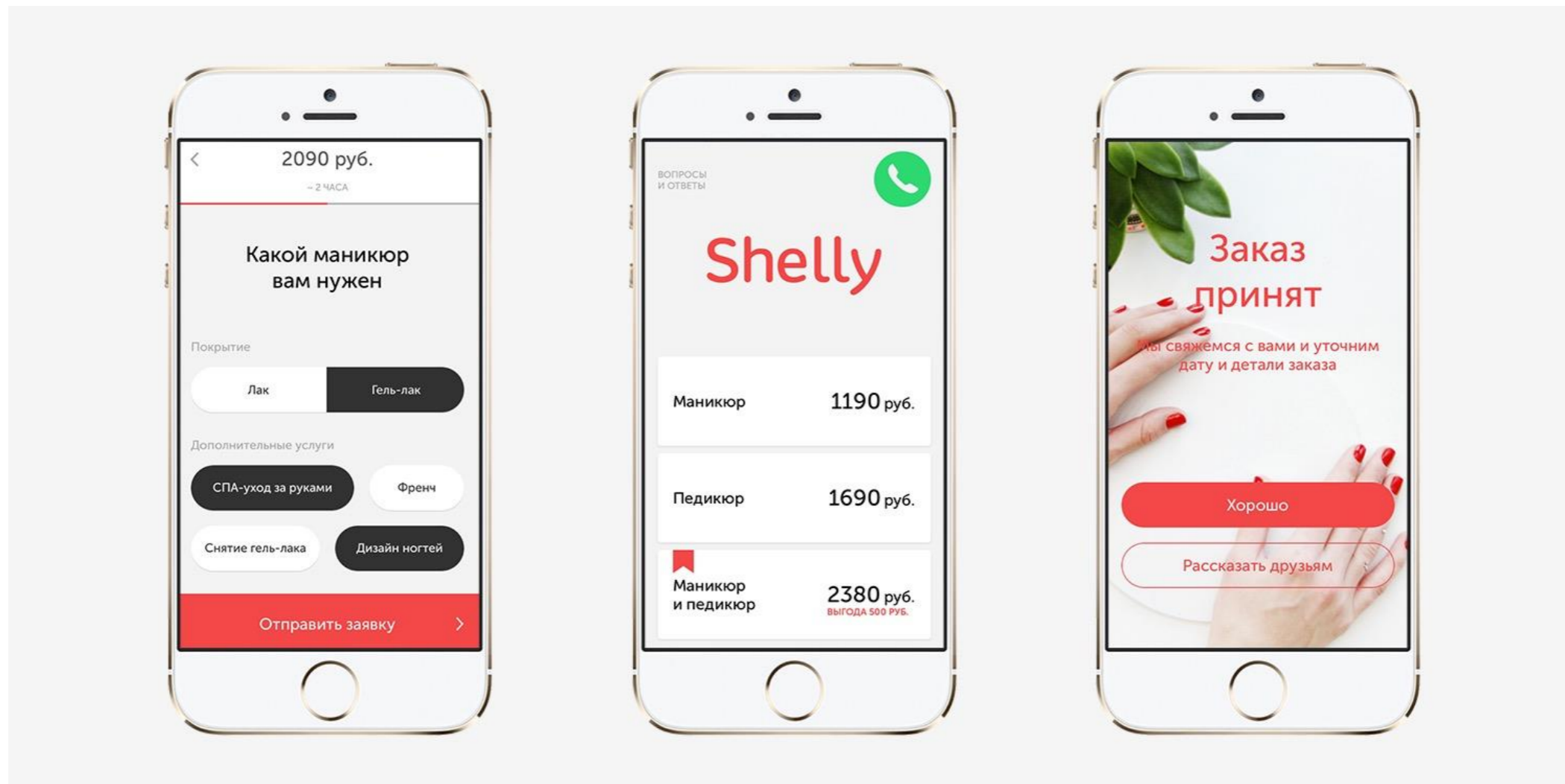




Как мы сократили CPI приложения Shelly на  
40% и увеличили заказы вдвое  
с помощью автоматизации данных

Олег Хаустов, руководитель digital-маркетинга Qlean

# Shelly - заказ маникюра на дом, младшая сестра Qlean



# Первые шаги в мобильном маркетинге



Топорная аналитика до инсталлов и СРІ

Хаотичные кампании в Mytarget и Facebook

Бесконтрольный СРІ-трафик

**Как результат** - завышенный СРІ и  
низкая конверсия в первый заказ

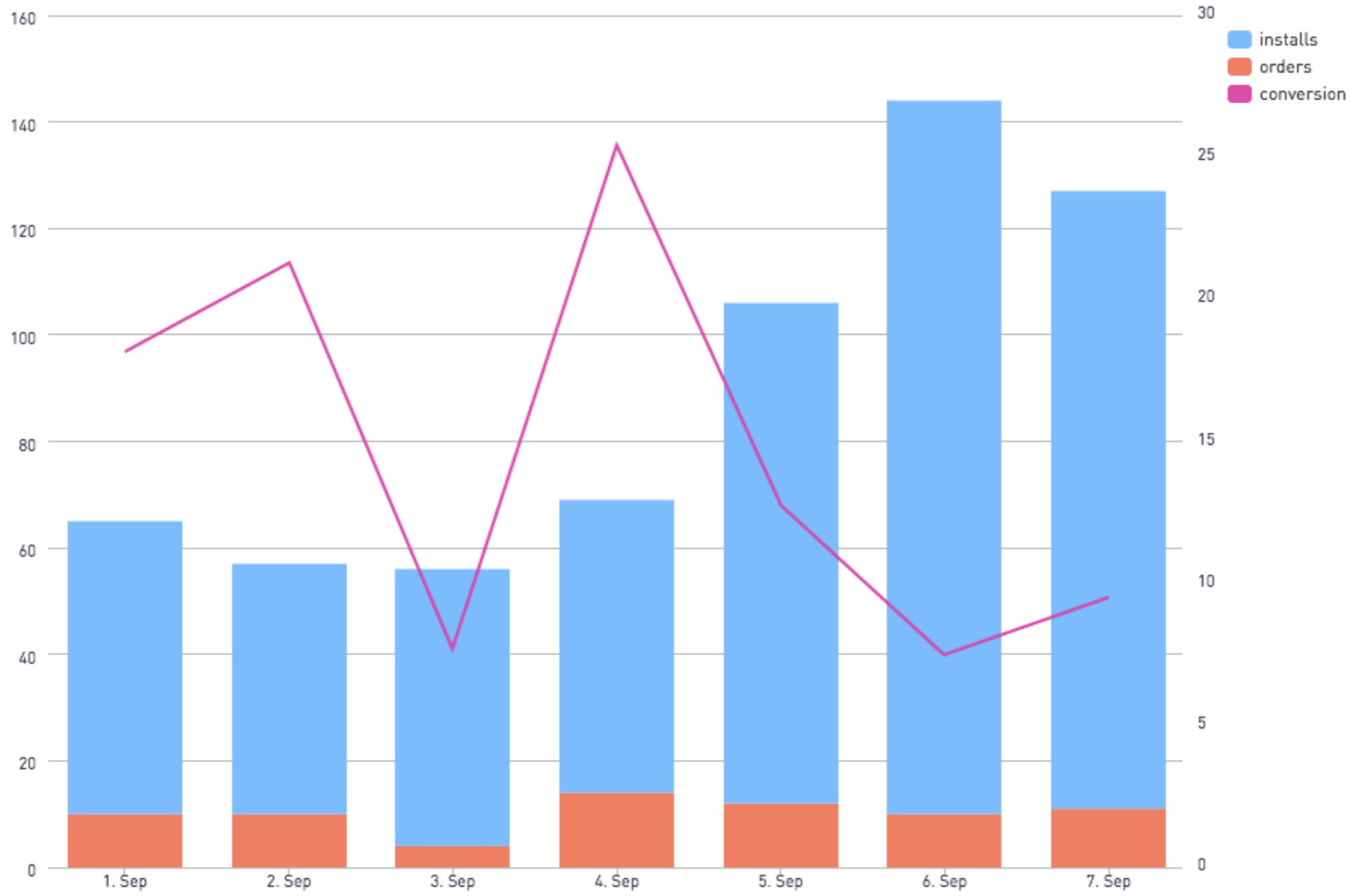


Требовались решительные действия

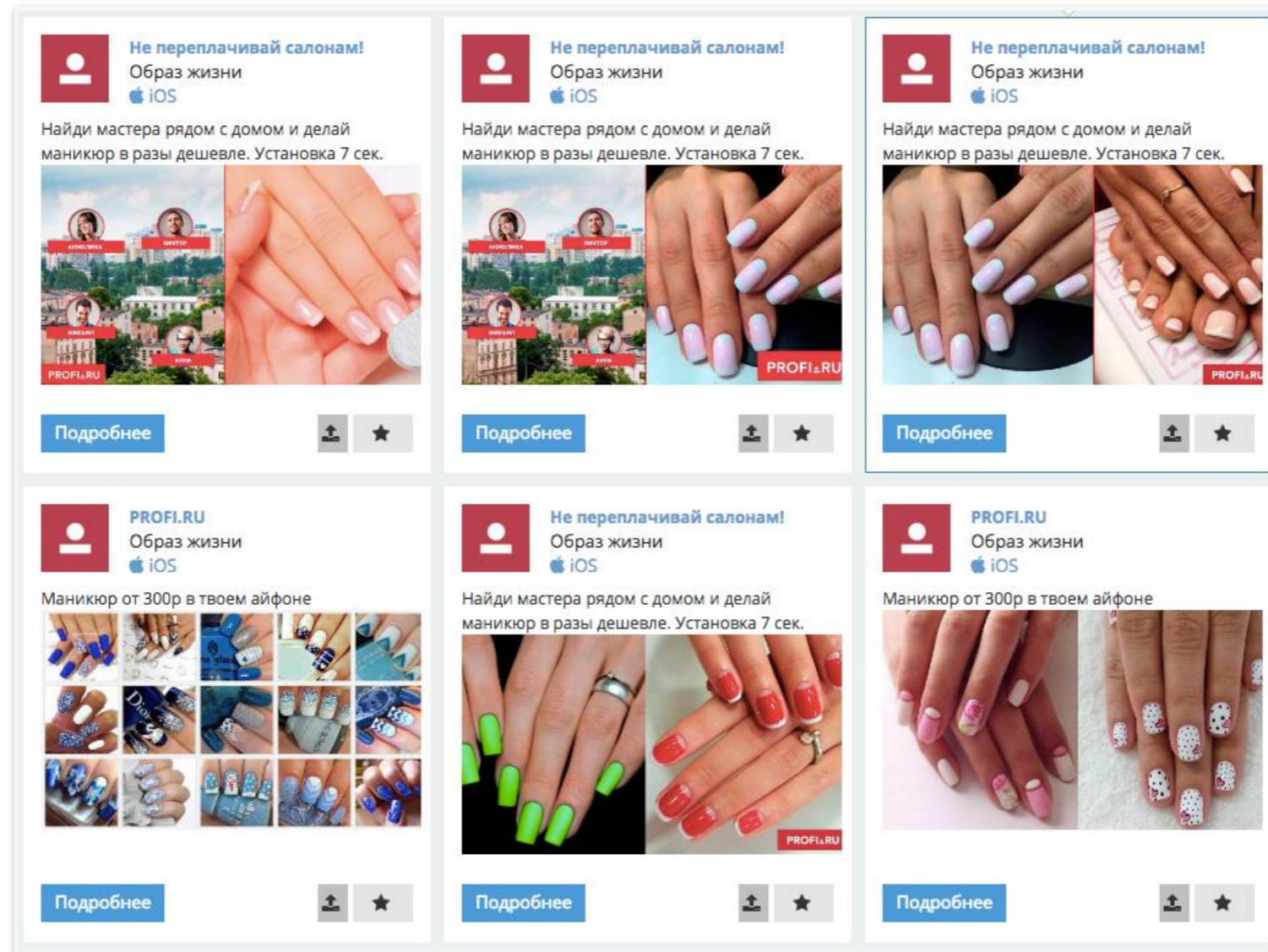
Прежде всего, связали данные Adjust и CRM в BI-сервисе Periscope, чтобы отслеживать не только CPI, а всю воронку от клика до повторных заказов и среднего чека

Installs						
	DATE TRUNC	TRACKER NETWORK	CLICKS	INSTALLS	▼ FIRST ORDERS	FIRST ORDER PAID
1	2016-09-04	Organic	0	38	5	4
2	2016-09-02	instagram	50	12	4	3
3	2016-09-06	Organic	0	39	3	1
4	2016-09-07	Instagram Installs	0	50	3	3
5	2016-09-07	Organic	0	44	3	2
6	2016-09-01	Organic	0	21	2	2
7	2016-09-04	targetmail	250	16	2	2

# Конверсия



После этого изучили креативы конкурентов через Publer и  
обновили все баннеры с упором в яркую графику, чтобы  
повысить CTR и получать приоритетный трафик





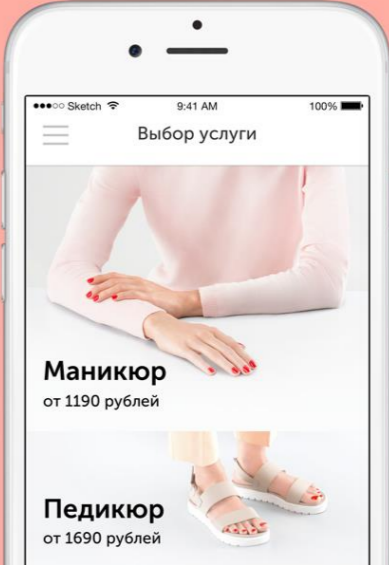
**Маникюр  
+ педикюр**  
**от 2380 р.**  
ВЫГОДА 500 РУБЛЕЙ



Shelly

Shelly

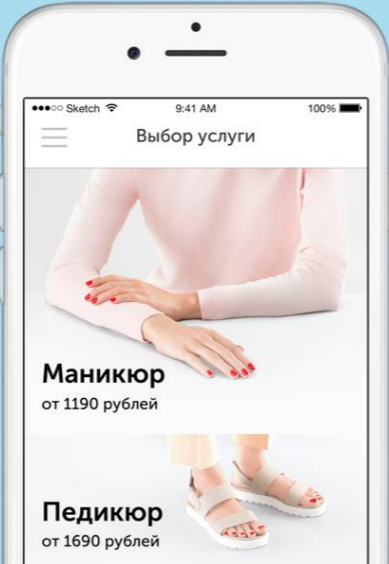
**Красим ногти  
на дому**



Загрузите в  
App Store

Shelly

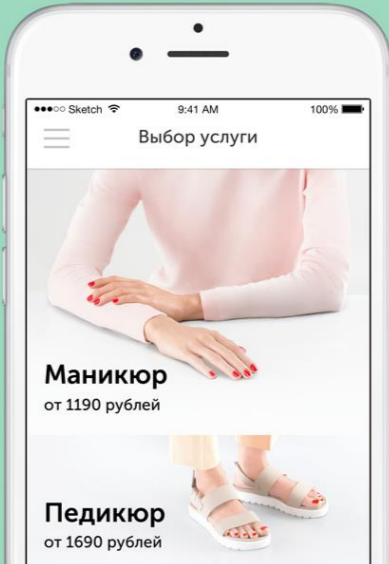
**Сидите дома.  
Мы сами приедем**



Загрузите в  
App Store

Shelly

**Ремонт  
и окрашивание  
ногтей на дому**



Загрузите в  
App Store

Следующим шагом автоматизировали работу с Mytarget.  
 С помощью сервиса Atuko разбили аудиторию на сегменты (кампании), в каждую кампанию залили десятки объявлений и выставили правила на автоматическое отключение объявлений с высоким СРІ и низкой конверсией в заказ

Кампания	Показы	CTR	Клики	СРС	Затраты	Цель: Inst: ↓	Цена: Inst:
Shelly_App_All_Travel_F_25-45_25071	12 993	0.41%	53	27,43	1 453,91	3	484,64
Shelly_App_OK_Entertain_F_25-45_05	17 188	0.43%	74	14,53	1 075,46	2	537,73
Shelly_App_VK_Shopping_F_25-45_05	7 701	0.44%	34	14,54	494,30	2	247,15
Shelly_App_OK_Shopping_F_25-45_05	10 311	0.31%	32	21,62	691,92	2	345,96
Shelly_App_OK_InterestsNo_F_22-29_	6 590	0.18%	12	27,07	324,88	1	324,88
Shelly_App_All_Shopping_F_25-45_25	6 700	0.27%	18	20,95	377,10	1	377,10
Shelly_App_OK_Beauty_F_25-45_0508	18 103	0.40%	72	20,57	1 481,27	1	1 481,27

Управление по условиям

Управление по расписанию

Проверяем  
выполнение условия

Как можно чаще

Выберите как часто будут проверяться условия в правиле

Выполняем действие  
по условиям

Каждые 15 минут в течение часа

Например, можно ограничить частоту изменения ставки

## Условия

CPI

Название

CPI

Название поможет найти условие в email-уведомлениях и логах

Если

Цена: Install

>

150

за

7 дней

+ [Добавить параметр](#)

Что сделать

Остановить

Отправить уведомления на эти адреса:

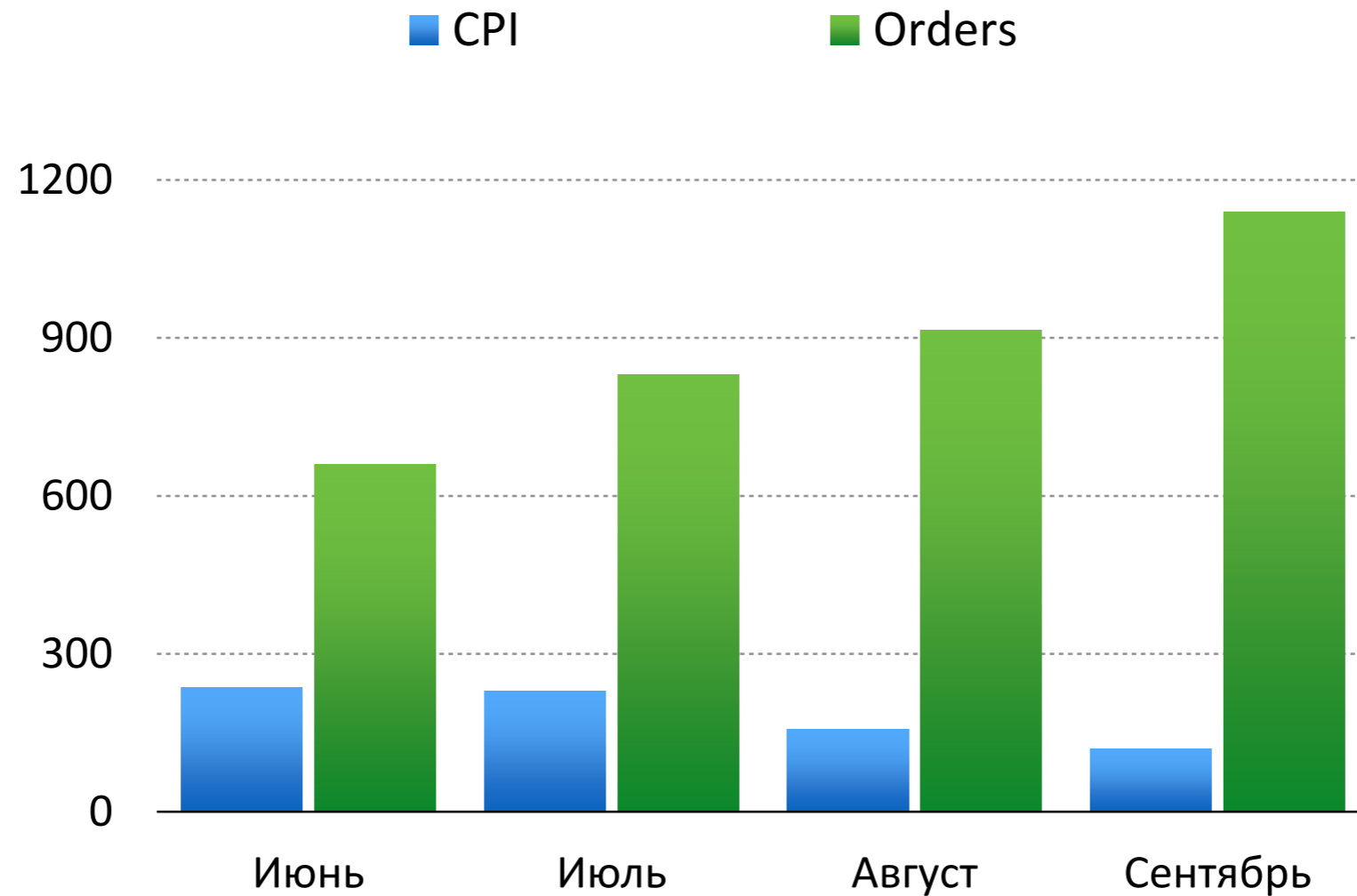
o.o.khaustov@gmail.com  help@atuko.ru  dima@qlean.ru

СРІ-сети взяли под контроль с помощью мотивационных сеток, тестировали по СРІ и эффективных перевели на бонусную систему

<b>Конверсия в заказ</b>	до 5%	5-10%	более 10%
СРІ	0	70	100

Цифры условные, не сдаем своих партнеров :)

В результате за 2 месяца нам удалось сократить средний CPI на 30%, поднять конверсию в заказ на 40% и увеличить средний чек



# Какие выводы?

Не полагайтесь на ручной труд, старайтесь любую маркетинговую активность отдавать на управление машине

Анализируйте не только инсталлы и поточные ивенты, стройте глубокую воронку и следите за бизнес-показателями после установки приложения

Работайте с CPI-сетями по мотивационной шкале, если у вас есть сомнения в качестве трафика

Экспериментируйте с креативами, постоянно проверяйте ваших конкурентов, работайте над повышением CTR

Всем спасибо!

По промокоду RIW скидка 30% на первую уборку