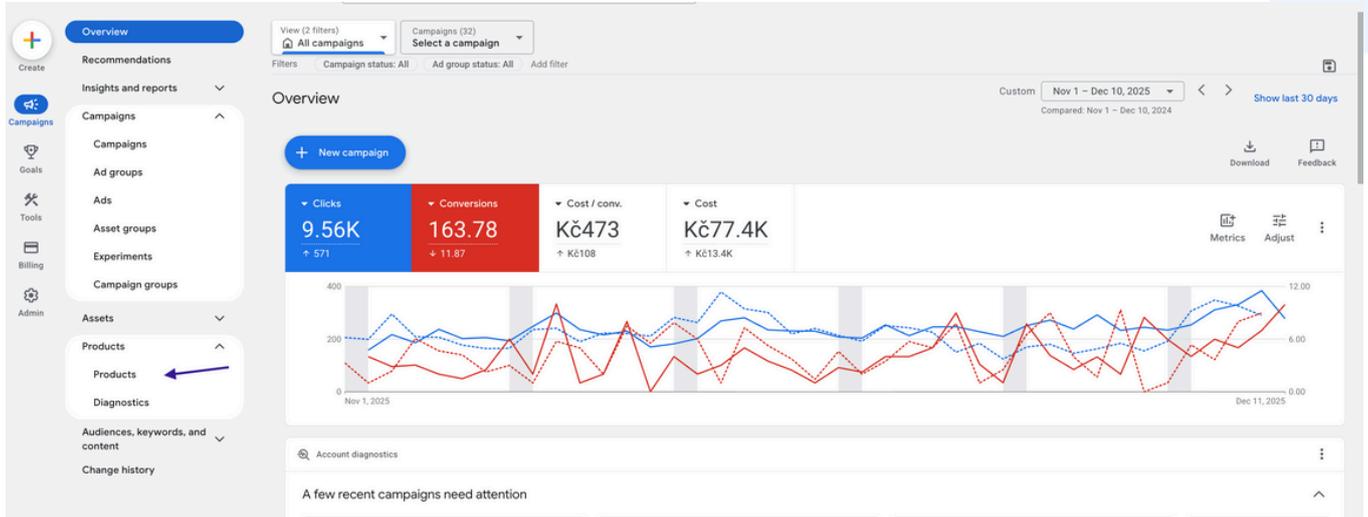


# Google Ads: куди йдуть гроші — інструкція на 5 хвилин

GETPROFIT

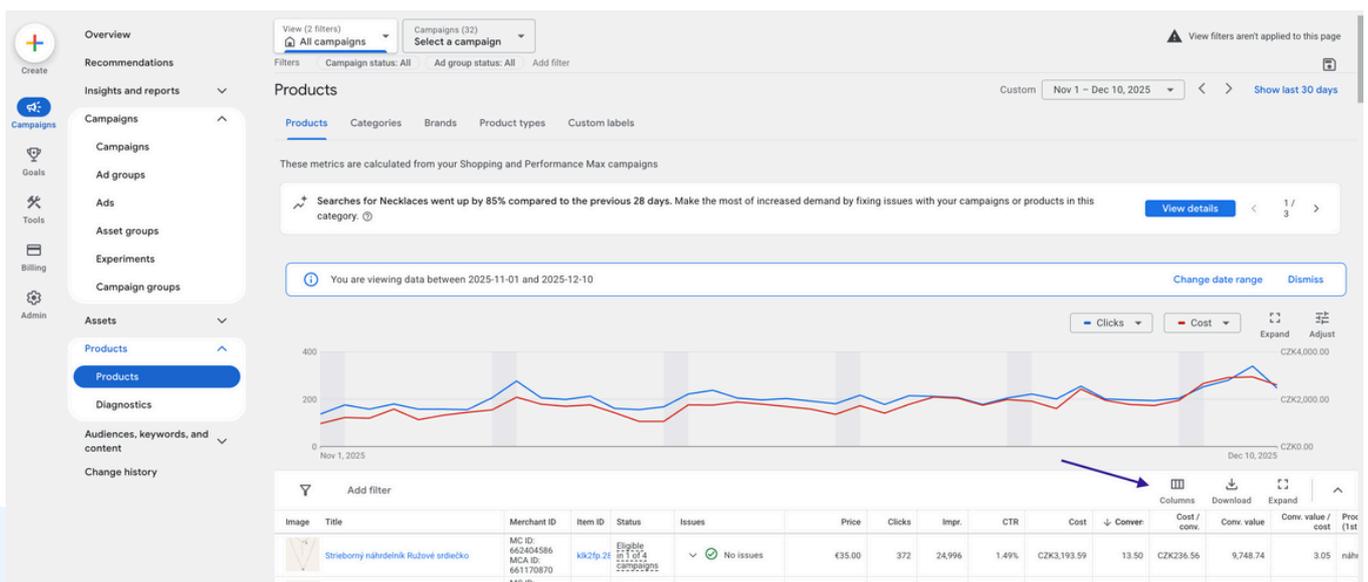
1

Зайдіть у свій акаунт Google Ads. Унизу ліворуч є вкладка «Products». Натисніть на неї — і ще раз на «Products».

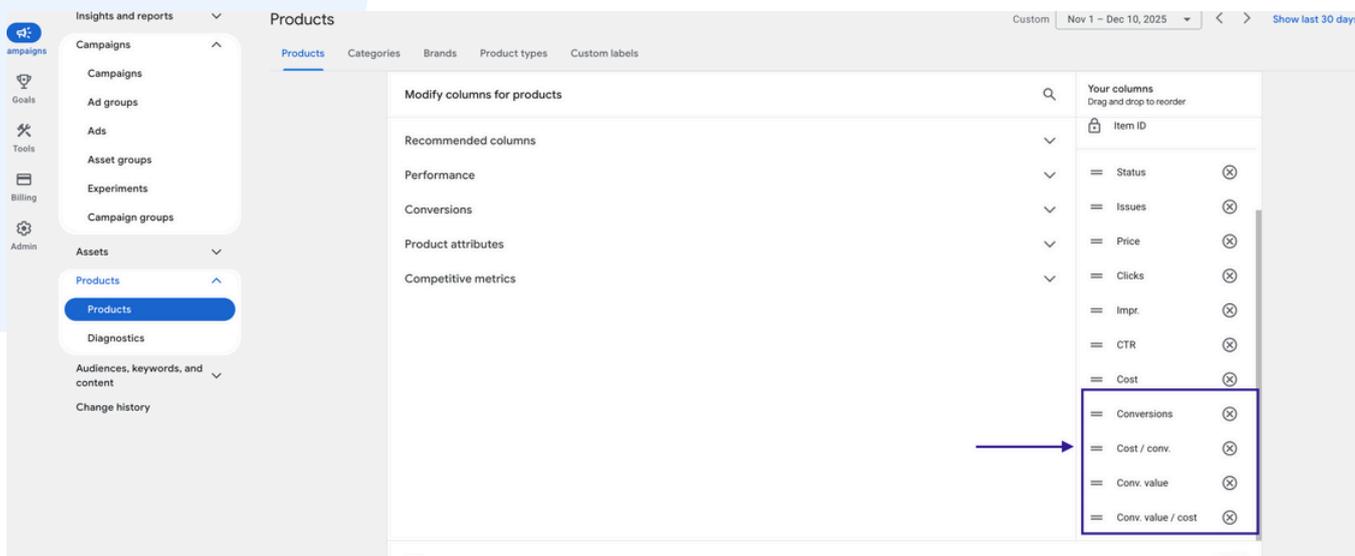


2

У цьому звіті потрібно налаштувати та додати основні показники: **Cost, Conversions, Cost/Conv., Conv. Value, Conv. Value/Cost.**



Це ключові метрики, за якими ви можете визначити: **скільки витратив кожен товар, скільки приніс продажів, наскільки вигідно був витрачений бюджет на конкретний продукт — і чи був результат** за вибраний період.

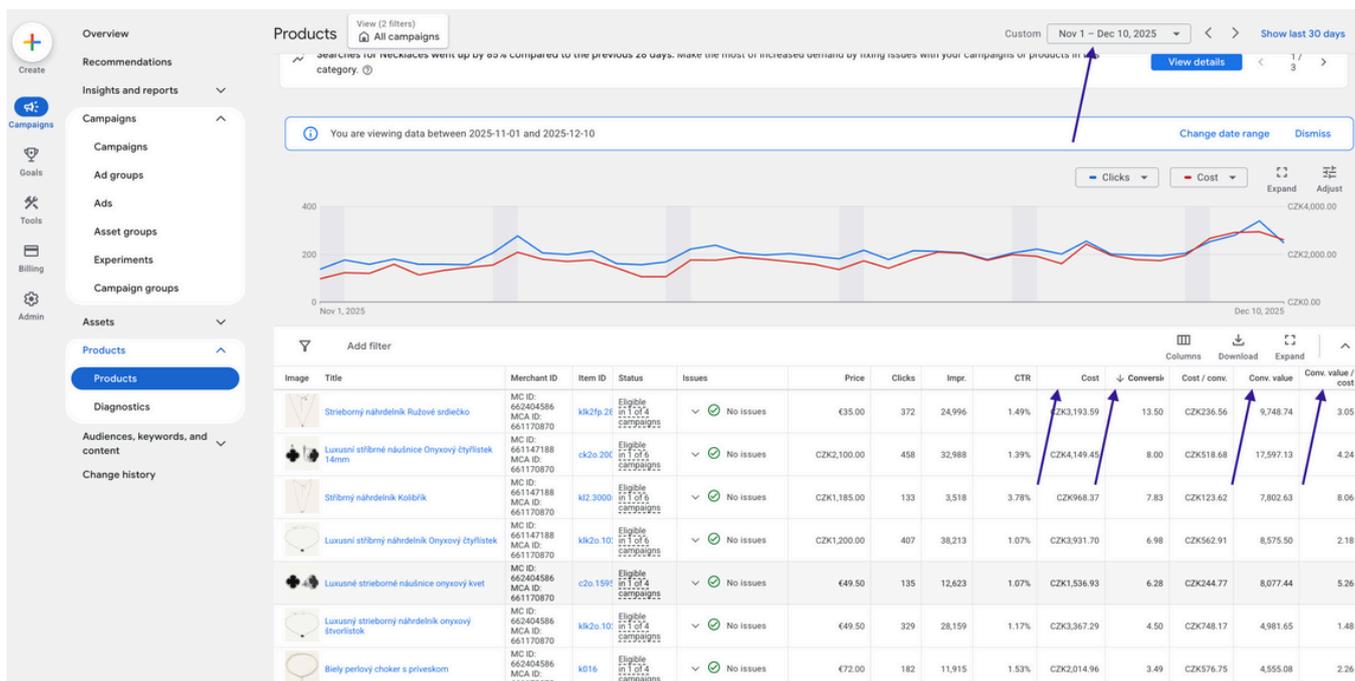


Ви можете застосовувати фільтри, щоб, наприклад, побачити:

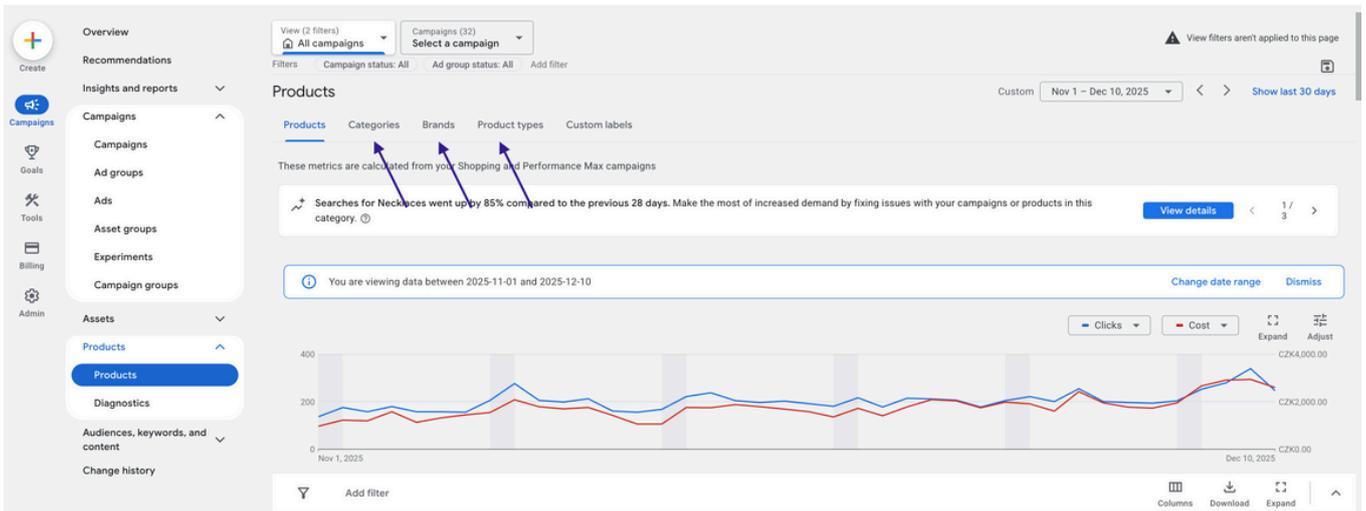
- які товари принесли найбільше продажів або виручки;
- які товари витратили найбільше бюджету.

У полі над списком товарів ви можете додавати фільтри за показниками продуктів.

**Наприклад:** товари, які принесли більше ніж **1 конверсію**, або витратили більше ніж **200 грн**.

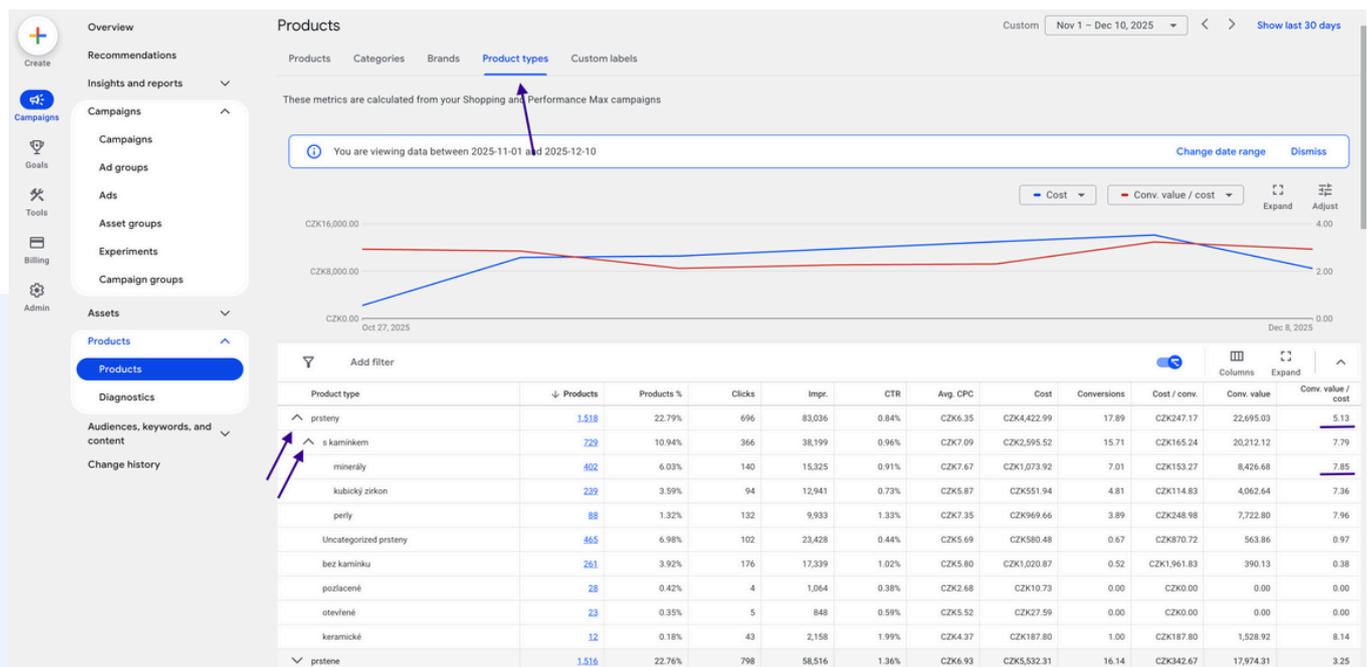


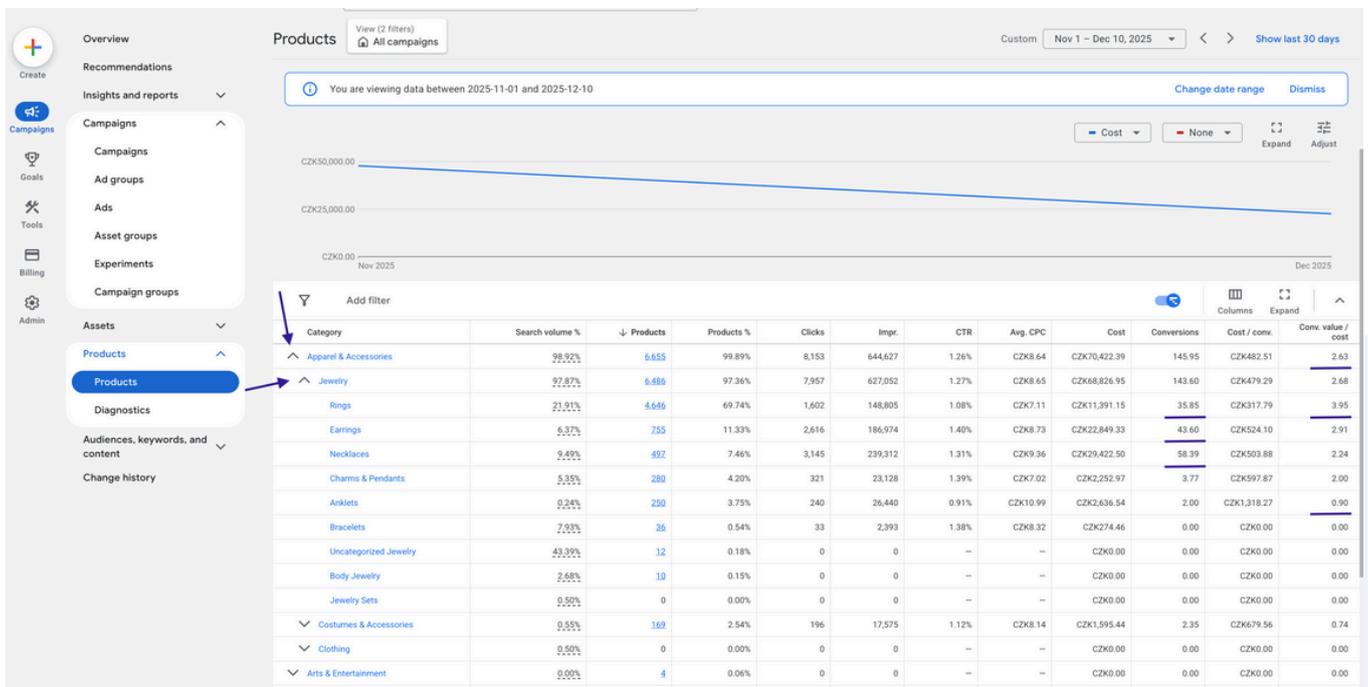
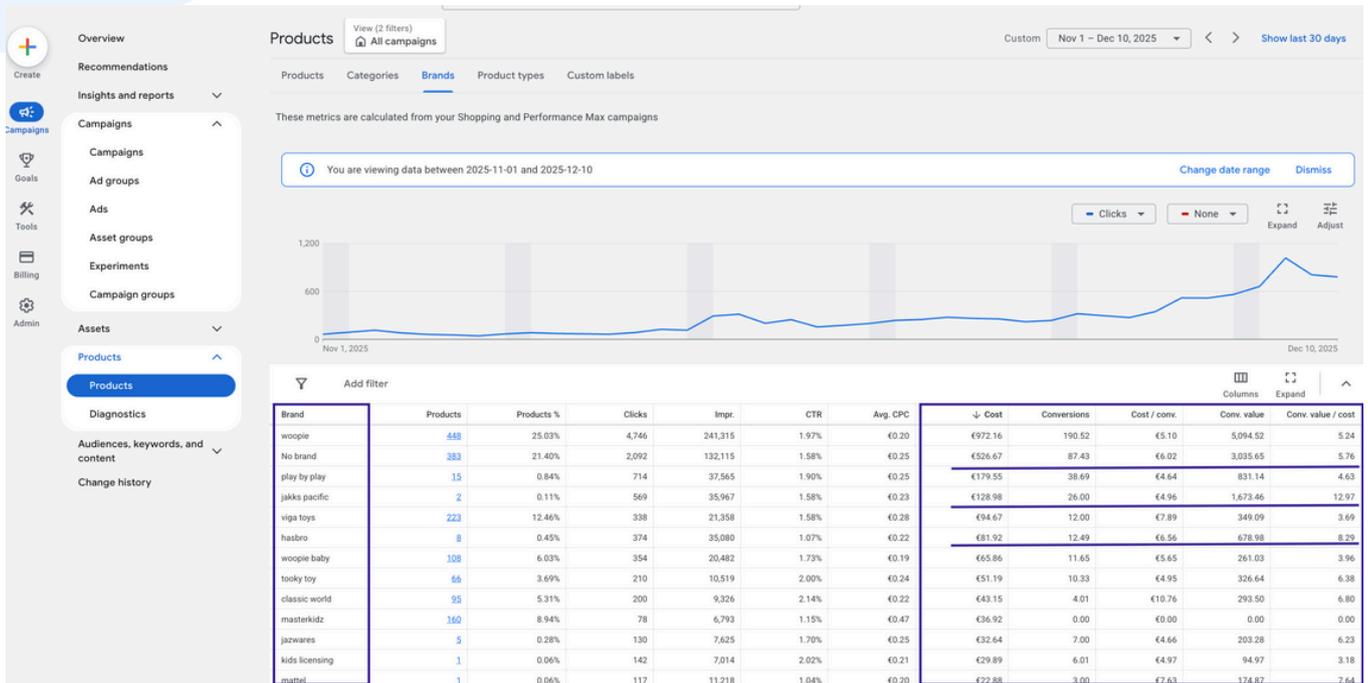
Зверху є можливість перейти до структури асортименту й детально подивитися показники за категоріями, брендами, Google Category — а також скільки товарів у кожній групі.



Якщо натиснути на кількість товарів, Google відфільтрує їх і покаже дані по всіх продуктах цієї групи.

Так ви зможете швидко побачити, що приносить прибуток, а що «зливає» бюджет.





Якщо ви налаштовували Custom Label (власні мітки товарів), то можете аналізувати дані й за ними. Які мітки ми рекомендуємо налаштовувати:

- за ціною товару,
- за наявністю/доступністю,
- за діапазоном маржинальності,
- за акціями.

Custom label	Products	Products %	Clicks	Impr.	CTR	Avg. CPC	Cost	Conversions	Conv. value	Conv. value / cost
Custom label 2	44,174	100.00%	19,256	1,065,787	1.81%	UAH4.61	UAH88,752.50	793.31	397,686.41	4.48
up to 500	26,970	61.05%	13,027	685,400	1.90%	UAH3.87	UAH50,420.59	617.00	236,022.15	4.68
up to 70	10,026	22.70%	0	18	0.00%	—	UAH0.00	0.00	0.00	0.00
up to 1000	4,458	10.09%	3,155	195,829	1.61%	UAH5.30	UAH16,713.37	107.65	68,299.12	4.09
up to 2000	1,618	3.66%	2,356	128,556	1.83%	UAH5.36	UAH12,621.23	59.66	67,260.14	5.33
up to 5000	822	1.86%	531	42,021	1.26%	UAH11.55	UAH6,132.81	7.00	14,802.00	2.41
more than 5000	280	0.63%	187	13,963	1.34%	UAH15.32	UAH2,864.50	2.00	11,303.00	3.95
price_gte_120	0	0.00%	0	0	—	—	UAH0.00	0.00	0.00	0.00
price_lt_120_gte_90	0	0.00%	0	0	—	—	UAH0.00	0.00	0.00	0.00
price_lt_90	0	0.00%	0	0	—	—	UAH0.00	0.00	0.00	0.00
Custom label 3	44,174	100.00%	19,256	1,065,787	1.81%	UAH4.61	UAH88,752.50	793.31	397,686.41	4.48
Custom label 0	24,094	54.54%	9,960	547,728	1.82%	UAH4.80	UAH47,852.70	402.24	221,357.40	4.63
Custom label 1	11,020	24.95%	16,514	839,901	1.97%	UAH4.29	UAH70,778.07	703.47	355,248.18	5.02
Custom label 4	88	0.20%	20	2,064	0.97%	UAH9.77	UAH195.32	0.00	0.00	0.00
No custom label	0	0.00%	0	0	—	—	UAH0.00	0.00	0.00	0.00

Переглянувши всі ці «кластери», ви можете помітити, що по частині товарів не заповнені важливі атрибути — наприклад Brand, Google Category або Product Type.

**Це критично:** варто прагнути, щоб структура була максимально заповнена і таких прогалів не було.

Інакше можна зробити хибні висновки щодо ефективності окремих груп товарів.