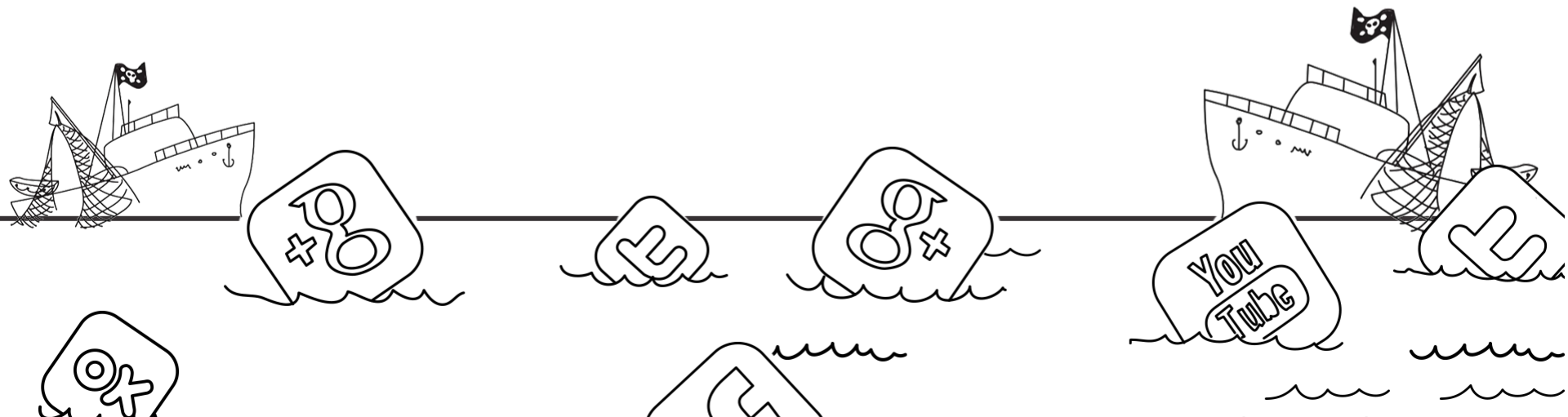


Влияние ставки СРМ в таргетированной рекламе на клики и конверсии.

Аналитическое исследование



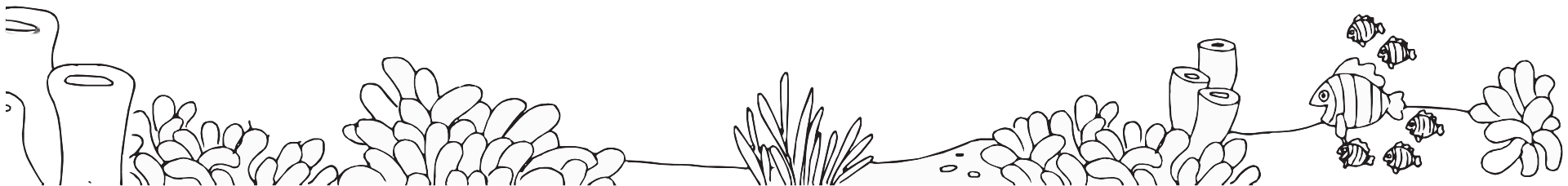
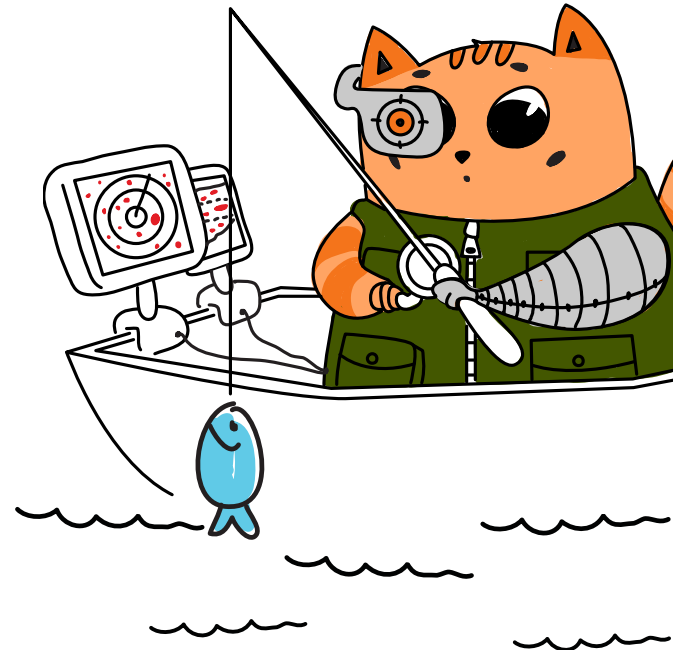
Первый шаг. С чего все началось

Создали рекламную кампанию

Целевая аудитория:

- коллеги-сммщики
- 21-45 лет мужского и женского пола
- Группы сервисов автоматизации (от парсеров до сервисов отложенного постинга).

Аудитория: 126 000 человек.

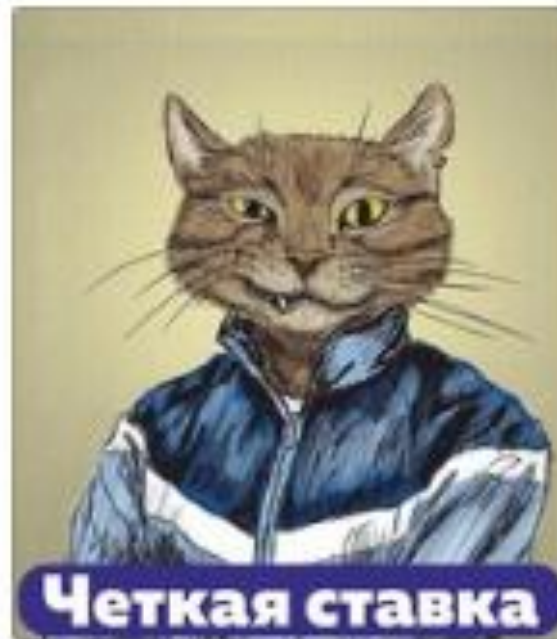


Креативим креативы

Тизеры

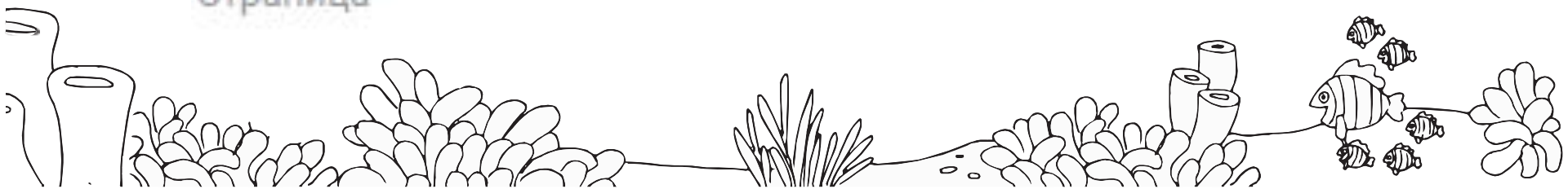


Меняешь ставки
вручную?
Страница

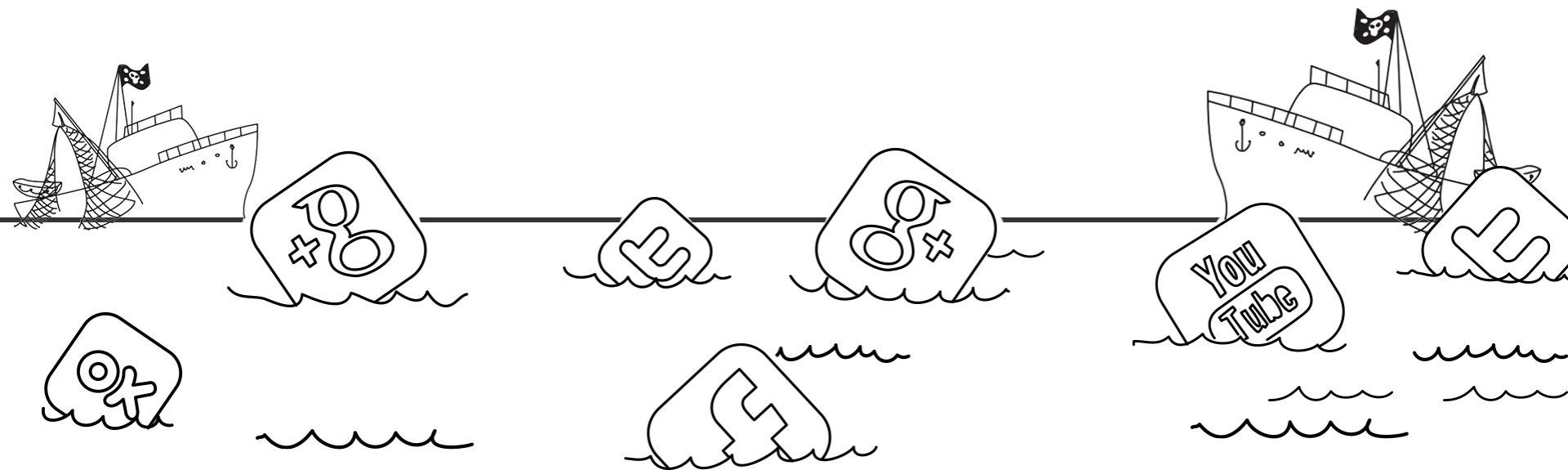


Четкая ставка

Для ровных
таргетологов
Страница



Интересное рядом



Интересное рядом

Тест завершен. Тизер-лидер по CTR.



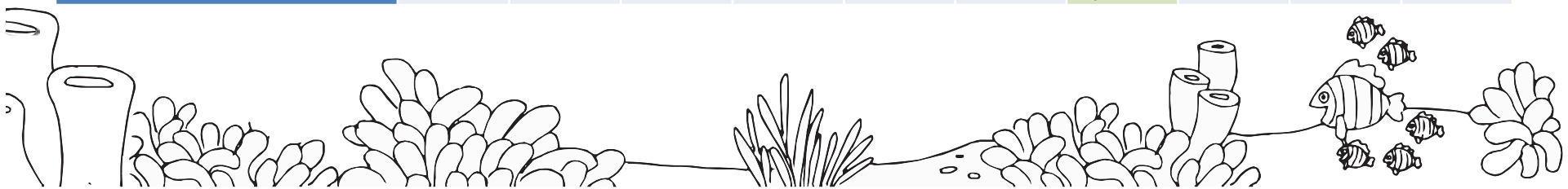
Меняешь ставки
вручную?
Страница



Интересное рядом

В таблице расположены тизеры по убыванию CTR:

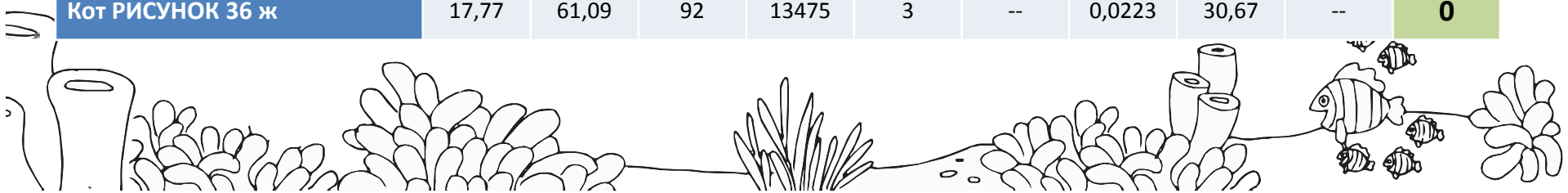
Name	rCPM	rCPC	spent	imps	clks	acts	CTR	eCPC	eCPA	CR
Кот ФОТО 28 м	17,61	60,56	95,34	11022	14	3	0,127	6,81	31,78	21,43
Кот ФОТО 21 м	14,41	49,54	91,59	10928	13	1	0,119	7,05	91,59	7,69
Кот РИСУНОК 28 м (р)	17,61	60,56	91,16	8445	9	3	0,1066	10,13	30,39	33,33
Кот ФОТО 32 м 42,6	18,01	61,92	96,35	18361	18	1	0,098	5,35	96,35	5,56
Кот РИСУНОК 21 м (р)	14,41	49,54	95,34	15081	12	3	0,0796	7,95	31,78	25
Кот РИСУНОК 32 м	18,01	61,92	90,43	8989	7	3	0,0779	12,92	30,14	42,86
Кот РИСУНОК 25 ж	16,81	57,79	91,01	9811	6	2	0,0612	15,17	45,51	33,33
Кот РИСУНОК 37 ж	17,72	60,93	91,85	10532	6	2	0,057	15,31	45,93	33,33
Кот ФОТО 25 ж	16,81	57,79	96,29	21637	11	1	0,0508	8,75	96,29	9,09
Кот ФОТО 37 ж	17,72	60,93	91,19	12330	6	1	0,0487	15,2	91,19	16,67
Кот ФОТО 36 ж	17,77	61,09	94,16	12814	5	--	0,039	18,83	--	0
Кот РИСУНОК 36 ж	17,77	61,09	92	13475	3	--	0,0223	30,67	--	0



Интересное рядом. Конверсия в подписку

В таблице расположены тизеры по убыванию показателя CR (конверсии):

Name	rCPM	rCPC	spent	imps	clks	acts	CTR	eCPC	eCPA	CR
Кот РИСУНОК 32 м	18,01	61,92	90,43	8989	7	3	0,0779	12,92	30,14	42,86
Кот РИСУНОК 28 м	17,61	60,56	91,16	8445	9	3	0,1066	10,13	30,39	33,33
Кот РИСУНОК 25 ж	16,81	57,79	91,01	9811	6	2	0,0612	15,17	45,51	33,33
Кот РИСУНОК 37 ж	17,72	60,93	91,85	10532	6	2	0,057	15,31	45,93	33,33
Кот РИСУНОК 21 м	14,41	49,54	95,34	15081	12	3	0,0796	7,95	31,78	25
Кот ФОТО 28 м	17,61	60,56	95,34	11022	14	3	0,127	6,81	31,78	21,43
Кот ФОТО 37 ж	17,72	60,93	91,19	12330	6	1	0,0487	15,2	91,19	16,67
Кот ФОТО 25 ж	16,81	57,79	96,29	21637	11	1	0,0508	8,75	96,29	9,09
Кот ФОТО 21 м	14,41	49,54	91,59	10928	13	1	0,119	7,05	91,59	7,69
Кот ФОТО 32 м	18,01	61,92	96,35	18361	18	1	0,098	5,35	96,35	5,56
Кот ФОТО 36 ж	17,77	61,09	94,16	12814	5	--	0,039	18,83	--	0
Кот РИСУНОК 36 ж	17,77	61,09	92	13475	3	--	0,0223	30,67	--	0



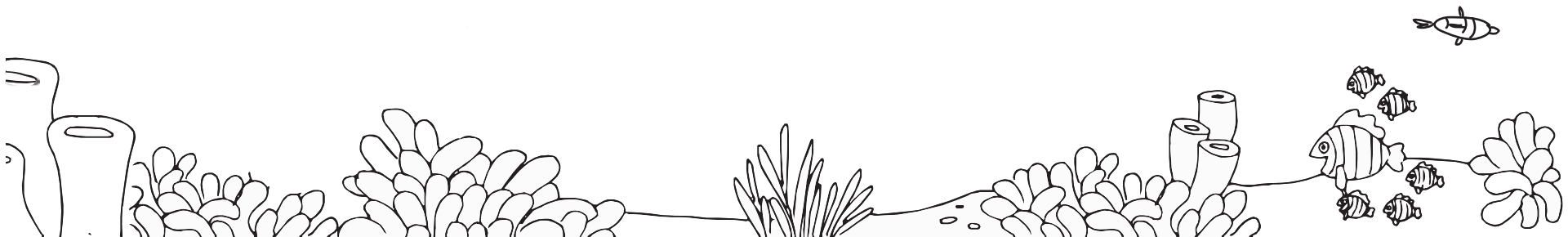


Интересное рядом

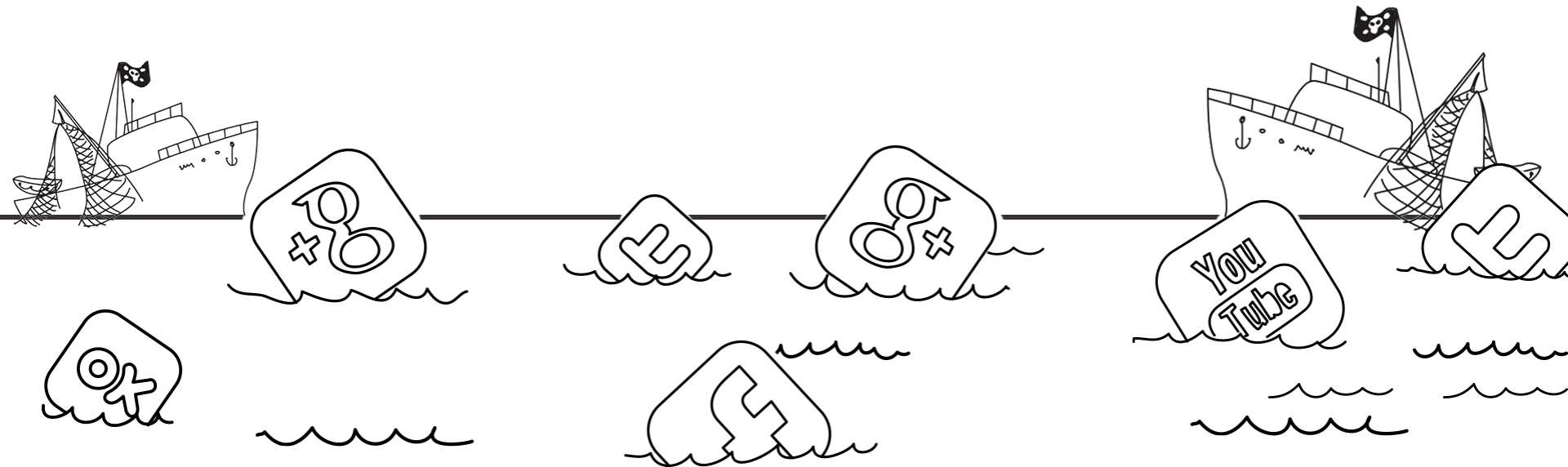
На тестовой кампании:

Тизер с низким CTR: **43 клика** по 12,83 р. и **13 вступлений** по 42,44 рубля,

Тизер с высоким CTR: **67 кликов** по 8,43 р и всего **7 подписок** по 80,7 рублей.



Статистика – царица полей

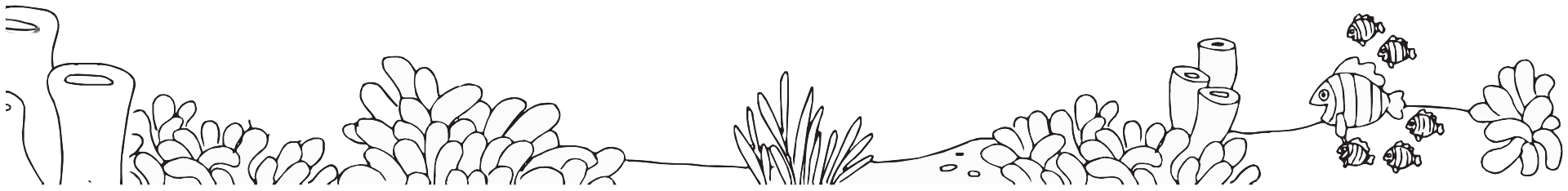


Статистика — царица полей

Почему так получилось?

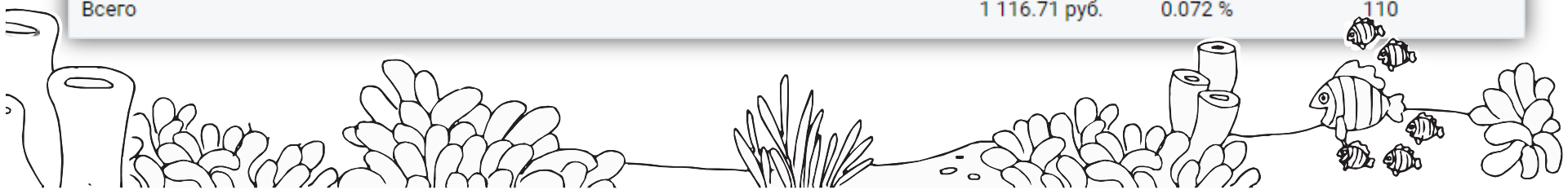
Обратим внимание на значение эффективной ставки.

$$eCPM = \frac{\text{расходы}}{\text{показы}} * 1000$$



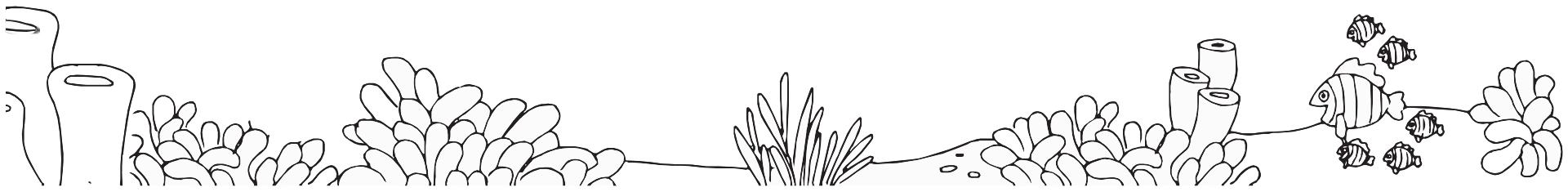
Статистика — царица полей

<input type="checkbox"/>	Название ▾	Статус	CPM (?)	Лимит (?)	Потрачено	CTR (?)	Переходы	eCPM
<input type="checkbox"/>	Кот ФОТО 37 ж 13,21		8.82 руб.	100 руб.	91.19 руб.	0.049 %	6	7.4
<input type="checkbox"/>	Кот ФОТО 36 ж 18		5.94 руб.	100 руб.	94.16 руб.	0.039 %	5	7.35
<input type="checkbox"/>	Кот ФОТО 32 м 42,6		4.29 руб.	100 руб.	96.35 руб.	0.098 %	18	5.25
<input type="checkbox"/>	Кот ФОТО 28 м 76,73		5.69 руб.	100 руб.	95.34 руб.	0.127 %	14	8.65
<input type="checkbox"/>	Кот ФОТО 25 ж 36,28		4.11 руб.	100 руб.	96.29 руб.	0.051 %	11	4.45
<input type="checkbox"/>	Кот ФОТО 21 м 27,24		9.00 руб.	100 руб.	91.59 руб.	0.119 %	13	8.83
<input type="checkbox"/>	Кот РИСУНОК 37 ж 13,21		8.37 руб.	100 руб.	91.85 руб.	0.057 %	6	8.72
<input type="checkbox"/>	Кот РИСУНОК 36 ж 18	■	3.20 руб.	100 руб.	92.00 руб.	0.022 %	3	6.83
<input type="checkbox"/>	Кот РИСУНОК 32 м 42,6		10.87 руб.	100 руб.	90.43 руб.	0.078 %	7	10.06
<input type="checkbox"/>	Кот РИСУНОК 28 м 76,73 (р)		9.00 руб.	100 руб.	91.16 руб.	0.107 %	9	10.79
<input type="checkbox"/>	Кот РИСУНОК 25 ж 36,28	■	10.05 руб.	100 руб.	91.01 руб.	0.061 %	6	9.28
<input type="checkbox"/>	Кот РИСУНОК 21 м (р) 27,24		5.02 руб.	100 руб.	95.34 руб.	0.080 %	12	6.32
Всего					1 116.71 руб.	0.072 %	110	

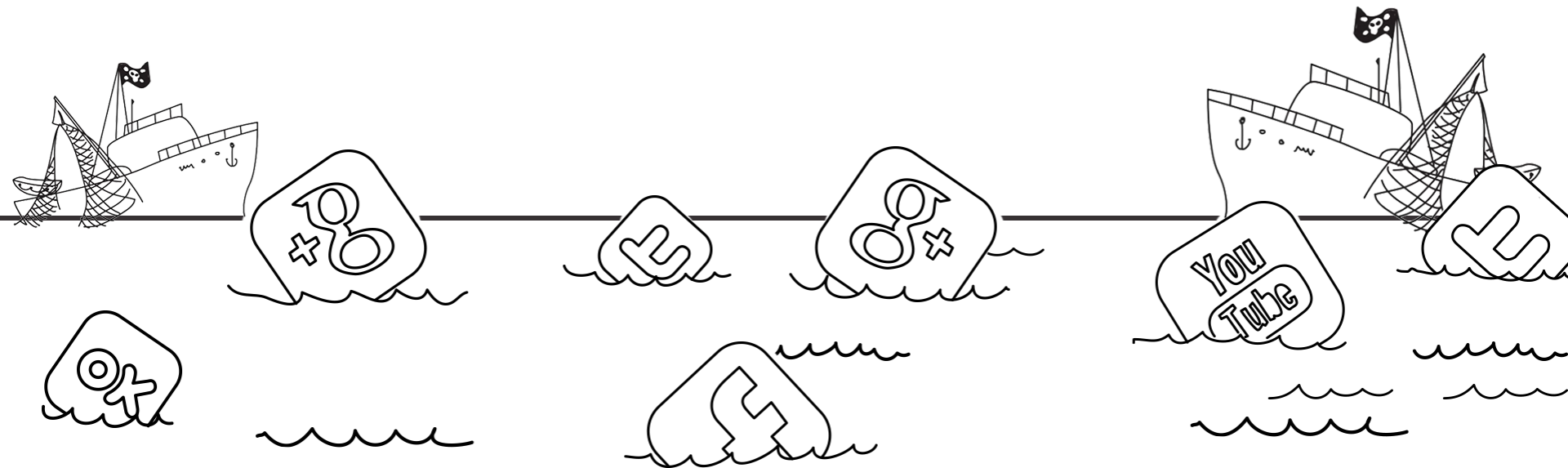


Статистика — царица полей

Тизер с более **высоким CTR** показывался на более низких ставках, чем объявление с **низким CTR**.



Ставки сделаны, ставок больше нет



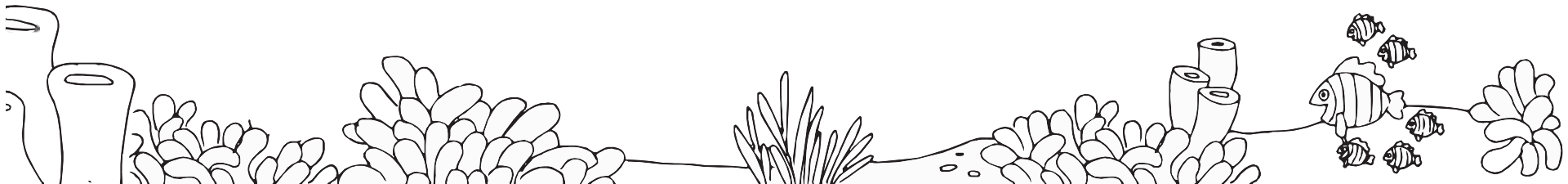
Ставки сделаны, ставок больше нет

Предположение:

Больше конверсий на высоких ставках.

Проверяем:

Открываем детальную статистику, проводим кластерный анализ.



Ставки сделаны, ставок больше нет

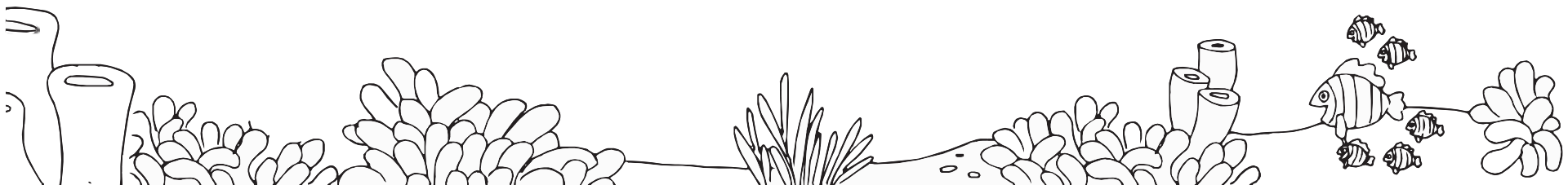
Имеем следующие данные:

Тизер с низким CTR :

CPM/rCPM	Количество кликов	Количество конверсий
25%	2	0
40%	3	1
45%	4	0
60%	6	3
65%	5	1
70%	8	2
75%	8	4
80%	3	2
85%	1	0
90%	3	0
Общий итог	43	13

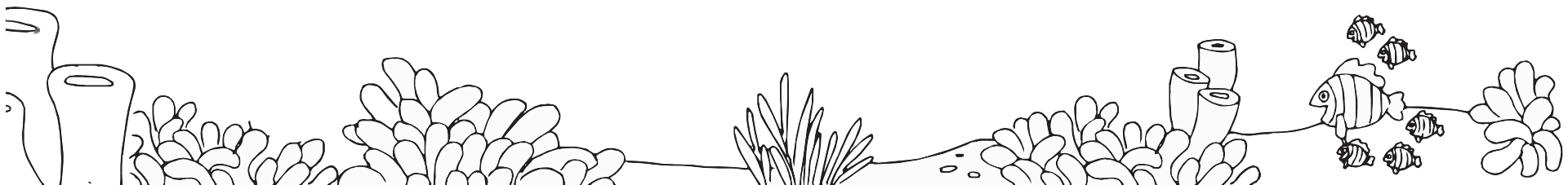
Тизер с высоким CTR:

CPM/rCPM	Количество кликов	Количество конверсий
30%	12	1
35%	9	1
40%	12	0
45%	13	1
55%	1	0
60%	2	0
70%	7	0
75%	5	1
85%	2	1
90%	4	2
Общий итог	67	7



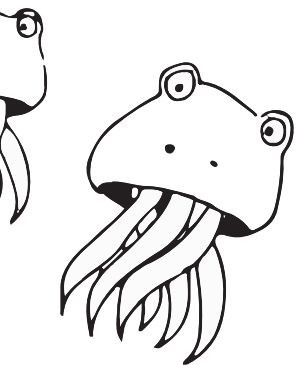
Ставки сделаны, ставок больше нет

Как тизер с высоким, так и тизер с низким показателем CTR при ставке 45% и выше от рекомендованной дал большее количество как кликов, так и конверсий.

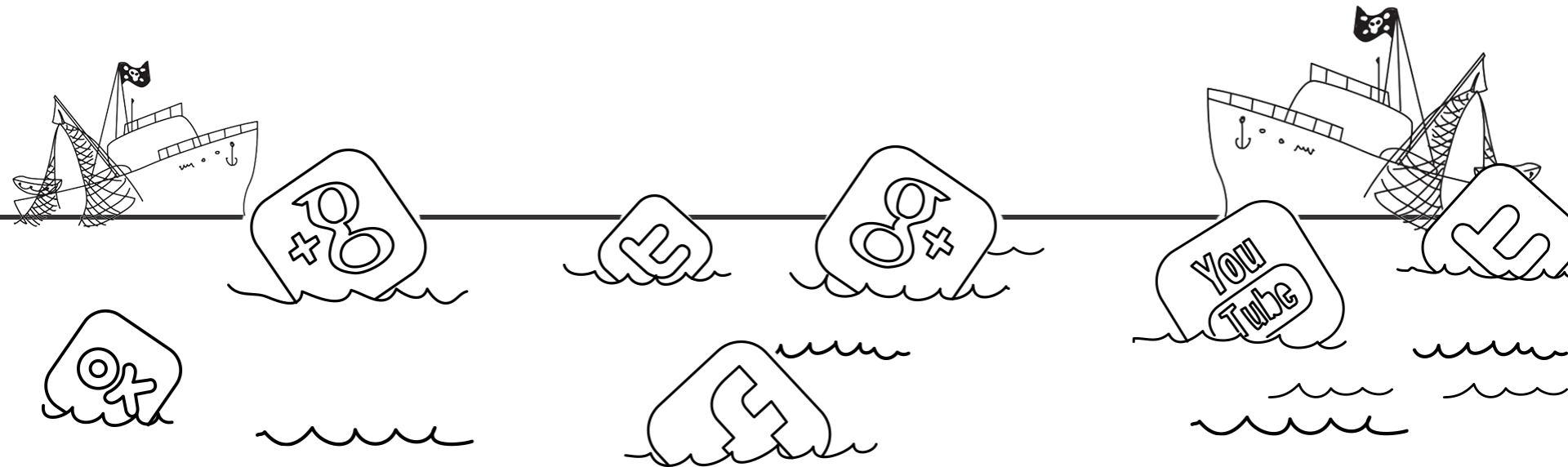


СОВПАДЕНИЕ?

НЕ ДУМАЮ

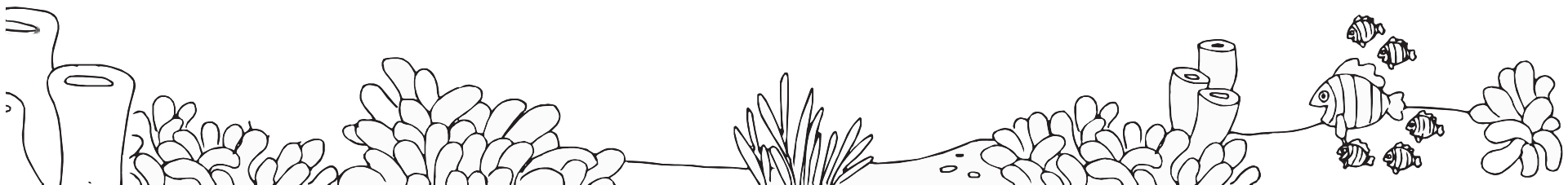


Проверяем. Первая кампания



Первая кампания

Посмотрим, что нам покажет тизер с низким CTR.



Первая кампания

Исходные данные:

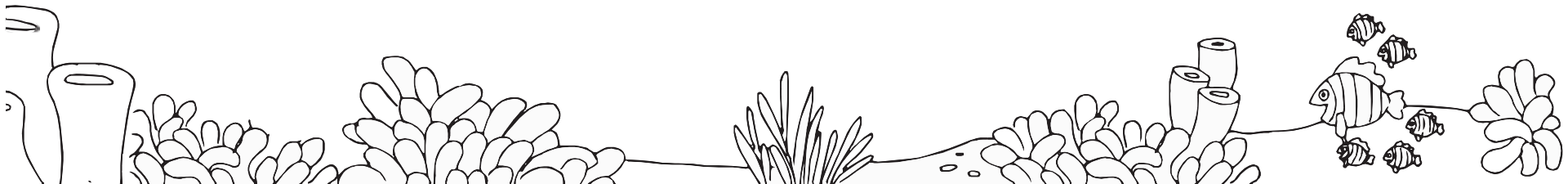
- Та же аудитория.
- 12 сегментов по полу и диапазону возрастов (21-24, 24-27, 27-30, 30-35, 35-40 и 40-45 лет).
- Тизер с низким CTR

Результат за 8 часов работы кампании:

- Потрачено 3 346 р.
- 321 клик.
- 76 конверсий по 44,02 за штуку.
- Средний CTR кампании 0,057%

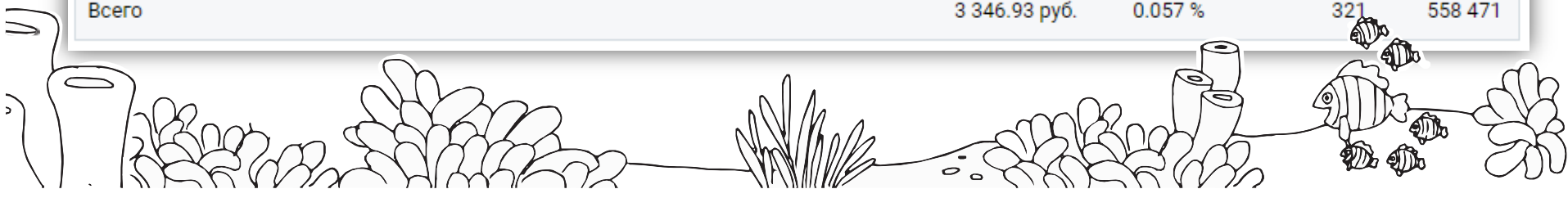


Для ровных
таргетологов
Страница



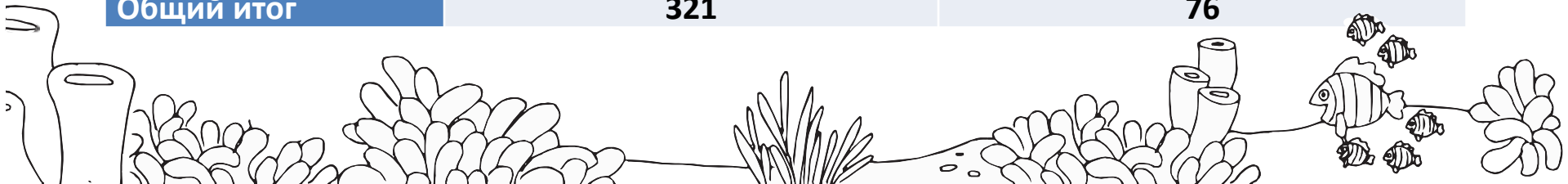
Первая кампания

<input type="checkbox"/>	Название ▲	Статус	СРМ (?)	Лимит (?)	Потрачено	CTR (?)	Переходы	Показы
<input type="checkbox"/>	Кот-таргетолог Ж 21-24		<u>13.53 руб.</u>	<u>100 руб.</u>	87.79 руб.	0.037 %	6	16 263
<input type="checkbox"/>	Кот-таргетолог Ж 24-27		<u>2.67 руб.</u>	<u>370 руб.</u>	367.46 руб.	0.031 %	20	64 354
<input type="checkbox"/>	Кот-таргетолог Ж 27-30		<u>7.89 руб.</u>	<u>370 руб.</u>	361.82 руб.	0.061 %	34	55 732
<input type="checkbox"/>	Кот-таргетолог Ж 30-35		<u>8.37 руб.</u>	<u>410 руб.</u>	404.27 руб.	0.035 %	24	69 248
<input type="checkbox"/>	Кот-таргетолог Ж 35-40		<u>5.59 руб.</u>	<u>100 руб.</u>	91.82 руб.	0.022 %	3	13 483
<input type="checkbox"/>	Кот-таргетолог Ж 40-45		<u>8.69 руб.</u>	<u>100 руб.</u>	95.28 руб.	0.048 %	6	12 442
<input type="checkbox"/>	Кот-таргетолог М 21-24 +		<u>7.86 руб.</u>	<u>360 руб.</u>	352.39 руб.	0.079 %	52	65 914
<input type="checkbox"/>	Кот-таргетолог М 24-27 +		<u>6.75 руб.</u>	<u>660 руб.</u>	654.75 руб.	0.079 %	83	104 515
<input type="checkbox"/>	Кот-таргетолог М 27-30		<u>3.53 руб.</u>	<u>320 руб.</u>	316.68 руб.	0.053 %	29	55 008
<input type="checkbox"/>	Кот-таргетолог М 30-35		<u>10.54 руб.</u>	<u>310 руб.</u>	303.13 руб.	0.047 %	27	57 068
<input type="checkbox"/>	Кот-таргетолог М 35-40		<u>5.99 руб.</u>	<u>230 руб.</u>	220.93 руб.	0.086 %	26	30 252
<input type="checkbox"/>	Кот-таргетолог М 40-45		<u>9.97 руб.</u>	<u>100 руб.</u>	90.61 руб.	0.078 %	11	14 192
Всего					3 346.93 руб.	0.057 %	321	558 471



Первая кампания. Клики и конверсии

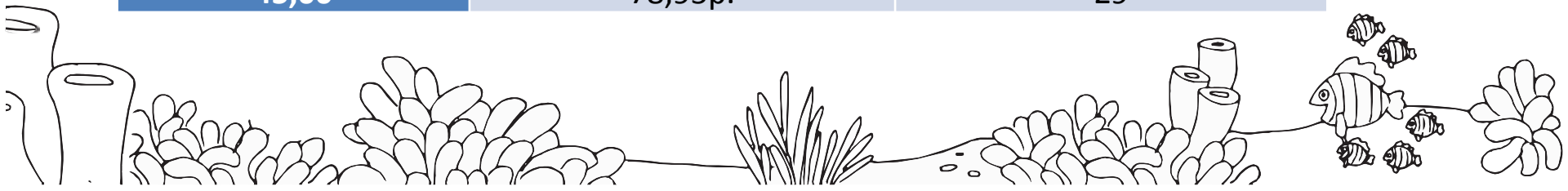
CPM/rCPM	Количество кликов	Количество конверсий
15%	2	0
20%	8	1
25%	16	4
30%	8	4
35%	10	6
40%	9	2
45%	173	29
50%	1	0
55%	10	2
60%	30	8
65%	27	12
70%	15	3
75%	5	2
80%	5	1
95%	2	2
Общий итог	321	76



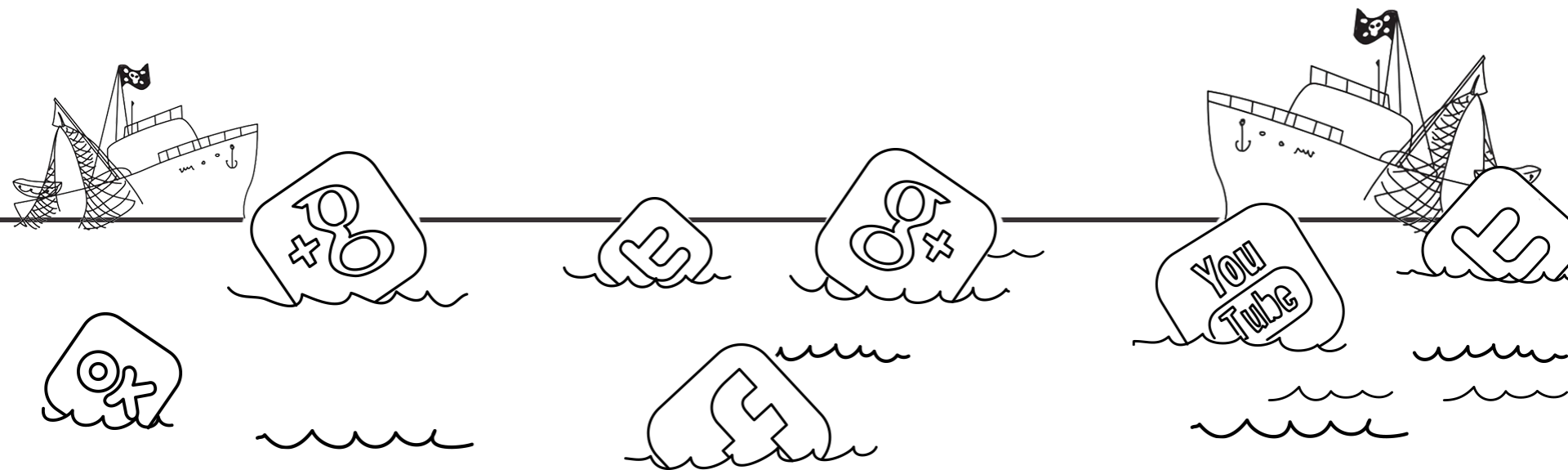
Первая кампания

Меньше, но подешевле, больше, но подороже.

CPM/гСРМ	Средняя стоимость CPA	Количество конверсий
95,00	6,78р.	2
80,00	15,89р.	1
75,00	19,05р.	2
20,00	21,22р.	1
35,00	26,54р.	6
25,00	27,46р.	4
60,00	33,04р.	8
70,00	34,31р.	3
30,00	42,52р.	4
55,00	43,18р.	2
65,00	44,29р.	12
40,00	45,91р.	2
45,00	78,95р.	29

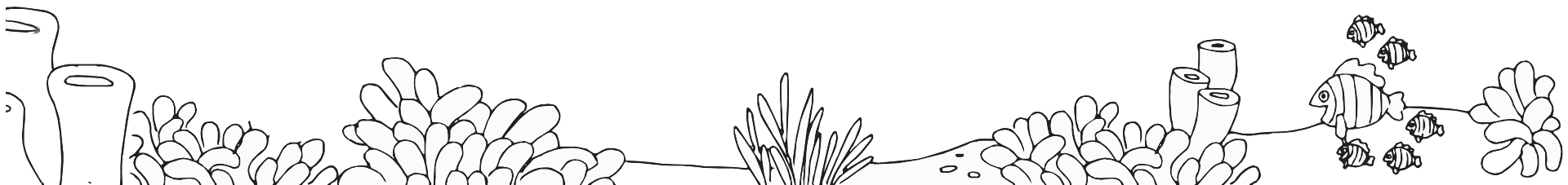


Проверяем. Вторая кампания



Вторая кампания

В рамках этой кампании используем тизер с более высоким CTR.



Вторая кампания

Исходные данные:

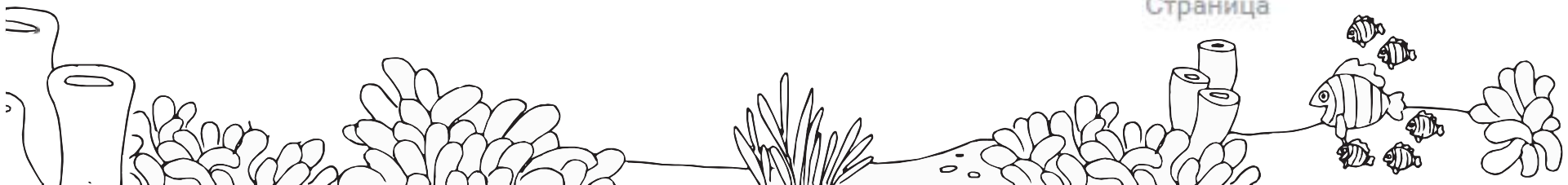
- Та же аудитория.
- 12 сегментов по полу и диапазону возрастов (21-24, 24-27, 27-30, 30-35, 35-40 и 40-45 лет).
- Тизер с высоким CTR.

Результат за 8,5 часов работы кампании:

- Потрачено 2292,17 р.
- 234 клика.
- 47 конверсий по 48,76 рублей за штуку.
- Средний CTR 0,061

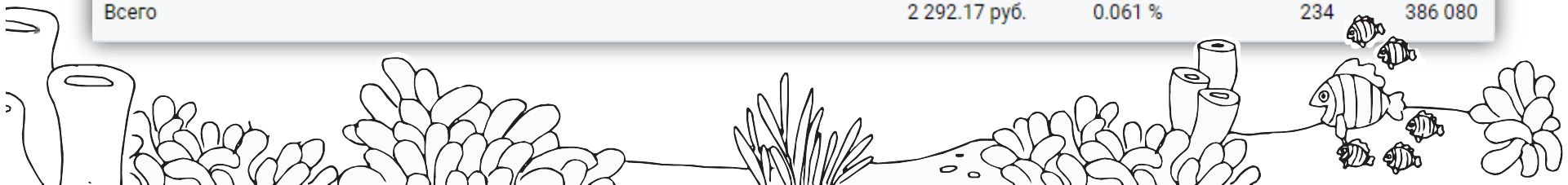


Меняешь ставки
вручную?
Страница



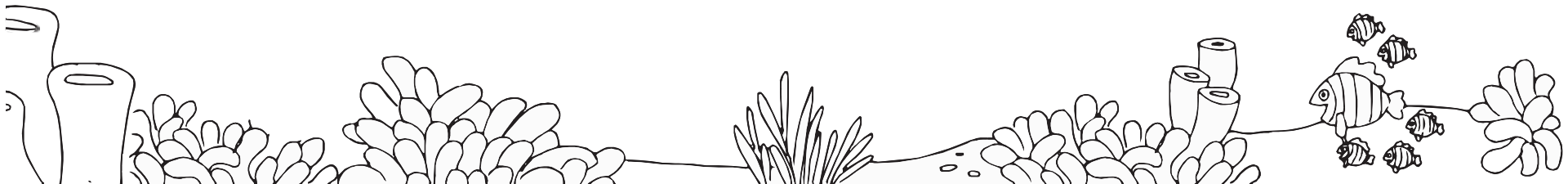
Вторая кампания

<input type="checkbox"/>	Название	Статус	CPM (?)	Лимит (?)	Потрачено	CTR (?)	Переходы	Показы
<input type="checkbox"/>	Кот м 40-45 (ф)	II	<u>10.54 руб.</u>	<u>100 руб.</u>	90.47 руб.	0.052 %	6	11 467
<input type="checkbox"/>	Кот м 35-40 (ф)	II	<u>7.83 руб.</u>	<u>130 руб.</u>	122.69 руб.	0.066 %	11	16 747
<input type="checkbox"/>	Кот м 30-35 (ф)	II	<u>6.93 руб.</u>	<u>310 руб.</u>	303.44 руб.	0.075 %	37	49 497
<input type="checkbox"/>	Кот м 27-30 (ф)	II	<u>7.61 руб.</u>	<u>350 руб.</u>	343.72 руб.	0.082 %	38	46 202
<input type="checkbox"/>	Кот м 24-27 (ф)	II	<u>6.96 руб.</u>	<u>320 руб.</u>	312.76 руб.	0.069 %	46	66 858
<input type="checkbox"/>	Кот м 21-24 (ф)	II	<u>6.19 руб.</u>	<u>195 руб.</u>	189.10 руб.	0.089 %	38	42 641
<input type="checkbox"/>	Кот ж 40-45 (ф)	II	<u>5.79 руб.</u>	<u>100 руб.</u>	89.46 руб.	0.026 %	3	11 690
<input type="checkbox"/>	Кот ж 35-40 (ф)	II	<u>4.62 руб.</u>	<u>110 руб.</u>	105.45 руб.	0.035 %	5	14 140
<input type="checkbox"/>	Кот ж 30-35 (ф)	II	<u>9.66 руб.</u>	<u>240 руб.</u>	235.57 руб.	0.040 %	16	40 086
<input type="checkbox"/>	Кот ж 27-30 (ф)	II	<u>7.78 руб.</u>	<u>220 руб.</u>	212.29 руб.	0.052 %	19	36 273
<input type="checkbox"/>	Кот ж 24-27 (ф)	II	<u>8.12 руб.</u>	<u>190 руб.</u>	182.05 руб.	0.024 %	8	32 767
<input type="checkbox"/>	Кот ж 21-24 (ф)	II	<u>10.91 руб.</u>	<u>115 руб.</u>	105.17 руб.	0.040 %	7	17 712
Всего					2 292.17 руб.	0.061 %	234	386 080



Вторая кампания. Клики и конверсии

CPM/rCPM	Количество кликов	Количество конверсий
15%	2	0
20%	14	2
25%	26	7
30%	26	2
35%	17	3
40%	4	3
45%	32	7
50%	57	10
55%	30	6
60%	1	0
65%	10	3
70%	10	3
75%	1	0
80%	1	0
85%	2	1
95%	1	0
Общий итог	234	47





Вторая кампания

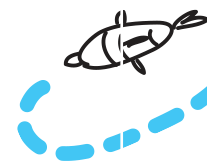
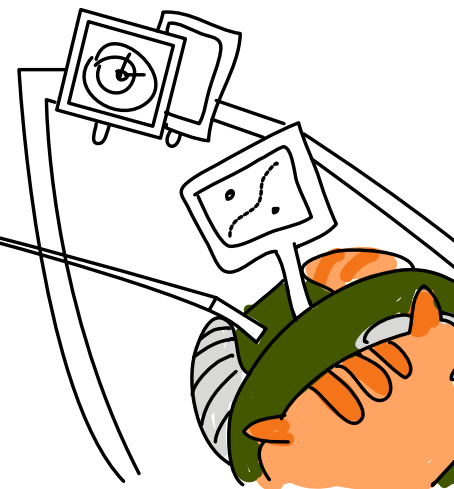
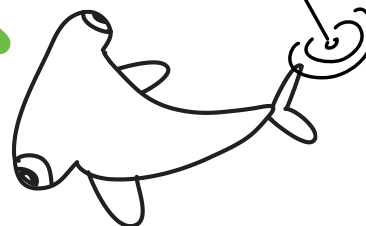
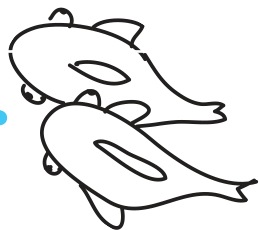
Получено:

Диапазон ставки от 15 до 40% от рекомендованной:

89 кликов из 234

17 конверсий из 47

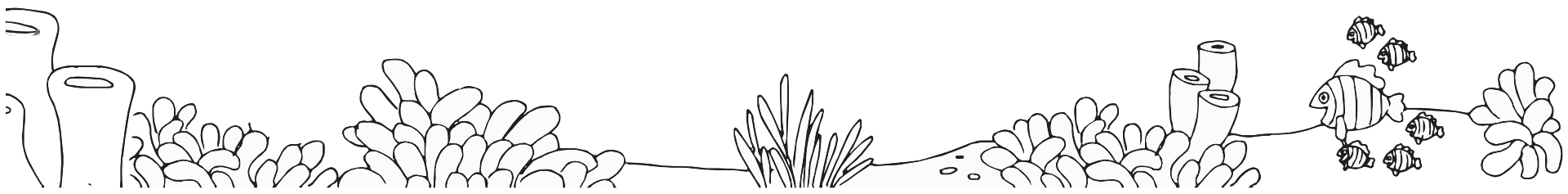
Максимум конверсий (10 штук) при ставке в размере 50% от рекомендуемой.



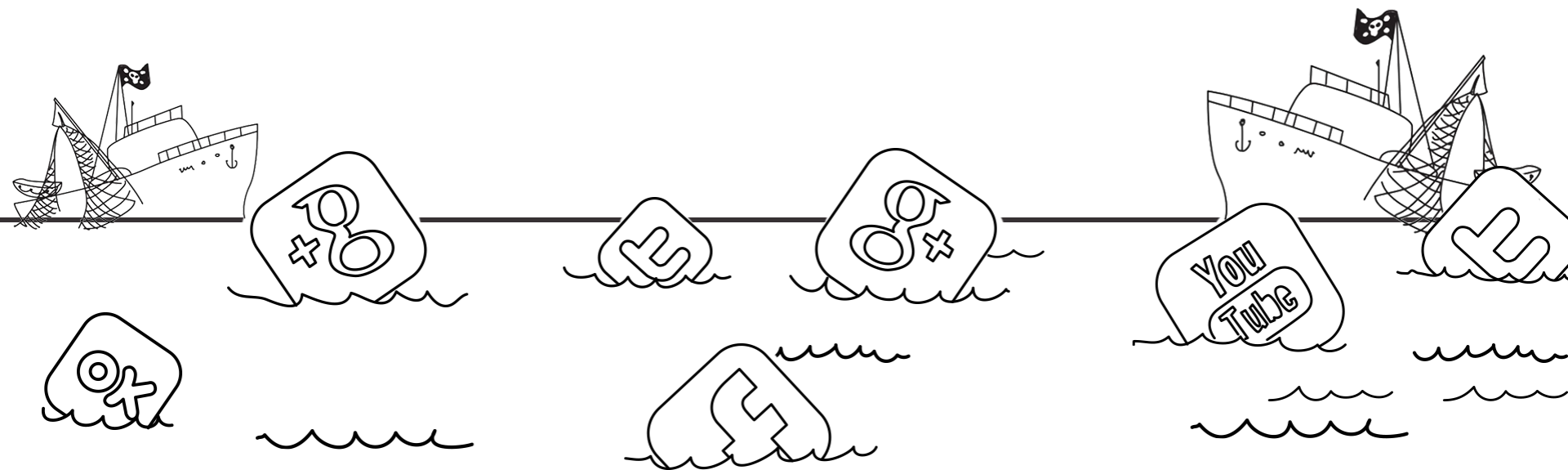
Вторая кампания. Цена конверсий

И опять. Меньше, но подешевле, больше, но подороже.

CPM/rCPM	Средняя стоимость CPA	Количество конверсий
35%	10,83р.	3
40%	15,56р.	3
30%	19,32р.	2
85%	22,53р.	1
25%	33,59р.	7
70%	34,92р.	3
50%	37,70р.	10
65%	37,92р.	3
45%	39,60р.	7
20%	45,51р.	2
55%	75,96р.	6



Закрепляем. Третья кампания



Третья кампания

Исходные данные:

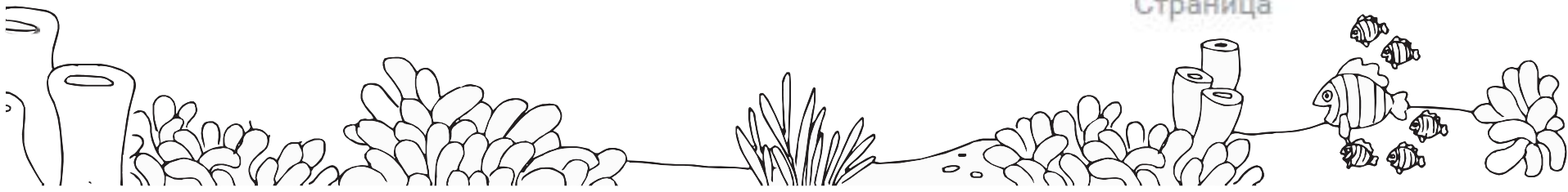
- Та же аудитория.
- 12 сегментов по полу и диапазону возрастов (21-24, 24-27, 27-30, 30-35, 35-40 и 40-45 лет).
- Тизер с высоким CTR.

Результат за 12 часов работы кампании:

- Потрачено 2800,33 р.
- 221 клик.
- 41 конверсия по 68,3 рублей за штуку.
- Средний CTR 0,058%

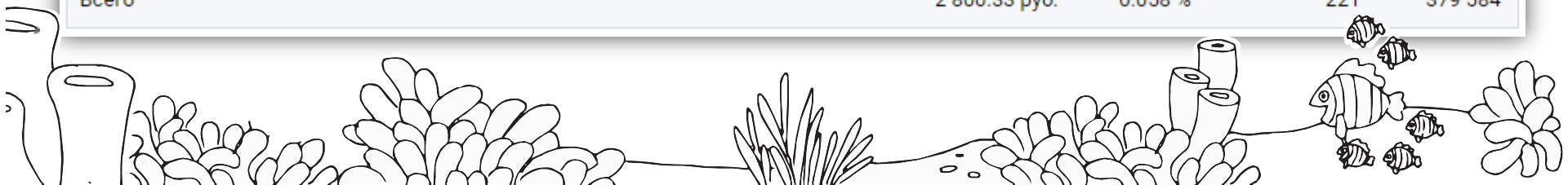


Меняешь ставки
вручную?
Страница



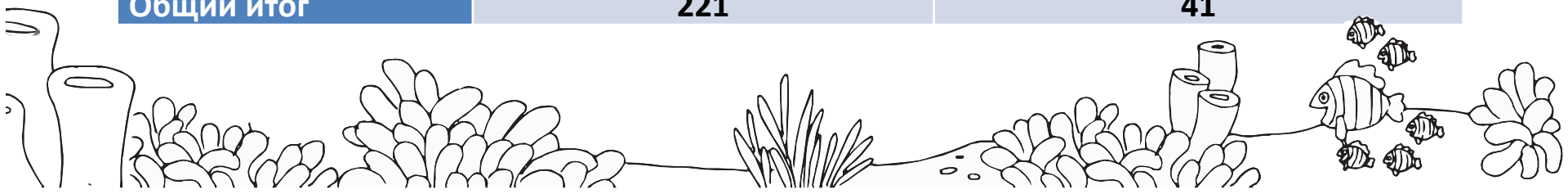
Третья кампания

<input type="checkbox"/>	Название	Статус	CPM (?)	Лимит (?)	Потрачено	CTR (?)	Переходы	Показы
<input type="checkbox"/>	Кот фото М 40-45	■	<u>6.23 руб.</u>	<u>Не задан</u>	72.19 руб.	0.082 %	6	7 287
<input type="checkbox"/>	Кот фото М 35-40	■	<u>9.03 руб.</u>	<u>Не задан</u>	149.26 руб.	0.076 %	15	19 731
<input type="checkbox"/>	Кот фото М 30-35	■	<u>7.67 руб.</u>	<u>Не задан</u>	365.51 руб.	0.061 %	27	44 531
<input type="checkbox"/>	Кот фото 2970:15295	■	<u>5.28 руб.</u>	<u>Не задан</u>	384.50 руб.	0.061 %	31	50 879
<input type="checkbox"/>	Кот фото М 24-27	■	<u>7.80 руб.</u>	<u>Не задан</u>	378.28 руб.	0.090 %	41	45 383
<input type="checkbox"/>	Кот фото М 21-24	■	<u>6.22 руб.</u>	<u>Не задан</u>	240.20 руб.	0.078 %	30	38 286
<input type="checkbox"/>	Кот фото 2970:15292	■	<u>6.54 руб.</u>	<u>Не задан</u>	70.70 руб.	0.027 %	2	7 478
<input type="checkbox"/>	Кот фото 2970:15291	■	<u>5.92 руб.</u>	<u>Не задан</u>	132.76 руб.	0.027 %	5	18 683
<input type="checkbox"/>	Кот фото Ж 30-35	■	<u>9.92 руб.</u>	<u>Не задан</u>	288.40 руб.	0.039 %	16	41 085
<input type="checkbox"/>	Кот фото Ж 27-30	■	<u>6.62 руб.</u>	<u>Не задан</u>	292.01 руб.	0.063 %	27	42 692
<input type="checkbox"/>	Кот фото Ж 24-27	■	<u>11.09 руб.</u>	<u>Не задан</u>	284.70 руб.	0.033 %	14	41 836
<input type="checkbox"/>	Кот фото Ж 21-24	■	<u>4.53 руб.</u>	<u>Не задан</u>	141.82 руб.	0.032 %	7	21 713
Всего					2 800.33 руб.	0.058 %	221	379 584



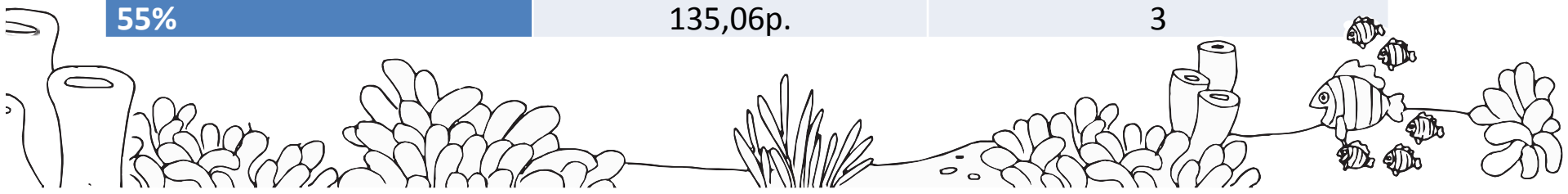
Третья кампания. Клики и конверсии

CPM/rCPM	Количество кликов	Количество конверсий
20%	3	0
25%	13	1
30%	28	4
35%	22	2
40%	25	4
45%	18	1
50%	18	5
55%	20	3
60%	8	4
65%	16	7
70%	24	5
75%	17	4
80%	8	1
85%	1	0
Общий итог	221	41

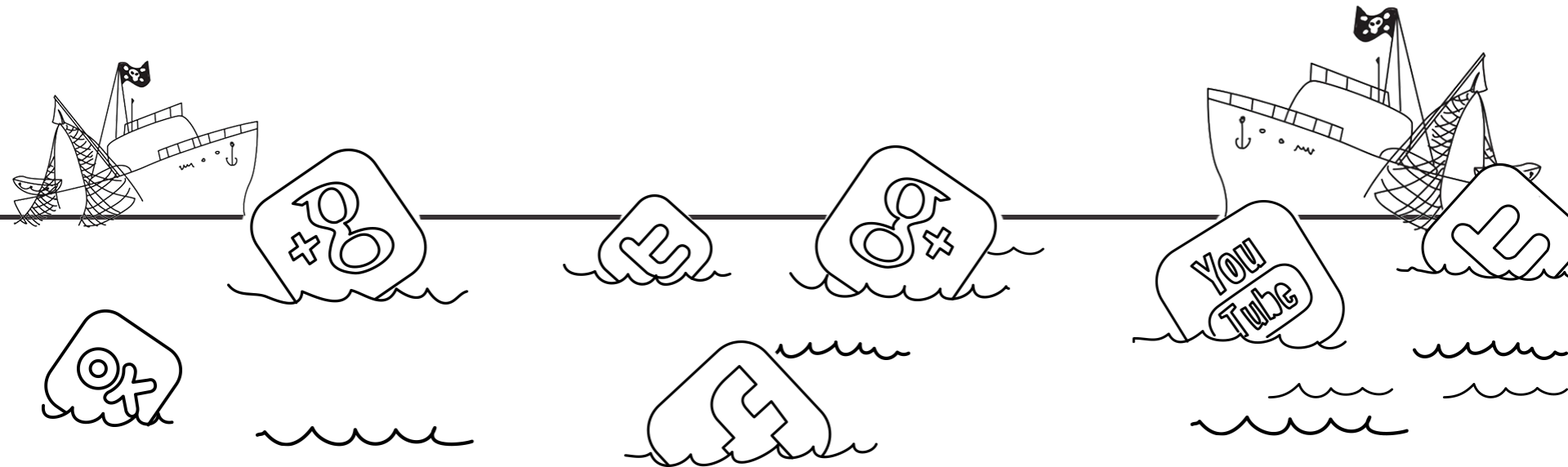


Третья кампания. Цена конверсий

CPM/rCPM	Средняя стоимость CPA	Количество конверсий
80%	20,71р.	1
30%	22,82р.	4
35%	25,53р.	2
70%	47,59р.	5
75%	49,63р.	4
65%	59,79р.	7
60%	63,97р.	4
40%	86,59р.	4
25%	98,15р.	1
45%	112,08р.	1
50%	130,17р.	5
55%	135,06р.	3



Пример кампании с трафиком на сайт.



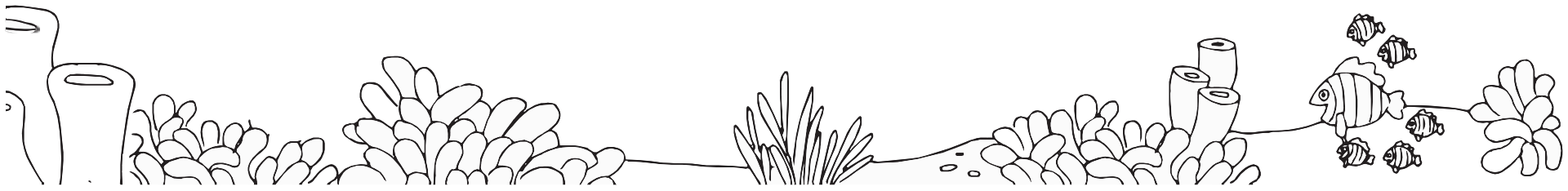
Ставки, ставки, клики, клики...

Исходные данные:

- Целевая аудитория — пользователи, проявляющие интерес в сфере бизнеса.

Результат за 244 часа показов объявлений:

- Потрачено 23 093,62 р.
- Получено 3 755 кликов по средней цене в 6,15 рублей.



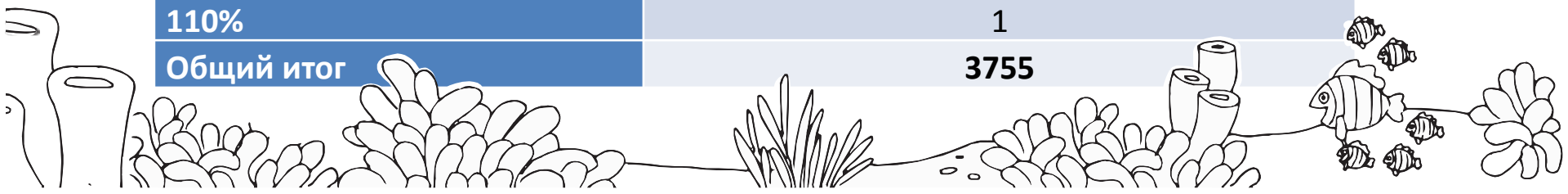
Ставки, ставки, клики, клики...

<input type="checkbox"/>	Название	Статус	CPM (?)	Лимит (?)	Потрачено	CTR (?)	Переходы	Показы
<input type="checkbox"/>	Тизер1 2364:11724	■	<u>3.19 руб.</u>	<u>2 000 руб.</u>	180.11 руб.	0.024 %	21	88 488
<input type="checkbox"/>	Тизер1 2364:11723	■	<u>3.10 руб.</u>	<u>2 000 руб.</u>	394.93 руб.	0.023 %	46	204 417
<input type="checkbox"/>	Тизер1 2364:11722	■	<u>1.22 руб.</u>	<u>2 000 руб.</u>	592.67 руб.	0.020 %	71	348 548
<input type="checkbox"/>	Тизер1 2364:11721	■	<u>1.27 руб.</u>	<u>2 000 руб.</u>	1 487.78 руб.	0.023 %	210	917 864
<input type="checkbox"/>	Тизер1 2364:11720	■	<u>1.32 руб.</u>	<u>3 000 руб.</u>	2 053.17 руб.	0.027 %	342	1 286 605
<input type="checkbox"/>	Тизер1 2364:11719	■	<u>2.52 руб.</u>	<u>3 000 руб.</u>	2 206.51 руб.	0.029 %	437	1 528 873
<input type="checkbox"/>	Тизер1 2364:11718	■	<u>1.20 руб.</u>	<u>3 000 руб.</u>	2 482.04 руб.	0.030 %	548	1 800 524
<input type="checkbox"/>	Тизер1 2364:11717	■	<u>1.13 руб.</u>	<u>3 000 руб.</u>	2 573.14 руб.	0.038 %	764	2 034 256
<input type="checkbox"/>	Тизер1 2364:11716	■	<u>2.92 руб.</u>	<u>2 000 руб.</u>	285.68 руб.	0.018 %	29	157 481
<input type="checkbox"/>	Тизер1 2364:11715	■	<u>1.00 руб.</u>	<u>2 000 руб.</u>	451.62 руб.	0.025 %	63	256 080
<input type="checkbox"/>	Тизер1 2364:11714	■	<u>2.28 руб.</u>	<u>2 000 руб.</u>	691.05 руб.	0.013 %	51	388 866
<input type="checkbox"/>	Тизер1 2364:11713	■	<u>2.19 руб.</u>	<u>2 000 руб.</u>	1 633.65 руб.	0.014 %	132	929 043
<input type="checkbox"/>	Тизер1 2364:11712	■	<u>1.68 руб.</u>	<u>3 000 руб.</u>	1 597.48 руб.	0.014 %	149	1 090 835
<input type="checkbox"/>	Тизер1 2364:11711	■	<u>1.92 руб.</u>	<u>3 000 руб.</u>	2 042.39 руб.	0.013 %	169	1 308 226
<input type="checkbox"/>	Тизер1 2364:11710	■	<u>1.61 руб.</u>	<u>3 000 руб.</u>	1 924.45 руб.	0.016 %	234	1 448 005
<input type="checkbox"/>	Тизер1 2364:11709	■	<u>1.61 руб.</u>	<u>3 000 руб.</u>	2 496.95 руб.	0.025 %	489	1 968 539
Всего					23 093.62 руб.	0.024 %	3 755	15 756 650



Ставки, ставки, клики, клики...

CPM/rCPM	Количество кликов
30%	3
35%	7
40%	10
45%	43
50%	105
55%	409
60%	514
65%	562
70%	689
75%	362
80%	360
85%	311
90%	136
95%	186
100%	31
105%	26
110%	1
Общий итог	3755

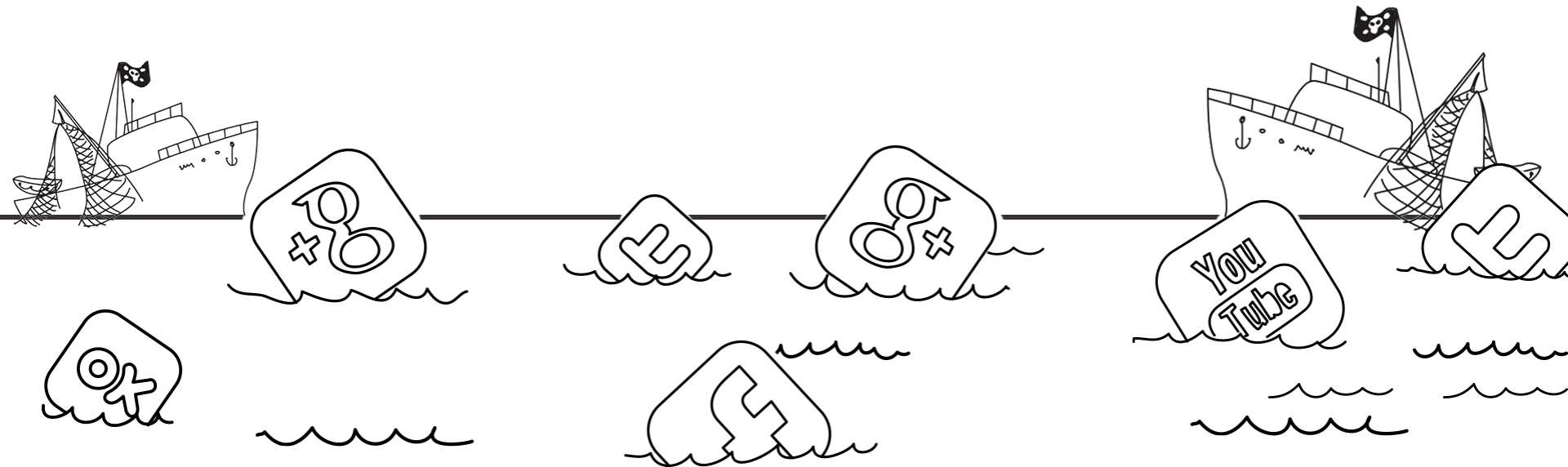


Высокая ставка – дорогие клики?

CPM/rCPM	Клики	Цена клика
30%	3	4,55р.
35%	7	5,79р.
40%	10	9,68р.
45%	43	7,73р.
50%	105	6,90р.
55%	409	5,56р.
60%	514	5,33р.
65%	562	4,98р.
70%	689	5,51р.
75%	362	5,79р.
80%	360	7,58р.
85%	311	7,23р.
90%	136	6,96р.
95%	186	9,73р.
100%	31	5,21р.
105%	26	10,28р.
110%	1	7,77р.
Общий итог	3755	

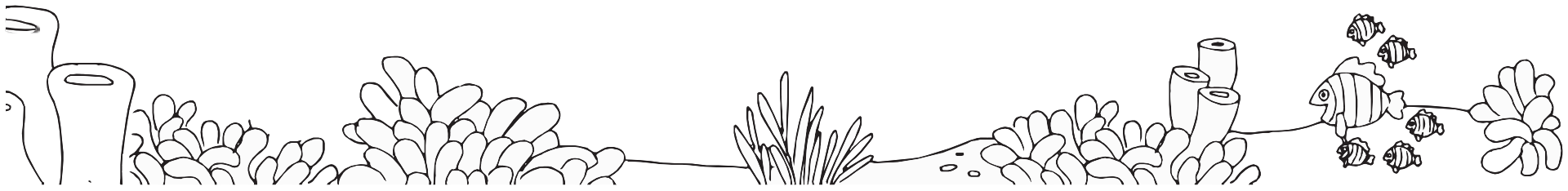


Выводы



Выводы

- Похоже, что Вконтакте очень трепетно относится к вовлеченности аудитории, которой выдаются показы вашего объявления, поэтому, чтобы подписки случались чаще, не стоит держать минимальную ставку.
- Высокая ставка не означает дорогие клики.
- Высокий CTR — хорошо, однако поверив в него и снизив ставку можно потерять множество конверсий и проиграть конкурентное сражение.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

