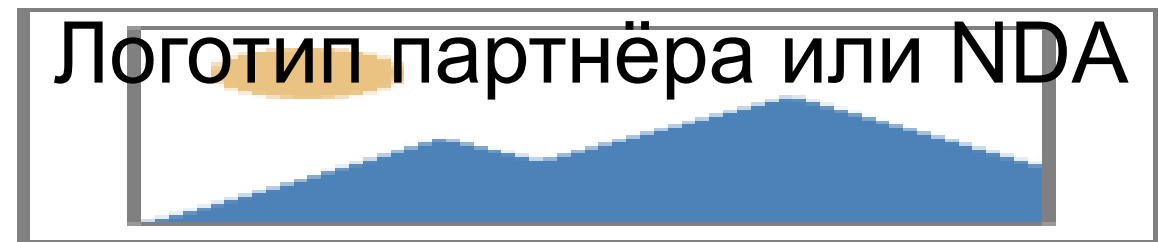


**Я**ндекс Маркет



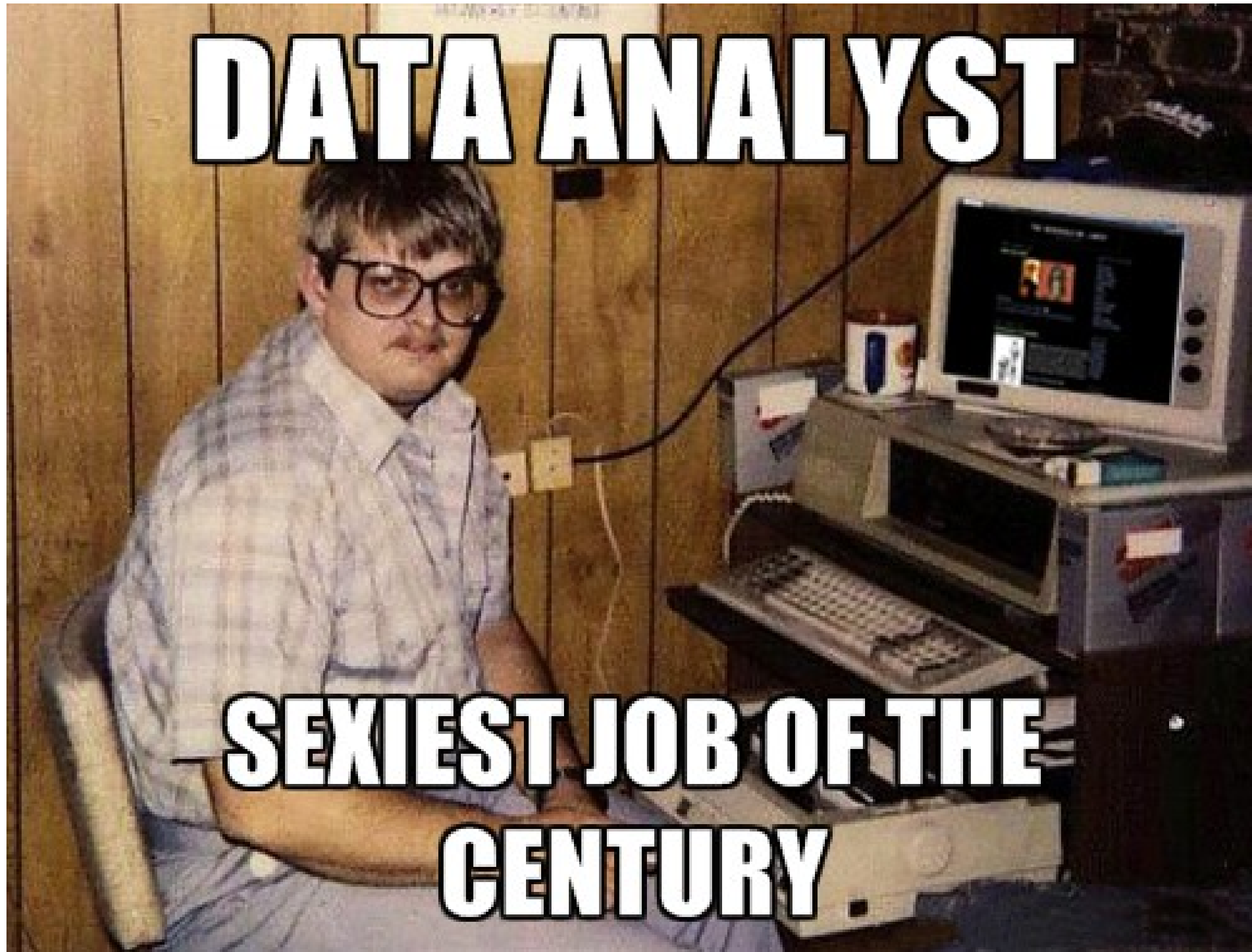
# Оцениваем влияние performance-кампаний на заказы в приложении

Ильин Дмитрий

# Зачем об этом рассказывать?

**Эта задача – наглядный пример того, как аналитик может/должен помогать бизнесу**

- сбор и корректная обработка всех данных
- анализ данных
- выводы и гипотезы



# 01



## **Проблема:**

При переходе по рекламе в приложение переход атрибуцировался как органический трафик

# 01 Проблема



**Зачем делать редирект в приложение?**

- › Вероятность конверсии в приложении выше, чем в тач-версии

# 01 Проблема

## Последствия

- Некорректная оценка количества заказов, полученных с кампаний
- Некорректный расчет CPO, ROMI
- Некорректные выводы и решения

# 02



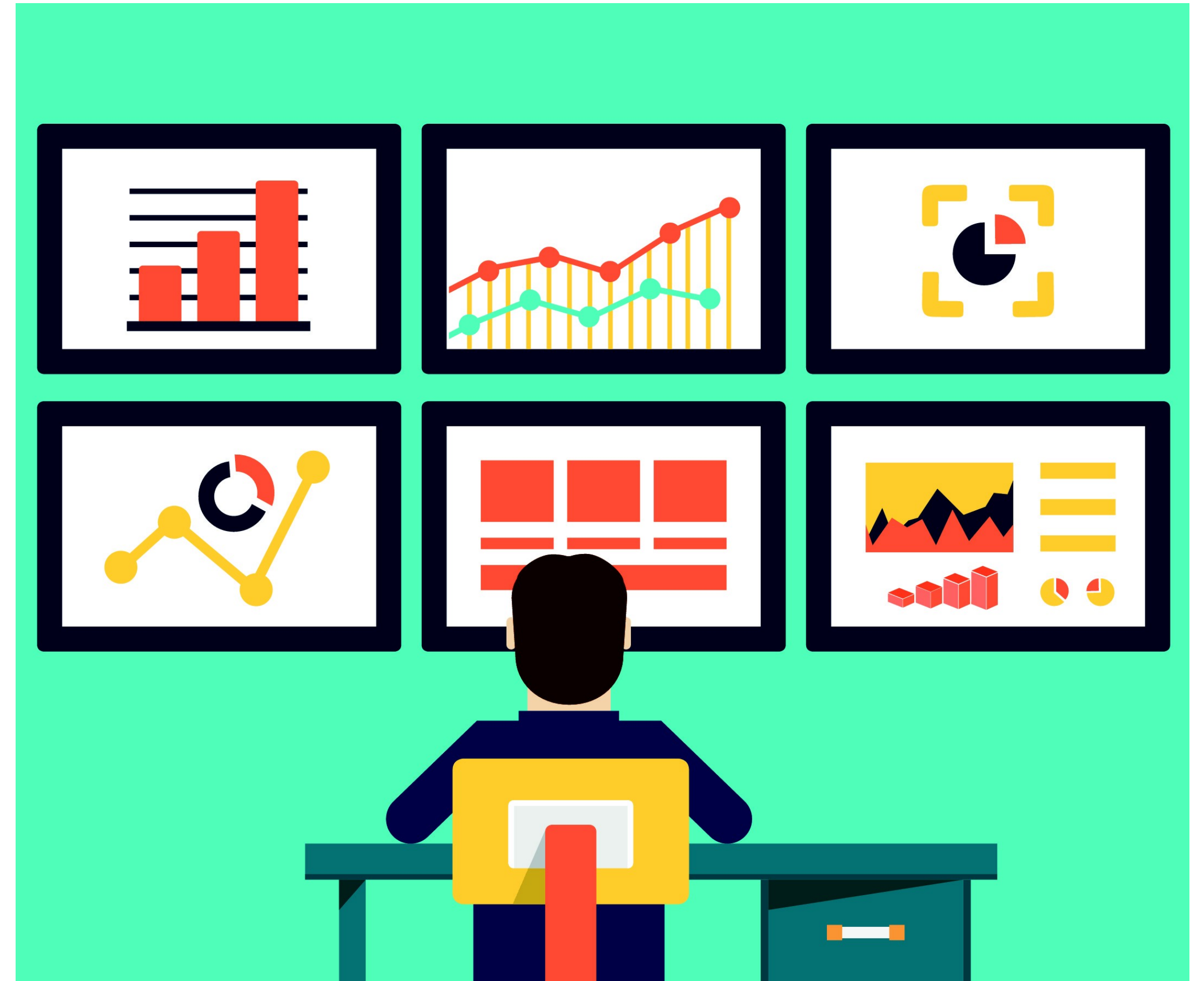
## **Решение:**

Атрибуцировать заказы согласно меткам перехода, содержащимся в параметрах события

# 02 Решение

## Инструменты

- AppMetrica
- Clickhouse

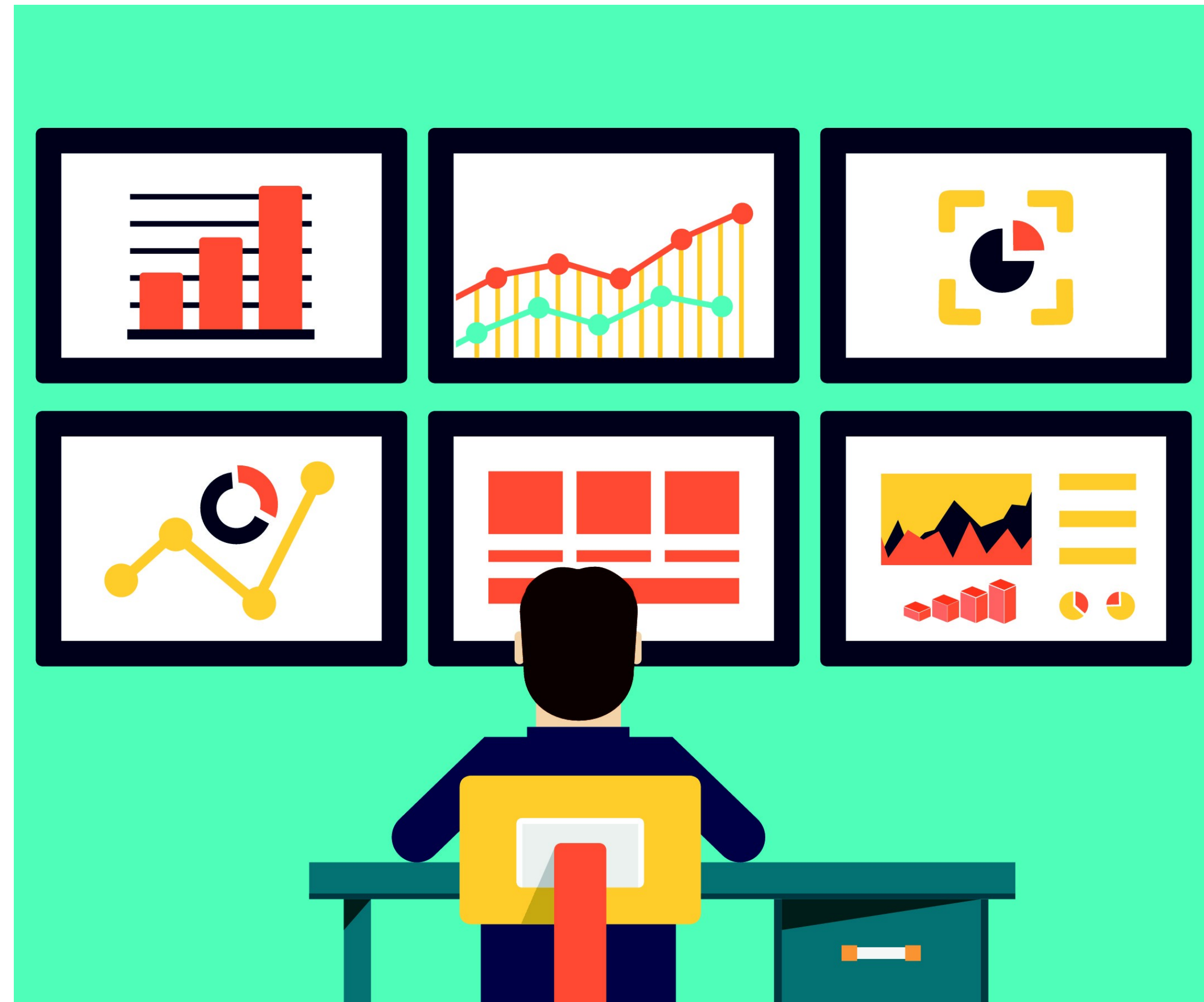




# 02 Решение

## Порядок действий

- › Создаем событие с параметрами
- › Поднимаем clickhouse
- › Достаем событие, парсим параметры, считаем заказы
- › Оцениваем рекламную кампанию



# Важно!

**В событии должны быть корректные параметры**

➤ Кто поможет: разработчики

**Нужны навыки программирования**

➤ Кто поможет: аналитик

**Clickhouse можно не использовать**

➤ Кто поможет: AppMetrica

**Надо заранее решить атрибуцию**

➤ Кто поможет: аналитик

# 03



## **Профит:**

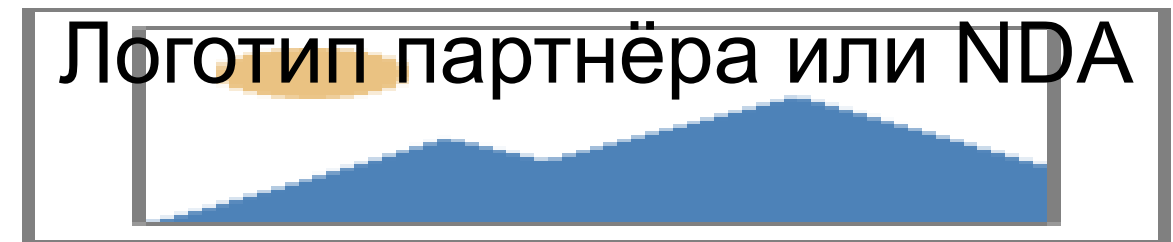
Директор по маркетингу видит полную картину по результатам кампании

# 03 Профит

## Корректные расчеты

- ✓ Некорректная оценка количества заказов, полученных с кампаний
- ✓ Некорректный расчет CPO, ROMI
- ✓ Некорректные выводы и решения

**Я**ндекс Маркет



**Спасибо!**

**Ильин Дмитрий**

Yandex market team

 [llin-dv@yandex-team.ru](mailto:llin-dv@yandex-team.ru)

 @dmitriilin

