Чек-лист запуска рекламной кампании с контролем ACOS и ROAS

Пройдите по каждому пункту, чтобы начать торговлю на маркетплейсе уверенно и без ошибок:

Проверьте “готовность” карточек.
• CTR ≥ 1 %, конверсия ≥ 4 %, не менее 10 отзывов с рейтингом 4,5 +. Без базовых метрик реклама только «съест» бюджет.

Соберите юнит-экономику.
• Себестоимость + логистика + комиссия = полная себестоимость (C).
• Желаемая наценка → розничная цена (P).
• Break-even ACOS = (C / P) × 100 %. (Пример: C = 600 ₽, P = 1 000 ₽ → точка безубыточности 60 %).
• Целевой ROAS = 1 / (ACOS % / 100).

Определите цель кампании.
• Запуск новинки → приоритет охват, допускаем ACOS ≈ Break-even.
• Ускорение оборачиваемости → ACOS ≤ (Break-even – 5 %).
• Масштабирование хита → ROAS ≥ 5–6, ACOS ≤ 15 %.

Подготовьте семантику.
• 5–7 точных ключей (конвертируют) + 10–15 широких (охват).
• Сразу занесите нерелевантные запросы в минус-слова.

Настройте кампанию.
• Формат «Поиск/Категория» (Ozon) или «РК» (WB).
• Бюджет на тест: 1 000–1 500 ₽ в день.
• Ставка на старте: +10 % к рекомендуемой — ниже рискуете не показаться.

Запустите и дайте алгоритму «учиться» 3–5 дней.
• Не выключайте кампанию даже при высоком ACOS — собираются данные для оптимизации.

Ежедневный контроль после запуска.
• Показов/кликов < ожиданного → поднимите ставку.
• ACOS одного ключа > Break-even на 30 % → ставку режем или ставим минус-слово.
• CTR < 0,4 % → замените первое фото или переформулируйте заголовок.

Оптимизация на 7-й день.
• Оставьте ключи с лучшим ROAS, остальные отключите.
• Снизьте CPA-лимит «Оптимизации по продажам» (Ozon) на 5 % и смотрите, держится ли конверсия.

Масштабирование.
• ACOS стабильно ≤ целевого значения две недели? Увеличиваем дневной бюджет на 20 %.
• ROAS падает более чем на 10 % после роста бюджета — возвращаемся к прежней сумме.

Еженедельный отчёт.
• Экспортируйте расходы, клики, продажи; сводите с CRM.
• Сравните органику прошлой недели: рост позиций / продаж без рекламы = правильная ставка кампании.

Готово: реклама запущена, расходы под контролем, а показатели ACOS и ROAS используются как чёткие «светофоры» — когда увеличивать ставки, а когда притормозить бюджет.

позвоните нам

8(800) 302-40-34