

## Рекламная статистика

Задание 1 / 3

Прочитайте текст «Рекламная статистика», расположенный справа. Отметьте в таблице нужные варианты ответа. Вы можете воспользоваться **калькулятором**, расположенным выше.

Андрей разместил в интернете рекламу своего товара и по завершении показов получил рекламную статистику в виде воронки, расположенной справа на рисунке.

Какие выводы можно сделать по итогам сбора статистики?

Отметьте **один** ответ в каждой строке.

Утверждение	Верно	Неверно
Воронка предоставляет информацию о показателе кликабельности.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
С помощью воронки можно вычислить частоту показов рекламы.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
По воронке можно сказать, что реклама Андрея сработала хорошо.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Зная стоимость рекламы, Андрей может посчитать стоимость клика по баннеру.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## РЕКЛАМНАЯ СТАТИСТИКА

Многие продавцы размещают в интернете рекламу своих услуг и товаров в виде баннера (графического изображения с информацией). По завершении показов рекламы формируется статистика по размещению. Статистические данные собираются автоматизированной системой и учитывают результаты обработки показов и кликов пользователей.

В статистике, в том числе, представлены следующие данные:

*Частота показов* – среднее количество показов баннера на одного пользователя за определённый период. *Стоимость клика* – частное стоимости рекламы и числа кликов по баннеру:

$$\text{стоимость клика} = \frac{\text{стоимость рекламы}}{\text{количество кликов}}$$

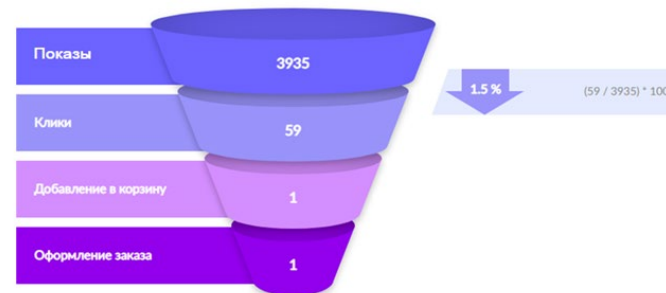
*Показатель кликабельности* – процентное отношение числа кликов по баннеру к числу показов:

$$\text{показатель кликабельности} = \frac{\text{количество кликов}}{\text{количество показов}} \times 100 \%$$

Внимание! Показатель кликабельности обычно округляют до десятых долей.

Считается, что рекламная кампания сработала хорошо, если показатель кликабельности составляет не менее 3 %.

Статистика по рекламе обычно представляется системой наглядно в виде воронки.

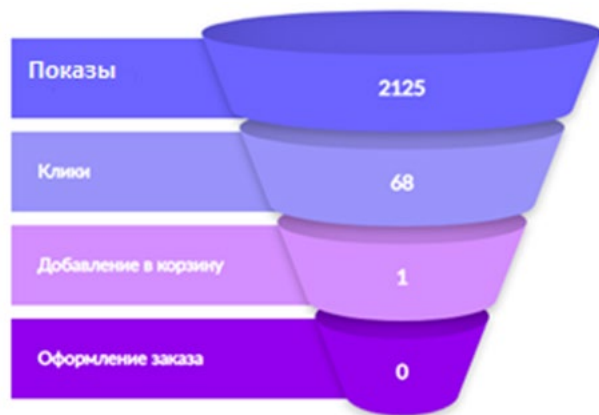


## Рекламная статистика

Задание 2 / 3

Воспользуйтесь текстом «Рекламная статистика», расположенным справа. Запишите свои ответы на вопросы в виде чисел. Вы можете воспользоваться **калькулятором**, расположенным выше.

На рисунке представлена в виде воронки рекламная статистика пледа. Стоимость рекламы составила 1050 рублей. С помощью воронки вычислите показатель кликабельности и стоимость клика.



Запишите свои ответы в виде чисел.

Показатель кликабельности (округлите до десятых долей):

%

Стоимость клика (округлите до сотых долей):

рублей.

## РЕКЛАМНАЯ СТАТИСТИКА

Многие продавцы размещают в интернете рекламу своих услуг и товаров в виде баннера (графического изображения с информацией). По завершении показов рекламы формируется статистика по размещению. Статистические данные собираются автоматизированной системой и учитывают результаты обработки показов и кликов пользователей.

В статистике, в том числе, представлены следующие данные:

*Частота показов* – среднее количество показов баннера на одного пользователя за определённый период. *Стоимость клика* – частное стоимости рекламы и числа кликов по баннеру:

$$\text{стоимость клика} = \frac{\text{стоимость рекламы}}{\text{количество кликов}}$$

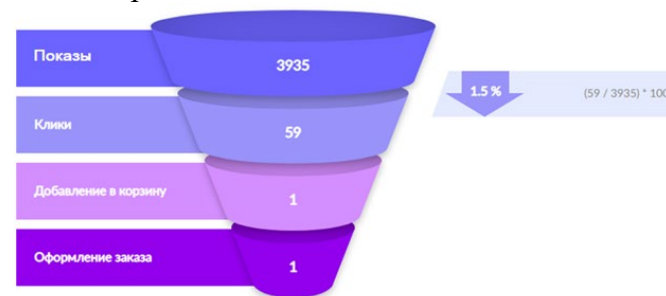
*Показатель кликабельности* – процентное отношение числа кликов по баннеру к числу показов:

$$\text{показатель кликабельности} = \frac{\text{количество кликов}}{\text{количество показов}} \times 100 \%$$

Внимание! Показатель кликабельности обычно округляют до десятых долей.

Считается, что рекламная кампания сработала хорошо, если показатель кликабельности составляет не менее 3 %.

Статистика по рекламе обычно представляется системой наглядно в виде воронки.

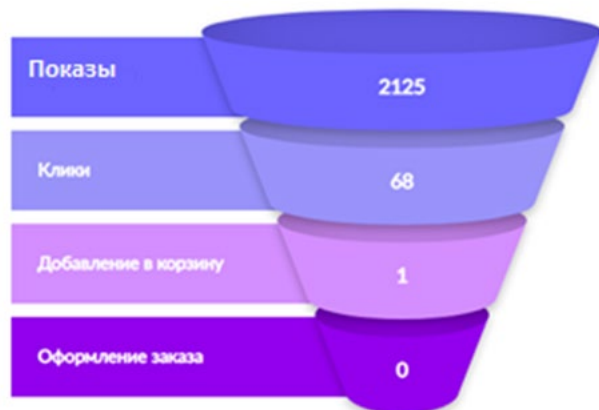


## Рекламная статистика

Задание 3 / 3

Воспользуйтесь текстом «Рекламная статистика», расположенным справа. Для ответа на вопрос отметьте нужный вариант ответа. Вы можете воспользоваться **калькулятором**, расположенным выше.

Частота показов рекламного баннера с изображением пледа составила 1,08. На рисунке представлена рекламная статистика пледа в виде воронки.



Как бы вы оценили количество пользователей, которые хотя бы один раз видели рекламный баннер?

Отметьте **один** верный вариант ответа.

- 2125 пользователей, потому что столько показов на воронке.
- Более 2125 пользователей, потому что пользователей было  $2125 \cdot 1,08 = 2295$  человек.
- Меньше 2125 пользователей, потому что кто-то мог видеть баннер несколько раз.
- Меньше 2125 пользователей, потому что частота показов баннера 1,08, это больше 1, значит, некоторые пользователи просматривали баннер больше 1 раза.
- Меньше 2125 пользователей, потому что пользователей было  $2125 : 1,08 = 1967$  человек.

## РЕКЛАМНАЯ СТАТИСТИКА

Многие продавцы размещают в интернете рекламу своих услуг и товаров в виде баннера (графического изображения с информацией). По завершении показов рекламы формируется статистика по размещению. Статистические данные собираются автоматизированной системой и учитывают результаты обработки показов и кликов пользователей.

В статистике, в том числе, представлены следующие данные:

*Частота показов* – среднее количество показов баннера на одного пользователя за определённый период. *Стоимость клика* – частное стоимости рекламы и числа кликов по баннеру:

$$\text{стоимость клика} = \frac{\text{стоимость рекламы}}{\text{количество кликов}}$$

*Показатель кликабельности* – процентное отношение числа кликов по баннеру к числу показов:

$$\text{показатель кликабельности} = \frac{\text{количество кликов}}{\text{количество показов}} \times 100 \%$$

Внимание! Показатель кликабельности обычно округляют до десятых долей.

Считается, что рекламная кампания сработала хорошо, если показатель кликабельности составляет не менее 3 %.

Статистика по рекламе обычно представляется системой наглядно в виде воронки.

