяет, какое из них наиболее эффективно, и будет его транслировать пользователям.

Меньше воды, больше конкретики в текстах и цифрах. Важно, чтобы в текстах информация на 100% соответствовала действительности и данным на посадочной странице, на которую она ведет. Это поможет выделиться на фоне конкурентов и лучше покажет ваши преимущества.

Комментарий к блоку:

В каждой группе используется лишь по одному рекламному объявлению, что не позволяет производить сравнение кликабельности относительно разных вариаций написания. В дополнении к предыдущему пункту стоит также отметить, что текст объявлений вообще не раскрывает сильных уникальных торговых предложений (УТП) и не вызывает желания заострить внимание на нем.

Минус-фразы

Следующий шаг аудита рекламной кампании в Яндекс Директ – проверка списка минус-слов. Его нужно постоянно обновлять и дополнять. Для этого изучается статистика по запросам и отсеиваются нерелевантные фразы.

Комментарий к блоку:

У объявлений указаны минус-фразы, что защищает от переходов по не релевантным поисковым фразам. Тем не менее среди фраз, по которым осуществлялись переходы периодически встречаются неподходящие: например, авито.

☐ авито ангарск плоский шифер	Батиссур 2.0	63194756	Строительные материалы	4611719458
☐ авито линолеум купить сургут	Батиссур 2.0	63194756	Линолеум	4611704840
☐ андра строймаркет	Батиссур 2.0	63194756	Строительные материалы	4611719458
☐ андулиновая кровля размеры листа цена купить в ханты мансийске недорого на авито	Интернет-магазин	63718082	Стандартное	4631271309

Рекомендуется вести постоянную работу по добавлению минус-фраз на группы кампаний, для обеспечения максимальной эффективности.

Автотаргетинг

Это технология показа объявлений, не использующая ключевые фразы. Она анализирует информацию в объявлении и на странице перехода и определяет, соответствует ли объявление поисковому запросу, интересам пользователя или тематике площадки. Автотаргетинг позволяет получить дополнительный целевой трафик благодаря показам аудитории, которую сложно охватить с помощью ключевых фраз.

Комментарий к блоку:

Данная технология в рекламных кампаниях не используется.

Дополнения

Лучше использовать все существующие виды дополнений в объявлениях. Яндекс не так давно анонсировал переход к системе трафаретов, и чтобы иметь возможность показываться на большем количестве позиций, используйте все, что есть:

- изображения (в том числе поисковых объявлениях);
- быстрые ссылки с описаниями;
- уточнения;
- видеодополнения;
- отображаемая ссылка;
- цены.

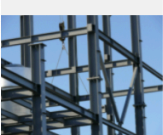


ИП Бидус Сергей Евгеньевич
ОГРНИП 317665800088749
ИНН 665912912495
<https://bidusdigital.ru>

620014, г.Екатеринбург,
ул.Шейнкмана, 9 - оф.51
Телефон: 8-800-1000-759
+7 (343) 373-10-00

Комментарий к блоку:

Описанные выше инструменты используются в рекламных объявлениях, однако можно проводить работы по улучшению данных параметров. Например можно подставлять более релевантные ссылки по видам продукции. А также в уточнениях можно указывать убойные УТП. Например, *Передовые технологии. Открытое ценообразование. 120 сотрудников. 530 готовых объектов. Всегда соблюдаем сроки.*

Основной заголовок	 Металлоконструкции всех видов	×
Дополнительный заголовок	Оперативная доставка по РФ	
Текст объявления	Конструкции из металла по честным ценам. Всегда в наличии на складе, доставка по РФ	
Ссылка в объявлении	https://batissur.ru/metal	
Отображаемая ссылка	batissur.ru > металлоконсutrкции	
Контакты	Организация в Яндекс.Бизнес	
Изображения и видео		
Уточнения	Большой ассортимент · Качество · Работаем с 2009 года · Низкая цена	
Дополнительные ссылки	О компании · Каталог · Контакты	
Редактировать объявление		

Технические настройки

Расписание показов

При аудите важно свериться: точно ли совпадают часы показов объявления и рабочие часы отдела продаж или колл-центра компании. На всякий случай также нужно проверить, правильно ли указан часовой пояс.

Комментарий к блоку:

Объявления показываются круглосуточно и ежедневно, по часовому поясу - Москва. При этом объявления показываются на широкую географию. Рекомендуется мониторить показы объявлений конкурентов и подстраивать рекламу таким образом, чтобы она соотносилась по цена/эффективность. Не рекомендуем показывать объявления в то время, когда менеджеры не могут оперативно обработать заявку, т.к. это приводит к сливам бюджетов.

Отслеживание статистики

Для сайта нужно обязательно добавить Яндекс Метрику и связать его с рекламной кампанией в Директе. Он будет отслеживать каждый переход на сайт по объявлению и собирать статистику, на основе которой вы потом сможете оптимизировать кампанию.



ИП Бидус Сергей Евгеньевич
ОГРНИП 317665800088749
ИНН 665912912495
<https://bidusdigital.ru>

620014, г.Екатеринбург,
ул.Шейнкмана, 9 - оф.51
Телефон: 8-800-1000-759
+7 (343) 373-10-00

Комментарий к блоку:

Рекламный кабинет связан со счетчиком Яндекс.Метрики.

Отслеживание целей

Цели прописываются в Яндекс Метрике, там же, где и создается счетчик. Они должны соответствовать целям рекламы. Например, глобальной целью может стать «Заказ обратного звонка» или «Заполнение формы заявки», промежуточной целью – «Посещение страницы цен» или «Переход в портфолио».

Комментарий к блоку:

Цели в метрике настроены и пока их достаточно. При создании более профессионального объемного сайта рекомендуется настроить более тонкие цели, а затем использовать их в стратегии назначения ставок по конкретным группам объявлений.

Остановка объявлений

Эта настройка обязательно должна быть включена. Если сайт вдруг стал недоступен, необходимо сразу же автоматически останавливать показы объявления. Иначе вы рискуете потерять весь дневной бюджет и нанести урон репутации бренда. По объявлению будут кликать, а сайт открываться не будет. Пусть система постоянно мониторит доступность сайта, и в случае форс-мажоров останавливает рекламную кампанию. Когда сайт снова станет доступным, показ объявлений автоматически возобновится.

Комментарий к блоку:

В рекламных кампаниях отключено отслеживание доступности сайта. Это означает, что если сайт по каким-либо причинам будет недоступен - реклама все равно будет показываться и вести на неработающий сайт. Рекомендуется как можно быстрее исправить данное упущение.



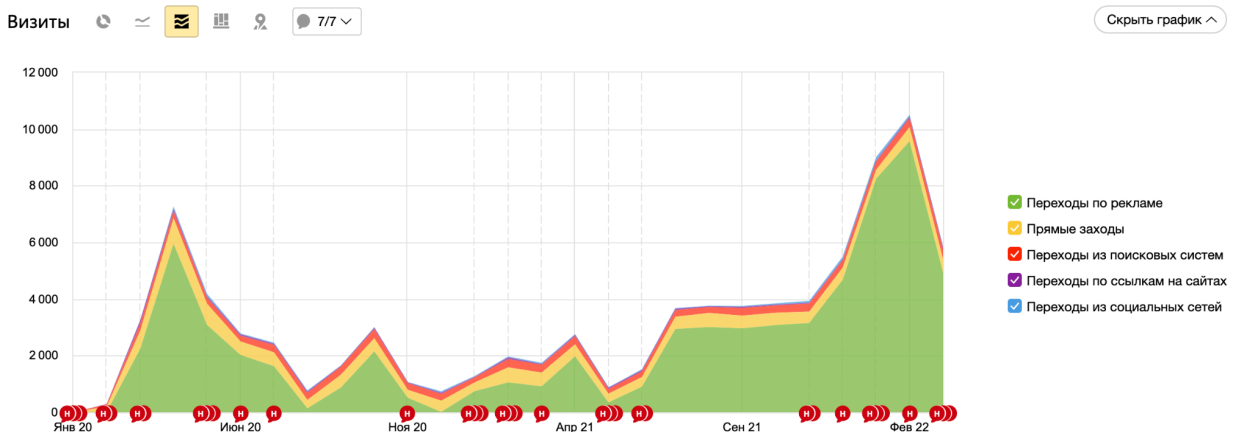
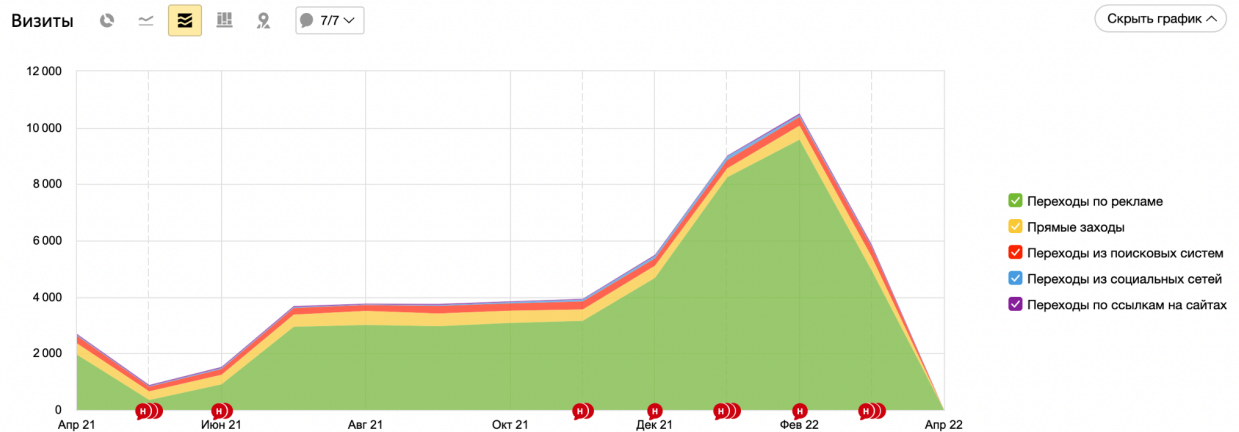
BIDUS
DIGITAL

ИП Бидус Сергей Евгеньевич
ОГРНИП 317665800088749
ИНН 665912912495
<https://bidusdigital.ru>

620014, г.Екатеринбург,
ул.Шейнкмана, 9 - оф.51
Телефон: 8-800-1000-759
+7 (343) 373-10-00

Анализ посещаемости сайта

Основной канал привлечения трафика на сайт на протяжении длительного времени является реклама в Яндекс.Директ. Это видно на графике ниже:



Показатели посещаемости в разрезе по каналам за 2 года.

Источники трафика, Источники трафика (детально)	Визиты		Посетители		Отказы		Глубина просмотра		Время на сайте		Количество покупок		Доход		Доля посетителей, совершивших заказ	
	Визиты	%	Посетители	%	Отказы	%	Глубина просмотра	%	Время на сайте	%	Количество покупок	%	Доход	%	Доля посетителей, совершивших заказ	%
Итого и средние	88 459		65 580		32,4 %		1,51		0:54		133		515 745		0,19 %	
Переходы по рекламе	67 141		50 179		37,1 %		1,31		0:38		129		513 706		0,25 %	
Прямые заходы	11 693		9 674		20,9 %		2		1:27		2		789		0,01 %	
Переходы из поисковых систем	6 425		4 262		9,81 %		2,46		2:08		1		700		0,02 %	
Переходы по ссылкам на сайтах	1 129		819		20,9 %		2,09		1:41		0		0		0 %	
Переходы из социальных сетей	1 091		979		21,7 %		1,88		1:20		0		0		0 %	
Внутренние переходы	929		517		18,6 %		1,69		1:59		1		550		0,19 %	
Не определено	25		23		88 %		1,12		0:04		0		0		0 %	
Переходы из рекомендательных систем	18		18		11,1 %		1,33		0:23		0		0		0 %	
Переходы с сохранённых страниц	5		3		20 %		27,2		21:11		0		0		0 %	
Переходы из мессенджеров	3		3		0 %		2		3:23		0		0		0 %	

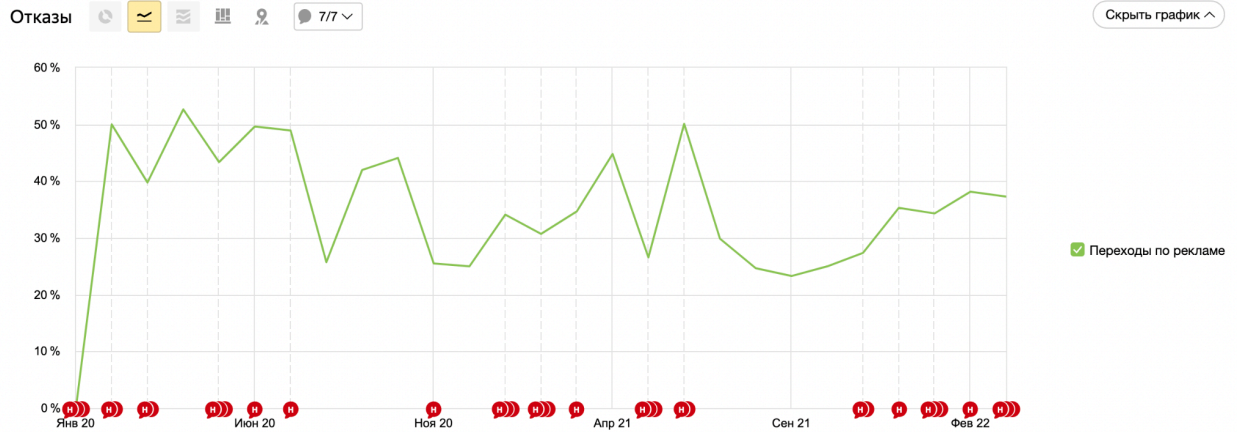


BIDUS
DIGITAL

ИП Бидус Сергей Евгеньевич
ОГРНИП 317665800088749
ИНН 665912912495
<https://bidusdigital.ru>

620014, г.Екатеринбург,
ул.Шейнкмана, 9 - оф.51
Телефон: 8-800-1000-759
+7 (343) 373-10-00

Контекстная реклама дает средний показатель отказом в 37,1% - это достаточно много. Можно посмотреть как менялся показатель отказов на протяжении двух лет на графике ниже:



На нем видно, что бывали периоды, когда отказы по рекламе достигает даже 50%. Рекомендуется уделить достаточное внимание качеству объявлений, т.к. именно это влияет на отказность сайта. Стоит также обратить внимание, что сайты у которых высокий показатель отказов будет сложно продвигать в органической выдаче через SEO.

Продолжительность визитов также не высокая - это порядка 30 секунд и в среднем 1 страница. Пользователи кликают на общее объявление и попав на сайт понимают, что это компания в другом регионе, с другим продуктом. Старайтесь в заголовках и описаниях своих объявлений указывать наиболее релевантные фразы под запрос пользователя.

Наибольшая доля визитов по рекламе приходится на рекламную кампанию Батиссур 2.0.

☐ Итого и средние	40 566	3	2	0
☒ Батиссур 2.0 (N-63194756)	26 641	2	1	0
☐ Строительные материалы по оптовым ценам (M-10867477929)	7 195	0	0	0
☐ Линолеум по оптовым ценам (M-10867435215)	6 576	1	1	0
☐ Ковролин по оптовым ценам (M-10867424010)	3 065	1	0	0
☐ Оконные системы по оптовым ценам (M-10867439123)	2 650	0	0	0
☐ Ламинат по оптовым ценам (M-10867430884)	2 565	0	0	0
☐ Плитка ПВХ по оптовым ценам (M-10867446317)	1 478	0	0	0
☐ Керамогранит по оптовым ценам (M-10867412145)	1 183	0	0	0
☐ Паркетная доска по оптовым ценам (M-10867444043)	817	0	0	0
☐ Пробковое покрытие по оптовым ценам (M-10867451070)	391	0	0	0
☐ Искусственная трава по оптовым ценам (M-10867408881)	368	0	0	0
☐ Металлоконструкции всех видов (M-11098398899)	344	0	0	0
☐ Твинблок по оптовым ценам (M-10867519194)	8	0	0	0



ИП Бидус Сергей Евгеньевич
ОГРНИП 317665800088749
ИНН 665912912495
<https://bidusdigital.ru>

620014, г.Екатеринбург,
ул.Шейнкмана, 9 - оф.51
Телефон: 8-800-1000-759
+7 (343) 373-10-00

Заключение

На основании проведенного исследования можно сделать выводы, что рекламой не занимаются на постоянной основе. Последние из запущенных кампаний работают лучше, чем предыдущие. Настройка выполнялась поверхностно, без углубления в специфику деятельности компании и использования многообразия инструментов рекламной платформы.

На данном этапе рекомендуется полностью пересмотреть стратегию и структуру рекламных кампаний в Яндекс.Директ, определив приоритетные направления деятельности и интересующие цели. Сейчас реклама сильно сфокусирована на розничный рынок и привлекает большое количество пользователей, которые ищут товары для личных нужд и в небольших объемах. Судя по озвученным пожеланиям - это перечит деятельности компании и является главным фактором некачественной работы рекламы.

Помимо оптимизации рекламных кампаний хочется также отметить важность модернизации сайта, так как даже при идеально выставленных параметрах объявлений и привлечении максимально целевой аудитории - пользователь может попасть на некачественный сайт, не найти нужную информацию, а имидж компании не вызывать должного уровня доверия. Таким образом сайт, как промежуточное звено, может повышать отказы и вызывать слив рекламного бюджета.

Дата составления отчета: 27 мая 2022 г.



Сергей Бидус

Руководитель компании

Телефон: +7 (800) 1000-759, доб.101

WhatsApp: +7 (963) 855-96-39

Сайт: bidusdigital.ru, E-mail: support@bidus.ru