

Бизнес Молодость



**О применении
нескольких корректировок**



В процессе задания корректировок часто возникает вопрос:
— А что произойдет со ставкой, если использовать несколько типов корректировок одновременно?

Например, вы можете одновременно задать корректировки по времени, по дням недели, по устройствам и по спискам ремаркетинга.

Если задать в кампании несколько корректировок ставок, итоговый коэффициент определяется их перемножением. Однако это правило не распространяется на ситуации, когда используется несколько корректировок ставок для местоположений и устройств.

Совокупный коэффициент примененных корректировок не может превышать 900% от первоначальной ставки. Допустим, у нас есть ставка в 10 рублей. Ее повысили на 900%, применив корректировку по типу устройств. Затем ее повысили еще на 900%, применив корректировку по местоположению. Итоговый размер ставки все равно составит всего 100 рублей.

Если задать корректировку ставок для устройств, и на уровне кампании, и на уровне группы объявлений, итоговая ставка будет определяться по корректировке для группы объявлений. При этом корректировки для групп не используются, если для всей кампании задана корректировка, понижающая ставку на 100%.

Если для одного местоположения применимы различные корректировки ставок, действует только одна из них. Например, если указать +50% для Московской области и +100% для Москвы, будет использоваться только вторая корректировка, поскольку в ней местоположение указано более точно.

Рассмотрим на примере, как рассчитываются корректировки путем перемножения.

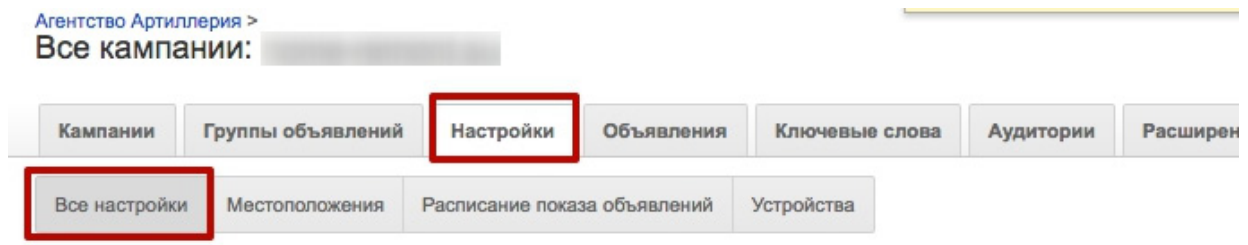
Предположим, вы создали кампанию с таргетингом на Россию и показом объявлений по всем дням недели и задали максимальную цену за клик 10 руб. на уровне группы объявлений. Вы решили повысить ставку на 20% для Московской области и понизить ставку на 50% для суббот. В итоге цена за клик по объявлению пользователем из Московской области в субботу составит 18 руб. Вот как получено это значение:

- исходная ставка: 10 руб.;
- корректировка для Московской области: $10 \text{ руб.} + 20\% = 12 \text{ руб.}$;

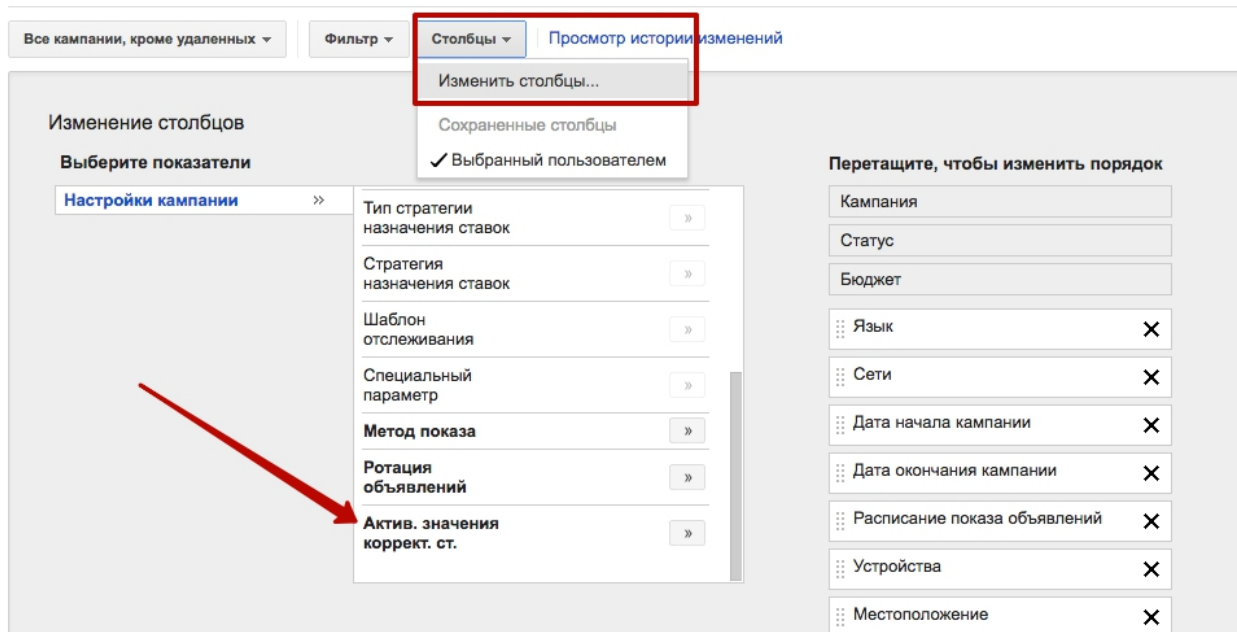


- корректировка для субботы: 12 руб. - 50% = 6 руб.;
- итоговая ставка для поисковых объявлений в Московской области по субботам: 6 руб.;
- итоговая ставка для поисковых объявлений в Московской области с воскресенья по пятницу: 12 руб.;
- итоговая ставка для поисковых объявлений в других регионах по субботам: 5 руб.;
- итоговая ставка для поисковых объявлений в других регионах с воскресенья по пятницу: 10 руб.

Чтобы быстро рассчитать, какая в итоге получится корректировка ставок после перемножения, используйте калькулятор в AdWords. Чтобы им воспользоваться, выберите Все кампании -> Настройки -> Все настройки:



Затем вам необходимо через «Столбцы» добавить значение «Актив. значение коррект. ст.»:





Теперь у вас в отчетах появится информация о тех корректировках, которые заданы для кампаний, а также значок калькулятора:

Корректировка	Актив. значения коррект. ст.
Устройство	Устройство
Устройство	Устройство
Устройство	Устройство
Устройство	Устройство
Устройство	Устройство
Расписание показа объявлений, Устройство	Расписание показа объявлений, Устройство
Расписание показа объявлений, Устройство	Расписание показа объявлений, Устройство

Нажав на значок калькулятора, выберите условие перемножения корректировок. В нашем примере мы выбрали корректировку ставок по дням недели и времени суток -20% и для мобильных устройств -30%. Итоговая ставка для пользователей мобильных устройств в понедельник с 00:00 до 06:00 составит -44%:

Калькулятор корректировки ставок
Посмотрите, как использование нескольких значений корректировки повлияет на итоговое значение ставки в кампании "Ремонт_общие_поиск".

Расписание показа объявлений	Выбрать... ▼	Понедельник, Полночь–06:00 AM	20%
Умножить на			
Устройство	Выбрать... ▼	Мобильные устройства с полнофункциональными браузерами	30%

Итоговое значение корректировки ставок ?
- 44%

[Закреть](#)