



Про интересную и полезную монетизацию



Егор Самосват

Руководитель юнита эффективности монетизации Авито

- Развиваем ML-модели, алгоритмы и механизмы под капотом монетизационных продуктов
- Работаю в Avito с 2023 года, опыт в AdTech порядка 10 лет
- Буду рад ответить на вопросы tg: @samosvat_egor



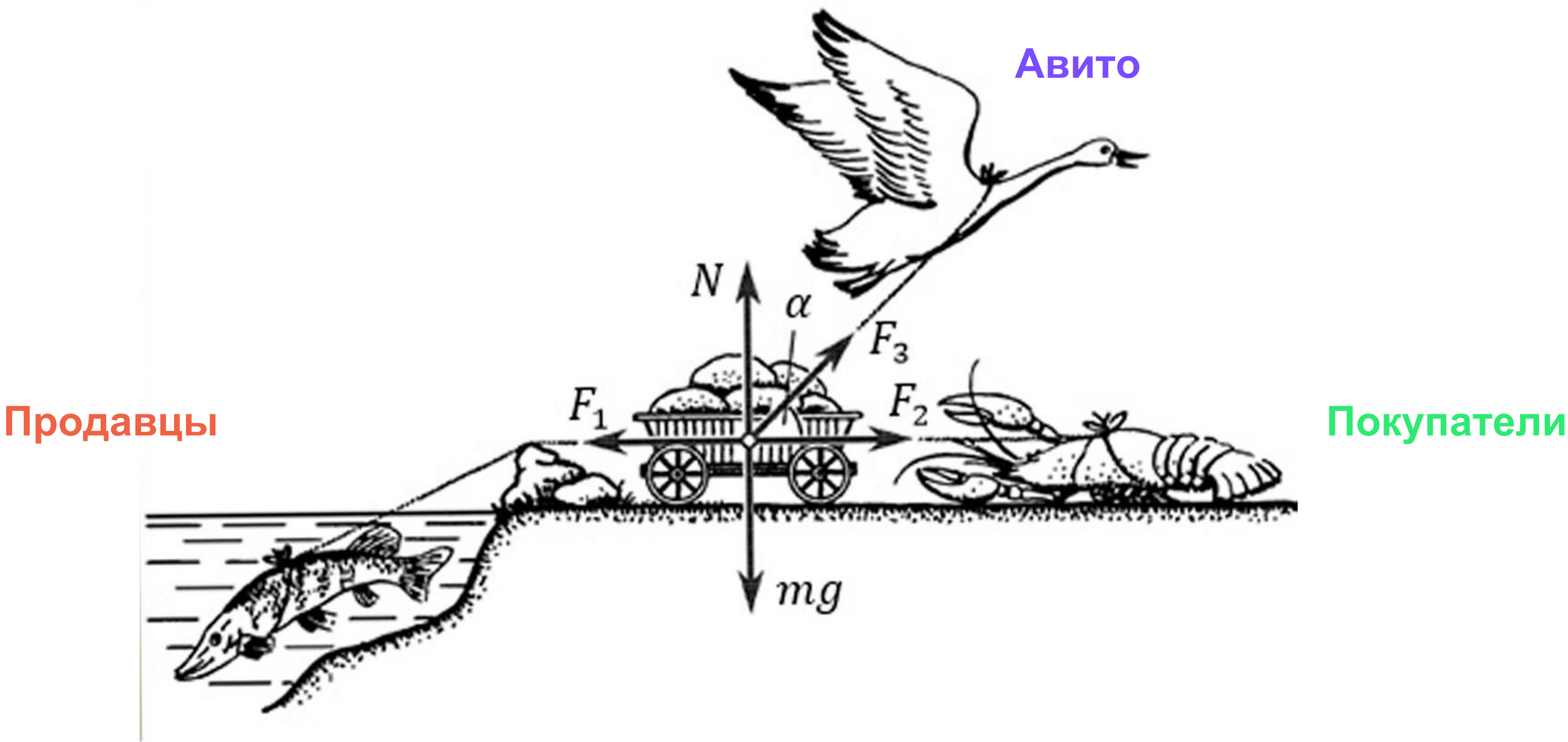
Монетизация – это интересно

1

2



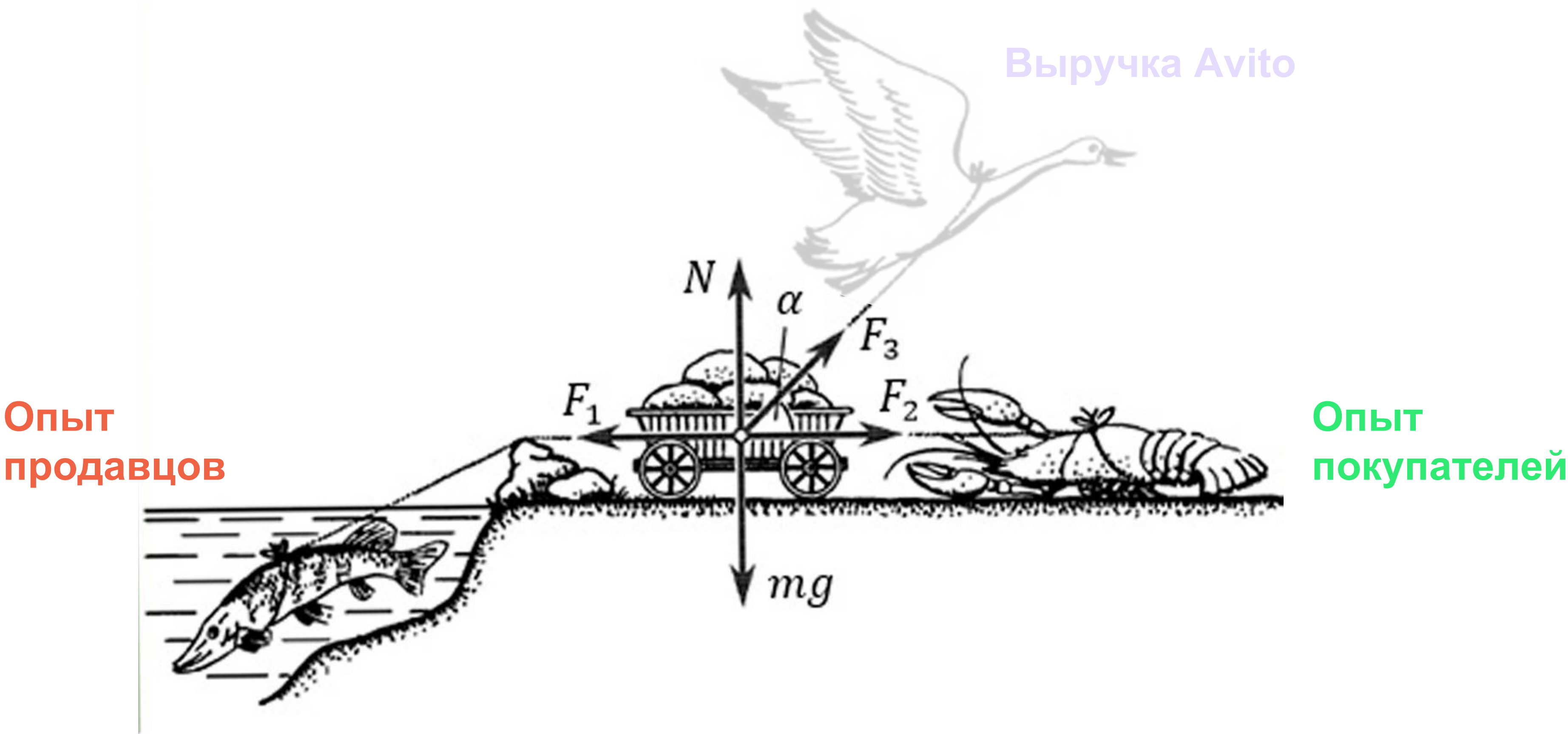
Сложные компромиссы



Важно счастье трех сторон

Хотим растить выручку Авито, заботясь об опыте покупателей и продавцов

Долгосрочные эффекты



Возможен отток покупателей и продавцов, изменение бюджетов на продвижение

Требуются особые подходы к экспериментам и метрикам

Долгосрочные эффекты



01

Ранжирование
или калибровка?
Как измерять
качество
рекламных CTR
моделей

Александр Ледовский

02

Split-тесты или как мы
упростили
тестирование новых
механизмов
Монетизации

Антон Семенистых



03

Как мы запускали
новую модель
продвижения -
матчинг и
**региональные
тесты**

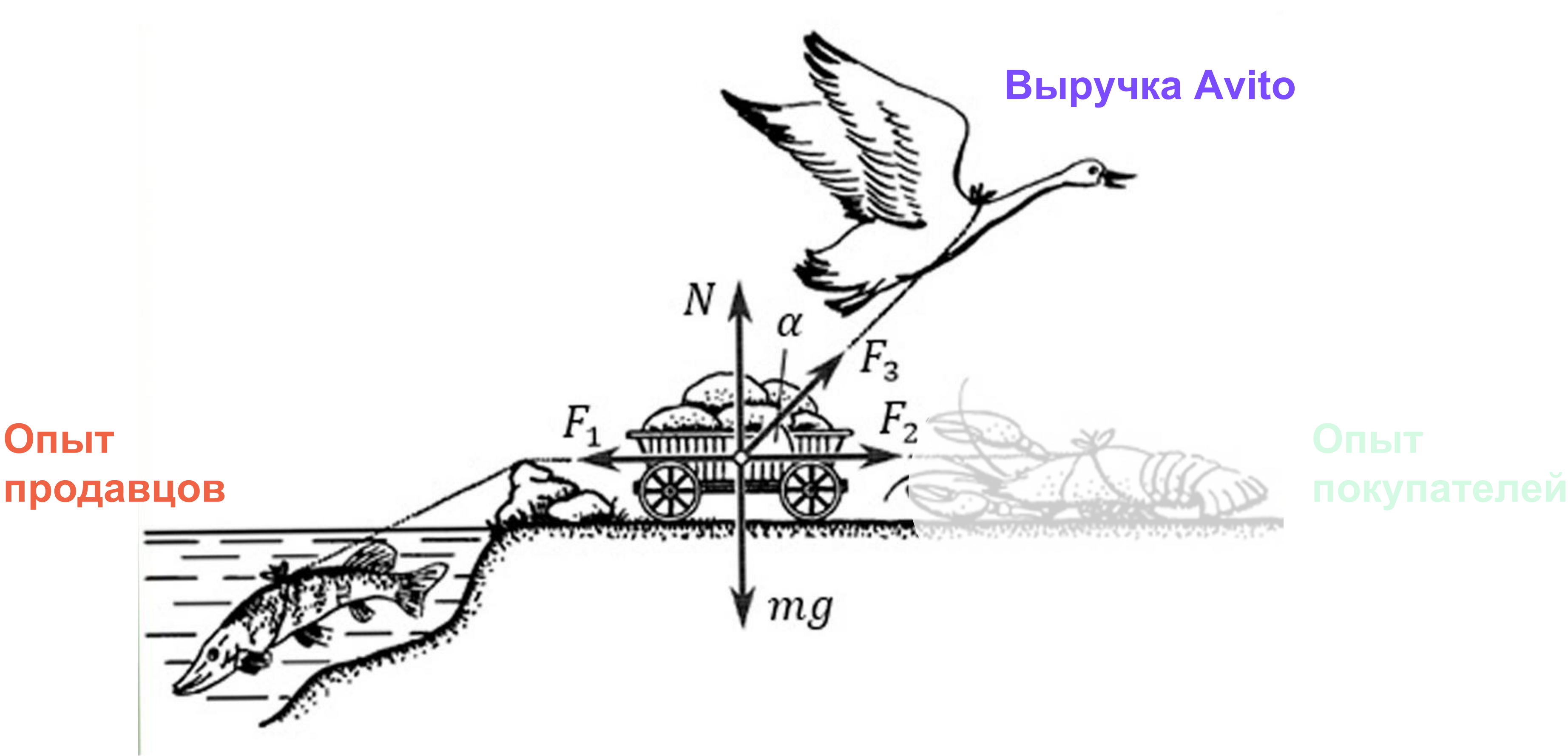
Алина Савельва

04

Дискуссия. VCG, GSP
или First Price? Как
выбрать рекламный
аукцион

Егор Самосват, Ван
Хачатрян (Озон), Алексей
Ульянин (Яндекс),
Александр Ледовский -
модератор

Деньги имеют значение



Платишь больше, хочешь быть выше в выдаче

Аукционы для ранжирования и ценообразования, особые требования к ML-моделям

Деньги имеют значение

01

Ранжирование
или **калибровка**?
Как измерять
качество
рекламных CTR
моделей

Александр Ледовский

02

Split-тесты или как мы
упростили
тестирование новых
механизмов
Монетизации

Антон Семенистых

03

Как мы запускали
новую модель
продвижения -
матчинг и
региональные
тесты

Алина Савельва

04

Дискуссия. VCG, GSP
или First Price? Как
выбрать рекламный
аукцион

Егор Самосват, Ван
Хачатрян (Озон), Алексей
Ульянин (Яндекс),
Александр Ледовский -
модератор

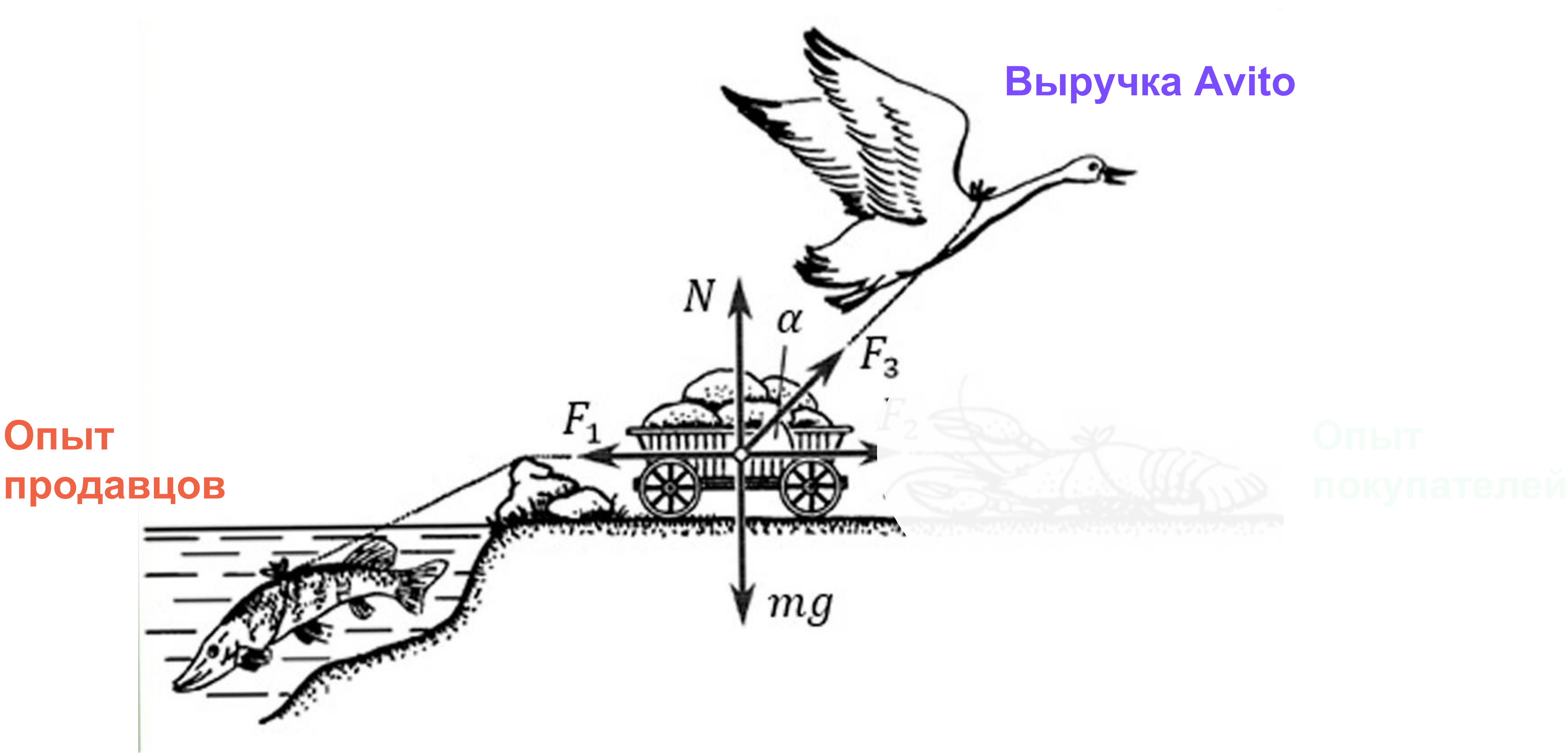
Монетизация — это полезно

1

2



Забота об опыте продавцов



Ускоряет рост выручки после внедрений

Уменьшая долгосрочные эффекты

Пример: предоплата или постоплата

Продвижение

Чем больше бюджет, тем больше получите просмотров

560 Р

Дневной бюджет 80 Р

24 Р

320 Р

Срок 7 дней

1

30

Продавец платит сразу всю сумму за прогнозируемые дополнительные просмотры

- Основные риски на стороне продавца
- Улучшения моделей подрастят выручку только после того того, как продавец заметит эффект, если заметит

Продвижение за комиссию

Сейчас ничего не платите

Плату за продвижение удержим вместе с базовой комиссией, когда принесём бронь — это будет общая комиссия.

Базовая комиссия — 15%. Если добавите к ней плату за продвижение, гости будут чаще видеть объявление в рекомендациях и поиске.

Общая комиссия

20 %

Сильнее, чем у 19% конкурентов

Даты бронирований

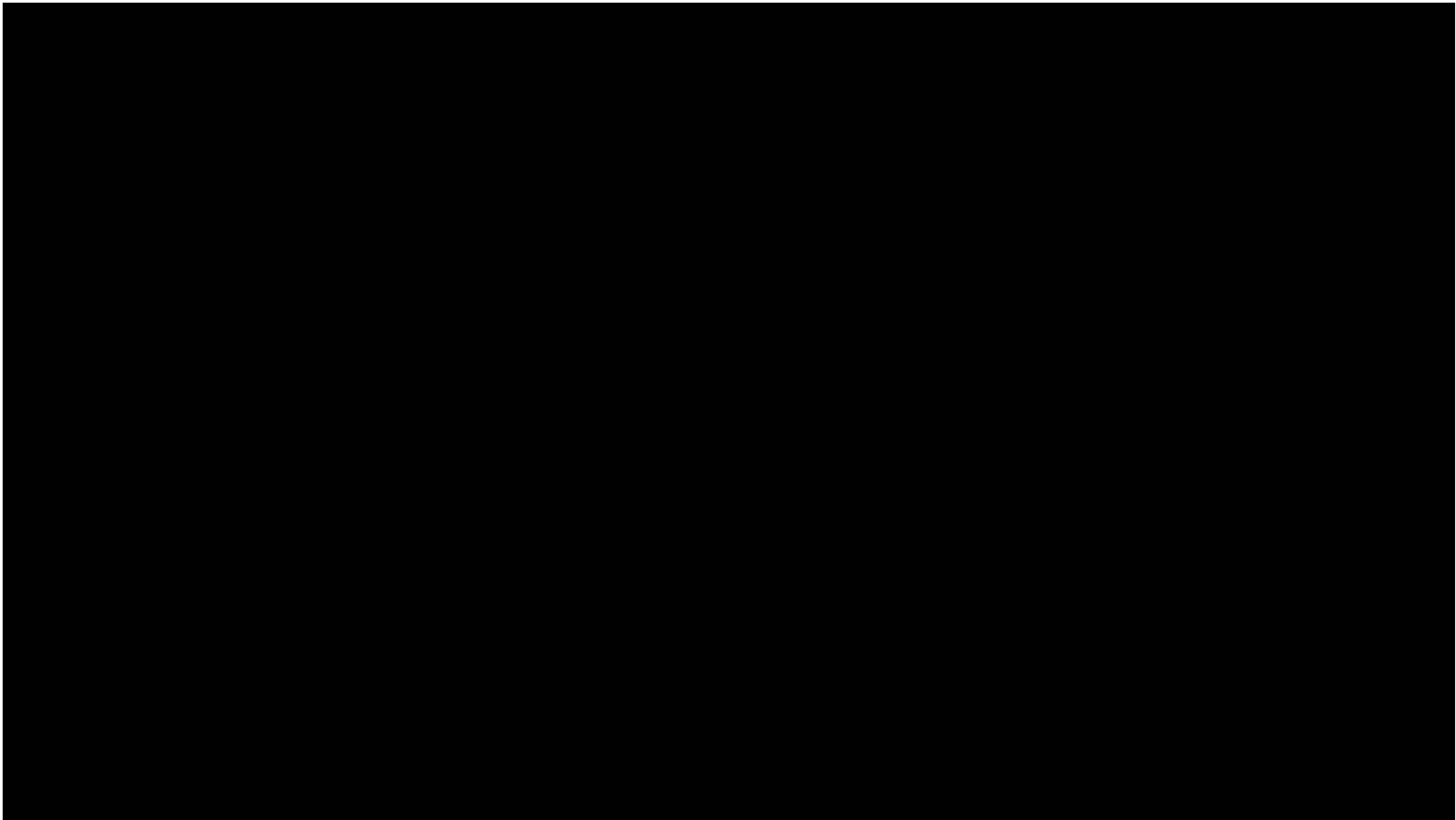
Все свободные

Указать период

Продавец платит только в случае полезных для него событий (кликов, звонков, бронирований)

- Авито берет на себя больше рисков
- Полезное действие — момент всеобщего счастья
- Улучшения качества моделей даже на несколько процентов приводят к немедленному росту выручки

Парадокс Браеса



В платных системах могут быть более эффективные равновесия

Платность заставляет продавцов аккуратнее искать своего покупателя

Егор Самосват

Руководитель юнита эффективности монетизации

**Здоровый рост выручки
является следствием роста
пользы для продавцов и
покупателей**



@samosvat_egor

