

Google

Автоматизация управления ставками на примере Google Adwords

3 Ноября, RIW

Что мы сегодня обсудим?

Что мы сегодня обсудим

1. Определение критериев эффективности - основа успеха в автоматизации.

Что мы сегодня обсудим

1. Определение критериев эффективности - основа успеха в автоматизации.
2. В каких случаях автоматизация работает лучше всего?

Что мы сегодня обсудим

1. Определение критериев эффективности - основа успеха в автоматизации.
2. В каких случаях автоматизация работает лучше всего?
3. Робот делает, что ему говорят. Что лучше не говорить роботу: разбор примеров "неудачной" оптимизации.

Эффективность

Главные принципы

Что?

Как?

Что? Как?

- ❑ Заказы
- ❑ Заявки
- ❑ Звонки
- ❑ Скачивания
- ❑ ...

Что?

- ❑ Заказы
- ❑ Заявки
- ❑ Звонки
- ❑ Скачивания
- ❑ ...

Как?

- ❑ Google AdWords
- ❑ Google Analytics
- ❑ Сторонние системы

Автоматизация AdWords:

Главные принципы

Зачем нужна автоматизация?

Зачем нужна автоматизация?



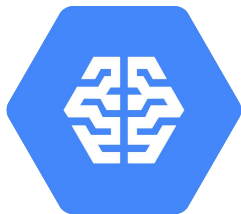
**Больше конверсий/Конверсии дешевле
Меньше времени***

Автоматизация не формирует спрос



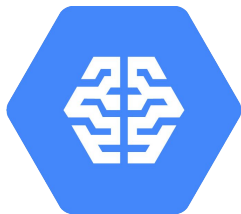
Интеллектуальное управление ставками от AdWords

Интеллектуальное управление ставками от AdWords

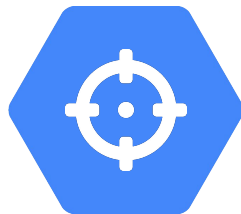


Продвинутое машинное обучение
управляет ставками на основе
данных

Интеллектуальное управление ставками от AdWords

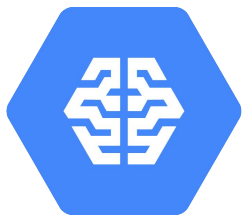


Продвинутое машинное обучение
управляет ставками на основе
данных

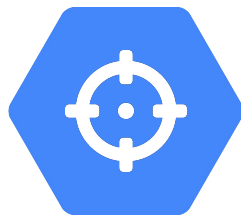


Корректировка ставок
в момент аукциона

Интеллектуальное управление ставками от AdWords



Продвинутое машинное обучение
управляет ставками на основе
данных



Корректировка ставок
в момент аукциона



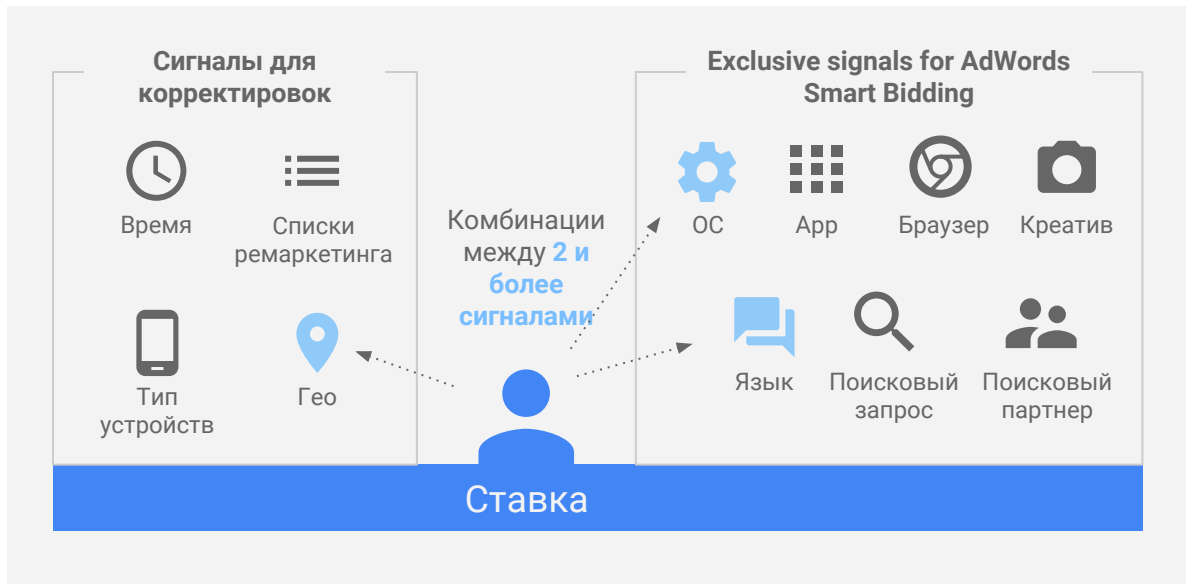
Богатый набор сигналов,
на основе которых
выставляются ставки

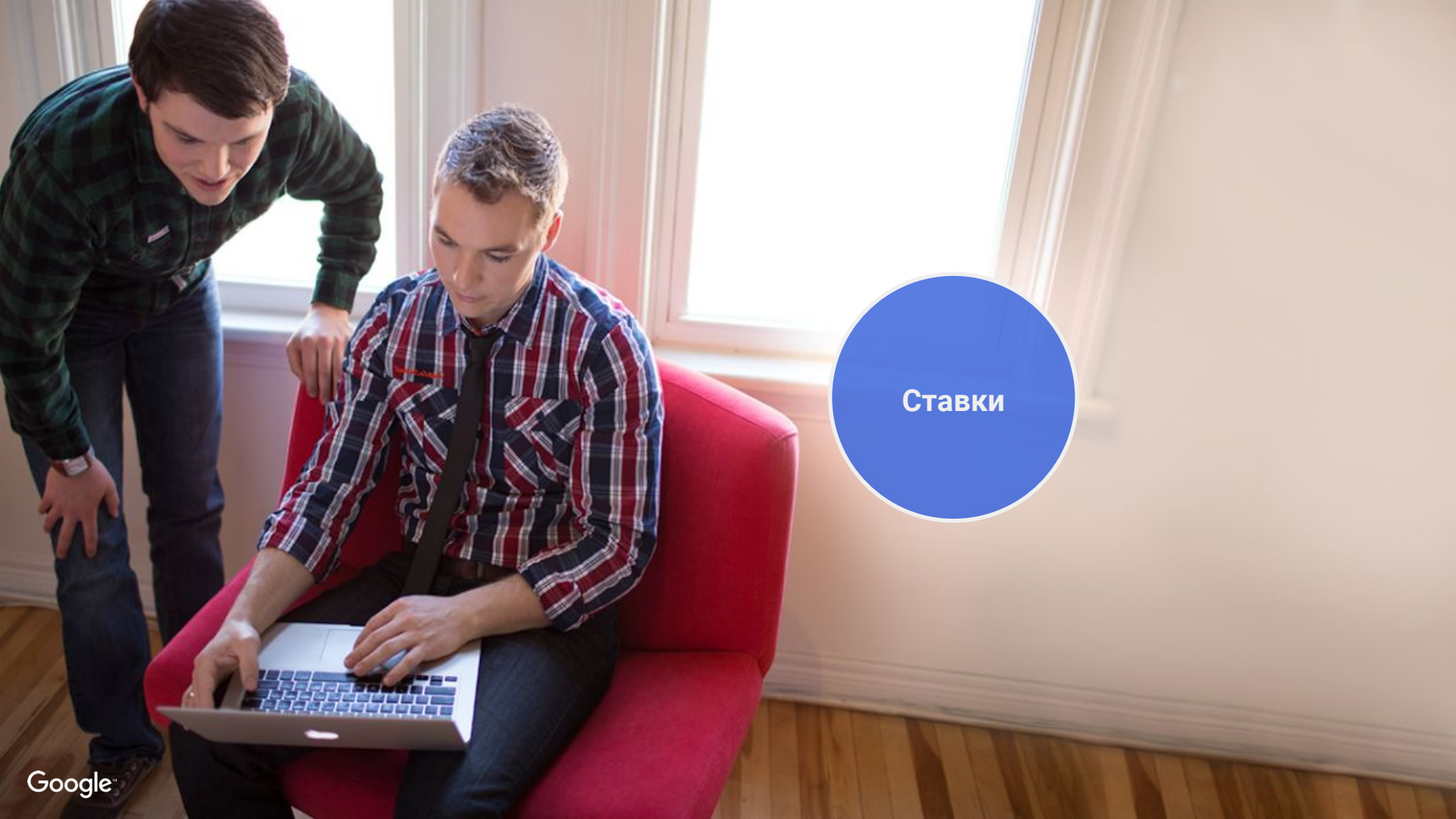


Набор сигналов

Каждый пользователь **уникален**, и ставки должны рассчитываться в момент аукциона на основе доступных сигналов.

AdWords оценивает широкий диапазон сигналов и значимых взаимодействий между ними для выставления наиболее оптимальной ставки.





Ставки



Устройство

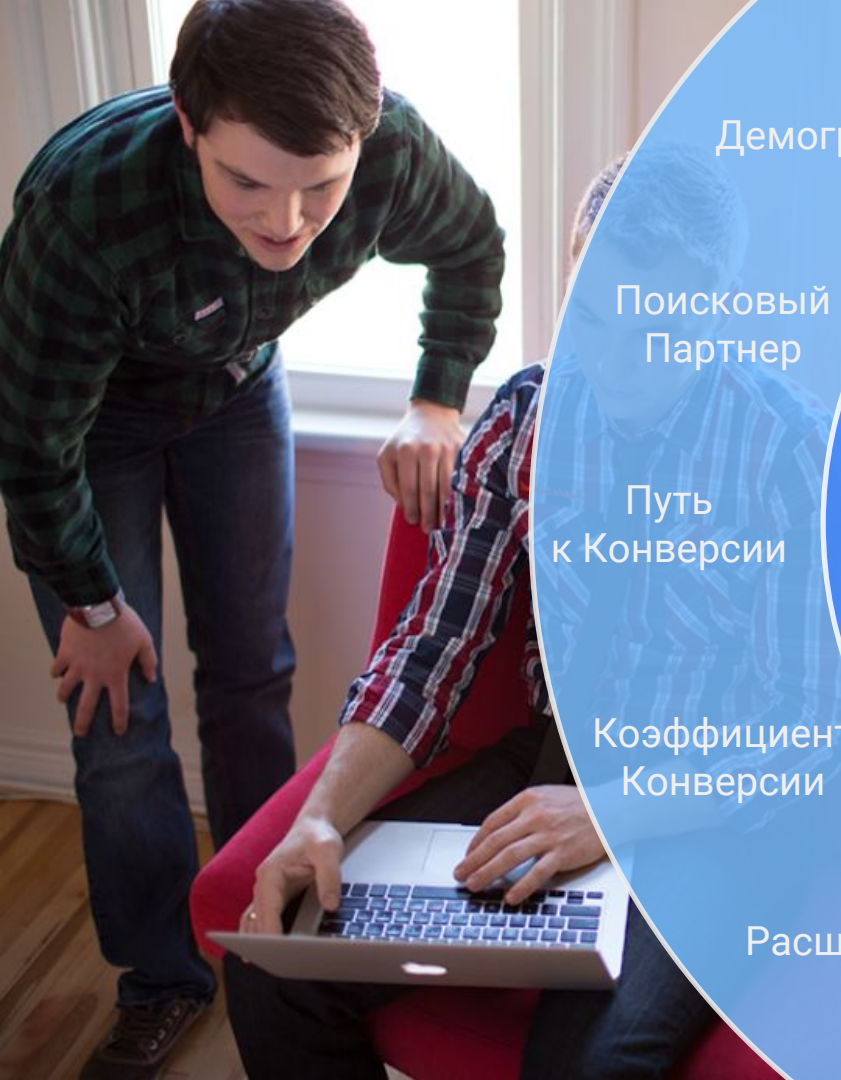
День
Недели

Время суток

Ставки

Интересы

ГЕО



Список стратегий

Список стратегий

eCPC

(Оптимизатор цены за конверсию)

Полуавтоматическая стратегия, которая корректирует цену за клик так, чтобы получать максимальное количество конверсий.

Подходит всем

Список стратегий

eCPC

(Оптимизатор цены за конверсию)

Полуавтоматическая стратегия, которая корректирует цену за клик так, чтобы получить максимальное количество конверсий.

Подходит всем

tCPA

(Целевая цена за конверсию)

Полностью автоматизированная стратегия, позволяющая получить **максимум конверсий по указанной цене**.

Есть определенные требования к кампаниям

Список стратегий

eCPC

(Оптимизатор цены за конверсию)

Полуавтоматическая стратегия, которая корректирует цену за клик так, чтобы получать максимальное количество конверсий.

Подходит всем

tCPA

(Целевая цена за конверсию)

Полностью автоматизированная стратегия, позволяющая получить **максимум конверсий по указанной цене**.

Есть определенные требования к кампаниям

tROAS

(Целевая рентабельность инвестиций в рекламу)

Полностью автоматизированная стратегия, позволяющая получить **указанную рентабельность инвестиций**.

Есть определенные требования к кампаниям

Список стратегий

eCPC

(Оптимизатор цены за конверсию)

Полуавтоматическая стратегия, которая корректирует цену за клик так, чтобы получать максимальное количество конверсий.

Подходит всем

tCPA

(Целевая цена за конверсию)

Полностью автоматизированная стратегия, позволяющая получить **максимум конверсий по указанной цене.**

Есть определенные требования к кампаниям

tROAS

(Целевая рентабельность инвестиций в рекламу)

Полностью автоматизированная стратегия, позволяющая получить **указанную рентабельность инвестиций.**

Есть определенные требования к кампаниям

↑ Conversions

(Максимум конверсий)

Полностью автоматизированная стратегия, позволяющая получить максимум конверсий в рамках указанного бюджета.

Есть определенные требования к кампаниям

Условия для работы оптимизации

Условия для работы оптимизатора

Proprietary + Confidential



Конверсии



Структура Кампаний

Условия для работы оптимизатора

Proprietary + Confidential



Конверсии

- **Количество**
tCPA: > 30 конверсий/м
tROAS > 50 конверсий/м
- **Ценность**
Необходимо для tROAS
- **Задержка до конверсии**
Лучше, если до 14 дней
- **Включить в столбец "Конверсии" - Да!**



Структура Кампаний

Условия для работы оптимизатора

Proprietary + Confidential



Конверсии

- **Количество**
tCPA: > 30 конверсий/м
tROAS > 50 конверсий/м
- **Ценность**
Необходимо для tROAS
- **Задержка до конверсии**
Лучше, если до 14 дней
- **Включить в столбец "Конверсии" - Да!**



Структура Кампаний

- **Процент полученных показов**
Чем меньше, тем лучше
- **Средняя позиция**
Ниже (<1.0) - лучше
- **Распределение конверсий по ключевым словам**
Чем шире распределение, тем лучше
- **Ограничение по бюджету**
Лучше если нет ограничений, желательно - 10x от CPA
- **Тип соответствия**
Широкое соответствие

Почему так много требований?

Почему так много требований?

Proprietary + Confidential

Conversions (past 30 days)	CPA Fluctuation	Initial Learning Period
30	Medium to High	Slow
60	Medium	Medium
100	Low	Fast
500	Very Low	Very Fast

Ситуации, которых нужно избегать

Как правильно запускать tCRA:

Как правильно запускать tCRA:

На основе среднего CRA за последние
пару недель

tCRA - примеры краткосрочных последствий

tCRA - примеры краткосрочных последствий

Дано:

CRA - 100 р

Бюджет - 10 000 р/день

Конверсии - 100 в день

tCRA - примеры краткосрочных последствий

Дано:

CRA - 100 р

Бюджет - 10 000 р/день

Конверсии - 100 в день

Ставим CRA **30 р**:

CRA - 30 р

Бюджет - 600 р/день

Конверсий - 20 в день

tCRA - примеры краткосрочных последствий

Дано:

CRA - 100 р

Бюджет - 10 000 р/день

Конверсии - 100 в день

Ставим CRA 30 р:

CRA - 30 р

Бюджет - 600 р/день

Конверсий - 20 в день

Ставим CRA 200 р:

CRA - 200 р

Бюджет - 22 000 р/день

Конверсий - 110 в день

Как правильно запускать Maximize Conversions:

Как правильно запускать Maximize Conversions:

На основе среднего дневного
бюджета за последние пару недель

Maximize Conversions - примеры последствий

Дано :

CPA - 100 р

Дневной бюджет в настройках - 30 000 р/день

Бюджет факт - 10 000 р/день

Конверсии - 100 в день

Maximize Conversions - примеры последствий

Дано :

CPA - 100 р

Дневной бюджет в настройках - 30 000 р/день

Бюджет факт - 10 000 р/день

Конверсии - 100 в день

Результат включения:

CPA - 250 р

Бюджет факт - 30 000 р/день

Конверсии - 120 в день

Как правильно запускать eCPC:

Как правильно запускать eSRP:

Запускать его всегда :)

Выводы

Самое главное из презентации

- Автоматизация - может больше, чем может человек

Самое главное из презентации

- Автоматизация - может больше, чем может человек
- Измеряйте то, что вам нужно, и проверьте, что отслеживание работает корректно

Самое главное из презентации

- Автоматизация - может больше, чем может человек
- Измеряйте то, что вам нужно, и проверьте, что отслеживание работает корректно
- Убедитесь в том, что автоматизация может вам помочь

Самое главное из презентации

- Автоматизация - может больше, чем может человек
- Измеряйте то, что вам нужно, и проверьте, что отслеживание работает корректно
- Убедитесь в том, что автоматизация может вам помочь
- Правильно и вдумчиво пользуйтесь инструментами автоматизации

Спасибо!

Макс Буйко

mbuyko@google.com

fb.com/max.buyko