

Отчет по таргету для клиента

"Название бизнеса клиента"

...

дата

1.11.2020-30.11.2020

Шаблон

[Подписывайтесь
в Instagram!](#)

!! Дисклеймер !!

Все слайды ниже - это выжимка опыта из моих проектов.

Все цифры, метрики и графики - это абсолютно рандомные скриншоты из разных рекламных кабинетов, поэтому не нужно искать в них взаимосвязь.

Отчет - это основные показатели, которые я отслеживаю и транслирую клиенту

Это лишь пример, который будет полезен таргетологам, экспертам и владельцам бизнеса.

На основании этого шаблона каждый сформулирует для себя собственную отчетность.

Удалите лишнее, дополните своими показателями и выводами. Можете делать тоже самое в гугл таблицах, если удобно. Нет предела совершенству =)

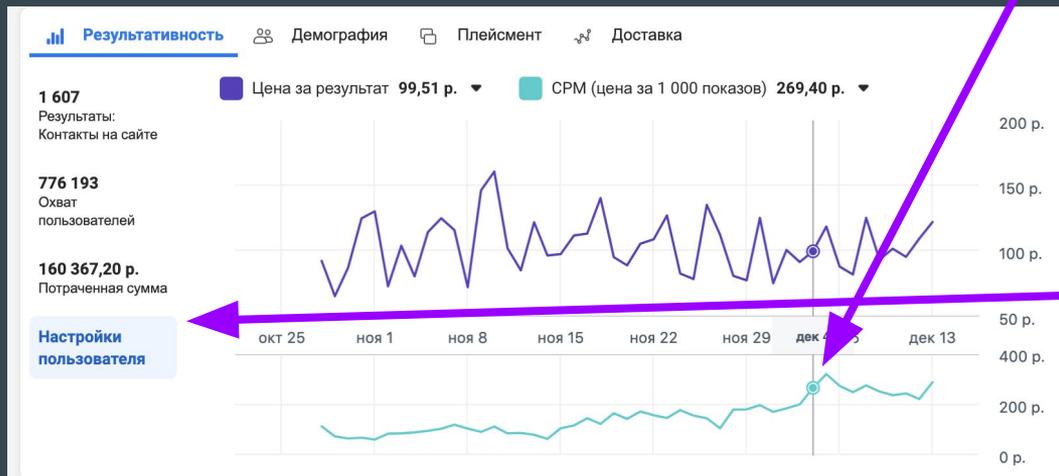
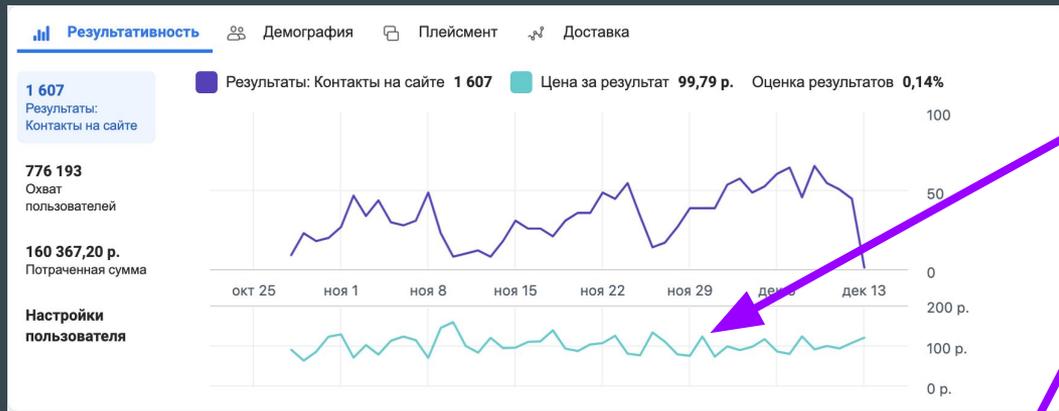
Главное, чтобы было удобно отслеживать ход работы обеим сторонам, так возникает меньше вопросов к процессу работы.

Название кампании	Сумма затрат	Результаты	Цена за результат	Оценка результата	CR клик-контакт	Показы	Частота	CTR (кликабельность)	Клики по ссылке	CPC (цена за клик по ссылке)	CPM (цена за 1 000 показов)
14.11.2...	91 258,69 р.	895 Контакты н...	101,97 р. За контакт на сайте	0,12%	8,56%	773 300	1,28	1,35%	10 450	8,73 р.	118,01 р.
18.11.2...	107 024,14 р.	491 Потенциал...	217,97 р. За лид	0,09%	19,55%	530 388	2,26	1,54%	8 174	13,09 р.	201,78 р.
14.11.2...	35 669,18 р.	260 Контакты н...	137,19 р. За контакт на сайте	0,10%	5,98%	269 854	1,15	1,61%	4 345	8,21 р.	132,18 р.
18.11.2...	16 005,03 р.	1 381 Клики по сс...	11,59 р. За клик по ссылке	1,28%	10,93%	107 926	1,87	1,28%	1 381	11,59 р.	148,30 р.
05.10.2...	16 813,36 р.	38 Контакты н...	442,46 р. За контакт на сайте	0,03%	3,35%	128 299	1,68	0,88%	1 134	14,83 р.	131,05 р.
1.11.20...	11 862,20 р.	90 Контакты н...	131,80 р. За контакт на сайте	0,11%	15,18%	80 668	1,13	0,74%	593	20,00 р.	147,05 р.
> ⚠ Рез Загру...	278 632,60 р. Всего потрачено	—	—	— Среднее зн...	11,63%	1 890 435 Всего	1,79 За польз...	1,38% За показы	26 077 Всего	10,68 р. За дейс...	147,39 р. За дейс...

Скрин или выгрузка цифр из РК в эксель (поддерживает гугл-презентации) основных кампаний, которые работали в период отчета. Написать общие выводы. (тут каждый анализирует и решает сам, какие показатели хочет видеть клиент и на что ему нужно обратить внимание)

Например:

- Повысили CTR в этом месяце
- Снизили цену заявки
- Затестировали новую гипотезу с новой целью "Сообщение директ", которая дала результаты по 97р



- Цена держалась в пределах 110р за весь срок действия группы объявлений
- В Декабре Цена 1000 показов стала расти из-за удорожания аукционов в связи с черной пятницей и предновогодними праздниками

прикладывайте столько диаграмм, сколько нужно, чтобы обосновать колебания стоимости конверсии с течением времени или любые другие показатели.

В Диаграммах можно показать разбивки по

1. Демографии
2. Плейсментам

1. Кастомные разбивки на ваш выбор, или то, что интересно клиенту



Майнд-карта аудиторий наглядно показывает, какие гипотезы мы проверяем и тестируем. Можно расписывать ее гораздо информативнее. Я указал галочками только то, что протестировал

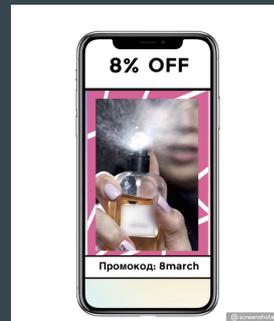
Название группы объявлений	Сумма затрат	Результаты	Цена за результат	Оценка результатов	Показы	(кликабельно)	Клики по ссылке	CPC (цена за клик по ссылке)
5-10	3 353,00 р.	16 Начата пере...	209,56 р. За начатую пе...	0,05%	29 257	0,19%	55	60,96 р.
2-5	1 928,74 р.	12 Начата пере...	160,73 р. За начатую пе...	0,09%	13 212	0,31%	41	47,04 р.
2 %	14 384,99 р.	75 Начата пере...	191,80 р. За начатую пе...	0,11%	65 472	0,39%	258	55,76 р.
> Результат	19 666,73 р. Всего потрачено	103 Начата переп...	190,94 р. За начатую пер...	0,10% Среднее знач...	107 941 Всего	0,33% За показы	354 Всего	55,56 р. За действие

Пишем выводы о том, что тестировали: аудитории, таргетинги, возраста, гео и т.д

- Группа объявлений 2-5 показала самую дешевую цену за начало переписки - 160,73р

Аналитика РК

Название объявления	Охват	Отношение кликов к показам	Клики (все)	Плата за клик (все)	Потраченная сумма
Default name...	423	3,44%	54	19,64 р.	1 060,46 р.
Публикация ...	566	3,03%	18	4,44 р.	80,00 р.
Публикация ...	995	2,65%	28	4,29 р.	120,00 р.
Default name...	315	2,51%	29	31,47 р.	912,72 р.
Публикация ...	332	2,49%	9	8,89 р.	80,00 р.
Публикация ...	1 089	2,09%	26	6,15 р.	160,00 р.
Публикация ...	103	1,90%	2	20,00 р.	40,00 р.
Публикация ...	1 608	1,68%	31	10,32 р.	320,00 р.
Публикация ...	442	1,67%	8	10,00 р.	80,00 р.
Публикация ...	79	1,27%	1	40,00 р.	40,00 р.
Публикация ...	81	1,22%	1	40,00 р.	40,00 р.
Публикация ...	509	1,09%	6	13,33 р.	79,98 р.
Instagram Post	475	1,02%	5	16,00 р.	80,00 р.
14 февраля	5 414	0,91%	59	20,99 р.	1 238,31 р.
Публикац...	656	0,87%	6	26,67 р.	160,00 р.
Посмотреть д север 14 фе...	3 973	0,73%	38	21,42 р.	814,09 р.
Instagram Post	417	0,47%	2	39,97 р.	79,93 р.
Публикация ...	465	0,39%	2	60,00 р.	120,00 р.



Успешные:

Почему успешные на какие аудитории зашли какие были показатели Кликабельность цена клика цена результата/покупки или регистрации

Нужно сделать выводы



Неуспешные:

То же самое и почему Нужно делать выводы, чтобы больше не тестировать эти офферы, тексты и картинки.

Пол	Возраст	Показы	Клики (все)	Отношение кликов к показам (все)	Плата за клик (все)	CPM (цена за 1 000 показов)
Женский	Все	27 789	370	1,33%	15,63 р.	208,10 р.
Женщины 45-54 очень хорошо реагируют на тизеры, но кликов было не так много, рано делать выводы. 25-44 надо работать над ценой клика, снизить до 6-10р	25-34	19 901	244	1,23%	15,99 р.	196,00 р.
	35-44	6 326	84	1,33%	17,83 р.	236,80 р.
	45-54	978	28	2,86%	9,68 р.	277,10 р.
	18-24	397	6	1,51%	14,94 р.	225,80 р.
	55-64	173	8	4,62%	2,62 р.	121,38 р.
	65+	13	—	—	—	207,68 р.
Мужской	Все	4 241	84	1,98%	10,63 р.	210,61 р.
Очень хорошая кликабельность у мужчин старше 35, будем работать с креативами и призывами. 25-34 тоже неплохо на самом деле	25-34	3 210	57	1,78%	11,51 р.	204,35 р.
	35-44	778	17	2,19%	10,45 р.	228,23 р.
	45-54	149	5	3,36%	6,44 р.	215,96 р.
	18-24	59	2	3,39%	9,83 р.	333,36 р.
	55-64	43	3	6,98%	2,55 р.	178,13 р.
	65+	3	—	—	—	60,00 р.
Без категории	Все	72	1	1,39%	13,50 р.	187,48 р.
	25-34	57	1	1,75%	12,25 р.	214,89 р.
	35-44	12	—	—	—	94,16 р.
	45-54	3	—	—	—	40,00 р.
Всего результатов Показаны строки: 18/18		32 102 Всего	455 Всего	1,42% За показы	14,70 р. За клик	208,39 р. За 1 000 показов

Разбивка по полу, возрасту, пишем какие-то выводы по кликабельности и цене клика, смотрим как реагирует аудитория с разными настройками таргетингов, анализируем параметры, которые важны бизнесу CPM, CTR, CPL, CPO или вообще стоимость подписчика. Зависит от крi, ниши и заказчика

Регион	Показы	Клики по ссылке	Просмотры целевой страницы	Цена за просмотр целевой страницы	Добавлен и...	Цена за добавление в корзину	CV клики->корзина	CV магазин -> корзина
Moscow	14 065	465	293	6,50 р.	6	317,18 р.	1,29%	2,05%
Samara Oblast	1 540	31	3	30,65 р.	2	45,97 р.	6,45%	66,67%
Kamchatka Krai	336	8	2	11,11 р.	2	11,11 р.	25,00%	100,00%
Khabarovsk Krai	1 099	31	4	14,78 р.	1	59,12 р.	3,23%	25,00%
Volgograd Oblast	899	13	3	17,08 р.	1	51,23 р.	7,69%	33,33%
Perm Krai	599	12	4	7,38 р.	1	29,50 р.	8,33%	25,00%
Orenburg Oblast	652	11	2	14,39 р.	1	28,78 р.	9,09%	50,00%
Kaliningrad Oblast	737	19	2	24,41 р.	1	48,82 р.	5,26%	50,00%
Pskov Oblast	137	4	1	6,77 р.	1	6,77 р.	25,00%	100,00%
Bashkortostan	1 210	21	1	52,43 р.	1	52,43 р.	4,76%	100,00%
North Ossetia-Alania	1 004	22	1	55,82 р.	1	55,82 р.	4,55%	100,00%
Altai Krai	732	14	2	17,82 р.	1	35,65 р.	7,14%	50,00%
Yamalo-Nenets Autonomous Okrug	477	12	2	11,48 р.	1	22,96 р.	8,33%	50,00%
Sverdlovsk Oblast	1 584	31	5	19,05 р.	1	95,25 р.	3,23%	20,00%
Stavropol Krai	2 131	40	7	14,54 р.	1	101,76 р.	2,50%	14,29%
Primorsky Krai	2 066	54	7	14,29 р.	1	100,05 р.	1,85%	14,29%
Moscow Oblast	2 706	76	26	10,39 р.	1	270,02 р.	1,32%	3,85%

- Города я обычно анализирую по конверсиям, с каких лучше покупают и насколько низкая цена лида (клика и тд), чтобы сосредоточиться именно на них - бюджет-то не резиновый.
- Кастомные конверсии можно создавать как в самом РК, так и в "Отчетах по рекламе"
- Пишем свои выводы

Платформа	Плейсмент	Показы	Клики по ссылке	CPC (цена за клик по ссылке)	CPM (цена за 1 000 показов)	Потраченная сумма (RUB)	Добавления в корзину	Конверсия клики->корзина	Цена за добавление в корзину	Лиды	Покупка	Цена за конверсию "Покупка"
instagram	лента	8421	54	44 Р	282 Р	2 376 Р	1	1,85%	2 376 Р			
instagram	сторис	8196	51	27 Р	170 Р	1 392 Р	2	3,92%	696 Р	1		
facebook	лента	979	26	22 Р	590 Р	577 Р	3	11,54%	192 Р		1	577 Р
instagram	интересное	3095	9	22 Р	65 Р	200 Р		0,00%				

Пишем выводы по плейсментам, по конверсиям, кликам.

Каждый решает сам - разделять их со старта кампаний, или оставлять автоплейспент, и позже отключать "дорогие"

В разных школах учат по-разному

Выводы

Пишем свои выводы по проведенному анализу и результативности

Например:

- Протестировали такие-то гипотезы
- Получили 1774 лида по 157р
- Потратили 26 537р
- В Декабре аукцион ФБ начал расти и лиды стали дорожать

По-хорошему, нужно прикрепить суммарную сводку по тратам, кликам, подписчикам, лидам и т.д., чтобы была четкая картина текущей ситуации у вас и клиента.

Цифры и метрики

Срок	30дн
траты	278 632 ₺
клики	26 537
лиды	1774
цена лида	157 ₺
Конверсия из клик в лид	6,68%

Пишем задачи на следующий период:

Например:

1. Потратить 300 000₽ и получить 3500 лидов
2. Протестировать новые гипотезы
3. сделать 10 новых рекламных макетов
4. Разработать стратегию ретаргетинга

Вы и клиент должны понимать куда двигаться, к чему стремиться и какие результаты приносит реклама.

Вы совместно ставите цели и задачи.

Все должно быть понятно и прозрачно

Я делал отчеты и на 1 страницу со скрином из РК, и на 50 страниц за тестовый запуск - когда расписываешь каждую аудиторию и креативы с разбивками по всем параметрам.

Самое главное - это понять, что хочет видеть клиент и в каком виде. Возможно, ему достаточно скидывать цифры в WhatsApp и этого будет достаточно. А может ему важны десятки параметров, на основании которых он будет корректировать продукт, сайт, контент-стратегию и т.д.

Даже если у бизнеса классно идут продажи, и отчеты они не просят, все равно делайте! Для себя!

Анализируйте, записывайте шаги, цифры, выводы. Этот опыт пригодится в аналогичных нишах. Отчеты всегда будут под рукой и не придется совершать одни и те же ошибки. Сливать на тесты лишние деньги.

Если эта информация была вам полезна, просто напишите мне в Директ:

Подписывайтесь в Instagram!

"Спасибо, Саня, что потратил субботний вечер на этот документ!"

Мне будет приятно, что я сделал это не зря