

# Исследование рекламных кампаний рекламодателя Сигма

Автор: Жмуйдецкий Евгений

Дата: 23.05.2023



# Рекомендации по итогам исследования

- Временно отключить кампанию по продвижению расчетно-кассового обслуживания (РКО) как минимум в рекламной сети, а также медийно-контекстные баннеры в поиске
- Проверить настройки этой рекламной кампании, выявить и устранить причины высокой стоимости целевого действия
- После изменений настроек для вышеуказанных объявлений включить кампанию и следить за показателями
- Подключить автотаргетинг для кампании РКО, так как этот тип таргетинга показывает низкий CPA для тех кампаний, где он уже подключен
- Проверить настройки показов графических объявлений в рекламной сети для кампаний по ипотечному кредитованию и дебетовым картам
- Настроить цель для кампании по рекламе инвестиций

# Общие выводы по исследованию

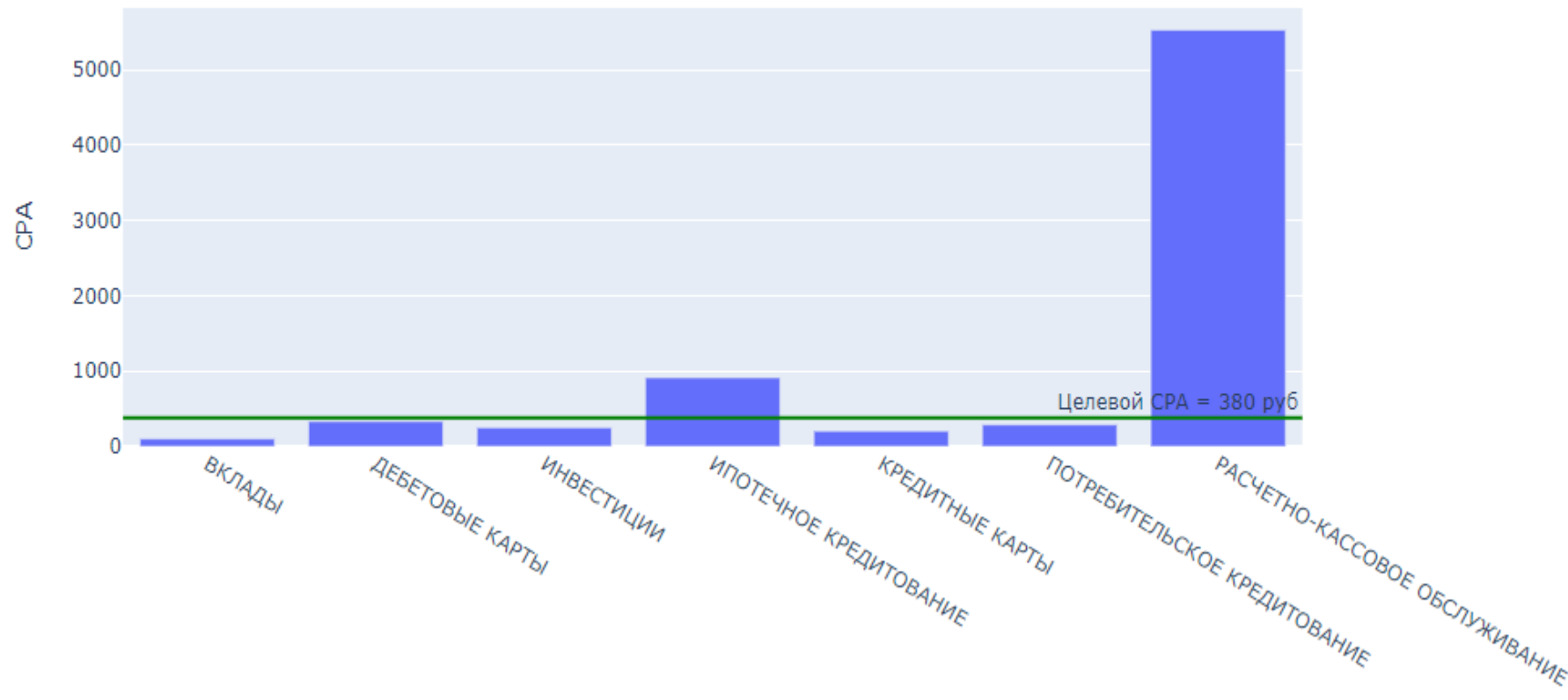
- Превышение величины CPA над целевым показателем в 380 рублей происходит из-за неэффективной кампании по рекламе расчетно-кассового обслуживания, в которой CPA достигает 10 тысяч рублей в последнем месяце
- Основа этого превышения лежит в расходах на графические и текстовые баннеры в рекламной сети , а также в медийно-контекстных баннерах на поиске
- Для кампании по инвестициям не настроена цель, соответственно расчет CPA общий некорректный

# Общая динамика СРА



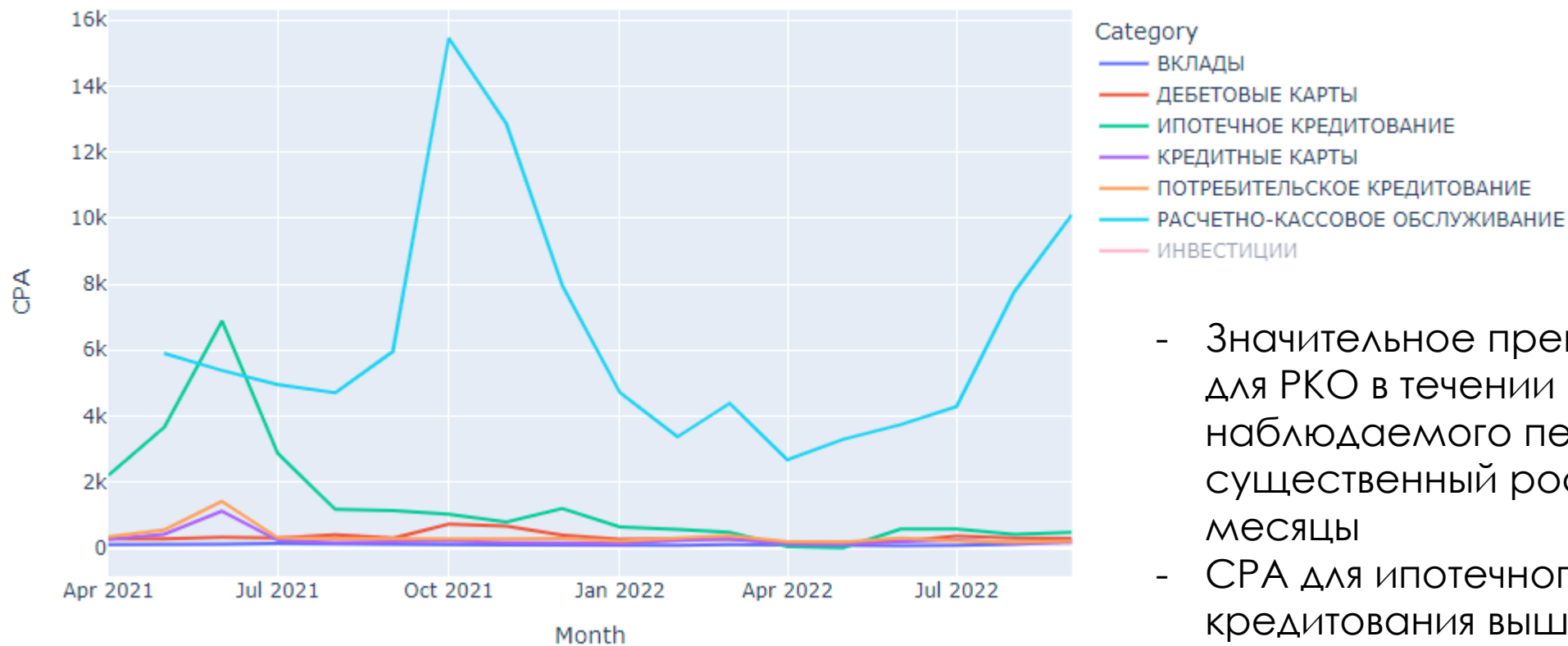
Действительно  
наблюдаем  
рост СРА  
начиная с июня  
по сентябрь  
2022

# CPA по рекламируемым категориям



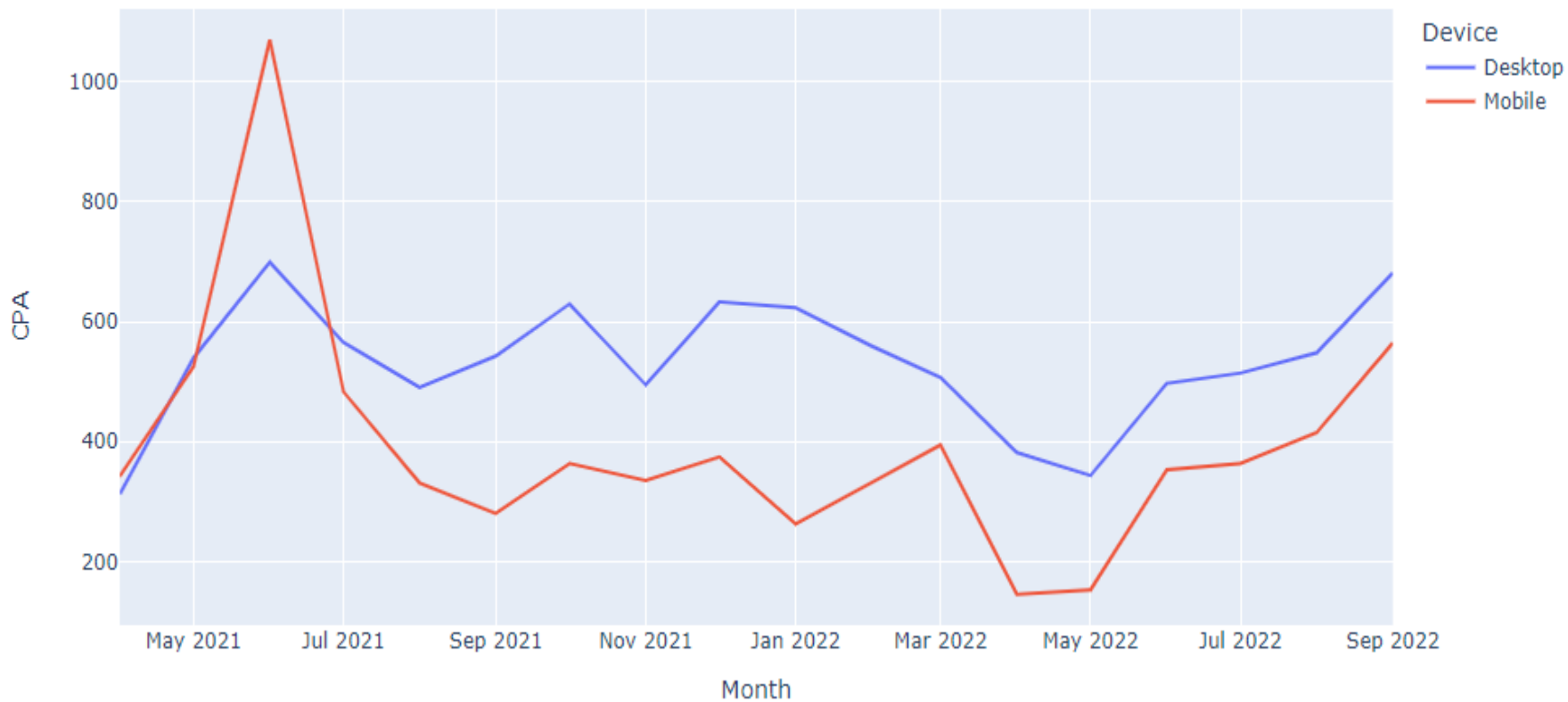
- Значительное превышение CPA для кампаний по рекламе РКО
- Существенное превышение CPA для ипотечного кредитования
- По остальным категориям CPA ниже целевого
- Для инвестиций – CPA расчетное, данных не было

# Динамика CPA по категориям



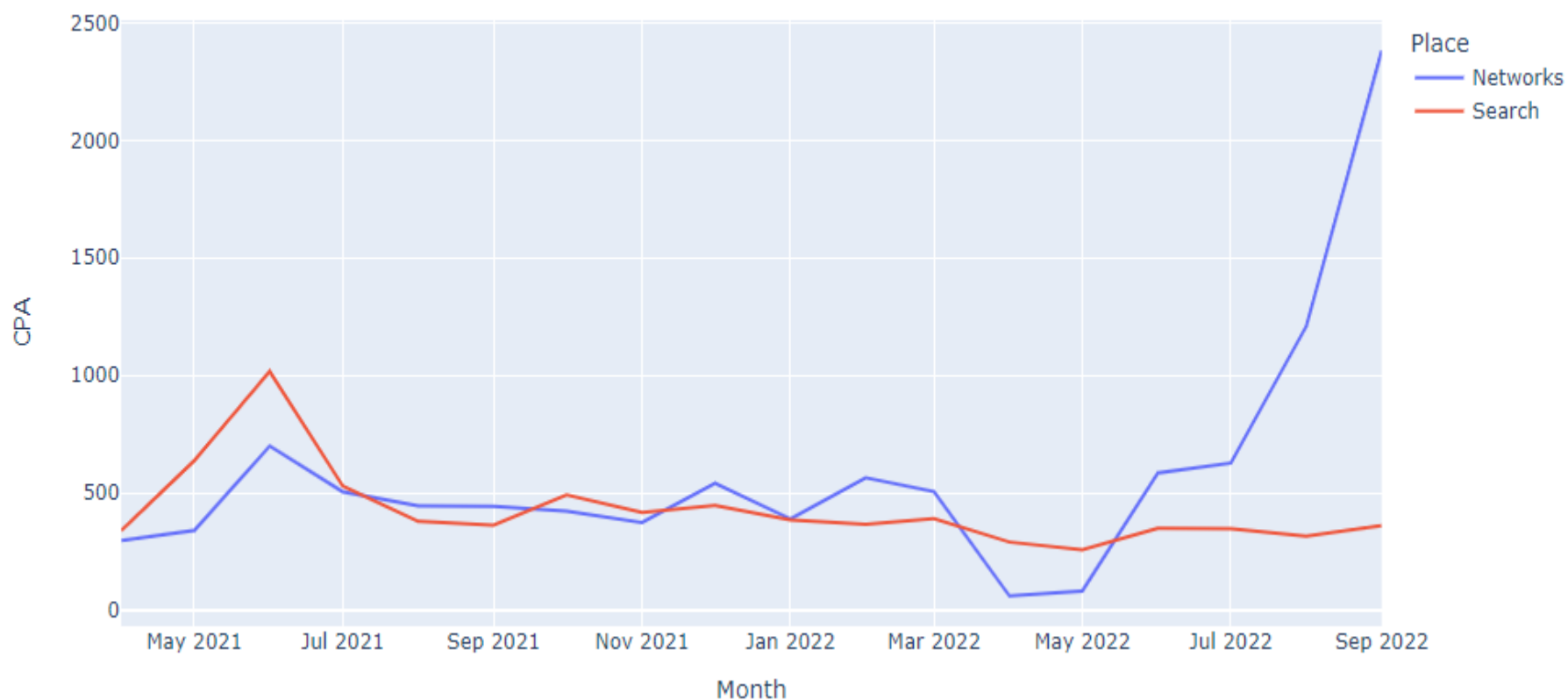
- Значительное превышение CPA для РКО в течении всего наблюдаемого периода и существенный рост в последние месяцы
- CPA для ипотечного кредитования выше прочих категорий

# Зависимость CPA от устройства



- Динамика CPA для десктопов и мобильных устройств одинакова
- CPA для десктопов всегда выше, чем для мобильных устройств

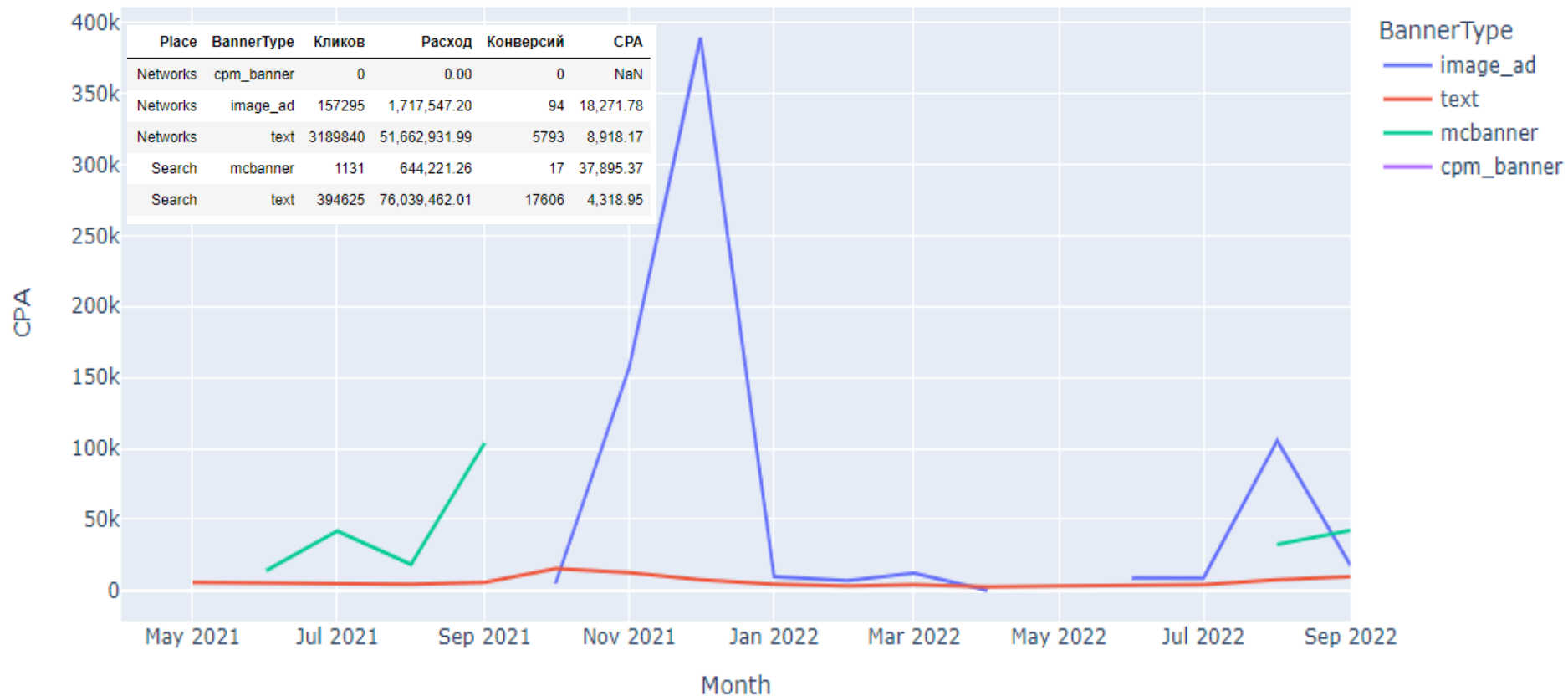
# Динамика CPA для мест размещения (все категории)



- Для размещения в рекламной сети виден резкий и значительный рост CPA с июня 2022 года
- До этого было существенное падение CPA для этого места размещения

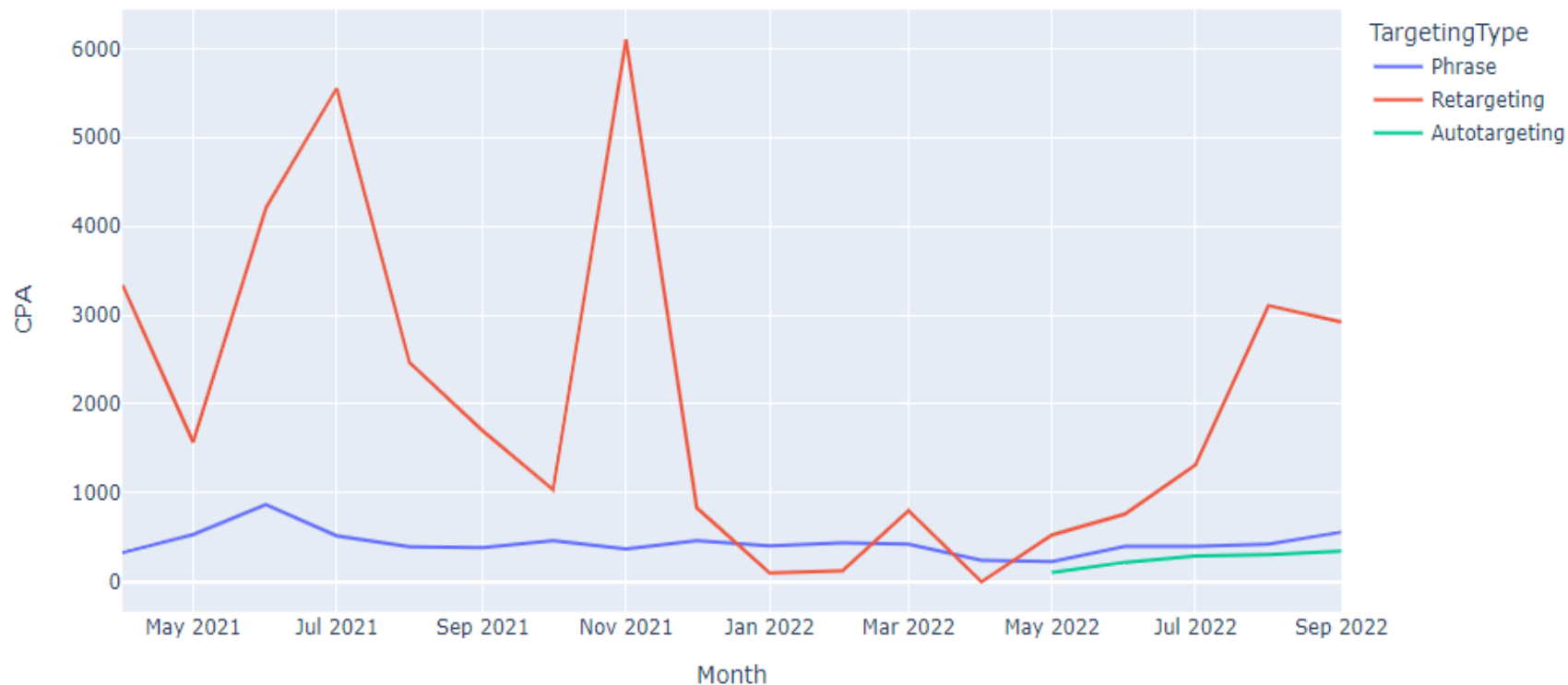


# CPA по типам баннеров для кампаний РКО



- С июня 2022 года в рекламе РКО появились графические объявления в сети с очень высоким CPA
- В августе появились медийно-контекстные баннеры в поиске, также с очень высоким CPA

# Динамика CPA по типу таргетинга



- CPA ретаргетинга имел значительные колебания до января 2022 года
- CPA ретаргетинга значительно растет с июня 2022 года, совпадает с ростом CPA кампаний РКО
- Авторетаргетинг показывает CPA ниже других видов таргетинга