

Клиент: Онлайн школа

Цель запуска рекламной кампании: клиент обратился с задачей настроить рентабельную рекламную кампанию с целью приведения новой аудитории

Этапы реализации задачи: Первым делом провели аудит сайта клиента. Т.к. эффективность рекламы во многом зависит от конверсионности сайта, важно было на первых этапах провести максимально возможные работы по повышению % конверсии сайта.

Аудит проводили в тех браузерах, которые использует наша ЦА

Браузер, Версия браузера, Полная версия браузера	Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Достижения избранных целей	Доход по избранным целям	Конверсия посетителей по избранным целям
Итого и средние	22 818	16 913	25,68%	1,06	3:23	603	0,00	3,27%
Mobile Safari	8 336	6 659	28,00%	1,05	3:36	6	0,00	0,09%
Chrome Mobile	5 685	3 901	17,10%	1,08	3:58	114	0,00	2,59%
Яндекс. Браузер	3 674	2 576	28,39%	1,07	2:41	234	0,00	8,27%
Google Chrome	1 473	1 029	35,85%	1,11	3:15	59	0,00	5,54%
Яндекс. Старт: мобильное приложение	596	519	38,76%	1,02	1:00	68	0,00	12,14%
MIUI	561	358	21,03%	1,02	2:44	4	0,00	1,12%
Samsung Internet	529	411	16,64%	1,02	2:51	8	0,00	1,95%
Яндекс с Алисой: мобильное приложение	435	354	31,26%	1,02	3:07	41	0,00	9,89%
Edge	426	277	23,47%	1,07	4:35	26	0,00	9,03%
Android Browser	252	220	36,51%	1,04	2:30	2	0,00	0,91%

по показателю конверсии в браузере Safari, Miui –на сайте обнаружены отклонения/баги, которые препятствуют конверсиям.

Браузер, Версия браузера, Полная версия браузера	Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Конверсия	Конверсия
Итого и средние	22 819	16 913	25,68%	1,06	3:23	3,14%	1,02%
Mobile Safari	8 336	6 659	28,00%	1,05	3:36	0,07%	0,58%
Chrome Mobile	5 685	3 901	17,10%	1,08	3:58	1,79%	1,30%
Яндекс. Браузер	3 674	2 576	28,36%	1,07	2:41	5,85%	1,25%
Google Chrome	1 473	1 029	35,85%	1,11	3:15	4,01%	1,97%
Яндекс. Старт: мобильное приложение	596	519	38,76%	1,02	1:00	10,57%	1,01%
MIUI	561	358	21,03%	1,02	2:44	0,71%	0,18%
Samsung Internet	530	411	16,60%	1,02	2:51	1,51%	2,08%
Яндекс с Алисой: мобильное приложение	435	354	31,26%	1,02	3:07	8,28%	0,46%
Edge	426	277	23,47%	1,07	4:35	5,87%	0,94%
Android Browser	252	220	36,51%	1,04	2:30	0,79%	0,79%
Opera	212	133	26,42%	1,09	2:38	5,66%	2,36%
Huawei Browser	187	150	20,86%	1,00	2:04	0,00%	0,53%

и так же при разрешении дисплея 390 –значимое отклонение в конвертации людей на устройстве с этим разрешением:

Цели	Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Достижения избранных целей	Доход по избранным целям	Конверсия посетителей по избранным целям	Конверсия
Итого и средние	22541	16642	24,72 %	1,07	3:26	603	0,00	3,32 %	2,49 %
360	3973	3016	22,78 %	1,05	3:01	186	0,00	5,47 %	4,23 %
393	3561	2612	22,94 %	1,06	3:23	58	0,00	2,03 %	1,49 %
390	2228	1794	27,11 %	1,05	3:46	3	0,00	0,17 %	0,13 %
414	1791	1425	24,96 %	1,06	3:20	6	0,00	0,42 %	0,34 %
1920	1243	842	31,38 %	1,08	2:41	83	0,00	9,26 %	6,52 %
1536	1029	586	22,64 %	1,13	4:50	30	0,00	4,95 %	2,92 %
430	1008	792	25,40 %	1,05	3:31	0	0,00	0,00 %	0,00 %
384	997	713	16,35 %	1,07	3:38	17	0,00	2,24 %	1,60 %
1368	877	637	41,73 %	1,07	2:54	61	0,00	8,79 %	6,39 %
975	848	636	25,47 %	1,06	3:26	5	0,00	0,79 %	0,59 %
412	758	550	19,13 %	1,03	3:26	24	0,00	3,27 %	2,37 %

На Ios –драматически низкая конверсия, технической проблемы не обнаружено.Поэтому исключили показ рекламы этим устройствам:

Группировки	Метрики	Выберите цель	1 избранная цель							
Итого и средние	114821	81109	30,31 %	1,06	3:04	8632	0,00	8,72 %	6,44 %	0,74 %
Google Android	49419	34561	27,18 %	1,05	3:01	4144	0,00	9,36 %	6,78 %	0,77 %
iOS	32826	24632	26,76 %	1,05	3:48	273	0,00	0,86 %	0,66 %	0,69 %
Windows	30862	20835	39,07 %	1,07	2:19	4058	0,00	16,78 %	11,97 %	0,75 %
Mac OS	1174	689	26,15 %	1,20	4:53	42	0,00	5,22 %	3,07 %	0,85 %
GNU/Linux	533	411	40,90 %	1,05	2:21	112	0,00	22,38 %	18,01 %	0,19 %
Tizen	4	3	50,00 %	1,00	0:08	3	0,00	66,67 %	75,00 %	0,00 %
Google Chrome OS	3	2	0,00 %	1,00	0:15	0	0,00	0,00 %	0,00 %	0,00 %

Выставили соответствующие корректировки:

Корректировки

Изменяйте цену конверсии в зависимости от характеристик пользователя, формата объявления и других условий.

- Любой пол | Младше 18 | -100%
- Любой пол | Старше 55 | -100%
- Смартфоны | iOS | -100%
- Аудитория «Были на сайте больше 3 раз отказники» | -100%
- Аудитория «Были на сайте менее 10 сек» | -100%

Добавить

Дополнительные настройки

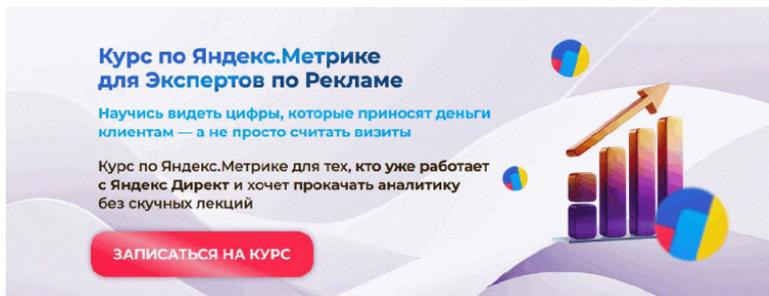
Отчет Мониторинг времени загрузки страниц –показал длительное время загрузки страницы, на которую планируется ведение рекламы, поэтому была дана рекомендация вебспециалисту по оптимизации этой странице(смене хостинга видео, перезагрузке более облегченных версий изображений).

	Просмотры	Время до отрисовки	Время до загрузки DOM	DNS	Редиректы	Продолжительность установки соединения	Ответ сервера	Время загрузки и парсинга HTML
	159 104	01.034	02.673	00.055	00.147	00.137	00.084	00.542
	35 140	01.139	02.528	00.055	00.157	00.127	00.071	00.586
	29 099	01.090	04.205	00.060	-	00.149	00.080	00.509
alist	19 358	01.008	02.711	00.054	00.182	00.138	00.080	00.644
	11 254	00.969	03.367	00.051	00.006	00.140	00.075	00.463
k	8 621	00.764	00.921	00.001	-	00.127	00.084	00.209
ialist	8 152	00.904	02.461	00.054	02.570	00.108	00.103	00.602
	6 746	00.980	03.303	00.049	-	00.145	00.081	00.463
ynets_school	4 718	01.180	03.274	00.051	-	00.142	00.108	00.720
	4 173	00.939	02.180	00.044	-	00.100	00.110	00.554
usk	2 707	01.232	03.215	00.065	-	00.161	00.119	00.759
rec	2 172	00.880	03.292	00.068	-	00.178	00.114	00.818

На основе аудита составили список действий для повышения конверсии, а именно:

-Указывать ссылки на Соц. сети помимо почты, для удобства связаться:

-Создать триггер, например: Бонусные программы для дальнейшего обучения, в рамках тарифа и т.п.



Стратегия продвижения:

Выбрали максимум конверсий с оплатой за клики, т.к. нас интересует аудитория, которая с большей вероятностью сконвертирует и для более высоких охватов.

Стратегия

Обычная **Активная** Пакетная

Идет обучение стратегии
Не меняйте настройки

0/10 Конверсий за неделю 4 Для работает стратегия

Стратегия Максимум конверсий

С оплатой За клики

Бюджет В неделю 80 000 Р

Ограничение расхода Средняя цена конверсии

Поле для ввода бюджета рядом с целью

Счётчики Яндекс Метрики

chervonets.su • 91560928

96614144 • Счётчик для профиля организации

При настройке РК проанализировали наиболее высокие аффинити-индексы, где есть большая доля нашей ЦА, что бы определить наиболее достоверно и точно с какими интересами наша ЦА, что бы по этим интересам таргетироваться в РК (в каждой отдельной группе -соответствующей соответствующий персональный оффер объявлений для этого сегмента).

Наша аудитория заинтересована инвестициями и образованием, поэтому использовали эти сегменты в РК.

Группировки	Метрики					
	Визиты	Посетители	Аффинити-индекс	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
Итого и средние	6 575	4 698	-	22,34%	1,06	3:06
<input checked="" type="checkbox"/> Финансы	4 616	3 276	2 359%	22,31%	1,06	3:01
<input checked="" type="checkbox"/> Развлечения и досуг	3 366	2 378	589%	20,38%	1,06	3:26
<input checked="" type="checkbox"/> Работа	1 028	732	252%	21,30%	1,06	3:50
<input checked="" type="checkbox"/> Отдых и путешествия	765	543	131%	20,78%	1,04	3:26
<input type="checkbox"/> Семья и дети	648	462	203%	19,14%	1,09	3:56
<input checked="" type="checkbox"/> Бизнес	617	426	247%	19,12%	1,08	3:25
<input type="checkbox"/> Одежда, обувь и аксессуары	607	442	131%	23,39%	1,06	3:07
<input type="checkbox"/> Образование	575	411	385%	18,61%	1,07	3:45
<input type="checkbox"/> Недвижимость	548	387	162%	23,54%	1,06	3:36
<input type="checkbox"/> Еда и напитки	540	384	220%	22,04%	1,06	3:42

Категория интересов, ур. 1, Категория интересов, ур. 2, Категория интересов, ур. 3	Визиты		Посетители		Аффинити-индекс		Отказы		Глубина просмотра		Время на сайте	
	%	.nl	%	.nl	%	.nl	%	.nl	%	.nl	%	.nl
Итого и средние	6575	4698	—	22,34%	1,06	3:06						
Финансы	4616	3276	2359%	22,31%	1,06	3:01						
Интернет-банкинг	4277	3046	137%	21,63%	1,06	3:03						
Инвестиции	275	195	309%	24,36%	1,04	2:45						
Кредиты	174	117	242%	25,86%	1,07	2:16						
Финансовые услуги для бизнеса	103	66	252%	25,24%	1,07	2:45						
Кредитные карты	98	63	194%	29,59%	1,07	1:41						
Современные платежные технологии	92	66	186%	22,83%	1,08	3:24						
Ипотека	72	53	133%	23,61%	1,07	3:07						
Рефинансирование кредитов	57	29	371%	28,07%	1,07	2:51						
Банковские вклады	53	48	114%	32,08%	1,02	0:27						
Форекс	51	37	425%	23,53%	1,12	3:54						
Развлечения и досуг	3366	2378	589%	20,38%	1,06	3:18,45						

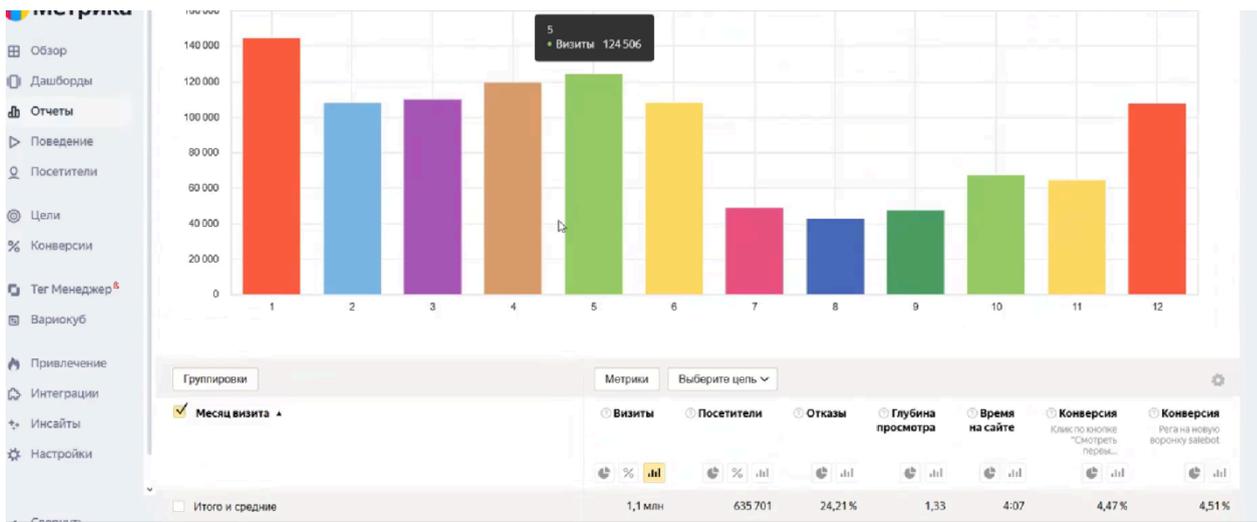
Категория интересов, ур. 1, Категория интересов, ур. 2, Категория интересов, ур. 3	Визиты		Посетители		Аффинити-индекс		Отказы		Глубина просмотра		Время на сайте	
	%	.nl	%	.nl	%	.nl	%	.nl	%	.nl	%	.nl
Итого и средние	6575	4698	—	22,34%	1,06	3:06						
Семья и дети	648	462	203%	19,14%	1,09	3:56						
Бизнес	617	426	247%	19,12%	1,08	3:25						
Одежда, обувь и аксессуары	607	442	131%	23,39%	1,06	3:07						
Образование	575	411	385%	18,61%	1,07	3:45						
Школа	422	299	165%	17,06%	1,06	3:39						
Вуз	263	189	169%	21,29%	1,07	4:07						
Дополнительное образование и курсы	136	98	421%	25,74%	1,06	3:14						
Обучение за рубежом	8	7	90,8%	37,50%	1,00	2:02						
Недвижимость	548	387	162%	23,54%	1,06	3:36						
Еда и напитки	540	384	220%	22,04%	1,06	3:42						
Строительство, обустройство и ремонт	477	342	251%	26,42%	1,04	2:40						
Телеком	377	253	266%	18,83%	1,05	3:38						
Электроника	370	277	134%	23,24%	1,10	2:40						

Категория интересов, ур. 1, Категория интересов, ур. 2, Категория интересов, ур. 3	Визиты		Посетители		Аффинити-индекс		Отказы		Глубина просмотра		Время на сайте	
	%	.nl	%	.nl	%	.nl	%	.nl	%	.nl	%	.nl
Итого и средние	6582	4701	—	22,33%	1,06	3:06						
Бухгалтерские услуги	61	43	97,1%	21,31%	1,07	4:42						
Юридическая поддержка	55	40	106%	21,82%	1,07	3:18						
Создание и продвижение сайтов	46	33	337%	6,52%	1,20	4:34						
Открытие бизнеса	39	28	672%	23,08%	1,13	2:46						
Франчайзинг	29	17	523%	37,93%	1,07	0:46						
Грузоперевозки и транспортные услуги	24	11	76,8%	45,83%	1,00	3:17						
Одежда, обувь и аксессуары	609	443	130%	23,32%	1,06	3:07						
Образование	577	412	385%	18,54%	1,07	3:46						
Школа	422	299	165%	17,06%	1,06	3:39						
Вуз	264	190	170%	21,21%	1,07	4:06						
Дополнительное образование и курсы	138	99	427%	25,36%	1,06	3:11						
Обучение за рубежом	8	7	90,8%	37,50%	1,00	2:02						

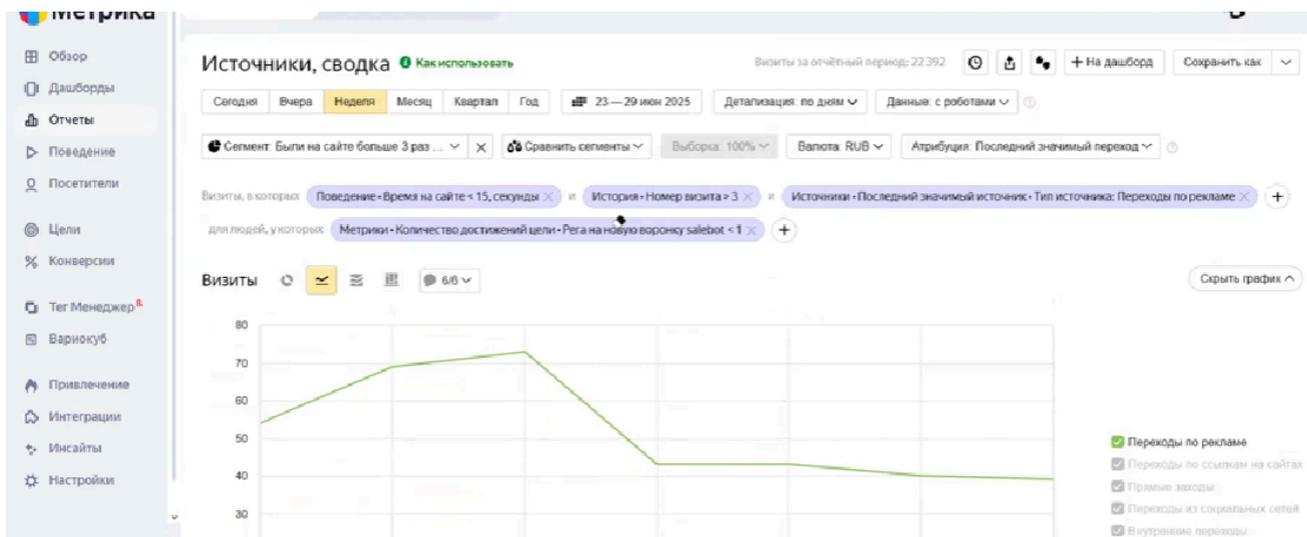
Доля посетителей с интересом «образование» на нашем сайте всё больше увеличивается:



Проанализировали традиционный сезонный рост продаж в нише:



Исключили сегмент «кликеров»/конкурентов:

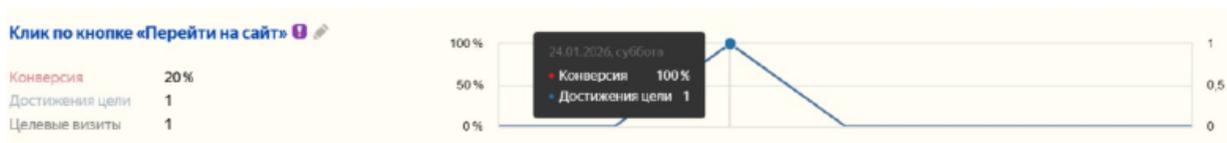


Настроили Яндекс Метрику и оптимизацию рекламы под нужные нам конверсии, но проверка конверсий обнаружилась некорректная обработка цели.

Причина была в проблеме с настройками Тильды - не настроена передача данных по нажатию кнопок в системы аналитики, а именно: на всех целевых страницах у кнопки не была подключена передача данных в системы аналитики. У кнопки в Zero-блоке динамические параметры адреса виртуальной страницы клика по кнопке, данные не передавались в Метрику стандартным способом.

Решение: Написали и установили скрипт (html-код) на каждой целевой странице под заново настроенные цели в счётчике Метрики. Цели протестированы - всё работает корректно, данные о кликах передаются в Метрику.

Ps: подрядчик усмотрел проблемы с seo-настройками(по адресам лендингов в сервисе проверки seo) и рекомендовал устраничь.



Добавили доп.микроцель "Вовлеченный пользователь", которая поможет скорректировать работу алгоритмов.

A/B тестирование помогало добиваться более низкой стоимости конверсии. Анализировали статистику A/B тестов объявлений для выявления лучших вариантов креативов и вносили корректировки:

	3244	33	1	3,03	
	3244	32	1	3,12	
	3244	24	1	4,17	
№ объявления	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	
M-1	519	1	0.19	11.18	
M-1	753	9	1.20	91.25	
M-1	1452	11	0.76	53.52	

Бесплатный курс для выхода на фриланс. Стабильный доход!

Научитесь настраивать рекламу и зарабатывать на этом от 50 000руб./в мес!

Бесплатный курс по фрилансу. Не выходя из дома!

Научитесь настраивать рекламу и зарабатывать на этом от 50 000руб./в мес!

Бесплатный курс по выходу на фриланс. От А до Я за 4 дня

Научитесь настраивать рекламу и зарабатывать на этом от 50 000руб./в мес!



ОПТИМИЗАЦИЯ РЕКЛАМЫ ПОСЛЕ ЗАПУСКА

Исключали показ на нецелевых площадках РСЯ, добиваясь высокого качества целевого трафика:

Тип площадки	Название площадки	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Ср. цена тыс. показов, руб.	Глубина (стр.)
сети	1000.menu	1	0	0.00	0.00	-	0.00	-
сети	3dnews.ru	1	0	0.00	0.00	-	0.00	-
сети	amd.online	1	0	0.00	0.00	-	0.00	-
сети	androidinsider.ru	1	0	0.00	0.00	-	0.00	-
сети	aras.info	1	0	0.00	0.00	-	0.00	-
сети	avidreaders.ru	1	0	0.00	0.00	-	0.00	-
сети	avito.ru	11	0	0.00	0.00	-	0.00	-
сети	belmeta.com	1	0	0.00	0.00	-	0.00	-
сети	chita.ru	1	0	0.00	0.00	-	0.00	-
сети	com.extremedevelopers.tankforce	1	0	0.00	0.00	-	0.00	-
сети	com.pujagames.deseersimulator	1	0	0.00	0.00	-	0.00	-
сети	dzen.ru	95	1	1.05	11.18	11.18	117.73	1.00
сети	fb2.top	1	0	0.00	0.00	-	0.00	-

Задача при оптимизации на первый месяц –обучить алгоритмы на релевантном трафике, стабилизировать релевантный трафик за счет исключения показа рекламы по нерелевантному трафику. (за счет удаления нерелевантного, что бы система начала работать по нужным нам площадкам и более целевой аудитории)
При запуске на начальном этапе снизить расход на нецелевой трафик хорошо помог существующий список площадок, которые имеют вероятность чаще всего оказываться низкоэффективными.

Запрет показов

Площадки

На указанных площадках не будут отображаться объявления из этой кампании.

6bb.ru and.lihuuwoober and.matchgames.zenblossom app.jumpjumpvpjn.jumpjumpvpjn app.startvprussia
 babyblog.ru ball.sort.puzzle.color.sorting.bubble.games blockpuzzle.wood.sudoku.puzzle.games
 car.parking.jam.solver.puzzle.games car.smash.drive casual.celeb.fake.call casual.meme.call.fake.chat
 casual.zobby.escape.prison.rat.dance casual.phonecase.diy.maker casual.rainbow.race.zobby cat.game.liftapp
 cc.coolline.client.pro cct.clever.courageous.treasure cdmg.game.mimis color.paint.by.number.pgmaker
 com.abi.cook.chill com.action.chargepunch com.action.monster.mob.attack com.action.shoot.healthy.guy
 com.actopolis.pixel.dudesandbox com.agedstudio.card.soltaire.klondike com.agedstudio.hw.card.soltaire.klondike
 com.ai.crowdclimb com.albus.waterparkboys com.amanotes.beathopper com.amikulch.babysleep
 com.an.superegg.surprise3d com.andevapps.ontv com.appcraft.number.puzzle com.appgrowthdev.primesecurity
 com.atesgamestudio.rolance com.atrux.usvpn com.avito.android com.adebolt.standoff2
 com.balls.brick.crushers.rng.game com.bbg.car.wash.repair.garage.games com.bbg.one.line.puzzle.games
 com.bearvpn.super.fast.unlimited.connect com.beauchamp.messenger.external com.become.acat.simulator.mr
 com.bigcake.android.classicdominoes com.bigcake.android.mahjongmatch com.billiards.billiardhero.rescueshot
 com.block.juggle com.blockblastbraingame.xgwz com.blockpuzzle.us.ios com.blue.shield.onevpn
 com.brames.erasemaster.delete.neart.brainpuzzlegame com.bubble.pop.legend.sfm.game
 com.car.drift.escape.game.sad com.car.driver.racing.king.racing com.carrace2.master.3d.racing
 com.ctg.ragdoll.playground3d com.changwan.sandbox.mi com.color.number.sandbox.pixel.art
 com.coloring.color.number.ios com.coloros.filemanager com.coloros.phonemanager
 com.combineinc.stretracing.drifthead com.combo.matcher com.cone.maker.diy.dessert.games.icecream
 com.constructor.games com.cookie.match3.casual com.core.biggame.marble.android com.craft.earth.loki.master
 com.craftgames.pintofc com.craftsman.go com.craftsman.go.huawei com.creativesandbox.number.drawing.coloring
 com.creativetoys.jewelsancient com.creativetoys.jewelsancient2 com.cstone.worldofskins com.crypt.gram.puzz
 com.csaecsecurity.app com.cube.dash.safa.go.game com.cubes.merge.sang.game com.cutefun.zumaking.ru
 com.cyber.dualace com.dancin.smash.hoop.gametiles.circles.beat.paino

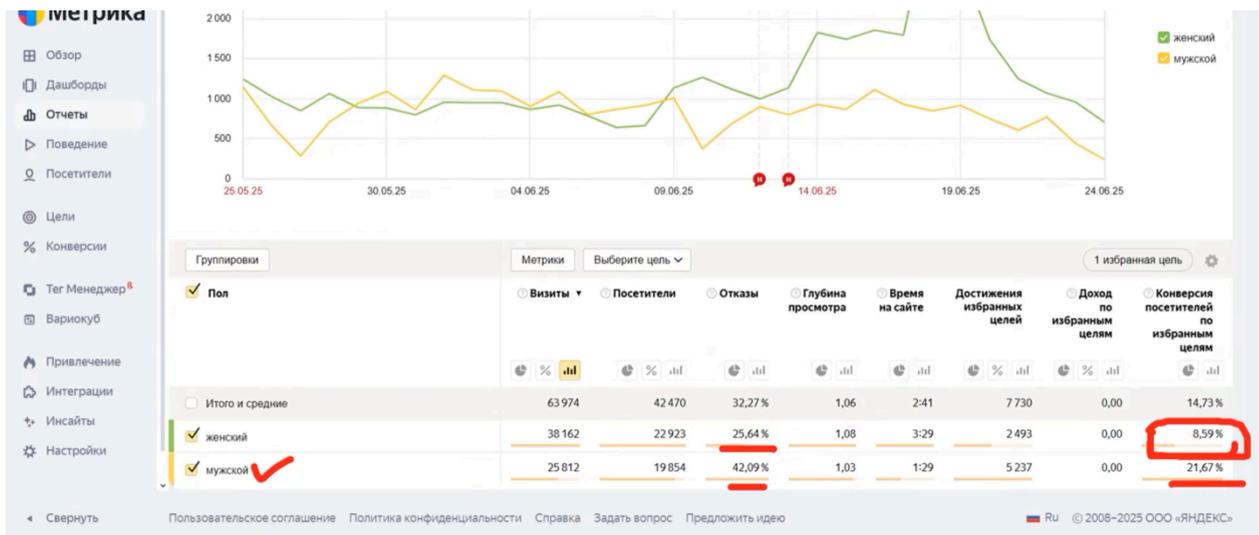
Гео – снизили бюджеты в нецелевых регионах (предварительно изучив конкурентные предложения в этих регионах и наши возможности их перебить), за счет чего усилили присутствие в Ростовской области.

	просмотра	из сайта	избранных целей	по избранным целям	посетителей по избранным целям	Рег. на новую версию salobot	Клик по кнопке "Смотреть рекламу..."			
дн ис	110 845	77 933	31,20%	1,06	3 06	9 077	0,00	9,49%	0,80%	6,97%
Саратовская область	1 285	969	34,24%	1,04	2 11	145	0,00	12,03%	0,78%	9,65%
Тверская область	1 206	1 009	31,52%	1,03	2 10	92	0,00	7,30%	0,17%	6,88%
Пермский край	1 204	896	31,23%	1,06	3 03	152	0,00	14,73%	1,08%	11,46%
Волгоградская область	1 140	880	33,95%	1,03	2 33	159	0,00	14,20%	0,09%	11,23%
Кемеровская область (Кузбасс)	1 085	750	29,40%	1,14	3 24	135	0,00	13,60%	0,74%	9,95%
Калининградская область	964	525	29,80%	1,10	3 32	100	0,00	13,36%	0,73%	10,06%
Владимирская область	943	733	39,13%	1,04	1 54	131	0,00	15,14%	0,42%	12,41%
Ставропольский край	894	485	17,45%	1,13	5 25	37	0,00	3,92%	2,01%	2,35%
Алтайский край	831	520	35,09%	1,03	2 21	146	0,00	16,61%	0,24%	13,24%
Оренбургская область	789	567	29,15%	1,00	3 14	90	0,00	14,11%	0,25%	10,65%
Омская область	762	615	35,70%	1,04	2 17	115	0,00	16,75%	0,39%	13,51%
Тюменская область	760	542	31,32%	1,10	4 16	70	0,00	11,07%	0,92%	8,29%

	Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Достижения избранных целей	Доход по избранным целям	Конверсия посетителей по избранным целям	Конверсия Reg. на новую версию salobot	Конверсия Клик по кнопке "Смотреть рекламу..."
дние	110 845	77 933	31,20%	1,06	3 06	9 077	0,00	9,49%	0,80%	6,97%
Россия	101 392	72 397	32,38%	1,05	2 55	9 011	0,00	10,15%	0,72%	7,57%
Москва и Московская область	22 182	16 722	37,36%	1,05	2 41	1 677	0,00	8,31%	0,56%	6,48%
Не определено	9 412	6 728	25,85%	1,06	4 12	40	0,00	0,56%	1,13%	0,39%
Санкт-Петербург и Ленинградская область	8 035	6 367	32,62%	1,04	2 31	600	0,00	7,74%	0,67%	6,32%
Краснодарский край	4 106	2 833	29,59%	1,07	3 32	485	0,00	13,24%	0,93%	9,77%
Свердловская область	4 056	3 050	30,55%	1,06	2 45	326	0,00	8,49%	0,81%	6,66%
Нижегородская область	3 397	2 874	31,06%	1,04	2 40	227	0,00	6,65%	0,41%	5,83%
Самарская область	2 622	2 034	32,42%	1,04	2 29	233	0,00	8,95%	0,50%	7,28%
Челябинская область	2 597	2 075	31,04%	1,03	2 37	242	0,00	9,06%	0,39%	7,62%
Ростовская область	2 527	1 801	31,70%	1,07	2 52	351	0,00	15,44%	0,63%	11,32%
Новосибирская область	2 167	1 670	31,15%	1,06	3 09	185	0,00	9,34%	0,69%	7,34%

Конверсионность по полу:

Исходя из отчетов Метрики видно, что женщины проводят больше времени на сайте и дольше изучая его –но при этом не регистрируются. Мужчины наоборот –регистрируются с меньшим изучением содержимого сайта.

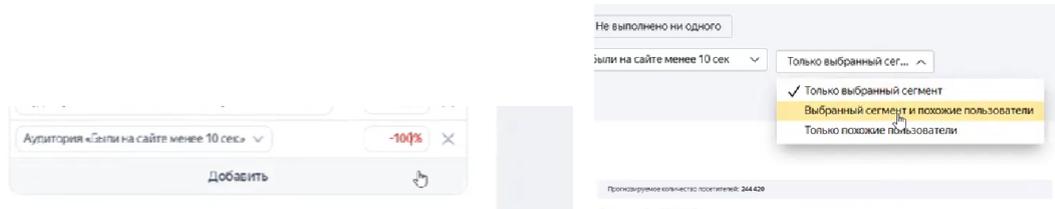


Было решено проведение A/B эксперимента на 14 дней (с целью проведения проверки большего % конверсий) с созданием РК с идентичными параметрами, но с корректировками по полу для проверки гипотезы корректировок ставок по полу в РК:

поставили повышающую корректировку +10% ставок на мужчин т.к.у них конверсия выше, и понижающую на женщин -10% т.к.женщины конвертируются хуже.

Был выявлен ботовский трафик.

Создали сегмент отказников –выставили корректировку ставок -100% на этот сегмент:



Результат:

%конверсии увеличился в 2 раза:

Метрика	Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Достижения избранных целей	Доход по избранным целям	Конверсия посетителей по избранным целям
Итого и средние	32 244	40 828	32,39%	1,06	3:11	2 624	0,00	8,63%
женский	8 475	8 524	99,85%	1,00	0:00	6	0,00	0,07%
мужской	1 336	1 946	96,33%	1,00	0:05	456	0,00	33,43%
Итого и средние	13 378	16 685	5,20%	1,01	0:17	1 252	0,00	9,65%
женский	2 067	3 350	0,00%	1,05	0:41	517	0,00	16,82%
мужской	1 523	2 660	0,00%	1,11	1:24	162	0,00	7,95%
Итого и средние	656	1 084	0,00%	1,21	2:27	55	0,00	5,63%
женский	490	797	0,00%	1,23	3:29	33	0,00	5,56%
мужской	361	564	0,00%	1,25	4:28	18	0,00	3,92%

Для улучшения качества трафика выставили повышающие и понижающие корректировки:

Вовлечение в контент на сайте(и отказы) по времени и дням показали:

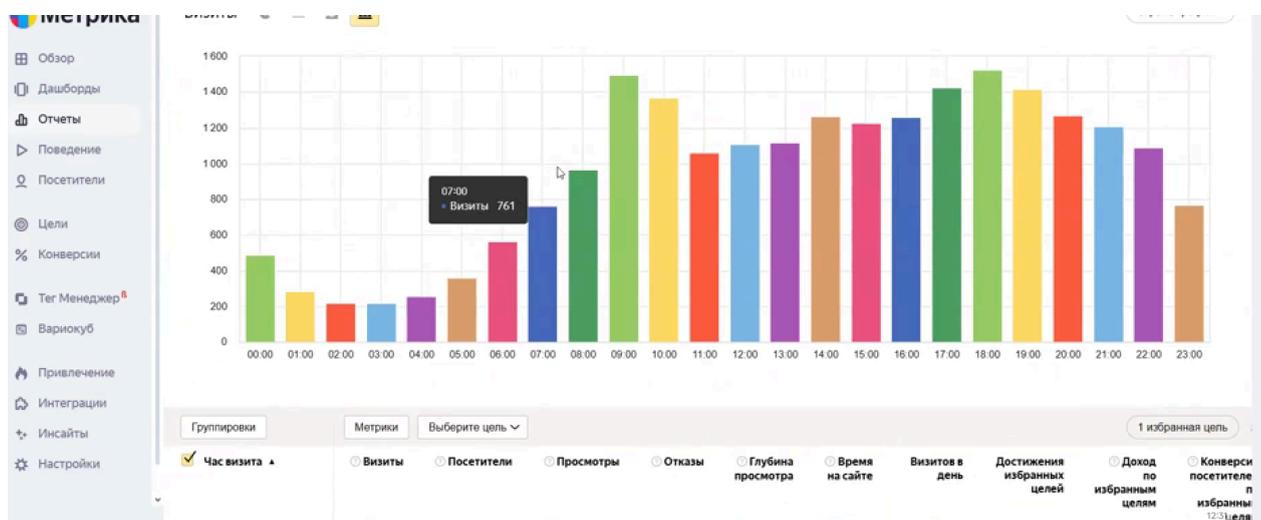


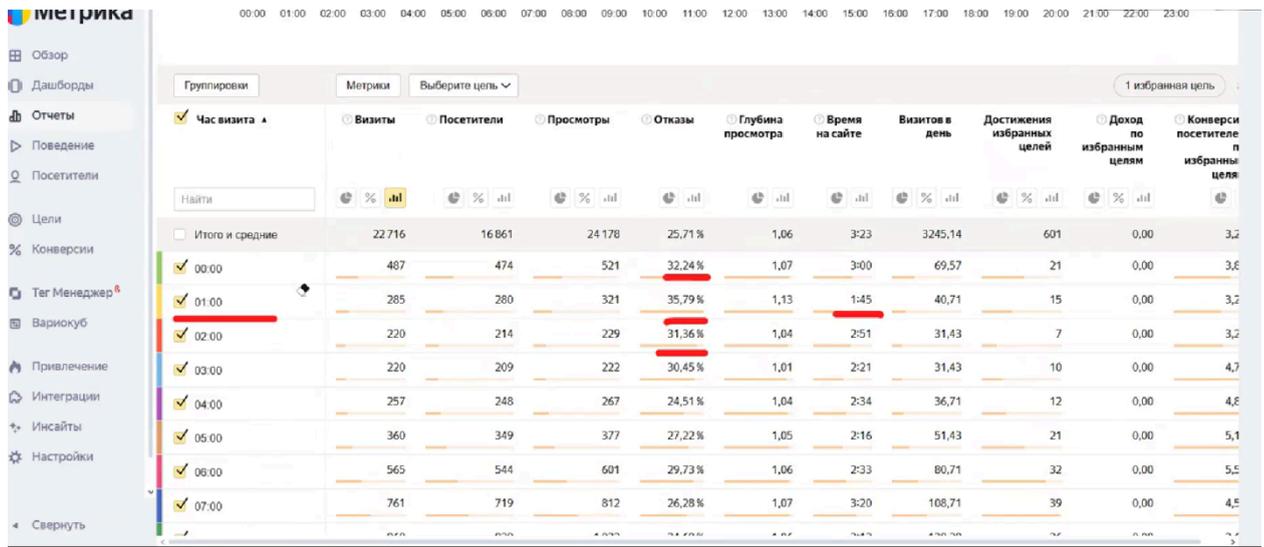
тем не менее, по основному параметру конверсиям:
 наибольшая конверсия по воскресеньям – установлена повышающая корректировка, наименьшая конверсия по средам – понижающая корректировка:

Метрика	Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Конверсия	Конверсия
Итого и средние	114 793	81 120	30,32%	1,06	3:04	6,44%	0,74%
Понедельник	14 542	12 324	32,35%	1,07	3:09	7,83%	0,87%
Вторник	16 270	13 766	28,99%	1,06	3:20	4,57%	0,98%
Среда	20 640	17 944	26,13%	1,05	3:00	3,75%	0,62%
Четверг	20 607	17 697	29,55%	1,05	2:58	6,61%	0,73%
Пятница	15 927	13 318	31,43%	1,06	3:09	7,32%	0,72%
Суббота	13 132	11 402	32,18%	1,06	2:56	7,98%	0,55%
Воскресенье	13 675	11 831	34,15%	1,06	2:55	8,49%	0,72%

По времени:

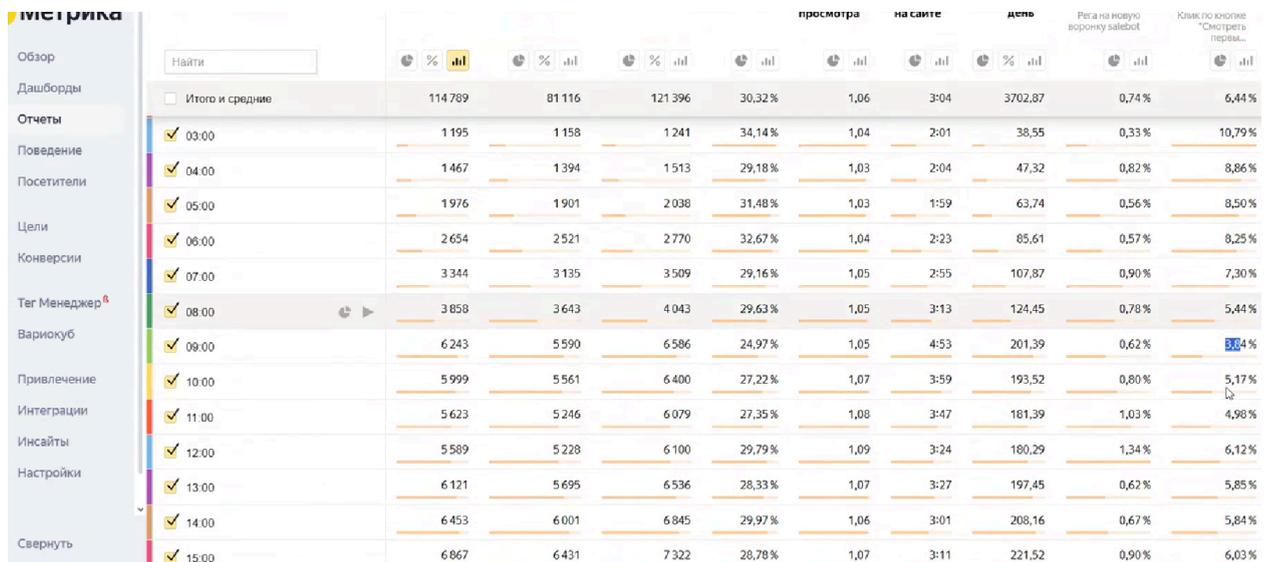
время по вовлечению в контент на сайте(и отказам): при оптимизации будем следить за временем, когда аудитория более вовлечена в контент – и выставлять повышающие корректировки на это время.





Время по конверсиям:

уменьшающая корректировка ставок в 9.00, повышающая корректировка с 13.00-15.00:



Корректировки по времени:

Россия

Корректировки

Изменяйте целевую цену клика, конверсии или долю рекламных расходов в зависимости от времени показа.

50%

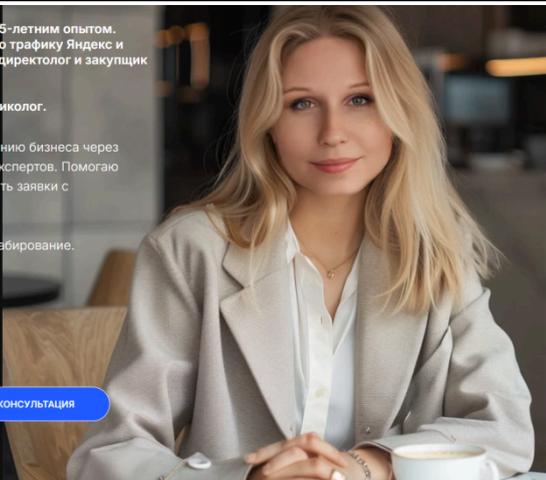
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Пн	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Вт	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Ср	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	110	110	110	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Чт	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	110	110	110	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Пт	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Сб	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Вс	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

В рабочие выходные

Выводы:

1. **Делать маркетинг для клиента без понимания метрики не возможно: по статистическим данным делаем выводы и выдвигаем гипотезы для тестирования**
2. Внимательная аналитика и оптимизация работы РК поможет снизить нецелевой расход
3. Оптимизироваться можно по микроконверсиям вовлеченных пользователей, исключая оптимизацию только по клику по кнопке
4. Тестирование групп сегментов: с персональными офферами
 - запросы, которые вбивает ЦА на поиске
 - краткосрочных интересов и привычек, сайтов/доменов
 - Долгосрочные интересы

Клиент доволен результатом, работа продолжается.

 <p>Профессиональный маркетолог с 15-летним опытом. Сертифицированный специалист по трафику Яндекс и Google, Telegram и VK, таргетолог, директолог и закупщик рекламы</p> <p>Работаю как маркетолог, а не трафиколог.</p> <p>Специализируюсь по масштабированию бизнеса через Яндекс Директ для онлайн-школ и экспертов. Помогаю онлайн-школам стабильно привлекать заявки с окупаемостью, а не просто трафик.</p> <p>Стратегия – аналитика - ИИ - масштабирование.</p> <p>Закупы или Яндекс.Директ? ответ здесь → Мысли маркетолога</p> <p>Личный блог</p> <p>МЫСЛИ МАРКЕТОЛОГА КОНСУЛЬТАЦИЯ</p>	<p>Вы можете связаться со мной в любое время</p> <p>Специалист по контекстной рекламе Галина Ладяшкина + 7 (920)-030-84-14 Тг: @LadGalina Директолог. Таргетолог. Маркетолог с 15-летним опытом</p>
--	---