

Критерии работы отдела промо с событийными акциями

Основные принципы

Отдел промо больше **не запускает акции** с прогнозируемым показателем прибыли (PL) **менее \$7,000**.

Такие акции могут быть сразу отменены, если имеются исторические данные, подтверждающие, что подобная механика ранее не достигала уровня PL в \$7,000.

Действия если предполагаемый PL акции меньше необходимого:

Акции с прогнозируемым PL ниже \$7,000 могут быть пересмотрены с помощью следующих действий:

1. **Увеличение продолжительности акции**
2. **Расширение целевой аудитории**
(Добавление новых гео может помочь увеличить прибыль и привлечь больше участников)
3. **Изменение механики акции**
(Изменение условий, механики, удешевление наград)

Если ни один из указанных вариантов не привёл к увеличению PL до уровня \$7,000, акция отменяется и не запускается.

Исключения из правил:

1. **Акции в спортивном сегменте**
Акции в спортивном сегменте на текущий момент (19.11.2024) не подпадают под новые правила, так как они давно не проводились и изменилось понимание целевой аудитории. Мы запустим те акции, которые уже запланированы, если преданалитика покажет ожидаемый PL более \$3,000. Дальнейшие решения о запуске акций спорта будут приниматься на основании пост-анализа.
2. **Перезапуски по новым гео**
Для перезапусков по новым гео предоставляется карт-бланш на PL около \$0.

- Список гео, которые будут перезапущены - определяется **Павлом Вайсеро** (до конца Ноября 2024 будет приложен файл)

Внедрение амбассадоров

Амбассадоры будут внедряться в общие/текущие промо-кампании через добавление их в баннеры и позиционирование.

Если заказчик не согласен с такими изменениями, решение подобных случаев производится письменно через **E-mail**. (Подробнее ниже)

- Кантри-менеджеры в рамках **задачи** определяют, кто именно будет являться амбассадором.
- Полный список амбассадоров доступен в документе: [ссылка](#)

Процесс принятия решения об отмене акции

- Решение об отмене акции фиксируется в комментарии в **Asana** с указанием ответственного.
- Если заказчик не согласен с отменой, такие случаи решаются письменно через **email**.

E-mail письмо для решения спорных вопросов

При отправке **E-mail** заказчик должен добавить следующих участников:

- **Maksim Roschina** - Team Lead **Growth Operations Promo**
- **Yuriy Aksenov** - Head of Product Marketing
- Исполнитель текущей задачи

- [Anastasiya Naumova](#) - Project Manager [Growth Operations Promo](#)
- С стороны автора письма необходимо добавить руководителя

Формат письма:

Тема: Название акции - Отмененная задача

Текст письма:

- Ссылка на задачу в Asana: [ссылка на задачу](#)
- **Причина:** по которой заказчик хочет восстановить акцию
- **Обоснование:** почему акция должна быть запущена, несмотря на установленные правила

После получения письма обсуждаются причины и возможные решения в официальной переписке.