

Отчёт по товару

Плед флисовый 150×200 серый

Площадка	Ozon
Артикул продавца	UD-PLED-GREY
SKU Ozon	1245873310
Категория	—
Период	18.08.2026 — 17.09.2026 (31 дн.)

Заказы

232 шт

Выручка

270 725 ₽Конверсия переход →
заказ**15.4%**

ДРР

3.1%

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	232 шт	7.1/день → 8/день (+12.1%)
Выручка по заказам	270 725 ₽	8 132 ₽ → 9 520 ₽ (+17.1%)
Показы	7 341	241/день → 234/день (-2.9%)
Переходы в карточку	1 510	48/день → 50/день (+5.5%)
В корзину	522	17/день → 17/день (-1.2%)
Конверсия переход → заказ	15.4%	15.3% → 16.1% (+4.9%)
Расход на рекламу	8 322 ₽	267 ₽ → 277 ₽ (+3.5%)
ДРР за период Реклама ÷ выручка по заказам	3.1%	3.5% → 3.5% (-0.4%)
Средняя позиция Меньше — лучше	11.4	10.2 → 12.8 (+25.9%)
Остаток на конец периода снимок за 17.09.2026	115 шт	—

С чем сравниваем

Конверсия переход → заказ у товара — 15.4%.

Категорию товара Ozon в API продавца мы пока не забираем, поэтому сравнить с товарами той же категории нельзя. Средняя по всему кабинету для этого не годится: в нём лежат несравнимые товары.

ИИ-разбор товара

ПРИСМОТРЕТЬСЯ

Плед приносит прибыль и заказы растут, но позиция в выдаче слабеет, а часть оформленных заказов не доезжает до доставки — тут теряются деньги.

ЧТО ПРОИСХОДИТ

- **Заказы растут внутри периода** — За 31 день продано 232 шт, темп заказов в день вырос с 4 до 12 к концу периода.
- **Позиция и охват просели** — Средняя позиция ухудшилась с 10,2 до 12,5, показы упали с 234 до 204, переходы — с 47 до 43.
- **Экономика в плюсе** — Выручка 238 571,2 ₽, прибыль 22 431,9 ₽, маржа 9,4%, реклама съедает всего 3,1% (ДРР), остатка 115 шт хватит на 39 дней без дефицита.
- **Провал на этапе доставки** — Конверсия «заказ → доставка» 88,9% против медианных по категории 96,9% — заметная часть заказов не доезжает до покупателя.

ПОЧЕМУ

- **Рост заказов совпал с акцией площадки** — 4–9 сентября цена снижалась с 1190 до 1119 ₽ в рамках акции Ozon «Уют дома» — рядом с этим заказы в день выросли, но одновременно менялась и позиция, чистого эффекта акции не видно.
- **Провал доставки совпал со сменой логистической схемы** — 3 сентября товар перевели на схему FBS+FBO с отгрузкой Казани со своего склада — по времени совпадает с низкой конверсией «заказ → доставка», но без региональных данных подтвердить причину нельзя.
- **Придержанный спрос при полном складе** — Остаток 115 шт, дней без остатка — 0, при этом цена в конце периода поднята до 1190 ₽; похоже на попытку растянуть остаток до новой поставки, что может лишний раз гасить заказы.

ЧТО ДЕЛАТЬ

1. Разобраться, почему проседает доставка · важно

Конверсия «заказ → доставка» 88,9% против медианных 96,9% — совпадает по времени со сменой схемы FBS+FBO по Казани 3 сентября.

Эффект: Возврат к среднему по категории уровню отдаст часть уже оформленных, но теряемых сейчас заказов.

2. Остановить ухудшение позиции · **средне**

Позиция ухудшилась с 10,2 до 12,5, показы упали с 234 до 204, переходы — с 47 до 43; дневник рекомендует проверить ставки продвижения, контент и отзывы.

Эффект: Возврат позиции ближе к началу периода должен вернуть охват показов и переходов.

3. Свериться с датой следующей поставки · **средне**

Остаток 115 шт хватит на 39 дней, но цена уже поднята до 1190 Р — похоже на искусственное придерживание спроса.

Эффект: Если поставка успеет раньше 39 дней, можно вернуть цену ниже и получить дополнительные заказы, которые сейчас теряются впустую.

4. Оценить эффект акции Ozon «Уют дома» отдельно · **можно позже**

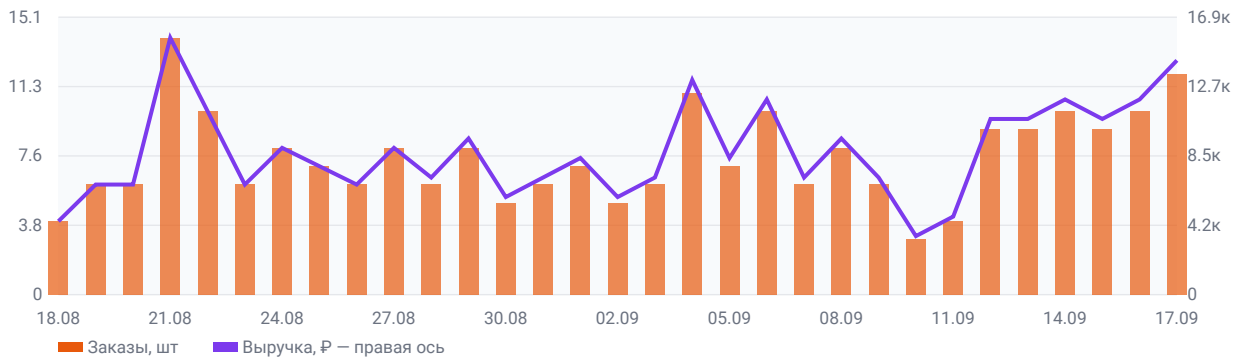
4–9 сентября цена снижалась до 1119 Р в рамках акции площадки, рядом с этим заказы в день выросли втрое.

Эффект: Понимание, какая доля роста заказов идёт именно от акций, поможет решить, участвовать ли в похожих акциях повторно.

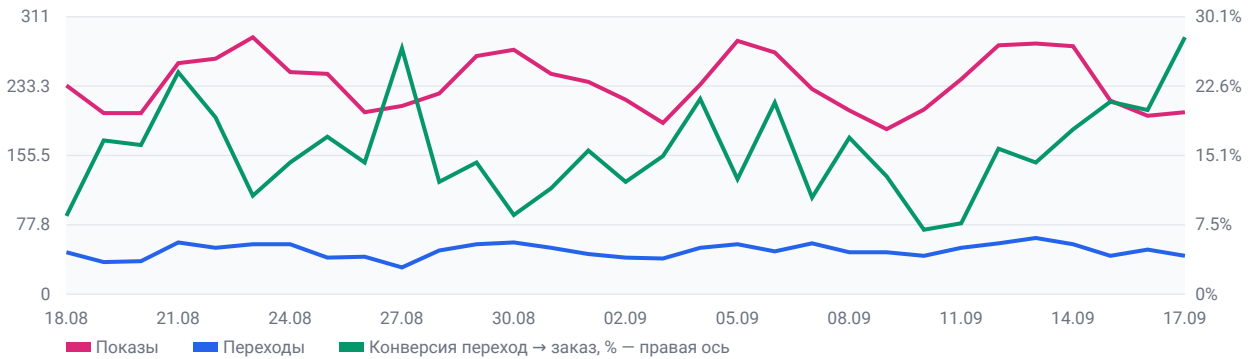
Разбор от 17.09.2026 — взят из архива разборов товара. ИИ читает те же цифры, что в отчёте; решение всегда за вами.

Графики по дням

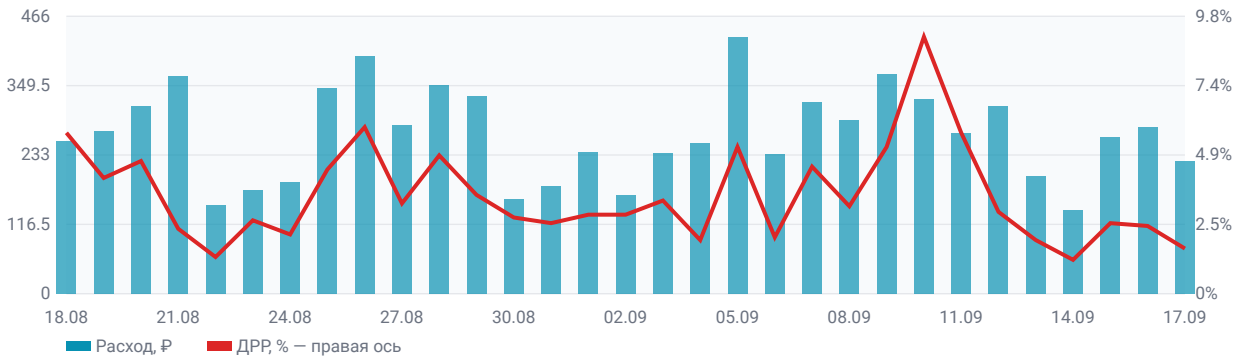
Заказы и выручка по дням



Показы, переходы и конверсия



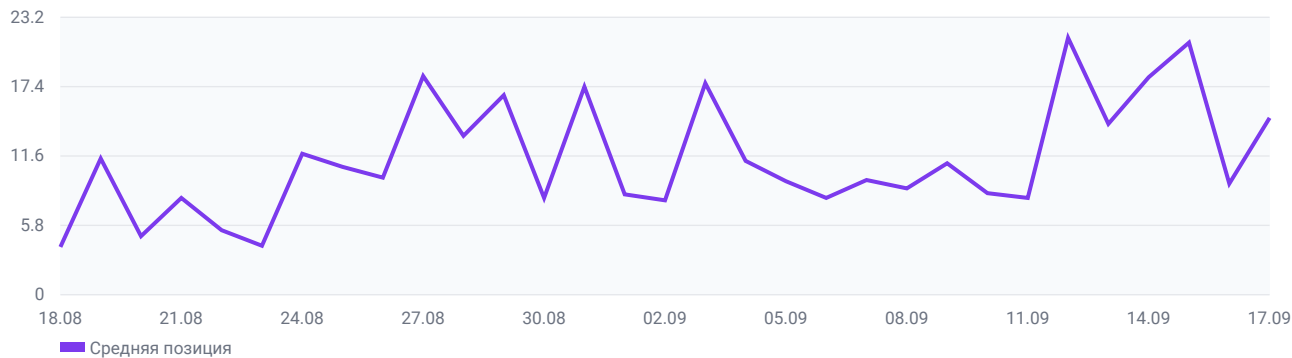
Реклама и ДРР по дням



Цена и остаток по дням



Позиция в выдаче по дням



Меньше — лучше. Пустые дни — замера за день не было, а не «нулевая позиция».

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.
- 03.09.2026 другое действие. Перевели пледы и полотенца на схему FBS + FBO: Казань отгружаем со своего склада (по магазину)
 - 04.09.2026 изменили цену. Снизили цену 1 190 → 1 119 ₽ под акцию Ozon «Уют дома», совместная скидка площадки
 - 04.09.2026 — участие в акции площадки. Акция Ozon «Уют дома»: -6 % на пледы, показы в подборке акции
 - 09.09.2026
 - 12.09.2026 поставка или движение товара на складе. Довезли 120 шт в кластер Сибирь — раньше заказы оттуда ехали кросс-кластером
 - записано 14.09.2026 Проверить долю кросс-кластерных заказов после поставки в Сибирь

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.

25.08 — позиция в выдаче ухудшилась на 89.7%: 7.1 → 13.5 в день

Что было до	Позиция в выдаче держались на уровне 7.1 в день (среднее за 7 дней до события). Реклама работала: 246 ₽ в день. Цена — 1 119 ₽. Остаток — 137 шт.
Что после	Позиция в выдаче поднялись до 13.5 в день (среднее за 7 дней после). На заказы это заметно не перешло: 8 → 7 шт в день.
Вероятная причина	Однозначной причины в данных не видно: остаток, реклама и цена в эти дни заметно не менялись. Это наблюдение, а не диагноз — что именно произошло, подскажет кабинет площадки за эти даты.
Что делать	Сверьте карточку за эти даты: цена относительно конкурентов, отзывы, сроки доставки. И проверьте в кабинете, не было ли ограничений по карточке.
Позиция в выдаче до, в день: 7.1 Позиция в выдаче после, в день: 13.5 Изменение: 89.7%	

28.08 — заказы упали на 27.1%: 8 → 6 в день

Что было до	Заказы держались на уровне 8 в день (среднее за 7 дней до события). Реклама работала: 272 ₽ в день. Цена — 1 119 ₽. Остаток — 132 шт.
Что после	Заказы опустились до 6 в день (среднее за 7 дней после). Выручка: 9 428 ₽ → 7 310 ₽ в день.
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: 8 Заказы после, в день: 6 Изменение: -27.1% Реклама до → после, ₽/день: 237 ₽	

28.08 — выручка упала на 22.5%: 9 428 ₽ → 7 310 ₽ в день

Что было до	Выручка держались на уровне 9 428 ₽ в день (среднее за 7 дней до события). Реклама работала: 272 ₽ в день. Цена — 1 119 ₽. Остаток — 132 шт.
Что после	Выручка опустились до 7 310 ₽ в день (среднее за 7 дней после). Следом просели заказы: 8 → 6 шт в день (-27.1%).
Вероятная причина	Однозначной причины в данных не видно: остаток, реклама и цена в эти дни заметно не менялись. Это наблюдение, а не диагноз — что именно произошло, подскажет кабинет площадки за эти даты.
Что делать	Сверьте карточку за эти даты: цена относительно конкурентов, отзывы, сроки доставки. И проверьте в кабинете, не было ли ограничений по карточке.
Выручка до, в день: 9 428 ₽ Выручка после, в день: 7 310 ₽ Изменение: -22.5%	

Разбор дневника: паттерны периода

Остатка 115 шт — данные выглядят так, будто спрос придерживают, чтобы дотянуть до поставки: цена поднята с 1119 до 1190 ₽.

Проверьте, так ли задумано. По естественному темпу до перелома 28.08 (~8 в день) остатка хватит примерно на 13.6 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: 115 · Цена, начало: 1 119 ₽ · Цена, конец: 1 190 ₽ · Темп для прогноза, заказов в день: 8 · Хватит дней (по этому темпу): 14

Средняя позиция ухудшилась: с 10.2 до 12.5.

Товар опустился в выдаче — это тянет вниз показы и переходы.

Что делать: Проверьте ставки продвижения, контент карточки и отзывы — они влияют на ранжирование.

Позиция, начало: 10 · Позиция, конец: 12 · Ухудшение: 22.8%

Ещё 3 метрики в норме — резких провалов нет.
Стабильны: показы 233/день, переходы 50/день, ДРР 3.5%.
Что делать: Отдельных действий не требуют — следите, чтобы не просели следом.

Поисковые запросы (ключевые слова)

По каким фразам покупатели находят товар в поиске Ozon: спрос на фразу, ваша позиция по ней, показы вашего товара и что из этого вышло в заказах. Топ фраз — по спросу.

Запрос	Спрос	Позиция	Показы	Конв.	Заказы	Выручка
плед флисовый	758	8.8	319	42.1%	359	427 210 ₽
плед серый	702	33.4	120	17.1%	103	122 570 ₽
плед теплый	688	32.9	91	13.2%	105	124 950 ₽
плед флис 150 200	664	18.4	219	33%	229	272 510 ₽
плед 150x200	563	36.5	42	7.5%	92	109 480 ₽
плед на диван	524	19.8	179	34.2%	217	258 230 ₽

«Заказы» и «Выручка» — сумма за период; спрос, позиция, показы и конверсия — за последний день.
История запросов по дням копится с 25.08.2026.

Итог и что делать

- За период нашли 3 заметных события: 3 со знаком минус и 0 со знаком плюс. Разбор каждого — с датами и цифрами — выше.
- Главное падение периода: 25.08 — позиция в выдаче ухудшилась на 89.7%: 7.1 → 13.5 в день. Однозначной причины в данных не видно: остаток, реклама и цена в эти дни заметно не менялись. Это наблюдение, а не диагноз — что именно произошло, подскажет кабинет площадки за эти даты.
- 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 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 — «—».

— Показы, переходы и позиция у Ozon доступны по подписке Premium Plus: без неё за эти дни стоят пропуски, а не нули.

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