

Чек-лист: Аналитика и разбор магазина в Avito Pro

Как читать статистику правильно и управлять результатом, а не просто «смотреть цифры»

Введение

Большинство пользователей Авито, даже бизнес-аккаунты, не умеют правильно читать аналитику.

Они заходят в «Статистику», видят падение просмотров или рост цены контакта — и сразу “доливают” бюджет, включают платные услуги, не разбираясь, где именно узкое место.

Результат: деньги сливаются, а реальная эффективность не растёт.

Чтобы этого не было, важно понимать:

- Вся аналитика на Авито строится **вокруг пяти основных инструментов**:
 1. **Статистика** — общая динамика (просмотры, контакты, цена контакта).
 2. **Детализация** — анализ по объявлениям, регионам, дням.
 3. **Расходы** — связь бюджета и результата.
 4. **Аналитика спроса** — SEO и выбор направлений.
 5. **Операции** — финансовая проверка и контроль расходов.

Главная цель анализа — **понять поведение трафика**, найти закономерности и принимать решения: где оставить платные, что

выключить, какие объявления переработать, куда переносить бюджет.

- Без системного анализа вы не управляете магазином, вы “кормите” платформу.
 - С системным анализом — вы точно знаете, что даёт прибыль, а что просто съедает деньги.
-

Основные принципы аналитики Авито Pro

1. Не оценивай в лоб.

Любая стрелка (зелёная/красная) сравнивает с предыдущим таким же периодом.

Если сегодня вторник, а сравнение идёт с прошлой неделей, но там был праздник — данные искажены.

2. Смотрим в связке:

- Просмотры → Контакты → Конверсия → Средняя цена контакта.
- Нельзя судить по просмотрам отдельно — они ничего не значат без конверсии.

3. Контекст — решает.

Любое падение или рост оценивается вместе со спросом (праздники, сезон, акции конкурентов, повышение тарифов Авито).

4. Еженедельный аудит — обязательный.

Только динамика даёт понимание тенденций, а не разовые “скачки”.

1. Подготовка: как настроить аналитику правильно

1. Открой **Avito Pro** → **Аналитика** → **Статистика**.
2. Выстави период:
 - 7–14 дней — для быстрой диагностики.
 - 30 дней — для системных выводов.
 - 90+ дней — для трендов и сезонности.
3. Включи фильтры: категория, город, активные объявления.
4. Сохрани фильтры под задачи: «Москва-услуги», «Регионы-товары» и т.п.
5. Сверх период сравнения: он должен быть **идентичным по дням недели и длительности**.

Важно: большинство ошибок анализа — из-за того, что сравнивают праздники с обычной неделей или разные месяцы по длине.

2. Что посмотреть в разделе «Сводка»

Цель раздела — оценить общую динамику.

Здесь ты видишь:

- просмотры,
- контакты,
- добавления в избранное,
- среднюю цену контакта/просмотра,

- активные объявления.

Как читать:

- Рост просмотров без роста контактов → проблема в контенте или цене.
- Цена контакта растёт при том же количестве контактов → падает конверсия карточки.
- Просмотры упали, но конверсия растёт → норм, трафик стал целевее.

Что делать:

- Не повышай ставки, пока не проверишь заголовки, фото и оффер.
 - Сравни “просмотры и контакты” по дням: иногда спад связан с отключением платных.
 - Всегда держи в фокусе **цену контакта** — это реальная метрика эффективности.
-

3. «Детализация»: главный инструмент анализа

Это самый важный раздел.

Только здесь можно понять, что именно даёт результат, а что “жжёт бюджет”.

Настрой фильтры:

- Период: месяц или квартал.

- Показать поля: просмотры, контакты, конверсия, цена контакта, звонки, сообщения, избранное.

Что искать:

1. **Локомотивы** — объявления, которые дают стабильные контакты при адекватной цене.
 - Конверсия $\geq$ среднеаккаунтной, цена контакта $\leq$ средней.
 - Эти объявления масштабируй (дублируй по регионам, усиливай платными).
 2. **Провалы** — много просмотров, а контактов нет.
 - Проверь: заголовок, текст, цена, фото, категория.
 - Либо перерабатывай, либо снимай с продвижения.
 3. **Анализ каналов** — что преобладает: звонки или сообщения.
 - Если звонки — усиливай СТА «Позвоните», крупный номер, удобные часы.
 - Если чаты — добавь быстрые ответы, бонус за сообщение (“скину прайс”, “дам консультацию”).
-

4. «Расходы»: где деньги и что они дают

1. Смотри динамику по дням, неделям, месяцам.
2. Сопоставь расходы с контактами и ценой контакта.

- Если рост бюджета не дал роста контактов → проблема не в ставках, а в контенте.
3. Учитывай изменения тарифов Авито — иногда “рост цены контакта” связан с новой ценовой сеткой, а не с просадкой объявления.

Формула проверки эффективности:

Рост расходов → Рост контактов → Снижение средней цены контакта = всё ок.

Если нет → переработай объявления, а не бюджет.

5. «Аналитика спроса»: инструмент SEO и планирования

Этот раздел — твой источник данных о том, **что реально ищут пользователи.**

Именно отсюда нужно брать ключевые слова для заголовков и текстов.

- Всегда включай «**точный поиск**», иначе система смешивает фразы.
- Проверяй спрос по регионам: запрос “карга” в Москве и в Перми — это разные миры.
- На основе данных формируй приоритеты по городам и бюджетам.

Пример: если “ремонт кухни” в Самаре ищут 1200 раз, а в Саратове 200 — нет смысла ставить туда одинаковые ставки и бюджеты.

6. «Операции» и «Целевые действия»: контроль финансов

Операции

Показывают, куда уходят деньги.

- Проверяй списания, статусы услуг, ошибки или несанкционированные траты.
- Если видишь “лишние списания” — фиксируй и передавай менеджеру Авито.

Целевые действия

Отчёт по “оплате за звонок/сообщение”.

- Используй, если включена такая модель.
 - Оспаривай нецелевые обращения (боты, случайные клики).
-

7. Как находить “сжигающие” объявления

1. В «Детализации» отсортируй по **просмотрам**.
2. Сравни с контактами.
3. Если 1000 просмотров и 0 контактов — объявление “жжёт бюджет”.
4. Проверка:
 - Тема не в спросе? → смени заголовок и подачу.
 - Фото не вызывает доверия? → замени.
 - Цена выше рынка? → протестируй скидку.

Делай это минимум раз в неделю. Лучше — дважды: понедельник и четверг.

8. Что считать нормой

- Конверсия просмотров в контакт: **2–4%** — уже хорошо.
 - Если меньше 1% — карточка слабая.
 - Если выше 6% — отличная карточка, можно масштабировать.
 - Средняя цена контакта зависит от ниши, но следи, чтобы она снижалась при росте конверсии.
-

9. Еженедельный регламент анализа

Каждый день:

- Проверяй “Сводку” по активным объявлениям.
- Снимай показатели по просмотрам, контактам, цене контакта.
- Отключай объявления, которые “сжигают просмотры”.

Каждый понедельник:

- Проходи “Детализацию” и “Расходы”.
- Определи:
 - топ-5 лидеров (масштабировать),
 - топ-5 аутсайдеров (переработать/снять).
- Проверь “Операции” на ошибки списаний.
- Составь краткий отчёт:

- сколько контактов,
- средняя цена контакта,
- какие гипотезы сработали,
- что тестируем дальше.

10. Типовые ошибки анализа (и как их избежать)

Ошибка	Почему это критично	Что делать
Смотрят только на просмотры	Не отражает реальную отдачу	Смотри конверсию и цену контакта
Решения по 1–2 дням данных	Случайные колебания	Минимум неделя открутки
Не учитывают сезонность	Спад кажется «провалом»	Сравнивай с прошлым годом или аналогичным периодом
Оценка без фильтров	Размытые данные	Разделяй по категориям, регионам, объявлениям

Игнорируют расходы	Теряется понимание эффективности	Сопоставляй с ценой контакта и ROI
-----------------------	--	---------------------------------------

11. Главный вывод

Avito Pro — а **аналитическая система**.

Её цель — показать, какие ваши действия приносят результат, а какие “съедают” деньги.

Когда ты работаешь по этому чек-листу, ты:

- контролируешь каждое объявление как отдельный источник трафика;
- видишь, где окупаются платные услуги, а где нет;
- держишь под контролем юнит-экономику;
- можешь масштабировать только эффективные позиции.