артéль

ПРИМЕР АУДИТА

Аудит рекламы и сайта — интернет-магазин японских ножей, США

ПЕРИОД	ЧТО СМОТРЕЛИ	БРЕНД
30 дней	реклама в соцсетях, сайт, аналитика	скрыт

ГЛАВНЫЙ ВЫВОД

Реклама в соцсетях не окупается, а аналитика не показывает, почему

≈0,9

Возврат на рекламу

За 30 дней выручка магазина составила около 0,9 от расходов на рекламу.

1 → 2

Один клик добавляет два товара

Кнопка «в корзину» отправляет два запроса на один клик.

≈2,5×

Аналитика не сходится с заказами

Рекламный кабинет насчитал примерно в 2,5 раза больше покупок, чем было заказов: на сайте работали два пикселя.

ПРОСТЫМИ СЛОВАМИ

На рекламу в соцсетях магазин потратил больше, чем получил выручки за те же 30 дней. При этом рекламный кабинет показывал заметно больше покупок, чем было заказов на самом деле, поэтому кампании выглядели лучше, чем работали. Сначала нужно починить корзину и учёт покупок, и только потом запускать трафик.

ПРИОРИТЕТЫ ИСПРАВЛЕНИЙ

Что исправить до запуска трафика

01 **Корзина**

Кнопка «в корзину» отправляет два запроса на один клик. Нужно, чтобы один клик добавлял один товар.

02 **Учёт покупок и пиксели**

На сайте работали два пикселя, и рекламный кабинет насчитал примерно в 2,5 раза больше покупок, чем было заказов. Оставить один пиксель и сверить покупки в рекламном кабинете и GA4 с заказами магазина.

03 **Скорость страницы**

Первая отрисовка около 6 секунд, страница весит около 27 МБ. Облегчить страницу и ускорить первую отрисовку.

04 **Отдельный учёт акции за $1**

Треть заказов пришлась на акцию за $1. Считать её отдельно от остальных продаж.

ПРОСТЫМИ СЛОВАМИ

Пока цифрам нельзя верить, по ним нельзя управлять рекламой. Поэтому сначала исправления, потом трафик.

ЧТО ДАЛЬШЕ

План пилота двух воронок: квиз-подбор и продажи в личных сообщениях соцсети. Исправления и пилот в работе — результаты добавим после теста.