**Задача 1**

Бюджет рекламной кампании составил 200 000 р. За период кампании было получено 14 280 кликов при CTR = 5%. Какой CPM у данной кампании?

CTR — Click-throught rate = количество кликов / количество показов \* 100%.

14 280 / x \* 100% = 5%

x= 285 600 — количество показов

CPM — Cost per mille = потрачено на рекламу / кол-во показов \* 1000

200 000 / 285 600 \* 1000 = 700,28

CPM = 700,28 р.

**Задача 2**

За время рекламной кампании было совершено 187 000 показов рекламного ролика. Показатель VTR = 65%. Рассчитайте количество просмотров рекламного видеоролика.

VTR — View-through rate = количество просмотров / количество показов \* 100%.

х / 187 000 \* 100% = 65%

Количество просмотров = 121 550

**Задача 3**

По итогу продвижения поста в ленте Facebook было зафиксировано 127 000 показов. Согласно отчету рекламной системы, средняя частота показа составила 1,9. Было получено 176 лайков и реакций, 10 комментариев, 28 подписок на страницу, 276 переходов на страницу Facebook, 15 переходов по ссылке в посте. Рассчитайте средний ER для данного поста.

ER = Engagements / Impressions (Reach) \* 100%

(176+10+28+276+15)/(127000/1,9)\*100%=0,75%

ER=0,75%

**Задача 4**

Бюджет рекламной кампании составил 78 000 р. Рекламные баннеры были показаны 130 000 раз при средней частоте 2,9 Какие CPT и CPU у данной кампании?

CPT — Cost per thousand = Budget / Reach \* 1000

78000/(130000/2,9)\*1000=1740 р.

CPT=1740 р.

CPU — Cost per user = Budget / Reach

78000/(130000/2,9)=1,74 р.

CPU=1,74 р.