



Стратегии

Практикум

1. Различия стратегий

2. Требования для работы автостратегий

3. Модели атрибуции

Что такое стратегии?

Стратегия рекламной кампании — набор настроек, определяющих режим управления ставками, бюджет и другие ограничения, влияющие на ставки.

Стратегия ← Вернуться к базовым настройкам

Показывать рекламу

Стратегия

Оплата за конверсии Подключено
Деньги спишутся только за достижение выбранной цели. Например, оформление заказа.

Оптимизировать по цели*

Модель атрибуции

Обучение стратегии не идет ?

— Ваша средняя цена конверсии в неделю	— Коэффициент конверсии (CR) в неделю	0 / 10 Конверсий за неделю
---	--	--------------------------------------

Цена конверсии* Р

Тратить не более Р / неделю

Различие стратегий



Познакомимся с типичными пользователями интернета

Откуда мы все про них знаем?



Имя: Антонина Сергеевна

Возраст: 69

Поведение: Пытается освоить интернет покупки, но пока только заходит на сайты, и смотрит (добавлять в корзину не умеет, открывать конкретный товар тоже). Один раз покупка удалась – она до сих пор рассказывает об этом подругам.



Имя: Варя

Возраст: 30

Поведение: Много покупает товаров (вещи, еду, технику). Часто не может принять решение, складывает в корзину товары, чтобы сравнить, их характеристики. Часто забывает, что и где видела и идет в оффлайн магазин.



Имя: Василий

Возраст: 42

Поведение: Всегда знает чего хочет, покупает часто по первой ссылке, ему некогда ходить по магазинам, поэтому оплата только на сайте и только в 1 клик



Имя: Саня

Возраст: 17

Поведение: Студент, на покупки в онлайн стипендии не хватает. Покупает только дешевые товары или с большой скидкой в оффлайне

Ваш клиент из базы

Клиент: «Тапки.рф»
Интернет-магазин
Продает смешные тапки разных видов.

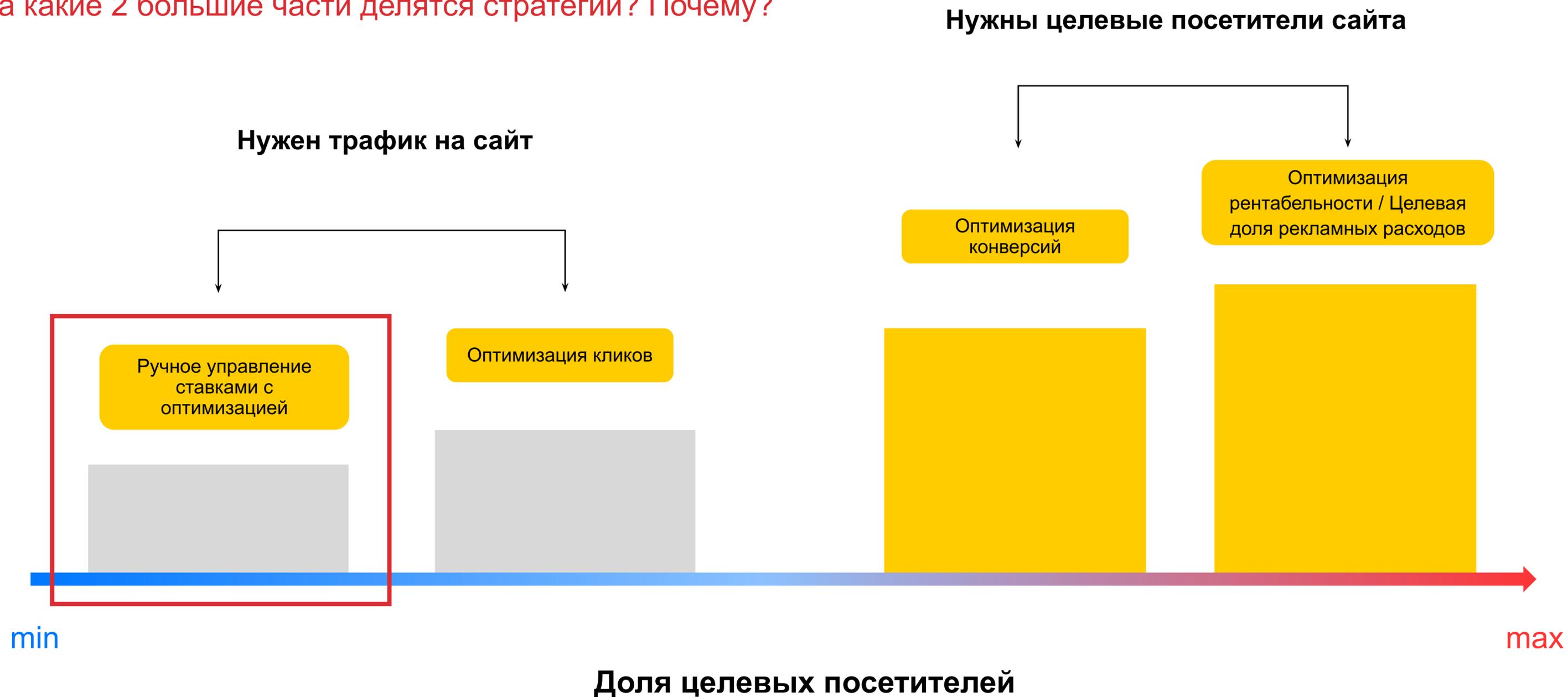
Основная КФ: «Тапки акулы»

Задача: Подобрать стратегию для показа



Типы стратегий

На какие 2 большие части делятся стратегии? Почему?



Ручное управление ставками

Какие есть настройки внутри стратегии?

Режим распределения бюджета, режим управления ставками, Тратить на сети %

Что такое «Объем трафика»?

Величина прямо пропорциональная кликабельности места показа

Какую ставку ставим на объем трафика 100?

Равную прогнозу ставки с оценкой спис.цены

Что такое «Оптимизация»?

Автомат. корректировка ставок в зависимости от вероятности конверсии

Кому подойдет?

Выкупать макс. Объем трафика, большие бюджеты, много времени на управление РК

Стратегия показов

Показывать рекламу: На поиске и в сетях

Стратегия: Ручное управление ставками с оптимизацией

Тратить в среднем: 456,00 Р / день — 3 192 Р в неделю

Режим расхода бюджета: Стандартный

Модель атрибуции: Последний переход из Яндекс.Директа

Ключевые цели: Вовлеченные сессии

Ценность конверсии: 0,30

Применить Отмена

На поиске В сетях

Установить ставку для всех фраз на странице

На поиске: назначить ставку для получения объема трафика 100 + 30 % от ставки, но не более 300.00 руб. Назначить

Установлены корректировки ставок на кампанию: по условиям ретаргетинга, по полу и возрасту.

Условия показа ↑	Объём трафика	Прогноз ставки, руб.	Спис. цена, руб.	Ставка, руб.	Прогноз трафика
Для группы могут быть применены корректировки ставок от 100% до 300%					
Ключевые фразы					
Для всех ключевых фраз:					
event ведущий	160	159.40	60.70	119.00	96
	100	122.20	16.90		
	75	8.50	7.00		
	15	7.30	2.60		
	5	0.60	0.60		
event организация	120	179.70	54.50	5.00	11
	100	143.80	34.40		
	75	92.50	7.60		
	15	6.50	2.80		
	5	0.90	0.90		

Типы стратегий

Ручное управление ставками с оптимизацией



Основная КФ:
«Тапки акулы»

Кому покажем РО?
И за какую цену?
(представьте, что вы
система и сами
решаете, кому дать



Антонина Сергеевна



Вар
я

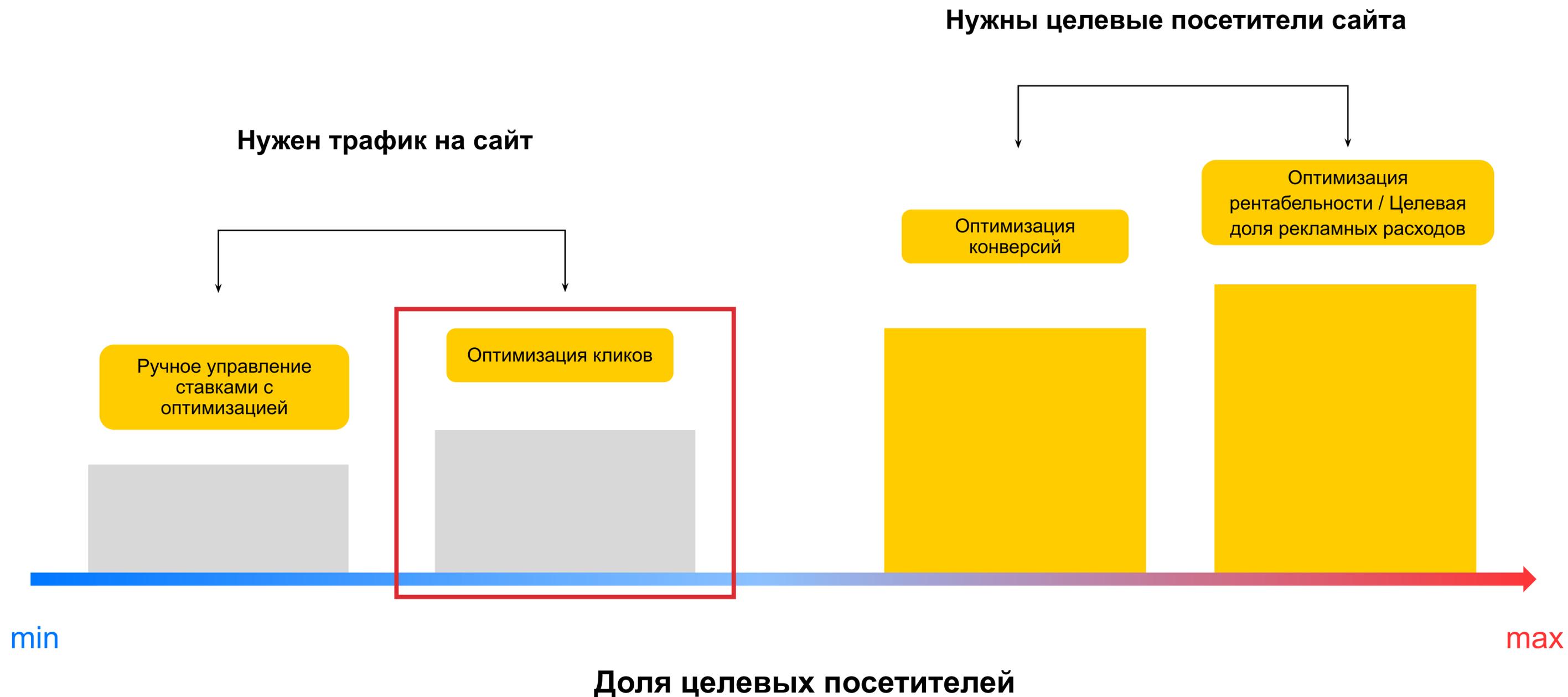


Василий



Сан
я

Типы стратегий



Оптимизация кликов

Как можно ограничить стратегию?

Недельный бюджет, ср. Цена за клик

Какой мин. бюджет? На какой период?

От 300 р. в неделю

Если клиент запускается с нуля, какие настройки стратегии используем?

Недельный бюджет

Какая модель оплаты?

Оплата за клики

Кому подойдет?

Нет Метрики, информационный сайт, нужно много дешевых кликов

Стратегия

Стратегия

Ограничивать по Средней цене клика Недельному бюджету

Средняя цена клика* руб / неделю

Тратить не более руб / неделю

Модель атрибуции

Ключевые цели ? руб

Типы стратегий

Оптимизация кликов



Основная КФ:
«Тапки акулы»

Кому покажем РО?

Антонина Сергеевна

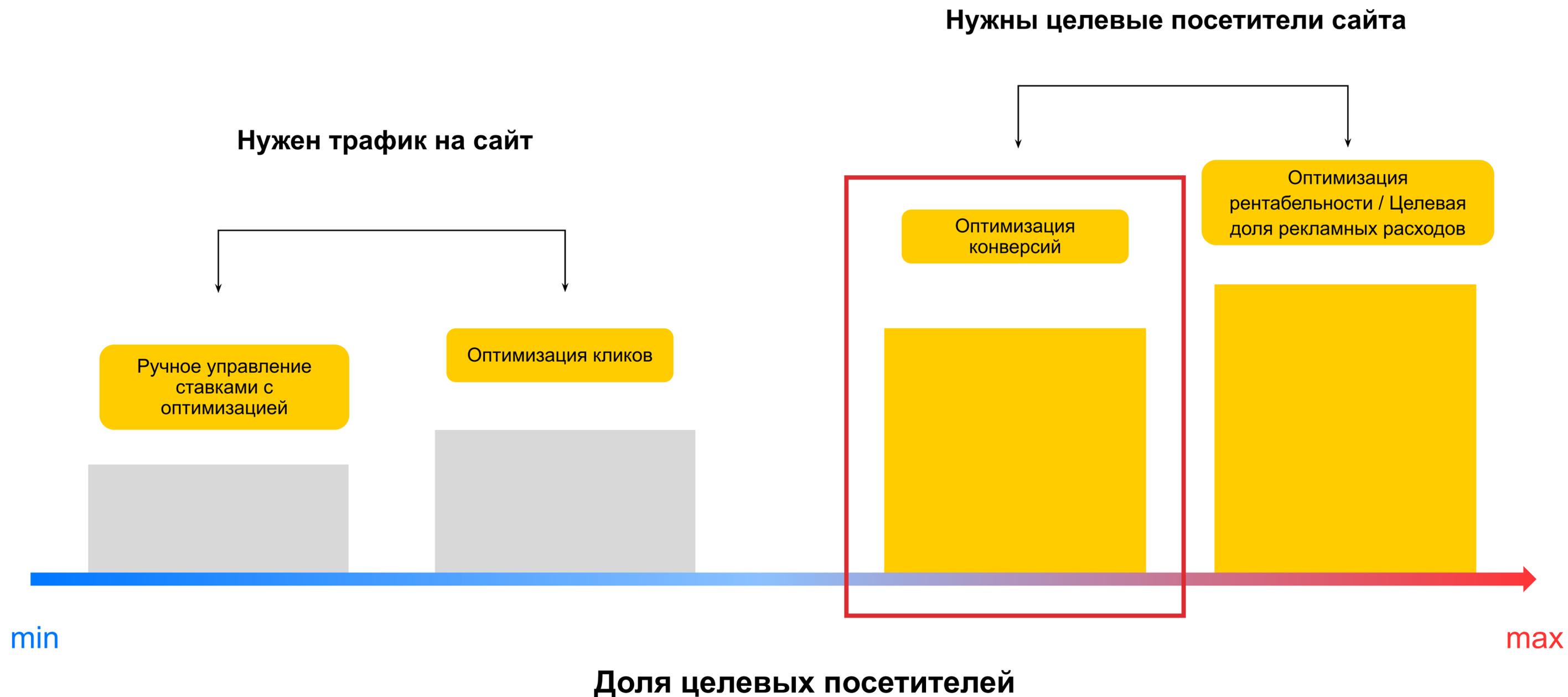
Вар
я

Василий



Сан
я

Типы стратегий



Оптимизация конверсий

Какие есть требования для подключения?

Цель Метрики, 10-20 конверсий

Какой мин. бюджет? На какой период?

От 300 р. В неделю

Какая модель оплаты?

За клики, за конверсии

По чему можно ограничивать стратегию при оплате за

По ср. цене конверсии, по недельному бюджету

Если клиент запускается с нуля, какие настройки

Недельный бюджет с оплатой за клики

Всем, у кого есть Метрика с целями

Стратегия

[← Вернуться к базовым настройкам](#)

Показывать рекламу	Только в сетях
Стратегия	Оптимизация конверсий
Оплата за конверсии	<input type="checkbox"/> Подключить Деньги спишутся только за достижение выбранной цели. Например, оформление заказа.
Оптимизировать по цели*	● ultra-med.ru · 67927810 :: Звонок
Модель атрибуции	Последний переход из Яндекс.Директа

Ограничивать по	Средней цене конверсии
	Недельному бюджету
Средняя цена конверсии*	500,00 ₺ / неделю
Тратить не более	1 500,00 ₺ / неделю
Максимальная цена	2,00 ₺ / клик

Оплата за конверсии

Корректно настроены цели

Минимум 10 конверсий по цели в неделю

Бюджет на неделю = 10 конверсий

CPA не больше 15000 руб.

Стратегия

[← Вернуться к базовым настройкам](#)

Показывать рекламу

Только на поиске

Стратегия

Оптимизация конверсий

Оплата за конверсии

Подключено

Деньги спишутся только за достижение выбранной цели. Например, оформление заказа.

Оптимизировать по цели*

xpresent.ru · 45547014 :: Заказ оформлен

Модель атрибуции

Последний переход из Яндекс.Директа

✓ Стратегия обучилась. Не изменяйте настройки без необходимости

553.13 ₹

Ваша средняя цена конверсии в неделю

5%

Коэффициент конверсии (CR) в неделю

16

Конверсий за неделю

[Посмотреть статистику по кампании](#)

Цена конверсии*

600,00

₹

Тратить не более

40 000,00

₹ / неделю

Типы стратегий

Оптимизация конверсий



Основная КФ:
«Тапки акулы»

Кому покажем РО?

A large red-bordered box contains four illustrations. On the left is an elderly woman with grey hair and glasses, wearing a red sweater. In the center is a woman in a red dress holding a microphone, with a circular background showing a bar chart and a line graph. To the right is a man in a blue suit. On the far right is a man with a beard and sunglasses riding a blue bicycle with a backpack.

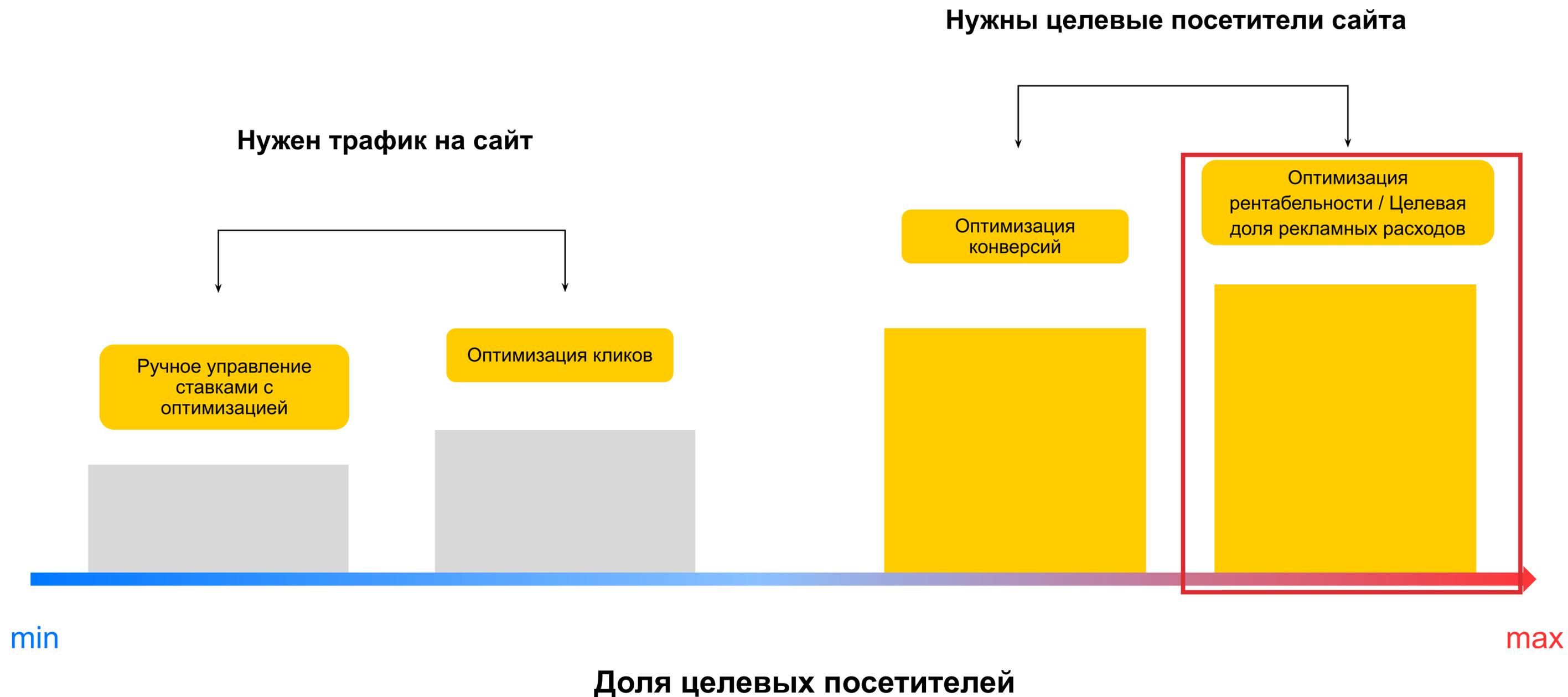
Антонина Сергеевна

Вар
я

Василий

Сан
я

Типы стратегий



Целевая доля рекламных расходов

Какие есть требования для подключения?

Цель Метрики, 10-20 конверсий, 200 кликов, электронная коммерция, ДРР

Какой мин. бюджет? На какой период?

От 300 р. в неделю

Какая модель оплаты?

За клики и за конверсии

Как считать ДРР?

Отношение суммы расходов на рекламу к доходу, который она принесла.

Кому подойдет?

Интернет-магазинам, есть передача дохода

Стратегия

[← Вернуться к базовым настройкам](#)

Стратегия: Целевая доля рекламных расходов

Оплата за конверсии: Подключено
Деньги спишутся только за достижение выбранной цели. Например, оформление заказа.

Оптимизировать по цели*: alternativaspo.ru • 56105593 :: aaa

Модель атрибуции: Последний переход из Яндекс.Директа

Доля рекламных расходов*: % [— что это такое?](#)

Тратить не более: руб / неделю

Готово Отмена

Оптимизация рентабельности

Корректно настроены цели

Минимум 10 конверсий по цели в неделю

Минимум 200 кликов в неделю

Рентабельность инвестиций

С 2 июня 2021 г. стратегия доступна только для клиентов, у которых есть активные кампании с ней. В новых кампаниях вместо нее лучше использовать стратегию Целевая доля рекламных расходов.

Рентабельность инвестиций (ROI) позволяет оценить степень окупаемости финансовых вложений в рекламу.

Коэффициент рентабельности инвестиций представляет собой отношение отдачи от рекламы к расходу на рекламу

$$ROI = \frac{\text{доход} - \text{себестоимость}}{\text{себестоимость}} = \frac{\text{прибыль}}{\text{себестоимость}}$$

Типы стратегий

Целевая доля рекламных расходов



Основная КФ:
«Тапки акулы»

Кому покажем РО?



Антонина Сергеевна



Вар
я



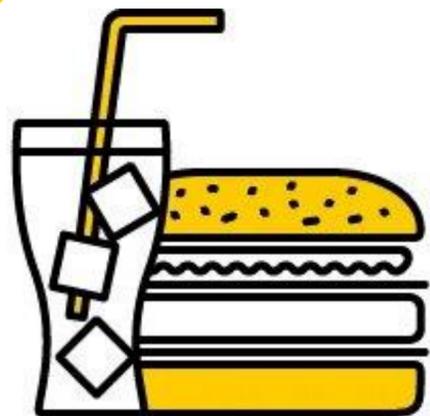
Василий



Сан
я

Выбери стратегию

Задача: предложить стратегию по разным бизнесам и задачам клиента



Компания: «Вкусный бургер»
Бизнес: Доставка еды
Цель: Получать заказы с сайта



Компания: «Продукты в дом»
Бизнес: Магазин продуктов
Цель: Тратить на рекламу
30% от заказа



Компания: «Слава-блогер»
Бизнес: Фуд-блогер
Цель: Привлечение
аудитории

Типы стратегий.

Вопросы

- ✓ Какие стратегии бывают?
- ✓ Всем ли бизнесам подойдут одинаковые стратегии?
- ✓ Какая стратегия на ваш взгляд самая популярная?



Требования для работы автостратегий



Требования

Не менее 10
конверсий в неделю

Устанавливайте
честное значение
целевого показателя

Не стоит ограничения
бюджета на аккаунте
клиента

Ставьте меньше
ограничений

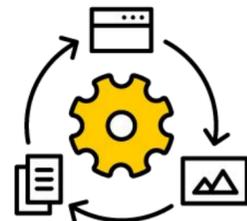
Не меняйте настройки в
период обучения

Недельный бюджет на
РК выше, чем 10
конверсий в неделю

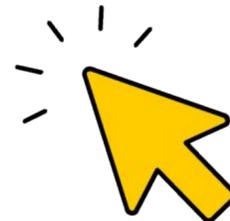
Важно для успешной работы автостратегий



В кампании
используются не только
низкочастотные
запросы



Составлены
релевантные
объявления всех
типов (графические,
видео и т.д.) с УТП
и подходящим
call-to-action



К объявлениям
добавлена точная
ссылка



К объявлениям
добавлены все
дополнения
(быстрые ссылки,
чаты на поиске,
цены, изображения
и т.д.)



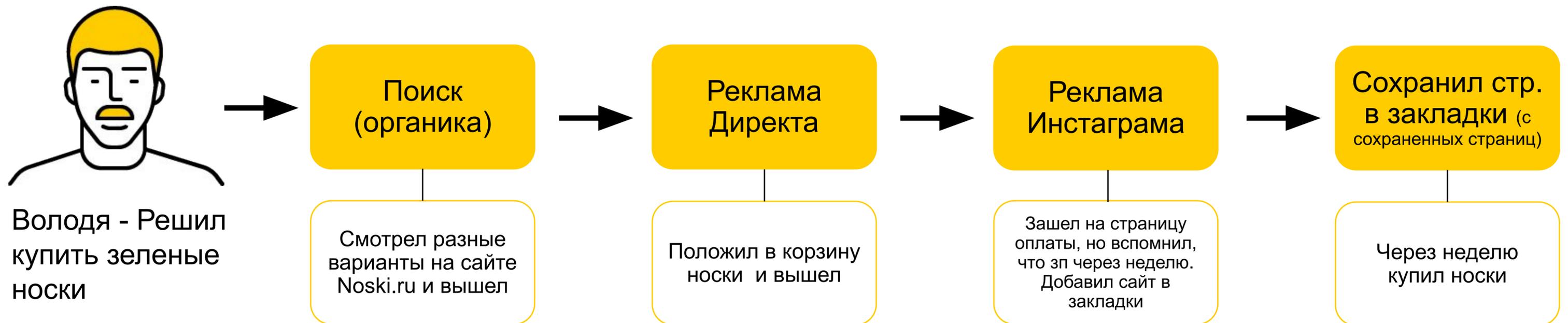
Сайт быстро
загружается и хорошо
работает с аудиторией

Модели атрибуции



Модели атрибуции

Модель атрибуции — это правило, какой переход на сайт считать источником визита



Какому источнику припишем конверсию?

К разным в зависимости от Модели атрибуции



Яндекс Найти

Поиск [Картинки](#) [Видео](#) [Карты](#) [Маркет](#) [Новости](#) [Переводчик](#) [Кью](#) [Услуги](#) [Музыка](#)

Носки Годовой запас **носков** укороченные, 10 пар...
[market.yandex.ru](#) > Носки-Годовой-запас...
Реклама · Кэшбэк до 5% баллами и экономия до 99% для подписчиков Яндекс.Плюса. · Сравнение товаров. Удобные способы оплаты. Честные отзывы
Бесплатная доставка · Повседневные товары · Акции · Кэшбэк Яндекс.Плюс
Контактная информация · 8 (800) 234-XX-XX Показать · пн-пт 10:00-18:00 · м. Смоленская (Филевская)

Нашли
[Показ](#)
162 по
[Разме](#)

Яндекс Найти

Поиск [Картинки](#) [Видео](#) [Карты](#) [Маркет](#) [Новости](#) [Переводчик](#) [Кью](#) [Услуги](#) [Музыка](#)

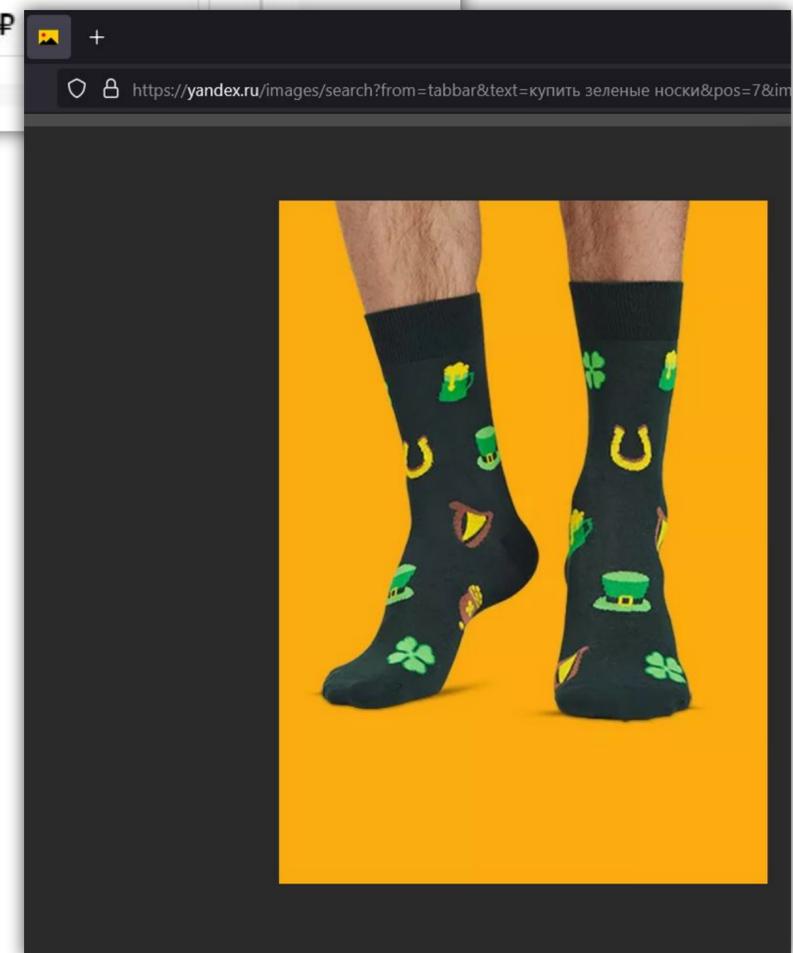
Купить зеленые носки мужские в интернет магазине...
[wildberries.ru](#) > Мужчинам > Белье ...
Большой выбор **зеленых носков** мужских в интернет-магазине WildBerries.ru. Бесплатная доставка и постоянные скидки! [Читать ещё >](#)

Купить зеленые женские носки в интернет магазине...
[wildberries.ru](#) > Белье > Колготки и чулки ...
Большой выбор **зеленых женских носков** в интернет-магазине WildBerries.ru. Бесплатная доставка и постоянные скидки! [Читать ещё >](#)

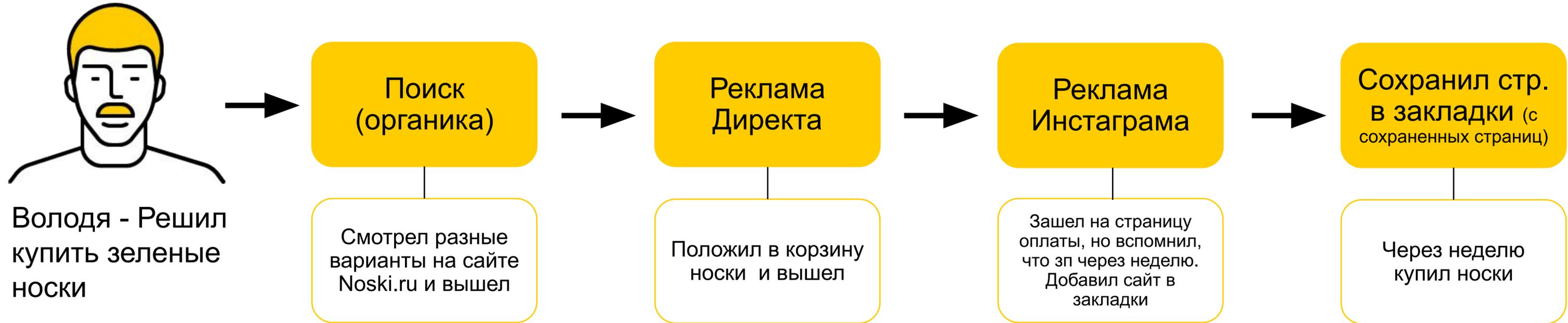
Носки мужские зеленые — купить на Яндекс.Маркете
[market.yandex.ru](#) > catalog--noski-muzhskie-zelenye...
Носки мужские **зеленые** — сравнить модели и **купить** в проверенном магазине. В наличии популярные новинки и лидеры **продаж**. Поиск по параметрам, удобное...

Носки мужские зеленые купить в интернет магазине OZON
[OZON.ru](#) > category/noski-muzhskie-zelenye/ ★ 4,6 ...
Носки мужские **зеленые** - **купить** в интернет-магазине OZON по выгодным ценам! Характеристики Фото Огромный ассортимент Настоящие отзывы покупателей!

Click to add text



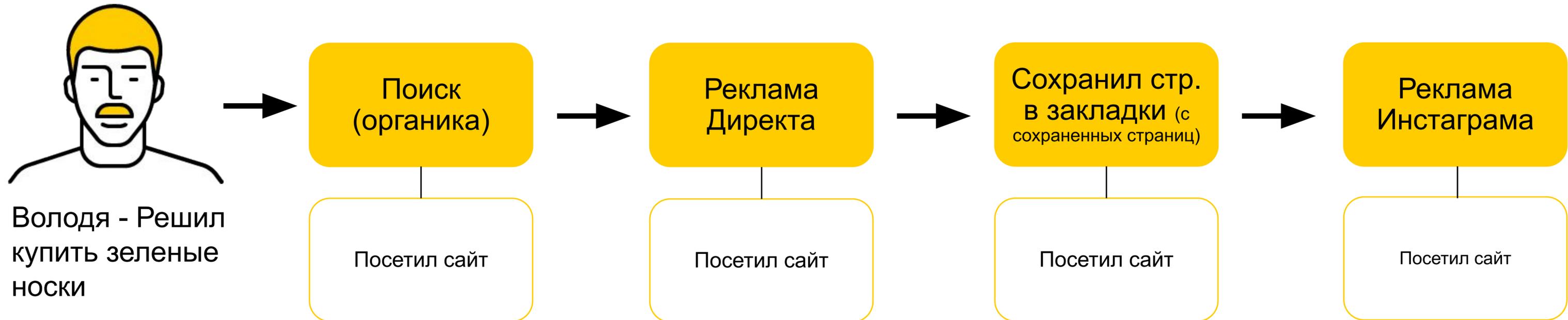
Модели атрибуции



Модель атрибуции	Что значит	Кому припишем покупку носков?
Последний переход	Для каждого визита Метрика определит источник перехода в <u>данный</u> момент, без учета истории визитов посетителя	Закладки
Последний значимый переход	Визиты из незначимых источников приписываются более значимому предыдущему источнику, позволяя полнее измерить его эффективность. (незначимые: Прямые заходы, Внутренние переходы, С сохранённых страниц)	Реклама Инстаграма
Последний переход из Директа	Эта модель помогает оценить эффективность рекламы Директа независимо от того, в какой момент цепочки визитов посетитель перешел по рекламе.	Реклама Директа
Первый переход	Эта модель используется для сайта с отложенной конверсией: когда посетитель долго принимает решение о покупке (или другом целевом действии) и за время раздумий может несколько раз вернуться на сайт из других источников трафика.	Поиск

Модели атрибуции

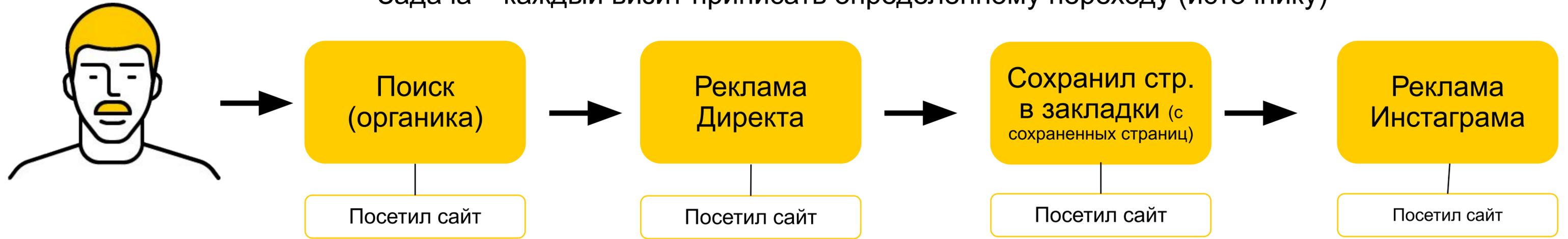
Для наглядности рекламу Инстаграма и закладки поменяем местами.



В реальной жизни все немного сложнее.
К источнику трафика приписывается не только конверсия, но и **ВИЗИТ**

Модели атрибуции

Задача – каждый визит приписать определенному переходу (источнику)



Модель атрибуции	Когда	Номер визита			
		1	2	3	4
Последний переход	Технический анализ или все источники значимы и быстрый период принятия решений				
Последний значимый переход*	Конверсия происходит в рамках одного визита				
Последний переход из Директа	Оценка ассоциированных с Директом конверсий				
Первый переход	Длительный период принятия решения				

Как влияет модель атрибуции на оплату за конверсии?

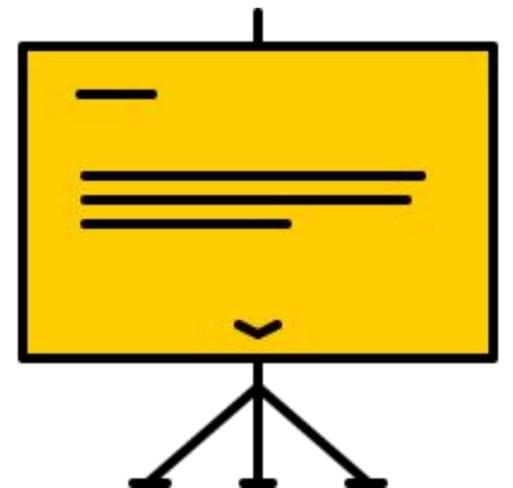
- Первый переход → Клиент заплатит за все последующие целевые визиты пользователей, у которых первый источник трафика был Директ
- Последний переход → Клиент заплатит за конверсии, совершенные непосредственно при переходе по Директу
- Последний значимый переход → Клиент заплатит за все последующие целевые визиты пользователей после перехода по Директу и до следующего значимого события
- Последний значимый переход из Директа → Клиент заплатит за все последующие целевые визиты пользователей после перехода по Директу

Модель атрибуции	Когда	Номер визита			
		1	2	3	4
Последний переход	Технический анализ или все источники значимы и быстрый период принятия решений	Поиск	Директ	Закладки	Реклама
Последний значимый переход*	Конверсия происходит в рамках одного визита	Поиск	Директ	Директ	Реклама
Последний переход из Директа	Оценка ассоциированных с Директом конверсий	Поиск	Директ	Директ	Директ
Первый переход	Длительный период принятия решения	Поиск	Поиск	Поиск	Поиск

Итоги

- ✓ Стратегии важный инструмент в настройке Рекламных Кампаний
- ✓ У автостратегий есть требования и ограничения
- ✓ От Моделей атрибуции зависит оплата за конверсии.

Остались ли вопросы?



Яндекс

Спасибо
за внимание!

