

Автоматическая корректировка ставок

Размещение рекламы — это множество показов в [результатах поиска Яндекса](#), на площадках [Рекламной сети Яндекса](#) и внешних сетей. При этом качество показов не может быть однородным. Где-то целевых переходов будет больше, где-то меньше. Автоматическая корректировка ставок в Директе помогает сэкономить деньги в тех случаях, когда польза от показа рекламы прогнозируется ниже ваших средних показателей и приносит больше целевого трафика при высокой вероятности конверсии. Это помогает клиентам Директа получать в среднем на 14% больше конверсий за тот же бюджет.

Как работает прогнозатор конверсий

Прогнозатор конверсий, работающий на основе технологий машинного обучения, предсказывает полезные действия посетителей на любом сайте, где подключена Яндекс Метрика. Прогноз строится на данных о посещаемых страницах сайта, глубине и времени просмотра.

Прогнозатор может влиять на вероятность конверсии: повышать или понижать ставку для показов, которые по расчету могут привести к конверсии. Прогноз всегда индивидуальный и основан на данных о вашей кампании и необходимых конверсионных действиях на сайте. Для показов в сетях в прогнозе также учитывается эффективность рекламных площадок. Например, если площадка в среднем конвертирует пользователей хуже, чем другие, и дает много отказов, ставка автоматически снижается, чтобы сэкономить бюджет.

По умолчанию в работе прогнозатора конверсий используются вовлеченные сессии — рассчитанная алгоритмом вероятность целевых действий на рекламируемом сайте. Чтобы влиять на работу автоматических корректировок, укажите [целевые действия](#) и их ценности, по которым вы оцениваете работу сайта. Тогда система будет прицельно работать для решения ваших задач.

Автоматическая корректировка ставок по целевым действиям кампании работает для стратегий с ручным управлением ставками и для автоматических стратегий, где нет оптимизации по конкретной цели.

Остались вопросы?

⚠ Внимание. Специалисты отдела клиентского сервиса могут вас проконсультировать только по рекламным кампаниям того логина, с которого вы обращаетесь. Логин можно

увидеть в правом верхнем углу экрана. Специалист получит доступ к вашим данным только при обработке обращения.

Написать в WhatsApp

Написать в чат

Позвонить

Написать письмо