

Отчёт по товару

Уютный дом · Пледы

Площадка	Wildberries
Артикул продавца	UD-PLED-GREY
Артикул WB (nmId)	184203311
Категория	Пледы
Период	18.08.2026 — 17.09.2026 (31 дн.)

Заказы

296 шт

Выручка

371 997 ₽Конверсия переход →
заказ**4.2%**

ДРР

2.6%

Отчёт собран из данных вашего кабинета, уже синхронизированных СоваСтат. Пропуск в графике означает «данных за день нет», а не ноль. Выводы — наблюдения по цифрам, а не приговор: решение всегда за вами.

Сводка за период

Метрика	За период	Начало → конец периода
Заказы за период	296 шт	10.1/день → 8.9/день (-12.5%)
Выручка по заказам	371 997 ₽	12 416 ₽ → 11 438 ₽ (-7.9%)
Переходы в карточку WB не отдаёт показы — воронка начинается с переходов	7 088	229/день → 230/день (+0.7%)
В корзину	1 171	38/день → 38/день (+1.4%)
Конверсия переход → заказ	4.2%	4.5% → 3.9% (-13.6%)
Расход на рекламу	9 492 ₽	303 ₽ → 310 ₽ (+2.5%)
ДРР за период Реклама ÷ выручка по заказам	2.6%	2.6% → 2.9% (+12.5%)
Остаток на конец периода снимок за 17.09.2026	132 шт	—

С чем сравниваем

Конверсия переход → заказ у товара — 4.2%.

В категории «Пледы» слишком мало товаров с данными за период, чтобы получить среднее (нужно минимум три соседа). Со средней по кабинету не сравниваем: это разные категории.

ИИ-разбор товара

ПРИСМОТРЕТЬСЯ

Товар прибыльный, но заказы за период просели сильнее, чем можно объяснить трафиком — сказываются рост цены и слабая конверсия «заход → корзина».

ЧТО ПРОИСХОДИТ

- Заказы падают быстрее трафика** — Переходы снизились с 218 до 203 в день (-7%), а заказы в день — с 13 до 9 (-31%): просадка заметно сильнее, чем объясняется трафиком.
- Товар прибыльный** — За период выручка 315 573 ₽, продано 251 шт, чистая прибыль 42 123 ₽, маржа 13,3% — вердикт по юнит-экономике положительный.
- Слабое место карточки — переход в корзину** — Конверсия «заход → корзина» 16,6% против медианы каталога 22,7% — это единственный проблемный этап воронки, остальные (показы, корзина→заказ) выше медианы.
- Цена выросла, остаток невелик** — Цена поднялась с 1002 до 1083 ₽ (+8%), остаток 132 шт, при этом 13 сентября уже отгружено 300 шт на склад (приёмка 4–5 дней).

ПОЧЕМУ

- Повышение цены совпало с падением заказов** — 5 сентября цену подняли до 1083 ₽, и после этого заказы в день снизились с 13 до 9; но 10–14 сентября параллельно шла акция площадки -15% на пледы, поэтому чистый эффект именно цены отдельно не виден.
- Слабая конверсия в корзину тормозит заказы независимо от цены** — Заход→корзина держится на 16,6% против медианы 22,7% — это системная просадка, не связанная с ценой, чаще всего дело в фото или первых отзывах.
- Цену могли поднять специально, чтобы придержать спрос до поставки** — При остатке 132 шт и отгрузке 300 шт 13 сентября рост цены выглядит попыткой не уйти в ноль до прихода товара.

ЧТО ДЕЛАТЬ

1. Проверить и обновить главное фото / первые отзывы карточки · важно

Заход→корзина 16,6% против медианы каталога 22,7% — это самое слабое и самое денежное звено воронки.

Эффект: Рост конверсии в корзину даже на несколько п.п. при текущем трафике 7352 показов даёт заметный прирост заказов без доп. затрат.

2. Сверить сроки поставки и решить, нужно ли снижать цену обратно · средние

Отгрузка 300 шт была 13 сентября с приёмкой 4–5 дней — если товар уже пришёл или скоро придёт, держать цену 1083 ₽ и дальше терять заказы нет смысла.

Эффект: Возврат к цене ближе к 1002 ₽ может восстановить темп заказов до прежних 13/день.

3. Оставить рекламу как есть · можно позже

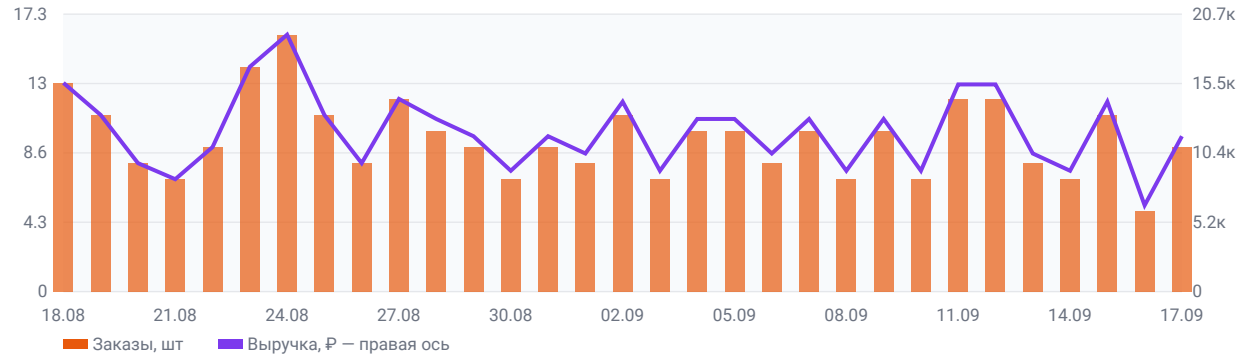
Текущий СРС 11,78 Р ниже допустимого потолка 12,99 Р, расход 306 Р из бюджета 646 Р в день, ДРР по кампании 11,07% — параметры в пределах нормы.

Эффект: Стабильный приток показов без переплаты за клик.

Разбор от 17.09.2026 — взят из архива разборов товара. ИИ читает те же цифры, что в отчёте; решение всегда за вами.

Графики по дням

Заказы и выручка по дням

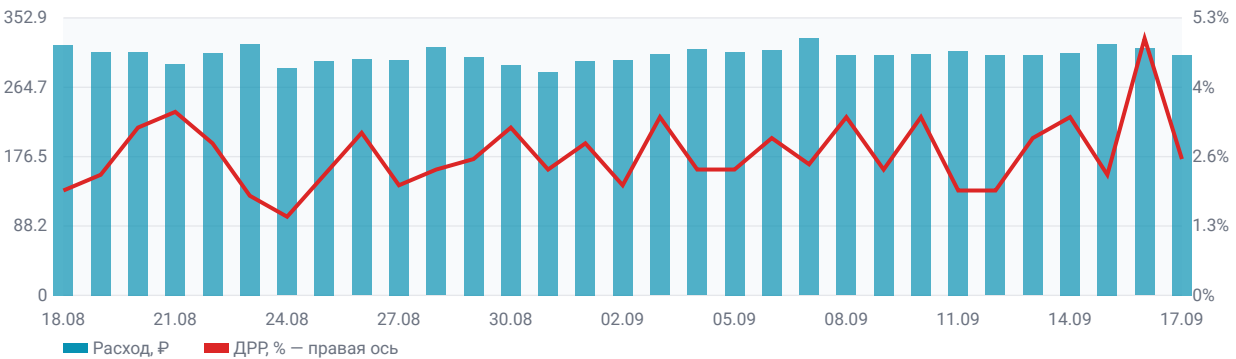


Переходы и конверсия

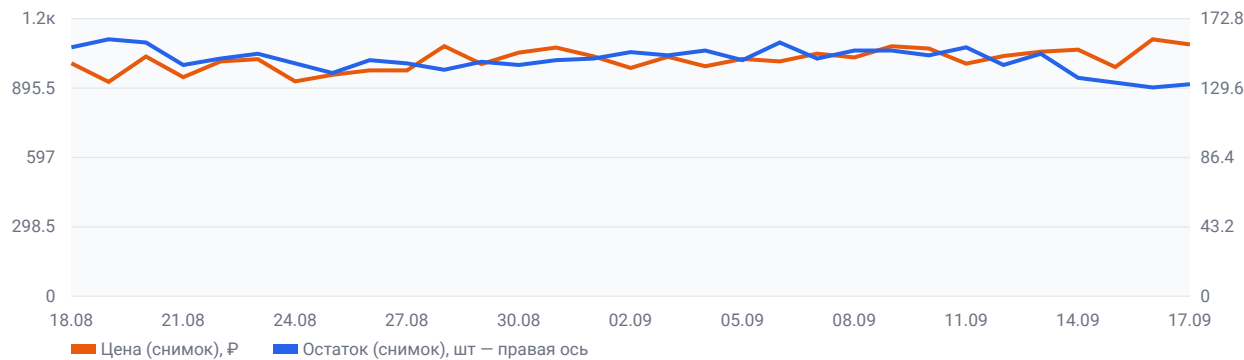


WB не отдаёт показы через API — воронка начинается с переходов в карточку.

Реклама и ДРР по дням



Цена и остаток по дням



Что вы делали с товаром

Ваши заметки за период — из карточки товара и журнала магазина. Разбор ниже опирается на цифры площадки; ваши записи показывают, что происходило с вашей стороны. Совпадение по времени само по себе не доказывает эффект.

- 23.08.2026 другое действие. Новый менеджер по рекламе: пересобрали кампании по категориям, отключили автокампании (по магазину)
- 05.09.2026 изменили цену. Подняли цену 1 032 → 1 083 ₽: остатка мало, дотягиваем до поставки без обнуления
- 10.09.2026 — участие в акции площадки. Акция WB «Осень уюта»: −15 % на пледы и полотенца, участвовали всеми артикулами категорий (по магазину)
- 14.09.2026 поставка или движение товара на складе. Отгрузили 300 шт на Коледино, приёмка обычно 4–5 дней
- записано 14.09.2026 Проверить приёмку поставки и вернуть цену 1 032 ₽
- записано 14.09.2026 Собрать отчёт собственнику за сентябрь: здоровье магазина + P&L (по магазину)

Разбор по событиям

Ниже — переломные дни периода: не «что вообще хромает», а что именно изменилось, когда, что этому предшествовало и чем закончилось. Причина называется вероятной: это наблюдение по цифрам, а не приговор.

29.08 — заказы упали на 23.8%: 11 → 9 в день

- Что было до Заказы держались на уровне 11 в день (среднее за 7 дней до события). Реклама работала: 304 ₽ в день. Цена — 990 ₽. Остаток — 145 шт.
 - Что после Заказы опустились до 9 в день (среднее за 7 дней после).
 - Вероятная причина Вероятная причина — упала конверсия, а не трафик: переходов приходит столько же, а заказов меньше. Так обычно выглядит проблема самой карточки — цена, отзывы, фото или сроки доставки.
 - Что делать Сверьте карточку за эти даты: цена относительно конкурентов, отзывы, сроки доставки. И проверьте в кабинете, не было ли ограничений по карточке.
- Заказы до, в день: 11 Заказы после, в день: 9 Изменение: -23.8% Реклама до → после, ₽/день: 299 ₽

Разбор дневника: паттерны периода

Остатка 132 шт — данные выглядят так, будто спрос придерживают, чтобы дотянуть до поставки: цена поднята с 1002 до 1083 ₽.

Проверьте, так ли задумано. По естественному темпу до перелома 16.09 (~10 в день) остатка хватит примерно на 13.8 дней: считать по текущему, уже придушенному темпу было бы враньём — после поставки продажи ускорятся обратно.

Что делать: Сверьте с датой поставки: если она успевает и при обычном темпе — возможно, спрос придушен сильнее нужного и заказы теряются зря; если не успевает — держите темп и ускоряйте поставку.

Остаток на конец периода: 132 · Цена, начало: 1 002 ₽ · Цена, конец: 1 083 ₽ · Темп для прогноза, заказов в день: 10 · Хватит дней (по этому темпу): 14

■ Ещё 2 метрики в норме — резких провалов нет.

Стабильны: переходы 229/день, ДРР 2.8%.

Что делать: Отдельных действий не требуют — следите, чтобы не просели следом.

Итог и что делать

- За период нашли 1 заметное событие: 1 со знаком минус и 0 со знаком плюс. Разбор каждого — с датами и цифрами — выше.
- Главное падение периода: 29.08 — заказы упали на 23.8%: 11 → 9 в день. Вероятная причина — упала конверсия, а не трафик: переходов приходит столько же, а заказов меньше. Так обычно выглядит проблема самой карточки — цена, отзывы, фото или сроки доставки.
- Сверьте карточку за эти даты: цена относительно конкурентов, отзывы, сроки доставки. И проверьте в кабинете, не было ли ограничений по карточке.

Честные оговорки к цифрам

— История воронки WB копится с момента подключения кабинета: WB Seller API отдаёт воронку только за последнюю неделю, поэтому за более ранние дни данных нет. Со временем дневник заполняется глубже.

— История цен копится с 20.06: цена — снимок на день синхронизации, за более ранние дни карточную цену не восстановить. Если в тот день были заказы, серым курсивом показана расчётная средняя цена продаж (сумма заказов ÷ количество) — это средний чек, а не цена с карточки; без заказов — «—».

— Отчёт собран из уже синхронизированных данных вашего кабинета. Пустой день в графике — «данных нет», а не ноль: нули и пропуски мы не смешиваем.