

Органики и возвращающаяся аудитория поддержали сайт при снижении платной активности

В июле сайт получил немного меньше визитов, но пользователи глубже изучали страницы, дольше оставались на сайте и чаще отправляли формы. Рост целевых действий обеспечили прежде всего органический поиск и прямые заходы, а аудитория YouTube частично компенсировала снижение рекламного объёма на уровне посещаемости.

5 594 визита

-5,9% относительно июня

72 отправки формы

конверсия сайта — 1,29%

20 478 ₽

расход в Яндекс Директе с НДС

01 / ГЛАВНОЕ

Органики и прямые заходы компенсировали снижение рекламных обращений

При умеренном снижении общего трафика выросли просмотры, глубина, время на сайте и количество отправок формы. Органический поиск принёс 39 форм против 27 в июне, прямые заходы — 13 против 5, тогда как платный трафик снизился с 25 до 16 форм. В течение месяца также уточнялись поисковые запросы и площадки РСЯ, контролировались показатели поиска и устранялись дубли метатегов.

ТРАФИК

-5,9%

5 594 против 5 945 визитов

ОТПРАВКИ ФОРМЫ

72

+10,8% к прошлому месяцу

ОТКАЗЫ

14,41%

-1,24 п.п. к прошлому месяцу

ГЛУБИНА

2,44

13 669 просмотров страниц

Управленческий итог: сайт получил больше целевых действий при меньшем общем объёме трафика. Внешние переходы с YouTube поддержали охват, но не дали форм в июле; рост обращений обеспечили органический поиск и прямые заходы. Зона внимания — снижение рекламных конверсий, поэтому следующий фокус направлен на качество платного трафика и закрепление SEO-изменений.

02 / САЙТ И АУДИТОРИЯ

Общая картина сайта

Источник: Яндекс Метрика. Основная цель — «Отправка формы».

ПОКАЗАТЕЛЬ	ИЮЛЬ	ИЮНЬ	ИЗМЕНЕНИЕ	КОММЕНТАРИЙ
Визиты	5 594	5 945	-5,9%	Общий объём посещений сайта.
Пользователи	3 059	3 141	-2,6%	Размер аудитории за месяц.
Просмотры	13 669	13 166	+3,8%	Количество просмотренных страниц.
Отправки формы	72	65	+10,8%	Визиты, в которых достигнута основная цель.
Конверсия в форму	1,29%	1,09%	0,19 п.п.	Доля визитов с отправкой формы.
Отказы	14,41%	15,64%	-1,24 п.п.	Чем ниже показатель, тем лучше первичное вовлечение.
Глубина просмотра	2,44	2,21	+10,3%	Среднее число страниц за визит.
Время на сайте	200 сек.	176 сек.	+13,5%	Средняя продолжительность визита.

03 / ИСТОЧНИКИ

Источники трафика

Органический поиск усилил вклад в посещаемость и обращения, тогда как платный трафик снизился. Переходы с внешних площадок поддержали общий объём аудитории, но почти не участвовали в формировании заявок. Визиты и формы распределены по каналу, который привёл пользователя на сайт.

Источник: Яндекс Метрика.

источник	визиты	июнь	динамика	формы	cr
Платный трафик	2 334	3 058	-23,7%	16	0,69%
Органическая выдача	1 619	1 457	+11,1%	39	2,41%
Прямые заходы	596	653	-8,7%	13	2,18%
Переходы с внешних сайтов	777	529	+46,9%	1	0,13%
Источник не определён	113	76	+48,7%	2	1,77%
Социальные сети	122	153	-20,3%	1	0,82%

Роль YouTube — поддержка охвата: в июле площадка привела на сайт 574 визита — более чем вдвое больше, чем в июне. Лояльная аудитория YouTube поддержала посещаемость и вовлечение, но непосредственные переходы с площадки не дали зафиксированных отправок формы. Канал компенсировал часть снижения рекламного объёма на уровне внимания к сайту, но не обращений.

Роль органики — компенсация обращений: органический поиск вырос с 1 457 до 1 619 визитов и принёс 39 форм против 27 в июне. Таким образом, органика не только увеличила объём аудитории, но и стала основным источником компенсации снижения заявок из платного трафика.

04 / ОРГАНИЧЕСКАЯ ВЫДАЧА

Органика по поисковым системам

Органический трафик вырос до 1 619 визитов и принёс 39 форм. Google усилил объём переходов, тогда как трафик из Яндекса умеренно снизился.

Источник: Яндекс Метрика.

ПОИСКОВАЯ СИСТЕМА	ВИЗИТЫ	ИЮНЬ	ДИНАМИКА	ФОРМЫ	CR
Google	632	532	+18,8%	13	2,06%
Yandex	597	638	-6,4%	8	1,34%
Без детализации по поисковой системе	390	287	+35,9%	18	4,62%

05 / ПОСАДОЧНЫЕ

Ключевые страницы входа

Таблица показывает страницы, с которых чаще всего начинался визит в июле.

Источник: Яндекс Метрика; варианты URL с параметрами объединены по странице.

ПОСАДОЧНАЯ СТРАНИЦА	ВИЗИТЫ	ФОРМЫ	CR	ОТКАЗЫ	ГЛУБИНА
Главная страница	3 944	46	1,17%	16,25%	2,3
Гриндер ProfikMT 1600	151	2	1,32%	9,27%	2,7
Приспособление для заточки клинков	123	0	0,00%	14,63%	2,0
Приспособление для нарезания долов	107	0	0,00%	1,87%	2,9
Гриндер ProfikMT 2000	103	0	0,00%	2,91%	3,0
Набор чугунных притиров	102	1	0,98%	7,84%	2,6
Гриндер КМТ-1250БП	101	0	0,00%	12,87%	3,7

06 / ПЛАТНЫЙ ТРАФИК

Качество рекламы и экономика Директа

Рекламный объём и расход были ниже июня. Средняя стоимость клика улучшилась, однако отправок формы по атрибуции Директа стало меньше, поэтому CPA вырос и требует усиления.

ПЛАТНЫЕ ВИЗИТЫ 2 334 -23,7% по Метрике	КЛИКИ ДИРЕКТА 1 701 -30,8% к июню
--	---

РАСХОД С НДС

20 478 ₽

-36,1% к июню

СРЕДНИЙ СРС

12 ₽

против 13 ₽

Контекст снижения спроса: по наблюдениям проекта похожее ослабление активности происходило и в летние периоды прошлых лет. Напряжённый новостной и экономический фон, а также снижение покупательской способности могли дополнительно усиливать осторожность покупателей. Аналитика сайта не позволяет отделить влияние каждого внешнего фактора, поэтому это рабочая гипотеза, а не единственная причина динамики. Базовый сценарий — постепенное повышение экономической активности в осенне-зимний период.

Компенсация снижения: лояльная аудитория YouTube поддержала общий объём посещений и интерес к сайту, но непосредственные переходы с площадки не принесли форм в июле. Снижение рекламных обращений на уровне сайта компенсировали органический поиск и прямые заходы. До восстановления спроса основной приоритет — сохранять присутствие в целевых сегментах и повышать качество трафика без искусственного наращивания объёма.

Разделение источников: Метрика фиксирует 16 отправок формы в платных визитах против 25 в июне. Директ по модели AUTO атрибутирует 17 конверсий против 33. Эти значения относятся к разным системам учёта и не должны складываться.

Кампании по данным Яндекс Директа

Расход и клики — Яндекс Директ, стоимость указана с НДС.

КАМПАНИЯ	КЛИКИ	РАСХОД	ФОРМЫ	CR	CPA
Товарная кампания	526	10 724 ₽	10	1,90%	1 072 ₽
Товарная кампания КМТ-1250Б	596	8 540 ₽	5	0,84%	1 708 ₽
Поиск_Товарная галерея_Гриндер	338	1 214 ₽	2	0,59%	607 ₽
РСЯ_Гриндеры_Ретаргетинг	60	0 ₽	0	0,00%	—
Поиск_Целевые запросы_Гриндер	181	0 ₽	0	0,00%	—

Что сделано в июле и следующий фокус

Работы месяца были сосредоточены на повышении качества рекламного трафика и корректности представления страниц в поиске.

Контекстная реклама

- **Проанализированы поисковые запросы и расширен список минус-фраз.** Фактические запросы пользователей проверены на соответствие продвигаемым товарам и намерению купить. Нерелевантные формулировки добавлены в исключения, чтобы сократить показы по неподходящему спросу и точнее направлять рекламный бюджет на целевую аудиторию.
- **Проведён мониторинг площадок РСЯ.** Состав площадок проверен с точки зрения релевантности и качества привлекаемых переходов. Список запрещённых площадок актуализирован, чтобы ограничить показы на источниках, которые не соответствуют задачам кампаний.

SEO-продвижение

- **Выполнен мониторинг показателей сайта в Яндекс Вебмастере.** Контролировались состояние индексирования страниц, диагностические уведомления и динамика поисковой представленности. Такой мониторинг позволяет своевременно замечать отклонения и определять приоритеты дальнейшей оптимизации.
- **Скорректированы метатеги Title и Description.** Для страниц уточнены заголовки и описания, удалены повторяющиеся варианты. Это делает страницы более различимыми для поисковых систем и формирует более точную основу для отображения в результатах поиска.

Поддержка сайта

Отдельные работы по поддержке сайта в июле не проводились. Основной фокус периода был направлен на контекстную рекламу и SEO-продвижение.

Следующий фокус

Продолжить очистку поисковых запросов и контроль площадок РСЯ, отдельно оценить кампании со снижением конверсий и сохранять присутствие в наиболее целевых сегментах до сезонного восстановления спроса. В SEO — проверить реакцию поиска на обновлённые метатеги, контролировать индексирование и последовательно устранять оставшиеся дубли.