

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

Мало конверсий

## У кампании мало конверсий

На этой странице мы собрали самые распространенные причины, по которым кампания получает мало конверсий, и добавили советы по настройке таких кампаний.

### Настройки Метрики

- Проверьте используемый счетчик: у вас должен быть к нему доступ. Номера счетчика на сайте и в Директе должны совпадать.
- Убедитесь, что цель, используемая для оптимизации кампании, корректно работает. Это можно сделать с помощью [инструкции](#).

Попробуйте самостоятельно совершить конверсию. Убедитесь, что она учтена на счетчике Метрики.

### Достижимость целей

#### Цель для сайта

- Если по выбранной цели совершается меньше 10 конверсий в неделю, попробуйте выбрать цель выше по воронке, чтобы за неделю цель достигалась хотя бы 10 раз — этого достаточно, чтобы алгоритм смог обучиться. Также можно увеличить бюджет или стоимость конверсии.
- Если в настройках стратегии указано, что цель не найдена, проверьте, что ее не удалили в Метрике. Если цель не работает, поправьте ее настройку или выберите иную цель для оптимизации кампании.
- При анализе исторических данных обязательно обратите внимание на выбранную [модель атрибуции](#) — она должна быть такой же, как в настройках кампании.

#### Цель из мобильного приложения

Если в оптимизации вы используете цели по событиям из мобильного приложения:

- Проверьте, что индикатор цели, выбираемой из приложения, зеленый — это значит, что по ней поступают события.
- Если индикатор цели серый — посмотрите правильно ли вы [настроили передачу событий](#) из мобильного приложения.

- Убедитесь, что вы не исключили из показов важную аудиторию (например, аудиторию мобильных устройств).
- Проверьте, что ссылки в объявлении работают по [правильному сценарию](#).

## Цена конверсии

- Проверьте [цену конверсии](#): она должна быть достаточной, чтобы получать конверсии в вашей отрасли. Для анализа вы можете использовать исторические данные. Подробнее о том, [как вычислить оптимальную цену конверсии](#), используя данные статистики.
- Если у вас еще нет накопленной статистики, определите среднюю цену конверсии с помощью стратегии [Максимум конверсий](#) с ограничением только недельного бюджета. Укажите сумму бюджета и одну цель, по которой может накапливаться более 10 конверсий в неделю. Запустите кампанию.

Система будет выкупать как можно больше конверсий за указанный бюджет, то есть получать их как можно дешевле. Чтобы стратегия успевала обучаться, оценивайте результаты и меняйте недельный бюджет не чаще одного раза в две-три недели.

Через две-три недели алгоритм найдет значение, которое вы сможете использовать для настройки целевой цены конверсии. Если определенная таким образом цена конверсии кажется высокой, обратите внимание на качество рекламных материалов (объявлений, страниц перехода), проверьте условия показа.

Следить за конверсиями поможет [Отчет о конверсиях](#).

## Остаток на счете Директа

Убедитесь, что на [общем счете](#) достаточно средств и рекламная кампания работает постоянно. Проверьте ограничение дневного бюджета общего счета. Остановка кампаний из-за недостатка средств ухудшает эффективность алгоритмов оптимизации.

## Что еще можно проверить в кампании

1. Модель оплаты. При недостаточном количестве достижений цели можно попробовать перейти на модель оплаты за клики – так алгоритм получит больше свободы для проведения тестов и сможет обеспечить конверсии. Через несколько недель, если достижений цели будет достаточно, можно перевести кампанию на оплату за конверсии.
2. Недельный бюджет. Его должно хватать на покупку минимум 10 конверсий по самой дорогой цели (если их несколько). Если бюджета недостаточно, увеличьте ограничение.
3. Таргетинги, ограничивающие охват кампании: корректировки ставок, минус-фразы, временной таргетинг, запрещенные площадки, геотаргетинг, условия показа.


4. Статусы модерации. Если какие-то объявления или их части отклонены или ограничены в показах, внесите изменения и отправьте их на повторную проверку.

При проверке кампании посмотрите [рекомендации Директа](#) по повышению эффективности. Они обозначены синим цветом. Директ может подсказать, какие ограничения цены конверсии или бюджета стоит указать, чтобы кампания работала эффективно.

## Узнайте больше

- [Подробное руководство по настройке автостратегий](#) 

## 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