

Отчёт за июнь 2026 года

Июнь стал запусковым периодом нового сайта и нового рекламно-аналитического контура. Главный результат месяца - платформа подготовлена к продвижению, первые рекламные кампании запущены, а Метрика уже фиксирует первые целевые действия.

Новый сайт запущен

Сайт протестирован, подключены формы, аналитика и сервисы Яндекса.

2 товарные кампании

Запущены направления по муфтам и штангенциркулям.

1 целевой визит

Первое обращение пришло из органического поиска.

01 / ГЛАВНОЕ

Июнь - месяц запуска и настройки основы для продвижения

В июне завершена разработка нового сайта Armada, проведено тестирование и подготовлены аккаунты в ключевых сервисах Яндекса: Метрика, Вебмастер, Яндекс Бизнес, Директ и Яндекс Аудитории. Теперь аналитика, реклама и поисковая инфраструктура собраны в едином управляемом контуре.

САЙТ

запущен

новая платформа готова к продвижению и сбору обращений

РЕКЛАМА

82

клика из Директа за стартовый период 24-30 июня

МЕТРИКА

199

визитов из внешних источников с 13 по 30 июня

КОНВЕРСИЯ

1

целевой визит: клик по email из органического поиска

Главный смысл месяца: июнь не сравниваем с маем, потому что сайт и аккаунты перезапущены в новом контуре. Этот отчёт фиксирует стартовую точку, от которой дальше будем оценивать рост трафика, качество обращений и эффективность рекламных направлений.



На сайте усилена подача производственных возможностей и изготовленных деталей.



Муфты выделены в отдельное товарное направление для рекламы.



Штангенциркули запущены в товарной галерее Яндекс.

02 / САЙТ И АУДИТОРИЯ

Общая картина по сайту

Данные Яндекс.Метрики доступны с 13 июня. В клиентской сводке учитываем внешние источники трафика: рекламу, поиск, прямые заходы и переходы с других сайтов.

ПОКАЗАТЕЛЬ	ИЮНЬ 2026	КОММЕНТАРИЙ
Визиты	199	Стартовый объём после запуска нового сайта и подключения Метрики.
Пользователи	141	Есть первые пользователи из рекламы, поиска, прямых заходов и внешних ссылок.
Просмотры страниц	222	Первые данные показывают, какие разделы получают входящий спрос.
Средняя глубина	1,12 страницы	Для товарных входов из галереи это ожидаемо: пользователь часто попадает сразу на конкретную карточку.
Среднее время на сайте	67 сек.	Первые визиты уже дают материал для оценки посадочных страниц.
Отказы	31,66%	Для нового сайта и небольшого объёма данных показатель выглядит рабочим.
Целевые визиты	1	Целевым считаем визит, в котором был клик по email, клик по телефону или оформленный заказ.
Конверсия в целевой визит	0,50%	Показатель фиксируем как стартовую точку для следующих месяцев.

03 / ИСТОЧНИКИ

Источники трафика

В первые недели после запуска трафик распределился достаточно ровно между рекламой, прямыми заходами и органическим поиском. Самый сильный ранний сигнал дал поиск: именно из него пришёл первый целевой визит, а отказы по этому каналу заметно ниже остальных источников.

ИСТОЧНИК	ВИЗИТЫ	ПОЛЬЗОВАТЕЛИ	ОТКАЗЫ	ВРЕМЯ	ЦЕЛЕВЫЕ ВИЗИТЫ	ВЫВОД
Реклама	62	54	43,55%	53 сек.	0	Канал только запущен и уже дал основной объём новых переходов для первичной оценки.
Прямые заходы	61	39	37,70%	69 сек.	0	Есть узнаваемость адреса и возвраты пользователей после запуска сайта.
Органический поиск	57	42	17,54%	71 сек.	1	Лучший ранний качественный сигнал: ниже отказы и есть первое целевое действие.
Переходы с сайтов	17	7	5,88%	104 сек.	0	Небольшой, но вовлечённый поток, который полезно сохранять и расширять.

Что это значит простым языком: после запуска сайт уже начал получать разные типы посетителей. Реклама быстро дала первые переходы, а поиск показал качество и принёс первое целевое действие. В июле важно наращивать объём и одновременно смотреть, какие страницы лучше доводят посетителя до обращения.

04 / ПОСАДОЧНЫЕ

Посадочные страницы

Главная страница стала основной точкой входа, но товарные карточки штангенциркулей и муфт уже начали получать переходы. Это важно для дальнейшей настройки товарной рекламы: данные помогают понять, какие карточки первыми попадают в спрос.

ПОСАДОЧНАЯ СТРАНИЦА	ВИЗИТЫ	ОТКАЗЫ	ВРЕМЯ	ЦЕЛЕВЫЕ ВИЗИТЫ	КОММЕНТАРИЙ
Главная	74	32,43%	71 сек.	1	Главная собрала наибольший объём и дала первое целевое действие.
Штангенциркуль с губками, тип 1	26	34,62%	19 сек.	0	Карточка получает товарный спрос, пригодна для дальнейшей оптимизации объявлений.
Штангенциркуль с губками, тип 3	17	41,18%	10 сек.	0	Нужна дальнейшая статистика по качеству товарных входов.
Кулачковая муфта с упругим элементом	17	58,82%	50 сек.	0	По муфтам есть входящий интерес; в июле стоит уточнять запросы и посадочные.
Контакты	14	7,14%	67 сек.	0	Посетители, дошедшие до контактов, ведут себя вовлечённо.
Концентрат СОЖ Армол-2	8	0,00%	277 сек.	0	Малый объём, но хорошая глубина интереса к товарной странице.

05 / ЯНДЕКС.ДИРЕКТ

Первые кампании в товарной галерее

Реклама была запущена в конце месяца, поэтому июнь рассматриваем как стартовый период сбора данных. Кампании по штангенциркулям и муфтам уже дали первые показы и клики, а подготовленный товарный фид создаёт основу для расширения форматов.

ПОКАЗЫ

8 471

за период 24-30 июня

КЛИКИ

82

первые переходы в новом рекламном контуре

РАСХОД

1 585 ₽

первичное тестирование спроса

СРЕДНИЙ СРС

19 ₽

стоимость перехода на старте выглядит управляемой

КАМПАНИЯ	ПОКАЗЫ	КЛИКИ	CTR	СРС	РАСХОД	ВЫВОД
Штангенциркули - Товарная галерея	7 021	61	0,87%	17,50 ₽	1 067,73 ₽	Основной объём кликов на старте; направление уже можно развивать через уточнение карточек и фида.
Муфты - Товарная галерея	1 450	21	1,45%	24,65 ₽	517,71 ₽	Меньше охват, но выше кликабельность: по муфтам есть предметный интерес аудитории.

По обращениям из Директа: в июне рекламные кампании ещё не накопили достаточный объём для оценки конверсии. Это рабочая стартовая ситуация: сначала фиксируем спрос и стоимость перехода, затем наращиваем статистику и доводим трафик до обращений.

06 / ПОИСКОВЫЕ ЗАПРОСЫ

Что уже видно по спросу

Первые клики показывают, что пользователи ищут как общее направление, так и конкретные товарные формулировки. Это полезно для дальнейшей чистки запросов, уточнения товарных названий и расширения семантики.

ЗАПРОС	ПОКАЗЫ	КЛИКИ	CTR	СРС	КОММЕНТАРИЙ
муфта	770	11	1,43%	22,44 ₽	Самый заметный общий спрос по направлению муфт.
штангенцикуль разметочный	116	5	4,31%	11,56 ₽	Хороший предметный запрос для дальнейшего развития.
штангельцикуль аналоговый	15	3	20,00%	3,89 ₽	Малый объём, но высокий интерес в выдаче.
кулачковая муфта	83	2	2,41%	32,52 ₽	Запрос соответствует товарному направлению и подходит для дальнейшего уточнения.
муфта кулачковая	50	2	4,00%	29,53 ₽	Ещё один релевантный вариант спроса по муфтам.

07 / ВЫПОЛНЕННЫЕ РАБОТЫ

Что сделано по рекламе, аналитике и сайту

Запущен новый сайт

Завершена разработка, проведено тестирование, подключены формы и подготовлена основа для дальнейшего продвижения.

Собран единый контур Яндекса

Подготовлены Метрика, Вебмастер, Яндекс Бизнес, Директ и Яндекс Аудитории в одном аккаунте.

Подготовлен товарный фид

Фид нужен для товарных кампаний, товарной галереи и будущего подключения смарт-баннеров.

Запущены первые товарные кампании

В работу выведены направления по муфтам и штангенциркулям, начат сбор первичной статистики.

Подготовлена SEO-база

Сайт открыт к индексации, подключён Вебмастер, проверены базовые технические элементы и посадочные страницы.

Зафиксированы первые сигналы спроса

Появились первые переходы из рекламы, органики и прямых заходов; органический поиск дал первое целевое действие.

08 / SEO

SEO: подготовка сайта к росту органики

Для нового сайта июнь - этап технической и поисковой подготовки. Основная задача сейчас - дать поисковым системам корректно увидеть структуру сайта, товарные страницы, услуги и контакты, а затем постепенно накапливать видимость.

НАПРАВЛЕНИЕ	ЧТО СДЕЛАНО	ЗАЧЕМ ЭТО НУЖНО
Индексация	Подготовлен сайт к обходу поисковыми системами, подключён Яндекс.Вебмастер.	Чтобы новые страницы быстрее попадали в поиск и корректно обновлялись.
Структура сайта	Выделены товарные направления, услуги, контакты и информационные разделы.	Чтобы поиску и пользователям было проще понимать, чем занимается компания.
Посадочные страницы	Проверены ключевые страницы для товаров и услуг, на которые дальше будет вести реклама.	Чтобы трафик попадал на релевантные страницы, а не просто на общий сайт.
Первые результаты	Органический поиск дал 57 визитов и первое целевое действие.	Это хороший ранний сигнал для нового сайта и основа для дальнейшей SEO-работы.

09 / СЛЕДУЮЩИЙ ФОКУС

План на июль

В июле задача - перейти от запуска инфраструктуры к расширению рекламного покрытия и накоплению качественной статистики по обращениям.

Реклама

Запланирован запуск кампаний по услугам токарных и фрезерных работ: отдельно в поиске и в РСЯ. По товарным направлениям продолжим работу с фидом, товарной галереей и подготовкой к смарт-баннерам и динамическим объявлениям.

Главная цель - расширить охват и получить больше данных по целевым действиям.

Сайт и SEO

Продолжим проверку индексации, развитие посадочных страниц, уточнение товарной структуры и подготовку сайта к росту органического трафика.

Первые данные июня станут базой для сравнения в следующих отчётах.

Итог месяца: Armada получила новый сайт, корректно собранную аналитику и первые рекламные кампании. Статистики пока немного, но это ожидаемо для запуска в конце месяца. В июле уже можно переходить к масштабированию направлений, проверке спроса и планомерному росту обращений.