

Таблица основных метрик маркетолога

Ключевые метрики эффективности рекламных кампаний по привлечению подписчиков. Эти показатели помогают контролировать бюджет, оценивать качество трафика и оптимизировать воронку конверсии на каждом этапе.

Метрика	Что показывает	Формула / Как измеряется	Цель / Комментарий
CTR	Привлекательность объявления	$(\text{Клики} / \text{Показы}) \times 100\%$	Оценка качества заголовка и текста объявления
CPC	Стоимость одного клика	$\text{Расход на рекламу} / \text{Кол-во кликов}$	Контроль бюджета
CPA	Стоимость целевого действия	$\text{Расход на рекламу} / \text{Кол-во лидов}$	Эффективность привлечения лидов
CR	Конверсия в целевое действие	$(\text{Лиды} / \text{Клики}) \times 100\%$	Показывает качество трафика и посадочной страницы
ROI	Окупаемость инвестиций	$(\text{Прибыль} - \text{Расходы}) / \text{Расходы} \times 100\%$	Насколько выгодна кампания
Отказы	Качество трафика	% пользователей, покинувших сайт после 1 страницы	Чем ниже, тем лучше
LTV	Доход от клиента за всё время	$\text{Средний доход} \times \text{среднее количество покупок}$	Долгосрочная ценность клиента
CPL	Стоимость лида	$\text{Расходы на рекламу} / \text{Лиды}$	Для контроля стоимости каждого лида
CAC	Стоимость привлечения клиента	$\text{Расходы на рекламу} / \text{Кол-во клиентов}$	Для оценки эффективности продаж через рекламу

Регулярный мониторинг этих показателей позволяет своевременно выявлять проблемные зоны, оптимизировать креативы и настройки таргетинга, а также принимать обоснованные решения о масштабировании успешных кампаний.