



Бизнес Молодость



**Статистика
аукционов**

molodost.bz



При разработке стратегии поисковой рекламы и настройке кампаний очень важно понимать конкурентную среду. Это поможет сделать ваши рекламные кампании более эффективными.

Отчет по статистике аукционов поможет вам оценить слабые и сильные стороны своих рекламных материалов и принять стратегически обоснованные решения относительно ставок, бюджета и ключевых слов.

Этот отчет доступен для рекламных кампаний, для групп объявлений или даже отдельных ключевых слов. Перейти в этот отчет можно, нажав на кнопку «Подробности», когда вы находитесь в отчете по кампаниям, группам или ключевым словам:

The screenshot shows the Google AdWords interface. At the top, there are tabs for 'Campaigns', 'Ad Groups', 'Settings', 'Ads', 'Video', and 'Keywords'. Below these are filters for 'All campaigns, except deleted', 'Segment', 'Filter', and 'Columns'. A dropdown menu is set to 'Clicks' with a comparison of 'None' and a time period of 'Per day'. A timeline shows the date 'Thursday, August 25, 2016'. Below the timeline, there are buttons for '+ CAMPAIGN', 'Change', 'Details', 'Bidding strategy', and 'Auto'. The 'Details' button is highlighted with a red arrow. Below this is a table with columns for 'Campaign', 'Bid', and 'Status'. The table contains three rows: 'Artilleria_Brand' (Bid: 1 000,00 P/day, Status: Allowed), 'MyBi_Brand' (Bid: 1 000,00 P/day, Status: Allowed), and 'mybi_general' (Bid: 1 000.00 P/day, Status: Paused).

Кампания	Бид	Статус
Artilleria_Brand	1 000,00 P/день	Допущено
MyBi_Brand	1 000,00 P/день	Допущено
mybi_general	1 000.00 P/день	Приостановлено

Выберите интересные для изучения кампании (группы объявлений или ключевые слова) и нажмите «Выбранные» или перейдите к отчету сразу по всем кампаниям, выбрав «Все». Далее давайте рассмотрим показатели, которые вы увидите в следующем отчете.



Столбец «Процент полученных показов» показывает соотношение количества выигранных аукционов к общему расчетному числу доступных показов для вашего или конкурирующего объявления. Совсем недавно мы подробно говорили о том, как применяется показатель «Процент полученных показов». Низкий процент полученных показов — это всегда или недостаток бюджета или низкий рейтинг объявлений. Чтобы точнее узнать, в чем именно может быть проблема, необходимо в статистике кампаний (групп объявлений или ключевых слов) добавить столбцы «Процент потерянных показов в поиск. сети (бюджет)» и «Процент потерянных показов в поиск. сети (рейтинг)».

Столбец «Средняя позиция» показывает положение в рейтинге объявлений, от которого зависит их расположение на страницах результатов поиска. Например, величина 5 означает, что такое объявление обычно показывалось на пятой позиции на тех страницах результатов поиска, где также были ваши объявления.

Столбец «Степень пересечения» показывает, насколько часто конкурирующие объявления показывались одновременно с вашими. Например, величина 60% означает, что в шести случаях из десяти объявление определенного рекламодателя показывалось одновременно с вашим. Коэффициент для следующей позиции — доля аукционов, в которых вы конкурировали с выбранным рекламодателем, а его объявления оказались выше ваших. Например, величина 5% означает, что при одновременном показе объявление другого рекламодателя показывалось на позициях выше вашего в пяти случаях из ста.

Процент выигрышей рассчитывается следующим образом: количество случаев, когда ваше объявление получило на аукционе более высокий рейтинг, чем объявление конкурента, или ваше объявление было показано, а объявление конкурента — нет, делится на общее количество аукционов, в которых участвовало ваше объявление.

Несмотря на то, что показателей довольно много, они все очень похожи и связаны друг с другом. Каждый из этих показателей зависит или от рейтинга ваших объявлений, или от дневного бюджета. Ключевая возможность, которую дает нам этот отчет, — возможность увидеть домены, с которыми ваши объявления конкурируют в поисковых кампаниях. Сравните ваше объявление с объявлением конкурирующего домена, которому вы часто проигрываете в аукционе. Вполне возможно, это позволит вам сформировать гипотезу, что можно сделать, чтобы на ваше объявление больше кликали.



К сожалению, отчет по статистике аукционов не показывает динамику изменения показателей, которые там находятся. Другими словами, с помощью этого отчета не получится узнать, как за последние 3 месяца изменялся процент выигрышей. На самом деле, это достаточно важная информация, которая в некоторых случаях может помочь нам ответить на вопросы о динамике изменения наших собственных ключевых показателей. Как решить данную проблему, мы расскажем позже в занятии про автоматизацию.