Полное саммари по артикулу Milomilo-011-diamond-black

Карточка WB: 251853172 / Milomilo-011-diamond-black Товар: футляр / очечник для очков Milomilo Период органики: 26.07–25.08.2026 Период рекламы: 26.07–24.08.2026 Источники: WB Analytics search-texts, WB Content API, WB adv/v3/fullstats, WB adv/v0/normquery/stats Режим: read-only — карточка и рекламные кампании не менялись.

1. Финальная рекомендация по заголовку

Рекомендованный заголовок:

Футляр для очков детский чёрный Milomilo, очечник экокожа геометрия

Длина: 66 символов.

Этот вариант выбран вместо ранее предложенного варианта:

~~Очечник для очков детский чёрный, экокожа, геометрия, Milomilo~~

Главная причина: по фактическим данным WB Analytics слово «футляр» значительно сильнее, чем «очечник», поэтому безопаснее оставить главный кластер «футляр для очков» в начале заголовка, а «очечник» использовать как дополнительный ключ.

2. Старый заголовок

Старый заголовок:

Футляр для очков

Сильная сторона старого заголовка: он содержит главный органический кластер карточки — «футляр для очков».

Слабые стороны старого заголовка:

- Он слишком общий: показывает только категорию, но не отличает карточку от конкурентов.
- В нём нет уточнений: детский, чёрный, экокожа, геометрия, Milomilo.
- Он не использует дополнительный синоним «очечник».
- Он не раскрывает реальные свойства товара и хуже работает на CTR в выдаче.

Вывод: старый заголовок не стоит менять радикально с потерей слова «футляр», но его нужно расширить за счёт релевантных свойств и дополнительной семантики.

3. Почему финальный заголовок лучше старого

Финальный заголовок:

Футляр для очков детский чёрный Milomilo, очечник экокожа геометрия

Он лучше старого, потому что:

- Сохраняет главный кластер — «футляр для очков» остаётся в начале заголовка.
- Добавляет детский сегмент — по нему есть заказы в search-texts.
- Добавляет синоним “очечник” — расширяет семантику, но не заменяет основной ключ.
- Добавляет свойства товара — чёрный цвет, экокожа, геометрия.
- Добавляет бренд Milomilo — карточка становится более узнаваемой.
- Не превращается в keyword spam — нет механического перечисления всех возможных запросов.

4. Релевантность слов в заголовке

Слово / кластер	Релевантность	Источник подтверждения	Комментарий
футляр для очков	Высокая	WB search-texts	Главный кластер по трафику и заказам. Обязательно оставить в начале.
детский	Высокая / нишевая	WB search-texts	Небольшой по объёму, но конверсионный кластер.
чёрный	Подтверждённое свойство	WB Content API	Поискового спроса в top-30 не найдено, но свойство важно для CTR.
Milomilo	Бренд	WB Content API	Поискового спроса в top-30 не найдено, но бренд подтверждён.
очечник	Средняя	WB search-texts	Релевантный синоним, но слабее «футляра». Лучше вторым ключом.
экокожа	Подтверждённое свойство	WB Content API	Поискового спроса в top-30 не найдено, но материал отличает товар.
геометрия	Подтверждённое свойство	WB Content API	Декор/визуальная особенность, не самостоятельный трафиковый запрос.

Вывод: все слова в финальном заголовке релевантны. Но важно разделять:

- трафиковые поисковые кластеры: футляр, для очков, детский, очечник;
- подтверждённые свойства/бренд: чёрный, экокожа, геометрия, Milomilo.

5. Продажи и трафик по кластерам заголовка

Данные WB Analytics search-texts за 26.07–25.08.2026. Важно: суммы по кластерам — это сумма по строкам search-texts, а не уникальные покупатели, так как запросы могут пересекаться.

Кластер	Показы	Открытия	Корзины	Заказы	Вывод
футляр / футляр для очков	83 722	2 315	240	78	Главный кластер, нельзя убирать из начала заголовка.
для очков	150 980	3 978	436	143	Максимальный контекстный кластер товара.
очечник	8 847	301	34	16	Релевантный, но нишевый синоним.
детский	1 569	108	23	18	Нишевый, но конверсионный кластер.
чёрный	нет в top-30	—	—	—	Подтверждённое свойство, а не доказанный поисковый кластер.
экокожа	нет в top-30	—	—	—	Подтверждённое свойство, а не доказанный поисковый кластер.
геометрия	нет в top-30	—	—	—	Подтверждённый декор, а не доказанный поисковый кластер.
Milomilo	нет в top-30	—	—	—	Подтверждённый бренд, но в top-30 search-texts спроса нет.

6. Сравнение синонимов категории

Синоним	Показы	Заказы	Вывод
футляр	83 722	78	Самый сильный кластер. Основной ключ заголовка.
чехол	53 944	50	Высокий трафик, но в рекламе широкий кластер дорогой. Лучше в описание.
очечник	8 847	16	Релевантен, но в 6,3 раза слабее «футляра» по трафику.
органайзер	7 941	1	Слабая релевантность и слабые продажи. Не делать акцентом.
кейс	50	2	Очень малый объём. Можно оставить в описании, не в title.

Главный вывод: «футляр» должен остаться первым словом / первым кластером заголовка. Замена на «очечник» в начале создаёт риск потери основного трафика.

7. Почему не “женский”, а “детский”

Женские запросы есть, но в финальный заголовок слово «женский» не включено.

Причины:

- «Детский» показал хорошую конверсию: 1 569 показов / 18 заказов.
- Товар визуально нейтральный: чёрный цвет и геометрия не дают жёсткого основания делать главный акцент на женской ЦА.
- Женские рекламные кластеры неоднозначны: часть продаёт, часть имеет высокий ДРР.
- Риск mismatch: если поставить «женский», покупатель может ожидать явно женский дизайн, а карточка выглядит более универсально/детско-подростково.

Женские запросы лучше использовать в описании осторожно, если это не противоречит карточке: например, «подходит для женских и подростковых моделей очков» — только если это подтверждено товаром.

8. Почему не ставить “очечник” первым

Вариант:

Очечник для очков детский чёрный, экокожа, геометрия, Milomilo

был отклонён после дополнительной проверки органики и рекламы.

Причины:

- «Футляр» даёт 83 722 показа / 78 заказов.
- «Очечник» даёт 8 847 показов / 16 заказов.
- По трафику «очечник» слабее «футляра» примерно в 6,3 раза.
- В рекламе кластер «очечник для очков» потратил 47 ₽ и дал 0 заказов — данных мало, но коммерческую эффективность он не подтвердил.

Вывод: «очечник» релевантен, но должен быть дополнительным ключом, а не главным началом заголовка.

9. Аудит рекламы

Период рекламы: 26.07–24.08.2026. Найдено 3 РК с nmID 251853172 / Milomilo-011-diamond-black.

Общие KPI рекламы

Метрика	Значение
Расход	11 417 ₽
Заказы	75
Выручка, оценка	37 389 ₽
ДРР	30,5%
Целевой ДРР	20%
CPO	152 ₽
Показы	39 851
Клики	1 048
CTR	2,63%
CPC	10,89 ₽
Выкуп	78%

Вывод: реклама даёт заказы, но ДРР выше целевого. Нужна чистка и ограничение слабых кластеров.

РК по типам

РК	Тип	Расход	Заказы	ДРР	Вердикт
39202897	Аукцион cpm/manual	11 044 ₽	70	31,7%	Основной расход; ДРР выше целевого. Нужны минус-фразы/снижение ставок по слабым кластерам.
38623970	АРК cpm/unified	372 ₽	5	14,4%	Приемлемо, можно оставить под наблюдением.
38031943	АРК cpm/unified	0,32 ₽	0	—	Фактически неактивна; решить судьбу отдельно.

10. Кластеры, которые продают

Эти кластеры не стоит резко отключать. Их лучше защищать или аккуратно масштабировать с контролем ДРР.

Кластер	РК	Расход	Заказы	ДРР	Вывод
чехол для очков женских для зрения	Аукцион	246 ₽	4	12,6 %	Продаёт, оставить.
органайзер для очков	Аукцион	94 ₽	1	19,4 %	Пограничено, но в целевом ДРР.
чехол для очков детский для мальчика	Аукцион	36 ₽	1	7,5%	Продаёт.
футляр для очков женский мягкий	Аукцион	34 ₽	1	7,0%	Продаёт.
футляр для очков детский для мальчиков	Аукцион	33 ₽	1	6,8%	Продаёт.
чехол для очков для зрения	Аукцион	31 ₽	1	6,4%	Продаёт.

11. Кластеры, где идёт слив бюджета

Кластер	РК	Расход	Заказы	ДРР	Рекомендация
чехол для очков	Аукцион	5 104 ₽	30	35 %	Не минусовать полностью, но снизить ставку / ограничить.
футляры для очков женский	Аукцион	1 015 ₽	4	52 %	Кандидат на минус/снижение.
чехол для очков женских	Аукцион	570 ₽	3	39 %	Снижать/ограничивать.
очки	Аукцион	345 ₽	0	—	Минус-фраза.
футляры для очков мужской	Аукцион	305 ₽	2	31 %	Снижать/ограничивать.
футляры для очков детский	Аукцион	204 ₽	0	—	Минус-фраза.
чехол для очков мужской	Аукцион	152 ₽	1	31 %	Снижать/ограничивать.
футляр	Аукцион	90 ₽	0	—	Минус-фраза или уточнение.
аксессуары / авто / мягкий чехол / кейс / подарки	Аукцион	~303 ₽	0	—	Минусовать/ограничивать после проверки точных фраз.

Всего найдено:

- 6 продающих кластеров;
- 13 сливных кластеров;
- 26 кластеров без достаточных данных.

12. Что включать в заголовок, описание и рекламу

В заголовок

Оставить:

- Футляр для очков — главный органический кластер.
- Детский — нишевый, но конверсионный кластер.
- Очечник — дополнительный синоним, но не первый ключ.
- Чёрный / Milomilo / экокожа / геометрия — подтверждённые свойства и бренд.

В описание

Добавить/усилить:

- «чехол для очков» — высокий трафик, но не делать главным словом заголовка;
- «для зрения»;

- «для мальчика / для подростка» — если визуально и фактически соответствует;
- размеры: 15.5 × 3 × 6 см;
- страна производства: Китай;
- комплектация: кейс/чехол/футляр для очков.

Не использовать как главный акцент

- «очки» — слишком широкий кластер, в рекламе 345 ₽ расхода и 0 заказов;
- «подарки», «автомобиль», «аксессуары» — слабые/сливные или неподтверждённые кластеры;
- «очечник» вместо «футляр» в начале — высокий риск потери органического трафика.

13. Рекламные рекомендации

Все рекомендации read-only. Ничего не было изменено.

Для Аукциона `39202897` — cpm/manual

- Снизить ставки или ограничить широкий кластер «чехол для очков», потому что ДРР 35% при расходе 5 104 ₽.
- Добавить минус-фразы по явно сливным запросам с 0 заказов:

- «очки»; - «футляр» в одиночку; - «футляры для очков детский» — если точная фраза действительно не даёт заказов; - авто/подарки/аксессуары/кейс — после проверки точных фраз.

- Не отключать продающие хвосты резко: «для зрения», «детский для мальчика», «женский мягкий».

Для АРК `38623970` — cpm/unified

- ДРР 14,4% — кампания приемлемая.
- Оставить под наблюдением.
- Если появится детализация по кластерам — исключать только слабые кластеры, не отдельные слова.

Для АРК `38031943` — cpm/unified

- Расход 0,32 ₽, заказов 0.
- Кампания фактически неактивна; нужно отдельно решить: оставить, перезапустить или закрыть.

14. Итоговый вывод

Для `251853172 / Milomilo-011-diamond-black` старый заголовок «Футляр для очков» нельзя просто заменить на «Очечник…», потому что старый главный кластер остаётся основным источником трафика и заказов.

Лучшее решение — расширить старый заголовок, сохранив его сильную часть:

Футляр для очков детский чёрный Milomilo, очечник экокожа геометрия

Этот вариант:

- сохраняет главный кластер «футляр для очков»;
- добавляет конверсионный сегмент «детский»;
- добавляет дополнительный синоним «очечник»;
- раскрывает свойства товара: чёрный, экокожа, геометрия;
- добавляет бренд Milomilo;
- снижает риск потери ранжирования по сравнению с вариантом, где «очечник» стоит первым.

15. Ограничения данных

- Search-texts ограничены top-30 запросами за период 26.07–25.08.2026.
- Показатели по кластерам search-texts могут пересекаться; суммы не являются уникальными продажами.

- ДРР по рекламным кластерам частично оценочный: выручка считалась как заказы × средняя цена 486 ₽.
- ДРР указан по заказам, не по выкупам; с учётом выкупа 78% фактическая нагрузка может быть выше.
- MPStats не использовался.
- Все изменения по карточке и рекламе требуют отдельного ручного подтверждения — в рамках аудита ничего не менялось.