

# Руководство пользователя ПО «e-Comet»

## Оглавление

Личный кабинет.....	3
Управление рекламой.....	15
А/Б-тесты.....	53
Портфель.....	60
Фразы.....	61
Лента.....	63
Инструменты.....	65

## Введение

### О программном обеспечении

Программа для ЭВМ «e-Comet» — это платформа для аналитики и автоматизации продвижения на маркетплейсах. Программное обеспечение предоставляет собой набор инструментов для анализа и повышения эффективности рекламных кампаний.

### Формат распространения ПО

Программа для ЭВМ «e-Comet» может быть поставлена заказчику только в формате облачного решения. Настройка ПО в формате облачного решения и предоставление ресурсов для его функционирования обеспечивается правообладателем.

### Программные части ПО

**Реклама:** модуль автоматического и полуавтоматического управления рекламными кампаниями Wildberries. Поддерживает биддинг, массовые операции и контроль ключевых метрик.

**А/Б-тесты:** инструменты для проверки гипотез и сравнения результатов рекламных настроек и карточек товаров. Позволяет принимать решения на основе измеримых результатов.

**Портфель:** единое рабочее пространство для мониторинга артикулов, ставок, расходов и эффективности. Помогает быстро выявлять отклонения и управлять кампаниями в масштабе.

**Фразы:** управление ключевыми фразами и кластерами, включая анализ статистики и корректировку охвата. Модуль предназначен для точного управления поисковым трафиком.

**Лента:** оперативная сводка изменений и событий в рекламной активности. Упрощает ежедневный контроль и реакцию на изменения.

**Другие функции:** вспомогательные инструменты для работы с данными, включая фильтрацию, сортировку, экспорт и массовые действия. Они повышают скорость операционной работы.

## Личный кабинет

### Юрлица и токены

#### Юрлица

Юрлицо - это кабинет продавца на Wildberries. Для его добавления нажмите на кнопку "+ Юрлицо", введите произвольное название и нажмите "Сохранить". Для осуществления фактической интеграции с Wildberries нужно ввести токен API.

#### Токен API


##### Что такое токен API?

Токен позволяет e-Comet подключиться к вашему кабинету Wildberries и использовать нужные разделы: аналитика, вопросы и отзывы, контент, продвижение, статистика.

##### Одобрено Wildberries

Данный способ подключения официально одобрен и рекомендован Wildberries.

##### Как подключить токен API?

1. Сформируйте ключ API в личном кабинете продавца на Wildberries:  
Профиль → Интеграции по API → Создать токен
2. В личном кабинете e-Comet:
  - нажмите  напротив юрлица
  - вставьте токен в открывшееся окно
  - нажмите "Сохранить"

##### Создать токен может только владелец

Генерация токена доступна только владельцу кабинета продавца на Wildberries.

##### Не блокируйте функционал

Не выбирайте пункт "Только на чтение" и "Тестовый контур". Это приведет к невозможности вносить изменения и, как следствие, к неработоспособности функционала управления рекламой.

В e-Comet могут потребоваться следующие разделы, желательно добавить их все:

Раздел e-Comet

Реклама

А/Б-тесты

Нужные разрешения в токене

Аналитика, Продвижение,  
Статистика, Вопросы и отзывы (для  
триггеров по отзывам)

Аналитика, Контент, Продвижение

Раздел e-Comet  
Портфель

Лента  
Отзывы

Нужные разрешения в токене  
Аналитика, Контент или  
Продвижение  
Статистика  
Вопросы и отзывы, Контент или  
Продвижение

## Управление подпиской

В блоке "Подписка" доступна следующая информация:

- Наименование активного тарифа
- Дата и количество дней до окончания подписки
- Актуальный баланс и история транзакций

## Смена тарифа

Для смены тарифа:

1. Нажмите на кнопку "Детали" в блоке подписки



2. Выберите тариф и период (1, 3 месяца)
3. Нажмите "Пополнить баланс"/"Списать с баланса"

	Включено в тариф	Уже добавлено в подписку	Всего в подписке	Цена за 1 шт на 30 дней	Стоимость продления подписки на 30 дней	Добавить шт	Срок дней	Доплата
Тариф	<b>Старт</b>	1	1	1 990 Р	1 990 Р	- 1 +	30	1 990 Р
Количество кампаний: управление	10		10	30 Р		- 0 +		
Уникальных фраз на 1 кампанию	2		2					
Количество уникальных фраз из кампаний	20		20					
Количество доп. уникальных фраз ⓘ	0		0	10 Р		- 0 +		
Количество одновременных А/Б тестов	2		2					
<b>Доп. опции</b>								
Количество юрлиц	1		1	2 000 Р		- 0 +		
Количество сотрудников	0		0	2 000 Р		- 0 +		
<b>Итого</b>					1 990 Р			1 990 Р
Текущий баланс								0 Р
<b>Конечный баланс</b>								-1 990 Р

**Пополнить баланс 1 990 Р**

Некоторые функции (например, дополнительное юрлицо) можно докупить отдельно в готовый тарифный пакет.

Для этого:

- нажмите "Детали" рядом с тарифом

- выберите нужные опции и их стоимость рассчитывается пропорционально сроку подписки

### Опции - на срок подписки

Дополнительные опции докупаются на весь срок действия подписки, ровно до окончания действия подписки. Например, если у вас до конца действия подписки осталось 2.5 месяца, то цена опций будет пересчитана именно на этот срок.

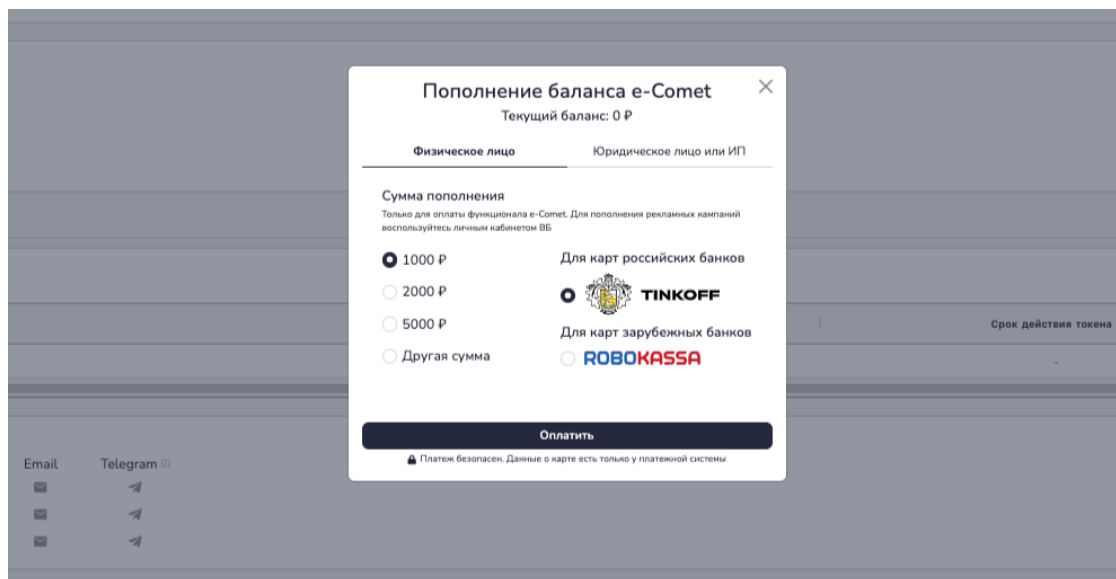
### Только для услуг e-Comet

Средства с баланса используются только для оплаты услуг e-Comet. Их невозможно использовать для оплаты рекламных кампаний.

### Пополнение баланса

Для физических лиц (картой):

1. Нажмите на кнопку пополнения баланса "+₽"
2. Укажите сумму
3. Нажмите "Оплатить"



Для юридических лиц или ИП (по счету):

1. Выберите вкладку "Юридическое лицо"
2. Введите ИНН (обязательно)
3. Плательщика (необязательно)
4. Сумму пополнения

### Не меняй плательщика

Счет, выставленный на юридическое лицо, можно оплатить только с этого же юридического лица. Оплата с другого плательщика (например, по QR-коду со счета физлица) приведет к необходимости возврата платежа.

### **Минимальный порог**

Сумма пополнения по счету юридического лица или ИП не может быть меньше 6 000 рублей.

Если стоимость выбранной подписки меньше, то вы можете оплатить одновременно несколько месяцев либо оставить средства после оплаты подписки на балансе и использовать их позднее.

### **Только свежий счет**

Автоматическое зачисление средств на баланс e-Comet.io от юрлица произойдет только при оплате по счету, выставленному внутри сервиса за текущий месяц. При оплате по ранее выставленному счету / использовании опции внутри вашего банка "Повторить платеж" или иных способах оплаты, автоматического зачисления средств не произойдет и придется обращаться в поддержку для подтверждения платежа.

Если возникает необходимость сменить тариф, то это можно сделать, не дожидаясь окончания срока действия подписки. Средства за неиспользованный срок будут возвращены на баланс, а подписка на новый тариф будет оформлена с текущего дня и на желаемый период.

### **Перерасчет при отмене**

При отмене текущей подписки, из возвращаемой суммы будет вычтена плата за период использования подписки без учета скидки за предоплату на несколько месяцев вперед.

## **Сотрудники**

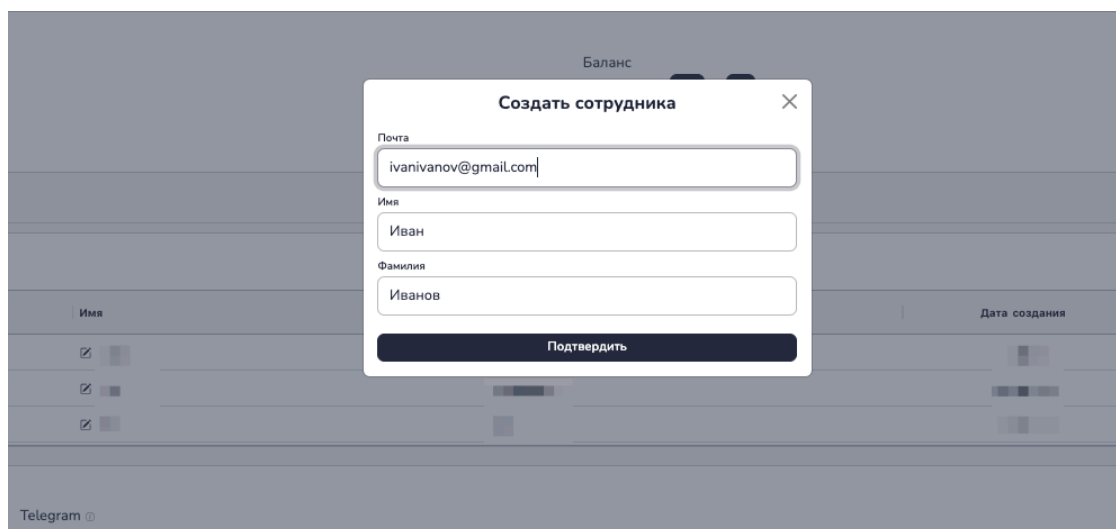
### **Добавление и удаление**

Сотрудники - это дополнительная опция, доступная на всех платных тарифах.

- На тарифе Проф один сотрудник уже включен в подписку
- На остальных тарифах добавление сотрудников оплачивается отдельно
- Вы можете подключить любое количество сотрудников - ограничений нет

### **Как добавить сотрудника?**

1. Нажмите кнопку "+ Сотрудник"
2. **Укажите:** электронную почту, имя и фамилию
3. Нажмите "Подтвердить"



Владелец аккаунта e-Comet может в любой момент ограничить доступ сотрудника:

- временно, отключив переключатель "Активен"
- полностью, удалив пользователя

Изменения применяются в течение 30 минут.

## Права доступа

Управление правами доступа осуществляется на уровне юрлиц и на уровне артикулов.

Владелец аккаунта e-Comet (или просто Владелец) обладает неограниченными правами, а также может управлять правами любого из сотрудников.

### *Права доступа к юрлицам*

Все сотрудники могут:

- Добавлять юрлица и токены в них
- Видеть срок действия токена юрлица
- Просматривать активность юрлица
- Видеть процент добавленных разделов токена

Может только Владелец:

- **ЛК:** Управление правами доступа к юрлицам
- **ЛК:** Удаление юрлиц

Возможны 3 варианта прав доступа сотрудника к любому юрлицу:

- Чтение - дополнительно дает доступ на чтение всех артикулов юрлица, включая новые
- Запись - дополнительно дает доступ на запись к артикулам юрлица, включая новые (см. ниже "Права доступа к артикулам")

- Настройка - дополнительно дает:
  - **ЛК:** переименование / изменение активности юрлица
  - **ЛК:** добавление / изменение / удаление токенов юрлица
  - **Реклама:** изменение лимитов юрлиц в рекламе
  - **Отзывы:** изменение общих настроек / шаблонов / рекомендаций

### *Права доступа к артикулам*

Права доступа к артикулам действуют независимо от прав доступа к юрлицам.

#### **Права только на артикул**

У сотрудника нет права на запись к юрлицу, однако есть права на запись к отдельному артикулу этого юрлица. Таким образом, он может управлять рекламой и отзывами по заданному артикулу, но не может деактивировать или поменять токен у юрлица.

Возможны 3 варианта прав доступа сотрудника к любому артикулу:

- Отсутствует - сущности (рекламные кампании, отзывы), относящиеся к данному артикулу, не отображаются в интерфейсе
- Чтение - сущности отображаются в интерфейсе, но настройки менять нельзя. Например, в разделе Реклама кампании с доступом только на чтение подсвечены серым цветом, их нельзя выделить или изменить любые настройки
- Запись - полный доступ к управлению сущностью

#### **Одновременная запись**

Если несколько сотрудников одновременно меняют настройки сущности (например, рекламной кампании), то возможна ситуация, когда настройки одного сотрудника перезаписывают настройки другого.

#### **Несколько артикулов в РК**

Если в РК несколько артикулов, и на один из них у сотрудника нет права на запись, то вся РК будет доступна только для чтения.

#### **Новые артикулы**

Если нужно, чтобы у сотрудника автоматически появлялось право на запись по новым артикулам, которые будут появляться в юрлице в будущем, то нужно ему дать право на запись к юрлицу.

### *Права доступа в разделе "Портфель"*

Группы в "Портфеле" индивидуальны для каждого сотрудника. Другие сотрудники их не могут просматривать или изменять.

## Права доступа в разделе "Фразы"

Все сотрудники могут добавлять фразы в пределах общего лимита кабинета, установленного тарифом. Лимит на количество фраз определяется текущим тарифным планом.

Правила удаления:

- Каждый пользователь может удалять только собственные фразы
- Запрещено снимать с мониторинга фразы, добавленные другими сотрудниками
- Владелец аккаунта имеет право удалять любые фразы

## Закрывающие документы

В блоке "Закрывающие документы" отображаются акты выполненных работ и УПД (универсальные передаточные документы) по услугам e-Comet за прошедшие отчетные периоды.

Документы формируются автоматически и становятся доступными для скачивания через 6 дней после окончания отчетного месяца. Если в течение месяца от одного юридического лица было несколько оплат - формируется один акт, включающий все платежи. Если оплаты поступали от разных юрлиц - акты формируются отдельно для каждого.

## Какие услуги отражаются в закрывающих документах

- Потребление услуг в рамках подписки на e-Comet.io, включая ее дополнения и расширения. Например, при оплате подписки за 3 месяца, будут учтены только дни работы в рамках отчетного периода.
- Услуги по управлению продвижением на маркетплейсах - потребление услуг с баланса e-Comet по мере использования.

## Столбцы таблицы

Столбец	Описание
Отчетный период	Последний день отчетного месяца в формате ДД. ММ. ГГГГ. Сортировка выполняется по убыванию, последние периоды отображаются сверху
Плательщик	Юридическое лицо, от которого поступила оплата
ИНН	ИНН юридического лица, от которого была произведена оплата
Подписка	Потребление подписки на e-Comet, пропорциональное количеству дней использования в рамках отчетного периода

Столбец	Описание
Другие услуги	Потребление услуг с баланса e-Comet за отчетный период
Потребление всего	Общее потребление за отчетный период. Рассчитывается как сумма значений столбцов "Подписка" и "Другие услуги"
Оплачено	Сумма оплат, поступивших за отчетный период
Документы	При нажатии на документ скачивается PDF-файл с актом выполненных работ или УПД

### **Электронный документооборот**

При наличии подключенного ЭДО закрывающие документы будут отправлены через оператора СБИС/Saby. Если вы не работаете через СБИС/Saby, потребуется предварительно принять приглашение в ЭДО. При отсутствии ЭДО закрывающие документы будут отправлены по электронной почте аккаунта e-Comet.

### **Часто задаваемые вопросы по личному кабинету**

#### **Почему нужно обновлять рекламный токен через кнопку "Изменить" - я могу просто удалить юрлицо и создать новое?**

При удалении юрлица теряются все настройки ваших рекламных кампаний, связанных с ним. При обновлении токена все настройки сохраняются.

#### **Можно ли восстановить настройки, если аккаунт был удален?**

Нет, все данные при удалении теряются навсегда.

#### **Как я могу получить договор?**

Договор-оферта доступен на нашем сайте:

#### **Есть ли автопродление подписки?**

Да, подписка продлевается автоматически на тот же срок, что и текущая, если на балансе достаточно средств. Например, если у вас была подписка на 3 месяца, она продлится еще на 3. Если средств не хватает, подписка не продлевается.

Если вы временно не пользуетесь сервисом, можно переключиться на бесплатный тариф - средства сохраняются, и автопродление срабатывать не будет.

## Как получить закрывающие документы?

Закрывающие документы формируются автоматически и направляются 1-го числа каждого месяца за предыдущий.

- Если в течение месяца от одного юридического лица было несколько оплат - формируется один акт, включающий все платежи
- Если оплаты поступали от разных юрлиц - акты формируются отдельно для каждого

Документы отправляются через ЭДО (СБИС/Saby). Если вы не работаете через СБИС/Saby, потребуется предварительно принять приглашение в ЭДО. Если вы не подключены к ЭДО - документы будут отправлены по электронной почте аккаунта e-Comet.

## Уведомления

В личном кабинете e-Comet есть возможность подписаться на уведомления в Telegram и по электронной почте.

Уведомления имеют два типа:

1. **Токены:** окончание действия - истечение срока жизни токена API, который необходим для большинства функций e-Comet
2. **Подписка:** окончание действия - истечение подписки, после чего часть функционала e-Comet перейдет в ограниченный режим использования

### Уведомления

	Email	Telegram
Токены: окончание действия		
Подписка: окончание действия		

## Сроки уведомлений

Уведомления приходят за три дня, а потом за один день до наступления события.

## Уведомления на почту

Шаг 1:

Укажите адрес электронной почты в аккаунте:

User 	Телефон
Почта	
ecomet@mail.com  	
API ключ для расширения	Реферальная ссылка 
1bec050a-655b-4e98-80b3-5514f7db0000 	<a href="https://app.e-comet.io/login?promo=000000">https://app.e-comet.io/login?promo=000000</a>  

Шаг 2:

Активируйте уведомления для нужной категории, нажав на иконку письма.

## Уведомления

Токены: окончание действия

Подписка: окончание действия



Вы можете активировать как одну категорию, так и сразу все. Если иконка синего цвета, то уведомления включены.

## Уведомления в Telegram

Шаг 1:

Привяжите свой аккаунт в Telegram, нажав на иконку в виде логотипа.

## Уведомления

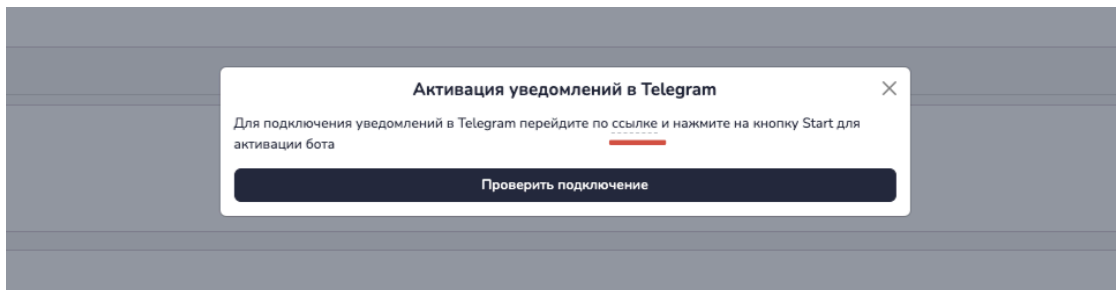
Токены: окончание действия

Подписка: окончание действия



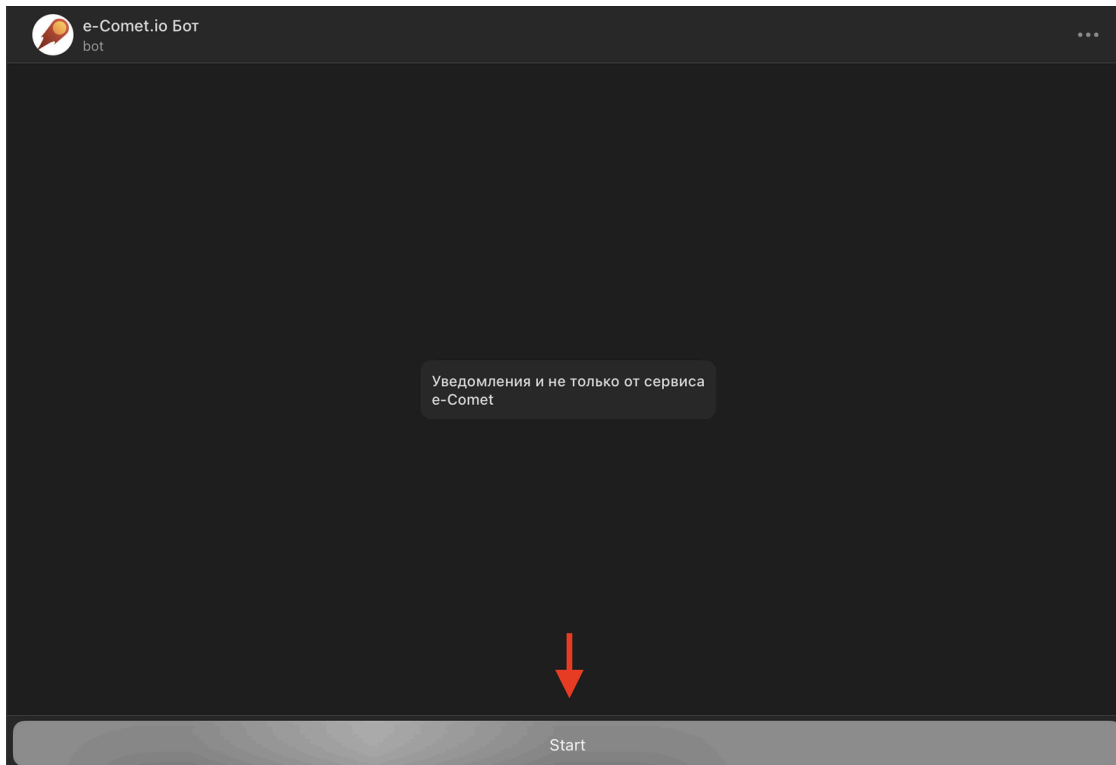
Шаг 2:

Для подключения уведомлений перейдите по ссылке в открывшемся окне.



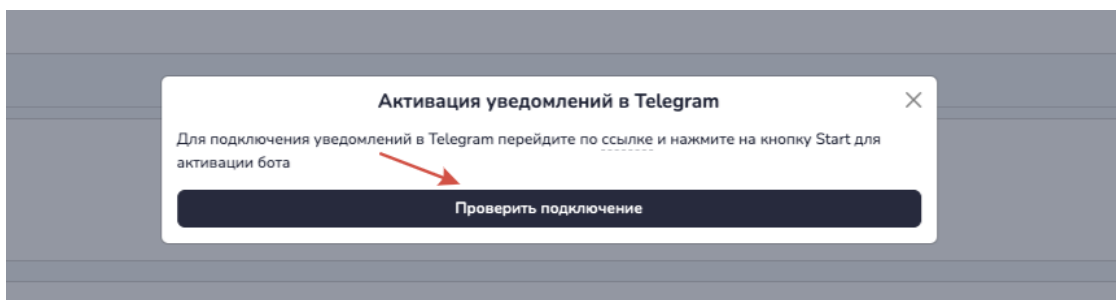
Шаг 3:

Нажмите на кнопку "Старт" для активации бота.



Шаг 4:

Вернитесь в кабинет e-Comet и нажмите "Проверить подключение".



Шаг 5:

Активируйте уведомления для нужной категории, нажав на иконку в виде логотипа.

### Уведомления

Токены: окончание действия

Подписка: окончание действия

Email



Telegram



Отвязать аккаунт в Telegram можно, нажав на соответствующую кнопку в личном кабинете.

**Уведомления**

Токены: окончание действия  
Подписка: окончание действия

Email



Telegram



Отвязать Telegram аккаунт



# Управление рекламой

## Начало работы

### Подключение токена

Для связи кабинета продавца Wildberries и аккаунта в e-Comet необходимо ввести API токен. Это официально разрешенный оффертой маркетплейса способ подключения к кабинету.

### Много сервисов = много проблем

Подключение кабинета продавца сразу к нескольким сервисам может приводить к конфликтам настроек и некорректной работе РК. Ни в коем случае не используйте непроверенные плагины и телеграм-боты - это может привести к блокировке кабинета Wildberries из-за превышения количества запросов.

### Создание рекламных кампаний

После ввода токена можно создать РК через кнопку в разделе "Реклама". Заходить в личный кабинет Wildberries больше не нужно - все действия необходимо производить в e-Comet.

Если кампания находится под управлением e-Comet, настройки, производимые через личный кабинет Wildberries, перезапишутся и вернуться к настройкам на нашей платформе.

### Взболтать, но не смешивать

Через личный кабинет продавца Wildberries можно ввести настройки, которые не поддерживаются по API, - таким образом можно "сломать" РК, так что дальнейшие изменения в ней можно внести только через ЛК маркетплейса - e-Comet с такой РК больше работать не сможет. В связи с этим настоятельно рекомендуем не проводить никаких действий с РК через ЛК Wildberries - только через e-Comet.

### Загрузка ранее созданных рекламных кампаний

Если вы впервые работаете в e-Comet, то после загрузки API токена:

- Ваши рекламные кампании, артикулы, общая статистика, данные в разделах "Лента" отобразятся в течение 60 минут
- Статистика по кластерам рекламных кампаний появится через 60 минут

При постановке РК под управление e-Comet ставки по кластерам не переносятся, однако набор минус-кластеров переносится. Инициализация переноса настроек занимает 30 минут. В этот период не следует изменять настройки фраз, так как это может помешать корректному переносу данных.

### Не меняйте набор артикулов в РК

Не добавляйте / удаляйте артикулы из рекламной кампании после создания. Несмотря на то, что такой функционал поддерживается ЛК Wildberries, это может приводить к

некорректной работе РК и неверной статистике. Лучше завершите текущую кампанию и сделайте новую, либо воспользуйтесь функционалом пересоздания РК.

## Дальнейшие шаги

Через 10-20 минут созданные РК появятся в личном кабинете и начнут работу. Выполнение этой задачи можно отслеживать по кнопке "Задачи" на главной странице раздела "Реклама". Статистика по кластерам появится также через 60 минут.

## Проблемы кампаний

Кнопка "Проблемы" в правом верхнем углу означает наличие некорректно настроенных рекламных кампаний. Конфликт РК по зонам показов возникает, если в рамках одного артикула разные РК имеют пересекающиеся зоны показов. Исключение составляет ситуация, когда созданы Ручная РК в поиске и Единая РК с включенным автоминусом.

Также рекомендуем ознакомиться с разделом "Вопросы" - там есть масса полезной информации, которая поможет вам избежать ошибок при настройке.

## Что такое "Единая" рекламная кампания?

"Единая" РК - это полностью автоматическая реклама от Wildberries, где все зоны показов включены сразу, а ставка одина для всех зон. Нужно лишь выбрать, по какой зоне (Поиск или Полки) оптимизировать управление ставкой. Это не отключает остальные зоны, а только определяет фокус оптимизации.

### Главная особенность

"Единая" РК продвигает товары по одной ставке за 1000 показов (CPM) во всех зонах.

### Оплата за клик (CPC)

Рекламные кампании с моделью оплаты "за клик" (CPC) не поддерживаются API WB. Управлять ими можно только в кабинете продавца на WB.

## Где показывается "Единая" РК

1. Поиск
2. Каталог
3. Рекомендательные полки:
  - Главная страница и раздел "Подобрали для вас"
  - Под карточками других товаров
  - Разделы "Похожие товары", "Похожие по фото", "Поиск по фото", "Посмотрите, что мы нашли"
  - Сопутствующие товары после оформления заказа
  - Раздел "Клубные скидки", если на ваши товары установлена скидка WB Клуба

## Основные принципы работы

- Зоны показов Поиск и Полки включены автоматически (отключить нельзя)
- **Ставка одна для всех зон**
- Необходимо выбрать одну зону показов (Поиск или Полки), по которой будет осуществляться мониторинг позиции в выдаче и управление ставкой

### Зона показов Поиск

- Задаете целевые фразы
- Доступно управление кластерами
- Доступна статистика по кластерам

### Кластеры ≠ фразы

В "Единой" РК используется логика работы с использованием кластеров, а не отдельных ключевых фраз.

### Зона показов Полки

- Задаете целевые артикулы ВБ
- Нельзя включить / отключить конкретные полки
- Статистика по полкам недоступна

### Формула успеха

**Эффективность продвижения зависит от множества параметров:** конверсия карточки товара, ключевые слова в карточке, позиция в органической выдаче, география поставок, участие в акциях, рейтинг карточки по отзывам и другие.

Если нет показов

Если ВБ не показывает рекламную кампанию в выдаче по какой-то из фраз / полок, то повлиять на это со стороны биддера невозможно -

## Что такое "Ручная" рекламная кампания?

"Ручная" РК - это реклама с гибким управлением, где продавец сам настраивает зоны показов, максимальные ставки и целевые позиции для кластеров. Зоны показов Поиск и Полки независимы друг от друга, поэтому их настройки можно корректировать отдельно.

### Главная особенность

В "Ручной" РК зоны показов Поиск и Полки независимы, каждая со своей ставкой за 1000 показов (СРМ) и целевой позицией. Также можно задавать максимальную ставку и целевую позицию индивидуально для кластера.

### Режим фикс. фраз

С 23.10 режим фикс. фраз не работает. Чтобы ограничить показы по определенным кластерам, укажите в блоке "Кластеры" плюс-фразы и включите автоминус.

## Оплата за клик (CPC)

Рекламные кампании с моделью оплаты "за клик" (CPC) не поддерживаются API ВБ. Управлять ими можно только в кабинете продавца на ВБ.

## Где показывается "Ручная" РК

1. Поиск и каталог
2. Рекомендательные полки:
  - Главная страница и раздел "Подобрали для вас"
  - Под карточками других товаров
  - Разделы "Похожие товары", "Похожие по фото", "Поиск по фото", "Посмотрите, что мы нашли"
  - Сопутствующие товары после оформления заказа
  - Раздел "Клубные скидки", если на ваши товары установлена скидка WB Клуба

## Основные принципы работы

- Две независимые зоны показов Полки и Поиск (можно отключить любую зону)
- Настройки каждой зоны задаются отдельно
- Все настройки и управление происходят в рамках одной РК

### Зона показов Поиск

- Задаете целевые фразы, указав целевые позиции и максимальную ставку
- Доступно управление кластерами
- Доступна статистика по кластерам

### Зона показов Полки

- Задаете целевые артикулы ВБ
- Нельзя включить / отключить конкретные полки
- Статистика по полкам недоступна

## Создание и запуск рекламных кампаний

### Как создать РК за 10 шагов

1. Нажмите на кнопку в разделе "Реклама".
2. Выберите тип создаваемых рекламных кампаний:
  - "Ручная" РК
  - "Единая" РК

### Взгляд из-под капота

"Под капотом" ВБ сделал все РК одного типа.

### Конфликта можно избежать

Одновременно две кампании в одной зоне показов не работают - так решил ВБ. Показы могут быть нестабильными или отсутствовать вовсе. Wildberries сам определяет, какую РК показывать. И зачастую выбирает наиболее выгодный для себя вариант, а не для продавца.

3. Выберите юрицию для создания кампании.
4. Введите стартовый бюджет. Он должен быть не менее 1000 рублей, далее кратно 50 рублям.

Чтобы выбрать счет пополнения:

- Перейдите в "Настройки"
  - Нажмите "Счет пополнения"
  - Выберите подходящий тип счета из доступных
5. Нажмите на кнопку "Настройки" и заполните необходимые поля.

Настройки будут применены ко всем создаваемым кампаниям.

6. **Задайте шаблон названия кампаний.**

Вместо значений в фигурных скобках будут автоматически подставляться реальные значения по заданным параметрам.

7. Выберите группу предметов товара для рекламы из выпадающего списка.

Рядом с каждой группой указана минимальная ставка для соответствующей категории товаров.

8. Выберите артикулы товаров, по которым вы хотите создать рекламные кампании.

Кнопка "Выбрать все" предназначена для выбора всех артикулов выбранной группы предметов.

### **Всегда 1 артикул = 1 кампания**

При выборе нескольких артикулов будет создана отдельная рекламная кампания на каждый артикул. Хотя на ВБ возможно создание РК с несколькими артикулами, мы крайне не рекомендуем это делать

9. Введите целевую фразу / целевой артикул. Это фраза / рекомендательная полка (артикул ВБ), по которой будет отслеживаться позиция и происходить управление ставкой.

Если вы не указали целевую фразу / артикул при создании РК, система автоматически подставит название предмета, как наиболее релевантную фразу.

### **Всем рулит ВБ**

В качестве целевых фраз / артикулов можно указать абсолютно любые фразы / артикулы, но это не значит, что товар по ним начнет показываться в рекламе. Wildberries решает, показывать ваш товар по заданной целевой фразе / в рекомендательной полке целевого

артикула или нет, на основании содержимого карточки товара, факторов ранжирования, ставки и так далее.

### **Когда целевые фразы объединяются**

Если несколько целевых фраз с разными настройками целевой позиции и максимальной ставки объединяются в один кластер, то для всего кластера применяется целевая позиция и ставка фразы с наибольшей ставкой.

10. Проверьте итоговую строку над кнопкой "Запустить создание". В ней будет написано количество создаваемых кампаний и пример реального названия первой кампании.

Весь процесс займет 10–20 минут, в зависимости от загрузки Wildberries. Выполнение задач можно отслеживать по кнопке "Задачи" на главной странице раздела "Реклама".

В случае, если при создании кампании возникнет ошибка, у вас появится кнопка Повторить рядом с сообщением об ошибке. Нажмите на нее, и мы заново отправим запрос на Wildberries.

### **Почему важно создавать РК только с 1 артикулом?**

1. Искаженная статистика. ВБ не разделяет статистику по артикулам внутри РК, поэтому если у артикулов хотя бы немного отличается перфоманс, то станет невозможно понять, продвижение какого именно артикула работает лучше и почему. Все конверсии будут усреднены по всем артикулам и, таким образом, получится эффект средней температуры по больнице.
2. Неэффективное расходование бюджета. ВБ следует принципу максимизации своих доходов, поэтому если появляется возможность оптимизировать показы нескольких артикулов так, чтобы получить за это больше денег - то маркетплейс это сделает. Прогнозировать на каких местах и с какой частотой будет появляться каждый из артикулов станет невозможно - могут быть ситуации, что весь трафик уйдет на один артикул, самый неэффективный с точки зрения селлера, но максимизирующий доход маркетплейса от показа его в рекламе.
3. Сложности с управлением. Интерфейс e-Comet заточен под работу РК с одним артикулом. Например, различные агрегации по артикулам подразумевают, что статистика РК относится к одному артикулу, и в случае нескольких артикулов агрегации по ним начнут работать некорректно. Большая часть функционала e-Comet по контролю позиций по поисковым запросам также начнет работать некорректно, так как артикулы будут показываться по одной ставке, но при этом занимать совершенно различные места в поиске.

### **Список кластеров**

Если в одной РК несколько артикулов, то отображаются только кластеры первого артикула, и работать можно только с ними.

Таким образом, e-Comet не рекомендует и официально не поддерживает управление РК с несколькими артикулами. Используйте эту возможность на свой страх и риск.

Мы понимаем, что у многих селлеров сотни и даже тысячи артикулов, и хотелось бы иметь возможность этим всем удобно управлять - поэтому мы создали удобный инструментарий, позволяющий:

- Массово создавать РК на множество артикулов в один клик
- Анализировать агрегированную статистику по артикулам и предметам
- Вносить массовые изменения сразу в несколько РК одновременно

### Использование переменных в названии при создании РК

При создании рекламной кампании все данные, которые внесены в фигурные скобки в названии, являются переменными. На их место автоматически подставляются данные для каждой РК.

**Переменная:** {Артикул} → данные подгружаются из рекламной кампании. Не переменная: Артикул / (Артикул) / [Артикул] → текст отображается в неизменном виде.

Например, при создании пяти рекламных кампаний, каждая из которых будет иметь свой артикул, в названии будет указан тот артикул, который добавлен в РК. Данные без фигурных скобок изменяться не будут.

В фигурных скобках может быть только то, что в e-Comet предусмотрено как переменные:

- Название бренда
- Артикул товара
- Название товара

При заполнении названия рекламной кампании в формате:

**Nike {Артикул}: Кроссовки**

Подгрузится только артикул товара, так как он в фигурных скобках. Остальной текст сохранится в указанном виде.

В случае массового создания РК на несколько артикулов названия будут иметь следующий вид:

**Nike {Артикул1}: Кроссовки Nike {Артикул2}: Кроссовки Nike {Артикул3}:  
Кроссовки**

Последовательность переменных может быть произвольной. Без фигурных скобок можно указать любой текст.

## Настройка рекламных кампаний

### Единая РК

#### Переключатели

1. Управляется:

- Вкл:** Кампания управляется сервисом, синхронизируются настройки с ВБ, загружается статистика
- Выкл:** Сервис не совершает никаких действий, доступна только информация о статусе РК, остальные данные не синхронизируются с ВБ, статистика не загружается

2. Держать макс. ставку:

- Вкл:** Всегда держится максимальная ставка, то есть управление ставкой e-Comet не осуществляет
- Выкл:** e-Comet управляет ставкой для достижения целевой позиции в поисковой выдаче или рекомендательной полке, в зависимости от выбранной зоны показов

3. Пауза:

- Вкл:** Кампания приостановлена, сервис не совершает никаких действий. РК будет оставаться на паузе до выключения данного переключателя. При выключенном положении сервис управляет РК в соответствии с настройками
- Выкл:** Сервис управляет РК в соответствии с настройками

4. Управление ставкой:

- Поиск:** Мониторинг позиции и управление ставкой происходит в поисковой выдаче по целевой фразе
- Полки:** Мониторинг позиции и управление ставкой осуществляется в рекомендательных полках по целевому артикулу

#### Не отключает другие зоны

Если в "Единой" РК вы выбрали управление ставкой в Поиске, это не отключает показы в Полках и наоборот. Все зоны показов включены сразу, а ставка одина для всех зон.

Настройки

Управляется  Держать макс. ставку  Пауза  Управление ставкой  Поиск  Полки

Целевая позиция <input type="checkbox"/>	Макс. ставка <input type="checkbox"/>	Мин. бюджет <input type="checkbox"/>	Мин. органика <input type="checkbox"/>	Мин. остаток <input type="checkbox"/>	Макс. расход <input type="checkbox"/>	Автопополнение
1	253 Р	0 Р	0	0 шт	500 Р	Время: 00:00, Сумма: 1000
Тек. позиция <input type="checkbox"/>	Тек. ставка <input type="checkbox"/>	Тек. бюджет <input type="checkbox"/>	Тек. органика <input type="checkbox"/>	Тек. остаток <input type="checkbox"/>	Тек. расход <input type="checkbox"/>	Счет пополнения <input type="checkbox"/>
183	253	900	0	143	140	Внутренний баланс
Мин. оценка отзыва <input type="checkbox"/>	Время показа <input type="checkbox"/>					
0	100 %					
Смотреть отзывы <input type="checkbox"/>	Регион <input type="checkbox"/>					
0	Москва					

Сохранить Отменить

## Основные настройки

1. **Целевая позиция:** Номер желаемой промопозиции в выдаче.

### Детали работы

- Если управление ставкой выбрано в Поиске, то нужно указать номер желаемой промопозиции в поисковой выдаче по целевой фразе
- Если управление ставкой выбрано в Полках, то нужно указать номер желаемой промопозиции в рекомендательных полках по целевому артикулу
- Если указать целевой позицией ноль, то в рекламной кампании будет всегда установлена максимальная ставка (аналогично переключателю "Держать макс. ставку")
- Если максимальной ставки недостаточно для того, чтобы занять указанную целевую позицию, то товар займет такую позицию, на которую хватает максимальной ставки

### Без перетягивания одеяла

Рекламные кампании на разные артикулы внутри одного кабинета e-Comet не конкурируют между собой, то есть не пытаются перебить друг друга более высокой ставкой, чтобы занять нужную позицию.

### Идеал недостижим

Обеспечить 100% времени попадания на нужную позицию невозможно, так как, во-первых, кроме ваших РК в аукционе участвуют еще сотни РК, в которых тоже постоянно изменяется ставка, а во-вторых, время реакции Wildberries на изменение ставки может достигать 10 и более минут.

2. **Макс. ставка:** Максимальная цена за 1000 показов (CPM), которую может выставить сервис.

### Все, что в наших силах

e-Comet будет пытаться все время снизить ставку, но остаться на целевой позиции. Однако, если РК вообще не показывается по целевой фразе / полке, то будет выставлена максимальная ставка, чтобы максимизировать шанс на показы РК.

### Ставка едина и неделима

Ставка в "Единой" РК едина для всех зон показов: поиск, каталог, рекомендательные полки и другие.

3. **Мин. бюджет:** Значение бюджета рекламной кампании, при достижении которого будет происходить автопополнение. Эта настройка позволяет кампании пополняться до достижения нулевого бюджета, чтобы предотвратить паузу в показах и, как следствие, падение продаж из-за временного отсутствия продвижения.

### Только вместе

Пополнение бюджета будет происходить только при включенном автопополнении (см. параметр Автопополнение).

4. **Мин. органика:** Если товар в органической выдаче находится на указанной позиции или выше, то реклама будет поставлена на паузу.
5. **Мин. остаток:** Минимальный остаток товара на всех складах, при достижении которого рекламная кампания ставится на паузу. При этом вместо паузы есть возможность использовать пониженную ставку. Если у товара несколько размеров, то можно выбрать один из трех сценариев работы / порогов срабатывания:
  - Всего остаток – суммарный остаток по всем размерам. Проверяются все артикулы РК: если у всех артикулов остаток ниже порога, то РК ставится на паузу
  - По любому размеру – остаток любого из размеров (т.е. хотя бы одного). Проверяются все артикулы РК: если у всех артикулов есть хотя бы один размер, остаток которого ниже порога, то РК ставится на паузу
  - По конкретным размерам – индивидуальный остаток для каждого из размеров. Работает только для первого артикула РК (с минимальным номером). Остальные артикулы игнорируются

#### **Остатки по API ВБ**

- Остатки отображаются в том виде, в котором их отдает ВБ по API
  - Возможна задержка (обычно до 30 минут) - это связано с особенностью работы ВБ API
  - Остатки по FBS отображаются без детализации по размерам - они просто суммируются, так как ВБ не отдает корректное разделение
  - Триггер для пониженной ставки можно установить либо на конкретный размер на складах ВБ, либо на весь остаток на FBS
6. **Макс. расход:** Максимальный расход бюджета рекламной кампании в день, после чего РК будет поставлена на паузу.

#### **Безлимит от ВБ**

Wildberries может "доначислять" расходы в течение 6 часов после окончания показов несмотря на то, что РК уже стоит на паузе. Это может приводить к существенному превышению расходов над установленным лимитом. К сожалению, это особенность работы ВБ, которую просто нужно принимать во внимание.

7. **Автопополнение:** Размер и время ежедневного автопополнения РК. Каждый слот автопополнения может сработать не более 1 раза в течение дня и не ранее установленного времени. Минимальный размер автопополнения - 1000 рублей. Минимальный шаг - 50 рублей.
  - Бюджет был положительным с 0:00 и до 18:00. В этом случае автопополнение произойдет после 18:00

- Если затем бюджет снова станет равным нулю, например, в 21:00, то произойдет еще одно пополнение (так как слотов 2)
- Если после этого бюджет снова станет равным нулю, скажем, в 23:00, то автопополнения не произойдет до 12:00 следующего дня

Ручное пополнение не учитывается за использованный слот автопополнения.

**8. Счет пополнения:** Пополнение может происходить с разных типов счета:

Счет рекламы - это счет, который продавец может пополнить самостоятельно на Wildberries с банковской карты или переводом с расчетного счета.

Внутренний баланс - это взаимозачет от Wildberries. Он дает возможность использовать средства от продаж в качестве кредита на рекламу. В дальнейшем израсходованная сумма будет списана и отражена в еженедельном отчете.

Бонусный счет - это счет, на который Wildberries начисляет бонусы продавцам. Бонусы с этого счета вы можете использовать для оплаты рекламы.

Промобонусы - это счет, на который Wildberries начисляет промо-бонусы за участие в акциях с кэшбэком за продвижение. В случае активации часть рекламных расходов (% определяется ВБ) может быть оплачена промобонусами. Необходимо также держать активным другой счет, с которого будет списываться основная часть расходов.

- Все расчеты за рекламу происходят непосредственно на Wildberries, e-Comet не контролирует и не влияет на этот процесс
  - Баланс в e-Comet используется только для оплаты услуг сервиса, с него невозможно платить за само продвижение ВБ
9. **Мин. оценка отзывов:** При получении отзыва с оценкой ниже указанного значения РК будет ставиться на паузу, пока в карточке не появятся новые отзывы, соответствующие заданному в блоке значению. После появления новых отзывов с оценкой больше или равной установленной кампания будет автоматически снята с паузы.

Отзывы отслеживаются по всей карточке (склейке), а не по конкретному артикулу.

10. **Смотреть отзывов:** Количество последних по дате отзывов в карточке товара, по которым нужно смотреть на минимальную оценку (до 10 отзывов). Нулевое значение = настройка отключена.
11. **Время показа:** Время, когда кампания остается в статусе "Активна". В остальные часы e-Comet будет ставить РК на паузу или менять ставку в зависимости от настроек. В таблице отображается активность заказов по дням недели и часам. Каждая ячейка окрашена от белого (нет заказов) до темно-синего (максимум заказов). Ниже добавлена шкала градиента для наглядности. Если галочка установлена - кампания будет активна в это время. Если нет - по умолчанию РК будет приостановлена. При этом вместо паузы есть возможность использовать пониженную ставку - для этого укажите ее в поле "Ставка вне времени показов".



Часы, в которые покупатели просматривают товары на Wildberries, могут не совпадать с часами, когда они оформляют заказы.

Wildberries не моментально реагирует на установку РК на паузу, и какое-то время показы могут продолжаться, даже когда РК находится в статусе "Пауза". Иногда такое продолжается несколько часов (!) - за это время может списаться несколько тыс. рублей бюджета. ВБ считает такое поведение нормальным



12. **Регион:** Регион, по которому будут отслеживаться и выставляться рекламные ставки.


### Не влияет на показы

Настройка не влияет на регион показов кампании. Wildberries не позволяет устанавливать регион показов. Рекламная кампания будет показываться по всем регионам, на которые хватает текущей ставки.

### Ручная РК

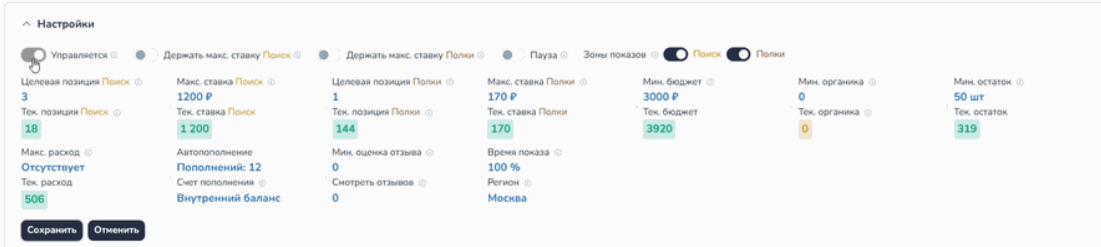
#### Переключатели

1. Управляется:
  -  **Вкл:** Кампания управляется сервисом, синхронизируются настройки с ВБ, загружается статистика
  -  **Выкл:** Сервис не совершает никаких действий, доступна только информация о статусе РК, остальные данные не синхронизируются с ВБ, статистика не загружается
2. Держать макс. ставку Поиск:

-  **Вкл:** Всегда держится максимальная ставка, то есть управление ставкой e-Comet не осуществляет
  -  **Выкл:** e-Comet управляет ставкой для достижения целевой позиции в поисковой выдаче
3. Держать макс. ставку Полки:
-  **Вкл:** Всегда держится максимальная ставка, то есть управление ставкой e-Comet не осуществляет
  -  **Выкл:** e-Comet управляет ставкой для достижения целевой позиции в рекомендательной полке
4. Пауза:
-  **Вкл:** Кампания приостановлена, сервис не совершает никаких действий. РК будет оставаться на паузе до выключения данного переключателя. При выключенном положении сервис управляет РК в соответствии с настройками
  -  **Выкл:** Сервис управляет РК в соответствии с настройками
5. Зона показов Поиск:
-  **Вкл:** Включены показы, мониторинг позиции и управление ставкой в данной зоне
  -  **Выкл:** Выключены показы, мониторинг позиции и управление ставкой в данной зоне
6. Зона показов Полки:
-  **Вкл:** Включены показы, мониторинг позиции и управление ставкой в данной зоне
  -  **Выкл:** Выключены показы, мониторинг позиции и управление ставкой в данной зоне

## Независимость

Зоны показов в "Ручной" РК Поиск и Полки независимы друг от друга, поэтому их настройки можно корректировать отдельно.



Настройки

Управляется  Держать макс. ставку Поиск  Держать макс. ставку Полки  Пауза  Зоны показов  Поиск  Полки

Целевая позиция Поиск <input type="text" value="3"/>	Макс. ставка Поиск <input type="text" value="1200 Р"/>	Целевая позиция Полки <input type="text" value="1"/>	Макс. ставка Полки <input type="text" value="170 Р"/>	Мин. бюджет <input type="text" value="3000 Р"/>	Мин. органика <input type="text" value="0"/>	Мин. остаток <input type="text" value="50 шт"/>
Тек. позиция Поиск <input type="text" value="18"/>	Тек. ставка Поиск <input type="text" value="1200"/>	Тек. позиция Полки <input type="text" value="144"/>	Тек. ставка Полки <input type="text" value="170"/>	Тек. бюджет <input type="text" value="3920"/>	Тек. органика <input type="text" value="0"/>	Тек. остаток <input type="text" value="319"/>
Макс. расход <input type="text" value="Отсутствует"/>	Автопополнение <input type="text" value="Поллолений: 12"/>	Мин. оценка отзыва <input type="text" value="0"/>	Время показа <input type="text" value="100 %"/>	Регион <input type="text" value="Москва"/>		
Тек. расход <input type="text" value="506"/>	Счет пополнения <input type="text" value="Внутренний баланс"/>	Смотреть отзывы <input type="text" value="0"/>				

Сохранить Отменить

## Основные настройки

1. **Целевая позиция Поиск:** Номер желаемой промпозиции в поисковой выдаче по целевой фразе.
2. **Целевая позиция Полки:** Номер желаемой промпозиции в рекомендательных полках по целевому артикулу.

## Детали работы

- Если указать целевой позицией ноль, то в рекламной кампании будет всегда установлена максимальная ставка (аналогично переключателю "Держать макс. ставку")
- Если максимальной ставки недостаточно для того, чтобы занять указанную целевую позицию, то товар займет такую позицию, на которую хватает максимальной ставки
- Для каждой зоны показов можно указать свою целевую позицию

## Без перетягивания одеяла

Рекламные кампании на разные артикулы внутри одного кабинета e-Comet не конкурируют между собой, то есть не пытаются перебить друг друга более высокой ставкой, чтобы занять нужную позицию.

3. **Макс. ставка Поиск:** Максимальная ставка, которую может выставить e-Comet для получения целевой позиции в поисковой выдаче по целевой фразе
4. **Макс. ставка Полки:** Максимальная ставка, которую может выставить e-Comet для получения целевой позиции в рекомендательных полках по целевому артикулу

## Все, что в наших силах

e-Comet будет пытаться все время снизить ставку, но остаться на целевой позиции. Однако, если РК вообще не показывается по целевой фразе / полке, то будет выставлена максимальная ставка, чтобы максимизировать шанс на показы РК.

## Независимость

Для каждой зоны показов можно указать свою максимальную ставку.

5. **Мин. бюджет:** Значение бюджета рекламной кампании, при достижении которого будет происходить автопополнение. Эта настройка позволяет кампании пополняться до достижения нулевого бюджета, чтобы предотвратить паузу в показах и, как следствие, падение продаж из-за временного отсутствия продвижения.

## Только вместе

Пополнение бюджета будет происходить только при включенном автопополнении (см. параметр Автопополнение).

6. **Мин. органика:** Если товар в органической выдаче находится на указанной позиции или выше, то реклама будет поставлена на паузу.

7. **Мин. остаток:** Минимальный остаток товара на всех складах, при достижении которого рекламная кампания ставится на паузу. При этом вместо паузы есть возможность использовать пониженную ставку. Если у товара несколько размеров, то можно выбрать один из трех сценариев работы / порогов срабатывания:
- Всего остаток – суммарный остаток по всем размерам. Проверяются все артикулы РК: если у всех артикулов остаток ниже порога, то РК ставится на паузу
  - По любому размеру – остаток любого из размеров (т.е. хотя бы одного). Проверяются все артикулы РК: если у всех артикулов есть хотя бы один размер, остаток которого ниже порога, то РК ставится на паузу
  - По конкретным размерам – индивидуальный остаток для каждого из размеров. Работает только для первого артикула РК (с минимальным номером). Остальные артикулы игнорируются

### **Остатки по API ВБ**

- Остатки отображаются в том виде, в котором их отдает ВБ по API
  - Возможна задержка (обычно до 30 минут) - это связано с особенностью работы ВБ API
  - Остатки по FBS отображаются без детализации по размерам - они просто суммируются, так как ВБ не отдает корректное разделение
  - Триггер для пониженной ставки можно установить либо на конкретный размер на складах ВБ, либо на весь остаток на FBS
8. **Макс. расход:** Максимальный расход бюджета рекламной кампании в день, после чего РК будет поставлена на паузу.

### **Безлимит от ВБ**

Wildberries может "доначислять" расходы в течение 6 часов после окончания показов несмотря на то, что РК уже стоит на паузе. Это может приводить к существенному превышению расходов над установленным лимитом. К сожалению, это особенность работы ВБ, которую просто нужно принимать во внимание.

9. **Автопополнение:** Размер и время ежедневного автопополнения РК. Каждый слот автопополнения может сработать не более 1 раза в течение дня и не ранее установленного времени. Минимальный размер автопополнения - 1000 рублей. Минимальный шаг - 50 рублей.
- Бюджет был положительным с 0:00 и до 18:00. В этом случае автопополнение произойдет после 18:00
  - Если затем бюджет снова станет равным нулю, например, в 21:00, то произойдет еще одно пополнение (так как слотов 2)
  - Если после этого бюджет снова станет равным нулю, скажем, в 23:00, то автопополнения не произойдет до 12:00 следующего дня

Ручное пополнение не учитывается за использованный слот автопополнения.

**10. Счет пополнения:** Пополнение может происходить с разных типов счета:

Счет рекламы - это счет, который продавец может пополнить самостоятельно на Wildberries с банковской карты или переводом с расчетного счета.

Внутренний баланс - это взаимозачет от Wildberries. Он дает возможность использовать средства от продаж в качестве кредита на рекламу. В дальнейшем израсходованная сумма будет списана и отражена в еженедельном отчете.

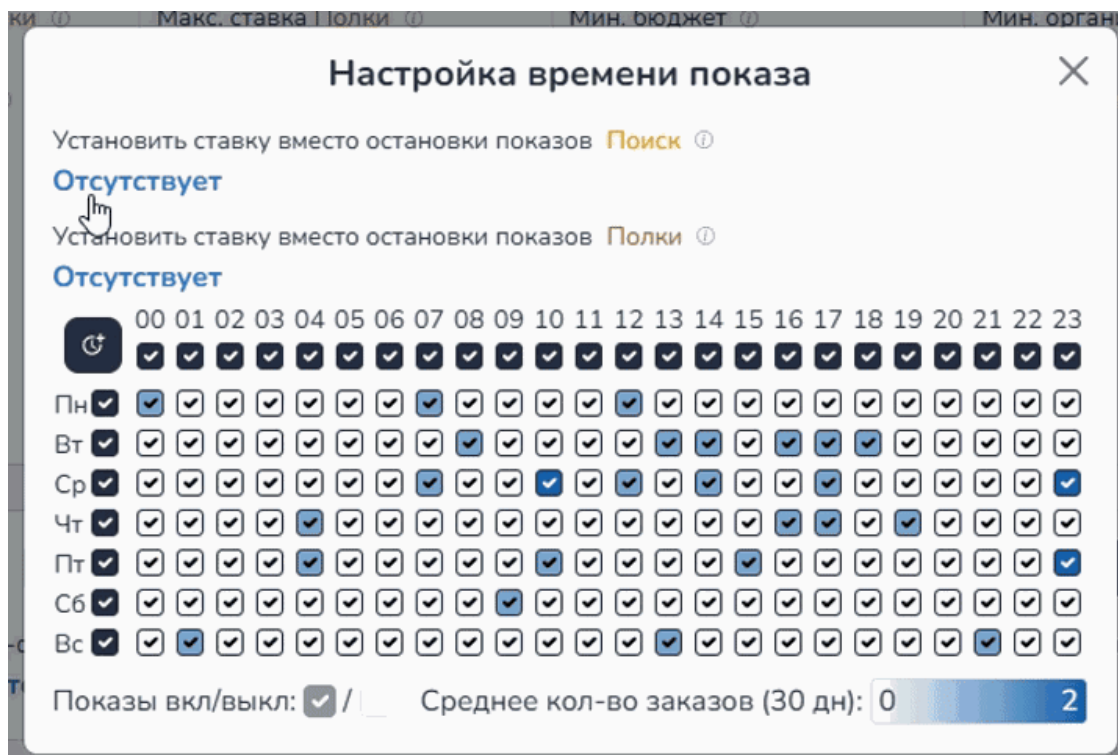
Бонусный счет - это счет, на который Wildberries начисляет бонусы продавцам. Бонусы с этого счета вы можете использовать для оплаты рекламы.

Промобонусы - это счет, на который Wildberries начисляет промо-бонусы за участие в акциях с кэшбэком за продвижение. В случае активации часть рекламных расходов (% определяется ВБ) может быть оплачена промобонусами. Необходимо также держать активным другой счет, с которого будет списываться основная часть расходов.

- Все расчеты за рекламу происходят непосредственно на Wildberries, e-Comet не контролирует и не влияет на этот процесс
  - Баланс в e-Comet используется только для оплаты услуг сервиса, с него невозможно платить за само продвижение ВБ
11. **Мин. оценка отзывов:** При получении отзыва с оценкой ниже указанного значения РК будет ставиться на паузу, пока в карточке не появятся новые отзывы, соответствующие заданному в блоке значению. После появления новых отзывов с оценкой больше или равной установленной кампания будет автоматически снята с паузы.

Отзывы отслеживаются по всей карточке (склейке), а не по конкретному артикулу.

12. **Смотреть отзывы:** Количество последних по дате отзывов в карточке товара, по которым нужно смотреть на минимальную оценку (до 10 отзывов). Нулевое значение = настройка отключена.
13. **Время показа:** Время, когда кампания остается в статусе "Активна". В остальные часы e-Comet будет ставить РК на паузу или менять ставку в зависимости от настроек. В таблице отображается активность заказов по дням недели и часам. Каждая ячейка окрашена от белого (нет заказов) до темно-синего (максимум заказов). Ниже добавлена шкала градиента для наглядности. Если галочка установлена - кампания будет активна в это время. Если нет - по умолчанию РК будет приостановлена. При этом вместо паузы есть возможность использовать пониженную ставку - для этого укажите ее в поле "Ставка вне времени показов".



Часы, в которые покупатели просматривают товары на Wildberries, могут не совпадать с часами, когда они оформляют заказы.

Wildberries не моментально реагирует на установку РК на паузу, и какое-то время показы могут продолжаться, даже когда РК находится в статусе "Пауза". Иногда такое продолжается несколько часов (!) - за это время может списаться несколько тыс. рублей бюджета. ВБ считает такое поведение нормальным

14. **Регион:** Регион, по которому будут отслеживаться и выставляться рекламные ставки.

### Не влияет на показы

Настройка не влияет на регион показов кампании. Wildberries не позволяет устанавливать регион показов. Рекламная кампания будет показываться по всем регионам, на которые хватает текущей ставки.

## Статусы рекламных кампаний

### Вкладки браузера

Статус рекламной кампании можно увидеть на вкладке браузера:

- – рекламная кампания активна, по ней идут показы
- – рекламная кампания активна, но показов по ней нет
- – рекламная кампания на паузе

Детали работы:

Индикация отображается только на вкладке с деталями рекламной кампании.

Ниже представлены колонки страницы с рекламными кампаниями. В деталях рекламных кампаний есть аналогичные теги в заголовке страницы, которые несут тот же смысл.

## Раздел "Реклама"

### Колонка "Статус"

Активна – Рекламная кампания активна, и в ней ненулевой бюджет

Пауза – Рекламная кампания поставлена на паузу. Проверьте колонку "Причина"

### Колонка "Идут показы"

Да – РК активна, по ней есть показы и списание бюджета в течение последних 60-ти минут

Нет – По РК нет показов и списания бюджета в течение последних 60-ти минут

### Колонка "Причина"

В колонке "Причина" мы помогаем идентифицировать причину отсутствия показов РК. Они разделяются по цветам:

Триггер – Пользовательская настройка, из-за которой кампания поставлена на паузу

Причина – Причина, по которой может не показываться реклама по одному или нескольким запросам РК

Блокер – Причина, по которой невозможен показ РК

Возможные причины:

Бюджет – У РК закончился бюджет, и его нужно пополнить для продолжения показов

Настройки – Максимальная ставка РК ниже минимальной

Нет арт. – Отсутствуют артикулы в РК, запуск невозможен

Нет показов – Отсутствует продвижение по всем фразам /полкам

Целевая полка – Отсутствует продвижение по целевой полке (артикул ВВ). При этом РК может оставаться активной и отображаться в других полках

Целевая фраза – Отсутствует продвижение по целевой фразе. При этом РК может оставаться активной и показываться по другим фразам

Автопилот – По артикулу данной РК включен автопилот. Выключите автопилот для возможности активации данной РК

Время – РК поставлена на паузу, так как текущее время за пределами установленных интервалов показов. РК автоматически будет переведена в активные, когда текущее время будет в пределах установленных интервалов показов

Остаток – РК поставлена на паузу, так как достигнут минимальный остаток по товару, указанный в настройках кампании. РК автоматически будет переведена в активные, как только остаток по товару будет увеличен или будет изменен минимальный остаток

Отзывы – РК поставлена на паузу, так как в карточке товара появился отзыв/отзывы с оценкой ниже установленной минимальной в настройках РК. РК автоматически будет переведена в активные, как только в карточке товара появятся новые отзывы в количестве, необходимом для выполнения условий по настройкам РК

### **Пауза – РК вручную поставлена на паузу**

Расх. арт. – РК поставлена на паузу до конца дня, так как превышен установленный лимит дневных расходов по артикулу. РК автоматически будет переведена в активные на следующий день

Расх. РК – РК поставлена на паузу до конца дня, так как превышен установленный лимит дневных расходов РК. РК автоматически будет переведена в активные на следующий день

Расх. юрл. – РК поставлена на паузу до конца дня, так как превышен установленный лимит дневных расходов по юрилицу. РК автоматически будет переведена в активные на следующий день

## **Кластеры**

Кластер - это группа фраз с одинаковой поисковой выдачей. Кластеры используются Wildberries для оптимизации скорости предоставления результатов поиска, когда несколько фраз объединяются в одну поисковую выдачу.

Все рекламные кампании на Wildberries работают по кластерам. ВБ создает список кластеров РК на основании контента в карточке товара и конверсий релевантных фраз в поиске. Этот процесс может занимать несколько дней.

Если какого-то кластера / фразы не хватает в вашей РК, несмотря на то, что уже прошло несколько дней после старта РК, то удостоверьтесь, что контент карточки товара соответствует этому кластеру / фразе.

- Nike кроссовки
- Кроссовки Найк
- Кроссовки от Nike
- Найк кроссовки

Поисковая выдача по запросам "кроссовки от Nike" и "Найк кроссовки" будет одинаковой.

Частота обновлений

Данные в блоке "Кластеры" на странице рекламной кампании обновляются каждые 30 минут.

**Статистика за сегодня**

Всем хочется видеть производительность кластеров в моменте, но напоминаем, что статистика в течение дня:

- Неточная (ВБ пересчитывает и корректирует статистику в конце дня)
- С задержками, которые могут достигать нескольких часов (специфика работы API ВБ)

## Работа с кластерами

### Общие настройки















Блок содержит следующие параметры:

- **Минус-кластеров - количество настроенных минус-кластеров.**
- Плюс-фразы - кластеры плюс-фраз, которые всегда будут оставаться активными, независимо от других настроек и автоминуса.
- Минус-фразы - кластеры минус-фраз будут по возможности минусоваться, если это не приводит к конфликтам с целевыми или плюс-фразами.
- Автоминус - автоматическая минусация всех новых кластеров, добавляемых Wildberries. Исключением являются кластеры целевых фраз и плюс-фраз.

### Детали работы

**Автоминус минусует кластеры каждые 15 минут.**

- Проверка кластеров - только для целевых и плюс-фраз. Проверка зависимостей между кластерами, защищающая их от случайного выключения. При отключении этой опции работа с кластерами происходит аналогично ЛК Wildberries, что может приводить к отсутствию показов по целевой фразе или плюс-фразам.
- Только активные - включение / отключение отображения только активных кластеров.
- CTR-фильтр - автоматическая минусация кластеров, если:
  - Кластер не содержит целевых фраз или плюс-фраз
  - Количество показов больше "Мин. показов"
  - CTR за 30 дней ниже заданного порога в %
- CPC-фильтр - автоматическая минусация кластеров, если:
  - Кластер не содержит целевых фраз или плюс-фраз
  - Количество показов больше "Мин. показов"
  - CPC за 30 дней выше заданного порога в рублях
- Мин. показов - минимальное количество показов кластера, ниже которого фильтры CTR/CPC не работают.
- Переключатель активности кластеров:

-  **Вкл:** Кластер активен. По фразам кластера будут осуществляться показы
-  **Выкл:** Кластер заминусован. По фразам кластера не будет показов. Учитывается в лимитах минус-кластеров
-  **Замок:** В данном кластере содержатся целевые или плюс-фразы. Его выключение приведет к минусации данных фраз и, как следствие, к отсутствию показов по ним
-  Голубая обводка: Кластер зависит от других кластеров. Если включена "Проверка кластеров", то включение  / выключение  данного кластера приведет к соответствующему включению  / выключению  других кластеров
-  Красная обводка: Кластер зависит от других кластеров, но их состояния не совпадают. "Проверка кластеров" отключена, и связанные кластеры включены  / выключены  несинхронно
- Индикатор плюс-фраз:
  -  Синий: Кластер с названием, идентичным плюс-фразе
  -  Голубая обводка: Кластер содержит плюс-фразу, но называется по-другому 
- Период - период, за который рассчитываются ключевые метрики (Расходы, Показы, Клики, CTR, CPC) и производится сравнение с другим периодом. Доступны варианты:
  - 1, 7, 15 дней с возможностью сравнения с предыдущим таким же периодом
  - 30 дней без сравнения

Также можно задать произвольные периоды:

- Первый период (слева) - период, за который нужно отобразить статистику
- Второй период (справа) - период для сравнения

## Периоды

Чтобы сравнение было корректным, периоды должны быть одинаковой длины и второй период (справа) должен начинаться раньше первого (слева).






- Артикул - проверка наличия артикула РК в органической выдаче по целевой фразе.
- Обновить позиции - проверка промпозиций / органических позиций в моменте по всем кластерам.

## Проверяйте в авторизованной выдаче

Выдача на Wildberries для авторизованных и неавторизованных пользователей различается. Поэтому мы рекомендуем установить расширение, чтобы проверять позиции именно в авторизованной выдаче и получать максимально точные данные. Использование расширения помогает анализировать позиции корректно.

- Регион - выбор региона для проверки промпозиций / органических позиций.
- Фильтр - делает работу с блоком "Кластеры" более эффективной и удобной.

## Целевые фразы в Единой РК

- Целевая фраза - ключевая фраза, по которой происходит мониторинг целевой позиции (промпозиции в поисковой выдаче) и управление ставкой. Если указано несколько целевых фраз, то в случае отсутствия показов по первой фразе управление перейдет на следующую по приоритету фразу.
- Индикатор целевых фраз:
  -  Золотая корона: Целевую фразу, активную на текущий момент
  -  Синяя корона: Целевую фразу, не являющуюся активной на текущий момент
  -  Голубая обводка: Кластер содержит целевую фразу, но называется по-другому  / 

## Количество целевых фраз

На всех тарифах, кроме Базовый и Проф, доступно 3 целевые фразы. На тарифе Базовый - 10 целевых фраз. На тарифе Проф - 20 целевых фраз.

## Целевые фразы в Ручной РК

- Целевых фраз - количество активных целевых фраз с заданной целевой позицией и ставкой.

## Где указать позицию и макс. ставку

Ячейки в колонках с голубым заголовком можно редактировать:

- Целевая позиция - номер желаемой промпозиции в поисковой выдаче по целевой фразе. Если эта позиция занята органикой, то целевой позицией станет первая рекламная позиция, находящаяся дальше целевой
- Макс. ставка - максимальная ставка, которую можно поставить для получения целевой позиции в поисковой выдаче по целевой фразе. Если целевая позиция не указана, то данная ставка будет установлена безусловно и управление ей производиться не будет

## Количество целевых фраз

На всех тарифах, кроме Базовый и Проф, доступно 3 целевые фразы. На тарифе Базовый - 10 целевых фраз. На тарифе Проф - 20 целевых фраз.

Целевые и нецелевые фразы

- Целевым считается кластер, для которого задана целевая позиция
- Нецелевой кластер - это кластер, для которого целевая позиция не задана
- Для каждого целевого кластера создается отдельный мини-биддер, который отслеживает позицию товара и автоматически корректирует ставку, чтобы она не превышала целевую
- Для нецелевых кластеров применяется базовая ставка либо фиксированная ставка, заданная вручную - в этом случае ставка в кластере просто фиксируется

### *Оптимизация минус-кластеров*

#### **Лимит в 1000 минус-кластеров**

Wildberries позволяет задать не более 1000 минус-кластеров для РК по API. Это ограничение ВБ, которое невозможно обойти.

e-Comet автоматически сортирует кластеры по эффективности и минусует наименее эффективные по следующим правилам в порядке приоритета:

1. Если включены оба фильтра CTR и CPC (значения в настройках РК не равны нулю), то сортировка идет по CPC.
2. Если включен один из фильтров CTR или CPC, то сортировка идет по включенному фильтру.
3. Если включен автоминус, то оставшиеся после фильтрации кластеры сортируются по CPC.
  - 990 с 100+ показов и CTR < 3%
  - 10 кластеров с менее 100 показов и без кликов

Прилетает новый минус-кластер с CTR 2% и 150 показов. Он будет заминусован по фильтру CTR, т.е. станет 991 минус-кластер по CTR, и 9 минус-кластеров с менее 100 показов по CPC.

### *Можно ли управлять видимостью РК по конкретным фразам?*

Управлять показами на уровне фраз Wildberries не дает, только на уровне кластеров. Посмотреть, какие фразы входят в кластер, можно в колонке "Размер кластера". В колонке "Частотность кластера" указана общая частотность всех фраз из кластера.

### *Как управлять видимостью РК по кластерам?*

В настройках рекламной кампании есть блок "Кластеры" с полным списком кластеров РК. В самой левой колонке можно активировать / деактивировать любой кластер.

#### **Защита важных кластеров**

Замком защищены кластеры, которые связаны с целевыми или плюс-фразами. Выключение данных кластеров приведет к минусации связанных фраз и возможной потере показов.

### Как оставить показы только по конкретным кластерам?

Рекомендованная последовательность действий:

- Заминовать все кластеры, которые отображаются
- Добавить нужные фразы в плюс-фразы
- Включить автоминус
- Не забудьте нажать на кнопку "Сохранить"

### Минимум 100 показов

Если кластер набрал меньше 100 показов, он не отображается, и с ним нельзя ничего сделать.

### Можно ли управлять целыми группами кластеров, не перечисляя их по отдельности?

Да, в плюс-фразах и минус-фразах можно указать паттерны фраз, чтобы быстро охватить все варианты фраз и их кластеры. Для этого используйте символ звездочки \*, он может стоять в начале, середине или конце слова. Например, если в рекламной кампании всегда должны быть активны фразы и их кластеры, содержащие слова "рубашка черная" и другие вариации, то можно указать в плюс-фразах шаблон "черн\* руб\*" - тогда система автоматически найдет все подходящие совпадения. Подойдут такие фразы и их кластеры, как "черная рубашка женская" и "черная рубашка для женщин". Если же известны нежелательные фразы и их кластеры, которые нужно исключить, например, "черная блузка", то достаточно указать в минус-фразах "черн\* блуз\*". Тогда они будут автоматически заминованы, если это не противоречит целевым и плюс-фразам.

Настройки фраз

Переместить в Аукцион Обновить кластеры

№	Фраза / Полка	Приоритет осн. фразы / полки	Целевая позиция	Основная фраза / полка	Плюс-фраза	Минус-фраза	Кластер	Частотность кластера	Размер кластера	Фразы кластера в РК	Дейс
1	<input type="checkbox"/> рубашка с пышными рукавами	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	рубашка с пышными ру...	1 220	5	1	...
2	<input type="checkbox"/> черн* руб*				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					...
3	<input type="checkbox"/> черн* блуз*				<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>					...
4	<input type="checkbox"/>										...

## Рабочие связки и конфликт рекламных кампаний

### Рабочие связки РК

#### Ручная РК (Поиск) + Ручная РК (Полки)

Плюсы:

- Отсутствие бесполезного расхода (РК разделены по зонам) Раздельный контроль бюджетов по зонам

- Точная статистика (одна РК = одна зона показов)

Минусы:

- Дорогие полки (высокая минимальная ставка)

Когда использовать:

- Активное управление с полным контролем для артикулов с большими бюджетами и высокой ставкой в полках

*Единая РК (с автоминусом по Поиску) + Ручная РК (только Поиск)*

Плюсы:

- Дешевые полки (низкая минимальная ставка)
- Раздельный контроль бюджетов по зонам

Минусы:

- Бесплезный расход на зону Поиск в Единой РК в период обучения (пока кластеры не наберут 100 показов и будут заминусованы)
- Менее точная статистика в период обучения (пока не заминусуются кластеры из Единой РК)

Когда использовать:

- Артикулы, где основной трафик из полок, и нужна кампания на долгий срок (экономия за счет низкой ставки в полках)

*Ручная РК (Поиск + Полки)*

Плюсы:

- Отсутствие бесполезного расхода во второй РК (пока кластеры не наберут 100 показов и будут заминусованы)
- Рекомендованный вариант ВБ

Минусы:

- Дорогие полки (высокая минимальная ставка)
- Неточная статистика (нет четкой разбивки по зонам показов)
- Нет возможности контролировать бюджет по зонам

Когда использовать:

- Работа в формате "настроил и забыл" с артикулом с большими бюджетами и высокой ставкой в полках

## Пересечение РК по зонам показов

Хотя две РК могут корректно работать на одном артикуле, необходимо следить за отсутствием их пересечений по зонам показов.

Пересечение (конфликт) двух РК по зонам показов плохо по нескольким причинам:

1. Так как в поиске / полках в любой момент времени показывается только одна РК на каждый артикул, то Wildberries обычно выбирает наиболее выгодный для себя и наименее выгодный для продавца вариант - показываться по наибольшей ставке.
2. Статистика РК искажается, и биддер может работать некорректно, потому что позиция товара может начать "прыгать", когда Wildberries чередует показы между РК.
3. **Wildberries может не показывать рекламу вовсе.**

Желтым в таблице подсвечены кластеры, по которым есть пересечение с другими рекламными кампаниями (то есть продвижение может идти как по одной, так и по другой кампании, скорее всего, по менее выгодной ставке).

№	Основная фраза	Плюс-фраза	Кластер	Частотность кластера	Размер кластера	Показы 30, шт.	Клики 30, шт.	CTR 30, %	CPC 30, Р.	Расход 30, Р.	Премия позиция	Органическая позиция
1	набор парфюма женский			2 655		484	41	8,5	5,6	228,6	☒	☒
2	духи женские сладкие стойкие фруктов					17				8,1	☒	☒
3	духи attar hayati					77	6	7,8	6,1	36,3	☒	☒
4	женские духи пробники			1 255		3 528	160	4,5	10,9	1 736,5	☒	☒
5	духи женские стойкие со шлейфом			16 025		1 175	47	4	12,2	573,3	☒	☒
6	набор пробников духи					312	25	8	6,2	154,2	☒	☒
7	подарочный набор духов для женщин					272	10	3,7	13	130,5	☒	☒

Также отобразится запись в разделе "Проблемы кампаний", который находится во вкладке "Реклама" в правом верхнем углу.

## Не игнорируйте "Проблемы кампаний"

Конфликт РК по зонам показов - одна из самых распространенных проблем, из-за которой поведение рекламных кампаний становится непредсказуемым, а бюджет расходуется неэффективно. Чтобы избежать конфликта, для каждого артикула скорректируйте активные РК так, чтобы зоны показов не пересекались. Каждая РК должна иметь уникальные в рамках артикула зоны показов. Исключение составляет ситуация, когда созданы Ручная РК в поиске и Единая РК с включенным автоминусом.

## Функционал PRO

Набор функций, доступный на тарифе "Проф", который содержит:

- Продвинутую аналитику
- **Более ресурсоемкие правила управления РК**
- Средства автоматизации для больших кабинетов, экономящие время при большом количестве РК под управлением

На остальных тарифах доступна пробная версия PRO, действующая в течение пяти дней.



## Больше с PRO

На всех тарифах, кроме Базовый и Проф, доступно 3 целевые фразы. На тарифе Базовый - 10 целевых фраз. На тарифе Проф - 20 целевых фраз.

## Контроль расходов PRO

Функционал позволяет автоматизировать контроль рекламных расходов по товарам и юрлицам. Он является расширенной версией дневного лимита расходов, который можно задать в настройках конкретной РК в поле "Макс. расход".

Переключатель "Активен" контролирует работу функционала для всего аккаунта:

-  **Вкл:** Осуществляется контроль расходов согласно лимитам по юрлицам и артикулам
-  **Выкл:** Контроль не осуществляется

## Контроль без границ

Лимит расходов внутри РК работает независимо. Он продолжит работать, даже если контроль расходов PRO отключен.

## Детали работы

Выделенные синим цветом колонки можно редактировать двойным кликом внутри ячейки таблицы.

### *Лимит по юрлицам*

Кнопка "Лимит юрлиц" позволяет указать дневной лимит расходов для каждого юрлица. В таблице доступен список ваших юрлиц, количество кампаний и статистика по расходам за 30 дней.

Если лимит будет превышен, то все РК юрлица будут поставлены на паузу до конца дня.

### *Лимит по артикулам*

В общей таблице вы можете установить дневной лимит для каждого товара. Если лимит будет превышен, то РК с данным артикулом встанут на паузу до конца дня.

Таблица поддерживает все стандартные функции в сервисе, такие как сортировка, фильтрация и настройка.

## Детали работы

Отображаются только юрлица с активным токеном API и категорией "Продвижение".

## Где искать

Раздел "Реклама" → кнопка

 **Контроль расходов PRO**

# Артикул PRO

Таблица с дневной динамикой всех основных показателей эффективности рекламы. Представляет собой воронку конверсий от рекламных показов до выкупов и доли рекламных расходов.

№	Метрика	Расчет	Среднее	Сумма	17.09	16.09	15.09	14.09	13.09	12.09	11.09	10.09	09.09	08.09	07.09	06.09	05.09	04.09	03.09	02.09	01.09	31.08	30.08
1	Расходы (реклама), P	реклама	2 787	83 611	1 667	1 551	1 029	1 104	1 267	1 488	1 908	2 264	2 502	2 334	2 059	2 204	2 450	2 910	2 951	3 668	2 983	2 661	2 381
2	Единая Полюс, P	фразы	866	25 984	85	57	49	44	48	60	101	255	230	199	189	194	256	373	569	630	481	348	385
3	Единая Полюс, P	фразы	785	23 536	496	559	567	564	572	552	636	638	667	613	624	639	650	740	713	721	436	423	367
4	Ручная Полюс, P	фразы	1 364	34 091	1 086	935	413	496	648	876	1 171	1 371	1 605	1 522	1 246	1 371	1 543	1 798	1 668	2 317	2 067	1 889	1 596
5	Показы (реклама), шт	реклама	8 781	263 432	4 326	4 229	3 779	4 149	4 342	4 519	5 456	6 557	6 831	6 272	6 001	6 290	7 201	8 865	10 074	11 156	7 800	6 660	6 550
6	Единая Полюс, шт	фразы	3 488	104 627	409	268	244	236	258	331	561	1 390	1 255	1 088	1 030	1 059	1 405	2 048	3 104	3 430	2 609	1 895	2 113
7	Единая Полюс, шт	фразы	3 998	119 952	3 124	3 278	3 194	3 441	3 467	3 354	3 780	3 861	4 046	3 715	3 773	3 910	3 938	4 415	4 294	4 499	2 869	2 826	2 562
8	Ручная Полюс, шт	фразы	1 554	38 853	793	683	341	472	617	834	1 115	1 306	1 530	1 469	1 198	1 321	1 858	2 402	2 676	3 227	2 322	1 939	1 885
9	Стоимость тыс. показов (CPM, реклама), P	+1+0*1000	317		385	367	272	266	292	329	350	345	366	372	343	350	340	338	293	329	382	400	364
10	Единая Полюс, P	+2+0*1000	248		209	212	200	185	184	182	181	183	184	183	184	183	182	182	183	184	184	184	181
11	Единая Полюс, P	+3+0*1000	196		159	171	178	164	165	165	168	165	165	165	165	164	165	168	166	160	152	150	151
12	Ручная Полюс, P	+4+0*1000	877		1 369	1 370	1 211	1 050	1 050	1 050	1 050	1 050	1 049	1 036	1 040	1 038	830	748	623	718	890	974	888
13	Конверсия в клик (CTR, реклама), %	+19+5	4.4		3.9	3.8	2.9	3.2	4	4	4.4	5.2	5.2	5	5.2	5.3	5.2	5	5.3	7.3	7	6.2	5.9
14	Единая Полюс, %	+20+6	3.4		4.4	4.1	2	6.4	4.3	3.9	3.7	5	4.3	4.8	5.6	5.4	4.4	4.3	4.3	5	5	4.6	3.9
15	Единая Полюс, %	+21+7	3.4		3	3.1	2.7	2.6	3	2.5	2.9	4.1	3.6	3.4	3.6	3.2	3.4	3.4	3.4	4.2	4.5	4	4
16	Ручная Полюс, %	+22+8	9.2		6.8	6.9	5.6	6.1	9.2	10	9.9	8.3	9.9	9.3	9.8	11.4	9.7	8.5	9.5	14.2	12.3	10.9	10.1
17	Клики (всего), шт	воронка	788	23 637	350	315	235	295	311	359	543	655	670	628	667	618	708	919	1 070	1 505	1 048	849	788
18	Клики (органика), шт	+17-19	406	12 177	183	154	126	162	139	180	303	316	318	314	356	284	331	473	540	691	503	437	383
19	Клики (реклама), шт	реклама	382	11 460	167	161	109	133	172	179	240	339	352	314	311	334	377	446	530	814	545	412	388
20	Единая Полюс, шт	реклама	120	3 586	18	11	5	15	11	13	21	70	54	52	58	57	62	89	133	170	131	87	84
21	Единая Полюс, шт	реклама	137	4 119	95	103	85	89	104	83	109	140	147	126	136	126	135	152	144	187	129	114	104
22	Ручная Полюс, шт	реклама	156	3 755	54	47	19	29	57	83	110	109	151	126	117	151	180	205	253	457	285	211	194
23	Стоимость клика (CPC, реклама), P	+1+19	7.3		10	9.6	9.4	8.3	7.4	8.3	7.9	6.7	7.1	7.4	6.6	6.6	6.5	6.5	5.6	4.5	5.5	6.5	6.2
24	Единая Полюс, P	+2+20	6		4.7	5.2	9.8	2.9	4.3	4.6	4.8	3.6	4.3	3.8	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	3.7	3.7	4	4.6
25	Единая Полюс, P	+3+21	5.5		5.2	5.4	6.7	6.3	5.5	6.7	5.8	4	4.5	4.9	4.6	5.1	4.8	4.9	5	3.9	3.4	3.7	3.7
26	Ручная Полюс, P	+4+22	11.1		20.1	19.9	21.7	17.1	11.4	10.5	10.6	12.6	10.6	11.2	10.6	9.1	8.6	8.8	6.6	5.1	7.3	9	8.1
27	Конверсия в корзину (CR1, общий), %	+30+17	9.8		10.9	8.3	8.1	9.2	8.4	9.2	10.9	8.5	8.1	9.2	10.9	7.9	8.1	8.6	8.9	13.7	13.5	12	8.6
28	Конверсия в корзину (CR1, органика), %	+27 (воронка)	9.8		10.9	8.3	8.1	9.2	8.4	9.2	10.9	8.5	8.1	9.2	10.9	7.9	8.1	8.6	8.9	13.7	13.5	12	8.6
29	Конверсия в корзину (CR1, реклама), %	+27 (воронка)	9.8		10.9	8.3	8.1	9.2	8.4	9.2	10.9	8.5	8.1	9.2	10.9	7.9	8.1	8.6	8.9	13.7	13.5	12	8.6
30	Корзины (всего), шт	воронка	77.3	2 320	38	26	19	27	26	33	59	56	54	58	73	49	57	79	95	206	142	102	66
31	Корзины (органика), шт	+18+28	39.7	1 191	19.9	12.7	10.2	14.8	11.6	16.5	32.9	27	25.6	29	39	22.5	26.6	40.7	47.9	94.6	68.2	52.5	32.1
32	Корзины (реклама), шт	+10+14	37.6	1 129	18.1	13.3	8.8	12.2	14.4	16.5	26.1	29	28.4	29	34	26.5	30.4	38.3	47.1	111	73.8	49.5	33.3
33	Стоимость корзины (CPB, общий), P	+1+30	36		43.9	59.7	54.2	40.9	48.7	45.1	32.3	40.4	46.3	40.2	28.2	45	43	36.8	31.1	17.8	21	25.1	35.1
34	Стоимость корзины (CPB, реклама), P	+1+32	74.1		92	117	117	90.7	86.1	90.5	73.2	78.1	88.2	80.5	60.5	83.2	80.7	75.9	62.7	32.9	40.4	53.8	71.1
35	Конверсия в заказ (CR2, общий), %	+38+30	43.2		36.8	37.7	36.8	48.1	23.1	33.3	42.4	35.7	44.4	34.5	36.2	55.1	35.1	24.1	52.6	35.9	37.3	34.3	48.5
36	Конверсия в заказ (CR2, органика), %	+35 (воронка)	43.2		36.8	37.7	36.8	48.1	23.1	33.3	42.4	35.7	44.4	34.5	36.2	55.1	35.1	24.1	52.6	35.9	37.3	34.3	48.5
37	Конверсия в заказ (CR2, реклама), %	+35 (воронка)	43.2		36.8	37.7	36.8	48.1	23.1	33.3	42.4	35.7	44.4	34.5	36.2	55.1	35.1	24.1	52.6	35.9	37.3	34.3	48.5
38	Заказы (всего), шт	воронка	33.4	1 002	14	15	7	13	6	11	25	20	24	20	41	27	20	19	50	74	53	35	32
39	Заказы (органика), шт	+31+36 (воронка)	17.2	515	7.3	7.3	3.8	7.1	2.7	5.5	14	9.6	11.4	10	21.9	12.4	9.4	9.8	25.2	34	25.4	18	13.1
40	Заказы (реклама), шт	+32+37 (воронка)	16.2	487	6.7	7.7	3.2	5.9	3.3	5.5	11	10.4	12.6	10	19.1	14.6	10.6	9.2	24.8	40	27.6	17	16.1
41	Стоимость заказа (CPO, общий), P	+1+38	83.4		119	103	147	84.9	211	135	76.3	113	104	117	50.2	81.6	122	153	59	49.6	56.3	76	74
42	Стоимость заказа (CPO, реклама), P	+1+40	172		230	202	317	188	382	271	173	219	198	223	108	151	230	316	119	91.6	108	157	145
43	Цена после СПЛ, P	карточка	1 834		1 711	1 787	1 761	1 758	1 758	1 629	1 544	1 637	1 687	1 663	1 430	1 616	1 845	1 901	1 740	1 449	1 485	1 615	1 881
44	СПЛ, %	+45-43+45	23.5		28	24.8	25.9	26	31.3	35	31.1	29	30	39.8	32	22.4	20	26.8	39	37.5	32.1	24	24
45	Цена до СПЛ, P	+46+38	2 404		2 377	2 377	2 377	2 377	2 377	2 377	2 377	2 377	2 377	2 377	2 377	2 377	2 377	2 377	2 377	2 377	2 377	2 377	2 377
46	Выручка до СПЛ (всего), P	воронка	80 288	2 408 651	33 278	35 655	16 639	30 901	14 262	26 147	59 425	47 538	57 046	47 539	97 456	64 179	47 539	45 162	118 850	175 897	125 980	83 195	76 011
47	Выручка до СПЛ (органика), P	+45+39	41 341	1 240 243	17 400	17 431	8 921	16 969	6 374	13 110	33 160	22 934	27 076	23 770	37 015	29 493	22 225	23 244	99 980	80 761	60 466	42 822	37 818
48	Выручка до СПЛ (реклама), P	+45+39 (воронка)	38 947	1 168 408	15 878	18 224	7 718	13 932	7 888	13 037	26 265	24 604	29 970	23 770	45 441	34 686	25 314	21 918	58 870	95 136	65 514	40 373	38 193
49	DRP (общий), %	+1+46	3.5		5	4.4	8.2	3.6	8.9	5.7	3.2	4.8	4.4	4.9	2.1	3.4	5.2	6.4	2.5	2.1	2.4	3.2	3.1
50	Процент выкупа	воронка	45.1			33	100	100		63	77	53	50	45	39	46	40	63	42	59	46	45	43
51	DRP (TASo																						

- Показы
- Тип трафика
- Ставка за тыс. показов (CPM)
- Конверсия в клик (CTR)
- Клики
- Стоимость клика (CPC)
- Конверсия в корзину (CR1)
- Корзины
- Стоимость корзины (CPB)
- Конверсия в заказ (CR2)
- Заказы
- Стоимость заказа (CPO)
- Цена после СПП
- СПП (скидка постоянного покупателя)
- Цена до СПП
- Выручка до СПП
- DRP (доля рекламных расходов)
- Процент выкупа
- DRP по выкупам (TACoS)
- Выкупили товаров
- Выкупили на сумму
- Возврат на инвестиции в маркетинг (ROMI)
- Остатки (всего)
- Остатки на МП (складе продавца)
- Остатки на складах WB

### **Разбивка по зонам показов**

Нажмите "Развернуть все", чтобы увидеть метрики по зонам показов. Нажмите "Свернуть все", чтобы получить компактный вид. Система запомнит ваш выбор и применит его при следующем открытии таблицы.

**Количество РК:** в тултипе 2 РК указано количество рекламных кампаний артикула. Цвет меняется в зависимости от количества:

- 1 РК - 1 рекламная кампания
- 2 РК - 2 рекламные кампании
- 3 РК - 3 и более рекламных кампаний

**Переключатель "Склейка":** при активации в таблице отображаются данные по всем артикулам в склейке (объединение карточек товаров). Это позволяет учитывать влияние рекламы на общие результаты, включая артикулы, не участвующие в рекламных кампаниях. При выключенном состоянии данные отображаются только по отдельным артикулам.

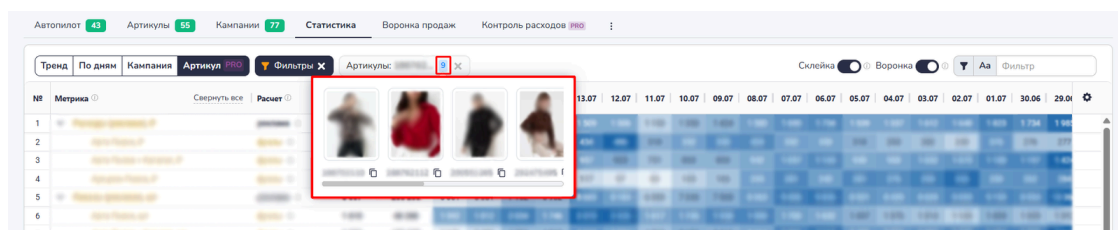
№	Метрика	Расчет	Среднее	Сумма	17.09	16.09	15.09	14.09	13.09	12.09	11.09	10.09	09.09	08.09	07.09	06.09	05.09	04.09	03.09	02.09	01.09	31.08	30.08
1	Расходы (реклама), P	реклама	278	8 352	186	198	304	221	208	110	534	307	295	515	376	206	174	331	210	262	260	209	222
2	Единая Полюс, P	фразы	103	3 095	36	53	137	92	53	29	149	124	113	165	122	66	59	100	75	93	101	94	87
12	Единая Полюс, P	фразы	172	5 168	150	145	167	129	155	81	386	182	182	390	295	140	115	231	135	169	159	114	132
22	Ручная Полюс, P	фразы	44,5	89																			
32	Показы (реклама), шт	реклама	1 586	47 582	1 055	970	1 230	1 433	1 137	714	2 383	2 185	2 631	2 827	2 612	1 437	1 199	2 235	1 445	1 620	1 663	1 463	1 54
33	Единая Полюс, шт	фразы	558	16 749	185	255	544	585	269	178	617	627	743	833	811	441	395	646	502	618	590	611	56
43	Единая Полюс, шт	фразы	1 017	30 513	870	715	686	848	868	536	1 736	1 358	1 288	1 974	1 801	996	804	1 589	943	1 202	1 073	852	98
53	Ручная Полюс, шт	фразы	160	320																			
63	Стоимость тыс. показов (СРМ, реклама), P	+1+32*1000	176		176	204	247	154	183	154	227	140	145	182	144	143	145	148	146	144	156	143	142
64	Единая Полюс, P	+2+33*1000	185		193	208	292	158	196	164	241	150	132	194	190	150	150	154	150	151	171	155	154
74	Единая Полюс, P	+12+43*1000	169		173	202	243	152	178	151	222	134	141	177	141	140	143	146	143	140	148	134	131
84	Ручная Полюс, P	+22+53*1000	278																				
94	Конверсия в клик (CTR, реклама), %	+136-92	2,6		3,2	3,5	2,5	2,9	1,7	2,8	2,9	1,6	2,2	2,4	2,7	2	2	3,3	1,7	4,2	2,5	2	2,1
95	Единая Полюс, %	+137-33	2,7		5,4	5,5	2,4	2,7	2,6	5,1	3,7	1,1	1,6	2,3	3,6	1,1	3	3,7	2,6	3,2	2,2	2,3	1,6
105	Единая Полюс, %	+147-43	2,5		2,8	2,8	2,6	3,1	1,4	2,1	2,6	1,8	2,5	2,5	2,3	2,4	1,5	3,1	1,3	4,7	2,7	1,8	2,3
115	Ручная Полюс, %	+157-53	1,3																				
125	Клики (всего), шт	воронка	256	7 674	222	285	238	226	213	214	363	353	247	298	319	264	182	389	183	233	229	246	300
126	Клики (органика), шт	+125-136	215	6 449	188	251	207	184	194	194	299	319	203	229	249	235	158	306	158	177	187	217	274
136	Клики (реклама), шт	реклама	40,8	1 225	34	34	31	42	19	20	66	34	44	69	70	29	24	74	25	76	42	29	32
137	Единая Полюс, шт	реклама	459		10	14	13	16	7	9	23	9	12	20	29	5	12	24	13	20	13	14	9
147	Единая Полюс, шт	реклама	25,4	762	24	20	18	26	12	11	45	25	32	49	41	24	12	50	12	56	29	15	23
157	Ручная Полюс, шт	реклама	4	4																			
167	Стоимость клика (СРС, реклама), P	+1+136	6,8		5,5	5,8	9,5	5,3	10,9	5,5	7,9	9	6,7	7,5	5,4	7,1	7,3	4,5	8,4	3,4	6,2	7,2	6,9
168	Единая Полюс, P	+2+137	7,1		3,6	3,8	10,5	5,8	7,5	3,2	6,5	13,8	9,4	8,3	4,2	13,2	4,9	4,1	5,8	4,7	7,8	6,7	9,7
178	Единая Полюс, P	+12+147	7,7		6,3	7,2	9,3	4,9	12,9	7,3	8,6	7,3	5,7	7,1	6,2	5,8	9,6	4,6	11,2	3	5,5	7,6	5,8
188	Ручная Полюс, P	+22+157	22,2																				
198	Конверсия в корзину (CR1, общий), %	+219+125	7,9		9,0	5,3	6,7	9,7	7,5	7	5,2	7,1	7,7	7,7	7,8	11,4	8,8	7,9	9,8	7,1	10	5,7	9,2
199	Конверсия в корзину (СРВ, органика), %	+198 (воронка)	7,9		9,0	5,3	6,7	9,7	7,5	7	5,2	7,1	7,7	7,7	7,8	11,4	8,8	7,9	9,8	7,1	10	5,7	9,2
209	Конверсия в корзину (CR1, реклама), %	+198 (воронка)	7,9		9,0	5,3	6,7	9,7	7,5	7	5,2	7,1	7,7	7,7	7,8	11,4	8,8	7,9	9,8	7,1	10	5,7	9,2
219	Корзины (всего), шт	воронка	20,2	606	22	15	16	22	16	15	19	25	19	23	25	30	16	30	18	18	23	14	28
220	Корзины (органика), шт	+126+159	17	510	18,6	13,2	13,9	17,9	14,6	13,6	15,4	22,6	15,6	17,7	19,5	26,7	13,9	24,2	15,5	12,6	18,8	12,3	25
230	Корзины (реклама), шт	+64+95	3,2	96,3	3,4	1,8	2,1	4,1	1,4	1,4	3,6	2,4	3,4	5,3	5,5	3,3	2,1	5,8	2,5	5,4	4,2	1,7	29
240	Стоимость корзины (СРВ, общий), P	+1+219	13,8		8,4	13,2	19	10	13	7,3	28,1	12,3	15,5	22,4	15,1	6,9	10,9	11	11,7	14,6	11,3	14,9	7,8
241	Стоимость корзины (СРВ, реклама), P	+1+230	86,8		55,1	110	146	54,1	145	78,4	150	127	87,2	96,7	68,6	62,5	82,5	56,6	85,5	48,5	61,7	126	75
251	Конверсия в заказ (СР2, общий), %	+272+219	32		45,5	20	31,3	54,5	25	26,7	26,3	36	26,3	21,7	28	20	18,8	26,7	38,9	50	65,2	35,7	14
252	Конверсия в заказ (СР2, органика), %	+251 (воронка)	32		45,5	20	31,3	54,5	25	26,7	26,3	36	26,3	21,7	28	20	18,8	26,7	38,9	50	65,2	35,7	14
262	Конверсия в заказ (СР2, реклама), %	+251 (воронка)	32		45,5	20	31,3	54,5	25	26,7	26,3	36	26,3	21,7	28	20	18,8	26,7	38,9	50	65,2	35,7	14
272	Заказы (всего), шт	воронка	6,5	194	10	3	5	12	4	4	5	9	5	5	7	6	3	8	7	9	15	5	4
273	Заказы (органика), шт	+220+252 (воронка)	5,4	162	8,5	2,6	4,3	9,8	3,6	3,6	4,1	8,1	4,1	3,8	5,5	5,3	2,6	6,4	6	6,3	12,2	4,4	3,6
283	Заказы (реклама), шт	+230+262 (воронка)	1,1	31,6	1,5	0,4	0,7	2,2	0,4	0,4	0,9	0,9	0,9	1,2	1,5	0,7	0,4	1,6	1	2,7	2,8	0,6	0,4
293	Стоимость заказа (СР0, общий), P	+1+272	43,1		18,6	65,8	60,8	18,4	51,9	27,5	107	34,1	59	103	53,8	34,3	58	41,4	30	29,1	17,3	41,7	54
294	Стоимость заказа (СР0, реклама), P	+1+283	264		121	552	466	99,1	582	294	570	354	331	445	245	312	440	212	220	97	94,6	354	52
304	Цена после СПГ, P	карточка	2 222		2 138	2 252	2 328	2 280	2 097	1 906	1 983	2 009	1 980	2 213	1 887	1 825	2 180	2 163	1 830	1 883	1 934	2 013	2 08
314	СПГ, %	+324-304+324	25,6		32,7	30,1	26,1	34,4	24,9	31,4	32,3	32,4	29,3	29	36,9	38	20,2	29,1	36,7	35,7	39	24,7	27
324	Цена до СПГ, P	+334+272	9 020		3 176	3 222	3 149	3 018	2 793	2 780	2 929	2 973	2 799	3 117	2 989	2 942	2 733	3 049	2 893	2 929	3 171	2 673	2 88
334	Выручка до СПГ (всего), P	воронка	19 530	585 898	31 788	9 665	15 747	36 211	11 770	11 120	14 645	26 757	13 994	15 586	20 920	17 651	8 200	24 395	20 251	26 365	47 562	13 365	11 5
335	Выручка до СПГ (органика), P	+324+273	16 346	490 393	26 894	8 512	13 696	29 482	10 174	10 081	11 902	24 180	11 501	11 977	16 329	15 712	7 119	19 644	17 484	18 445	38 839	11 789	10 3
345	Выручка до СПГ (реклама), P	+324+273 (воронка)	3 183	95 505	4 864	1 153	2 051	6 729	996	1 039	2 743	2 577	2 493	3 609	4 591	1 939	1 081	4 751	2 767	7 920	8 723	1 576	1 20
355	ДРР (общий), %	+1+334	1,4		0,6	2	1,9	0,6	1,0	1	3,6	1,1	2,1	3,3	1,8	1,2	2,1	1,4	1	1	0,5	1,6	1,9
375	Процент выкупа	воронка	30,4		100	100	100	66,7	50	100	49,6	100	50	100				100	75	50	60,2		
385	ДРР (TACoS, общий по выкупам), %	+355+375	4,7																				
395	Выкупы товаров (всего), шт	воронка	2	48																			
396	Выкупы товаров (органика), шт	+273-272+395	1,7	39,8																			
406	Выкупы товаров (реклама), шт	+283-272+395	0,3	8,2																			
416	Выкупы на сумму (всего), P	воронка	5 987	143 685																			
417	Выкупы на сумму (органика), P	+273-272+406	4 965	119 158</																			

- Выручка учитывается не только по артикулам, участвующим в РК, но и по тем, у которых была выручка без рекламы. Эти данные берутся из отчета "Воронка продаж", что позволяет корректно учитывать рентабельность рекламы и избежать завышения ДРР

**Количество артикулов:** в плашке 9 указано количество артикулов в склейке. При наведении курсора на плашку с активированным переключателем "Склейка" во всплывающем окне отображаются:

- Номера артикулов, входящих в склейку
- Фотографии товаров

Это помогает быстро идентифицировать все товары, участвующие в склейке.



**Переключатель "Воронка":** позволяет выбирать между двумя режимами расчетов:

1. Стандартный метод - данные о конверсии в корзину и в заказ берутся из статистики по рекламе с Wildberries без обработки
2. Альтернативный метод ("Воронка") - делаются допущения, что:
  - Конверсия в корзину одинакова для органического и рекламного трафика
  - Статистика по общей статистике артикула (независимо от вида трафика) более точная

Таким образом, конверсия в корзину (CR1) и конверсия в заказ (CR2) берутся из отчета "Воронка продаж".

Использование данного подхода позволяет получить более реалистичные метрики: корзины, заказы, ДРР и стоимость заказа (C PO), так как качество данных в статистике рекламы от маркетплейса по конверсиям в корзину и в заказ вызывает вопросы.

### Где искать

Реклама → Статистика → Артикул PRO.

## Вопросы

### Общие вопросы

#### *Почему может не показываться реклама?*

1. **По данной ключевой фразе нет рекламы:** Убедитесь, что реклама в принципе есть по данной ключевой фразе. Для этого перейдите на Wildberries и введите фразу в строке поиска.
2. **Товара нет в поисковой выдаче:** Проверьте, есть ли товар в органической выдаче. Это можно сделать на странице рекламной кампании в блоке "Тек. органика".
3. **Товара нет в наличии:** Убедитесь, что товар есть в наличии. Можете проверить это на странице РК в блоке "Тек. остаток".
4. **У товара менялась категория:** При изменении категории товара требуется пересоздать кампанию. Для этого есть удобная функция в интерфейсе e-Comet - кнопка "Пересоздать РК" (жук).
5. **Пересечения РК по артикулу или фразам:** Артикул или фразы данной РК есть в другой рекламной кампании, которая сейчас активна. Проверьте наличие "проблем" кампаний на основной странице рекламы (справа вверху страницы красный восклицательный знак с количеством проблем).
6. **Не тот регион:** Вы смотрите выдачу, выбрав регион, который отличается от настроенного в кампании.

Если ничего из вышеописанного не помогло, то напишите в поддержку, мы обязательно поможем.

#### *Как добавить рекламные кампании из Wildberries в e-Comet?*

- Перейдите в личный кабинет e-Comet
- В разделе "Юрлица" добавьте новое юрлицо
- Добавьте токен

#### **Детали работы**

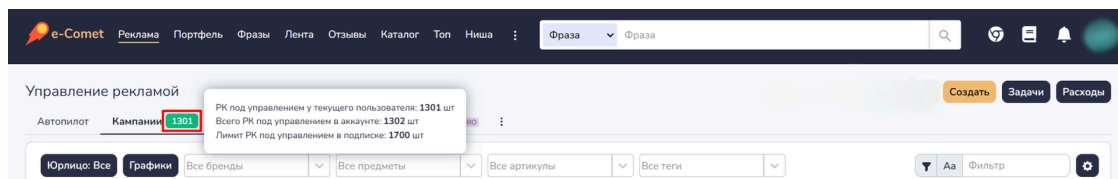
- Рекламные кампании, общая статистика, артикулы, а также данные в разделах "Лента" и "Отзывы" отобразятся в течение 30 минут
- Статистика по кластерам рекламных кампаний появится через 60 минут
- Джем-статистика по топ-фразам (при наличии подписки Джем) отобразится на следующий день

#### *Как узнать количество РК под управлением и лимит?*

В разделе "Управление рекламой" наведите курсор или нажмите на зеленый тултип рядом со словом "Кампании". В нем отображаются:

- Количество РК у текущего пользователя

- Сколько всего РК в аккаунте
- Лимит РК в подписке



### *С какими типами рекламы работает e-Comet?*

- Автоматическая (Авто или АРК)
- Аукцион (Поиск)

### *Почему нет функции X / не поддерживается тип рекламы X?*

Каждый день мы общаемся с десятками продавцов и уточняем, что нужно каждому из них, как еще мы можем оптимизировать работу с маркетплейсами. Если на текущий момент не хватает какого-то функционала, но вам он нужен, и для вас это важно, то обязательно напишите нам! Это нам поможет приоритезировать список задач на разработку, и, в случае реализации вашей идеи, мы отблагодарим вас приятным бонусом.

### *У меня еще нет рекламных кампаний на Wildberries, как мне начать работу с рекламой?*

Нажмите на кнопку "+ Создать РК" на странице управления рекламой в e-Comet.

### *Почему я не вижу завершенные кампании?*

Wildberries не позволяет снова запустить кампании со статусом "Показы завершены", поэтому мы не отражаем их в кабинетах пользователей.

### *Как мне приостановить рекламную кампанию?*

Нажмите на кнопку "Пауза" в настройках РК. Кампания будет поставлена на паузу до тех пор, пока вы не снимете ее с паузы.

### *Если я завершу рекламную кампанию в кабинете Wildberries, будет ли пополняться ее бюджет?*

При завершении РК в кабинете Wildberries она приобретает статус "Показы завершены". Кампании с данным статусом сервис игнорирует, поэтому расхода бюджета не будет.

### *Что такое кластеры?*

Кластер - это группа фраз, которые Wildberries объединил для показа в рекламной кампании.

### *Почему не отображается частотность кластера?*

Кластер и его состав фраз не входят в 1 млн популярных запросов на ВБ.

### *Как отключить управление ставкой (хочу просто собирать статистику)?*

Если вы не хотите, чтобы сервис управлял ставкой в рекламной кампании, то активируйте переключатель "Макс. ставка". В таком случае РК будет работать по конкретной ставке (которая указана в ваших настройках в поле "Макс. ставка"), и изменяться она не будет. Статистика по РК будет собираться в полном объеме.

Отметим, что в этом случае управление фразами может осуществляться. Если необходимо, чтобы e-Comet не управлял и фразами, то проверьте настройки в блоке "Кластеры". Например, отключите автоминус.

### *Я создала РК, но она не отображается в интерфейсе e-Comet - почему и что делать? Поддержка ВБ требует запрос API в формате CURL*

Это известная ошибка на стороне Wildberries - в РК не добавляются артикулы, из-за чего ей невозможно пользоваться - такие кампании не отображаются в e-Comet. К сожалению, в настоящий момент решения этой проблемы не существует, кроме как подождать несколько часов, и, если проблема не ушла сама собой, пересоздать РК. Разработчики ВБ в курсе этой проблемы и обещают решение "в ближайшем будущем", но без конкретных сроков. Поддержка ВБ отвечает по шаблону и каждый раз просит предоставить запрос к API в формате CURL, однако в этом нет никакого смысла - мы уже предоставили сотни таких запросов клиентам, и пока ничего не изменилось.

### *Почему, когда вручную проверяешь позицию по фразе на Wildberries, она не совпадает с текущей позицией?*

Это связано с тем, что при ручной проверке выдачи на Wildberries необходимо использовать режим инкогнито. Без него результаты зависят от выбранного ПВЗ, истории поиска и личных предпочтений. Рекомендуем использовать таблицы "Поиск по фразе" (Поиск вверху страницы > Фраза) или "Выдача по фразе" (Реклама > Кампании > Детали РК > Выдача по фразе или клик по любой фразе в блоке Кластеры). Позиции отображаются в режиме реального времени, аналогично тому, как на Wildberries. Таким образом, вам не нужно вручную проверять выдачу на Wildberries – вся информация уже доступна в e-Comet.

### *Почему нет фильтра по заказам?*

Это опасный фильтр, который может приводить к ложным срабатываниям и минусации эффективно работающих кластеров. На это есть две причины:

1. Разница во времени между показами/кликами и заказами. Покупатель может положить в товар в корзину, и заказать его через несколько дней. Поэтому может казаться, что у кластера нет заказов, но на самом деле они появятся на следующий день или позже.
2. Задержка в обработке ВБ. В отличие от показов/кликов, которые обычно обрабатываются с задержкой до 30 минут, ВБ "доначисляет" заказы до 7 дней после его совершения. Таким образом, конверсии в заказ лучше смотреть на длинных горизонтах (30 дней) и как относительную метрику (сравнивать кластеры между

собой), а не как абсолютную (принимать решение о минусации на базе порогового значения).

### *Почему я заминусовал фразу, а она вернулась?*

#### **Возвращается не сама фраза, а кластер.**

Если включен слайдер "Проверка кластеров", система может автоматически активировать кластер заново, чтобы сохранить показы по основной и плюс-фразам. В Журнале (Реклама > Кампании > Детали РК) будет запись: "Решение конфликтов: Активация кластеров" - это значит, что система вернула кластер, чтобы избежать потери показов по основной и плюс-фразам.

Если, тем не менее, вы хотите гарантированно отключить кластер (но потенциально потерять показы по основной фразе или плюс-фразам):

1. Выключите слайдер "Проверка кластеров".
2. Затем отключите нужный кластер.
3. Сохраните изменения.

### *Как определяется, по каким фразам показывается рекламная кампания?*

Определяет это Wildberries, оптимизируя большое количество параметров. Влиять на это можно только косвенно, при помощи поисковой оптимизации карточки товара.

#### **Вся суть - в кластерах**

Все кластеры, по которым Wildberries продвигает карточку, отображаются в блоке "Кластеры". Для исключения показов по нерелевантным кластерам воспользуйтесь функцией автоминуса или режимом фикс. фраз в рекламной кампании типа Аукцион.

### *Безопасно ли использовать автоминус?*

Да, в e-Comet используется безопасный автоминус. Он распознает связи между кластерами и не позволяет минусовать кластеры, которые могут привести к отсутствию показов по основным фразам или плюс-фразам.

### *Почему при включенном автоминусе все равно происходят показы по нерелевантным фразам/кластерам?*

Это поведение возможно как при создании АРК, так и в рекламной кампании типа Аукцион в обычном режиме (не фикс. фраз).

Если РК только создана, то в нее начинают активно добавляться фразы. Иногда это по несколько сотен фраз в минуту. Даже с минимально возможным интервалом обновления фраз по АРІ на высокочастотных фразах может успеть образоваться несколько сотен и даже тысяч показов.

Несмотря на то, что фразы будут заминусованы, по ним все равно успеет потратиться бюджет. Такое возможно только при создании РК: спустя время критическая масса фраз

накопится, и скорость появления новых фраз сильно упадет. Трата бюджета на нерелевантные фразы будет минимальна.

### *Почему могут не совпадать расходы в разных разделах?*

Данные о расходах могут отличаться в зависимости от источника, это нормальное явление для Wildberries - мы отображаем их в том виде, в котором Wildberries передает по API.

1. Кнопка "Расходы" - данные из финансовой отчетности Wildberries. Это максимально точные цифры, на основе которых маркетплейс формирует счета.
2. Раздел "Статистика" - менее точные, но более оперативные данные.
3. Таблица "Кластеры" - данные отображаются только по активным кластерам на текущий момент.

### *Можно ли посмотреть ассоциированные конверсии по рекламной кампании?*

Wildberries не передает данные об ассоциированных конверсиях по API.

Чтобы получить более точные метрики, рекомендуем использовать "Артикул PRO" с активными переключателями "Склейка" и "Воронка".

Переключатель "Склейка" позволяет посмотреть данные по склейке, что помогает учесть влияние рекламы на все связанные товары, включая те, что не участвовали в рекламе. Это дает более точную оценку эффективности рекламных кампаний и помогает избежать завышения ДРР.

**Переключатель "Воронка" позволяет получить более реалистичные метрики:** корзины, заказы, ДРР и стоимость заказа (CPO). В этом режиме:

- Конверсия в корзину одинакова для органического и рекламного трафика
- Статистика по общей статистике артикула (независимо от вида трафика) более точная

### *Как удалить теги артикулов?*

Отвяжите тег от всех артикулов и обновите страницу. Тег автоматически исчезнет из списка.

## **Рекламная кампания типа Аукцион (бывший Поиск)**

### *Зачем нужен автоминус, если есть режим фиксированных фраз?*

В режиме фиксированных фраз не работают фильтры CTR/CPC, так как по сути фикс. фразы - это плюс-фразы в обычном режиме, и, следовательно, фильтры CTR/CPC их игнорируют.

Сценарий использования, когда не подходит режим фикс. фраз:

- Вы создали новую РК на новый товар и пока не знаете, по каким фразам она будет показываться

- Подождав, пока наиболее частотные фразы наберутся в РК (они появляются первыми), вы включаете автоминус (остальные фразы вас не интересуют, и вы не хотите тратить бюджет на их показы) и настраиваете фильтры CTR/CPC
- Через несколько дней, когда по фразам наберется необходимое количество показов, у вас останется только набор целевых фраз, которые удовлетворяют вашим критериям по CTR/CPC

*Почему в РК типа Аукцион в режиме фикс. фраз могут быть показы не только по фикс. фразам?*

Добавленные фикс. фразы в РК могут "притянуть" показы по связанным кластерам. Это особенность работы алгоритмов Wildberries.

## А/Б-тесты

### А/Б-тесты

А/Б-тесты позволяют протестировать несколько фотографий товара и выбрать самую эффективно работающую в рекламе.

e-Comet меняет главную фотографию товара на одну из тестируемых. В результате накапливается статистика (конверсия в клик, конверсия в корзину), и по окончании теста устанавливается наиболее эффективная фотография.

Embedded media:

### Преимущества А/Б-тестов e-Comet

1. Точность. Сравниваются только показы по общему семантическому ядру (набору кластеров, а не общая статистика рекламной кампании).
2. Эффективность. Быстрое накопление статистики и максимально широкий набор поисковых запросов при тестировании с РК типа "Единая".
3. Удобство. Не требует создания отдельных рекламных кампаний и не вмешивается в работу продвижения. Совместим как с ручным управлением, так и с автопилотом.
4. Гибкость. Тестирование до 10 фото одновременно (на ВВ только 2).
5. Надежность. Исключение из статистики нерепрезентативных дней. Продолжение тестирования после пополнения остатков без потери прогресса.
6. Экономичность. Входит в тариф без ограничений по количеству тестов.
7. Скорость. Режим "Экспресс метод" дает первые результаты уже через час - идеально для быстрой фильтрации фото.

## Начало работы

### Запуск А/Б-теста за 7 шагов

1. Подключите токен API для юрлица, содержащего артикулы для тестов. Потребуется токен с доступом на записки разделам Контент, Продвижение и Аналитика.
2. В разделе "А/Б-тесты" нажмите на кнопку "Создать тест".
3. Выберите артикул для тестирования. У товара должны быть ненулевые остатки.
4. В таблице отобразятся подходящие рекламные кампании для проведения теста - выберите одну из них. Чтобы кампания отобразилась, она должна быть под управлением e-Comet с настроенным автопополнением и статистикой за последние 7 дней. Если подходящих кампаний не нашлось - создайте. Рекомендуем РК типа "Единая" - там больше трафика.
5. Загрузите тестовые фото в формате JPG, PNG или WEBP, размером до 10 МБ и разрешением не менее 700×900 пикселей. Требования к фото Wildberries.
6. Выберите обычный или экспресс-метод. Проверьте / измените настройки по умолчанию, включая минимальное количество показов, сколько дней показывать каждое фото.
7. Нажмите "Запланировать тест".

Готово! Сервис проверит технические параметры фотографий и будет ждать наступления запланированной даты запуска, чтобы начать тестирование. Если вы передумали, то всегда можно отменить запланированный или активный тест, выбрав "Отменить" в колонке с шестеренкой.

### Что дальше?

- Наблюдайте за прогрессом теста, поглядывая на колонку "Статус", чтобы там не возникало ошибок
- **Анализируйте "Статистику", которая будет обновляться**
- После завершения теста в колонке "Результат" отобразятся итоги теста, а в "Статистике" - подробности

### Настройки

Настройки теста производятся только в момент создания. Если они были установлены некорректно, то тест всегда можно или отменить, или завершить досрочно.

#### *Дата запуска*

- **Основной метод:** тест запустится в 00:00 МСК в указанную дату, но не раньше завтрашнего дня
- **Экспресс метод:** тест запустится сразу после создания или в указанную дату в 00:00 МСК

#### *Мин. показов на фото*

Минимальное количество сравнимых показов на каждое фото теста, включая исходное. Например, если установлено 5 тыс. и в тесте 2 фото, то всего потребуется 10 тыс. сравнимых показов на весь тест.

#### *Мин. дней на фото*

Минимальное количество дней на каждое фото теста, включая исходное. Например, если установлено 3 дня и в тесте 2 фото, то тест будет идти не менее 6 дней.

Смотри в оба

Должны выполняться оба условия (Мин. показов и Мин. дней), чтобы тест завершился.

#### *Экспресс метод*

Более быстрый, но менее точный метод проведения теста, при котором заглавное фото товара меняется каждые 30 минут и сравнение идет по общей статистике всех запущенных рекламных кампаний.

#### *Установить победителя*

Установить фото победителя, если удалось однозначно определить фото с лучшими метриками после завершения теста. Если победитель не выявлен - вернется исходное фото (первое фото теста).

## Комментарий

Произвольный текстовый комментарий, удобен когда изменения в тестовых фото минимальны.

## Статусы А/Б-тестов

Активен - Фотографии находятся в процессе тестирования

Остановлен - Вы самостоятельно остановили тест до его завершения

Завершён - Тест успешно проведён, можно изучить результаты

Ошибка - Во время теста произошла ошибка (например, товар закончился). Кликните на тег для деталей ошибки

В архиве - Тест был отправлен в архив

### Детали работы

Значок молнии ⚡ отображается только у тестов запущенных в экспресс методе.

## Статистика и результаты

### Статистика

#### Методы тестирования

##### Основной метод:

- Статистика обновляется на следующий день после старта теста
- Учитываются только сравнимые показы - по тем кластерам поисковых запросов, где были показаны все тестируемые фото
- Такой подход требует больше времени, но дает максимально точный результат

##### Экспресс метод:

- Статистика появляется уже через 1 час после запуска
- Учитываются все показы без фильтрации по кластерам
- Метод быстрее, но менее точен. Подходит для быстрой первичной оценки и отсева слабых фото

#### Что выбрать?

- Экспресс метод - если важна скорость и минимальные затраты
- Основной метод - если нужна высокая точность и уверенность в результате

#### Комбинируйте

Методы можно комбинировать. Сначала протестируйте сразу несколько фото в экспресс методе, чтобы быстро отсеять слабые варианты, а затем протестируйте лучшие в основном методе для получения максимально точного результата.

## Статистика в отчетах

### Рекламные кампании (РК)

В отчетах есть два типа метрик:

- **Сравнимые** - учитываются данные по общему семантическому ядру (набору кластеров). Позволяет получить более точный результат, так как сравниваются показы только по одинаковым кластерам
- **Общие** - учитываются данные по общему семантическому ядру (набору кластеров). Позволяет получить более точный результат, так как сравниваются показы только по одинаковым кластерам

Доступные показатели:

- Конверсия в клик (CTR), %
- Показы, шт
- Клики, шт

### Артикул

- Конверсия в корзину, %
- Переходы, шт
- **Корзины, шт**

Конверсия в корзину - это следующий шаг воронки, который наступает после перехода покупателя в карточку товара. Здесь уже сравнимость фраз не играет роли, поэтому используется статистика по всему артикулу. Данная статистика обновляется на следующий день после очередного дня показа фото.

### Конверсия в заказ тут не важна

Фото товара не влияет на конверсию из корзины в заказ - здесь уже работают другие факторы, на основании которых покупатель принимает решение: цена (при сравнении с конкурентами в корзине), характеристики товара и даже платежеспособность покупателя в текущий момент. Поэтому мы показываем только полезные данные, на которые вам нужно ориентироваться при принятии решения, какое фото оставить.

### Результаты

Тест считается успешно завершенным, если:

1. Каждое фото показывалось не менее чем "Мин. дней"
2. Каждое фото набрало не менее чем "Мин. показов"
3. Определен победитель

### *Почему победитель может быть не выявлен?*

Победитель может быть неопределен, если нет абсолютного лидера по всем метрикам, и при этом было слишком мало корзин, чтобы корректно посчитать конверсию из показа в корзину.

### *Что делать в таком случае?*

- Запустить новый тест с финалистами - оптимально, но требует времени и бюджета
- Использовать только конверсию в клик - подходит, если вы торопитесь с выбором, а корзин было мало. Конверсия в корзину, основанная на менее чем 20 корзинах для каждого тестового фото скорее всего не будет статистически значимой величиной, то есть может быть просто результатом случайности

## **Вопросы**

### *Что такое "сравнимые показы" и "сравнимые клики" в статистике?*

Сравнимые показы - это показы, которые были совершены по одинаковым кластерам для всех тестируемых фото в рамках одного А/Б-теста. Сравнимые клики - это, соответственно, клики, которые пришли на такие показы.

Почему это важно? У каждого кластера на Wildberries своя конверсионность, поэтому сравнения конверсионности различного набора фраз - это сравнение яблок с апельсинами. Скажем мягко - результаты таких тестов часто удивляют. Именно поэтому в основном (точном) методе e-Comet учитывает только общую часть семантики, по которой были показы всем фото. Это делает результаты теста точными и честными, хоть и замедляет накопление данных.

### *Сколько стоит провести А/Б-тест?*

А/Б-тесты доступны всем пользователям e-Comet и не тарифицируются отдельно. Единственное условие - РК должна быть под управлением e-Comet. Количество РК, которые можно подключить для тестов, зависит от тарифа.

### *Какие ограничения накладываются на продвижение и на товар во время теста?*

Главное - без резких движений. Не входите / выходите из акций, следите за остатками, не меняйте ставку в разы. Нормальная работа с продвижением артикула не мешает проведению А/Б-тестов.

Единственное ограничение - продвижение должно осуществляться через e-Comet. А/Б-тесты совместимы как с ручным продвижением, так и через автопилот.

### *Как выбрать РК для теста?*

Подходят оба типа РК - и "Единая", и "Ручная". Тесты работают одинаково точно, так что используйте ту РК, где у вас больше поискового трафика (обычно это "Единая") - по ней быстрее будет идти накопление статистики.

### *Как часто обновляется статистика в тестах?*

Статистика обновляется с той частотой, с которой она обновляется по API на Wildberries. В идеале это 30 минут, совпадает с частотой смены фото в экспресс методе.

### *Можно ли завершить тест раньше?*

Да. Кнопка "Завершить досрочно" позволяет остановить тест до автоматического завершения и зафиксировать текущие результаты.

### *Можно ли заархивировать тест?*

Да, тест можно заархивировать - он исчезнет из активных, но сохранится в статусе "Архивные".

### *Можно ли тестировать не только главное фото, а менять несколько фото или всю фотоворонку?*

Нет, можно менять только главное фото. По сравнению с главным фото влияние остальных изображений на CTR и конверсию заметно меньше, в пределах статистической погрешности. Поэтому основной эффект дает именно главное фото, и тесты в первую очередь стоит проводить с ним.

### *Доступна ли аналитика по заказам?*

Большинство наших клиентов не готовы ждать, чтобы собрать достаточно данных для репрезентативной статистики по заказам в экспресс-тестах. Поэтому мы убрали эту метрику, чтобы обезопасить клиентов от возможности неверного принятия решения на базе нерепрезентативной статистики. При этом мы справочно оставили корзины - статистики по ним больше, но часто тоже не хватает, поэтому на нее имеет смысл ориентировать только при наличии хотя бы 30 корзин / фото.

### *Можно ли создать тест по выбранным фото в уже созданном тесте?*

Да, можно. Для этого внизу окна "Статистика" есть кнопка "Создать тест по фото" - она запускает новый А/Б-тест с выбранным вариантом изображения прямо из текущего теста. При этом текущий тест завершается.

### *Можно ли исключить фото из теста?*

Да. Кнопка "Исключить из показов" убирает выбранное фото из участия в тесте - оно перестает показываться, но остается в статистике.

## Портфель

### Портфель

Портфель – это инструмент для сравнения и отслеживания показателей своих товаров.

#### Основные функции:

- сравнение товаров между собой
- отслеживание рекламных показателей (расходов, ДРР, количества РК)
- группировка товаров и общая статистика по выручке и заказам собственных товаров за 30 дней

#### Группировка товаров

Товары можно группировать по брендам или поставщикам. Количество доступных групп зависит от вашего тарифа.

#### Для начала работы с группами:

1. Нажмите на кнопку "Управление группами" и выберите "Группа"
2. Введите название группы и нажмите "Сохранить"
3. Найдите созданную группу в списке и нажмите "+", чтобы добавить товары
4. Добавьте товары, затем сохраните изменения

Теперь группа создана и содержит выбранные товары. Вы можете редактировать ее или добавлять новые товары в любое время.

#### Лимит на товары

В одну группу можно добавить от 10 до 1000 товаров в зависимости от тарифа.

#### Таблица группы товаров

В таблице доступны метрики, по которым вы сможете сравнить следующие параметры:

- количество заказов, остатков и цены
- рекламные расходы, ДРР и количество РК
- позиции товара в выдаче, фразы, категории

Подчеркнутые значения в таблице кликабельны. Откроется детальная статистика.

#### Тренд по метрикам

Для большинства метрик доступен показатель изменения к предыдущему периоду для отслеживания тренда.

Портфель, как и любая таблица, поддерживает все основные функции и настройки, о которых можно прочитать в статье.

## Фразы

### Фразы

В данном разделе представлен общий набор фраз из следующих источников:

- 1 млн. популярных фраз из аналитики продаж Wildberries (обновляется ежедневно)
- уникальные целевые фразы из ваших рекламных кампаний под управлением
- фразы, добавленные в мониторинг

### Лимиты фраз

В подзаголовке раздела указано текущее потребление фраз / лимит по тарифу. Чтобы увидеть только фразы из лимитов, нажмите на переключатель "Только из лимитов".

### Основные функции

- просмотр частотности фразы и ее динамики
- в каких артикулах и рекламных кампаниях используется фраза
- управление мониторингом фраз (глубиной анализа)
- сравнение видимости по фразам (промопозиция или органическая позиция товара)
- создание рекламных кампаний на основе выбранных фраз

### Фильтр по полному совпадению

Фильтр в таблице работает по принципу полного совпадения. Чтобы найти все формы конкретного слова, введите только его часть.

### Частотность

Вы можете посмотреть частотность фразы, а также динамику ее изменения. Нажмите на значение частотности, чтобы открыть график.

### Артикулы и рекламные кампании

В колонках "Кампаний" и "Артикулов" можно увидеть количество РК и артикулов, которые рекламируются вами по указанной фразе. Нажав на значение, откроется кликабельный список с номерами.

### Мониторинг

#### Мониторинг расходует лимит

Фразы в мониторинге учитываются в лимитах по тарифу. Лимит в текущей подписке указан в подзаголовке страницы

Включен - Отслеживание позиций товаров до 30 страниц (глубина анализа - 3000 позиций). Возможность задать регион. По умолчанию Москва.

Выключен - Автоматическое отслеживание позиций по первой странице выдачи (глубина анализа - 100 позиций) в регионе Москва. Не учитывается в лимитах по тарифу.

Фразы в мониторинг можно добавить нажатием на ♥. Если нужно добавить сразу несколько фраз, то выберите их, отметив галочками, и нажмите на кнопку "♥ Добавить".

### Сравнение видимости по фразам

1. В подразделе "Позиции" отметьте нужные товары в таблице (левая колонка)
2. Нажмите на кнопку "Сравнить видимость"

Откроется окно сравнения видимости по фразам с позициями товара в выдаче клиентского портала Wildberries.

**Зеленое значение:** - лучшая позиция среди сравниваемых товаров по данной фразе  
**Красное значение** - худшая позиция среди сравниваемых товаров по данной фразе  
**Пустая ячейка** - товар не встретился в выдаче:

- в первых 100 позициях, если фраза не находится в мониторинге
- в первых 5000 позициях, если фраза находится в мониторинге

### Быстрое создание РК с выбранными фразами

1. Отметьте нужные фразы в крайней левой колонке
2. Нажмите на появившуюся кнопку "Создать РК"
3. Откроется окно создания рекламной кампании с предустановленными выбранными фразами (они будут добавлены как плюс-фразы)

### Выбранные фразы добавляются как плюс-фразы

Все выбранные фразы будут добавлены как плюс-фразы вне зависимости от типа создаваемой рекламной кампании.

## Лента

### Лента заказов

Лента заказов — это инструмент для мониторинга заказов по вашим товарам в режиме реального времени. С его помощью вы можете оперативно реагировать на изменения спроса, оптимизировать загрузку складов и корректировать рекламные кампании для повышения их эффективности.

#### Основные возможности

Лента заказов предоставляет следующие возможности:

- **Отслеживание заказов в реальном времени:** Информация о заказах обновляется с задержкой не более 30 минут, что позволяет всегда быть в курсе текущей ситуации
- **Детальная информация о заказах:** Для каждого заказа доступны следующие данные: • размер товара • цена и скидка • регион и склад заказа • номер заказа • статус заказа (включая отмененные заказы)
- **Анализ активности рекламных кампаний:** В колонке "Число РК" отображается количество рекламных кампаний, запущенных по каждому артикулу. Вы можете быстро перейти к детальным настройкам рекламной кампании для внесения изменений

#### Удобно

Используйте фильтры и сортировку, чтобы сосредоточиться на самых важных для вас товарах и заказах.

#### Фильтры и сортировка

Для удобства анализа данных в ленте заказов доступны следующие фильтры:

- юрлицо
- бренд
- предмет
- артикул (Wildberries и поставщика)
- размер

Эти фильтры помогают быстро находить нужные товары и заказы, что упрощает процесс управления ассортиментом и рекламными кампаниями.

#### Выбор периода анализа

Вы можете настроить период отображения данных в ленте заказов:

- **минимальный период:** 1 день
- **максимальный период:** 12 месяцев

## Советы по использованию

- **Оптимизация рекламных кампаний:** Используйте данные о часах активности, чтобы настроить показ рекламы в периоды максимального спроса
- **Управление складскими запасами:** Анализируйте регионы и склады заказов, чтобы своевременно пополнять запасы на самых востребованных складах
- **Мониторинг отмененных заказов:** Регулярно проверяйте отмененные заказы, чтобы выявить возможные проблемы с товарами или логистикой
- **Анализ скидок и цен:** Используйте информацию о ценах и скидках для корректировки ценовой политики и повышения конкурентоспособности

# Инструменты

## Таблицы

### Основные функции

Каждая таблица в сервисе поддерживает:

- приведение к оптимальному виду по ширине экрана
- управление шириной, расположением и видимостью колонок
- сортировку
- фильтрацию по заданным условиям
- экспорт в буфер обмена и в файлы CSV / Excel (.csv / .xlsx)
- копирование / вставка отдельных ячеек таблиц

### Оптимальная ширина колонок

Чтобы уместить максимум информации в текущем окне и подобрать оптимальную ширину для каждой колонки:

1. Сделайте правый клик на заголовке таблицы
2. Выберите «По ширине окна»

### Сброс настроек

- **Полный сброс (ширина, порядок, фильтры):** правый клик на заголовке → «Сбросить настройки колонок»
- **Сброс только фильтров:** правый клик на заголовке → «Сбросить фильтры»

### Типы колонок

Существуют два типа колонок:

- с фиксированной шириной (большинство числовых колонок)
- с гибкой шириной (большинство текстовых колонок)

Изменять ширину колонок с гибкой шириной можно потянув за край заголовка колонки.

### Управление колонками

Колонки можно перетаскивать мышкой.

- **Перемещение:** перетащите заголовок колонки в нужное место
- **Закрепление:** правый клик на заголовке → «Закрепить столбец» → выберите сторону: слева или справа
- **Открепление:** перетащите колонку в основную область или через меню

### Видимость колонок

1. Нажмите иконку (шестерёнка) в правом верхнем углу таблицы

2. Отметьте галочками нужные колонки

## Сортировка

**Простая сортировка:** кликните левой кнопкой по заголовку

- **первый клик:** по возрастанию
- **второй клик:** по убыванию
- **третий клик:** сброс

**Мультисортировка:** удерживайте Ctrl (Win) / Cmd (Mac) и кликайте по нескольким заголовкам

## Детали работы

Для очень больших таблиц сортировка определенных колонок может быть недоступна

## Фильтрация

1. Правый клик на заголовке → «Фильтр» (иконка воронки)
2. **Задайте условия (например: «>1000», «Текст содержит.»)**
3. **Для сброса:** «Сбросить фильтры»

Будут скрыты все строки, которые не подходят под фильтр колонки.

## Удобно

Работающий фильтр можно определить по оранжевой иконке воронки в заголовке колонки

## Экспорт данных

- **Копирование ячеек:** Выделите одну или несколько ячеек → правый клик → «Копировать» (Ctrl+C/Cmd+C) Вставить можно в Excel, Google Sheets или другую таблицу (Ctrl+V/Cmd+V)
- **Экспорт таблицы:** Правый клик на любой ячейке → «Экспорт» → выберите формат (CSV/XLSX)

## Удобно

Экспорт работает с учетом выбранных фильтров

## Вставка и редактирование

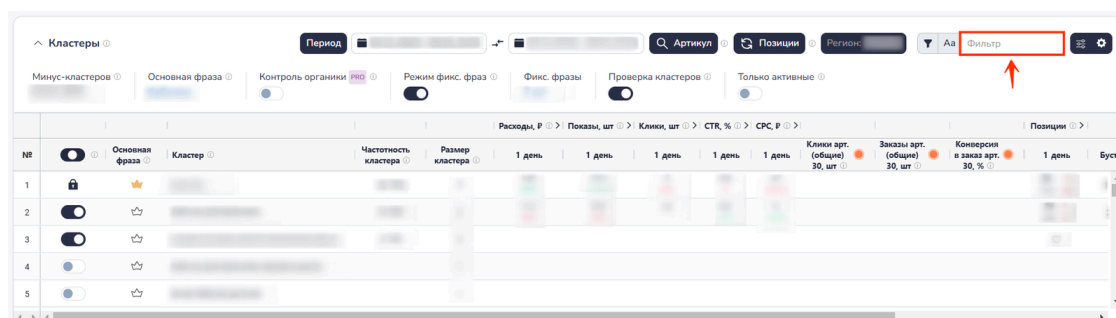
- **Вставка данных:** В редактируемые колонки (с голубым заголовком) можно вставлять значения напрямую (Ctrl+V/Cmd+V)
- **Перемещение данных:** Можно копировать и вставлять ячейки внутри одной таблицы или переносить их из внешних файлов (например, Excel)

## Фильтры

Фильтры позволяют легко и быстро находить необходимые данные в таблице, упрощая поиск информации, отбирая только те строки, которые соответствуют заданным критериям. Это делает работу с таблицами более эффективной и удобной.

### Основные функции

- Простой поиск — начинается с 3 символов
- (ИЛИ) — ищет строки, где есть хотя бы одно из слов
- Кавычки — ищет точную фразу
- Пробел — находит строки с всеми указанными словами, но не учитывает порядок
- ^ — строка начинается с указанного слова / фразы
- \$ — строка заканчивается на указанное слово / фразу
- Aa (регистр) — включает/выключает чувствительность к заглавным буквам
- Комбинация — можно совмещать операторы для сложных запросов



### Как работает поле фильтра

Как только вы введете три или больше символов, фильтр автоматически начинает поиск. То есть, если вы введете часть слова, система найдет все строки, где есть слово, начинающееся с этого фрагмента.

### Как искать несколько слов

Чтобы найти строки, где присутствует хотя бы одно из слов, используйте оператор (ИЛИ). Например, при запросе «зубная (или) щетка» будут найдены:

- Строки, где есть слово «зубная»
- Строки, где есть слово «щетка»
- **Строки, где есть оба слова**

Чтобы найти строки, которые содержат все указанные слова в любом порядке, разделите их пробелами. Например, при запросе «зубная щетка» будут найдены:

- Строки, где есть слова «зубная щетка»
- Строки, где есть слова «щетка зубная»

## Как искать точную фразу

Для поиска точной фразы используйте кавычки. Например, если вы введете «"зубная щетка"», то будут найдены только те строки, в которых встречается точная фраза «зубная щетка». Пробел не будет работать, как оператор.

## Начало и конец строки

- Чтобы найти строки, где значение начинается с указанного слова или фразы, используйте символ ^. Например, при запросе «^зубная» будут найдены строки, которые начинаются с «зубная»
- Если нужно найти строки, заканчивающиеся на конкретное слово, используйте символ \$. Например, запрос «нить\$» найдет все строки, где ячейка заканчивается на слово «нить»

## Чувствительность к регистру (Aa)

- По умолчанию поиск не различает большие и маленькие буквы. Например, запросы «"зубная"», «"ЗуБная"» покажут один результат
- Если включить кнопку "Aa", фильтр будет учитывать, какие буквы — заглавные или строчные

## Комбинирование фильтров

Можно сочетать несколько операторов, чтобы делать более точные запросы. Например, фильтр «^"зубная щетка" (или) зубная нить\$» найдет строки, которые начинаются с «зубная щетка» или содержат слова и «зубная», и «нить», где «нить» обязательно должно быть последним словом.

## Расширение для браузера e-Comet

Расширение для браузера – это дополнительный плагин, который можно установить прямо в браузере, чтобы добавить в него определенные функции.

Расширение e-Comet полностью бесплатное, а скачать его можно по ссылке.

Кроссовки Nike 177 646 товаров найдено

Показывать только промо товары

кроссовки кроссовки adidas кроссовки nike dunk nike кроссовки женские кроссовки nike мужские кроссовки asics кроссовки мужские

Загрузить данные РАСПРОДАЖА По популярности Все фильтры Категория Цена, Р Срок доставки Оригинал Цвет

Послеавтра	
Артикул	412198611
Остаток	10 шт
Бренд	Nike
Поставщик	JNS
Дата появления	8 мая 2025

Послеавтра	
Артикул	443828602
Бренд	Nike
Поставщик	JNS
Дата появления	17 июня 2025

Послеавтра	
Артикул	302387883
Остаток	54 шт
Бренд	Nike
Поставщик	Вуолл Спорт
Дата появления	8 февраля 2025

Послеавтра	
Артикул	302387930
Остаток	20 шт
Бренд	Nike
Поставщик	Вуолл Спорт
Дата появления	8 февраля 2025

Послеавтра	
Артикул	302387928
Остаток	5 шт
Бренд	Nike
Поставщик	Вуолл Спорт
Дата появления	8 февраля 2025

## Активация

Для активации расширения необходима регистрация на сайте.

Наличие расширения необязательно для использования сервиса. Это просто дополнительный инструмент для вашего удобства, который позволяет выводить данные с сервиса прямо на страницы маркетплейса.

## Проверяйте в авторизованной выдаче

Выдача на Wildberries для авторизованных и неавторизованных пользователей различается. Поэтому мы рекомендуем установить расширение, чтобы проверять позиции именно в авторизованной выдаче и получать максимально точные данные. Использование расширения помогает анализировать позиции корректно.

## Расширение безопасно

Расширение безопасно и не может привести к блокировке кабинета. Оно использует только публичную информацию с маркетплейса и не отправляет запросы через личный кабинет.

## Возможности

Расширение позволяет прямо на Wildberries видеть:

- рекламные позиции
- графики за 30 дней по остаткам и цене
- остатки по складам и размерам
- информацию о поставщике и бренде, дате появления товара

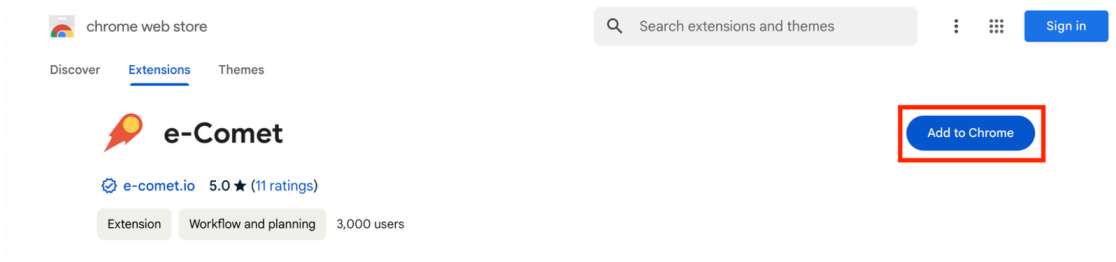
## Точность остатков

Wildberries ограничивает отображение остатков до 100 штук на размер / склад. Если фактическое количество превышает это значение, точный остаток определить не получится. Это ограничение, которое невозможно обойти.

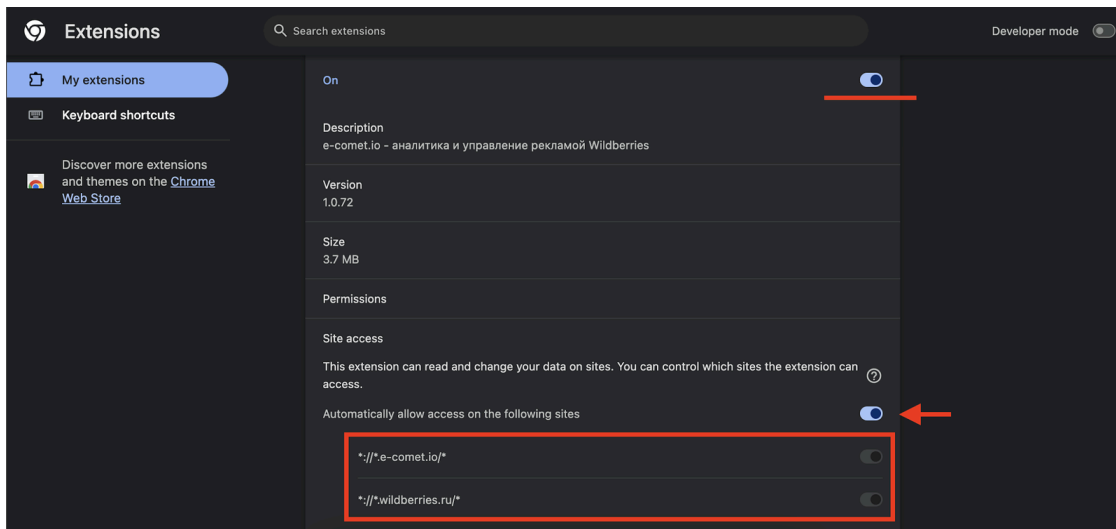
## Установка

Расширение адаптировано для браузера Google Chrome, но также корректно работает в Яндекс Браузере и Microsoft Edge.

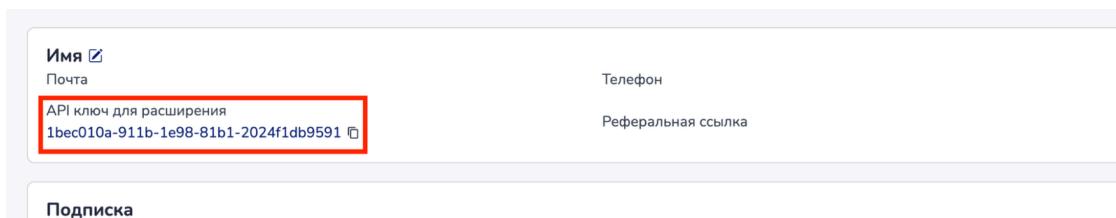
1. Установите расширение:



2. Убедитесь, что расширение активно, и ему разрешен доступ к необходимым сайтам:



3. Скопируйте ключ API расширения из личного кабинета e-Comet:



4. В расширении e-Comet вставьте ключ API:



Можете проверить работоспособность расширения, перейдя на клиентский портал Wildberries и введя любой поисковый запрос.

Вы увидите в режиме реального времени дополнительную информацию по каждому товару.