

Самые эффективные отчеты для аналитики рекламных кампаний

Для создания любого отчета нужно или перейти по ссылке «Статистика по всем кампаниям» и перейти в конкретную кампанию по которой необходимо сформировать отчет или в конкретной кампании перейти по ссылке «Посмотреть статистику».

Отчет по дням (Статистика по дням)

Для чего нужен: оценить общую эффективность работы аккаунта

Яндекс ДИРЕКТ

Мои клиенты | Дата объявления | Поиск | Администрирование | Выбор слов | Прогноз бюджета | API | Форум | Blog

Перейти в кампанию
Изменить параметры
Запрос отчетов
Все кампании клиента

Статистика по дням | Общая статистика | Фразы по дням | По регионам | По площадкам | Мастер отчетов

Период: 30 янв 2014 — 10 фев 2014
сегодня вчера 7 дней 30 дней 90 дней 365 дней история

Показать дополнительные настройки
 Детальная статистика по объявлениям
Показать

Всего по кампании	Ср. расход за день, у.е.	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, у.е.	Ср. цена клика, у.е.	Глубина (стр.)	Конверсия (%)	Цена цели, у.е.
с 30.01.14 по 10.02.14	40.75	4040	316	7.82	326.02	1.03	1.27	1.80	65.20
Суммарные данные по кампании									
Дата	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, у.е.	Ср. цена клика, у.е.	Глубина (стр.)	Конверсия (%)	Цена цели, у.е.	
30.01.2014, чт	546	42	7.69	42.13	1.00	1.20	0.00	—	
31.01.2014, пт	445	41	9.21	49.91	1.22	1.18	2.63	49.91	
03.02.2014, пн	703	47	6.69	43.45	0.92	1.20	2.27	43.45	
04.02.2014, вт	679	49	7.22	45.38	0.93	1.33	4.65	22.69	
05.02.2014, ср	637	45	7.06	46.22	1.03	1.38	2.70	46.22	
06.02.2014, чт	579	49	8.46	49.87	1.02	1.38	0.00	—	
07.02.2014, пт	444	42	9.46	48.26	1.15	1.23	0.00	—	
08.02.2014, сб	7	1	14.29	0.80	0.80	1.00	0.00	—	
Итого:	4040	316	7.82	326.02	1.03	1.27	1.80	65.20	

Охват аудитории на тематических площадках

Для чего нужен: понять, насколько эффективно настроены ставки и бюджет на площадках РСЯ. Процент полученных показов должен быть выше 60%

Яндекс **директ**

[Мои клиенты](#) [Дать объявление](#) [Поиск](#) [Администрирование](#) [Подбор слов](#) [Прогноз бюджета](#) [API](#) [Форум](#) [Блог](#)

[Все кампании клиента](#)
[Изменить параметры](#)
[Посмотреть статистику](#)
[Заказ отчетов](#)
[Виртуальные визитки](#)

Цены для всей кампании
 Единый набор минус-слов
 Поиск объявлений
 Метки

Добавить еще объявление

Все объявления 1 **Активные 1** На модерации Отклоненные Остановленные Архив Черновики

Отметить все объявления на странице [На поиске](#) [На тематических площадках](#)

Установить цену клика для всех фраз на странице [дополнительно](#)

На тематических площадках: цену охвата аудитории не более у.е.

Фраза	Клики	Охват аудитории и цена клика на тематических площадках РСЯ, у.е.	Цена клика, у.е.	Охват
Для всех фраз на тематических площадках: <input type="text"/>				
	0	охват аудитории 100% 50% 20%	—	<input type="text" value="—"/>
	18	охват аудитории 100% 50% 20%		<input type="text" value="83%"/>
	62	охват аудитории 100% 50% 20%		<input type="text" value="100%"/>
	13	охват аудитории 100% 50% 20%		<input type="text" value="100%"/>
	0	охват аудитории 100% 50% 20%		<input type="text" value="100%"/>

Регионы показа: Москва и область
 Дополнения: изображение
[Редактировать объявление...](#)
[Копировать объявление...](#)
[Остановить](#)
[Минус-слова на объявление](#)

Метки

Отчет по дням недели (Конструктор отчетов Яндекс.Метрика)

Для чего нужен: настроить ставки и время работы кампаний для наиболее целевого расходования средств.

[Счетчики](#) [Добавить счетчик](#) [Целевой звонок](#) [Доступы](#) [Новости](#) [API](#) [Клуб](#)

конструктор отчетов: готовый отчет [Сохранить как](#)

Посещаемость Источники Посетители Содержание Поведение Технологии Конструктор Зоны Мониторинг Острова

27 января — 7 февраля 2014 [Примеры](#)

Построить отчет по:

Посчитать:

При условии:

Показать диаграмму:

Вы сконструировали:
 День недели визита Сумма кол-ва достижений целей

Отчет по дню недели визита; посчитать сумма кол-ва достижений целей

День недели визита	Сумма кол-ва достижений целей
1. понедельник	9 (14,1%)
2. вторник	8 (12,9%)
3. среда	19 (29,7%)
4. четверг	9 (14,1%)
5. пятница	19 (29,7%)
6. суббота	0 (0,0%)
7. воскресенье	0 (0,0%)

Отчет по площадкам (Для кампаний работающих в РСЯ)

Для чего нужен: отобрать эффективные площадки для чистой кампании и отключить неэффективные на основе коэффициента конверсии и числа конверсий

Выключить
Все кампании клиента

Статистика по дням Общая статистика Фразы по дням По регионам По площадкам Мастер отчетов

Период: 03 фев 2014 — 10 фев 2014
сегодня вчера 7 дней 30 дней 90 дней 365 дней история

Показать дополнительные настройки

Показать

Всего по кампаниям	Ср. расход за день, у.е.	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, у.е.	Ср. цена клика, у.е.	Глубина (стр.)	Конверсии (%)	Цена цели, у.е.
с 03.02.14 по 10.02.14	5.72	90785	111	0.12	45.76	0.41	1.10	1.10	45.76

Площадка	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, у.е.	Ср. цена клика, у.е.	Глубина (стр.)	Конверсии (%)	Цена цели, у.е.
31896	32	0.10	14.22	0.44	1.03	0.00	-	
2476	0	0.00	0.00	-	-	-	-	
2382	1	0.04	0.49	0.49	1.00	0.00	-	
1152	0	0.00	0.00	-	-	-	-	
1034	2	0.19	0.66	0.33	1.00	0.00	-	
1006	0	0.00	0.00	-	-	-	-	
870	7	0.80	3.17	0.45	1.00	0.00	-	
820	0	0.00	0.00	-	-	-	-	
736	0	0.00	0.00	-	-	-	-	
713	2	0.28	0.99	0.49	1.00	0.00	-	
692	0	0.00	0.00	-	-	-	-	
587	0	0.00	0.00	-	-	-	-	
568	0	0.00	0.00	-	-	-	-	
564	0	0.00	0.00	-	-	-	-	
517	0	0.00	0.00	-	-	-	-	
499	1	0.20	0.39	0.39	-	-	-	
490	0	0.00	0.00	-	-	-	-	

Отчет о попадании в спецразмещение (мастер отчетов)

Для чего нужен: скорректировать ставки по отдельным ключевым словам для увеличения трафика и количества продаж

Выключить
Все кампании клиента

Статистика по дням Общая статистика Фразы по дням По регионам По площадкам Мастер отчетов

метки
 группы
 Не объявления
 площадки все
 фразы
 условия ретаргетинга
 регионы
 позиция все
 изображение все
 по дням

Данные по цели: по всем целям

Период: 03 фев 2014 — 10 фев 2014
сегодня вчера 7 дней 30 дней 90 дней 365 дней история

Показать: 100 строк на странице

Сохраненные настройки: новый шаблон

Показать

Всего по кампаниям	Ср. расход за день, у.е.	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, у.е.	Ср. цена клика, у.е.	Глубина (стр.)	Конверсии (%)	Цена цели, у.е.
с 03.02.14 по 10.02.14	2.87	1072	27	2.52	22.93	0.85	1.08	0.00	-

В статистике не отображаются единые минус-слова [посмотреть](#)

Положение	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, у.е.	Ср. цена клика, у.е.	Глубина (стр.)	Конверсии (%)	Цена цели, у.е.
спецразмещение	240	4	1.67	3.27	0.82	1.00	0.00	-
прочие	196	1	0.51	0.02	0.02	1.00	0.00	-
спецразмещение	122	4	3.28	5.50	1.38	1.33	0.00	-
спецразмещение	81	6	7.41	2.25	0.38	1.00	0.00	-
прочие	69	0	0.00	0.00	-	-	-	-
спецразмещение	63	5	7.94	3.98	0.80	1.00	0.00	-
спецразмещение	53	3	5.66	4.70	1.57	1.00	0.00	-

Отчет о CTR

Для чего нужен: для уточнения эффективности работы объявлений. Чем выше CTR, тем ниже цена за клик.

Статистика по дням Общая статистика Фразы по дням По регионам По площадкам **Мастер отчетов**

метки
 группы
 Не объявления
 площадки
 фразы
 условия ретаргетинга
 регионы
 позиция
 изображение
 по

Данные по цели

Период —
сегодня вчера 7 дней 30 дней 90 дней 365 дней история

Показать строк на странице

Сохраненные настройки +

Всего по кампании	Ср. расход за день, у.е.	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, у.е.	Ср. цена клика, у.е.	Глубина (стр.)	Конверсия (%)	Цена цели, у.е.
	13.84	12144	243	2.00	167.22	0.69	1.14	1.14	83.61
<small>В статистике не отображаются единые минус-слова посмотреть</small>									
		Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, у.е.	Ср. цена клика, у.е.	Глубина (стр.)	Конверсия (%)	Цена цели, у.е.
		6399	89	1.39	75.44	0.85	1.13	0.00	-
		3830	114	2.98	66.54	0.58	1.10	0.00	-
		532	14	2.63	7.49	0.54	1.25	0.00	-
		347	4	1.15	3.89	0.97	1.00	0.00	-
		111	9	8.11	4.54	0.50	1.83	16.67	4.54
		98	1	1.02	0.54	0.54	1.00	0.00	-
		92	1	1.09	0.75	0.75	2.00	0.00	-

Отчет по конверсии по ключевым словам

Для чего нужен: для отключения ключевых слов с низкими показателями эффективности. (Высокая цена цели)

[Все кампании клиента](#)

Статистика по дням Общая статистика Фразы по дням По регионам По площадкам **Мастер отчетов**

метки
 группы
 Не объявления
 площадки
 фразы
 условия ретаргетинга
 регионы
 позиция
 изображение
 по

Данные по цели

Период —
сегодня вчера 7 дней 30 дней 90 дней 365 дней история

Показать строк на странице

Сохраненные настройки +

Всего по кампании	Ср. расход за день, у.е.	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, у.е.	Ср. цена клика, у.е.	Глубина (стр.)	Конверсия (%)	Цена цели, у.е.
с 27.01.14 по 08.02.14	40.56	5633	437	7.76	446.21	1.02	1.25	1.58	74.37
<small>В статистике не отображаются единые минус-слова посмотреть</small>									
		1596	149	9.34	153.30	1.03	1.22	0.76	153.30
		304	8	2.96	11.60	1.29	1.11	11.11	11.60
		111	9	8.11	7.80	0.87	2.14	14.29	7.80
		50	5	10.00	5.28	1.06	1.67	33.33	5.28
		10	3	30.00	0.99	0.33	5.00	50.00	0.99
		7	1	14.29	0.20	0.20	1.00	100.00	0.20