

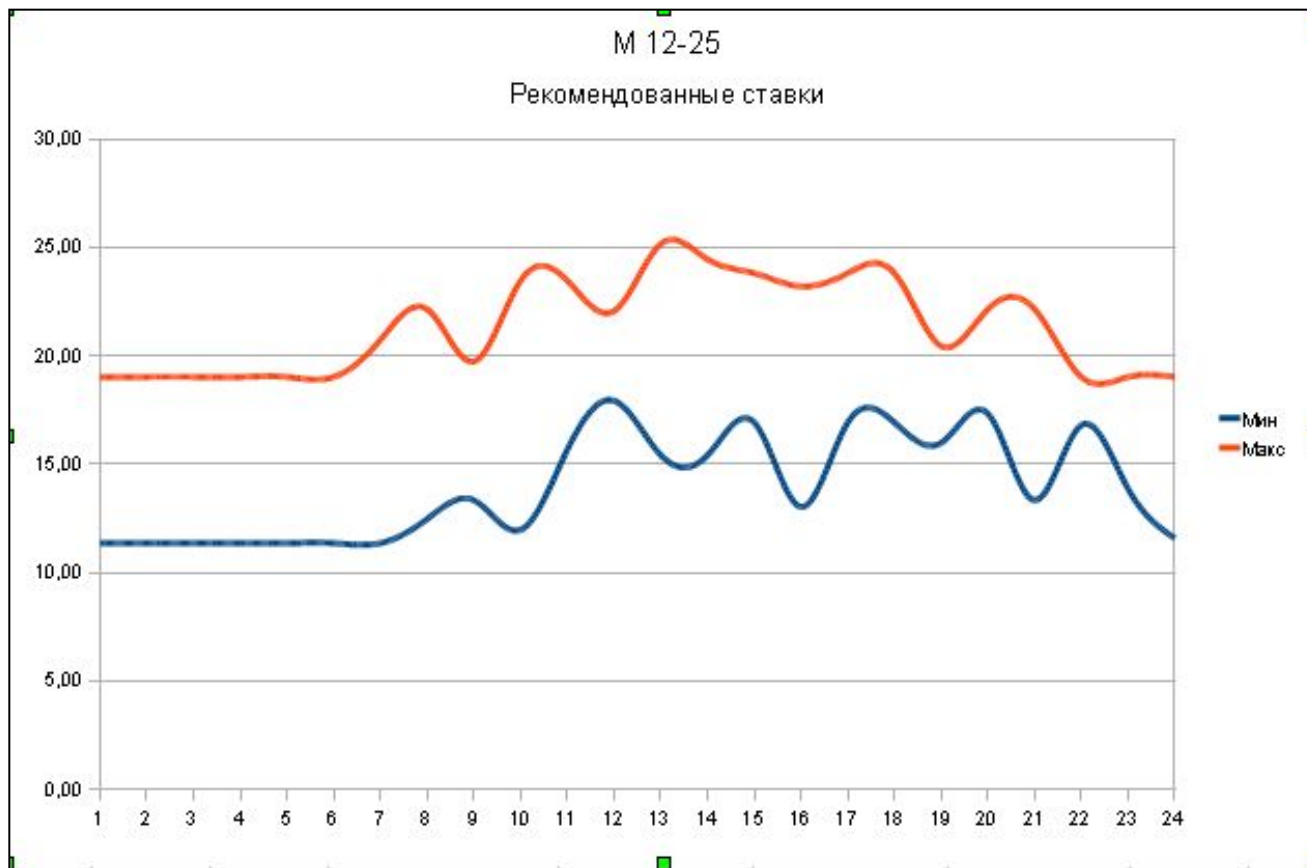
# Сервис R-broker<sup>®</sup>

Автоматизация управления рекламой

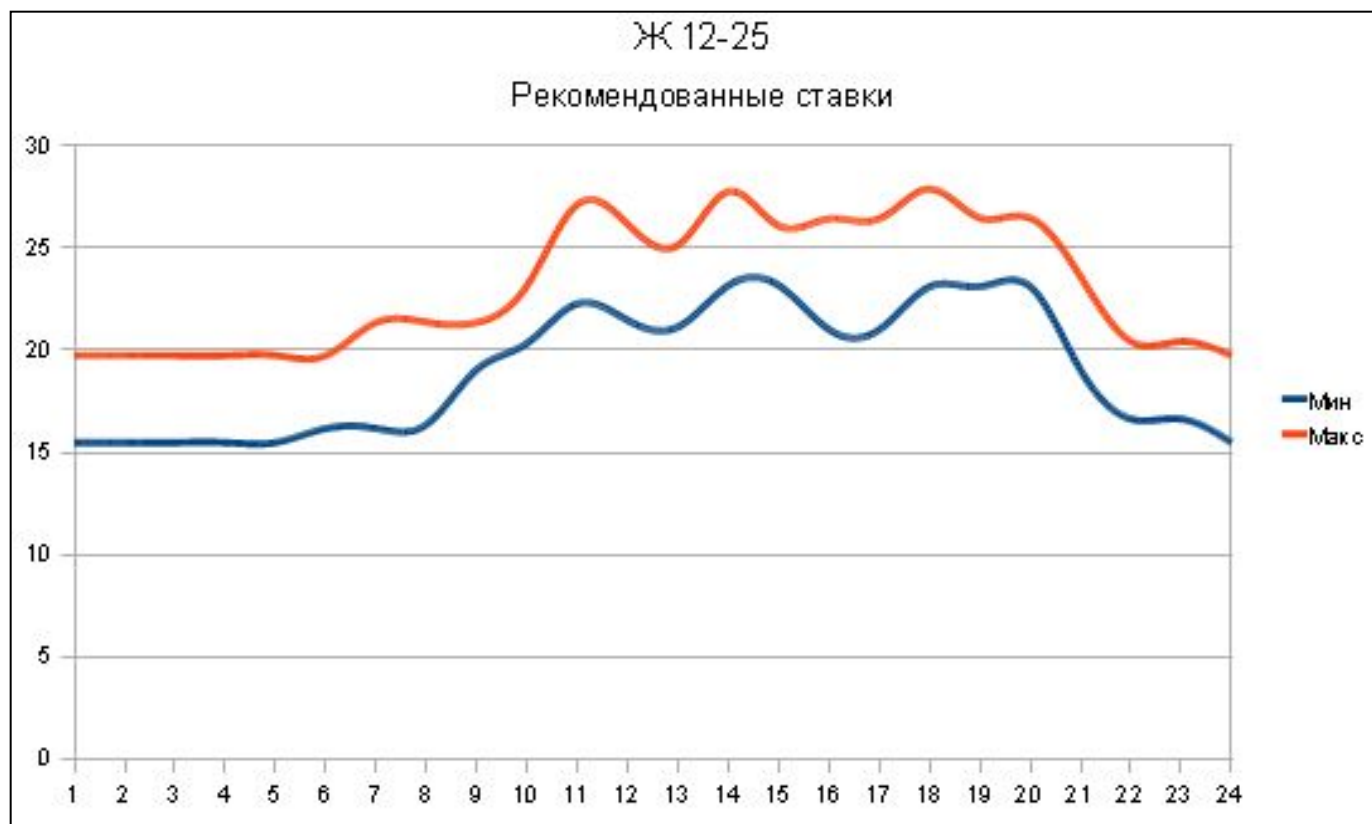
# ВКонтакте

# Эффективность через сегментирование

# ТАЙМ ТАРГЕТИНГ



# ТАЙМ ТАРГЕТИНГ



# ТАЙМ ТАРГЕТИНГ

## Оценки:

- Уровень ставок День/Ночь ~20-25%
- Волатильность 10–25% (зависит от конкуренции).

## Потребность в автоматизации:

- Запуск / остановка РК по времени
- Расчет оптимального времени запуска / остановки для разных сегментов.

# АУДИТОРИЯ

Распределение **показов** по полу / возрасту



# АУДИТОРИЯ

Распределение **показов** по полу / возрасту

## Оценки:

- Доли сегментов пользователей НЕ соответствуют долям показов рекламных материалов.
- Доли показов в сегментах определяются их активностью и зависят от дня недели, времени суток и других факторов.

## Потребность в автоматизации:

- Распределение бюджетов в соответствии с реальной активностью сегментов аудитории.
- Тайм-таргетинг

# АУДИТОРИЯ

## Распределение бюджетов по полу / возрасту

Тематика: «Наращивание волос»

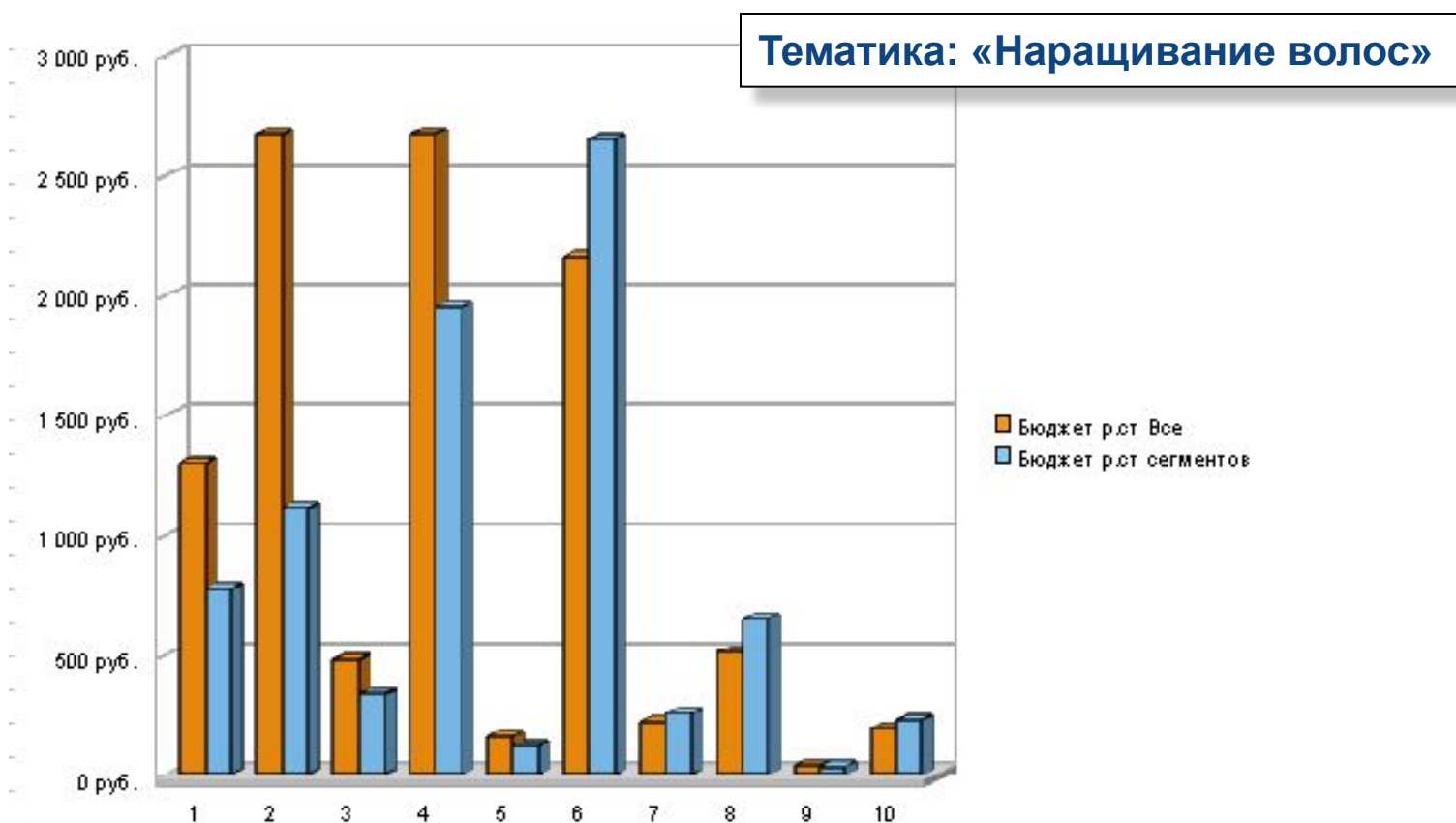
Сегмент	Рс (Рек. ставка)	Бюджет Ставка = «РсВсе»	Бюджет Ставка = Рс Сегменты
<b>М,Ж 18-80</b>	<b>21,11</b>	<b>10 376 руб.</b>	<b>8 096 руб.</b>
М<18	12,61	1 298 руб.	776 руб.
Ж<18	8,79	2 669 руб.	1 111 руб.
М 18-21	14,77	478 руб.	334 руб.
Ж 18-21	15,43	2 669 руб.	1 951 руб.
М 22-24	15,81	156 руб.	117 руб.
Ж 22-24	25,89	2 160 руб.	2 649 руб.
М 25-27	24,7	218 руб.	255 руб.
Ж 25-27	26,89	509 руб.	648 руб.
М>45	20,87	31 руб.	31 руб.
Ж>45	25,21	187 руб.	223 руб.

**78%**



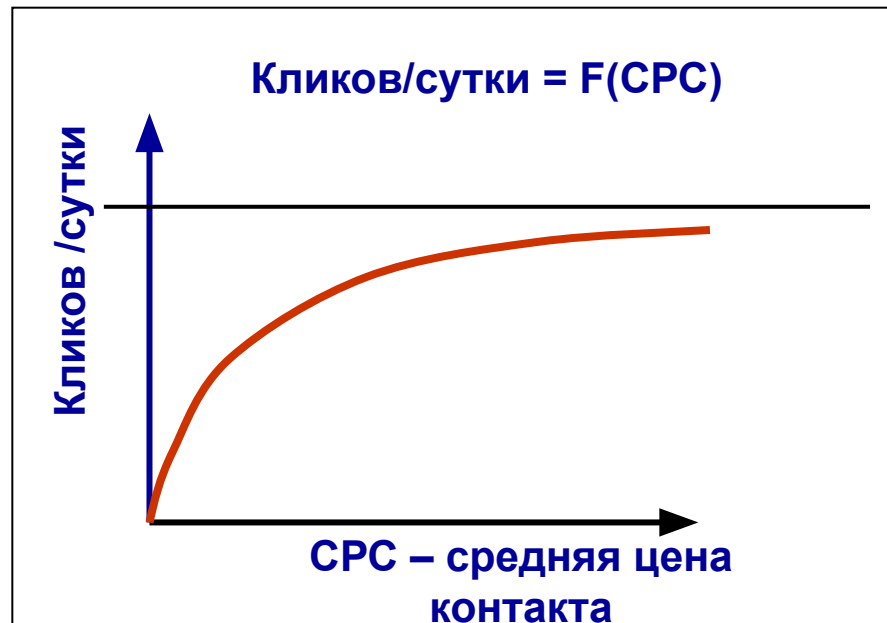
# АУДИТОРИЯ

Распределение бюджетов по полу / возрасту



## ПАКЕТНАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ ЗАТРАТ

- Максимум кликов для заданного CPC
- Максимум кликов для заданного Бюджета
- Минимум CPC для заданного количества кликов



# АУДИТОРИЯ

Распределение **бюджетов** по полу / возрасту

## Оценки:

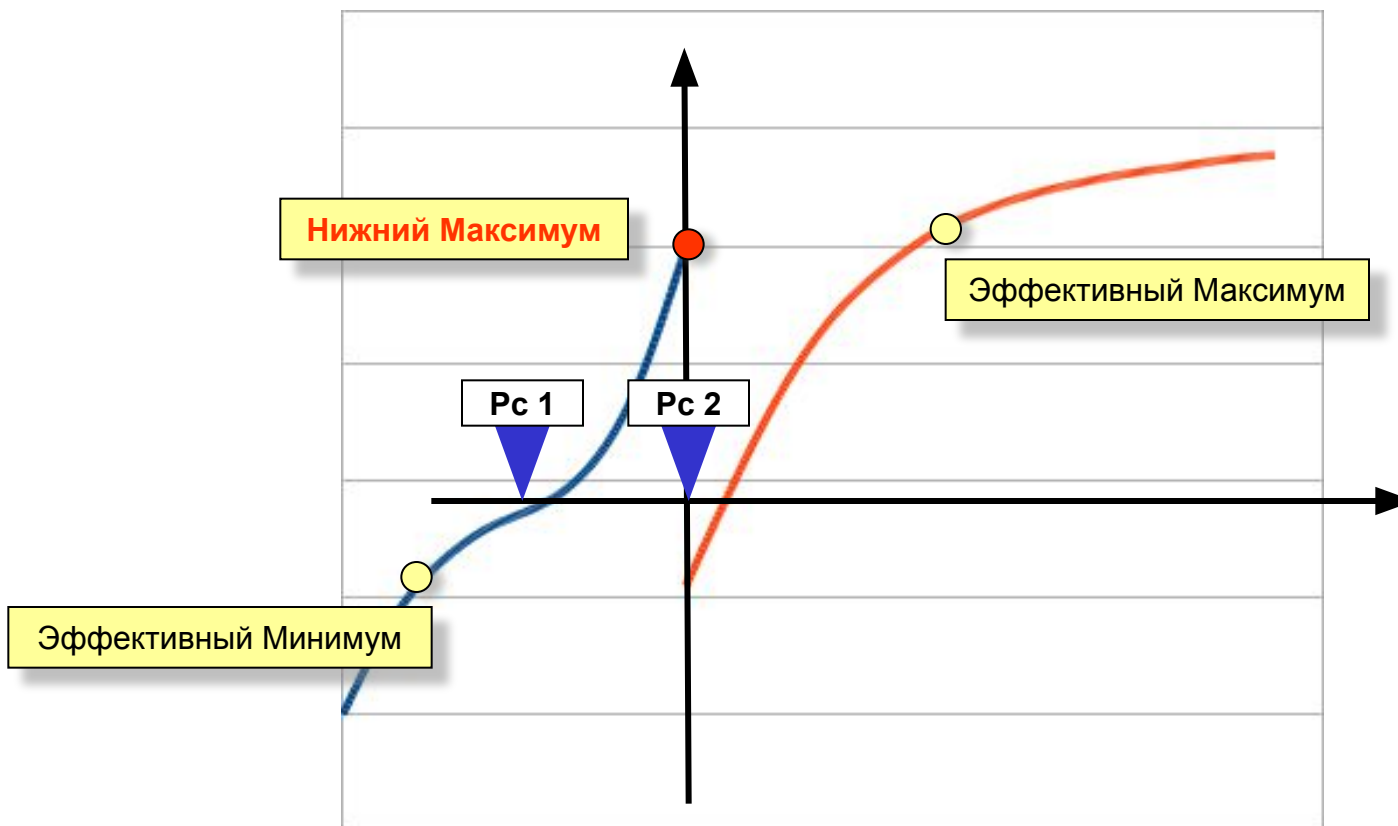
- Рекомендованные ставки и рекламные бюджеты сегментов аудитории значительно различаются.

## Потребность в автоматизации:

- Средства пакетной оптимизации бюджетов.

# ОХВАТ

Доля показов при двух рекомендованных ставках



# ОХВАТ

## Оценки:

- 3 критичные точки назначения ставок:
  - Максимум = выше него захват доли неэффективен
  - **Нижний максимум = максимум показов на ставке  $< P_c 2$**
  - Минимум = ниже него резко падает доля показов.

## Потребность в автоматизации:

- Необходимы средства автоматического удержания ставки, как % от рекомендованной ставки.

## МЕТОДИКА ОПТИМИЗАЦИИ БЮДЖЕТА РК

- 1) Определение границ целевой аудитории.
- 2) Замеры параметров сегментов аудитории.
- 3) Пакетная оптимизация РК:
  - Автосегментирование - расчет оптимальных сегментов
  - Постановка численной задачи: N Кликов / CPC / Бюджет
  - Расчет оптимальных отклонений от рек ставок (%)
  - Задание реакций на изменения параметров РК
- 4) Тестирование рекламных материалов для сегментов.  
Достижение максимального CTR.
- 5) Пакетная оптимизация – уточнение для отобранных рекламных материалов.

## ВКОНТАКТЕ:

Рекламный потенциал площадки освоен на 15-20%

### Текущая система доставки трафика.

Рост рекламных объемов в 2-3 раза при умеренном росте средней цены клика до 30-40 руб.

### Если появится система, доставляющая трафик отдельно для разных товарных сегментов.

Потенциал ВКонтакте «бесконечен».

# Сервис R-broker ®

Спасибо за внимание !

Registratura.ru | R-broker.ru