



Бизнес Молодость



Общие рекомендации по использованию правил



Используйте ограничения

Не забывайте устанавливать минимальные и максимальные пределы размера ставок и бюджетов. Постоянное увеличение ставок может вызвать нежелательный рост цен за клик, тогда как постоянное их снижение может привести к значительному сокращению трафика.

Полагайтесь на корректные данные

Не забывайте, что для проведения изменений нужны статистически достоверные данные, поэтому, если вы настраиваете очередное правило, которое, например, управляет ценой за клик на основе стоимости конверсии, добавьте в него дополнительные требования, например «Число кликов > X».

Не забывайте о воронке

Также не забывайте, что переход на сайт и конверсия не всегда случаются день в день (иногда между первым и вторым событием может пройти несколько месяцев), поэтому не всегда правильно управлять стоимостью клика на основе данных о конверсии за прошедший день. В этом случае рекомендуем выбрать более длительный период времени в меню «С использованием данных от».

Используйте предварительный просмотр

До сохранения правила всегда применяйте «Предварительный просмотр». Это позволит проверить настройку правила, убедиться, что вы настроили его именно так, как хотели.

Сначала выполните правило 1 раз

Прежде чем настраивать регулярное выполнение правила, выполните его 1 раз и оцените изменения. Если они положительные, настройте регулярное выполнение. Такой подход позволит избежать ошибок.

Будьте осторожны с наложением правил

Что произойдет, если настроить выполнение двух правил для общего набора элементов на одно и то же время? В нашей системе нет механизма определения приоритета правил. Таким образом, в описанном случае оба правила будут выполнены и внесут необходимые изменения. Мы не рекомендуем одновременно выполнять несколько правил для одного набора данных. Если вы хотите создать несколько правил для одного раздела кампании, назначьте их выполнение на разное время.



Изменение ставок в зависимости от средней позиции

Изменение ставок в зависимости от средней позиции работает не всегда, поскольку в некоторых случаях повышение ставки приводит к увеличению количества показов, что, в свою очередь, может негативно отразиться на позиции объявления. В нашем случае мы все сделали правильно, так как наши объявления всегда показываются по брендовым запросам – другое дело, что не всегда на первой позиции.

Изменение ставок в зависимости от показателя CTR

CTR объявлений зависит от их позиции на странице. Правило, понижающее ставку при низком значении CTR, может создать порочный круг: позиция вашего объявления может стать еще ниже, а это приведет к дальнейшему уменьшению показателя CTR.

В завершение скажем, что алгоритмы не так умны, как нам того хотелось бы. Поэтому следует задавать необходимые ограничения и периодически просматривать правила, чтобы убедиться, что все действия выполняются на основе достаточного количества данных.