

Я Реклама

Влияние правок на переобучение



Цель и задачи урока

Цель урока

Узнать, какие правки
влияют на процесс
переобучения стратегий

Задачи урока

- Понять, как часто стоит вносить
корректировки в рекламные
кампании

Влияние правок на переобучение стратегий

Виды перезапуска (переобучения стратегий)

Перезапуск обучения

- Система заново строит прогнозы и настраивает показы на новую аудиторию
- Влияние на статистику: спад показов после внесения изменений

Перезапуск трат недельного бюджета

Система в работе продолжит учитывать накопленную статистику, но расход может быть неравномерным

Перезапуск обучения

- Смена стратегии
- Изменение цели в настройках стратегии (в том числе изменение ключевых целей при оптимизации по «Все ключевые цели»)
- Изменение атрибуции
- Приостановка кампании более чем на 7 дней
- Включение оплаты за конверсии



Перезапуск обучения

- Система заново строит прогнозы и настраивает показы на новую аудиторию
- Влияние на статистику: спад показов после внесения изменений



Перезапуск трат недельного бюджета

- Смена стратегии
- Изменение недельного бюджета
- Установка недельного бюджета
- Изменение максимальной или средней цены клика
- Изменение CPA
- Включение оплаты за конверсии
- Изменение CPM (для неперiodных РК)
- Включение кампании после остановки (если простой более 4 часов)
- Пополнение счета при нулевом балансе (если простой более 4 часов)
- Изменение временного таргетинга (в том числе показы в праздничные дни)
- Изменение даты старта РК (сдвинули в будущее)

Влияние правок на переобучение стратегий

Система в работе продолжает учитывать накопленную статистику, но расход может быть неравномерным

Влияние на статистику:

- Лимит расхода в сутки (35% от недельного бюджета) может быть превышен в день рестарта (максимальный расход может составить 35% от недельного бюджета до рестарта и 35% от недельного бюджета после рестарта)
- С момента рестарта система забывает все траты, которые были до этого момента. Вместо этого она учитывает некие прогнозные траты: сколько система могла бы потратить за период с начала недели и до рестарта при заданном недельном бюджете
- Недельные и средние ограничения в автоматических стратегиях могут быть не выдержаны за календарную неделю. Объясняется это тем, что с момента рестарта мы и начинаем выдерживать новое среднее, не учитывая старые показатели
Какой может быть максимальный расход за неделю при рестарте, описано [здесь](#).
- В день рестарта в кампании могут быть неравномерные показы (спад/всплеск)

Выводы урока

- ✓ Разобрали влияние правок на переобучение стратегий

