

## Реклама масштабировала охват, сайт удержал обращения

В августе трафик вырос на 12,3%, прежде всего за счёт рекламы. Директ дал на 78,4% больше кликов при снижении средней цены клика до 8,86 ₽, а число атрибутированных отправок формы выросло до 31. На уровне всего сайта формы почти удержались, при этом кликов по телефону стало более чем вдвое больше.

**6 280 визитов**

+12,3% относительно июля

**69 отправок формы**

-4,2% при росте аудитории

**34 клика по телефону**

против 16 в июле

**26 889 ₽**

расход Яндекс Директа с НДС

### 01 / ГЛАВНОЕ

## Рост охвата сопровождался улучшением рекламной экономики

Платный канал вернулся к активному масштабированию: рекламных визитов стало на 69,1% больше, а стоимость формы по атрибуции Директа снизилась на 23,8%. Общие отправки формы на сайте составили 69 против 72, поэтому зона внимания — удержание конверсии при росте новой аудитории. Органика

снизилась по объёму, но сохранила 20 форм и остаётся самым качественным крупным каналом.

ТРАФИК

+12,3%

6 280 против 5 594 визитов

ПЛАТНЫЙ ТРАФИК

+69,1%

3 266 визитов

ОТПРАВКИ ФОРМЫ

69

-4,2% к прошлому месяцу

СРА В ДИРЕКТЕ

867 ₽

-23,8% относительно июля

**Управленческий итог:** рекламные кампании дали заметно больше охвата и целевых действий при более эффективной цене. Следующий этап — закрепить качество расширенного трафика, вернуть рост органики и довести новый сайт от согласованного пробного стенда до готового рабочего продукта.

02 / САЙТ И АУДИТОРИЯ

# Общая картина действующего сайта

Источник: Яндекс Метрика. Основная цель — «Отправка формы»; клики по телефону показаны отдельно и не считаются уникальными обращениями.

| ПОКАЗАТЕЛЬ        | АВГУСТ   | ИЮЛЬ     | ИЗМЕНЕНИЕ  | КОММЕНТАРИЙ                                          |
|-------------------|----------|----------|------------|------------------------------------------------------|
| Визиты            | 6 280    | 5 594    | +12,3%     | Общий объём посещений сайта.                         |
| Пользователи      | 3 607    | 3 059    | +17,9%     | Размер аудитории за месяц.                           |
| Просмотры         | 13 947   | 13 669   | +2,0%      | Количество просмотренных страниц.                    |
| Отправки формы    | 69       | 72       | -4,2%      | Визиты, в которых достигнута основная цель.          |
| Конверсия в форму | 1,10%    | 1,29%    | -0,19 п.п. | Доля визитов с отправкой формы.                      |
| Клики по телефону | 34       | 16       | +112,5%    | Дополнительный сигнал намерения связаться.           |
| Отказы            | 18,38%   | 14,41%   | 3,97 п.п.  | Чем ниже показатель, тем лучше первичное вовлечение. |
| Глубина просмотра | 2,22     | 2,44     | -9,1%      | Среднее число страниц за визит.                      |
| Время на сайте    | 182 сек. | 200 сек. | -9,1%      | Средняя продолжительность визита.                    |

# Рост обеспечила реклама, органика сохранила качество

Платный трафик стал крупнейшим источником прироста. Органический поиск снизился по объёму, но дал почти столько же форм, сколько в июле, и сохранил более высокую конверсионность. Прямые заходы также удержали значимый вклад в обращения.

Источник: Яндекс Метрика.

| ИСТОЧНИК            | ВИЗИТЫ | ИЮЛЬ  | ДИНАМИКА | ФОРМЫ | CR    |
|---------------------|--------|-------|----------|-------|-------|
| Платный трафик      | 3 266  | 1 931 | +69,1%   | 16    | 0,49% |
| Прямые заходы       | 1 083  | 1 183 | -8,5%    | 13    | 1,20% |
| Органическая выдача | 1 000  | 1 232 | -18,8%   | 20    | 2,00% |
| Внутренние переходы | 519    | 489   | +6,1%    | 15    | 2,89% |
| Переходы с сайтов   | 286    | 624   | -54,2%   | 2     | 0,70% |
| Социальные сети     | 100    | 102   | -2,0%    | 3     | 3,00% |

# Меньше визитов, но почти прежнее число форм

Органический трафик снизился на 18,8%, однако формы сократились только с 21 до 20. Яндекс дал 13 форм против 8 в июле и стал наиболее конверсионным поисковым источником; снижение пришлось прежде всего на Google.

Источник: Яндекс Метрика, трафик из поисковых систем.

| ПОИСКОВАЯ СИСТЕМА        | ВИЗИТЫ | ДИНАМИКА | ФОРМЫ | CR    | КЛИКИ ПО ТЕЛЕФОНУ |
|--------------------------|--------|----------|-------|-------|-------------------|
| Google                   | 526    | -16,8%   | 7     | 1,33% | 6                 |
| Яндекс                   | 466    | -21,9%   | 13    | 2,79% | 7                 |
| Другие поисковые системы | 8      | +166,7%  | 0     | 0,00% | 0                 |

**SEO-фокус:** качественный органический спрос удержан, но объём требует усиления. Отдельных подтверждённых SEO-внедрений в августе не зафиксировано; следующий этап — проверить динамику ключевых товарных страниц и закрепить рост конверсии из Яндекса.

05 / ПОСАДОЧНЫЕ

## Главная страница приняла основной прирост

На главную пришлось 4 852 визита — на 23% больше июля. Она же дала 43 формы и 30 кликов по телефону. Карточки гриндеров сохраняют глубокое взаимодействие; среди них наиболее заметную динамику показал ProfiKMT 2000.

Источник: Яндекс Метрика; варианты адресов объединены по странице.

| ПОСАДОЧНАЯ СТРАНИЦА                | ВИЗИТЫ | ДИНАМИКА | ФОРМЫ | ТЕЛЕФОН | ГЛУБИНА |
|------------------------------------|--------|----------|-------|---------|---------|
| Главная страница                   | 4 852  | +23,0%   | 43    | 30      | 2,02    |
| Гриндер ProfiKMT 2000              | 130    | +26,2%   | 0     | 0       | 3,18    |
| Гриндер ProfiKMT 1600              | 130    | -13,9%   | 2     | 1       | 2,88    |
| Приспособление для заточки клинков | 92     | —        | 0     | 0       | 1,75    |
| Гриндер KMT-1250БП                 | 71     | -29,7%   | 1     | 0       | 3,82    |
| Гриндер KMT-1250Б                  | 71     | -9,0%    | 2     | 1       | 2,93    |

06 / ПЛАТНЫЙ ТРАФИК

## Масштабирование прошло с улучшением стоимости результата

Директ дал 3 035 кликов — на 78,4% больше июля. Расход вырос на 31,3%, то есть существенно медленнее кликов; средний СРС снизился с 12,04 до 8,86 ₽. По модели атрибуции Директа отправок формы стало 31 против 18, а CPA улучшился до 867 ₽.

ПЛАТНЫЕ ВИЗИТЫ

3 266

+69,1% по Метрике

КЛИКИ ДИРЕКТА

3 035

+78,4% к июлю

#### РАСХОД С НДС

26 889 ₽

+31,3% к июлю

#### СРЕДНИЙ СРС

8,86 ₽

против 12,04 ₽

**Разделение источников:** Метрика фиксирует 16 отправок формы в платных визитах против 11 в июле. Директ по модели AUTO атрибутирует 31 форму против 18. Разница объясняется правилами атрибуции; значения не складываются.

## Кампании по данным Яндекс Директа

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

| КАМПАНИЯ                       | КЛИКИ | РАСХОД   | ФОРМЫ | CR    | CPA     |
|--------------------------------|-------|----------|-------|-------|---------|
| Товарная кампания              | 1 258 | 14 939 ₽ | 15    | 1,19% | 996 ₽   |
| Поиск_Целевые запросы_Гриндер  | 599   | 7 625 ₽  | 6     | 1,00% | 1 271 ₽ |
| РСЯ_Гриндеры_Ретаргетинг       | 397   | 3 111 ₽  | 7     | 1,76% | 444 ₽   |
| Поиск_Товарная галерея_Гриндер | 284   | 1 214 ₽  | 1     | 0,35% | 1 214 ₽ |
| Товарная кампания КМТ-1250Б    | 497   | 0 ₽      | 2     | 0,40% | 0 ₽     |

## 07 / ВЫПОЛНЕННЫЕ РАБОТЫ

# Что сделано в августе и следующий фокус

Помимо роста рекламы, главным результатом месяца стала разработка нового сайта: за несколько дней собран цельный пробный продукт с каталогом, подбором оборудования и оформлением заявки.

### Контекстная реклама

Собрана полная августовская картина по пяти кампаниям. Основной рост дали товарная кампания, поиск по целевым запросам и ретаргетинг в рекламной сети. Последний показал наиболее низкую стоимость формы — 444 ₽. Для кампании КМТ-1250Б кабинет показывает клики и конверсии при нулевом расходе; этот учёт требует отдельной проверки.

### SEO-продвижение

Отдельных подтверждённых SEO-внедрений в августе не зафиксировано. Органика сохранила 20 форм при снижении трафика; следующий приоритет — вернуть объём и проверить страницы, на которых просел поисковый спрос.

## Новый сайт

Разработан адаптивный пробный сайт: главная, каталог из 91 товара и 302 предложений, карточки товаров, пятиэтапный конфигуратор, единая подборка и локальное оформление. Добавлены фильтры, поиск, варианты исполнения, товарные галереи и подтверждённые контакты. Первая версия размещена на техническом стенде для согласования.

## План следующего этапа

- Завершить согласование и правки нового сайта, разместить рабочую версию на хостинге и настроить аналитику в Яндекс Метрике.
- Создать и настроить новый клиентский аккаунт, запустить рекламные кампании на новом аккаунте и связать сопутствующие сервисы: Метрику, Аудитории, Вебмастер и Яндекс Бизнес.
- Подключить Google Search Console и начать системную оптимизацию сайта для поисковой системы Google.
- Пересмотреть и пересобрать семантическое ядро на основе поисковых запросов из статистики Яндекс Директа и Вебмастера, выполнив новый парсинг и кластеризацию.
- После запуска нового сайта сформировать товарный фид и активно развивать товарные объявления во всех доступных форматах и на разных типах рекламных площадок.

**Граница текущей версии:** Августовский стенд нового сайта предназначен для согласования интерфейса. Реальная отправка заявок, оплата, постоянная корзина, CMS и складской учёт на этом этапе не подключены.