

[Все коллекции](#) > [Рекомендации по работе с Hybe](#) > [Функция ML](#)

Функция ML

В этой статье мы расскажем, как распределяются и оптимизируются предлагаемые бюджеты для успешного запуска с помощью Hybe.



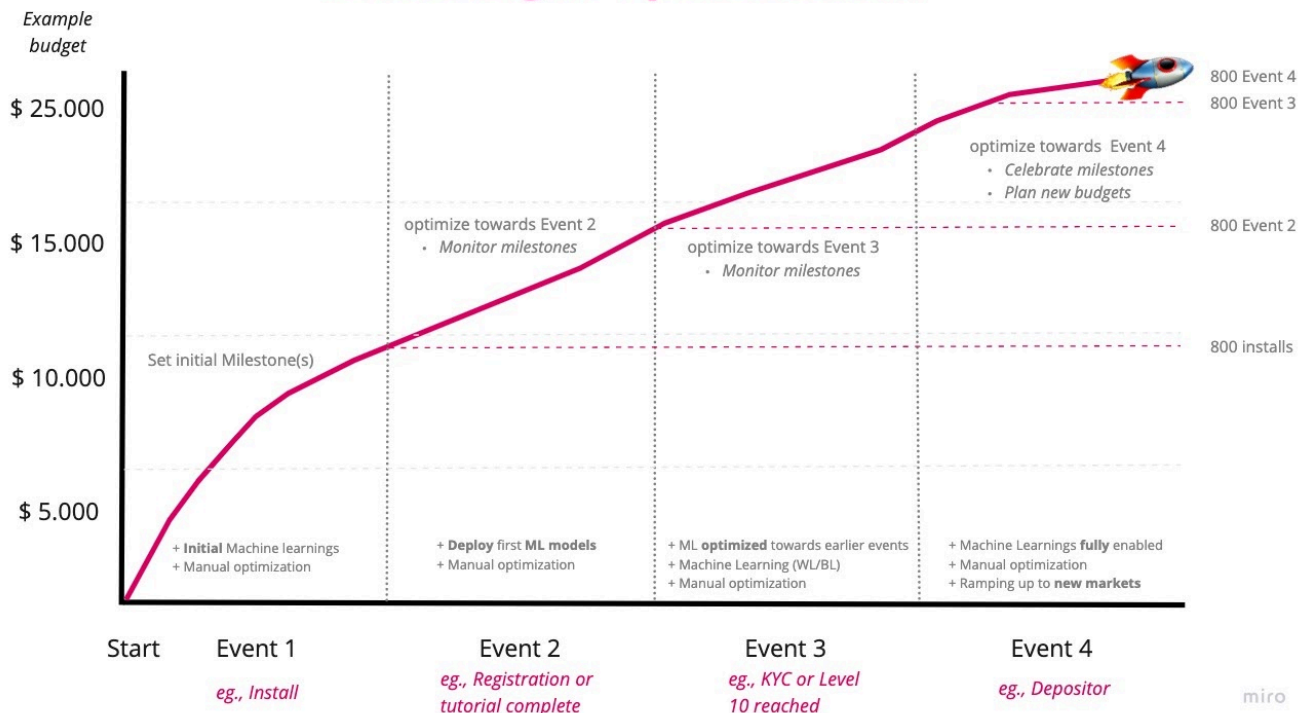
Автор: Gennadiy Akulov

Обновлено больше недели назад

Процесс машинного обучения

Приведенный ниже график иллюстрирует использование начального бюджета на тестирование. На каждом этапе наши алгоритмы машинного обучения изучают и оптимизируют полученные данные, чтобы максимизировать результат на этапе старта вашей работы с Hybe.

Test Budget Optimization



Хотя мы рекомендуем начинать обучение алгоритмов машинного обучения перед началом кампаний*, мы можем начать процесс привлечения пользователей и без них. Ниже приведено общее описание того, как работает процесс оптимизации.

Событие 1

Когда в **начале** ваших кампаний доступно мало данных, мы запускаем кампании без ML-модели, чтобы собрать достаточную обучающую выборку для построения модели.

Если неатрибуцированные события попадают в общий доступ до запуска кампаний UA, мы используем эти данные для построения похожих аудиторий, списков целевых приложений и определения характеристик целевых пользователей. Это помогает сэкономить бюджет на разведку, пока мы не получим достаточно данных для подключения первой ML-модели для оптимизации вероятности установки.

ML-оптимизация креативов работает с самого начала и помогает масштабировать наиболее эффективные креативы, снижая приоритет для худших.

Примеры событий:

- Установка

Событие 2

После того, как мы собрали исходные события, чтобы запустить ML**, мы начинаем использовать алгоритмы ML для оптимизации кампаний. Во время этого процесса наши эксперты по медиа-баинга также применяют различные ручные оптимизации, чтобы обеспечить максимальную производительность и быстрое блокирование нежелательных результатов***.

Примеры событий;

- *Завершение обучения*

- *Регистрация*

Событие 3

После того, как начальные этапы обучения ML завершены, мы продолжаем оптимизировать и включать ML-модели для дополнительных событий воронки.

Примерами событий являются;

- *Достижение 5-го уровня*

- *заполнены данные KYC*

Событие 4

Заключительным этапом оптимизации ML будет подключение модели, обученной на основе целевого события, например, платящего пользователя.

Примеры событий;

- *Депозитор*

** Поделитесь неатрибуцированными событиями из вашего MMP перед запуском вашей UA-кампании.*

**** Нам нужно ± 800 начальных событий, прежде чем мы сможем активировать первые алгоритмы ML**

***** Высокие eCPI, оптимизация креатива, оптимизация WL/BL, таргетинг по характеристикам пользователей, разделение таргетингов с лучшими показателями и средними и т.д.**

Другие статьи по теме

Интеграция с AppsFlyer



Гайд по интеграции приложений



Гайд по созданию рекламных кампаний



Знакомство с площадкой Hybe



Интеграция с MyTracker



Нашли ответ на свой вопрос?



HYBE