

Яндекс Маркет

Оптимизация кампаний по tCRA-стратегии

Кирилл Кузнецов,
ведущий менеджер по контекстной рекламе

Яндекс Маркет



bringly

Яндекс Маркет

27

млн
пользователей

25

тыс.
магазинов

225

млн
товарных предложений

Цели, задачи Маркета

Основные задачи сервиса:

- › помочь пользователю
найти подходящий товар

- › найти лучшее
предложение от магазина

Цели, задачи Маркета

Основные задачи сервиса:

- › помочь пользователю
найти подходящий товар

- › найти лучшее
предложение от магазина

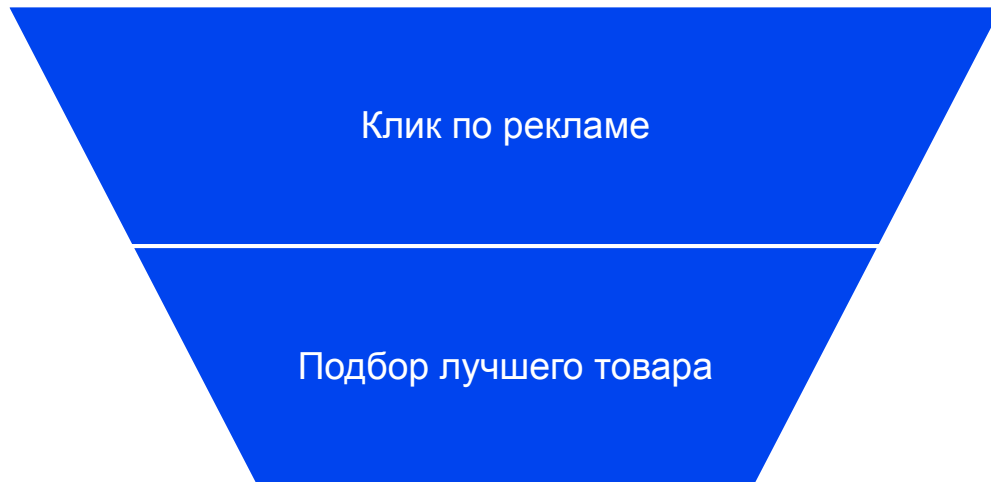
A blue trapezoidal graphic pointing to the right, containing the text 'Клик по рекламе'.

Клик по рекламе

Цели, задачи Маркета

Основные задачи сервиса:

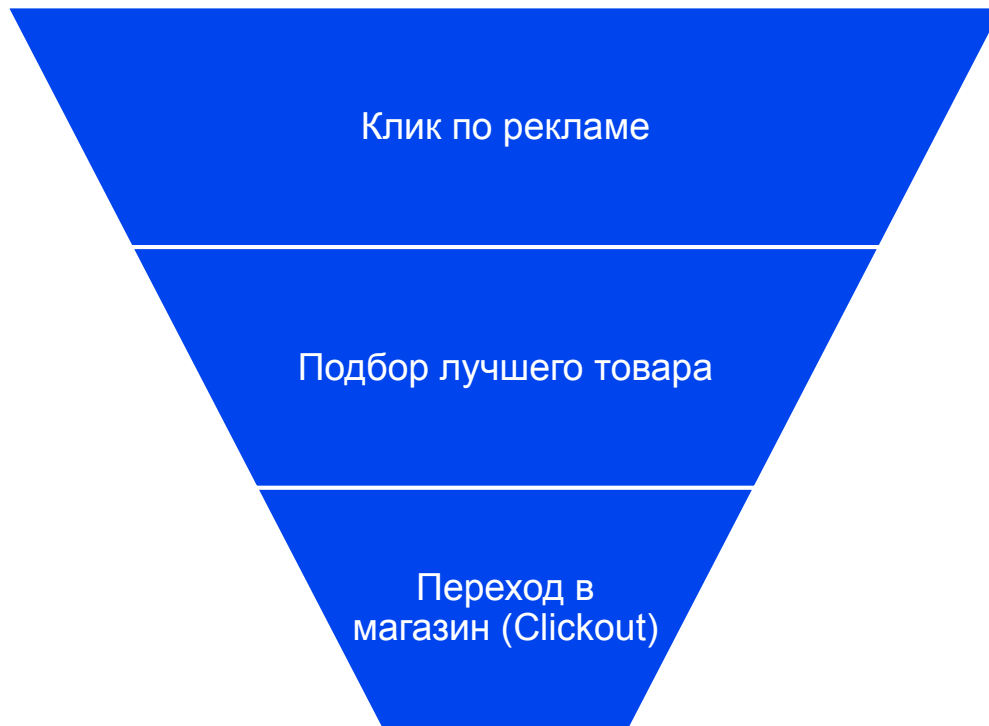
- › помочь пользователю
найти подходящий товар
- › найти лучшее
предложение от магазина



Цели, задачи Маркета

Основные задачи сервиса:

- › помочь пользователю
найти подходящий товар
- › найти лучшее
предложение от магазина



Цели внедрения tCRA

1

Рост количества
конверсий и CR

2

Попадание
в KPI (CPA)

3

Снижение
трудозатрат

Подход

1

Объединили
кампании в группу

2

Подключили РК
к общему бюджету

3

Создали пакетную стратегию
назначения ставок

Детализация по периодам обучения стратегии



“ДО”



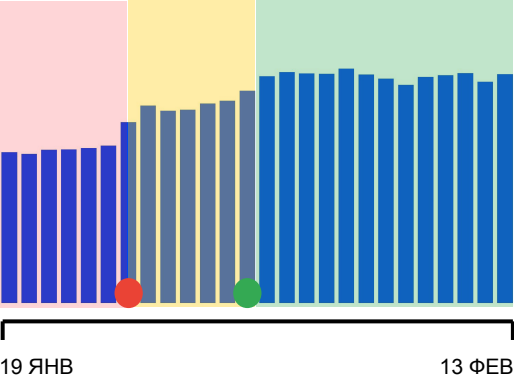
ОБУЧЕНИЕ



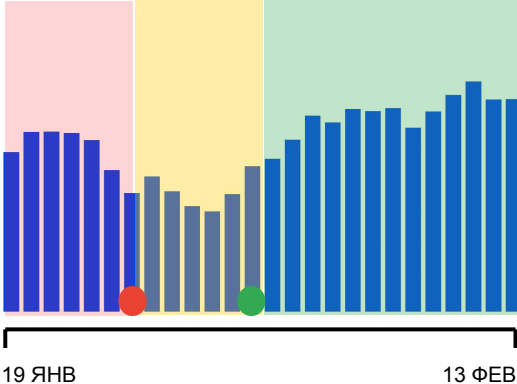
“ПОСЛЕ”

Ход эксперимента

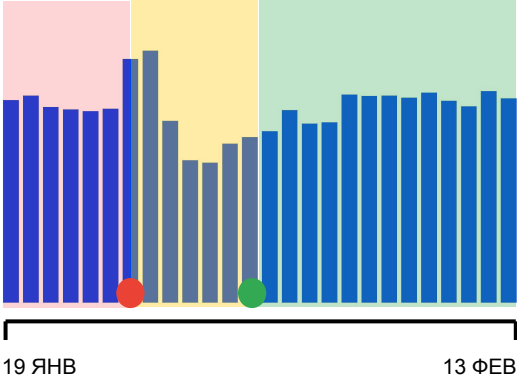
Коэффициент конверсии



Количество конверсий



Цена за конверсию



Результаты

+16%

объём
конверсий

+48%

коэффициент
конверсии

>50%

освобожденного
времени работы
над аккаунтом

CPA

не изменился

Почему всё получилось?



Выделили достаточное
время на тест.
Согласовали этапы
с командой Google



Не меняли цели
во время теста



Конверсий было много.
Максимально
объединили данные

Яндекс Маркет

Спасибо

Кирилл Кузнецов

Ведущий менеджер по контекстной рекламе

 ker4@yandex-team.ru

 @ Kerchx