



АТУКО

Эффективная работа с myTarget

Успех через автоматизацию

Петровский Кирилл
Head of Product



Подробнее

- Типичные задачи при работе с myTarget
- Что автоматизировать, а что лучше вручную
- Рецепты повышения CTR и снижения CPA
- Реальные кейсы

Типичные задачи: анализ

Получить
результаты
из
трекеров,
GA

Получить
статистику
кампаний

Оценить
результаты
кампаний

Посчитать
CPA, ROI,
LTV

Вести сбор
постоянно

Типичные задачи: анализ

Получить
результаты
из
трекеров,
GA

Получить
статистику
кампаний

Оценить
результаты
кампаний

Посчитать
CPA, ROI,
LTV

Вести сбор
постоянно

Типичные задачи: создание

Сделать
креативы

Создать
кампании с
разбивкой
и быстро

Четкая
структура
названий и
меток

Обновить
затухшие
кампании

Тест новых
креативов

Поправить
тексты или
ссылки

Типичные задачи: создание

Сделать
креативы

Создать
кампании с
разбивкой
и быстро

Четкая
структура
названий и
меток

Обновить
затухшие
кампании

Тест новых
креативов

Поправить
тексты или
ссылки

Типичные задачи: управление

Решить,
что делать

Поменять
ставки с
прицелом
на
CPA/CPI

Найти и
выключить
плохие
креативы

Запустить
новые
акции

24/7, без
перерыва
на сон

Типичные задачи: управление

Решить,
что делать

Поменять
ставки с
прицелом
на
CPA/CPI

Найти и
выключить
плохие
креативы

Запустить
новые
акции

24/7, без
перерыва
на сон

Автоматизация на практике

Анализ

- ✓ Удобная таблица
- ✓ Много кампаний и объявлений
- ✓ Любое количество аккаунтов
- ✓ Конверсии из GA и постбеков

| Кампания | Статус | Показы | CTR | Клики | CPC | Заказы | eCPC | eCPM | Стоимость | Тип ставки | Цена bid | Цена inv. | CR: total | Топ | |
|-----------------------------------|--------|---------|-------|-------|------|----------|------|-------|-----------|------------|----------|-----------|-----------|--------------|--|
| Sitel Galaxy AIRussia Female | ✖ | 21 778 | 0.43% | 94 | 5,32 | 488,88 | 1,27 | 8,00 | 5,50 | CPC | 2 | 348,94 | 2.13% | atuko1_2 | |
| Sitel Galaxy MOS_SPS 20_43 Razvo | ✖ | 10 650 | 0.52% | 55 | 5,00 | 488,05 | 0,00 | 30,78 | 5,00 | CPC | 8 | 55,41 | 10.47% | | |
| Sitel Galaxy MOS_SPS Mode | ✖ | 18 054 | 0.51% | 88 | 5,88 | 497,81 | 0,00 | 38,15 | 5,50 | CPC | 4 | 124,45 | 4.50% | | |
| Sitel Galaxy MOS_SPS OnlineVideo | ✖ | 12 750 | 0.88% | 37 | 5,71 | 498,88 | 8,00 | 48,94 | 8,00 | CPC | 4 | 124,22 | 4.80% | | |
| Sitel Galaxy AIRussia OnlineVideo | ✖ | 18 058 | 0.57% | 31 | 5,34 | 485,81 | 0,00 | 34,00 | 8,00 | CPC | 4 | 121,40 | 4.40% | | |
| Sitel Galaxy AIRussia Filmm | ✖ | 12 370 | 0.59% | 73 | 6,12 | 448,82 | 0,00 | 41,31 | 7,00 | CPC | 1 | 448,82 | 1.31% | Заказы из GA | |
| Sitel Galaxy AIRussia Mobile | ✖ | 13 194 | 0.39% | 78 | 5,34 | 432,11 | 0,00 | 35,47 | 8,00 | CPC | 4 | 188,83 | 5.13% | | |
| Sitel Galaxy MOS_SPS Yaro | ✖ | 14 804 | 0.43% | 94 | 5,78 | 379,45 | 0,00 | 25,83 | 8,00 | CPC | 2 | 185,22 | 5.13% | | |
| Sitel Galaxy AIRussia Casual | ✖ | 9 678 | 0.81% | 59 | 5,81 | 331,26 | 0,00 | 38,58 | 8,00 | CPC | 1 | 331,26 | 1.80% | | |
| Sitel Galaxy AIRussia Hina | ✖ | 9 705 | 0.82% | 60 | 5,43 | 325,89 | 0,00 | 36,99 | 8,00 | CPC | 1 | 325,89 | 1.87% | | |
| Sitel Galaxy AIRussia Male | ✖ | 8 637 | 0.60% | 58 | 5,47 | 322,62 | 0,00 | 37,57 | 5,50 | CPC | 2 | 181,31 | 5.30% | atuko1_2 | |
| Sitel Galaxy MOS_SPS Female | ✖ | 10 470 | 0.56% | 59 | 5,11 | 391,63 | 0,00 | 22,15 | 3,85 | CPC | 4 | 75,41 | 8.70% | atuko1_2 | |
| Sitel Galaxy AIRussia Social | ✖ | 11 005 | 0.48% | 53 | 5,88 | 284,82 | 0,00 | 29,74 | 8,00 | CPC | 8 | 8,00 | 8.80% | | |
| Sitel Galaxy AIRussia Melika | ✖ | 8 678 | 0.51% | 44 | 5,58 | 248,82 | 0,00 | 30,42 | 8,00 | CPC | 8 | 3,00 | 0.00% | | |
| Sitel Galaxy MOS_SPS Casual | ✖ | 5 706 | 0.48% | 23 | 5,95 | 129,99 | 0,00 | 24,18 | 8,00 | CPC | 2 | 65,00 | 8.70% | | |
| Sitel Galaxy MOS_SPS Melika | ✖ | 4 703 | 0.48% | 23 | 5,52 | 138,91 | 0,00 | 29,03 | 8,00 | CPC | 1 | 128,91 | 4.33% | | |
| Sitel Galaxy MOS_SPS Male | ✖ | 2 937 | 0.60% | 28 | 5,43 | 188,80 | 0,00 | 37,45 | 5,50 | CPC | 1 | 188,80 | 5.00% | atuko1_2 | |
| Sitel Galaxy MOS_SPS Filmm | ✖ | 3 522 | 0.57% | 20 | 5,11 | 182,12 | 0,00 | 28,39 | 5,00 | CPC | 8 | 8,00 | 0.00% | | |
| Σ | | 287 879 | 0.53% | 1 111 | 5,34 | 6 188,26 | | | | | | 44,00 | 128,82 | 5.08% | |

Анализ

- ✓ Фильтры для построения любого среза
- ✓ Собственные теги для категоризации
- ✓ Графики
- ✓ Поминутная статистика

The screenshot displays the 'Фильтры' (Filters) and 'Теги' (Tags) sections of the Atuko analytics dashboard. At the top, there are navigation buttons: 'Фильтровать', 'Действия', 'Автоправила', and 'Теги'. The 'Фильтры' section includes a dropdown menu 'Выберите параметр' and three active filter rules: 'Кампания' (Campaign) containing 'MOS', 'Клики' (Clicks) greater than 100, and 'Цена: Install' (Price: Install) greater than 300. Each rule has a red 'X' icon for removal. At the bottom of this section are 'Очистить' (Clear) and 'Применить' (Apply) buttons. The 'Теги' section features a text input 'Введите название' (Enter name) and five existing tags: 'attempt_2', 'attempt_3', 'Хороший креатив', 'Плохие кампании', and 'MATE'. A link 'Создать новый тег' (Create new tag) is located at the bottom of the tags section.

Создание

- ✓ Загрузка через Excel
- ✓ Переменные для подстановки изменяющихся элементов
- ✓ Очень легко редактировать

| Тип ставки | Места размещения | Ставка | Название кампании | UTM-метка | Пол | Переменная 1 | Возраст | Переменная 2 |
|--|--|--|--|--|--|---|---|---|
| Смена оплаты - за клик или за показ: 1) Безлимитная рекламная ставка 2) Обязательна в рекламной кампании | Название мест размещения - те же, как и интерфейс myTarget. Колонка кнопка для тех рекламных форматов, у которых выбор мест размещения есть в интерфейсе MT. 1) Временная рекламная ставка, как и MT. Можно подменить на листе "Площадки". 2) Каждое значение в отдельной строке (для новой строки нажмите Alt+Enter). 3) По умолчанию будут выбраны все доступные места размещения. | Числовый статус, который будет выставлен при создании. 1) Если укажите ставку ниже максимальной для площадки, по ставке будет выставлен до максимальной. 2) Формат числа - как с копкой, при не делении. 3) Обязательна в рекламной кампании. | Название кампании. 1) В названии можно использовать переменные вида {ст_чл%}. 2) Обязательна в рекламной кампании. | Использовать ли переменную в формате myTarget. 1) Безлимитная рекламная ставка, как и MT. 2) По умолчанию - нет. | Пол. 1) Безлимитная рекламная ставка, как и MT, M, Ж, MM, ЖМ, М, F, MT, FM. 2) По умолчанию: MM. | Произвольная переменная. 1) Переменную, созданную на листе "Переменные", можно использовать в заголовках, текстах и URL объявления, а также в названиях кампаний. 2) Для подстановки значения переменной используйте шаблон {ст_чл%}, где N - номер переменной. 3) Переменная может быть до 20 штук. | Диапазон параметров издаетки. 1) Диапазон разделяется дефисом (например, 18-34). 2) Если указать один значение - диапазон будет шириной 1 год. 3) Если указать 2 - то будет диапазон на год, возраст которого не определит. 4) По умолчанию: 18-25. | Произвольная переменная. 1) Переменную, созданную на листе "Переменные", можно использовать в заголовках, текстах и URL объявления, а также в названиях кампаний. 2) Для подстановки значения переменной используйте шаблон {ст_чл%}, где N - номер переменной. 3) Переменная может быть до 20 штук. |
| CRM | | 20 | {st_чл%}{_id}_{st_чл%}{_id}_{st_чл%} | | М | М | 20-29 | 40+ |
| CRM | OK ON MyTarget | 20 | {st_чл%}{_id}_{st_чл%}{_id}_{st_чл%} | | М | М | 40-75 | 40+ |
| CRM | OK | 20 | {st_чл%}{_id}_{st_чл%}{_id}_{st_чл%} | | Ж | М | 20-29 | 40+ |
| CRM | OK | 20 | {st_чл%}{_id}_{st_чл%}{_id}_{st_чл%} | | Ж | М | 40-75 | 40+ |
| СРС | | 12 | {st_чл%}{_id}_{st_чл%}{_id}_{st_чл%} | | MM | MM | 40-75 | 40+ |
| СРС | | 12 | {st_чл%}{_id}_{st_чл%}{_id}_{st_чл%} | | М | М | 40-75 | 40+ |

Как комбинировать

Указывает, из каких колонок в рамках одной группы сделать все возможные сочетания.
1) Режим комбинирования может быть разным в разных группах, но одинаковым в рамках одной группы.
2) Если в явном не указать иначе, то будет создано по умолчанию на каждую строку.

Заголовок объявления.
1) При рекламе прикреплённый заголовок должен начинаться с названия приложения в магазине приложений.
2) В заголовке можно использовать переменные вида {ст_чл%}.

Текст объявления.
1) Максимальная длина в формате.
2) В тексте объявления можно использовать переменные вида {ст_чл%}.

Создать прямо в ссылке объявление переменной вида {ст_чл%}

Перетащите файлы или нажмите для выбора

Список файлов

- jpg CP_36(min_f2).jpg image
- jpg Natasha.jpg image
- jpg c0a2f62e671412ec587a051661708b4a.jpg image
- jpg eecf8eaaf8a95256aecd90ca7020df6.jpg image

Создание: переменные

- ✓ Не нужно прописывать названия вручную
- ✓ Ссылки, тексты и даже изображения можно подставлять автоматически

| Я | Ставка | Название кампании | UTM-метка | Пол. |
|--|--|---|---|---|
| е же, льных ст е MT. з же, на онной лите ы все | Начальная ставка, которая будет выставлена при создании. 1) Если указанная ставка ниже минимальной для площадки, то ставка будет повышена до минимальной. 2) Формат числа - как с точкой, так и с запятой. 3) Обязательно к заполнению. | Название кампании. 1) В названии можно использовать переменные вида [at_varN]. 2) Обязательно к заполнению. | Использовать ли автометку в формате myTarget. 1) Возможные значения: да, нет, yes, no, 1, 0 2) По умолчанию: нет. | 1) Возможны: М, Ж, МЖ, FM 2) По умолчанию: |
| | 20 | FB_[at_var3]_1080x_[at_var1]_[at_var2] | | |
| | 20 | FB_[at_var3]_1080x_[at_var1]_[at_var2] | | |
| | 20 | FB_[at_var3]_1080x_[at_var1]_[at_var2] | | |
| | 20 | FB_[at_var3]_1080x_[at_var1]_[at_var2] | | |
| | 20 | FB_[at_var3]_1080x_[at_var1]_[at_var2] | | |

Управление

- ✓ Массовое редактирование
- ✓ Ставка для целевого охвата
- ✓ Любую логику можно переложить на автомат

Контроль CPM

Название: Контроль CPM

Если:

- Цена: install > 100
- Статус кампании: Активно
- Клики > 50

+ Добавить параметр

Что сделать: Поменять ставку

Ставка относительно текущей: -5%

но не меньше: 3 руб. и не больше: 10 руб.

Уведомить меня по email также отправить уведомления на эти адреса:

- ✓ Если Кликов > 50 и Регистрация < 30 руб, то поднять ставку на 10%
- ✓ Если Кликов > 50 и Регистрация > 30 руб и Покупка < 200 руб, то поднять ставку на 5%
- ✓ Если Кликов > 50 и Регистрация > 30 руб и Покупка > 200 руб, то снизить ставку на 5% и выслать уведомление «CPA достигнут»

Трюки, возможные при автоматизации

От CPC к CPM

- ✓ Запускаем тест по CPC
- ✓ Находим лучшие креативы
- ✓ Открываем загрузочный Excel-файл
- ✓ Убираем плохие креативы, ставим CPM

10 минут – и перешли на CPM

Быстрый тест креативов

- ✓ Собираем Excel-файл для заливки
- ✓ Загружаем
- ✓ Дизайнер готовит новые картинки
- ✓ Загружаем новые картинки + прежний Excel-файл

20 минут – и тестируем новое

Автоправило следит за CTR

- ✓ Проверяем CTR, если преодолен порог числа показов
- ✓ Если CTR низкий, то останавливаем объявление

Хлам выключается автоматически

Живые примеры

Получение лидов в B2B

Исходная ситуация:

- ✓ 500 лидов в месяц, CPA 200 рублей
- ✓ Задача - собрать больше лидов

Что сделали:

- ✓ Массовая заливка сегментированных кампаний через Excel
- ✓ Интеграция Google Analytics и Atuko
- ✓ Автоправила для остановки объявлений с плохим CPA

Снижение
CPA
2.5x

Рост числа
лидов
14x

Платящие игроки в онлайн-гейминге

Исходная ситуация:

- ✓ Привлечение активных игроков в игры
- ✓ Оценка – по ROI на 7 день

Что сделали:

- ✓ Интеграция CRM-данных для оценки CPA в игроков и ROI
- ✓ Заливка кампаний с сегментацией – быстрый поиск наиболее эффективных креативов
- ✓ Автоправила для:
 - ✓ Остановки при плохом CTR и CPA
 - ✓ Раскачки кампаний (первые клики по высокой ставке)
 - ✓ Удержание охвата

Снижение
CPA
-40%

Канал стал
прибыльным,
увеличили
бюджет



ATUKO

Спасибо!

Вопросы – в студию!

