

# Статистически данни и реализации

След като кампаниите на клиента Ви в AdWords вече са на ход, много е важно да следите редовно предоставяните данни за ефективността на рекламите. Анализирането на тези статистически данни ще Ви позволи да оптимизирате кампаниите му и да повишите ефективността.

## 1. Показатели за ефективност

Следните показатели Ви позволяват да анализирате ефективността на кампаниите, рекламните групи и ключовите думи.

**Кликвания:** Броят кликания върху рекламата, които отвеждат потребителите към уебсайта.

**Импресии:** Честотата на показване на рекламата на страница с резултати от търсенето.

**Честота на кликове (CTR):** Броят кликания, които рекламата получава, разделен на броя показвания (импресии). Честотата на кликове зависи от позицията на рекламата, както и от цялостната ѝ ефективност. Колкото по-уместна е рекламата за търсенето на потребителя, толкова по-висока ще бъде честотата ѝ на кликове.

**Средна цена на кливане (CPC):** Общата цена на кликанията, разделена на общия брой кликания. Тя показва средната сума, с която се таксува кливане върху рекламата. Средната CPC не може да надвишава макс. CPC.

**Макс. CPC:** Максималната сума, която клиентът Ви е склонен да плати за кливане върху рекламата му.

**Разходи:** Сборът от реализирани CPC.

**Средна позиция:** Средният ранг, постигнат от рекламата на клиента Ви на страниците с резултати от търсенето с Google. Например позиция 2,3 означава, че средно рекламата се показва на втора или трета позиция.

За да подобрите позицията на реклама, увеличете или офертата за макс. CPC, или честотата на кликове, като подобрите уместността на рекламата.

Всички тези показатели за ефективност са налице на ниво кампания, рекламна група и ключова дума.

Рекламна група	Стандартна макс. CPC	Кликвания	Импр.	CTR	Ср. CPC	Разходи	Средна позиция
Луксови автомобили	0,37 лв	140	2 911	4,81%	0,39 лв	56,37 лв	2,5
Шофьор	0,37 лв	96	3 731	2,57%	0,29 лв	27,63 лв	2,2
Лимузина	0,37 лв	60	1 583	3,75%	0,55 лв	32,75 лв	3,1
Престижен автомобил	0,37 лв	55	3 795	1,45%	0,39 лв	21,81 лв	3,8
Скитба	0,37 лв	39	1 082	3,60%	0,25 лв	9,87 лв	2,4
Горачина	0,37 лв	14	530	2,64%	0,31 лв	4,39 лв	2,7
Общо: мрежа за търсене		404	13 632	2,96%	0,37 лв	152,83 лв	2,9
Общо: дисплейна мрежа		404	13 632	2,96%	0,37 лв	152,83 лв	2,9

### Съвет

Вземете под внимание периода от време, за който анализирате статистическите данни за кампанията. Винаги избирайте период, който е достатъчно дълъг, за да бъде показателен за дейността, която искате да измерите.

Може да изтеглите тези отчети за ефективността във формати .csv, .pdf, .xml и др.

Можете също така да насрочите изпращането на имейли с тези отчети всеки ден, всеки понеделник или на първо число всеки месец.

## 2. Настройване на проследяването на реализациите

Реализацията е действие, което се извършва на уебсайта на клиента Ви, което той счита за ценно. То може да бъде попълването на формуляр, изтеглянето на файл или извършването на продажба в случай на сайт за електронна търговия.

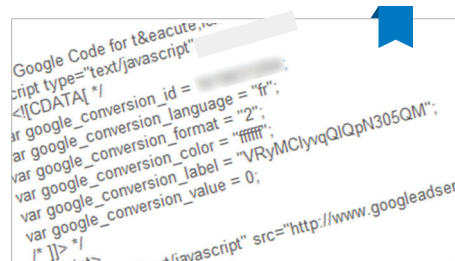
За да разберете коя кампания и ключови думи са довели до реализация в уебсайта на клиента си, трябва да настроите проследяването на реализациите. Можете да настроите няколко копия на проследяването на реализациите, за да проследявате няколко типа действия в сайта на клиента си.

Отворете „Инструменти и анализ“ > „Реализации“

Следвайте посочените стъпки. След това ще получите код за проследяване на реализациите. Накарайте уеб администратора да постави този кодов фрагмент в кода на страницата страницата, която искате да проследявате.

### Съвет

Ако искате да проследявате попълването на формуляр за връзка или продажба, кодът за проследяване на реализациите трябва да бъде инсталиран на страницата, която се отваря след извършването на действието (напр. страницата „Благодарим Ви“), а не на самата страница с формуляра или пазарската кошница, тъй като е възможно хората да не завършат действието.



## 3. Показатели за рентабилност

След като проследяването на реализациите бъде настроено, в профила в AdWords ще бъдат налице нови статистически показатели. Те добавят величина за рентабилност към отчетите и Ви позволяват да оптимизирате кампаниите си още повече.

**Реализация:** Броят реализации, постигнати в уебсайта на клиента Ви, след кликане върху рекламната.

**Процент на реализация:** Броят на реализациите, разделен на броя кликания върху рекламната.

**Цена на реализация:** Броят на постигнатите реализации, разделен на разходите за кампанията. Това Ви указва колко струва постигането на реализация със съответната кампания.

Рекламна група	Стандартна макс. CPC	Кликвания	Импр.	CTR	Ср. CPC	Разходи	Ср. позиция	Реал. (една на кликане)	Цена на реализация (една на кликане)	% на реализация (една на кликане)
Луксозен автомобил	0,37 лв	140	2,911	4,81%	0,39 лв	56,37 лв	2,5	4	13,89 лв	2,92%
Шофьор	0,37 лв	96	3,731	2,57%	0,29 лв	27,63 лв	2,2	1	14,48 лв	2,04%

### Съвет

Ако не виждате графите за реализации, процент на реализация и пр., кликнете върху бутона **Графи**, за да персонализирате начина на показване на таблиците Ви.

Проследяването на кампании Ви позволява да оптимизирате тяхната ефективност според получените статистически резултати. Не забравяйте да анализирате цифрите за достатъчно дълги периоди от време.