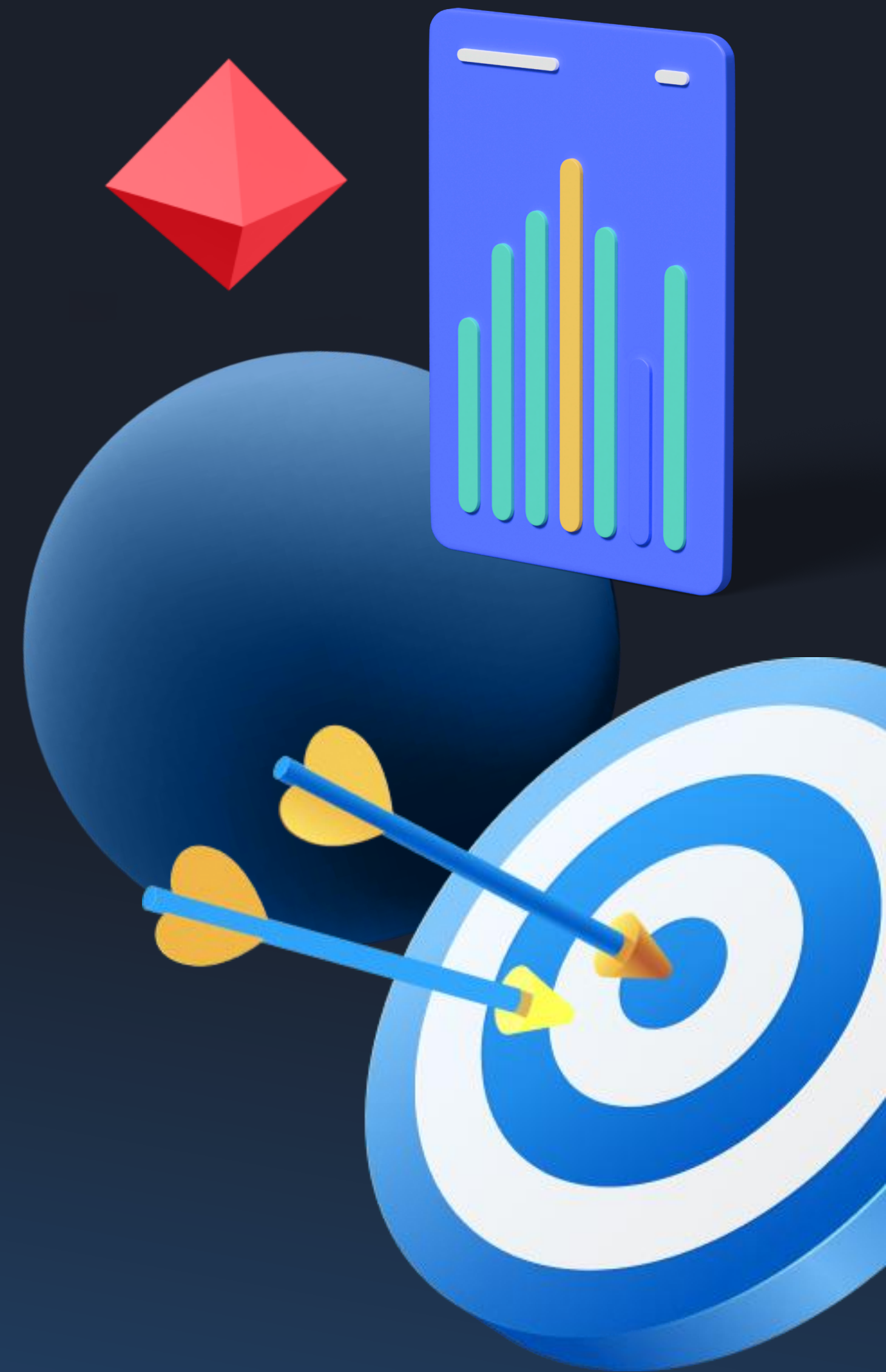


Ⓜ Реклама

# Корректировка ставок



# Цель и задачи урока

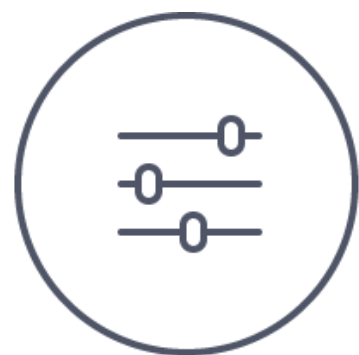
## Цель урока

Узнать, что такое  
корректировки ставок

## Задачи урока

- Понять, по каким срезам можно назначать корректировки ставок
- Разобраться, как корректировки ставок влияют на итоговую ставку при ручном и автоматическом управлении
- Выяснить, какие значения корректировок являются предельными
- Узнать, для чего и в каких ситуациях используются корректировки ставок

# Что такое корректировки ставок



## Корректировки ставок

Позволяют рекламодателям повышать или понижать ставку, цену или ценность конверсии при показе объявления в зависимости от конкретных условий. Их значение можно изменять с помощью коэффициентов



## Коэффициент

Заданная в процентах величина, на которую изменяется ставка, цена или ценность конверсии (в зависимости от выбранной стратегии)

# По каким срезам можно назначать корректировки ставок

- ✓ Целевая аудитория  
Понижающий или повышающий коэффициент для аудитории, соответствующей определенным условиям ретаргетинга и подбора аудитории
- ✓ Пол и возраст  
Понижающий или повышающий коэффициент для аудитории определенного пола или возраста
- ✓ Видеодополнения  
Понижающий или повышающий коэффициент для видеодополнений
- ✓ Регион показа  
Понижающий или повышающий коэффициент для регионов показа объявлений
- ✓ Смарт-объявления  
Понижающий или повышающий коэффициент для смарт-объявлений. Только для смарт-баннеров

# По каким срезам можно назначать корректировки ставок

- ✓ Устройства  
Понижающий или повышающий коэффициент для разных типов устройств
- ✓ Инвентарь  
Понижающий или повышающий коэффициент для разных типов медийной рекламы. Только для медийных кампаний
- ✓ Погода  
Понижающий или повышающий коэффициент в зависимости от погодных условий
- ✓ Эксклюзивное размещение  
Повышающий коэффициент для эксклюзивного размещения или рекламы в саджесте
- ✓ Платежеспособность  
Понижающий или повышающий коэффициент для платёжеспособного сегмента аудитории

# Как задать корректировки

- ✓ Задать корректировки можно для кампании или группы объявлений
- ✓ Если вы задали корректировку одного типа и для кампании, и для группы объявлений, будет применена корректировка для группы
- ✓ Чтобы не применять корректировку для кампании к определённой группе объявлений, установите для этой группы коэффициент равный нулю

## Пример

Вы задали корректировку для кампании и установили коэффициент «увеличить на 40%», но не хотите применять этот коэффициент для какой-то группы объявлений. Для этой группы установите коэффициент 0%

# Как задать корректировки

- ✓ В стратегии «Оптимизация кликов» система управляет ставками с учётом установленных коэффициентов, не превышая заданные ограничения (недельный бюджет, среднюю цену клика)
- ✓ Если для стратегии указана максимальная ставка, фактическая ставка не превысит скорректированную максимальную

## Пример

Вы используете стратегию с заданным ограничением максимальной ставки за клик 20 ₽ и задали коэффициент для показа на мобильных «увеличить на 100%» (скорректированная ставка 40 ₽). При показе на мобильных может использоваться ставка 40 ₽

# Как задать корректировки

- ✓ В конверсионных стратегиях («Оптимизация конверсий», «Целевая доля рекламных расходов», «Оптимизация рентабельности») целевые показатели будут выдерживаться с учетом указанных корректировок

## Пример

Вы используете стратегию «Оптимизация конверсий» и указываете среднюю цену конверсии 200 ₽. Также вы настраиваете повышающую корректировку 100% на смартфоны.

Тогда для смартфонов средняя цена конверсии составит 400 ₽, а для прочих устройств — 200 ₽. Если подключить оплату за конверсии при аналогичных настройках и цене конверсии 200 ₽, за конверсию со смартфона будет списываться 400 ₽

# Как задать корректировки

- ✓ В стратегиях «Целевая доля рекламных расходов» и «Оптимизация рентабельности» указанные корректировки будут влиять на целевое значение доли рекламных расходов или рентабельности инвестиций, которое выдерживает стратегия на выбранном срезе

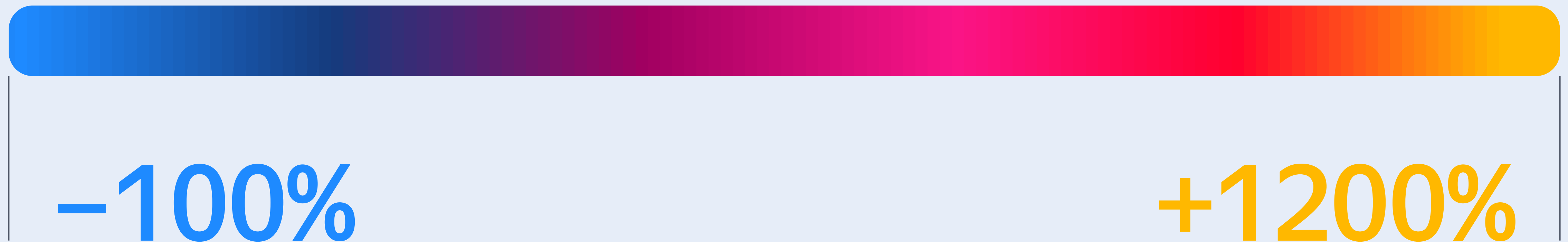
## Пример

При повышающей корректировке в 100% на смартфоны и доле рекламных расходов 10% стратегия будет выдерживать значение ДРР 20% для смартфонов и 10% для остальных устройств.

Если подключить оплату за конверсии, стратегия принесет конверсии по фиксированной цене, равной указанному проценту ДРР с учётом заданных корректировок

# Предельные значения корректировок

Значения корректировок к ставке, цене или ценности конверсии  
(в таком случае показы будут исключены)



# Выводы урока

- 01 Узнали, что такое корректировки ставок
- 02 Поняли, по каким срезам можно назначать корректировки ставок
- 03 Разобрались, как корректировки влияют на итоговую ставку при ручном и автоматическом управлении
- 04 Выяснили, какие значения корректировок являются предельными
- 05 Поняли, для чего и в каких ситуациях используются корректировки ставок

