

Какую цифру отдавать автостратегии

Директ просит маржу с конверсии: средний доход с заказа за вычетом переменных затрат, без расходов на рекламу. Считайте по группам, а не в среднем по магазину.

Ваши товарные группы

Группа	Средний чек	Маржинальность	Маржа с заказа

Маржа с заказа = средний чек × маржинальность. Расходы на рекламу в эту цифру не входят: их стратегия вычтет сама.

Почему это не средняя по магазину

Модельный каталог, бюджет 400 000 Р в месяц. Передали доход: выручка 2 191 930 Р, ROAS 548%, прибыль после рекламы –17 278 Р. Передали маржу по группам: выручка 1 802 095 Р, ROAS 451%, прибыль 117 114 Р. Разница 134 392 Р в месяц при том же бюджете, и все отчётные метрики во втором случае выглядят хуже.

Для ориентира: модельный каталог статьи

Группа	Чек	Маржинальность	Маржа с заказа	Доля бюджета
Крупная техника	68 000 Р	8%	5 440 Р	18%
Средний сегмент	14 000 Р	22%	3 080 Р	28%
Аксессуары	2 400 Р	45%	1 080 Р	54%

Порог запуска по справке Директа

Недельный бюджет рекомендуется не меньше десяти марж с конверсии и должен давать не менее десяти конверсий в неделю. На модельном каталоге средневзвешенная маржа 1 331 Р, значит от 13 315 Р в неделю, около 57 254 Р в месяц.

Формальный минимум справки 300 Р в неделю означает лишь, что кампания запустится. Обучение занимает 7-14 дней.

Режим «Доля от дохода» требует настроенной передачи ценности конверсии из Метрики, мобильного трекера или источника офлайн-конверсий. Без неё режим не включится.

Первые четыре недели

До запуска	Маржа по каждой группе, а не средняя по магазину	☐
До запуска	Проверить передачу ценности в Метрику	☐
Неделя 1	Настройки не трогать: стратегия учится 7-14 дней	☐
Неделя 2	Сверить конверсии в кабинете с заказами в CRM	☐
Неделя 3	Первый разбор по группам, прибыль считать по марже	☐
Неделя 4	Решение о марже; где нет статистики, задать вручную	☐
Ежеквартально	Пересмотр маржи и обязательно при смене закупочных цен	☐