Поделиться

Facebook

Twitter

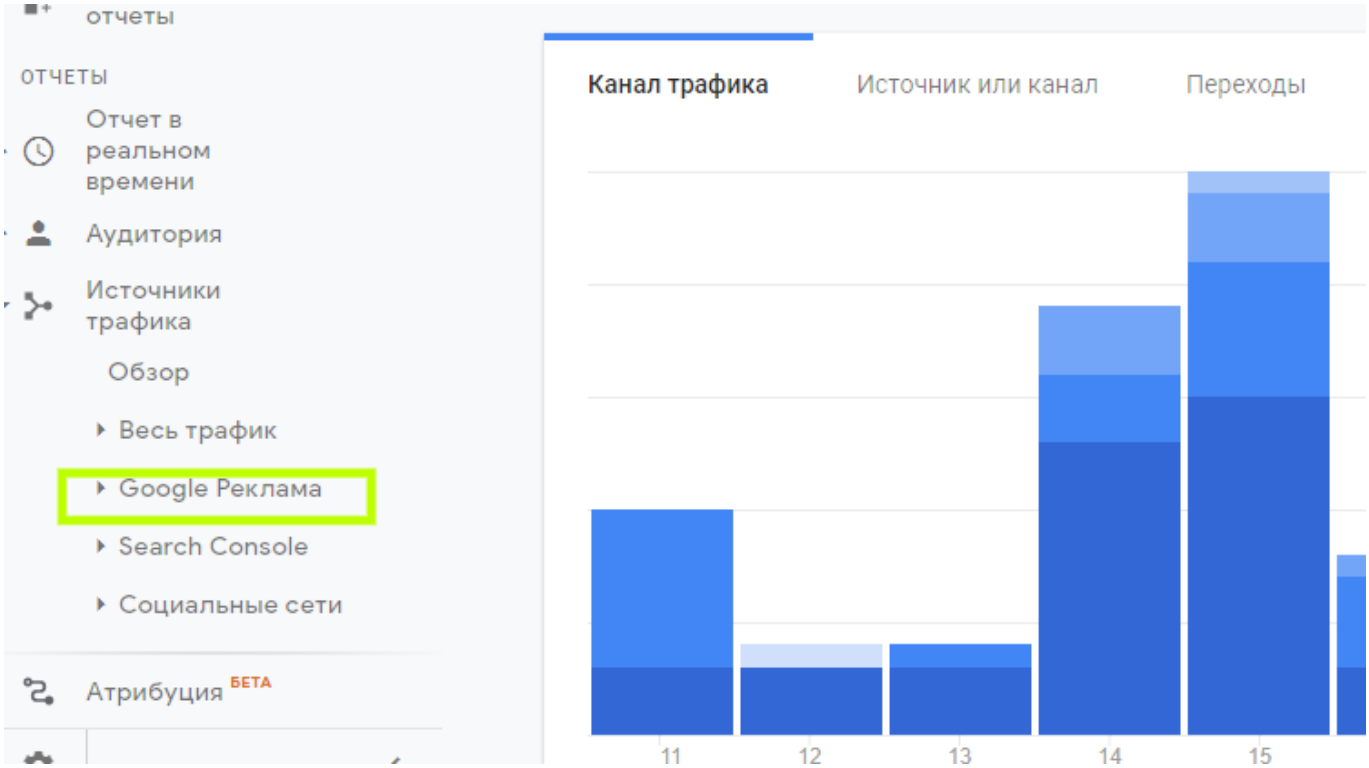
Pinterest

LinkedIn

Отчет Google Реклама в Google Analitics позволяет связать аккаунт в Google Ads и дает представление о том, что происходит после того, как кто-то нажимает на вашу рекламу и переходит на ваш сайт. Данные в этом отчете дают возможность сделать более точные измерения и верные выводы для улучшения рекламных кампаний, снижения стоимости клика и увеличения рентабельности. Вы можете увидеть, откуда приходят покупатели, что происходит до того, как они делают покупки и какие рекламные кампании работают лучше. Далее — подробнее об отчете Google Реклама.

Где найти Отчет Google Реклама и главные параметры для анализа

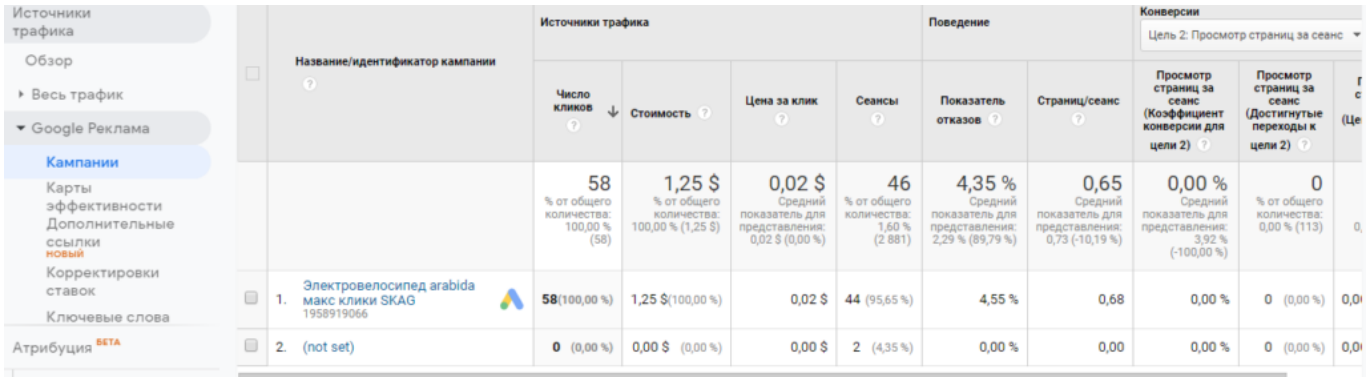
Это отчет вы найдете, перейдя по вкладкам Источники трафика>Google Реклама.



Открыв его вы обнаружите список метрик отчета — запросы, видеокампании и т.д. Ниже подробнее о самых важных из них.

Кампании

Эта вкладка содержит основные данные о ваших действующих рекламных кампаниях.



Польза этих данных в том, что вы сразу определите лучшую кампанию с наибольшей рентабельностью и конверсиями. С другой стороны, вы увидите кампании, которые обходятся вам дороже всего.

Нужно обратить внимание на следующие показатели:

- количество посетителей и сеансов;
- показатель отказов;
- среднее количество просмотренных страниц и сеансов;
- сколько сеансов привело к конверсиям и достижению целей;
- сколько транзакций произошло после нажатия на ваше объявление;
- общий доход.

Ключевые слова

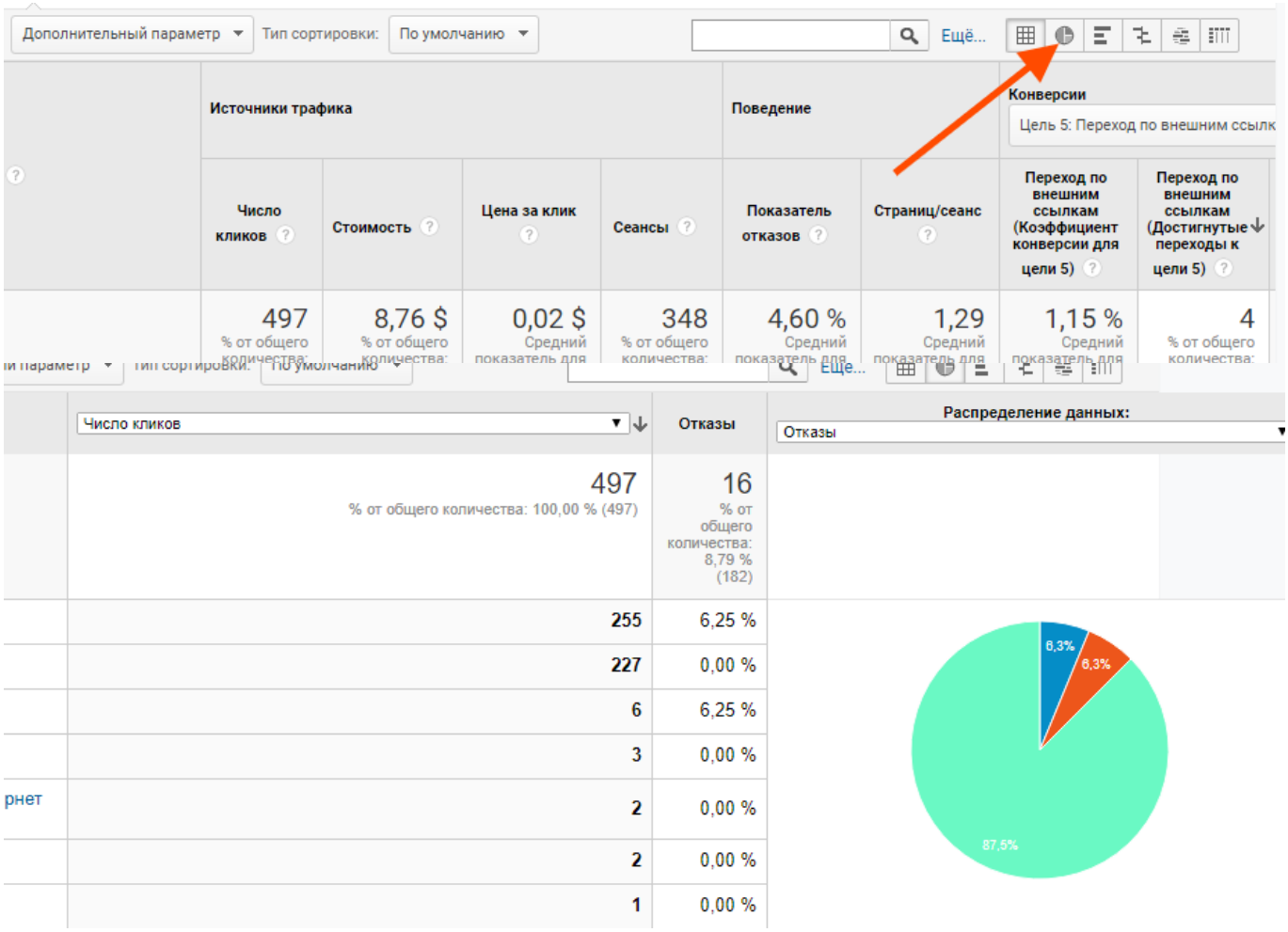
Данные этого раздела показывают, как работают ключевые слова, используемые в вашей рекламе. Чтобы определить лучшие из них, разместите результаты в соответствии со стоимостью одного клика, количеством кликов и конверсий (достижением целей)

		Число кликов	Стоимость	Цена за клик	Сеансы	Показатель отказов	Страниц/сеанс	внешним ссылкам (Коэффициент конверсии для цели 5)	внешним ссылкам (Достигнутые переходы к цели 5)
		497 % от общего количества: 100,00 % (497)	8,76 $ % от общего количества: 100,00 % (8,76 $)	0,02 $ Средний показатель для представления: 0,02 $ (0,00 %)	348 % от общего количества: 2,75 % (12 655)	4,60 % Средний показатель для представления: 1,44 % (219,69 %)	1,29 Средний показатель для представления: 0,67 (92,55 %)	1,15 % Средний показатель для представления: 1,87 % (-38,62 %)	4 % от общего количества: 1,69 % (237)
1.	"электровелосипед"	0 (0,00 %)	0,00 $ (0,00 %)	0,00 $	312 (89,66 %)	4,49 %	1,28	0,96 %	3 (75,00 %)
2.	электровелосипед	255 (51,31 %)	4,17 $ (47,62 %)	0,02 $	24 (6,90 %)	4,17 %	1,25	4,17 %	1 (25,00 %)
3.	(not set)	0 (0,00 %)	0,00 $ (0,00 %)	0,00 $	2 (0,57 %)	0,00 %	0,00	0,00 %	0 (0,00 %)
4.	+коттеджи +новосибирск	1 (0,20 %)	0,04 $ (0,48 %)	0,04 $	0 (0,00 %)	0,00 %	0,00	0,00 %	0 (0,00 %)
5.	+кроссовки +купить +интернет магазин	2 (0,40 %)	0,05 $ (0,52 %)	0,02 $	0 (0,00 %)	0,00 %	0,00	0,00 %	0 (0,00 %)
6.	+кроссовки +сникерсы	6 (1,21 %)	0,17 $ (1,95 %)	0,03 $	6 (1,72 %)	16,67 %	1,50	0,00 %	0 (0,00 %)

Оцените ключевые слова, исходя из:

- показателя отказов;
- конверсий;
- числа просмотренных страниц;
- дохода (ценность достигнутых целей, если настроен).

Чтобы иметь более наглядное представление можно использовать диаграммы. Значки для различных графических представлений находятся в правом углу над таблицей.



В поле «Распределение данных» над диаграммой нужно выбрать необходимый для анализа показатель. В данном случае — «отказы».

Поисковые запросы

Это список точных фраз, введенных пользователями, после которых им была показана ваша реклама по вашим ключевым словам.

1.	электровелосипед	34 (7,14 %)	0,61 $ (7,27 %)	0,02 $	24 (6,90 %)	4,17 %	1,00	0,00 %	0 (0,00 %)	
2.	купить электровелосипед	21 (4,41 %)	0,36 $ (4,26 %)	0,02 $	10 (2,87 %)	10,00 %	0,80	0,00 %	0 (0,00 %)	
3.	электровелосипед купить	9 (1,89 %)	0,17 $ (2,00 %)	0,02 $	7 (2,01 %)	0,00 %	1,57	0,00 %	0 (0,00 %)	
4.	купить электровелосипед бу из германии	7 (1,47 %)	0,11 $ (1,28 %)	0,02 $	6 (1,72 %)	0,00 %	3,00	0,00 %	0 (0,00 %)	
5.	електровелосипед	6 (1,26 %)	0,11 $ (1,27 %)	0,02 $	4 (1,15 %)	0,00 %	0,50	0,00 %	0 (0,00 %)	
6.	купить электровелосипед для сельской местности	6 (1,26 %)	0,10 $ (1,21 %)	0,02 $	4 (1,15 %)	25,00 %	0,50	0,00 %	0 (0,00 %)	
7.	электровелосипед бу из японии	6 (1,26 %)	0,08 $ (1,01 %)	0,01 $	5 (1,44 %)	20,00 %	1,20	0,00 %	0 (0,00 %)	
8.	электровелосипед польша	5 (1,05 %)	0,05 $ (0,63 %)	0,01 $	3 (0,86 %)	0,00 %	1,33	0,00 %	0 (0,00 %)	
9.	электровелосипеды	5 (1,05 %)	0,08 $ (0,99 %)	0,02 $	4 (1,15 %)	25,00 %	0,75	0,00 %	0 (0,00 %)	
10.	электровелосипед украинского производства купить	4 (0,84 %)	0,07 $ (0,83 %)	0,02 $	1 (0,29 %)	0,00 %	2,00	0,00 %	0 (0,00 %)	
11.	б у электровелосипеды из европы	3 (0,63 %)	0,03 $ (0,39 %)	0,01 $	3 (0,86 %)	0,00 %	0,67	0,00 %	0 (0,00 %)	
12.	купить электровелосипед в германии	3 (0,63 %)	0,05 $ (0,56 %)	0,02 $	2 (0,57 %)	0,00 %	1,00	0,00 %	0 (0,00 %)	

Для сравнения, выберите в поле «Дополнительный параметр» — «Ключевые слова».

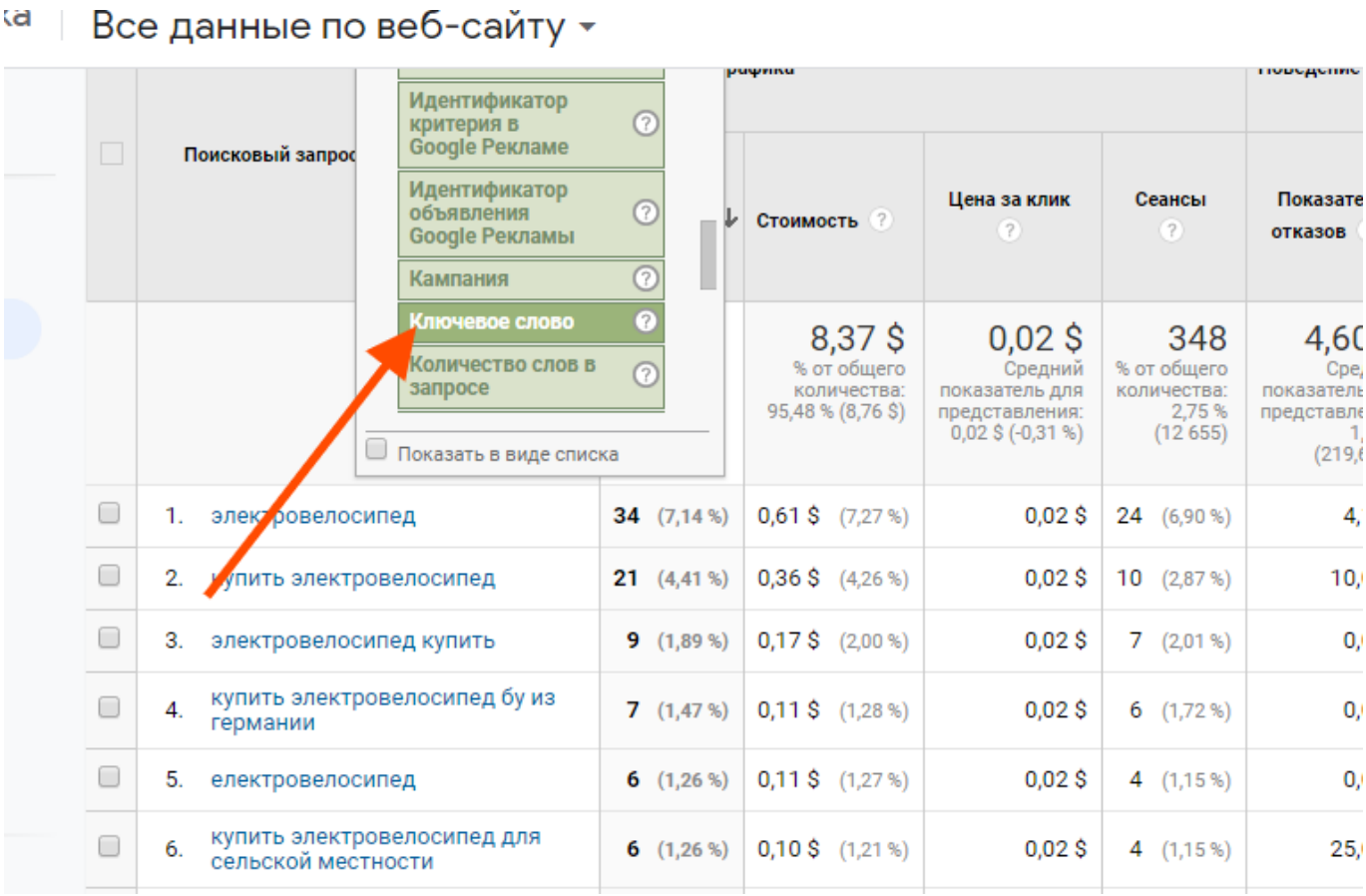


Таблица примет следующий вид:

Все данные по веб-сайту

			кликов	Стоимость	Цена за клик	
			476 % от общего количества: 95,77 % (497)	8,37 $ % от общего количества: 95,48 % (8,76 $)	0,02 $ Средний показатель для представления: 0,02 $ (-0,31 %)	% от кол
1.	электровелосипед	электровелосипед	34 (7,14 %)	0,61 $ (7,27 %)	0,02 $	1
2.	купить электровелосипед	+электровелосипед	13 (2,73 %)	0,22 $ (2,67 %)	0,02 $	0
3.	купить электровелосипед	электровелосипед	8 (1,68 %)	0,13 $ (1,59 %)	0,02 $	0
4.	електровелосипед	электровелосипед	6 (1,26 %)	0,11 $ (1,27 %)	0,02 $	0
5.	электровелосипед купить	+электровелосипед	5 (1,05 %)	0,10 $ (1,20 %)	0,02 $	0
6.	электровелосипеды	электровелосипед	5 (1,05 %)	0,08 $ (0,99 %)	0,02 $	0
7.	купить электровелосипед бу из германии	+электровелосипед	4 (0,84 %)	0,07 $ (0,78 %)	0,02 $	0
8.	электровелосипед купить	электровелосипед	4 (0,84 %)	0,07 $ (0,80 %)	0,02 $	0
9.	электровелосипед польша	электровелосипед	4 (0,84 %)	0,04 $ (0,50 %)	0,01 $	2

В ней показано, как сопоставлялись запросы пользователей и ваши ключевые слова с учетом широкого, фразового и точного соответствия. Это позволяет выделить наиболее качественные ключевые слова и удалить нерабочие. Из таблицы видно, что именно ищут ваши клиенты. Это дает новые идеи ключевых слов для рекламы и направления для повышения их релевантности.

Конечные URL

Данная метрика позволяет узнать последний известный URL-адрес, на котором был посетитель, до того, как он совершил конверсию. Нажмите на вкладку вверху «Сеть распостранения объявлений», чтобы узнать, пришел ли посетитель из поиска в Google или какой-либо страницы вашего сайта.

Основной параметр: Конечный URL | Сеть распространения объявлений | Ключевое слово

Показать на диаграмме | Дополнительный параметр | Тип сортировки: По умолчанию

	Сеть распространения объявлений	Источники трафика				Поведение
		Число кликов	Стоимость	Цена за клик	Сеансы	Показатель отказов
		58 % от общего количества: 100,00 % (58)	1,26 $ % от общего количества: 100,00 % (1,26 $)	0,02 $ Средний показатель для представления: 0,02 $ (0,00 %)	46 % от общего количества: 0,79 % (5 831)	4,35 % Средний показатель для представления: 1,70 % (156,08 %)
1.	Google Search	58 (100,00 %)	1,26 $ (100,00 %)	0,02 $	44 (95,65 %)	4,55 %
2.	(not set)	0 (0,00 %)	0,00 $ (0,00 %)	0,00 $	2 (4,35 %)	0,00 %

В таблице можно увидеть, что более эффективнее для конверсий (достижения целей) — органический поиск или контент сайта.

Например, если посетители приходят по поисковым запросам прямо на страницу конверсии, стоит подумать над доработкой навигации и добавить на эту страницу, например, форму подписки или ссылки, мотивирующие посетителя просмотреть другие страницы сайта.

Таргетинг в контекстно-медийной сети

Таргетинг в контекстно-медийной сети показывает, насколько хорошо работают ваши рекламные кампании в контекстно-медийной сети Google. Она показывает объявления на определенных площадках по целевым запросам определенным людям в определенное время.

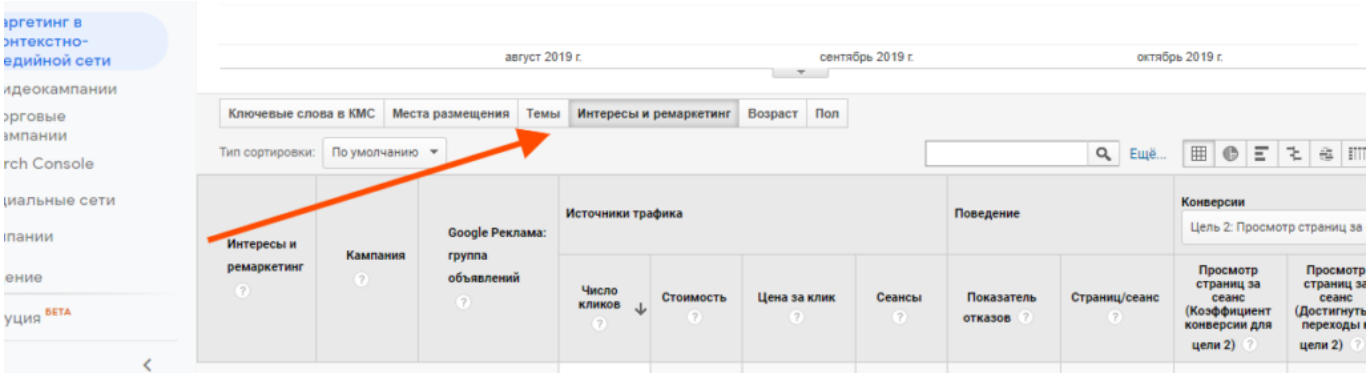
Статистика включает данные для двух типов кампаний:

1. Только контекстно-медийная сеть. Это рекламные кампаниис объявлениями на веб-сайтах и в приложениях, содержание которых связано с ключевыми словами

вашего объявления.
2. Поисковая сеть. Кампании, нацеленные на то, чтобы охватить как можно больше людей через Интернет, которые ищут информацию, используя поисковые запросы в Google.

В настройке объявлений можно использовать определенные ключевые слова, места размещения, темы, интересы и ремаркетинг, возраст и пол.

Нажав на соответствующую вкладку при просмотре данных в Google Analytics можно выбрать тот параметр таргетинга, который вы хотите проверить.



В таблице будут показаны посетители вашего сайта по интересам и что они делают после нажатия на ссылки в вашем объявлении.

Чтобы увидеть, как работают ваши рекламные кампании для людей с конкретными интересами, нужно проанализировать показатель отказов, среднее количество просмотренных страниц и сеансов, их продолжительность и полученный доход.

Особенностью приведенной в таблице статистики является то, что она дает вам ответ на вопрос, случайны ли клики по рекламному объявлению? Если приходящие по объявлению посетители сайта не проявляют интереса, что проявляется высоким показателем отказов и низкой продолжительностью сессии, есть повод подумать и внести необходимые изменения для повышения эффективности рекламных кампаний.