

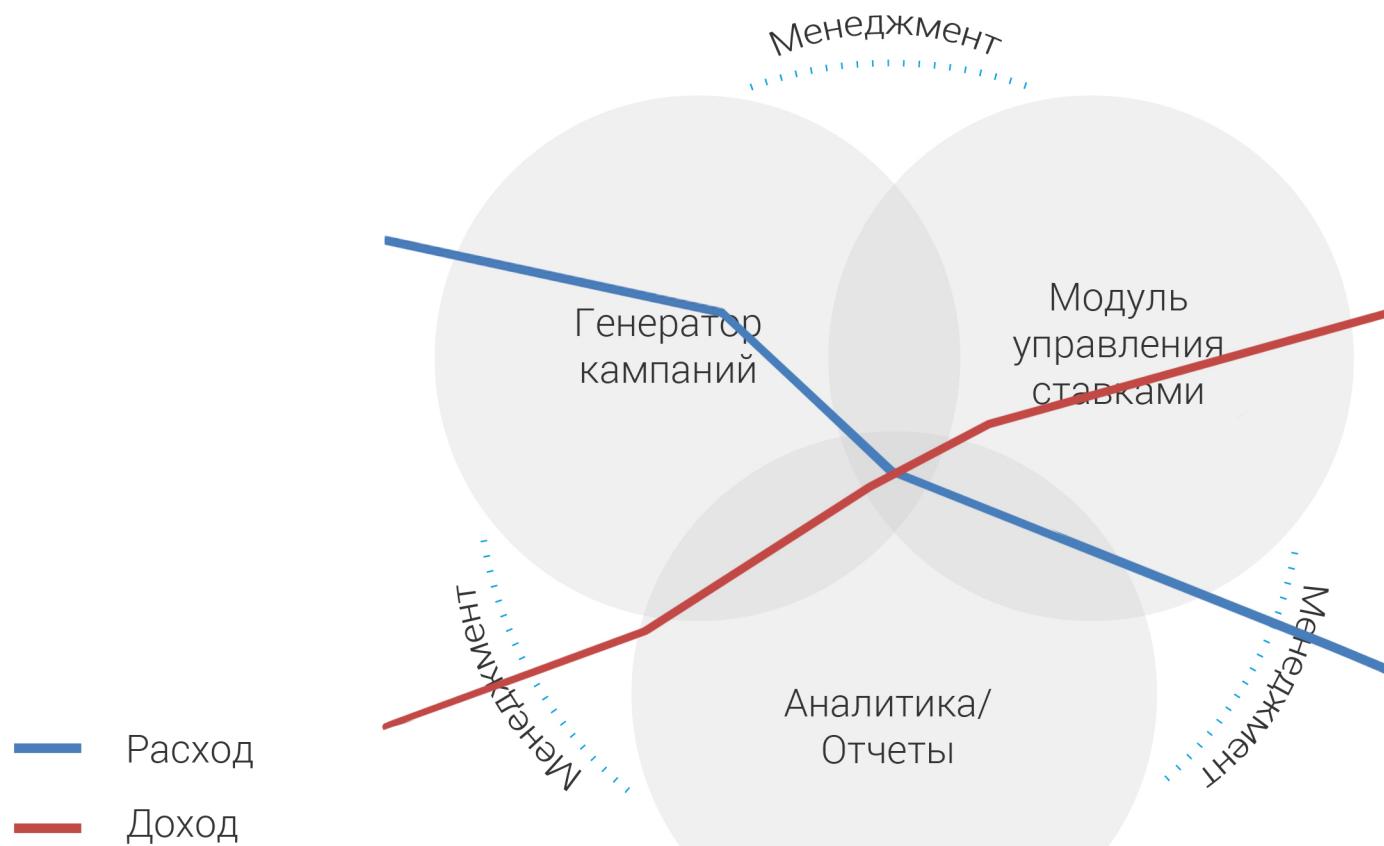
Подходы к автоматизации рекламы

Технологии для e-commerce

Основные модули требующие автоматизации



Результат автоматизации



Вопросы и особенности

Основные вопросы, решаемые автоматизированными системами:

- Экономия времени
- Уменьшения вероятности ошибок
- Структурирования данных и оптимизации под системы аналитики/отчетности
- Актуальности данных
- Создания максимального охвата
- Быстрого масштабирования и внесения массовых изменений
- Эффективного управления ставками

Основные особенности:

- Структура должна быть максимально дискретной (на сколько позволяют ограничения поисковых систем и ваши возможности менеджмента)
- Генерируемые тексты должны быть максимально качественны и полностью вас устраивать
- Система управления ставками должна показывать результат близкий к портфельной теории

Структура SEM платформы



Генерация кампаний

РУЧНОЕ СОЗДАНИЕ КАМПАНИЙ

Цель:

Создать эффективную кампанию, иметь высокий CTR

Инструменты и подход:

- Wordstat.Yandex, Keyword Planner, Key Collector
- Статические тексты/заголовки объявлений, динамические конструкции: ({KeyWord:Газировка}, #Газировка#), быстрые ссылки, визитки и т.д.
- Долгая работа в Excel.

Результат:

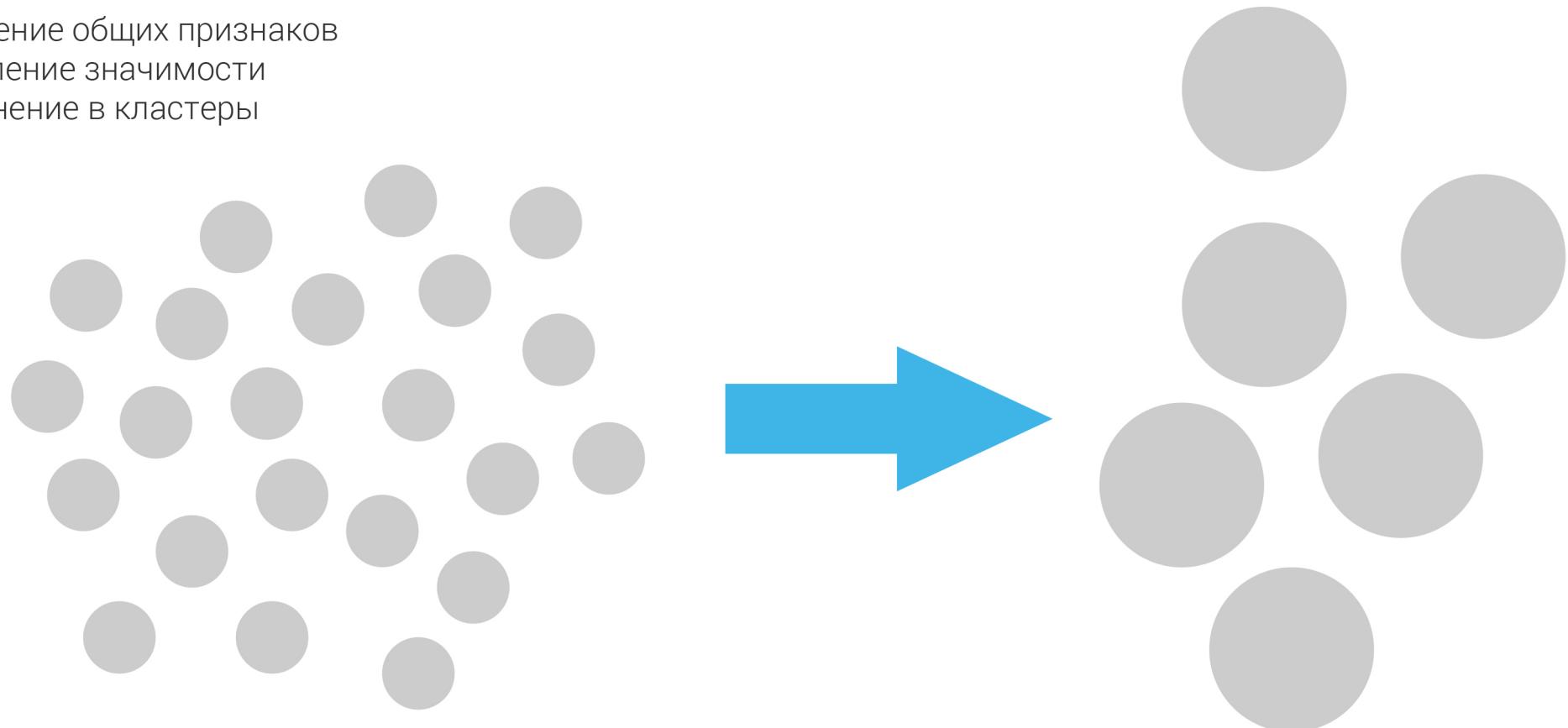
- Проработаны основные поисковые запросы
- Выделено ядро ключевых слов
- Выделены негативные слова
- Использовано вхождение ключевого слова в заголовок/текст объявления
- Потрачено очень много времени, всего лишь на одну кампанию

Генерация кампаний

ПОСТРОЕНИЕ КАМПАНИЙ С ПОМОЩЬЮ КОНСТРУКТОРА

1. Работа с ключевыми словами – кластеризация

- нахождение общих признаков
- определение значимости
- объединение в кластеры



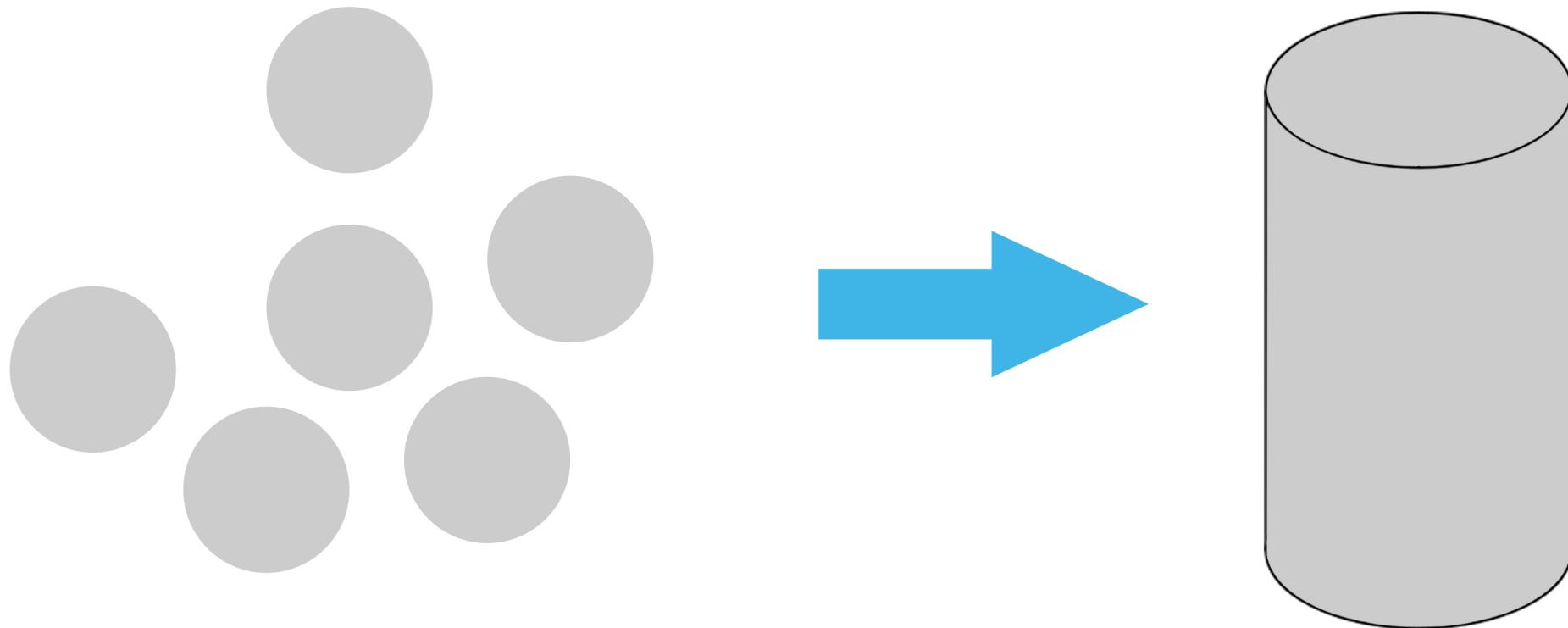
РЕЗУЛЬТАТ -> КЛАСТЕРЫ КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ

Генерация кампаний

ПОСТРОЕНИЕ КАМПАНИЙ С ПОМОЩЬЮ КОНСТРУКТОРА

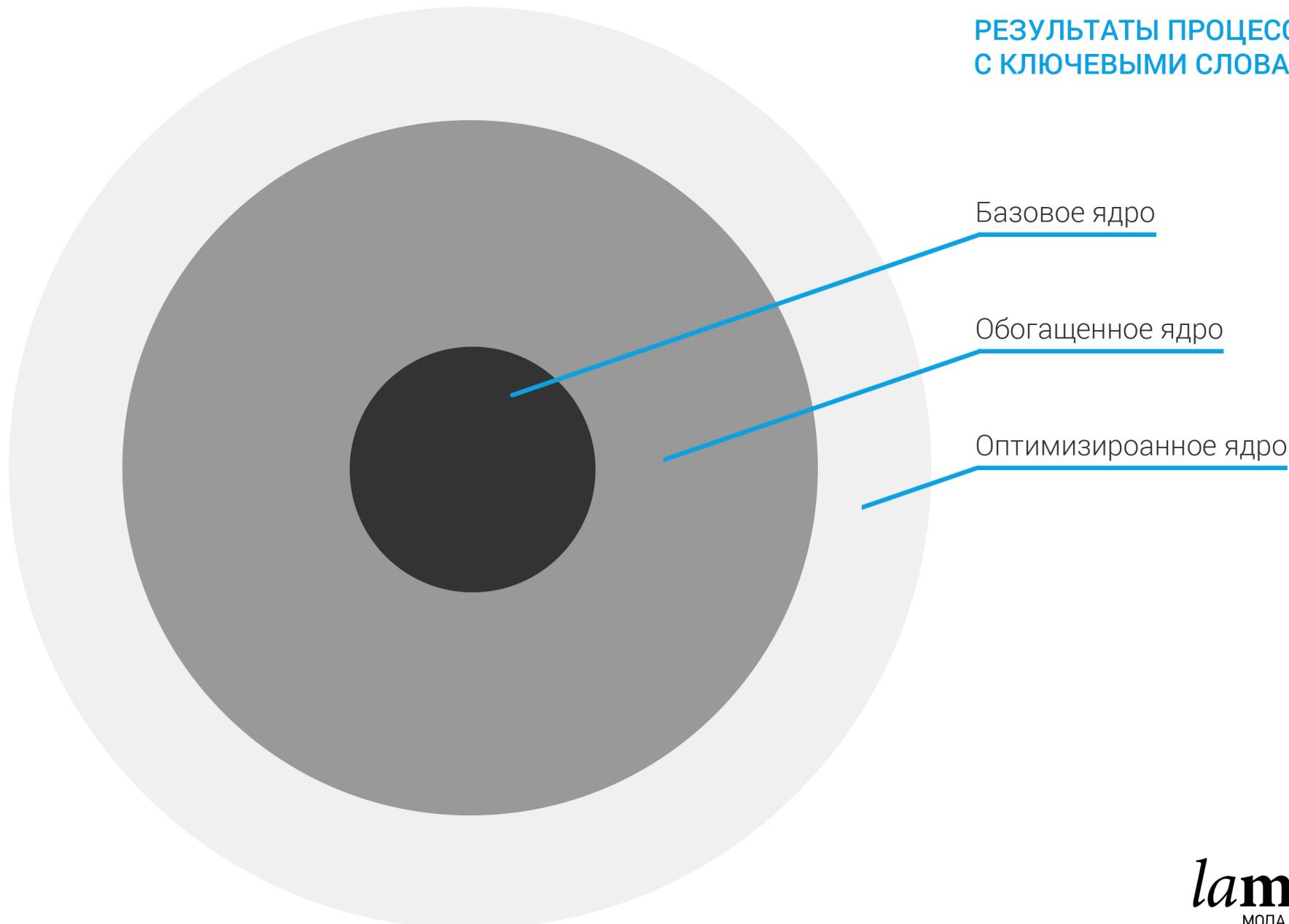
2. Загрузка данных в БД и структурирование

Процесс: кластеры ключевых слов заносятся в БД, дополняются и синхронизируются с фидом



РЕЗУЛЬТАТ -> ОБОГАЩЕННОЕ ЯДРО

Генерация кампаний



Генерация кампаний

ПОСТРОЕНИЕ КАМПАНИЙ С ПОМОЩЬЮ КОНСТРУКТОРА

3. Создание и заполнение шаблонов



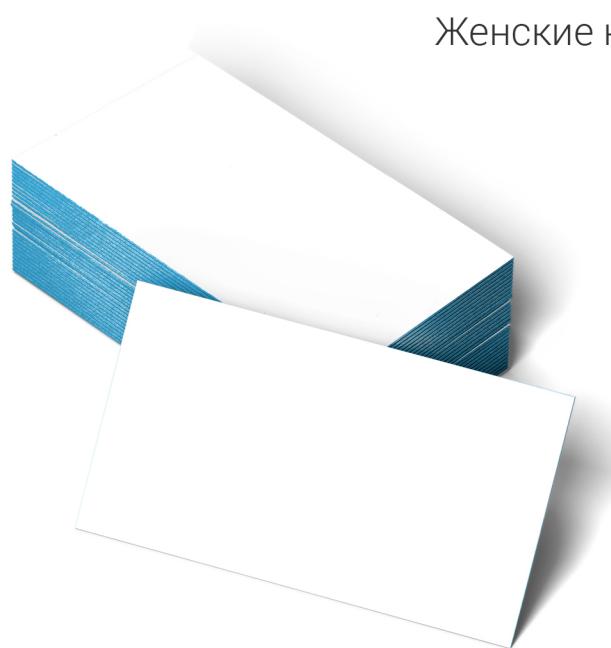
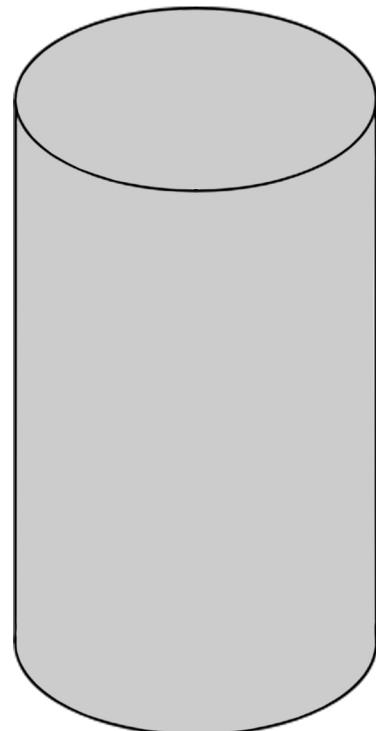
Женские кожаные [category]
[lamoda.ru/Kожаные-\[category\]](http://lamoda.ru/Kожаные-[category])
Кожаные [category] в магазине Lamoda.
Бесплатная доставка по России!

РЕЗУЛЬТАТ -> ШАБЛОНЫ С ЗАДАННОЙ СТРУКТУРОЙ

Генерация кампаний

ПОСТРОЕНИЕ КАМПАНИЙ С ПОМОЩЬЮ КОНСТРУКТОРА

4. Создание и загрузка кампаний



Женские кожаные Куртки
lamoda.ru/Kожаные-Куртки
Кожаные Куртки в магазине Lamoda
Бесплатная доставка по России!

Женские кожаные Куртки

Согласование слов в тексте объявления:

Падеж

Род

Число

Результаты работы с ключевыми словами

РЕЙТИНГ ОБЪЯВЛЕНИЯ

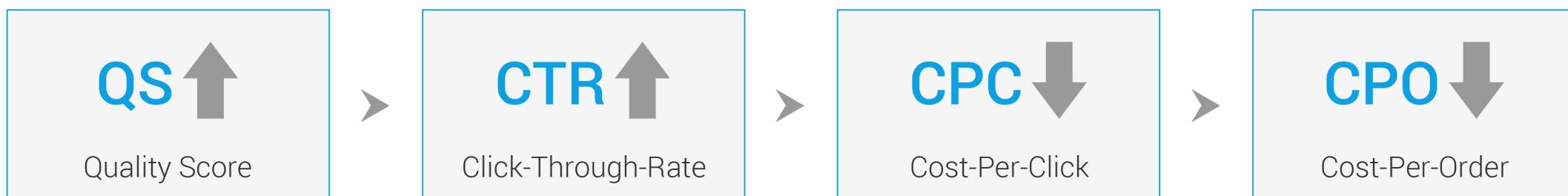
Показатель качества - мера релевантности объявлений, ключевых слов и целевой страницы с точки зрения пользователя. Высокий показатель качества позволяет уменьшить расходы и улучшить позицию объявления.



Расширения
объявлений

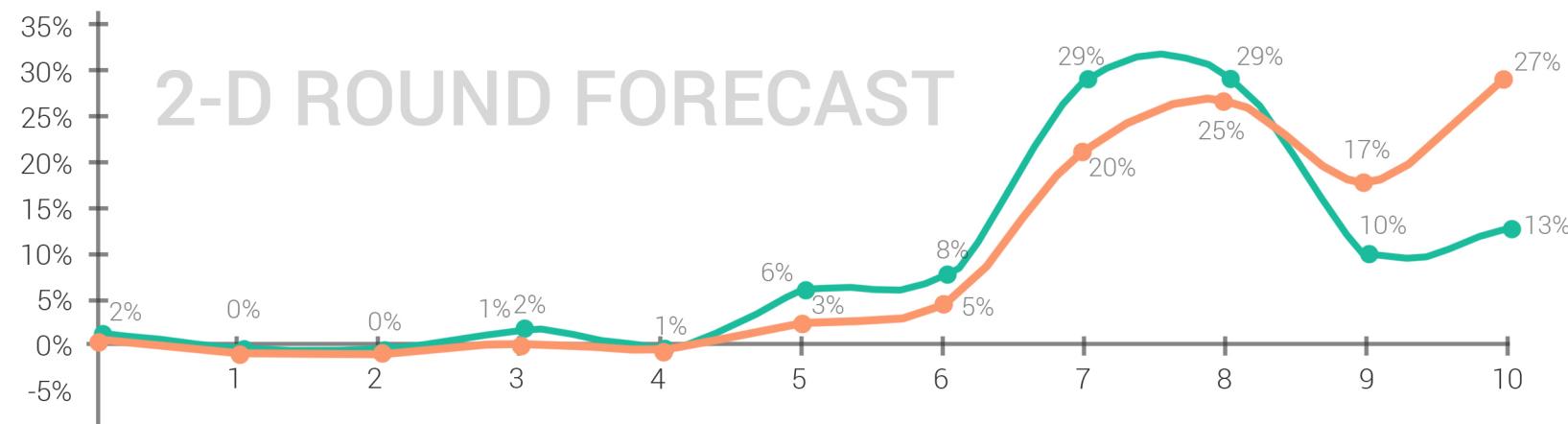
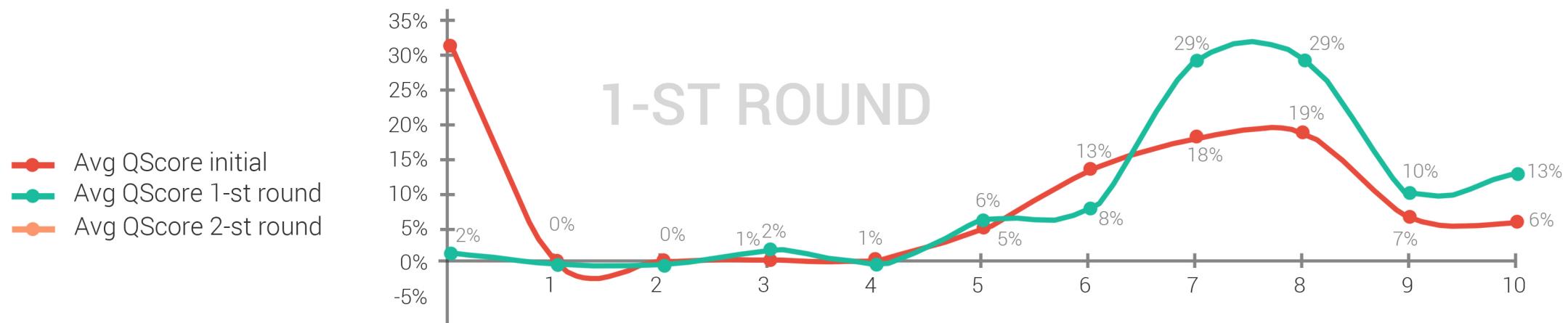


Максимальная
цена
за клик



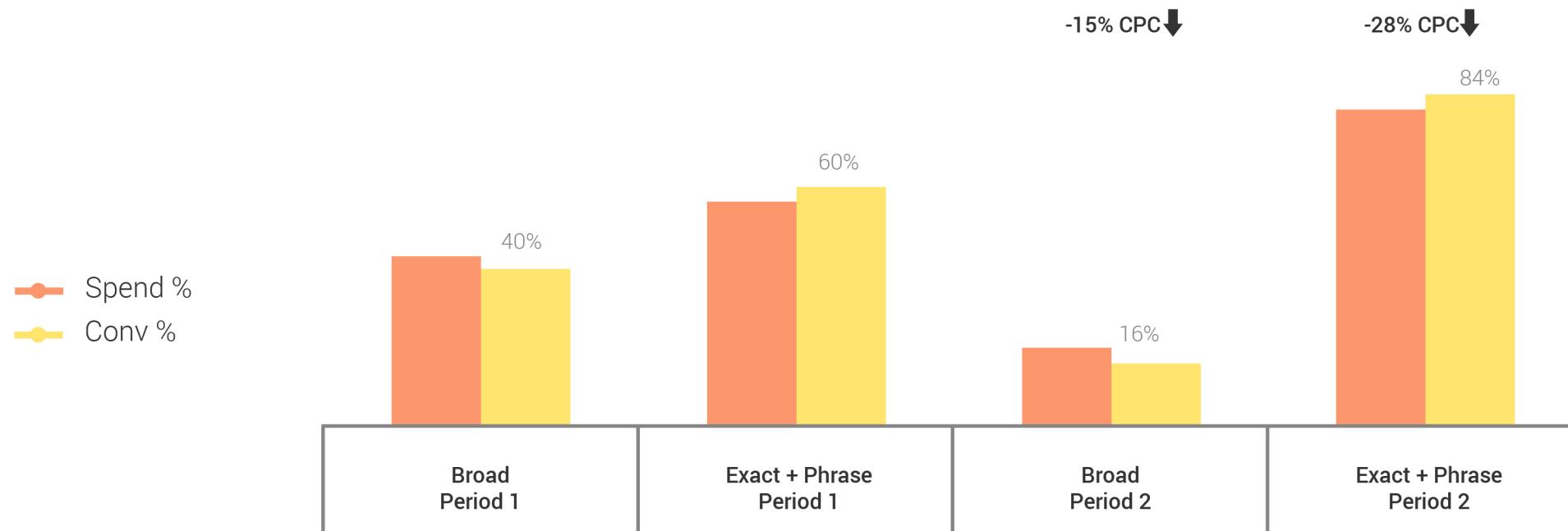
Результаты работы с ключевыми словами

УЛУЧШЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЯ КАЧЕСТВА



Результаты работы с ключевыми словами

СТРАТЕГИЯ ТИПОВ СООТВЕТСТВИЯ



Широкое соответствие дает много траффика, но это не эффективно и дорого

Варианты:

- Широкое соответствие временное решение и используется для сбора данных
- Необходим более детальный подбор негативных слов

Чего ожидать от широкого соответствия?

Сжечь



Широкое соответствие?!

Используйте собранные данные для анализа и оптимизации,
считайте это некого рода инвестицией



Инвестировать

lamoda^{.ru}
МОДА С ДОСТАВКОЙ

Результат

ЧТО ПОЛУЧАЕМ В РЕЗУЛЬТАТЕ РАБОТЫ ГЕНЕРАТОРА КАМПАНИЙ

- Максимальный охват (кластеризация, фид данных)
- Большое количество long tail запросов
- Высокий показатель качества
- Понятная структура, оптимизированная под работу с системой аналитики и системой управления ставками
- Возможности гибко управлять структурой
- Оптимальные тексты
- Оптимальные целевые страницы



EFFICIENCY

Управление ставками

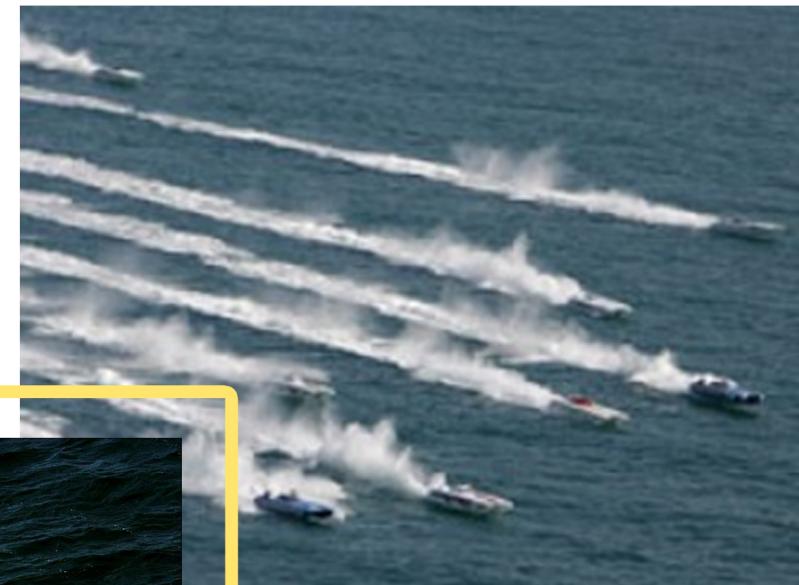
- На основе стратегий или правил, удержание позиции
- На основе правил, в зависимости от метрик
- Портфельная теория



Управление ставками

- На основе стратегий или правил, удержание позиции
- На основе правил, в зависимости от метрик

– Портфельная теория



Управление ставками

СХЕМА ПРОЦЕССОВ



Управление ставками

$$\text{Weighted Revenue} = W_1M_1 + W_2M_2 + W_3M_3 + \dots$$

ОБЪЕКТ ОПТИМИЗАЦИИ

Основная идея - оптимизация целевой функции

Функция, связывает цель
(оптимизируемую переменную)
с управляемыми переменными
в задаче оптимизации

Шаги по настройке цели:

1. Подобрать основные метрики
2. Подобрать дополнительные метрики
3. Подобрать веса
4. Построить прогноз

Управление ставками

ВОЗМОЖНЫЕ МЕТРИКИ

МЕТРИКИ	ПРОИЗВОДНЫЕ
Показы	CTR
Клики	CPC
Расходы	CRR
Доход	ROI
Показатель отказов	CPO
Глубина просмотра	LTV
.....

Управление ставками

ПОДБОР МЕТРИК

Основные метрики:

Клики, Доход, Заказы...

Дополнительные метрики:

Просмотры страниц, ВР, Корзина...

Интегрированные метрики:

Call center, LTV...



Управление ставками

MULTI-KPI ОПТИМИЗАЦИЯ

Для длинного хвоста нужны данные:

Хвост = меньше данных => дополнительные метрики

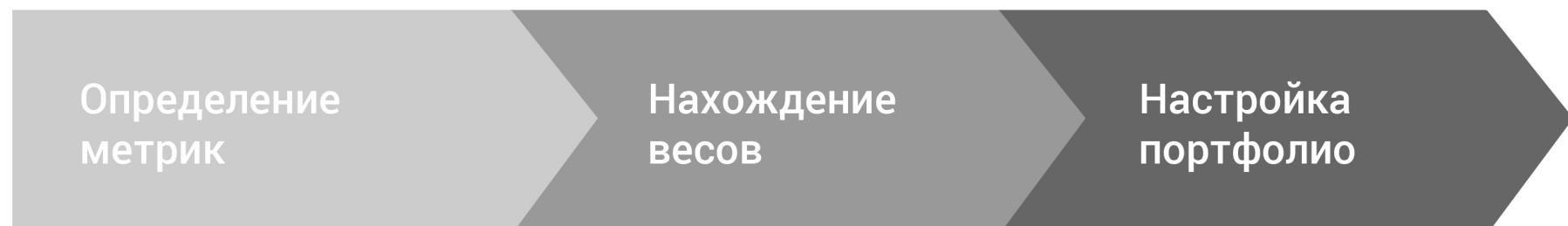
Возможные варианты:

Добавление в корзину

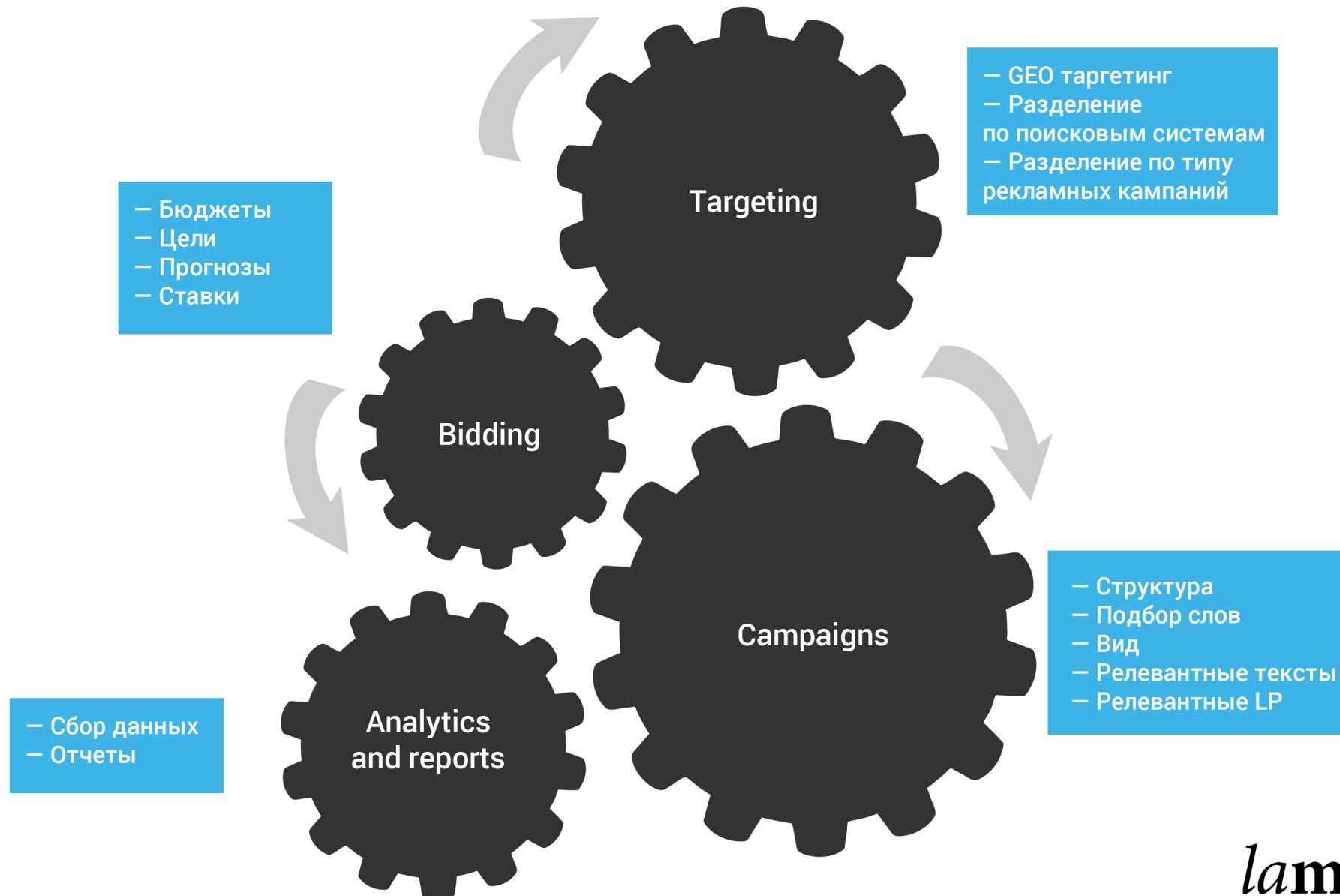
Просмотр ключевых страниц

Совершение ключевых действий

Просмотр продукта



Взаимодействие элементов



Спасибо
за внимание