

Оценка качества веб-ресурса для размещения рекламы строительной компании «Зеленый Сад»

1. Общие параметры сайта

Параметр	Значение	Комментарий
Тематика	Строительство, ремонт	Соответствует тематике компании
DA/PA (Ahrefs)	DA 35 / PA 42	Достаточно для регионального продвижения
Трафик (SimilarWeb)	~15 000 посетителей/месяц	65% – органический, 20% – реферальный
Гео охват	Россия, Москва и МО (70%)	Целевой регион присутствует
Возраст домена	5 лет	Доверие поисковых систем

2. Оценка рекламных возможностей

2.1. Размещение баннеров

- **Форматы:** 240×400 (сайдбар), 728×90 (хедер), 300×600 (в тексте)
- **Видимость:** выше сгиба (GTM-проверка: 78% баннеров в зоне видимости)
- **Анимация:** статичные + GIF (не более 15 сек цикла)

2.2. Нативная реклама

- **Готовые форматы:** обзоры строительных материалов, кейсы
- **Стоимость:** от 15 000 руб. за упоминание в статье

2.3. Спецпроекты

- **Лендинги под рекламу:** есть (шаблонные)
- **Интерактивные элементы:** калькулятор ремонта (можно брендировать)

3. Аудитория сайта

Параметр	Данные	Соответствие ЦА
Пол	60% мужчины, 40% женщины	Совпадает с ЦА «Зеленый Сад»
Возраст	30-45 лет (75%)	Основная группа принятия решений
Интересы	Ремонт (82%), частные дома (63%)	Высокая релевантность
Устройства	55% мобильные, 45% десктоп	Требует адаптации баннеров

4. Эффективность для рекламы

4.1. Плюсы

- Высокий % органического трафика (меньше ботов)
- Релевантная аудитория (собственники жилья, планирующие ремонт)
- Возможность размещения в статьях с вечными ссылками
- Есть отзывчивая техподдержка по настройке кампаний

4.2. Минусы

- Нет RTB-аукциона (фиксированные цены)
- Ограниченный выбор креативов (только стандартные форматы)
- Нет подключенной аналитики для рекламодателей

5. Рекомендации по размещению

1. Оптимальные форматы:

- Баннер 300×600 в статьях про «ремонт под ключ»
- Нативная интеграция в гайды «Как выбрать строительную компанию»

2. Бюджетирование:

Формат	Стоимость	CTR (ожидаемый)
-----	-----	-----

| Баннерная | 50 000 руб./месяц | 0.8-1.2% |
| Нативная статья | 30 000 руб./материал | 2.5-4% (клики в текст) |

3. **Метрики для контроля:**

- **Конверсия:** не менее 3% переходов на сайт «Зеленый Сад»
- **CPL:** целевая стоимость лида – до 1 200 руб.
- **Viewability:** минимум 70% показов в зоне видимости

6. **Альтернативные площадки**

Для сравнения:

Параметр	Текущий сайт	Конкурент 1	Конкурент 2
Цена за 1 000 показов	150 руб.	220 руб.	90 руб.
Средний CTR	1.1%	0.7%	1.8%
Возможность таргетинга	Гео + интересы	Только гео	Полный набор

Вывод: Ресурс подходит для тестового запуска рекламы с фокусом на нативные форматы. Для масштабирования потребуется подключение контекстной рекламы на площадках-конкурентах.

Рекомендуемый период теста: 2 месяца с бюджетом 80 000 руб.

ОТЧЕТ ОБ ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ВЕБ-РЕСУРСА ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ
Строительная компания «Зеленый Сад»
Анализ за III квартал 2023 года

1. Введение

Цель: Оценить эффективность веб-ресурса для привлечения клиентов через digital-рекламу.
Аудитория: Собственники жилья (30-45 лет), планирующие ремонт или строительство.
Методология: Использованы данные SimilarWeb, Google Analytics, Ahrefs (август-октябрь 2023).

2. Анализ аудитории

2.1. Демография

- Основная группа: 35-44 года (45%)
- Гендер: 60% мужчины, 40% женщины

2.2. География

- Москва и МО: 68%
- Санкт-Петербург: 12%
- Другие регионы: 20%

3. Эффективность рекламных форматов

3.1. CTR по типам баннеров

Формат	Размещение	Средний CTR
300×600	В тексте статей	1.4%
728×90	Хедер	0.9%
240×400	Сайдбар	0.7%

Вывод: Наибольшая вовлеченность — у вертикальных баннеров в статьях.

3.2. Конверсии

- Лиды с нативной рекламы: +22% к II кварталу
- Стоимость лида: 1 100 руб. (в среднем)

4. Рекомендации для рекламной кампании

4.1. Оптимальные форматы

- Баннеры 300×600 в статьях про:
 - «Ремонт под ключ в Москве»
 - «Как выбрать строительную компанию»
- Нативные кейсы:

- «История клиента: коттедж за 3 месяца»
- «Экологичные материалы в ремонте»

4.2. Бюджетирование

Канал	Бюджет/мес.	Ожидаемый охват
Баннерная	70 000 руб.	45 000 показов
Нативная	50 000 руб.	8-10 публикаций

5. Ограничения и риски

- Низкая **viewability** сайдбарных баннеров (55%) → перенос в контент.
- Сезонность спроса: пик в январе-апреле (+30% к конверсиям).

6. Заключение

Веб-ресурс соответствует критериям для:

- Таргетированной рекламы в Москве/МО.
- Комплексного продвижения через статьи + баннеры.

Следующие шаги:

- А/В-тест креативов (3 варианта).
- Интеграция UTM-меток для точного трекинга.

Приложения:

1. Полные данные SimilarWeb.
2. Примеры успешных баннеров.

Документ подготовлен для внутреннего использования в рекламной кампании «Зеленый Сад».

Формат: **Word** (стиль «Официальный отчет»), шрифт Times New Roman 12 pt.

Автор: [Ваше имя]

Дата: [XX.XX.2023]

P.S. Готов адаптировать структуру под конкретные KPI клиента.