

[🏠 > Статистика: оцените эффективность рекламы >](#)[Яндекс.Директ](#) [🔗](#)

Показатели вовлеченных сессий

Показатели вовлеченных сессий

Показатели вовлеченных сессий (ВС) оценивают вероятность целевых действий (покупки, заявки, подтверждение регистрации) на рекламируемом сайте.

Статистика по показателям ВС доступна с 14 июля 2017 года для всех кампаний, в которых рекламируется сайт с установленным счетчиком Метрики.

[Показатели ВС](#)[Применение в анализе кампаний](#)[Прочерки в отчете](#)

Показатели ВС

Сумма ВС

Совокупная оценка конверсионности визитов из Директа. Показатель отражает заинтересованность в товаре или услуге пользователей, кликнувших по объявлению.

С помощью алгоритмов машинного обучения система анализирует сессию пользователя, который перешел по рекламе, и предсказывает вероятность целевых действий на сайте. Прогноз строится на данных о посещаемых страницах сайта, глубине и времени просмотра.

Конверсионность каждой сессии оценивается в баллах от 0 до 1. Баллы по выбранным визитам суммируются. Их суммарное количество может быть дробным.

Цена ВС

Усредненная стоимость конверсии, отношение расходов на рекламу к оценке конверсионности визитов ($\text{Расход} / \text{Сумма ВС}$).

Доля ВС (%)

Эффективность конверсии, отношение оценки конверсионности визитов к общему количеству переходов по рекламе ($\text{Сумма ВС} / \text{Клики} \times 100\%$).

Применение в анализе кампаний

Показатели помогут оценить эффективность кампаний, когда у вас не настроены цели в Метрике или созданные цели не дают представления о результатах работы рекламы.

Если вы используете цель в Метрике для анализа размещения, сравните данные по ней и показателям ВС. В случае, когда по цели трафик в срезе конверсионный, а по показателям ВС нет (или наоборот), проверьте настройки кампании, структуру сайта, цель, по которой измеряется эффективность.

Чтобы узнать, какие форматы объявлений, аудитории, площадки, регионы показов приносят больше целевых визитов, сравнивайте в разных срезах относительные показатели — Цену ВС и Долю ВС (%).

Регулярный анализ показателей ВС поможет понять, что изменить в рекламной кампании или на сайте для улучшения работы рекламы.

Например, для вашей кампании в сетях идут показы объявлений в разных форматах. Сравните статистику по форматам. Данные по Цене ВС и Доле ВС (%) позволяют сделать вывод, что видео эффективно работают для привлечения целевой аудитории. Настройте повышающие [корректировки ставок](#) для объявлений с видео, чтобы увеличить вероятность их показов.

Тип площадки ▲	Форматы	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Сумма ВС ?	Цена ВС, руб. ?	Доля ВС (%) ?
сети	с изображением	3 759 826	18 628	0.50	205 357.88	252	813.81	1.35
сети	с видео	15 463	291	1.88	3 142.10	4.38	713.66	1.51

Прочерки в отчете

В столбцах отчета будут прочерки, если:

- выбранные срезы отчета содержат недостаточное количество кликов для оценки конверсионности визитов. Увеличьте период просмотра статистики, измените группировку данных, выбранные срезы и фильтры;
- в параметрах кампании не указан счетчик Метрики;
- на сайте не установлен счетчик Метрики;
- анализируется кампания с типом Реклама мобильных приложений;
- накопленной статистики по кампании недостаточно для расчета прогноза.

Остались вопросы?

⚠ Внимание. Специалисты отдела клиентского сервиса могут вас проконсультировать только по рекламным кампаниям того логина, с которого вы обращаетесь. Логин можно увидеть в правом верхнем углу экрана. Специалист получит доступ к вашим данным только при обработке обращения.

Написать в WhatsApp

Написать в чат

Позвонить

Написать письмо

© 2015–2024 ООО «Яндекс»