



ЦИФРОВОЙ
**BRAND
DAY**

КИОН

® U S B P E N D
АССОЦИАЦИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
ФИРМЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК

Adindex MEDIA SCOPE H:P:A

Валидация трафика

Использование глубинных продуктовых метрик при оценке качества и оплате перфоманс трафика

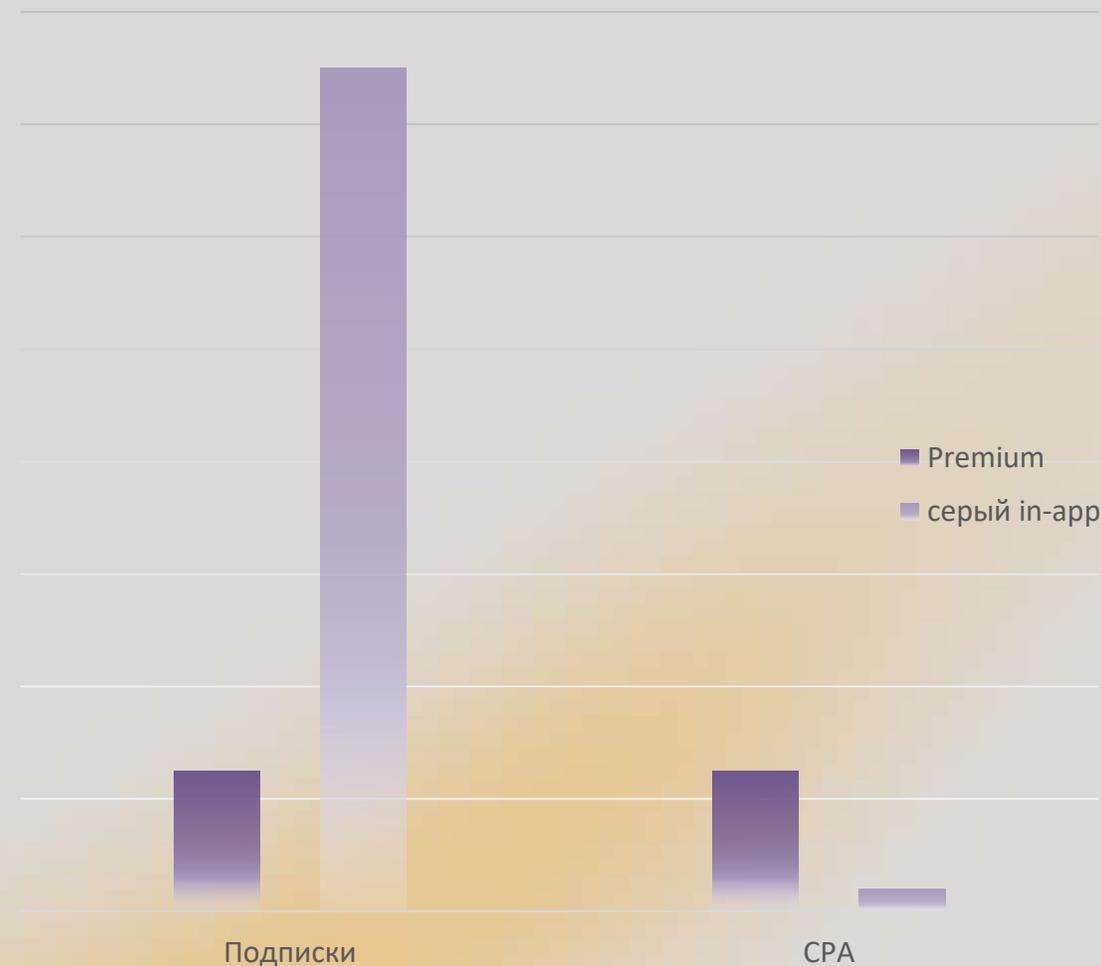
**Анна
Семёнова**

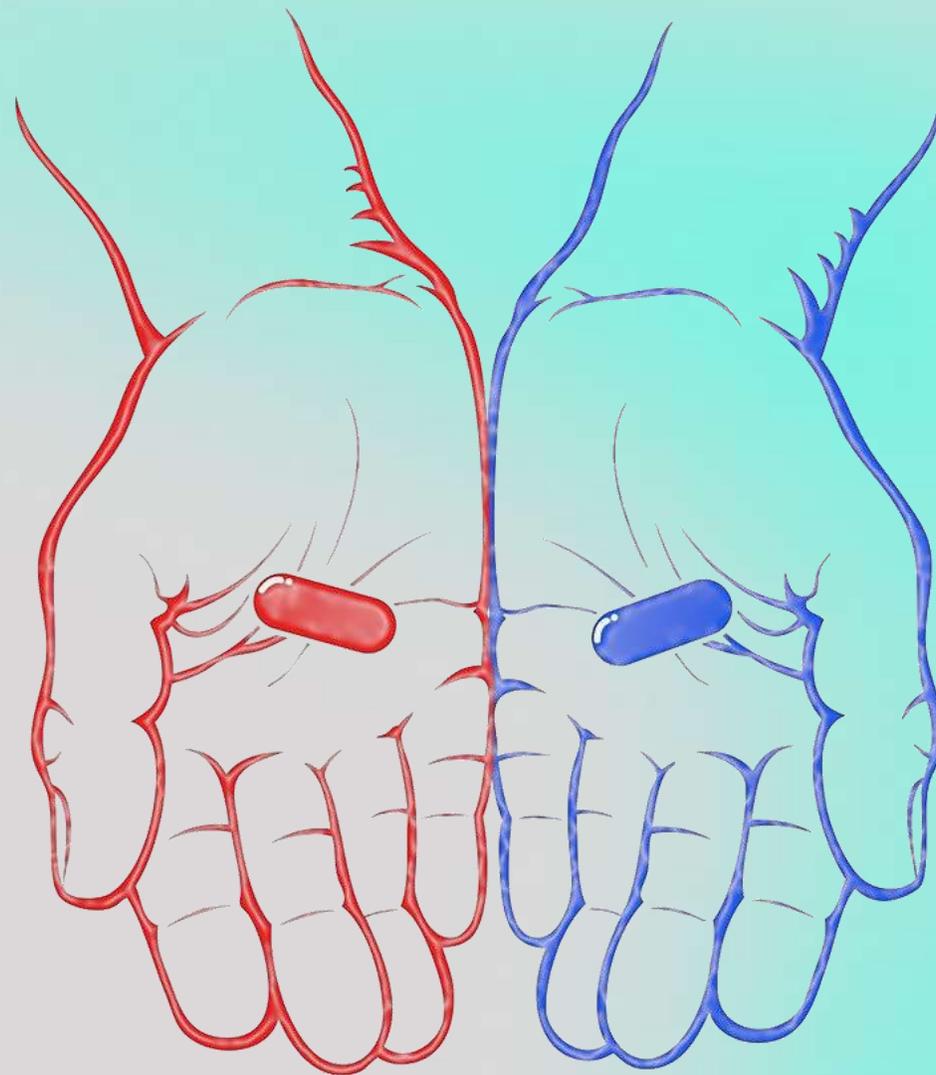
Руководитель перфоманс
привлечения
КИОН

Проблема

Смешивая дорогой премиум трафик с дешёвым ин-аппом, в сумме мы, конечно, получим много подписок и CPA в рамках бенчмарка, но на самом деле получим очень много фрода и трафик, который никогда не окупится.

Оба типа привлечения невыгодны бизнесу. Как по отдельности, так и в миксе.





Снизить САС
на премиум
источниках

Улучшить
качество
дешёвого
ин-аппа

СМОТРИ ГЛУБЖЕ

Мы ввели метрику серии смотрений для оценки качества трафика.
И сделали её Hard KPI для поставщиков.

А минусы будут?

Отсутствие масштабируемости
Для бизнеса

Падение объёмов
Для перфоманса

Отсутствие прозрачности
Для агентств

Решение #2

КИОН

АВТОМАТИЗАЦИЯ И ЧАСТОТА

Как это повлияло на всех участников процесса

МАСШТАБИРОВАНИЕ

Бизнес вернул масштабируемость наиболее эффективному каналу привлечения

ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Перфоманс вернул объёмы и снизил CPA в закупке трафика

МАРЖИНАЛЬНОСТЬ

Агентства получили понятный и прозрачный инструмент для оптимизации

Первые полгода

СРА

ПОДПИСКИ

-48%

x4

® U S B R E N D
АССОЦИАЦИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
ФИРМЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК



ЦИФРОВОЙ
**BRAND
DAY**

Adindex MEDIA SCOPE H:P:A

СПАСИБО!