



Не дай коварным ретаргетингам и
ремаркетингам обмануть тебя

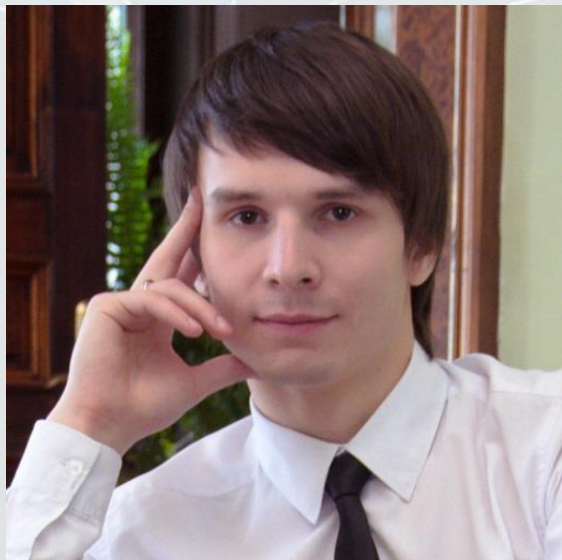
Александр Егоров

ae@alytics.ru

тел.: +7 495 215-23-57

www.alytics.ru

А с чего вдруг я эксперт?



С 2006 года в контекстной рекламе
2010-2011 – руководитель отдела
контекстной рекламы в независимом
performace-агентстве Artics

С 2012 директор по развитию системы
автоматизации контекстной рекламы для
профессионалов Alytics

За плечами контекстная реклама для: Price.ru, Московский Кредитный Банк, Авиакомпании Аэрофлот и SkyExpress, Тур-операторы Pegas, DSBW и TezTour, Сервис КупиКупон, Связной Банк, Saxo Bank, ЦУМ, МИАН, издательство Ferra, магазин Finn Flare.

Яндекс Директ
Google AdWords
Яндекс Маркет

Google Analytics

Сервисы сравнения цен

Competera

Сервисы управления рассылками

Mindbox

Сервисы прогноза погоды

Gismeteo

Коллтрекинги

Alloka
CallTouch
CoMagic
Ringostat
Clickfrog

CRM

amoCRM
Битрикс24
арі для любой CRM

Alytics

Отчеты

Управление ставками:

- Биддер
- Оптимизатор CPA

- Автоматические правила
- От прогноза погоды
- От цен конкурентов

Performance – это измерение и перемещение
рекламного бюджета



Ретаргетинг – это замечательный инструмент

Посетитель



Ваш сайт



Посетитель ушёл



Ваша реклама на других сайтах



Посетитель
вернулся



Популярные ретаргетинги

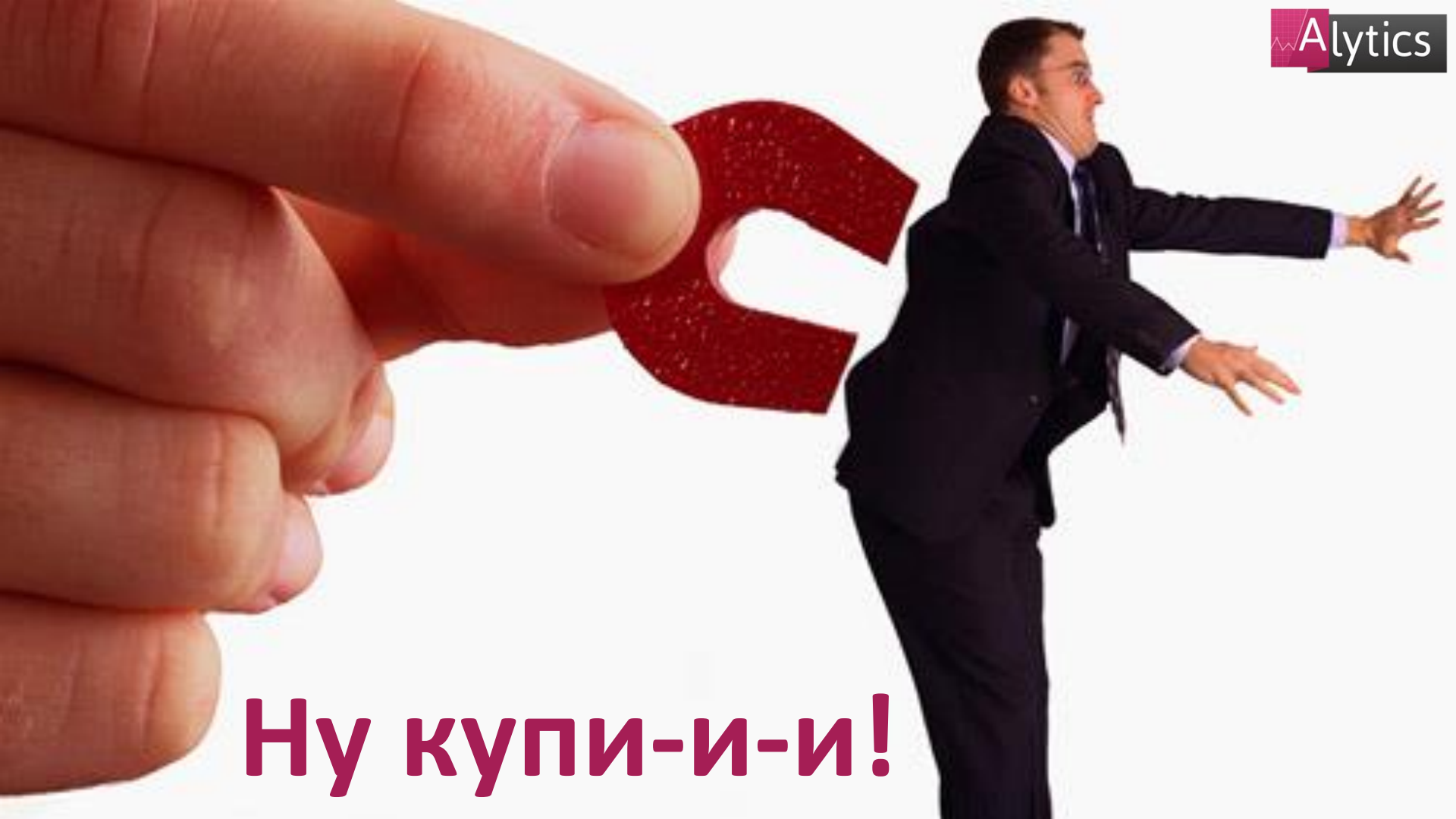
Яндекс
Директ

Google
AdWords

facebook

my.com

criteo. и др.



Ну купи-и-и!

Ретаргетинг – часто последний в цепочке



Ретаргетинг – обычно последний в цепочке

Поиск в отчетах и Справке

Статистика страницы

Конверсии

Цели

Электронная торговля

Многоканальные последовательности

Обзор

Ассоциированны...

Основные пути к...

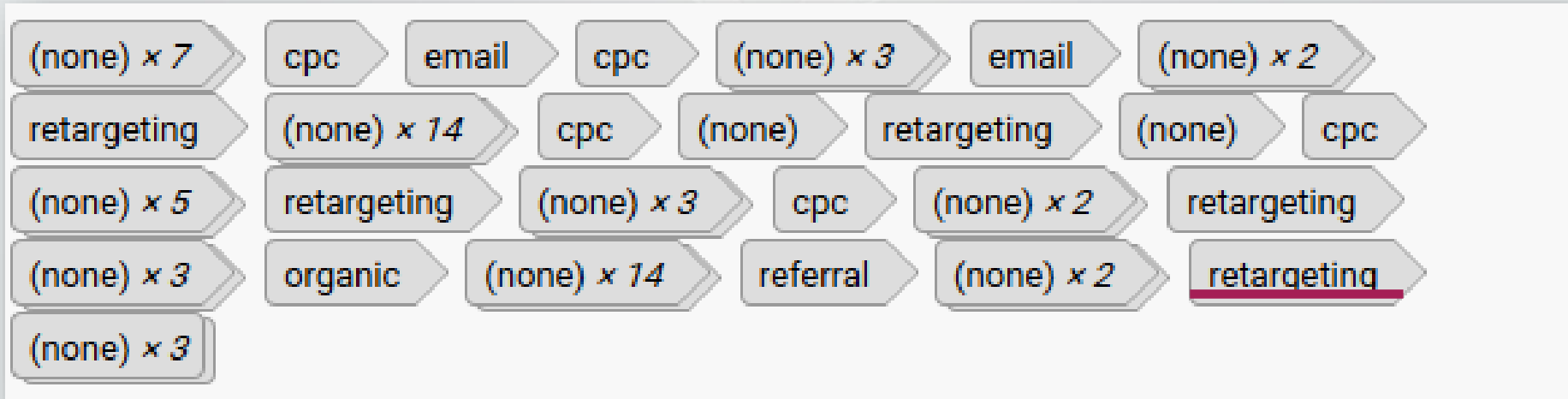
Время до конвер...

Длина последова...

Атрибуция

1.	cpc	retargeting	15 (0,66 %)	231 550,00 ₹
2.	organic	retargeting	10 (0,44 %)	136 950,00 ₹
3.	retargeting	(none) x 2	7 (0,31 %)	128 450,00 ₹
4.	cpc	retargeting (none)	7 (0,31 %)	142 700,00 ₹
5.	organic	retargeting (none) x 2	7 (0,31 %)	81 700,00 ₹
6.	retargeting	(none)	6 (0,26 %)	370 600,00 ₹
7.	(none)	retargeting (none) x 2	6 (0,26 %)	454 050,00 ₹
8.	referral	retargeting (none)	6 (0,26 %)	116 850,00 ₹
9.	retargeting	(none) x 5	5 (0,22 %)	103 600,00 ₹
10.	cpc	retargeting (none) x 3	5 (0,22 %)	90 350,00 ₹
11.	cpc	retargeting (none) x 6	5 (0,22 %)	428 450,00 ₹

Ретаргетинг – обычно последний в цепочке



Роль ретаргетинга в привлечении продаж часть переоценена.
В каком-то смысле ретаргетинг паразитирует на других каналах.

Это не плохо, просто неправильно оценивать каналы без учета “паразита”.

Структура трафика по каналам

Основной параметр: [Источник или канал](#) [Источник](#) **[Канал](#)** [Ключевое слово](#) [Другое](#) ▾

Показать на диаграмме

Дополнительный параметр ▾

Тип сортировки: [По умолчанию](#) ▾

▶ Мобильные устройства

▶ Персонализированный

▶ Сравнение

Пути пользователей

Источники трафика

Обзор

▼ **Весь трафик**

Каналы

Карты эффектив...

Источник/канал

Рефералы

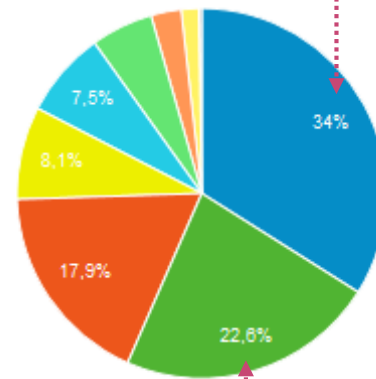
▶ AdWords

▶ Search Console **НОВОЕ**

Канал

Сеансы

- | | |
|--------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | 1. cpc |
| <input type="checkbox"/> | 2. retargeting |
| <input type="checkbox"/> | 3. organic |
| <input type="checkbox"/> | 4. referral |
| <input type="checkbox"/> | 5. (none) |
| <input type="checkbox"/> | 6. email |
| <input type="checkbox"/> | 7. inner |
| <input type="checkbox"/> | 8. trigger_emails |



Структура трафика по каналам

Основной параметр: [Источник или канал](#) [Источник](#) **Канал** [Ключевое слово](#) [Другое](#) ▾

Показать на диаграмме

Дополнительный параметр ▾

Тип сортировки: По умолчанию ▾

▶ Мобильные устройства

▶ Персонализированный

▶ Сравнение

Пути пользователей

Источники трафика

Обзор

▼ Весь трафик

Каналы

Карты эффектив...

Источник/канал

Рефералы

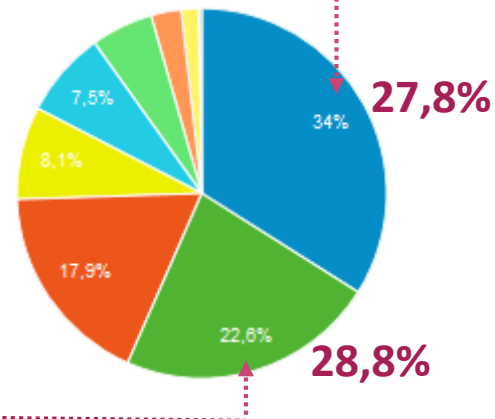
▶ AdWords

▶ Search Console **НОВОЕ**

Канал

Сеансы

- 1. ■ cpc
- 2. ■ retargeting
- 3. ■ organic
- 4. ■ referral
- 5. ■ (none)
- 6. ■ email
- 7. ■ inner
- 8. ■ trigger_emails



Структура заказов по каналам

Основной параметр: [Источник или канал](#) [Источник](#) **[Канал](#)** [Ключевое слово](#) [Другое](#)

Поиск в отчетах и Справке

Показать на диаграмме

Дополнительный параметр

Тип сортировки:

По умолчанию

Источники трафика

Обзор

Весь трафик

Каналы

Карты эффектив...

Источник/канал

Рефералы

AdWords

Search Console **НОВОЕ**

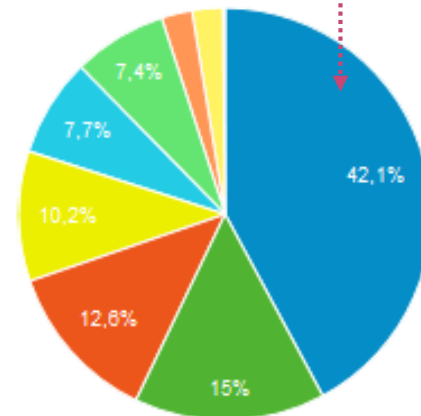
Соцфункции

Кампании

Канал

Транзакции

- 1. (none)
- 2. cpc
- 3. organic
- 4. retargeting
- 5. email
- 6. referral



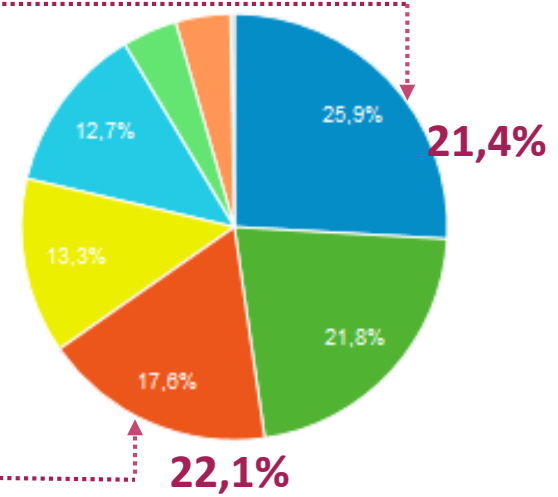
Поиск в отчетах и Справке

Показать на диаграмме | Дополнительный параметр | Тип сортировки: По умолчанию

- Источники трафика
 - Обзор
 - Весь трафик
 - Каналы
 - Карты эффектив...
 - Источник/канал**
 - Рефералы
 - AdWords
 - Search Console **НОВОЕ**
 - Соцфункции
 - Кампании
- Поведение

<input type="checkbox"/> Канал	Транзакции
--------------------------------	------------

- 1. ■ cpc
- 2. ■ organic
- 3. ■ retargeting
- 4. ■ email
- 5. ■ referral
- 6. ■ trigger_emails
- 7. ■ inner
- 8. ■ cpm



Аналитика канала с учетом ретаргетинга

Затраты	Транзакции	CPA	Выручка	DRP
402 342р.	631	638р.	7 681 350р.	5,24%

+

Транзакции ретаргетинг	Выручка ретаргетинг
192	2 611 659р.

=

Затраты	Транзакции итого	CPA итого	Выручка итого	DRP итого
402 342р.	823	489р.	10 293 009р.	3,91%

Аналогичная история с емейлами

Яндекс
Директ

Трафик

Оставленный email

Email-маркетинг

Продажа с
рассылки

~~Контекст не является источником продаж~~

Аналогичная история с емейлами

Затраты	Транзакции	CPA	Выручка	DRP
402 342р.	631	638р.	7 681 350р.	5,24%

+

Транзакции ретаргетинг	Выручка ретаргетинг
192	2 611 659р.

+

Транзакции email	Выручка email
89	1 441 002р.

=

Затраты	Транзакции итого	CPA итого	Выручка итого	DRP итого
402 342р.	912	441р.	11 734 011р.	3,43%

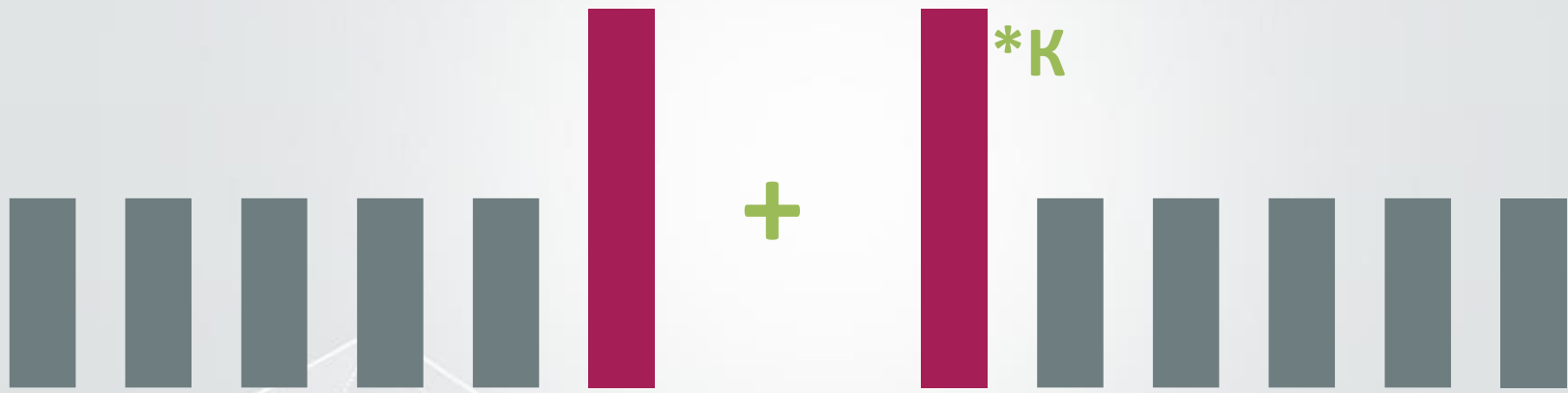
Цепочки длинные.

Взаимовлияние разных каналов друг на друга очень велико.

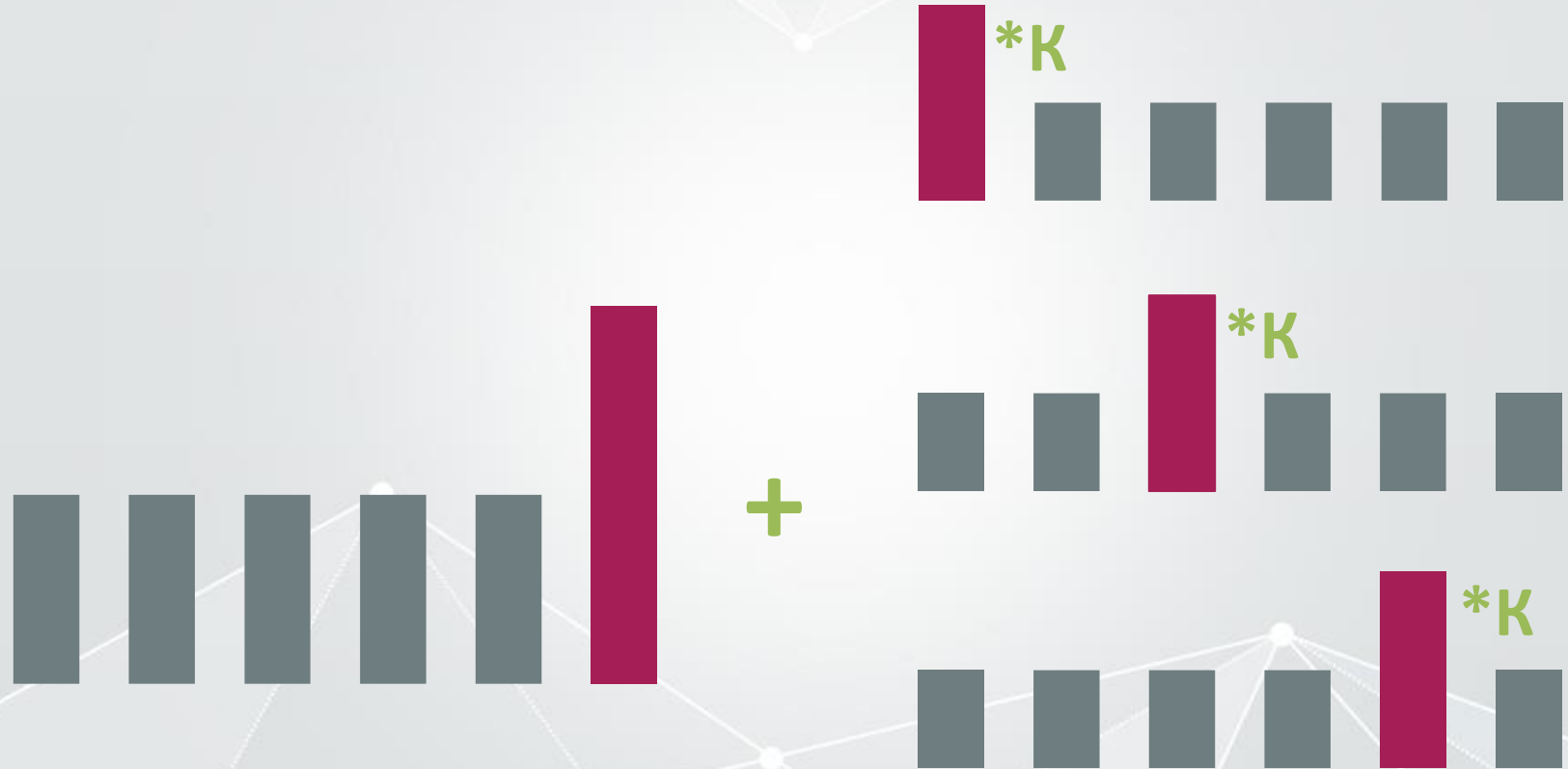
Не только ремаркетинг и email нужно “препарировать”.

Хорош бы учитывать влияние каждого канала на другие.

Last click + First click * K



Last click + любое вспом. взаимодействие *K



Обычная конверсия



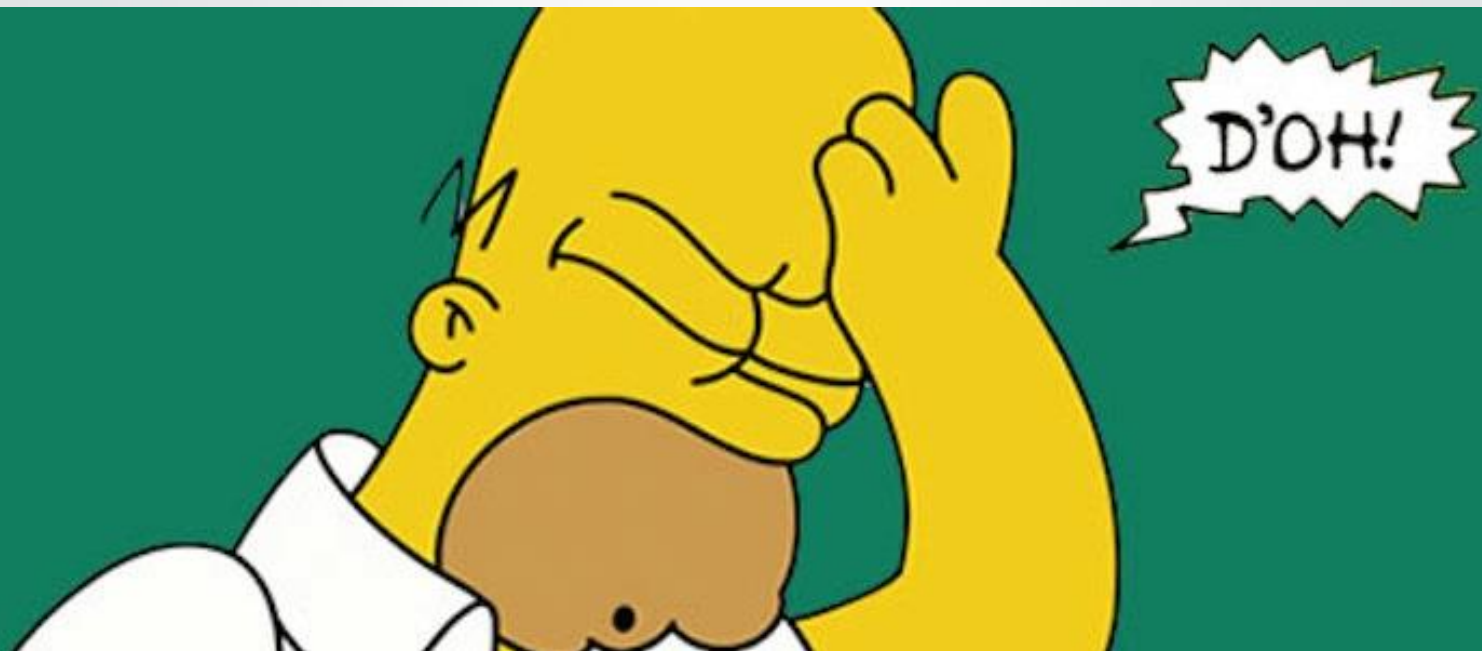
Ассоциированная конверсия



Продажи из Google Analytics							Продажи из Google Analytics Ассоц. электронная торговля - Вспом. взаим.						
Кол-во ↕	CPA, ↕ р.	CR, ↕ %	Выручка, ↕ р.	Прибыль, ↕ р.	ROI, ↕ %	DRP, ↕ %	Кол-во ↕	CPA, ↕ р.	CR, ↕ %	Выручка, ↕ р.	Прибыль, ↕ р.	ROI, ↕ %	DRP, ↕ %
108	2 423.25	0.22	1 592 810	1 114 967	326.03	16.43	192	1 363.08	0.4	2 833 060.35	1 983 142.25	657.76	9.24
107	2 445.89	0.22	1 580 520	1 106 364	322.74	16.56	192	1 363.08	0.4	2 833 060.35	1 983 142.25	657.76	9.24
7	5 833.62	0.14	60 940	42 658	4.46	67.01	32	1 276.1	0.64	407 170	285 019	597.97	10.03
28	1 303.05	0.72	458 490	320 943	779.65	7.96	31	1 176.95	0.8	561 620	393 134	977.51	6.5
3	8 145.99	0.14	15 350	10 745	-56.03	159.21	4	6 109.49	0.18	22 540	15 778	-35.44	108.42
3	6 277.14	0.25	30 570	21 399	13.63	61.6	4	4 707.85	0.33	101 730	71 211	278.15	18.51
3	4 500.27	0.7	23 420	16 394	21.43	57.65	6	2 250.14	1.4	73 100.35	51 170.25	279.02	18.47

Если делать оптимизацию в "тупую" (читай по ласт клику), то можно попасть в цепочку капканов:

"Снижение трафика в канале - снижение общих продаж - потеря оборотов - разочарование в перфоманс-маркетинге"



Спасибо

www.alytics.ru

facebook.com/alytics