

## Отчет по ключевым словам (ТОП-10)



Рекомендуем обратить внимание на ключевые слова с которых идет большое количество ботов и подозрительных визитов. Возможно вам стоит их пересмотреть и исключить часть слов из рекламных кампаний, что сможет вам сэкономить рекламный бюджет.

Типы	Итого	Целевые	Нецелевые	Боты	Подозрительные
Итого и среднее:	3 117 796	50 232	52 716	129 260	5 888
Рекламные системы	61 033	61 033	61 033	2 106 (3,45%)	4 395 (7,2%)
Прямые переходы	90	26	46	1	2
Поисковые системы	71	23	22	0	1
Внутренние переходы	71	23	22	0	1
Внутренние переходы	71	23	22	0	1
Внутренние переходы	71	23	22	0	1
Внутренние переходы	71	23	22	0	1
Другие	71	23	22	0	1
Социальные сети	71	23	22	0	1

[Полный отчет](#)

## Отчет по UTM меткам (ТОП-10)



Рекомендуем обратить внимание на источники из которых идет большое количество ботов и подозрительных визитов. Возможно вам стоит пересмотреть структуру рекламных бюджетов. [Генератор UTM-меток](#).

Типы	Итого	Целевые	Нецелевые	Боты	Подозрительные
Итого и среднее:	3 117 796	50 232	52 716	129 260	5 888
Рекламные системы	61 033	61 033	61 033	2 106 (3,45%)	4 395 (7,2%)
Прямые переходы	90	26	46	1	2
Поисковые системы	71	23	22	0	1
Внутренние переходы	71	23	22	0	1
Внутренние переходы	71	23	22	0	1
Внутренние переходы	71	23	22	0	1
Внутренние переходы	71	23	22	0	1
Другие	71	23	22	0	1
Социальные сети	71	23	22	0	1

[Полный отчет](#)