

Найчастіша поломка трекінгу — не відсутність конверсій, а їх задвоєння: тег стоїть і в коді сайту, і в контейнері одночасно, цифри виглядають добре, а автостратегія оптимізує на фантом

Посилання на сайт у завданні немає, тож нижче — перелік того, що конкретно перевіряємо, і чому кожен пункт впливає на гроші, а не на красу звіту.

з 2001

full-cycle студія

20+

років досвіду

400%

середній ROI

CA · US

клієнти

Google Ads конверсії

Контейнер тегів

Дублювання подій

Імпорт з аналітики

Наскрізна перевірка

ЩО ПЕРЕВІРЯЄМО

Шість місць, де трекінг ламається найчастіше

- 1

Подвійний облік однієї події
Тег конверсії стоїть напряду в коді сайту й одночасно в контейнері тегів. Або конверсія рахується і своїм тегом, і імпортом з аналітики. Кампанія показує вдвічі більше конверсій, ніж було насправді — і автостратегія роздуває ставки під неіснуючий попит.
- 2

Конверсія за відвідуванням сторінки «дякуємо»
Класика: людина може потрапити на цю сторінку повторно, з закладки або перезавантажити її — і кожен раз це рахується як нова заявка. Плюс така схема не передає суму замовлення, тобто оптимізувати за цінністю неможливо.
- 3

Основна й другорядна конверсії не розділені
Коли перегляд контактів, клік по телефону й реальна заявка позначені як однакові конверсії, стратегія вчиться на найдешевшій дії — на кліках по телефону, а не на заявках. Розділення на основні й допоміжні цілі часто дає більший ефект, ніж правки в самих кампаніях.
- 4

Форма не віддає подію
Якщо форма відправляється без перезавантаження сторінки, а тег чекає на завантаження нової — конверсія не фіксується взагалі. Перевіряється лише реальною відправкою, а не переглядом коду.
- 5

Дзвінки й повідомлення в месенджери повз облік
Якщо частина звернень приходить телефоном або в месенджер, а в акаунті цього немає — половина результату реклами невидима. Бюджет ріжуть саме там, де він працює, бо за цифрами кампанія «без конверсій».
- 6

Втрата даних на переходах
Редиректи, різні домени для сайту й для форми, згода на соокіе — на кожному з цих кроків частина конверсій може губитись. Перевіряємо наскрізь: від кліка по оголошенню до запису в акаунті.

ЯК ПЕРЕВІРЯЄМО

Реальною подією, а не переглядом коду

Дивитись налаштування недостатньо — вони можуть бути правильними на вигляд і не працювати. Тому перевірка йде живою дією: проходимо шлях користувача до кінця, відправляємо тестову заявку й дивимось, чи дійшла подія до рекламного акаунта, з якою назвою, з якою сумою і чи не прийшла двічі. Те саме для кожного типу конверсії окремо.

Після цього — звіряння з реальністю: скільки заявок ви бачите у себе за період і скільки конверсій показує акаунт. Розбіжність тут завжди має пояснення, і саме воно показує, де саме поломка.

ЩО ОТРИМУЄТЕ

Результат роботи

ПУНКТ	ЗМІСТ
Аудит поточного стану	Перелік того, що зламано, з поясненням наслідків кожної поломки в грошах, а не в термінах.
Виправлений трекінг	Коректні конверсії без дублів, з розділенням на основні й допоміжні, з передачею цінності там, де вона є.
Перевірка живою дією	Кожен тип конверсії протестований наскрізь, з підтвердженням, що подія дійшла.
Коротке пояснення	Що було не так і що змінилось — без жаргону, щоб можна було звірити з власними цифрами.

Коригування в самих кампаніях, як ви й зазначили, — окремим питанням після того, як цифри стануть правдивими. Раніше їх робити немає сенсу: рішення прийматимуться за хибними даними.

ХТО МИ

Реклама у зв’язці з аналітикою

WebCoreLab — студія повного циклу з Торонто, у digital з 2001 року. Трекінг і реклама для нас одна робота, а не дві: на одному з наших проєктів ми звели рекламний акаунт із системою обліку звернень і довели точність атрибуції до 95% — стало видно, який саме запит приводить клієнта, а не просто клік.

Портфель відкритий: webcorelab.com/case-studies.

З БОКУ КЛІЄНТА

Що потрібно

- Доступ до рекламного акаунта й до контейнера тегів — без них перевірка неможлива.
- Посилання на сайт і які саме дії вважаєте конверсією (заявка, дзвінок, повідомлення).
- Скільки звернень ви бачите у себе за останній період — це та цифра, з якою звіряємо акаунт.

WebCoreLab — full-cycle digital studio · Toronto, Canada

Дизайн, розробка, реклама та аналітика під одним дахом — від ідеї до продакшна й підтримки. На ринку з 2001, 20+ років у digital, 20+ років сукупного досвіду команди. Архітектурний підхід, вимірюваний результат, повний контроль на стороні власника.

ПАРТНЕРСТВА ТА ВИЗНАННЯ

Clutch · Top Agency Canada

DesignRush · Best SEO

G2 · High Performer

Google Partner

HubSpot Partner

Cloudflare Partner

Semrush Partner

ISO 27001 Aligned

Портфоліо — webcorelab.com/case-studies →