

Демо-пример: домен клиента, конкуренты, названия компаний и номера проектов анонимизированы. Структура, методика и порядок цифр — с настоящего прогона.

Кампании по категориям

Проект-пример · Москва · 21.09–04.10.2026 · все устройства · Блок: Контекст · Объявления: Одно

Период: 21.09.2026 – 04.10.2026 · 2 полные недели (пн–вс) · шаг привязки к РК — неделя · в отчёте топ-15 компаний по привязанному спросу (вместе 47,1% спроса домена)

1. Матрица: вклад компании в категорию

Кампании × категории — Вклад в категорию

какую долю присутствия категории даёт эта РК; сумма по столбцу ≈ 100%. Заливка — интенсивность внутри столбца.

■ электрика и свет: спрос 39 800 000 ■ инструмент: спрос 27 500 000 ■ сантехника: спрос 26 900 000 ■ расходные материалы: спрос 26 300 000

■ строительные материалы: спрос 24 900 000 ■ всё для сада: спрос 21 600 000 ■ крепёж: спрос 21 300 000 ■ офис и дом: спрос 19 600 000 ■ ручной инструмент: спрос 18 500 000

■ автосервисное оборудование: спрос 18 100 000 ■ станки: спрос 6 290 000 ■ складское оборудование: спрос 6 110 000 ■ клининговое оборудование: спрос 5 760 000

■ климатическое оборудование: спрос 5 650 000 ■ спорт и туризм: спрос 5 320 000 ■ спецодежда и сиз: спрос 3 730 000 ■ строительное оборудование: спрос 2 490 000

всего 280 000 000

Компания	% вклада	размытие	фокус	электрика и свет	инструмент	сантехника	расходные материалы	строительные материалы	всё для сада	крепёж	офис и дом	ручной инструмент	автосервисное оборудование	станки	складское оборудование	клининговое оборудование	климатическое оборудование	спорт и туризм	спецодежда и сиз	строительное оборудование
РК 1 · DSA · листинги категорий	17%	74,8%	13,4%	16%	14,8%	23,6%	17,6%	21,6%	14,9%	17,1%	13,9%	17,7%	16,5%	14,4%	12,2%	12%	21,3%	6,7%	14,1%	13,7%
РК 2 · DSA · СТМ «Бренд А»	6,1%	81,6%	14,2%	5,7%	4,9%	5,1%	9,3%	3,9%	4,9%	9,1%	3,9%	6,4%	6,4%	6,3%	10,5%	6,6%	9,8%	1,5%	5%	14,9%
РК 3 · товарная · трафиковая	4,8%	87,3%	17,9%	5,6%	1%	5,7%	3,7%	3,6%	2,6%	3,3%	12,3%	2,9%	7,7%	4,6%	3,9%	8,3%	1,7%	9,5%	8,1%	0,9%
РК 4 · DSA · импорт: категория + вендор	4,6%	87,9%	15,5%	3,3%	7,3%	3,5%	3,7%	2%	7,4%	3%	4,9%	4,1%	4,1%	4,4%	8,1%	14,9%	3,3%	5,7%	4,2%	10,2%
РК 5 · DSA · товары из матрицы · прочие места	2%	87,5%	18,4%	2,2%	0,5%	2,3%	1,8%	4,2%	0,2%	2,4%	2,8%	0,8%	3,1%	0,5%	2,6%	2,6%	2%	0,9%	5,3%	1,1%
РК 6 · DSA · фид · прочие места	1,7%	80,1%	94,7%	11,4%	—	0,3%	0%	0,1%	0,1%	0,3%	0,1%	0%	0,1%	0,1%	0,1%	—	0,2%	—	—	—
РК 7 · B2B · DSA · все категории	1,6%	89,6%	17,2%	1,6%	0,3%	0,9%	1,7%	1,8%	1,3%	1,2%	3,6%	0,8%	4,3%	2,2%	1,1%	2,2%	0,3%	1,1%	3%	0,3%

Кампания	% вклада		размытие	фокус	электрика и свет	инструмент	сантехника	расходные материалы	строительные материалы	всё для сада	крепёж	офис и дом	ручной инструмент	автосервисное оборудование	станки	складское оборудование	клининговое оборудование	климатическое оборудование	спорт и спецодежда	туризм	и сиз	строительное оборудование
PK 8 · DSA · категория: аксессуары и комплектующие	1,4%	63,9%	81,8%		8,3%	—	0,4%	0,3%	0,4%	—	1,4%	0,3%	0,2%	0,2%	0,1%	0,4%	—	0,2%	0%	—	—	
PK 9 · товарная · топ-500 товаров	1,3%	89,9%	13,2%		1,2%	0,6%	0,9%	1,6%	1,1%	0,6%	1,5%	2%	1,8%	2%	0,5%	1,1%	2,9%	0,6%	1,9%	1,7%	0,5%	
PK 10 · B2B · DSA · список товаров	1,2%	89%	18,2%		0,6%	0,1%	1,3%	1,1%	1,3%	1,1%	1,4%	3,2%	0,1%	2,2%	0,7%	0,9%	3,7%	0,1%	4,7%	1,2%	0,1%	

Фокус — доля главной категории в профиле кампании: 100% = РК бьёт строго в одну категорию, 40% = размазана по трём. **Размытие** (метрика кабинета) — про другое: доля показов кампании, где лучшим объявлением домена было объявление ДРУГОЙ нашей РК, то есть насколько семантика РК пересекается с соседними. Высокий фокус при высоком размытии = кампания бьёт в нужную категорию, но конкурирует там со своими же.

2. Профиль кампаний

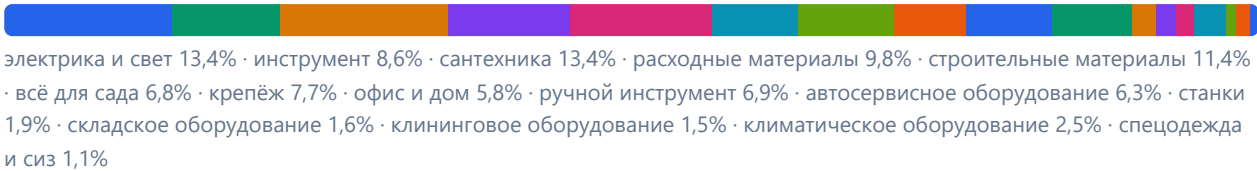
Профиль кампаний — куда уходит спрос

Каждая полоса — одна кампания, 100% её привязанного спроса, поделённые между категориями. Кампании отсортированы по вкладу. Чем пестрее полоса, тем сильнее РК размазана.

■ электрика и свет ■ инструмент ■ сантехника ■ расходные материалы ■ строительные материалы ■ всё для сада ■ крепёж ■ офис и дом ■ ручной инструмент ■ автосервисное оборудование ■ станки ■ складское оборудование ■ клининговое оборудование ■ климатическое оборудование ■ спорт и туризм ■ спецодежда и сиз ■ строительное оборудование

РК 1 · DSA · листинги категорий

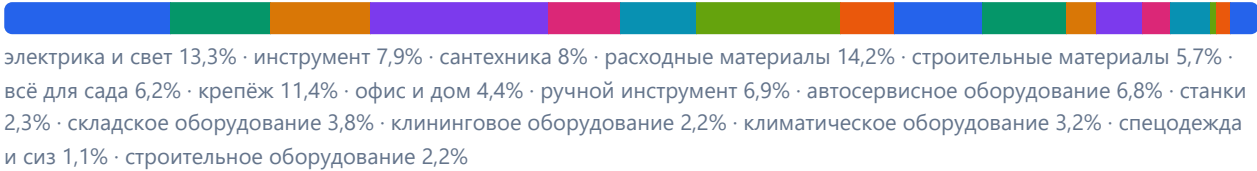
вклад 17% · спрос 47 400 000 · размытие 74,8%



13,4%

РК 2 · DSA · СТМ «Бренд А»

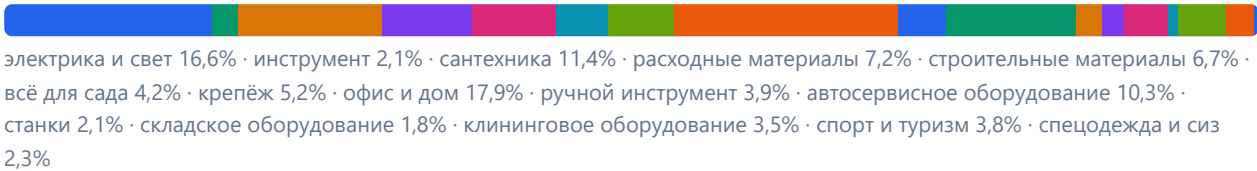
вклад 6,1% · спрос 17 100 000 · размытие 81,6%



14,2%

РК 3 · товарная · трафиковая

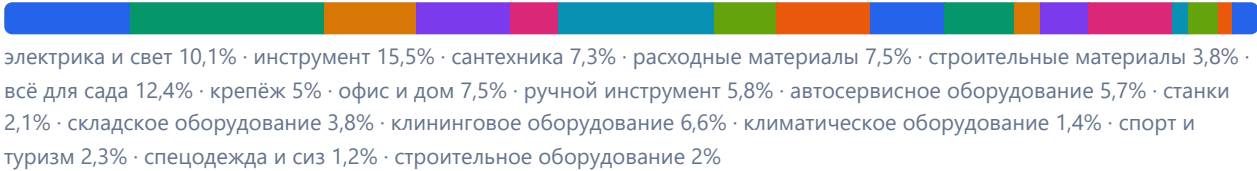
вклад 4,8% · спрос 13 500 000 · размытие 87,3%



17,9%

РК 4 · DSA · импорт: категория + вендор

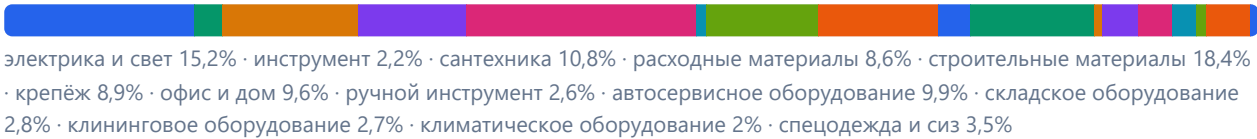
вклад 4,6% · спрос 13 000 000 · размытие 87,9%



15,5%

РК 5 · DSA · товары из матрицы · прочие места

вклад 2% · спрос 5 630 000 · размытие 87,5%



18,4%

РК 6 · DSA · фид · прочие места

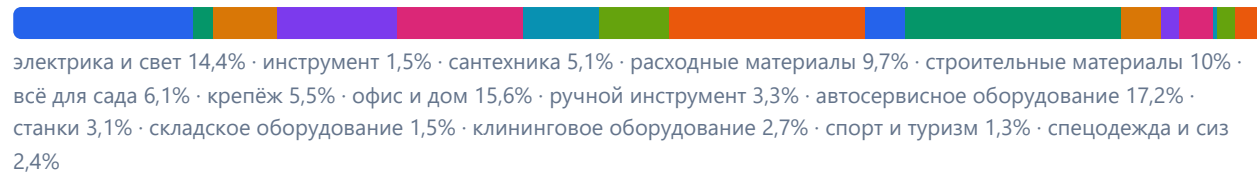
вклад 1,7% · спрос 4 780 000 · размытие 80,1%



94,7%

ПК 7 · B2B · DSA · все категории

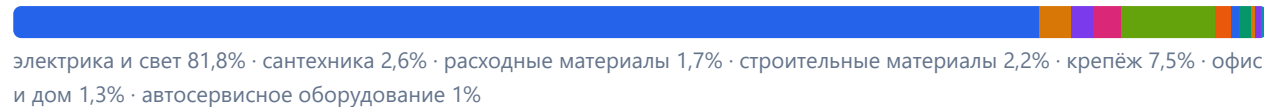
вклад 1,6% · спрос 4 530 000 · размытие 89,6%



17,2%

ПК 8 · DSA · категория: аксессуары и комплектующие

вклад 1,4% · спрос 4 030 000 · размытие 63,9%



81,8%

Правая колонка — фокус (доля главной категории). Зелёный $\geq 85\%$, оранжевый 60–85%, красный ниже 60%.

В полном отчёте также

Все кампании проекта, матрица SOI Топ-3 внутри каждой категории, разбор «кто толкает категорию» по крупнейшим категориям, недельная динамика профиля кампаний и вкладка «Как читать».