

# Проверка окупаемости рекламы

15 действий на одной базе завершённых продаж

Товар / кампания: \_\_\_\_\_

Период: \_\_\_\_\_

Дата проверки: \_\_\_\_\_

## 1. Одна база

- ☐ Период, источник данных и валюта.
- ☐ Оплаченные и завершённые продажи без отмен.
- ☐ Выручка после возвратов и средний чек.

Число или источник: \_\_\_\_\_

## 2. Состав затрат

- ☐ Себестоимость только проданных товаров.
- ☐ Комиссии, логистика, хранение и упаковка.
- ☐ Рекламный расход за сопоставимый период.

Число или источник: \_\_\_\_\_

## 3. Сверка

- ☐ Правило атрибуции продаж рекламе.
- ☐ Возвраты, неучтённые кампании и валюты.
- ☐ Рекламный расход сверен с системой.

Число или источник: \_\_\_\_\_

Выручка \_\_\_\_\_ ₽ Продажи \_\_\_\_\_ шт. Средний чек \_\_\_\_\_ ₽

## Проверка окупаемости рекламы

15 действий на одной базе завершённых продаж

### 4. Расчёт

- ☐ Выручка минус себестоимость и переменные расходы.
- ☐ Валовая прибыль минус реклама = остаток.
- ☐  $ROMI = \text{остаток} / \text{реклама} \times 100\%$ .

Число или источник: \_\_\_\_\_

### 5. Решение

- ☐  $ROI = \text{остаток} / \text{все введённые затраты} \times 100\%$ .
- ☐ Остаток на одну завершённую продажу.
- ☐ Налоги и постоянные расходы отдельно.

Число или источник: \_\_\_\_\_

Себестоимость \_\_\_\_\_ ₹ Переменные расходы \_\_\_\_\_ ₹

Реклама \_\_\_\_\_ ₹ Остаток \_\_\_\_\_ ₹  $ROMI$  \_\_\_\_\_ %

$ROI$  \_\_\_\_\_ % Остаток на одну продажу \_\_\_\_\_ ₹

Решение и основание: \_\_\_\_\_