ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИЧИН РАСТУЩЕГО РСА ДЛЯ ЕГО СНИЖЕНИЯ И СТАБИЛИЗАЦИИ

Презентация Хакимова Леонида Аналитика клиента «Сигма»

КОНТАКТЫ И ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ

Контактные данные:

■ Телефон: +7-909-201-80-88

• e-mail: xlr@it-bel.ru

Дата проведения исследования:

■ 25 Mas 2023r.

- Выяснить причину растущего СРА
- Дать рекомендации по снижению и стабилизации СРА до целевого значения (380 руб)

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Проведя исследование мы предлагаем следующее для снижению и стабилизации СРА:

Корреляция категории РКО с СРА очень высока (+28/+49/27) можно предположить, что удельная стоимость рекламы категории РКО выросла (возможно в следствии повышенной конкуренции за клиента в этой категории), т.е. если нужны целевые действия по данной категории - надо закладывать в бюджет бОльшую цену, если нужно сохранить бюджет – переключиться на рекламирование других категорий;

для снижения и стабилизации СРА можно рекомендовать:

- снизить ориентацию на:
 - ✓ QueryType (search only) _ none(+10//9)
- Переориентироваться:
 - ✓ в Device с Mobile(+8//4) на Desktop,
 - ✓ в Place с Networks на Search(-10//9)
- поэкспериментировать с:
 - ✓ TargetingType _ Phrase(0/+33/7), _ Retargeting(0/0/16), _ Autotargeting(0/-27/0)
 - ✓ BannerType $_{1}$ text(0/+25/15), $_{2}$ image $_{3}$ image $_{3}$ (0/0/34), $_{3}$ cpm $_{4}$ banner(0/-36/0)
 - ✓ Category _ Deposit(0/-27/0), _ CreditCard(0/-25/0)

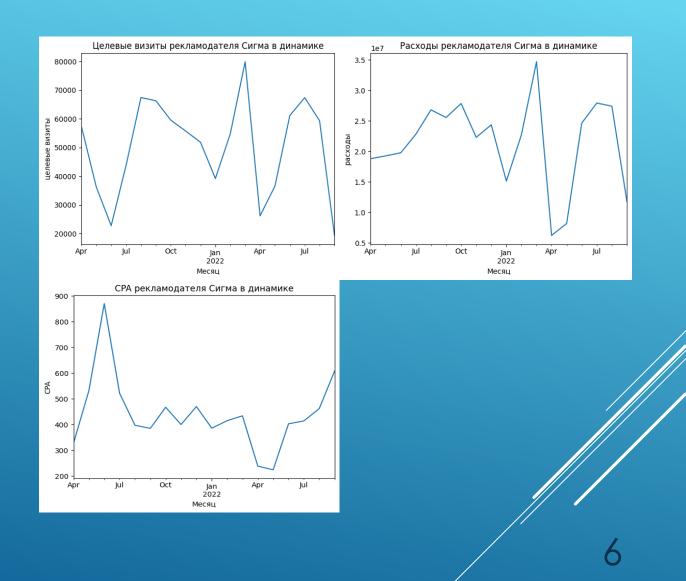
Так же, в т.ч. ввиду ухода с рынка основного конкурента Яндекса Google можно порекомендовать рассмотреть альтернативные площадки для рекламы



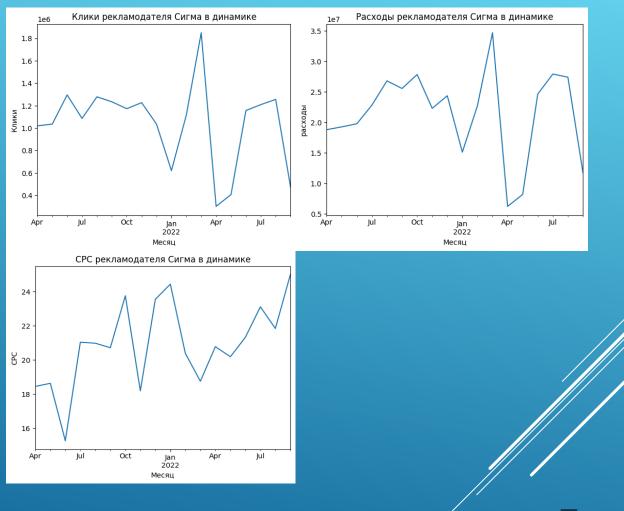
- Расходы, целевые визиты, СРА
- Расходы, клики, СРС
- Расходы, показы, СРМ
- Корреляция СРА
- Зависимость CPA от параметров характеристик

ПЛАН ИССЛЕДОВАНИЯ

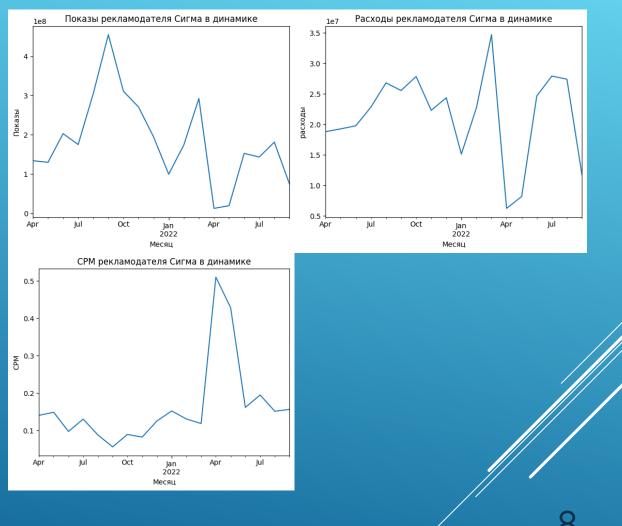
РАСХОДЫ, ЦЕЛЕВЫЕ ВИЗИТЫ И СРА



РАСХОДЫ, КЛИКИ, СРС



РАСХОДЫ, ПОКАЗЫ И СРМ

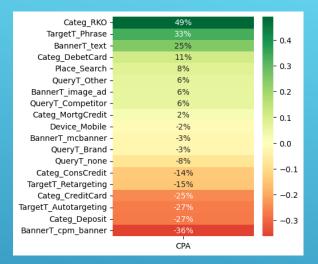


КОРРЕЛЯЦИЯ СРА

Коэффициент Пирсона:

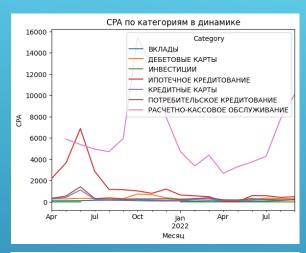
Коэффициент Спирмена:

Categ RKO -	28%	
QueryT none -	10%	- 0.25
Device Mobile -	8%	
TargetT Retargeting -	7%	
BannerT image ad -	6%	- 0.20
BannerT mcbanner -	3%	
TargetT_Phrase -	-1%	- 0.15
BannerT_text -	-1%	
QueryT_Competitor -	-4%	0.10
QueryT_Brand -	-4%	- 0.10
Categ_DebetCard -	-4%	
BannerT_cpm_banner -	-4%	- 0.05
QueryT_Other -	-5%	
Categ_Deposit -	-5%	0.00
Categ_MortgCredit -	-6%	- 0.00
TargetT_Autotargeting -	-6%	
Categ_CreditCard -	-7%	0.05
Categ_ConsCredit -	-7%	
Place_Search -	-10%	0.10
	CPA	0.10
	G/A	
BannerT_image_ad -	34%	
Categ_RKO -	27%	
TargetT_Retargeting -	16%	- 0.30
BannerT_text -	15%	
QueryT_none -	9%	0.25
Place_Search -	- 9%	- 0.25
TargetT_Phrase -	- 7%	
Device_Mobile -	4%	- 0.20
BannerT_cpm_banner -	- 0%	0.20
Categ_ConsCredit -	- 0%	
BannerT_mcbanner -	- 0%	- 0.15
Categ_DebetCard -	- 0%	
QueryT_Brand -	- 0%	
QueryT_Competitor -	- 0%	- 0.10
QueryT_Other -	- 0%	
Categ_CreditCard -	- 0%	
TargetT_Autotargeting	- 0%	- 0.05
Categ_MortgCredit -	- 0%	
Categ_Deposit -	- 0%	0.05
	CPA	- 0.00

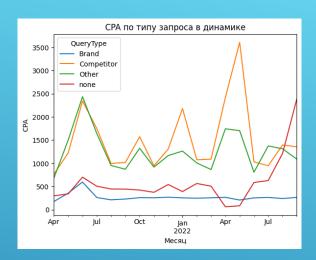


Коэффициент Phi-K:

ЗАВИСИМОСТЬ СРА ОТ ПАРАМЕТРОВ ХАРАКТЕРИСТИК







СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!