

# **KPI рекламных кампаний**

**способы контроля качества работы агентства**

**Руслан Тумалиев**

**Media Director маркетингового агентства**

**Media108**

# **Как видит статистику хороший маркетолог?**

**AOV**

**CAC**

**CPL**

**CPC**

**CPO**

**CPA**

**CTR**

**ROI**

**CR**

**CPM**

**Как видит статистику  
нехороший 😊 маркетолог?**

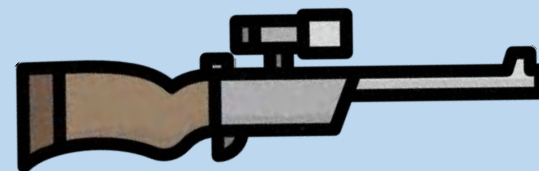
**CPA**

**If you can't  
measure it, you  
can't manage it**



**Peter Drucker**

# Увеличение точности прогнозирования



# Определение реальной эффективности каналов и вложений



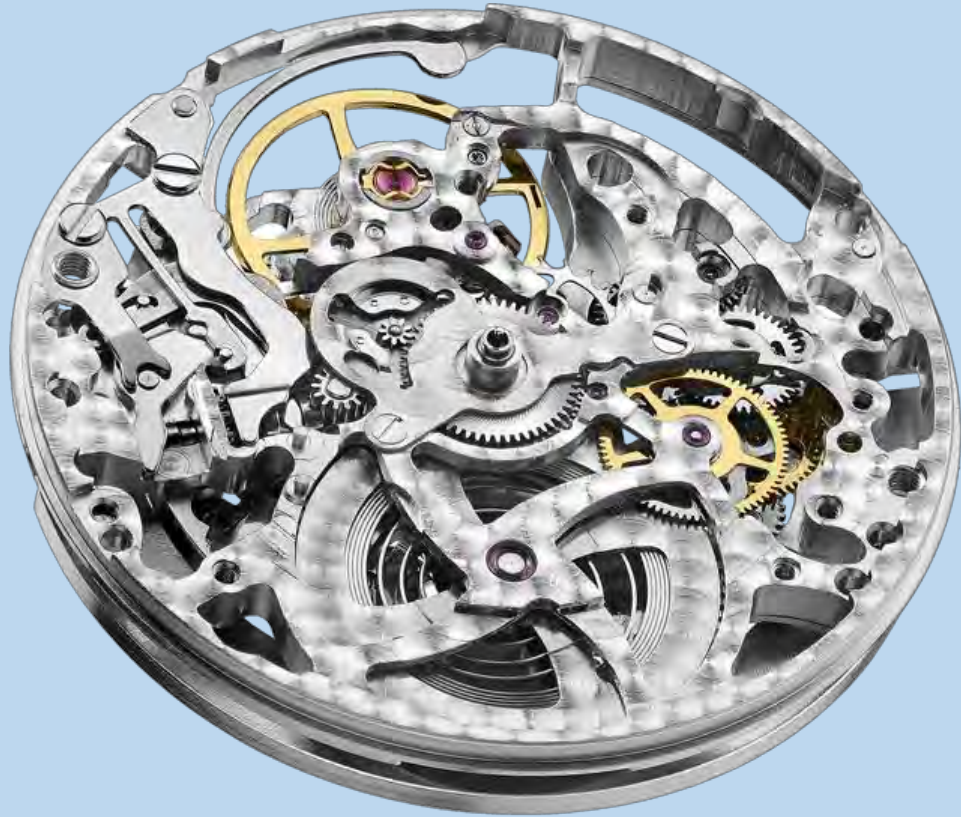


# Сокращение издержек



# Как управлять рекламной кампанией?

**Как видит свою кампанию  
хороший маркетолог?**



**Как видит свою кампанию  
нехороший 😊 маркетолог?**



# Жизненный цикл покупателя в проекции маркетинга



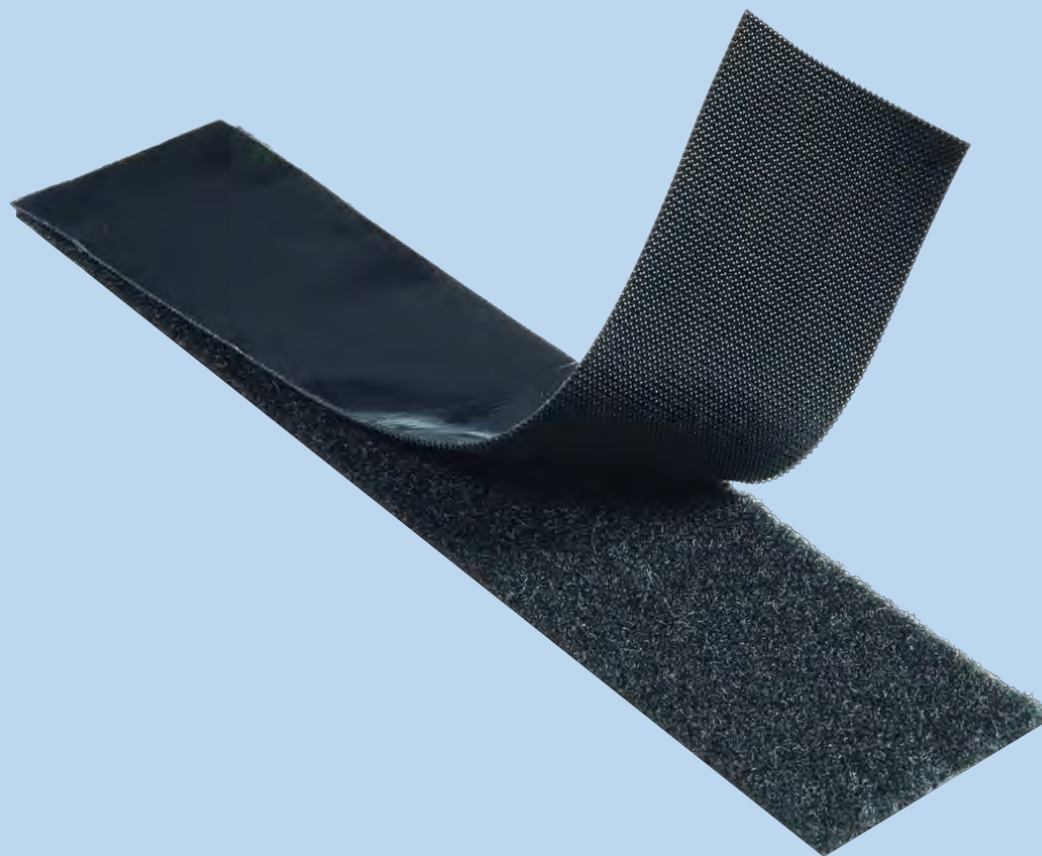
# Декомпозиция



MEDIA

108

?

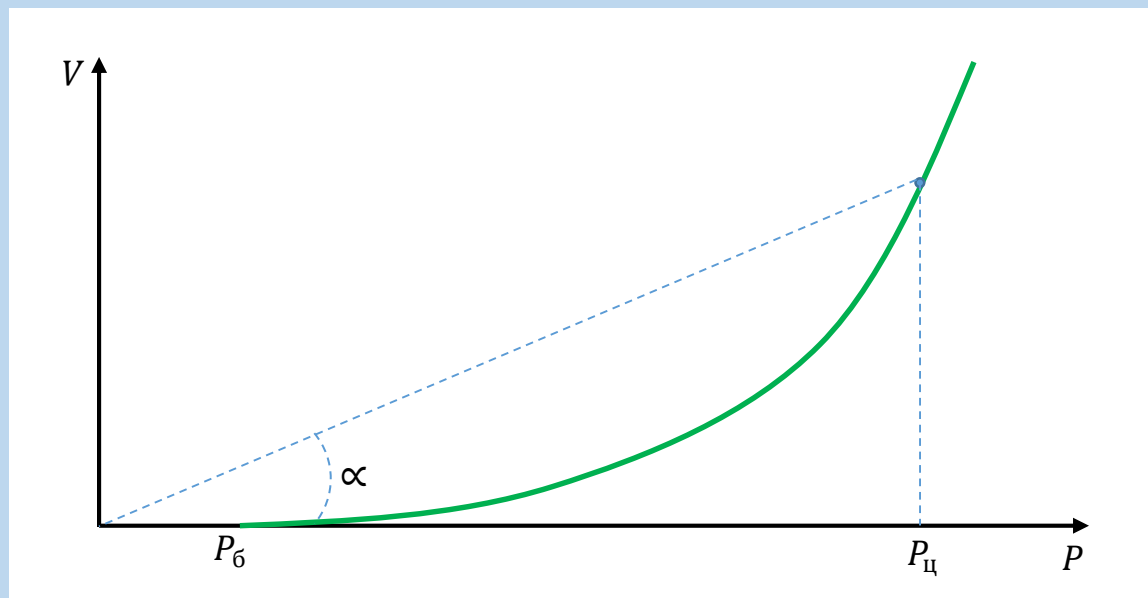


**Какие данные  
запрашивать?**

**!!!Только те, которые вы  
готовы анализировать!!!**

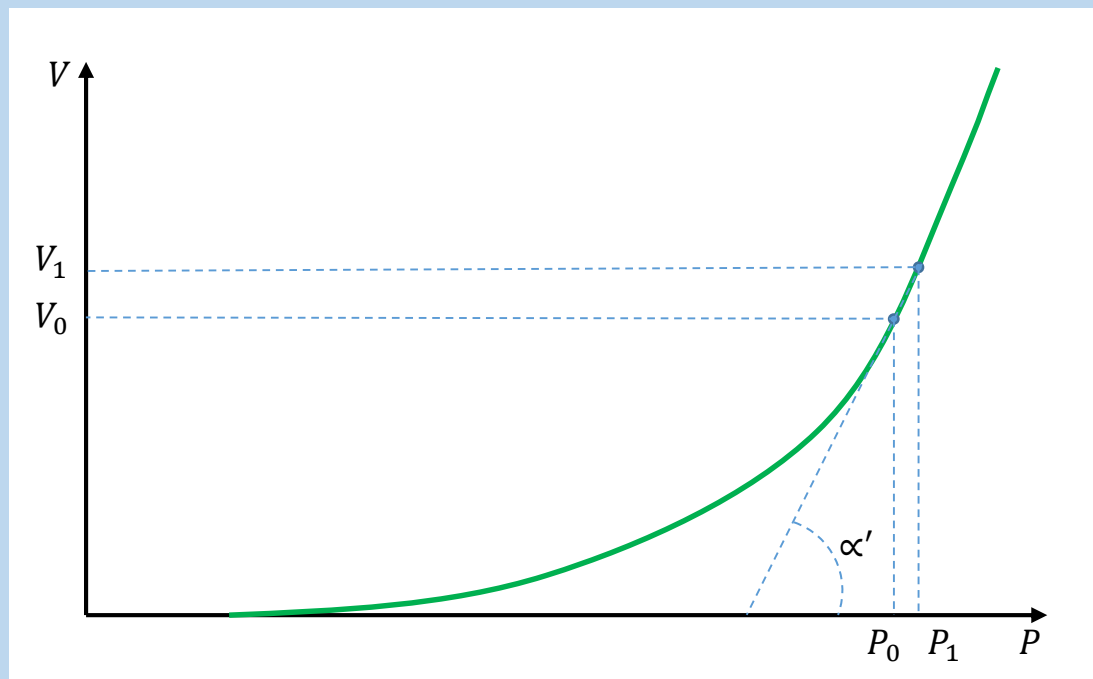
**Отчеты должны быть  
полностью кастомизированы**

# «Схема без рисков»

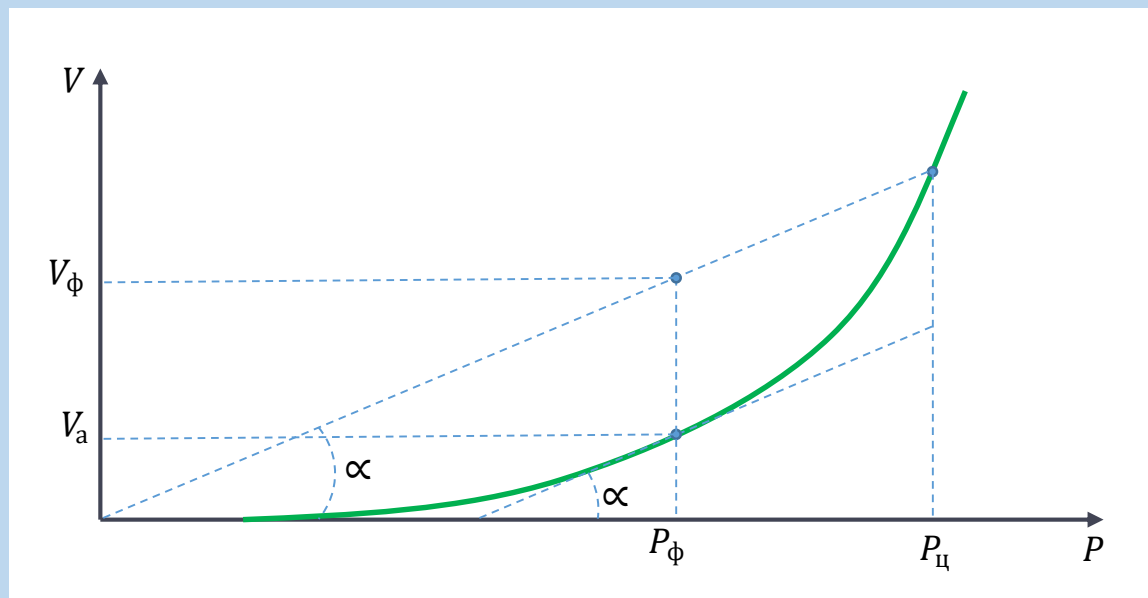


$P$  - средняя стоимость обращения  
 $V$  - объем рекламных затрат

$P_б$  - объем нерекламных обращений  
 $\tan \alpha$  - средняя стоимость обращения







$P_{ф}$  - фактическое количество обращений

$V_{ф}$  - потраченный бюджет

$(V_{ф} - V_a)$  - маржинальность агентства

$(P_{ц} - P_{ф})$  - недобор обращений

# Схема без рисков

**Доход агентства на 100% зависит  
от решения основной бизнес  
задачи клиента**