



ADHELPER

Докрутка монетизации: углубленная аналитика

Арена. Москва. 2019



Михаил Козлов

- Занимаюсь инфосайтами с 2010 года
- Золотой марафонец ruzat.ru
- Совладелец сервиса докрутки монетизации AdHelper.site
- Участник команды «Энергия», двукратные победители командных соревнований
- Спикер профильных конференций

Контакты

- vk.com/id5035366
- mikhail@adhelper.site



Сергей Еремин

- Занимаюсь инфосайтами с 2009 года
- Проходил все Золотые марафоны/Олимп
- Совладелец сервиса докрутки монетизации AdHelper.site
- Капитан команды «Энергия», двукратные победители командных соревнований
- Спикер профильных конференций

Контакты

- vk.com/id9831377
- instagram.com/ereminserzh
- sergey@adhelper.site



- 1. Инструменты для аналитики**
- 2. Основные ошибки и точки роста**
- 3. Бонус**



Инструменты для аналитики



Инструменты для аналитики:

- журнал тестирования
- Яндекс.Метрика
- Google Analytics
- Adblock-счетчик



Инструменты для аналитики

- журнал тестирования



Основные показатели фиксируем в журнале:



Основные показатели фиксируем в журнале:

- стратегию/гипотезы тестирования



Основные показатели фиксируем в журнале:

- стратегию/гипотезы тестирования
- порядок проведения тестов



Основные показатели фиксируем в журнале:

- стратегию/гипотезы тестирования
- порядок проведения тестов
- место вывода



Основные показатели фиксируем в журнале:

- стратегию/гипотезы тестирования
- порядок проведения тестов
- место вывода
- даты тестов



Основные показатели фиксируем в журнале:

- стратегию/гипотезы тестирования
- порядок проведения тестов
- место вывода
- даты тестов
- название блока



Основные показатели фиксируем в журнале:

- стратегию/гипотезы тестирования
- порядок проведения тестов
- место вывода
- даты тестов
- название блока
- показы



Основные показатели фиксируем в журнале:

- стратегию/гипотезы тестирования
- порядок проведения тестов
- место вывода
- даты тестов
- название блока
- показы
- RPM



Основные показатели фиксируем в журнале:

- стратегию/гипотезы тестирования
- порядок проведения тестов
- место вывода
- даты тестов
- название блока
- показы
- RPM
- медийная реклама/текст



Основные показатели фиксируем в журнале:

- стратегию/гипотезы тестирования
- порядок проведения тестов
- место вывода
- даты тестов
- название блока
- показы
- RPM
- медийная реклама/текст
- цвет объявлений



Для чего использовать журнал тестирования?



Для чего использовать журнал тестирования?

- наглядность плана проведения тестов



Для чего использовать журнал тестирования?

- наглядность плана проведения тестов
- “выгружаем” все идеи из головы



Для чего использовать журнал тестирования?

- наглядность плана проведения тестов
- “выгружаем” все идеи из головы
- аналитика результатов всех тестов



Инструменты для аналитики:

- журнал тестирования
- Яндекс.Метрика
- Google Analytics



Обязательно настраиваем связи:

- РСЯ + Яндекс Метрика
- Google Adsense + Google Analytics

Как настроить: <https://clck.ru/FFkzn>



Для чего связывать метрика+рся и адсенс+аналитикс:

1. Работа со статьями
2. Работа с источниками трафика
3. Работа с аудиторией



Работа со статъями:



Работа со статьями:

- Суммарный доход, считаем окупаемость документов



Работа со статьями:

- Суммарный доход, считаем окупаемость документов
- Страницы с высокой посещаемостью, но маленьким количеством блоков или низким % видимости



Работа со статьями:

- Суммарный доход, считаем окупаемость документов
- Страницы с высокой посещаемостью, но маленьким количеством блоков или низким % видимости
- Страницы с низкой посещаемостью, но с высоким ДНВ (доход на визит)



Работа со статьями:

- Суммарный доход, считаем окупаемость документов
- Страницы с высокой посещаемостью, но маленьким количеством блоков или низким % видимости
- Страницы с низкой посещаемостью, но с высоким ДНВ (доход на визит)
- Повышение CTR на трафиковых статьях



Работа с источниками трафика:



Работа с источниками трафика:

- Смотрим доход по источникам трафика (для каждого источника может быть своя приоритетная рекламная сеть)



Работа с аудиторией:



Работа с аудиторией:

- Браузеры (бывает, что нет рекламы из-за технических проблем с плагинами и др)



Работа с аудиторией:

- Браузеры (бывает, что нет рекламы из-за технических проблем с плагинами и др)
- Размеры экрана (может быть низкий % видимости на опр. размерах экранов)



Работа с аудиторией:

- Браузеры (бывает, что нет рекламы из-за технических проблем с плагинами и др)
- Размеры экрана (может быть низкий % видимости на опр. размерах экранов)
- География (настраиваем индивидуальный вывод рекламы под разные ГЕО) Особенно актуально в работе с лидами и когда нет выкупа в определенных регионах



Подробнее:

<https://yandex.ru/adv/news/denezhnye-pokazateli-r-sya-v-yandeks-metrike-analitika-dlya-izdateley>

https://support.google.com/adsense/topic/1385757?hl=ru&ref_topic=1320584



Инструменты для аналитики:

- журнал тестирования
- Яндекс.Метрика
- Google Analytics
- **Adblock-счетчик**



Подробнее про adblock: <https://clck.ru/FFkdX>



- В Яндекс.Метрике зайти в Отчеты —> Стандартные отчеты —> Технологии —> Наличие блокировщиков рекламы
<http://joxi.ru/Vm6Q3ZZs4XX64r>

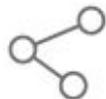


- В Яндекс.Метрике зайти в Отчеты → Стандартные отчеты → Технологии → Наличие блокировщиков рекламы
<http://joxi.ru/Vm6Q3ZZs4XX64r>
- Можно использовать сервис <https://adblockmetrics.ru>



ADHELPER

ВСЕГО ПОСЕТИТЕЛЕЙ



493

Посетителей 493

Просмотров 574

AVG Просмотров 1,164

РАЗРЕШАЮТ РЕКЛАМУ



86,61 %

Посетителей 427 **86,61 %**

Просмотров 497 **86,59 %**

AVG Просмотров 1,164 **-0,23 %**

БЛОКИРУЮТ РЕКЛАМУ



13,39 %

Посетителей 66 **13,39 %**

Просмотров 77 **13,41 %**

AVG Просмотров 1,167 **0,23 %**



Аналитика и выводы



Термины и показатели

Неправильное понимание основных терминов и соответственно ложные выводы

CPM > RPM > eCPM -> CPMV



Чтобы сравнивать AdSense, РСЯ, AdFOX и тд и проводить достоверную аналитику и делать верные выводы

От блока нет дохода или почти нет?

- нет запросов
- нет отрисовок
- нет показов



Запрос > Отрисовка > Показ

RPM > eCPM > CPMV



Запрос - Отрисовка - Показ

Запрос - РСЯ RPM = $\frac{\text{Adsense RPM запросов объявлений}}{1000}$

Отрисовка (ответ-выкуп) - РСЯ eCPM = $\frac{\text{Adsense Доход на тысячу показов по сопоставленным запросам объявлений}}{1000}$

Показ (видимость) - РСЯ CPMV = $\frac{\text{Adsense Доход на тысячу показов}}{1000}$



ADHELPER

Google AdSense | Отчеты

Все отчеты + 🔍

Отчет по умолчанию 2

Весь аккаунт по дням

Сайты 1

Платформа контента

Страны

Рекламные блоки

Платформы

Продукты

Цель рекомендуемого контента – повысить активность пользователей на сайте. С помощью этой функции можно изменить доход на тысячу показов и другие показатели страниц.

Параметры для отчета:

Фильтр + добавить

Обзор Кликс Пр

Сохранить как ⌵ 📄

USD ⌵

Семансы объявлений + Специальные 3

Группа специальных показателей

Выберите показатели:

- CTR объявл.
- Цена за клик
- Доход за тыс. показов страницы 4
- RPM запросов объявлений
- Доход на тысячу показов по сопоставленным запросам объявлений
- Доход на тысячу показов
- Доход за тыс. показов объявл.
- Отслеживаемые показы Active View
- Показы в видимой части

Сохранить Отмена



Кейс - низкий выкуп (покрытие/fill rate)

Разница между RPM и eCPM два или более раз

Разница между RPM и eCPM два или более раз,

Значит, 50% трафика не выкупают, пример:

RPM — 30 рублей /1000 запросов

eCPM — 60 рублей / 500 отрисовок

CPMV —70 рублей / 425 показов

причины:

— слишком много блоков рекламы на сайте

— дешевая тематика

— стоит CPM ограничение

— выкупают только «дорогой трафик» (трафик на дорогих статьях)

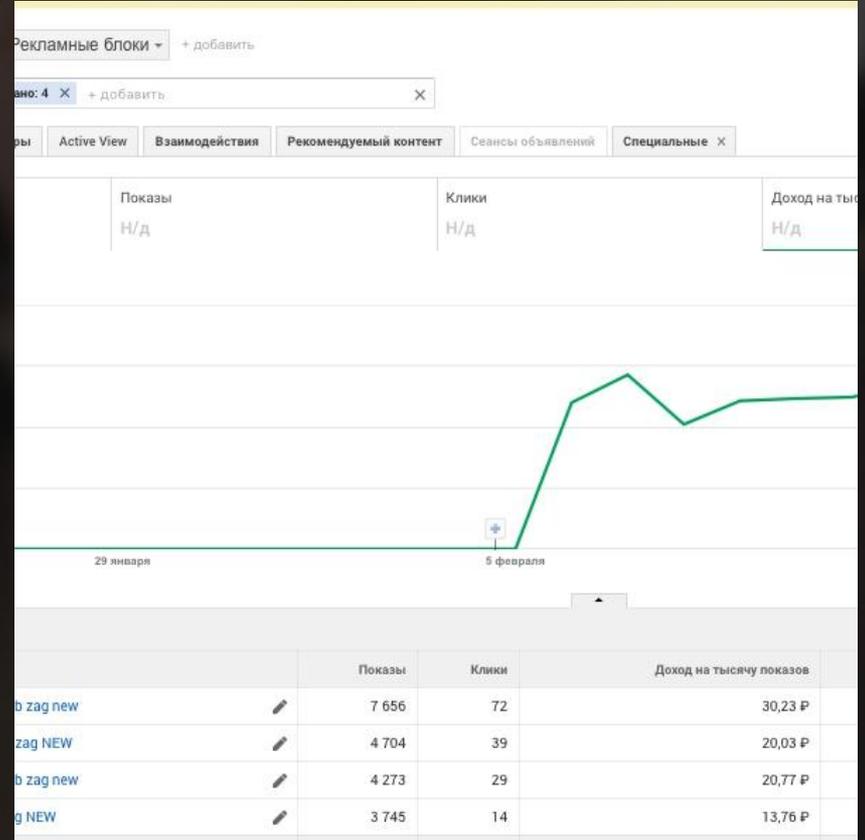
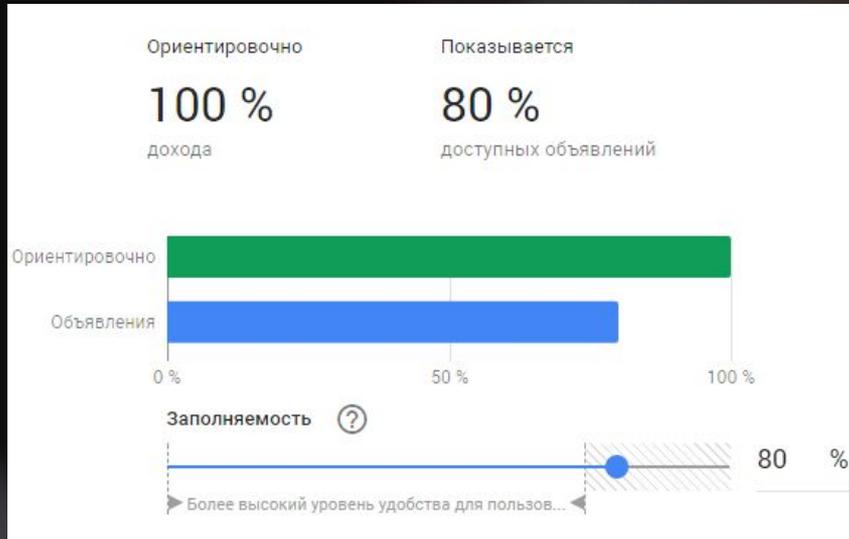
Отрисовки RTB-блоков ↕	Показы RTB-блоков ↕	Fill rate RTB-блоков ▲	RPM RTB-блоков — партнерские (без НДС) ↕	eCPM RTB-блоков — партнерские (без НДС) ↕	CPMV RTB-блоков — партнерские (без НДС) ↕
3 276	2 019	17 %	6,21 ₽	36,38 ₽	59,03 ₽
3 276	2 019	17 %	6,21 ₽	36,38 ₽	59,03 ₽



Заглушки



Кейс - Что делать если низкий выкуп
Разница между RPM и eCPM два или
более раз - использовать заглушки





Термины

Второй кейс. eCPM и CPMV отличаются более чем в 3-5 раз, RPM и eCPM не отличаются почти

Хороший % выкупа, но низкая видимость, пример:

RPM — 12 рублей / 1000 Запросов

eCPM — 14 рублей / 850 отрисовок

CPMV — 60 рублей / 230 показов

причины:

— пользователи быстро скролят место размещения блока,

— блок слишком низко на странице, например, в футере

Отрисовки RTB-блоков ↕	Показы RTB-блоков ↕	% видимости RTB-блоков ▲	RPM RTB-блоков — партнерские (без НДС) ↕	eCPM RTB-блоков — партнерские (без НДС) ↕	CPMV RTB-блоков — партнерские (без НДС) ↕
33 349	11 899	36 %	29,72 Р	36,88 Р	103,35 Р
33 349	11 899	36 %	29,72 Р	36,88 Р	103,35 Р
33 349	11 899	36 %	29,72 Р	36,88 Р	103,35 Р



Влияние видимости на показы

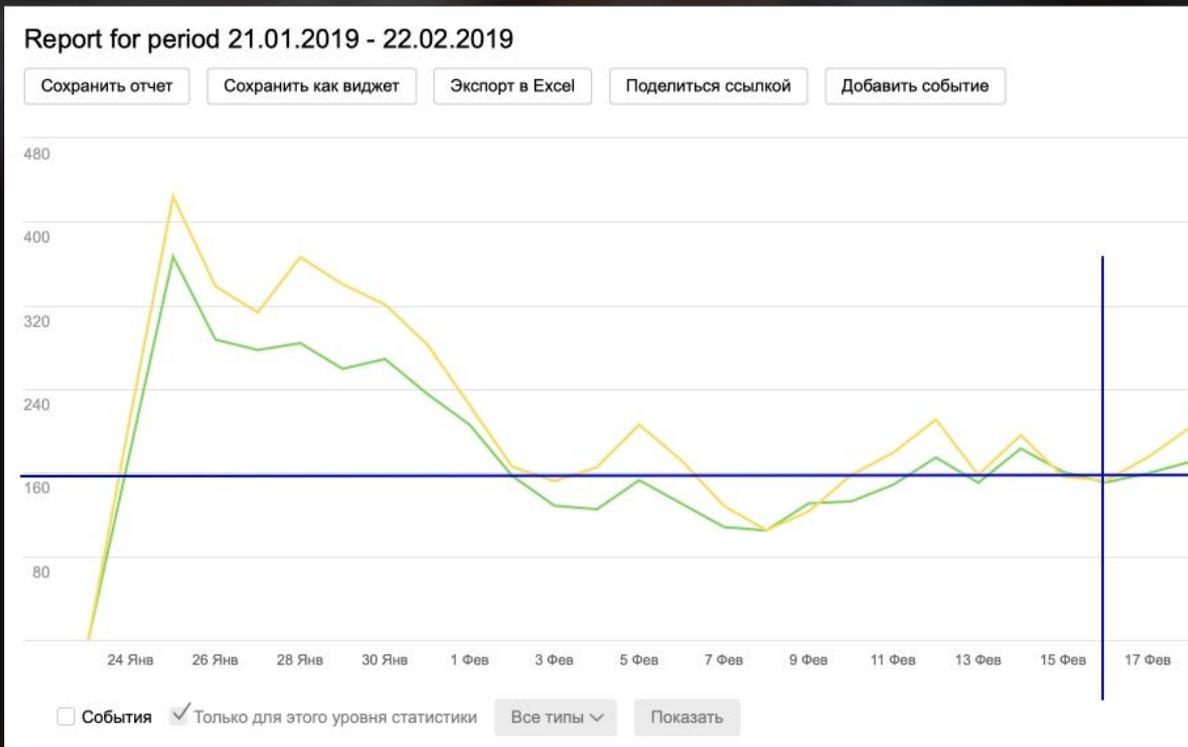
А/Б тест что лучше h1 или первый абзац?

ID блока ↕	Название блока ↕	Показы RTB-блоков ↕	% видимости RTB-блоков ↕
Итого		100 005	41 %
	Абзац МОБ	45 765	43 %
	Абзац ПК	30 171	69 %
	h1 - МОБ	10 170	15 %
	h1 - ПК	13 899	54 %

Результаты: Место вывода после абзаца на мобильных лучше на 28% (450%) и ПК на 15% (217%)

Выводы: что нужно смотреть на % видимости и работать над его повышением. Тут индивидуально под каждый сайт, тематику

Время тестов менее 21 дня



Принимать импульсивные решения ранее чем за 21 день, лучше всего подождать около 21-28 дней (3-4 недели) и делать выводы

Проблемы с выводом рекламы



Пример в статье не оказалось подзаголовков или каких-то элементов, которые есть везде) доработали порядка 10 страниц и получили +5% к доходу

Тип устройства, Браузер, Версия браузера, Полная версия браузера

Визиты Посетители Запросы Показы Отрисовки на просмотр Расчетный доход CPMV Расчетный доход визита

>1000

Аналитика наличия рекламы по браузерам

Проблемные

ПК	506 472	436 567	5,24 млн	1,48 млн	среднее 8,64	16 372,89	11,08	0,03
Safari	2 291	2 000	10 250	4 593	3,15	115,81	25,21	0,05
Opera	78 091	65 244	517 920	156 851	5,55	1 621,17	10,34	0,02
MSIE	18 137	16 447	150 134	58 794	6,9	1 124,76	19,13	0,06
Amigo	2 269	2 001	21 070	7 544	7,34	85,58	11,34	0,04
Google Chrome	201 630	176 042	2,16 млн	607 382	8,78	6 251,77	10,29	0,03
Firefox	51 297	45 223	531 805	158 798	8,83	1 882,37	11,85	0,04
Яндекс.Браузер	138 121	116 874	1,68 млн	459 336	10,4	4 853,86	10,57	0,04
Edge	11 713	10 353	150 497	17 640	11	359,56	20,38	0,03

гельское соглашение Справка Задать вопрос Предложить идею Telegram Twitter YouTube Ru © 2008–2018 ООО «Яндекс»





Адаптивные блоки

Использование адаптивных блоков для моб и ПК версий



Используя только адаптивные блоки, мы теряем преимущества ПК и МОБ версий по рекламным форматам:

ПК:

1. **728×90**
2. **970×90**
3. **970×250**
4. **1000×120**
5. **Горизонтальные форматы, постеры и др**

Такие форматы работают только на ПК!

Создание RTB-блока

1. Общие 2. Версия сайта 3. Директ 4. Медийная реклама

Постер горизонтальный
 Адаптивный

ДРУГИЕ ФОРМАТЫ

- 250×250
- 300×250
- 300×300
- 336×280
- 728×90
- 970×90
- 970×250
- 1000×120
- Квадратный
- Настраиваемый
- Motion

Максимальное количество объявлений Директа
4

Three example RTB ads are shown in a grid. The first ad is for 'Туры на горный Алтай' with a background image of mountains and the URL 'travel.yandex.ru'. The second ad is for 'Немецкие авто у официального дилера' with a background image of a car and the URL 'auto.ru'. The third ad is for 'Мебель для спальни и гостиной' with a background image of a dresser and the URL 'market.yandex.ru'. A blue box highlights the '728×90' format option in the left sidebar, and a blue circle with the number '1' is placed on the first ad in the grid.



Чек-лист



Основной чек-лист по аналитике основанный на самых частых ошибках

1. Правильно понимаем термины и основные понятия



Основной чек-лист по аналитике основанный на самых частых ошибках

1. Правильно понимаем термины и основные понятия
2. Работа Низким выкупом (покрытие/fill rate) - нет заглушек



Основной чек-лист по аналитике основанный на самых частых ошибках

1. Правильно понимаем термины и основные понятия
2. Работа Низким выкупом (покрытие/fill rate) - нет заглушек
3. Работа с Низкой видимостью и скоростью отрисовки в “важных местах”



Основной чек-лист по аналитике основанный на самых частых ошибках

1. Правильно понимаем термины и основные понятия
2. Работа Низким выкупом (покрытие/fill rate) - нет заглушек
3. Работа с Низкой видимостью и скоростью отрисовки в “важных местах”
4. Время тестов от 3х недель



Основной чек-лист по аналитике основанный на самых частых ошибках

1. Правильно понимаем термины и основные понятия
2. Работа Низким выкупом (покрытие/fill rate) - нет заглушек
3. Работа с Низкой видимостью и скоростью отрисовки в “важных местах”
4. Время тестов от 3х недель
5. Вывод рекламы под различную верстку статей



Основной чек-лист по аналитике основанный на самых частых ошибках

1. Правильно понимаем термины и основные понятия
2. Работа Низким выкупом (покрытие/fill rate) - нет заглушек
3. Работа с Низкой видимостью и скоростью отрисовки в “важных местах”
4. Время тестов от 3х недель
5. Вывод рекламы под различную верстку статей
6. Раздельное использование ПК и МОБ из-за скрытых возможностей



Основной чек-лист по аналитике основанный на самых частых ошибках

1. Правильно понимаем термины и основные понятия
2. Работа Низким выкупом (покрытие/fill rate) - нет заглушек
3. Работа с Низкой видимостью и скоростью отрисовки в “важных местах”
4. Время тестов от 3х недель
5. Вывод рекламы под различную верстку статей
6. Раздельное использование ПК и МОБ из-за скрытых возможностей
7. Нарушение правил рекламных сетей (adsense и рся)



Нарушение правил



1). Размер фиксированного блока РСЯ на мобильных устройствах.

Используются: 300*250, 300*300 и т.п.

Разрешено: 320*100, 320*50

iPhone X 375 x 812 78% Online

F1 (5 A)	освещения багажника Подкапотная лампа. Л освещения номерного Лампы передних габар огней
F2 (7,5 A)	Лампа ближнего света фара). Электродкоррек света фар. Моторедук корректора
F3 (10 A)	Лампа дальнего света фара)
F4 (10 A)	Левая противотуманн
F5 (30 A)	Реле электростеклоподъем Электростеклоподъем
F6 (15 A)	Блок управления электроблокировкой д
F7 (20 A)	Прикуриватель. Реле звукового сигнала. Зв

НЕ УСТАЕТ
ОБГОНЯТЬ.



2). Выезжающий блок РСЯ на десктопных устройствах перекрывает контент

F9 (20 A)	Лампа освещения вещевого ящика. Реле очистителя ветрового стекла. Переключатель очистителя ветрового стекла. Электродвигатель очистителя ветрового стекла. Реле фарочистителя (контакты). Электродвигатели фарочистителей. Электродвигатель фаросмывателя
F10	Резерв
F11 (5 A)	Лампа задних габаритных огней. Регулятор освещения приборов
F12 (7,5 A)	Лампа ближнего света (правая фара). Моторредуктор корректора (правая фара)
F13 (10 A)	Лампа дальнего света (правая фара)
	Правая противотуманная фара
	Блок управления наружными зеркалами. Моторредукторы управления наружными зеркалами
	Реле-прерыватель указателей поворота и аварийной сигнализации (в режиме аварийной сигнализации)
	Плафон индивидуальной подсветки. Контрольная лампа иммобилизатора. Лампы стоп-сигнала. Дополнительный сигнал торможения. Плафон освещения салона
	Лампы света заднего хода. Электровентилятор отопителя. Электродвигатель омывателя ветрового стекла. Реле обогрева заднего стекла (обмотка). Реле очистителя заднего стекла. Электродвигатель очистителя заднего стекла. Электродвигатель омывателя заднего стекла. Блок управления блокировкой дверей
	Реле прерывателя указателей поворота и аварийной сигнализации (в режиме

VICHY
LABORATOIRES

ДНИ ЗДОРОВЬЯ ВОЛОС
C DERCOS

ЗАПИШИТЕСЬ

НА БЕСПЛАТНУЮ ДИАГНОСТИКУ
ВОЛОС И КОЖИ ГОЛОВЫ

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ.
ПРОКОНСУЛЬТИРУЙТЕСЬ СО СПЕЦИАЛИСТОМ

ЗАПИСАТЬСЯ

ЗАО "ЛОРЕАЛЬ" ПЕРВО, Г. МОСКВА, 4-й ГОЛУБОВСКИЙ
ПЕР.-К. ДЕН 1/3, СТР. 1-3, ОГРН: 502700054986

применяют народные способы, химические средства, пятновыводители или медицинский спирт.

Если какой-либо метод не помог справиться, можно повторить процедуру или воспользоваться другим. Самым простым способом, является заморозка резинки.

Горячие и холодные способы удаления жвачки

Если как можно ра
испорчена. Жевате
сложно. Для смягч

Выбор способа за
не принес вреда



Пуховики в «Снежной Королеве»

Завершаем распродажу! Скидки до 70% на всё. Женские пуховики от 2 490р.

Узнать больше

snowqueen.ru



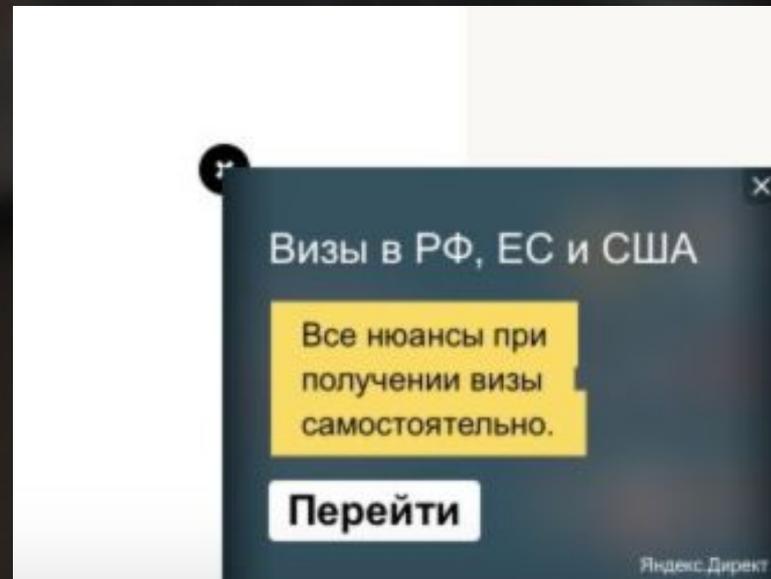
Содержание: Удаление пятен на цветной одежде ↕ Как вывести пятна...

0

тен от клея на



3). Кнопка закрытия рекламы находится за блоком





4). Использование блоков Adsense в фиксированном блоке на моб. устройствах

Запрещено: самостоятельно закреплять адаптивный блок внизу/вверху экрана



4). Использование блоков Adsense в фиксированном блоке на моб. устройствах

Запрещено: самостоятельно закреплять адаптивный блок внизу/вверху экрана

Разрешено: использовать стандартный фиксированный формат в adsense



5). Неправильное использование альтернативного кода (“заглушек”)

Запрещено:

- размещать рекламные блоки в качестве заглушки в рамках одной системы (рся внутри рся)
- использовать блоки рся в качестве “заглушек” в adsense



ADHELPER

Рекламная сеть Яндекса
кому: [redacted]

Добрый день!

К сожалению, нет, т.к. противоречит Правилам участия <https://yandex.ru/legal/partner/index.html> в пункте 3.1.7. запрещено размещение кода вызова рекламных блоков РСЯ (как прямых, так и интеграционных блоков РСЯ через ADFOX) внутри кода других баннерных систем (DFP, AdRiver и др.), а также с использованием других js кодов, callback и postmessage функций, подмены одного кода другим и пр.;

-

[Пожалуйста, не забудьте оценить мой ответ](#)

-

С уважением, Олеся
Специалист службы поддержки
Рекламной сети Яндекса
<https://partner.yandex.ru>



5). Неправильное использование альтернативного кода (“заглушек”)

Запрещено:

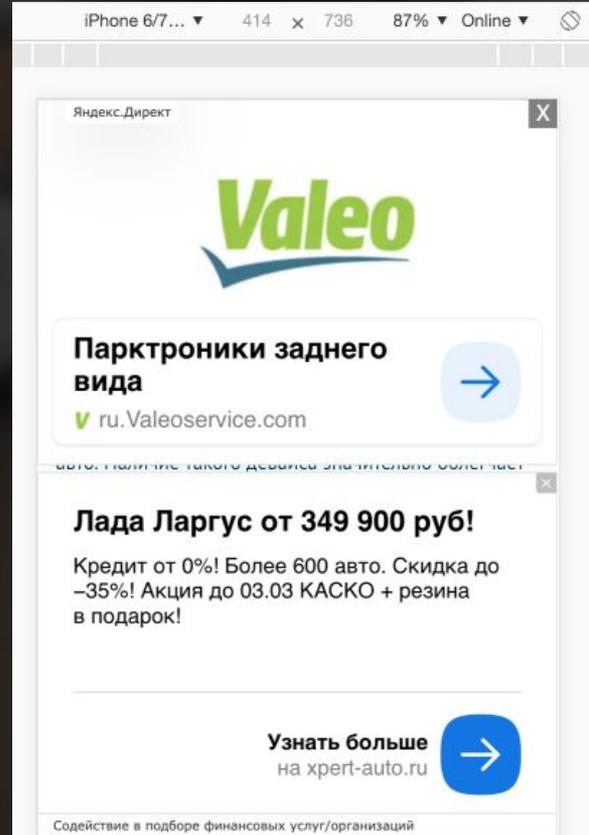
- размещать рекламные блоки в качестве заглушки в рамках одной системы (рся внутри рся)
- использовать блоки рся в качестве “заглушек” в adsense

Разрешено:

- размещать рекламные блоки adsense в “заглушках” для блоков рся



6). Запрещен вывод рекламных блоков рся в interstitial





БОНУС



По кодовому слову **АРЕНА** вы получите:

- презентацию нашего доклада + презентация с Арены 2018
- чек-лист по монетизации сайтов 2019
- журнала тестирования

Адрес группы - vk.com/adhelper

ADHELPER.site - Журнал монетизаторов
Всё про монетизацию информационных сайтов под ключ

Перейти

Вы подписаны ▾

Информация

Написать сообщение

Управление

На протяжении 8 лет мы занимаемся созданием и монетизацией