

## **Использование инструментов Яндекс Метрики для E-commerce проекта**

Клиент - aromare.ru

Цель – настройка аналитики для эффективной оптимизации рекламных кампаний Яндекс Директ

Основной инструмент веб-аналитики – Яндекс Метрика

### **Что было**

Настроены рекламные кампании на поиск, добавлен код Яндекс Метрики на сайт.

### **Что использовали для анализа**

#### **Вебвизор**

Инструмент, с помощью которого определили ключевые моменты, которые касаются юзабилити сайта. Просмотр посещения пользователя на сайте позволил определить недостатки некоторых элементов и исправить их.

#### **Карта кликов**

Использовалась с целью получения информации об эффективных элементах на сайте. С помощью этих данных переделали некоторые элементы на сайте.

### **Данные отчетов Яндекс Метрики**

Определение особенностей переходов по времени суток для составления корректировок ставок на уровне рекламных кампаний.

Демографические отчеты позволили выявить особенности конверсии в зависимости от возраста и пола посетителя. Информация использована также на уровне корректировок ставок рекламных кампаний.

#### **Данные о конверсиях**

Отчет, с помощью которого оптимизированы рекламные кампании на уровне конверсионных ключевых слов. Распределили бюджет по отдельным группам объявлений и увеличили количество конверсий при том же бюджете.

#### **Настройка целей**

С помощью ретаргетинговых целей настроили группы объявлений, которые ориентированы на пользователей, бросивших корзину (т.е. тех, кто добавил товар в корзину, но не купил его). Таким образом удалось вернуть на сайт трафик и получить большее количество заказов.

### **Электронная коммерция**

Настроили электронную коммерцию для отслеживания данных по товарам. С помощью этих параметров определили результативность отдельных рекламных кампаний, а также ROI по разным каналам трафика. Эти данные позволили перераспределить бюджет на эффективные источники.

### **Как итог**

Клиент без использования данных Яндекс Метрики получал на 30% меньше трафика и заказов. Данные, которые предоставляет Метрика по аудиториям пользователей на сайте, а также их поведению необходимо использовать в оптимизации сайта, а также рекламных кампаний и поискового продвижения.