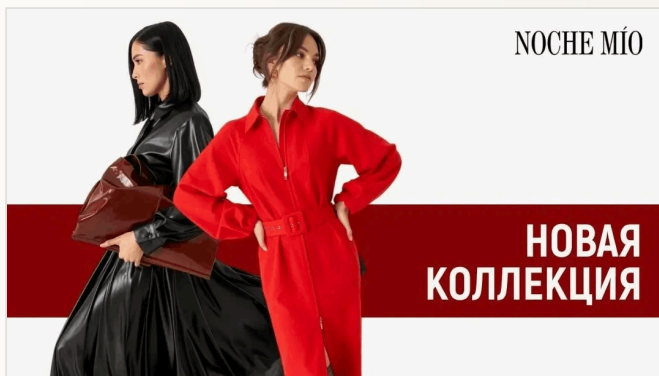




РЕЗУЛЬТАТЫ И СЛЕДУЮЩИЙ ЦИКЛ

Отчёт по проекту Noche Mio

11 августа - 9 сентября 2026

Женская одежда Noche Mio в Кирове · nochemio-kirov.ru

Целевых действий стало в 2,6 раза больше при почти прежнем бюджете.
Поиск восстановил конверсию, а новая коллекция улучшила результат рекламной сети.



Открыть дашборд

Интерактивные данные в
DataLens



Скачать PDF

Версия для печати и отправки



Результат улучшился сразу в двух кампаниях

Сравнение выполнено с предыдущими 30 полными днями: 12 июля - 10 августа 2026.

ФАКТ

41 целевое действие вместо 16

Рост составил 156%. Наибольший вклад дали переходы в мессенджер: 21 против 3 в сравнительном периоде.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Стоимость действия снизилась на 59%

При расчёте расхода с НДС СРА составил 551 ₽ против 1 355 ₽. Расход вырос только на 4,3%.

КОНТЕКСТ

Новый оффер усилил РСЯ

Группа новой коллекции работала с 13 августа и принесла все 16 действий рекламной сети за период.

Больше трафика, выше конверсия, ниже стоимость результата

Главное изменение произошло после клика: доля целевых действий
выросла с 0,94% до 2,16%.

Показы +17,3% 46 959 Было: 40 024	Клики +10,9% 1 897 Было: 1 710	Расход с НДС +4,3% 22 605 Р Было: 21 679 Р	CTR -0,23 п. п. 4,04% Было: 4,27%
Цена клика с НДС -6,0% 11,92 Р Было: 12,68 Р	Целевые действия +156% 41 Было: 16	Конверсия клика +1,23 п. п. 2,16% Было: 0,94%	Стоимость действия -59,3% 551 Р Было: 1 355 Р

Целевые действия - сумма четырёх утверждённых целей: отправка формы, переход в мессенджер, переход в социальную сеть и клик по телефону. Это достижения целей аналитики, а не подтверждённые продажи.

Рост не зависит от одной цели

Увеличились все четыре типа действий. Основной вклад дали мессенджеры, но формы, социальные сети и телефон также показали рост.

41

целевое действие
+25 к сравнению



Ограничение интерпретации. Одно посещение может достичь нескольких целей, поэтому сумма не равна числу уникальных людей. Переход в социальную сеть является сигналом вовлечённости; данные CRM о подтверждённых лидах и продажах в витрине отсутствуют.

Поиск восстановился, РСЯ выросла без увеличения бюджета

Обе кампании улучшили конверсию клика и стоимость действия, но за счёт разных факторов.

01 - ПОИСК

Поиск – Ноче Мио

25 действий · было 10

Клики	Расход с НДС	CPA
534	12 957 ₽	518 ₽

Конверсия клика выросла до 4,68%. При небольшом снижении числа кликов кампания принесла в 2,5 раза больше действий. 97,6% кликов по доступным поисковым запросам связаны с брендом или его вариантами написания.

CPA НИЖЕ НА 57%

02 - РЕКЛАМНАЯ СЕТЬ

РСЯ – Noche Mio

16 действий · было 6

Клики	Расход с НДС	CPA
1 363	9 648 ₽	603 ₽

Расход вырос менее чем на 1%. При этом кликов стало на 19%, а действий - в 2,7 раза больше. После перехода на новую коллекцию вся результативность РСЯ пришлась на новую группу.

CPA НИЖЕ НА 62%

ЗАПУСК ПЕРИОДА · 13 АВГУСТА

Новая коллекция стала рабочим оффером РСЯ

Две прежние группы были остановлены, а группа новой коллекции запущена с сохранением семантики и географии. После аудита объявления были объединены в один сильный комбинаторный вариант без устаревшей скидки.

1 236

кликов новой
группы

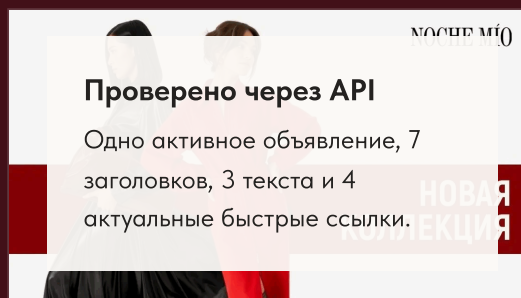
16

целевых
действий

559
₽

стоимость
действия с
НДС

Результат относится к периоду после запуска, но сам по себе не доказывает долгосрочную эффективность креатива. Следующий шаг - проверить устойчивость CPA и качество обращений на более длинном горизонте.



Что поддержало результат и где остаётся резерв

Детальные срезы помогают определить следующий цикл оптимизации, но не заменяют оценку реального качества обращений.

ПОИСКОВЫЙ СПРОС

Бренд остаётся основой Поиска

Из 533 кликов с доступным текстом запроса 520 связаны с Noche Mio или вариантами написания. Это сохраняет высокую релевантность кампании.

97,6% кликов

брендовые и близкие варианты запросов

ПЛОЩАДКИ РСЯ

Дзен даёт основной масштаб

dzen.ru принёс 1 019 кликов и 8 действий. Стоимость действия составила 816 ₽ с НДС - выше средней по новой группе, но площадка обеспечивает половину действий РСЯ.

8 действий

dzen.ru · расход 6 524 ₽ с НДС

УСТРОЙСТВА

Мобильный путь остаётся главным

Смартфоны дали 66% кликов и 29 из 41 действий. Корректность формы, мессенджеров и телефона на мобильной версии напрямую влияет на результат.

29 действий

70,7% всех целей периода

РЕЗЕРВ РСЯ

Хвост размещений требует аккуратной чистки

86 площадок вместе израсходовали 2 169 ₽ с НДС и дали 225 кликов без зафиксированных действий. Это не основание отключать их все: у отдельных площадок мало данных. В следующем цикле их нужно ранжировать по расходу и накопленному объёму, сохраняя источники с подтверждёнными действиями.

Что выполнено в отчётном периоде

Все перечисленные изменения внедрены и подтверждены контрольным чтением через официальный API Яндекс Директа.

01 Переключено предложение РСЯ

Остановлены две прежние группы и запущена группа новой коллекции. Сохранены 56 ключевых фраз, автотаргетинг и география из 8 регионов.

02 Проведён аудит запуска

Проверены 1 кампания, 4 группы, 17 объявлений и 228 условий показа. Найдены и устранены 4 замечания к новой конфигурации.

03 Собрано полное объявление

Оставлен один активный комбинаторный вариант с 7 уникальными заголовками и 3 текстами; два дублирующих объявления остановлены и заархивированы.

04 Обновлено быстрые ссылки

Созданы 4 ссылки на актуальные разделы без неподтверждённой скидки 30%. Итоговое объявление прошло модерацию и было допущено к показам.



Приоритеты следующего периода

Цель - удержать восстановившуюся конверсию и проверить, превращаются ли действия аналитики в качественные обращения.

01 Проверить качество обращений

Сопоставить формы, переходы в мессенджеры и клики по телефону с фактическими диалогами и продажами.

СИГНАЛ: ДОЛЯ ПОДТВЕРЖДЁННЫХ ОБРАЩЕНИЙ

02 Продолжить контроль новой группы

Оценивать CPA и состав целей на скользящем горизонте, не приписывая весь рост одному креативу до накопления данных.

СИГНАЛ: УСТОЙЧИВЫЙ CPA ДО 600 ₽

03 Разобрать хвост площадок РСЯ

Ранжировать размещения без действий по расходу и объёму кликов, отключая только те, где накоплено достаточно данных.

СИГНАЛ: МЕНЬШЕ РАСХОДА БЕЗ ЦЕЛЕЙ

04 Сохранить контроль Поиска

Поддерживать брендовый охват, регулярно проверять запросы и отдельно наблюдать цену клика, которая выросла внутри поисковой кампании.

СИГНАЛ: CR ПОИСКА ОКОЛО 4,7%

05 Проверить мобильный путь

Контролировать форму, мессенджеры и телефон на ключевых мобильных страницах, поскольку смартфоны дают 71% действий.

СИГНАЛ: ЦЕЛИ БЕЗ ТЕХНИЧЕСКИХ ПОТЕРЬ

Методика расхода. Поле Cost в ClickHouse совпадает с историческим отображением DataLens как 18 837,54 ₽ против 18 065,86 ₽. В этом отчёте основной расход и стоимостные показатели показаны с НДС: применён коэффициент 1,20. Процентная динамика от этого не меняется. Контрольная сверка самого DataLens через API в текущем цикле не выполнялась; для сопоставимости исходные значения приведены отдельно.

НОСНЕ МИО · КИРОВ

Отчёт подготовлен и согласован 10
сентября 2026
Ревизия 1

Периоды. Текущий: 11.08-09.09.2026.
Сравнение: 12.07-10.08.2026. Оба
интервала содержат 30 полных дней,
часовой пояс Europe/Moscow.

Источник. ClickHouse, таблица
custom_report_yd, данные по
09.09.2026 включительно. Сумма
целей может включать несколько
действий одного пользователя; CRM-
данные отсутствуют.