GUIDE

CLICKADU

Multi-format Advertising Network

ГАЙД ДЛЯ МЕДИА-БАЙЕРОВ

Впервые в арбитраже? Желаешь расширить свои познания, чтобы преуспеть с Clickadu?
В этом гайде ты найдёшь всё необходимое.

#СОДЕРЖАНИЕ

Шаг 1: Выбор «правильного оффера» 1

Шаг 2: Стать полноценным партнёром 3

Шаг 3: Изучить все возможности SSP платформы 4

Шаг 4: Создать свою первую кампанию 11

Мою кампанию отклонили. Что делать? 21

Как реклама работает? 22

Умная реклама. Чуть подробнее о SMART моделях 23

SmartCPA - настолько умная? 23

SmartCPM - аукцион второй цены 24

Советы от PRO 25

Выбирай оффер с умом 25

Распределяй бюджет 25

Оптимизируй 26

Здорово, что ты с нами 27

ШАГ 1: ВЫБОР “ПРАВИЛЬНОГО ОФФЕРА”

Что означает “оффер”? “Оффер” - продукт, который ты представляешь. Если ты владелец бизнеса, то оффером является твой бизнес, предложение или вебсайт. Если ты арбитражник, то подобный оффер можно достать у прямых рекламодателей (владельцев продукта) или в партнёрских сетях.

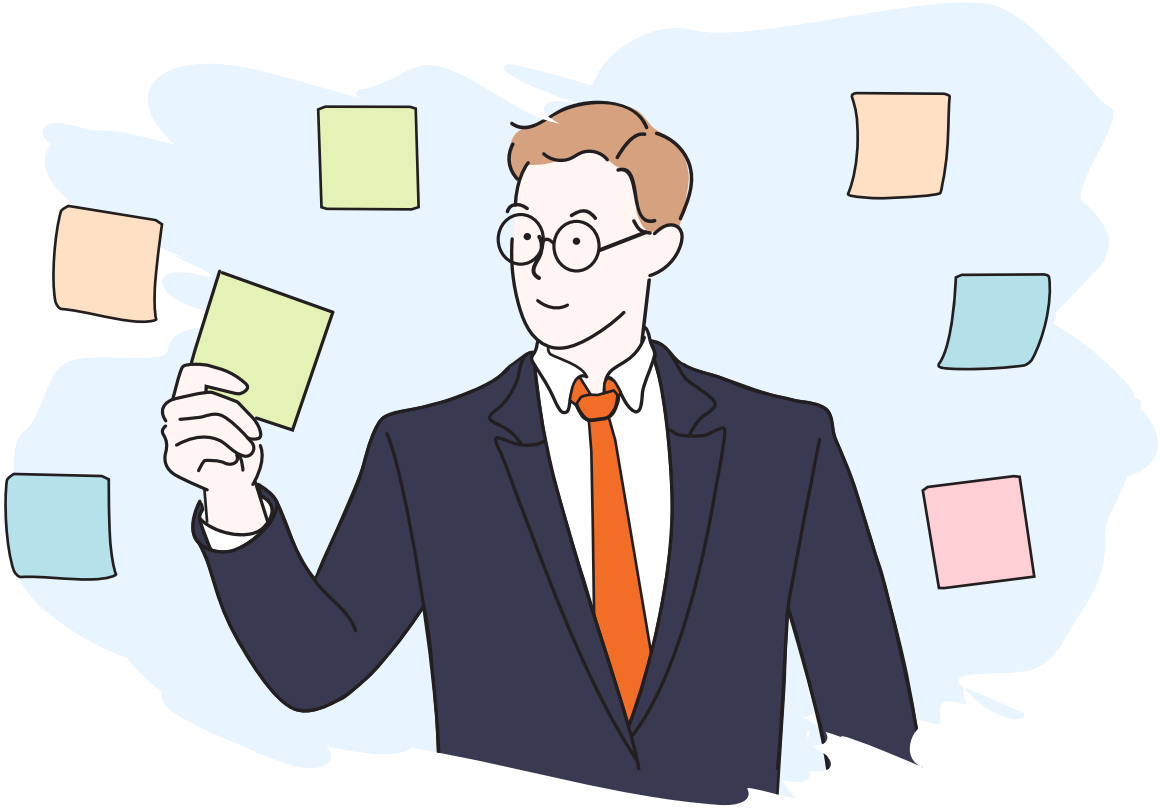
Наш рекламный нетворк работает с развлекательными вебсайтами и имеет специфический набор вертикалей, которые могут зайти на нашем трафике.

Список ТОП вертикалей:

- ☑ *Dating*
- ☑ *Webcam*
- ☑ *iGaming (Gambling \ Betting)*
- ☑ *Sweepstakes*
- ☑ *Wap Clicks & pin submit*
- ☑ *VPN*
- ☑ *Social Apps*
- ☑ *Tools & Utilities*

Подсказка: Менеджеры партнёрских сетей зачастую предлагают офферы, не оценивая специфику источника трафика. Это нередко приводит к бесполезной трате рекламного бюджета. Согласись, ты не был бы рад увидеть рекламу крипты во время просмотра любимого сериала.

Поэтому прежде чем запускать кампанию, уточни у нашей команды поддержки или у своего менеджера в Clickadu, подойдёт ли трафик к офферу или нет.



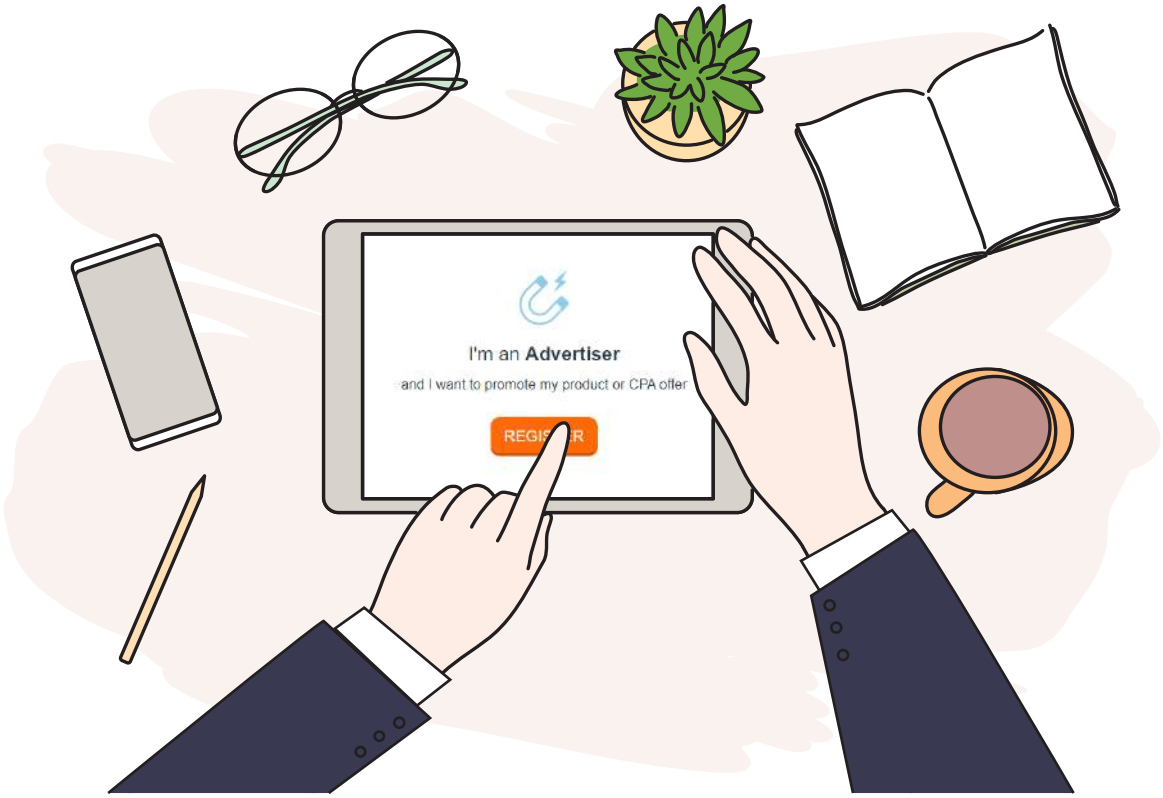
ШАГ 2: СТАТЬ ПОЛНОЦЕННЫМ ПАРТНЁРОМ

Создать аккаунт можно у нас на сайте.

Форма создания простая и состоит из двух этапов. Отнесись к процессу заполнения со всей серьёзностью, так как Clickadu базируется в Чешской Республике и мы должны соответствовать Европейским законом и принципам KYC.

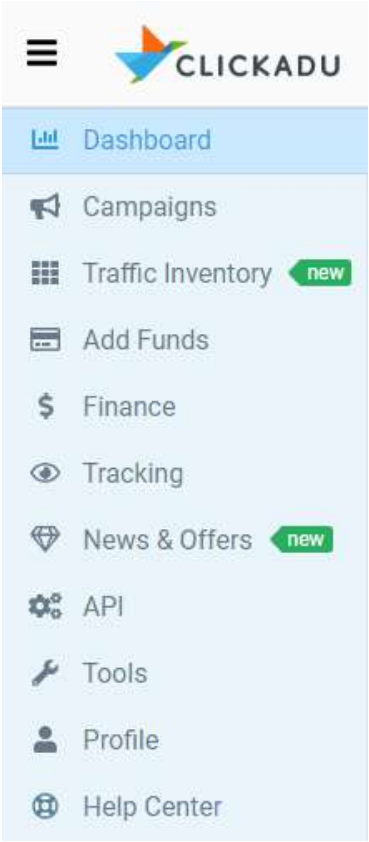
Второй этап регистрации более информативный, чем функциональный. Он позволит больше узнать о твоих намерениях и предоставить нужную экспертизу.

По завершение формы регистрации нужно будет подтвердить свой email адрес и создать себе непрошибаемый пароль.



ШАГ 3: ИЗУЧИТЬ ВСЕ ВОЗМОЖНОСТИ SSP ПЛАТФОРМЫ

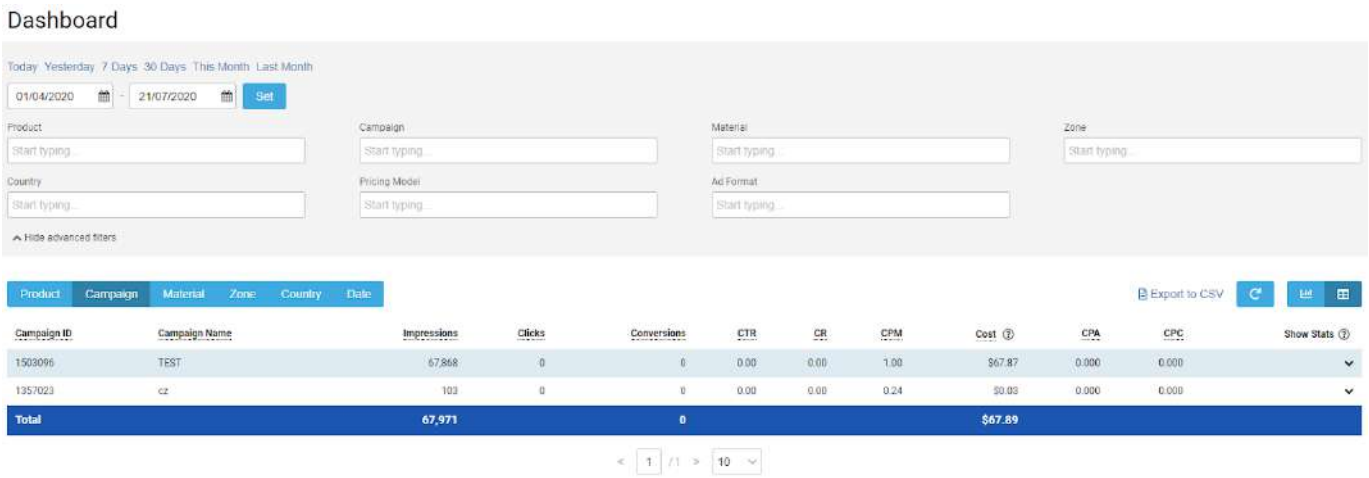
Итак, ты внутри. Давай быстренько пробежимся по всем секциям платформы, тут есть, на что посмотреть.



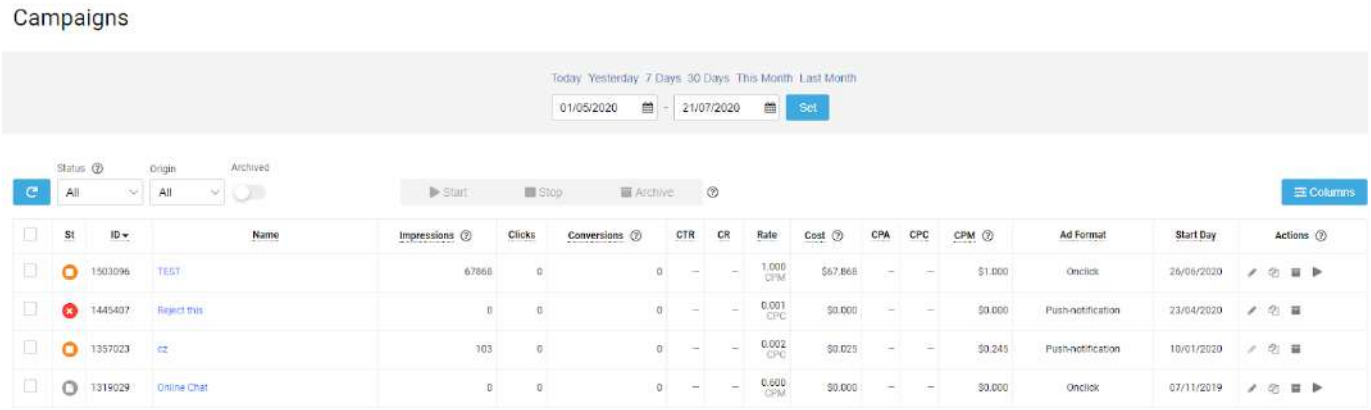
Подсказка: Бургер-кнопка позволит вам разворачивать и схлопывать меню.

А теперь подробней о секциях:

Dashboard - здесь можно получить подробную информацию, касаемо твоих рекламных кампаний и сортировать их по своему усмотрению.



Campaigns - С первого взгляда похожа на предыдущую секцию, но они отличаются. В разделе “Кампании” есть индивидуальный набор фильтров и контролеров. Отсюда можно массово управлять своими кампаниями.



Traffic Inventory - достаточно важная секция, так как в ней есть вся информация по объёмам на выбранные таргетинги а также средний и максимальный ценник “по рынку”.

Traffic Inventory

This tool calculates the daily traffic amount available according to the campaign settings, and selected targeting options.
The data is based on yesterday's traffic performance.

Ad Format

Push-notification | Instant Text Message | Video | OnClick (Popunder) | Skim

Platform: All | Desktop | Mobile

Connection type: All | 3G | Wi-Fi

Os's: All

Countries *: Start typing...

Countries	Total Impressions	Avg CPM	Max CPM
IN	23 210 347	0.31	0.63
VN	17 539 808	1.11	1.92
BR	7 161 401	0.63	2.46
JP	4 153 881	1.10	2.50
ID	3 714 743	0.49	2.25
US	3 319 326	1.45	8.09
PK	2 851 167	0.77	1.40

Add Funds - секция для пополнения рекламного баланса. На выбор доступны 5 методов пополнения. Мы работаем на базе предоплаты, так что потребуется положительный рекламный баланс, чтобы запустить свои кампании.

Минимальная сумма пополнения $100, но не забывай следить за новостями чтобы урвать какие-нибудь бонусы. Также учти, что все трансферные расходы лежат на плечах рекламодателей.

Подсказка: У платёжной системы Paxum самый низкий уровень комиссионных (1$) для p2p транзакций.

Add Funds

Please select a payment method:

- Bank Card Processing 1

Verified by VISA | Mastercard SecureCode | VISA | VISA | WebMoney

Payments processed by CommerceGate

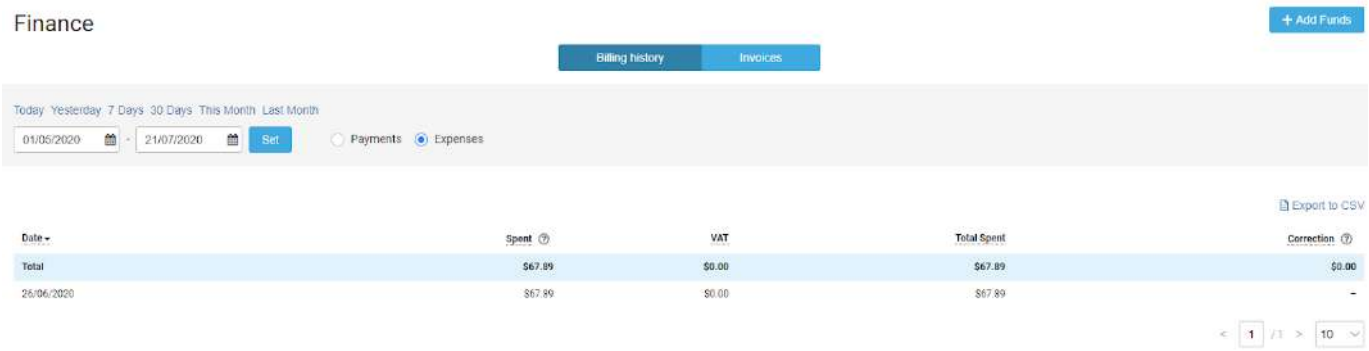
You need to complete your profile information in order to add funds via the selected payment method.
Please verify your phone number

Phone — Verify phone number

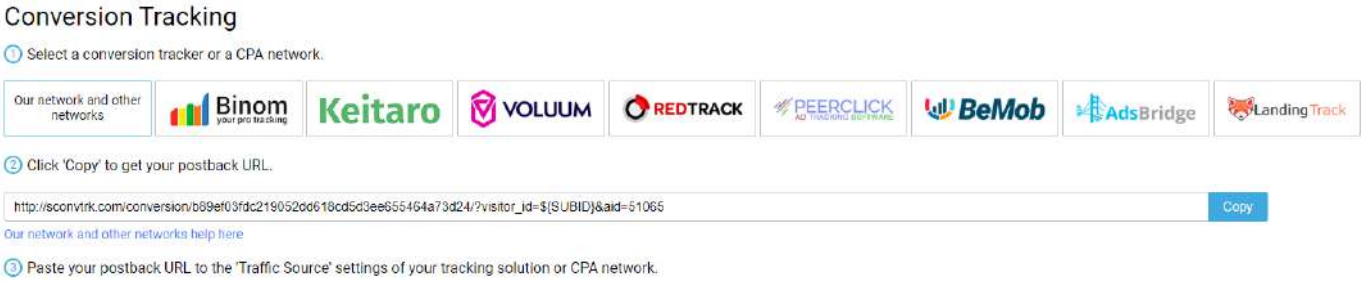
+442081333312

- Bank Card Processing 2
- PayPal
- WebMoney
- Paxum

Finance - секция, где можно изучать/скачивать свою финансовую историю, счета и пополнения.



Tracking - При помощи трекеров или партнёрских сетей можно прослеживать полную активность своих рекламных кампаний. Передача данных происходит через Tracking URL



Также в разделе присутствуют заготовки ссылок для трекеров, совместно с твоим персональным идентификатором.

Если ты не пользуешься трекером и планируешь отслеживать результаты напрямую по CPA/Партнёрке, подойдёт и стандартная линка для передачи данных

News & Offers - новости, распродажи, инсайты, промо-коды - всё это ты найдёшь здесь. Интересно, что нового появилось на платформе? Забегай чаще, чтобы всегда быть в курсе всех обновлений.

News & Offers

Soon

July 2020

Actual

More Push Notification targetings.

Engage more with a new traffic type.

Expires in: Never Learn more >>>

Self-Serve Platform April-May Updates.

This is the biggest update ever.

Expires in: Never Learn more >>>

WMA conference goes on Virtual.

So do we!

Expires in: Never Learn more >>>

API - Секция для автоматизации работы с рекламными кампаниями, путём API запросов.

API

Please kindly note that API can only be used to make changes to **Onclick, Skim, Instant Text Message and Video** campaigns working on the following pricing models: **CPM, SmartCPM**.

⚠ Dear partners, this section is designed for creating requests to Advertisers' Self-Serve Platform. For correct API setup please read the manual.

API Key

Put this key to **Authorization** header of your request for authorizing to API

d0a5515ecc4e4bf2774d011ef5a4c865c6b3fcfa Copy

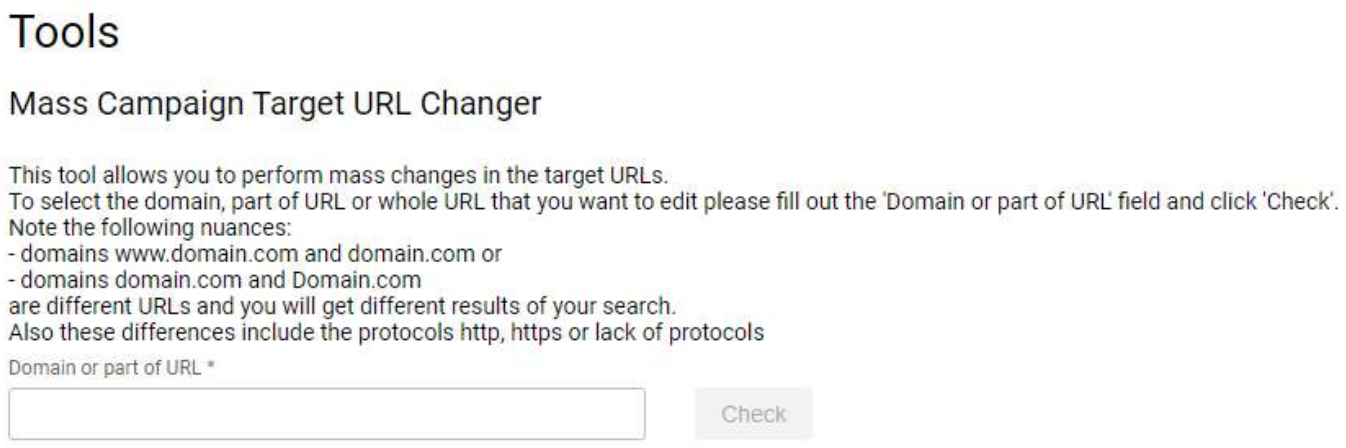
All methods require Authorization header

This is the Clickadu API for SSP Advertisers

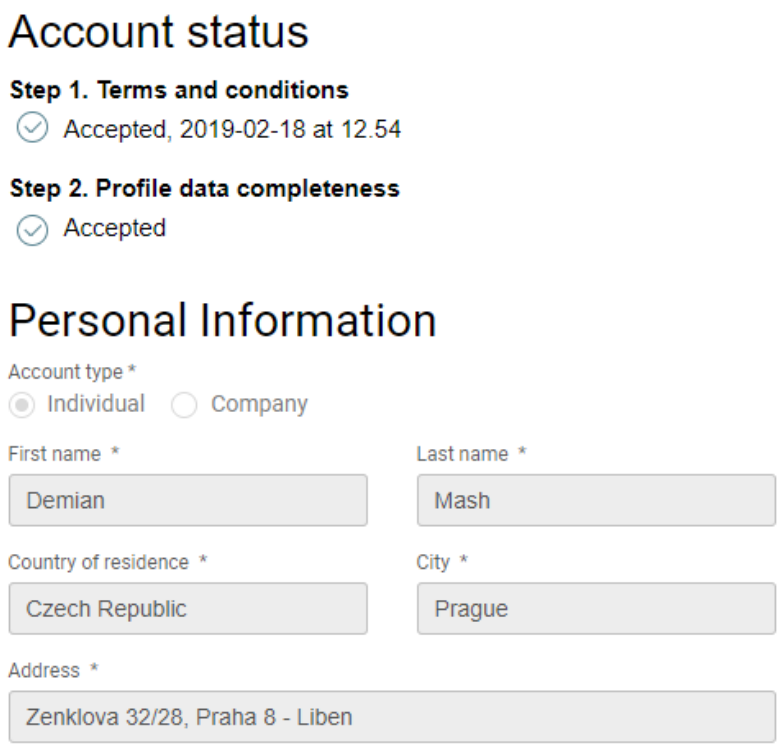
campaigns : Campaigns operations		Open/Hide | List operations | Expand operations
GET	/campaigns/	Get campaigns
GET	/campaigns/{campaignid}/	Get Campaign
PUT	/campaigns/{campaignid}/	Update a campaign
GET	/campaigns/{campaignid}/{type}/{targeting}/	Returns campaign targeting
PUT	/campaigns/{campaignid}/{type}/{targeting}/	Replace targeted/blocked elements from a campaign
statistics : Statistics operations		Open/Hide | List operations | Expand operations

[BASE URL: /v1.0/api/client, API VERSION: 1.0.0, HOST: https://ssp.clickadu.com]

Tools - секция для разных полезных инструментов. На данный момент доступен только один инструмент: Mass Campaign Target URL Changer.



Profile - все твои персональные данные хранятся тут. Также отсюда можно верифицировать свой номер телефона и изменить контактные данные.



Help Center - если возникли вопросы с запуском рекламных кампаний, отсюда можно связаться с персональным менеджером, посетить FAQ секцию или создать запрос в поддержку. Обязательно учитывай рабочие часы.

ШАГ 4: СОЗДАТЬ СВОЮ ПЕРВУЮ КАМПАНИЮ

Каждая рекламная активность, которую ты желаешь инициировать, называется “рекламная кампания”. Для “старта” потребуется хотя бы одна рекламная кампания.

Кампания состоит из имени \ целевой ссылки \ таргетингов \ настройки бюджета.

1. **Начнём с имени** - имя кампании поможет тебе отличить одну кампанию от всех остальных. Так что тут всё зависит от фантазии.

2. **Далее выбираем рекламный формат из 6 возможных.** Я разделю их на две основные группы, чтобы было проще в них разобраться.

2.2. Креативные рекламные форматы - это те, для которых обязателен креатив: текст, картинка или видео. К таким форматам относятся: ***Push Notifications, Inpage Push, Instant Text Message, Pre-Roll Video.***

2.3. Некреативные рекламные форматы - здесь “креативом” является ваша посадочная страница. К данным форматам относятся: ***Popunder & SKIM.***

Жми сюда чтобы узнать больше о рекламных форматах.

А где же в списке InPage Push? - его можно запустить в рамках формата Push Notifications.

3. Далее выбираем условия, на основе которых оплачивается эффективность кампании. ***У тебя есть выбор из 4-х ценовых моделей:***

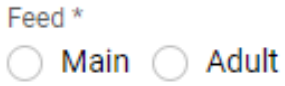
CPM (Стоимость за тысячу показов) - позволяет запускать кампании “в широкую” и платить за тысячу показов вашей рекламы.

CPC (Стоимость за клик) - данная модель работает только с креативными рекламными форматами, и тут оплата происходит за клик по рекламному объявлению. Однако, системе требуется тест на основе CPM, чтобы определить насколько трафик подходит рекламному предложению и отобрать наилучшие источники. Если тест прошёл успешно, то кампания переходит на базу оплаты за клик.

SmartCPA (Стоимость за действие) - аналогична CPC, только тест учитывает общий CR источника. При удачном тесте кампания переходит на базу CPA, где оплачивается только целевое действие.

SmartCPM (Умная оплата за тысячу показов) - данная ценовая модель похожа на CPM, но работает по схеме аукциона второй цены. Указываешь максимальную цену, которую готов платить за 1000 показов и если ставка опередила других рекламодателей - твоя реклама показывается первой и ты платишь меньше, по цене не столь удачного конкурента.

4. Выбираем “фид” вашей рекламной кампании, чтобы получить наиболее релевантные показы для вашей рекламы.



5. Указываем целевой URL - линка, которая ведёт пользователей на твой сайт или страницу продукта.

Target URL *

Example: http://www.domain.com/in.php?clickid=${SUBID}&sourceid={zoneid} More information

${SUBID} {zoneid} {campaignid} {cost} {os} {os_version} {device} {browser} {browser_lang} {connection_type} {carrier} {geo} {state} {city}

Нажимая на токены под целевой ссылкой, можно добавить дополнительные параметры, которые ты планируешь передать в трекер (если есть такой) для дальнейшей оптимизации.

6. Насколько часто показывать рекламу? Данная настройка определяет частоту показов или кликов (frequency) в отрезок времени (capping).

Frequency (Impression) * 3 | Capping (Impression) * 24 h | No capping

Frequency (Click) * 3 | Capping (Click) * 24 h | No capping

Например, частота 3/24 означает что одному пользователю реклама будет показана 3 раза за 24 часа. Настройте так, как кажется будет правильным.

Для лучших результатов мы рекомендуем 1/12 или 3/12.

7. Данную настройку можно увидеть только если выбран формат Push Notifications.

InPage Push new

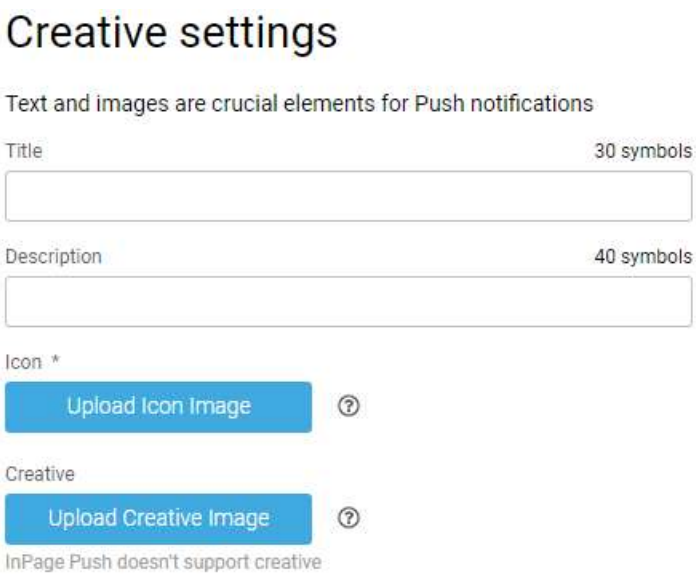
Allow InPage Push traffic

InPage Push traffic type works on all platforms including iOS, iPad, and Safari More Information

Allow only InPage Push traffic

InPage Push - пушеподобный нативный баннер.

8. Настройки креативов также доступны только для креативных рекламных форматов. Здесь можно добавить текст, картинку, видео - все инструменты для эффективного привлечения.



При нажатии на знак (?) можно узнать больше о спецификациях креативов.

Свериться с тем, как будет выглядеть ваша реклама можно в разделе ad preview:

Учитывай особенности каждой операционной системы, чтобы сделать приятный глазу креатив.

Подсказка #1: Отлично подойдёт PNG с прозрачным фоном, если иконка является логотипом.

Подсказка #2: Некоторые версии телефонов Android обрежут креатив наполовину (от центра).

Подсказка #3: Фон креатива также можно подогнать под OS, на которую ты запускаешься.

Подсказка #4: В видеорекламе лучше уложить всю суть видео в первые 5 секунд, до того как появится возможность её пропустить.

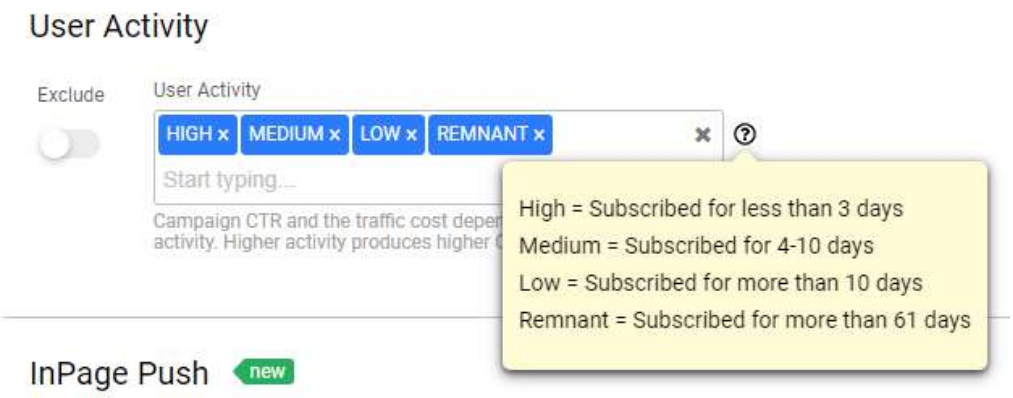
9. Следующим шагом будет выбор стран, на которые вы ориентируетесь и цена, которую ты готов заплатить за 1000 показов/клик или целевое действие.

Подсказка #1: Traffic Inventory даст исчерпывающую информацию по объёмам трафика, средней (конкурентоспособной) ставке, а также максимальной по общему спросу.

Подсказка #2: При запуске CPM и SmartCPM кампаний можно добавлять целый ряд новых стран и ставок к ним. Можно воспользоваться подобной возможностью, чтобы поднимать рейт на Тир1 трафик до конкурентоспособного.

Подсказка #3: Всегда учитывай то, что при запуске кампании на минимальных бидах можно получить результат ниже желаемого

10. Активность пользователя доступна во время запуска пушей. Активность определяет “свежесть подписки”.



HIGH = Подписан менее 3 дней
MEDIUM = 4-10 дня
LOW = Более 10 дней
REMNANT = Более 61 дня

11. По желанию можно установить дневной и общий бюджет рекламной кампании.

Общий лимит определяет бюджет всей рекламной кампании

Дневной лимит определяет бюджет кампании на день. Пользуйся им, чтобы тратить бюджет равными долями.

12. Следующая опция для тех, кто очень тщательно подходит к настройкам рекламной кампании. Расписание показа рекламы позволяет установить часы, когда ваша реклама будет показана.

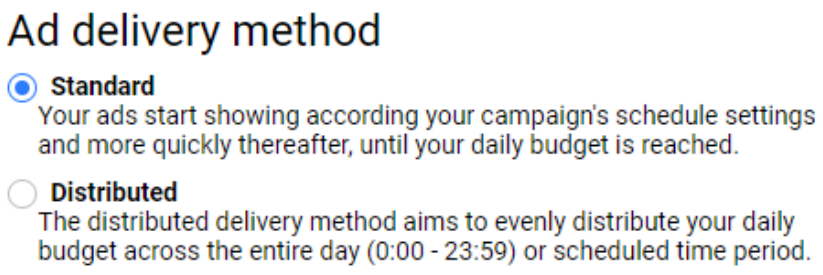
К тому же здесь можно установить период начала и старта кампании. Держи в уме, что по умолчанию все часы показов являются активными.

Подсказка #1: Отключение показа рекламы в часы отдыха или сна может сберечь ваш бюджет. Но тут всё зависит от тебя.

Подсказка #2: Лучше не устанавливать время старта и окончания кампании при запуске CPC/SmartCPA кампании. Для них требуется полнозначный временный период.

Подсказка #3: В расписании всё время указано по стандарту EST, придётся подстроиться.

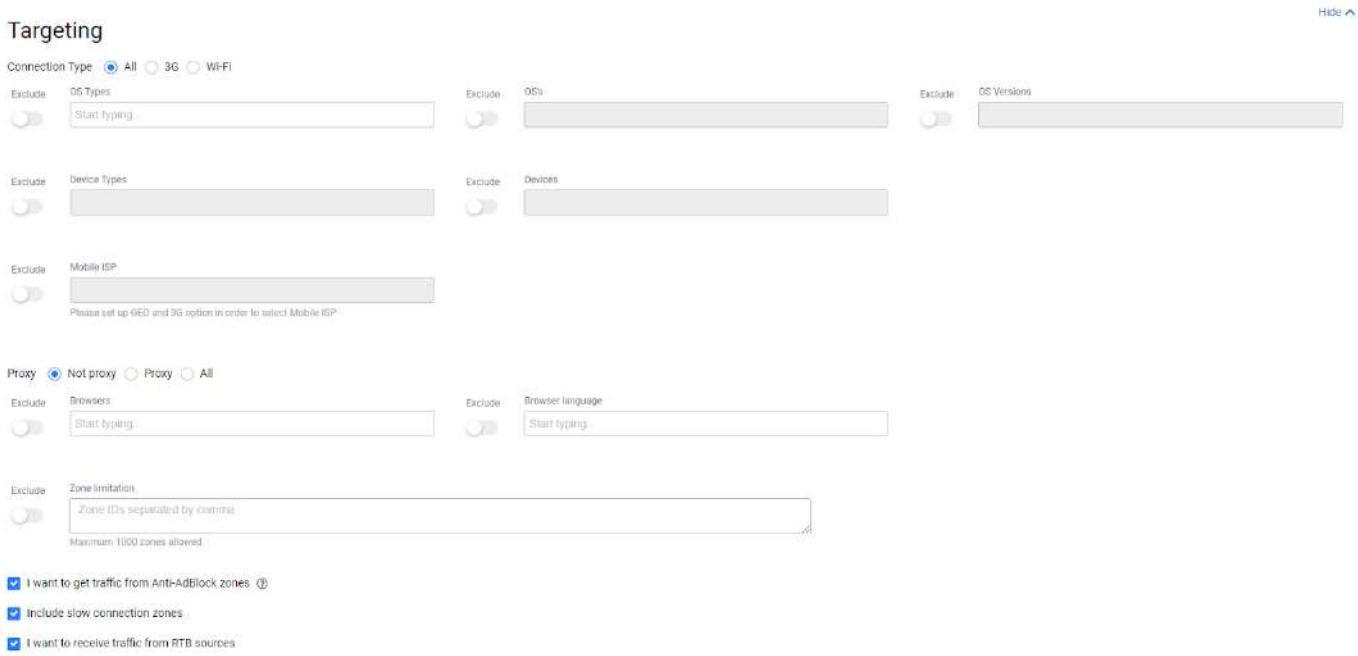
Также рядом можно найти функционал, который вам может потребоваться. Метод распределения бюджета:



«Standard» распределяет бюджет стандартным образом, пока не исчерпает дневной бюджет. Есть показ - он его обязательно купит.

«Distributed» распределяет бюджет на равные доли и тратит его в течении дня или указанного периода времени.

13. Теперь перейдём к таргетингам. Нужно что-то особенное? Используй данные поля, чтобы ориентироваться или исключить конкретные надстройки

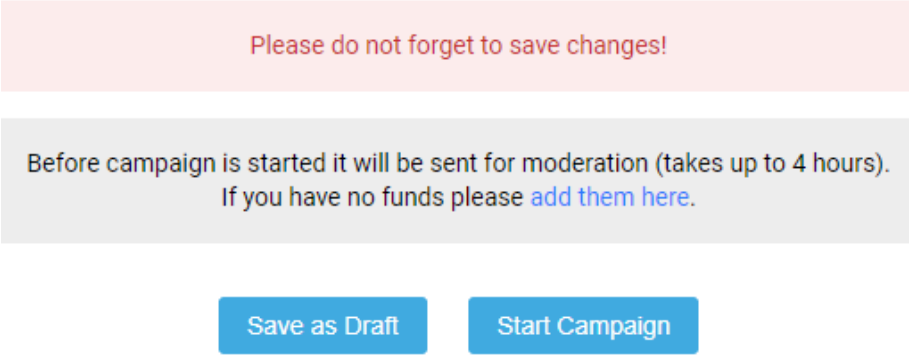


Подсказка #1: Если у оффера нет конкретных запросов, то убедитесь сперва что вы нашли ту “золотую жилу”, прежде чем добавлять или исключать таргетинги

Подсказка #2: Можно собрать свой собственный блэк\вайт лист источников и воспользоваться им для наилучшего эффекта. Либо попросите своего менеджера предоставить вам лист под конкретную вертикаль.

Подсказка #3: RTB источники позволяют добыть трафик из эксклюзивных источников. Трафик идёт от паблишеров, с которыми мы не работаем напрямую. Данную настройку можно использовать для масштабирования кампании, или добавления свежих источников.

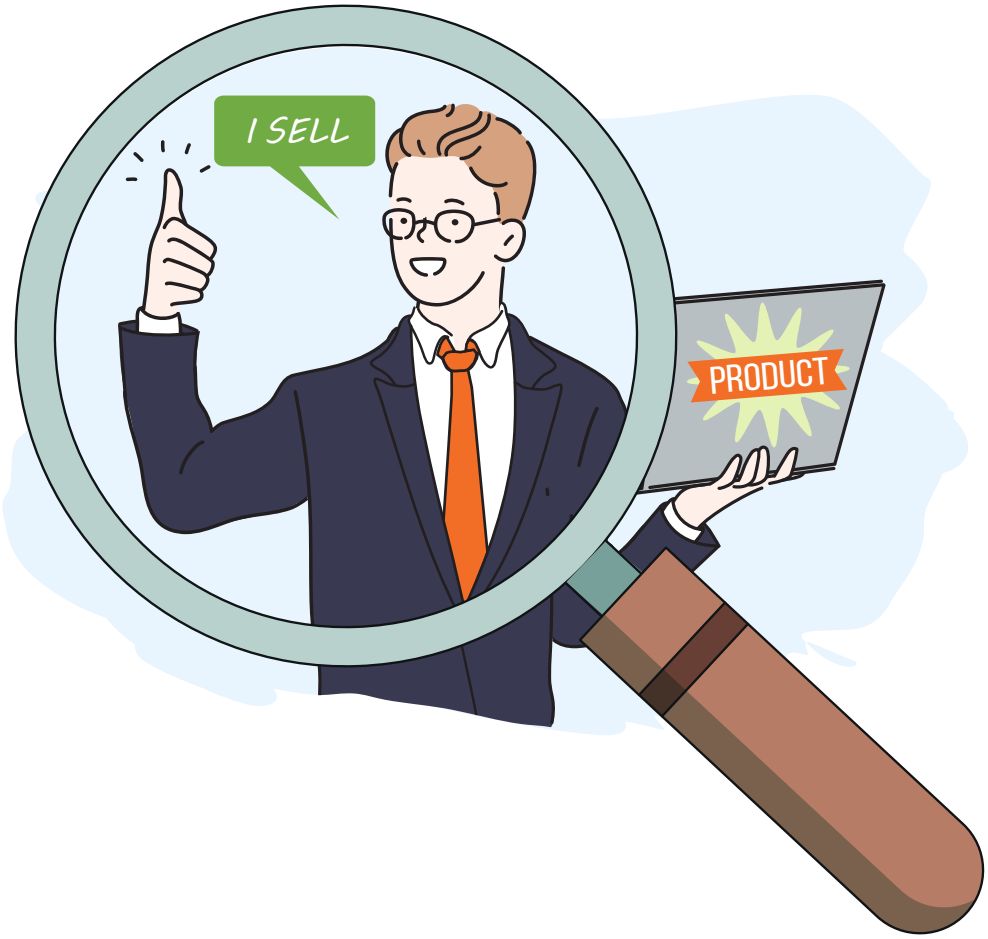
14. Всё готово? Отлично, сохрани свою кампанию как черновик ***(чтобы не потерять свой прогресс)***, или запусти её.



О ЧЁМ ЭТО СООБЩЕНИЕ ОТ МОДЕРАЦИИ?

Все рекламные кампании должны соответствовать стандартом рекламы Clickadu, а также общим условиям пользования. Команда модерации проверит, подходит ли кампания под все критерии.

Модерация работает 24/7 (даже в выходные дни), и процесс проверки кампании в среднем занимает от 10 минут до 2 часов.



МОЮ КАМПАНИЮ ОТКЛОНИЛИ. ЧТО ДЕЛАТЬ?

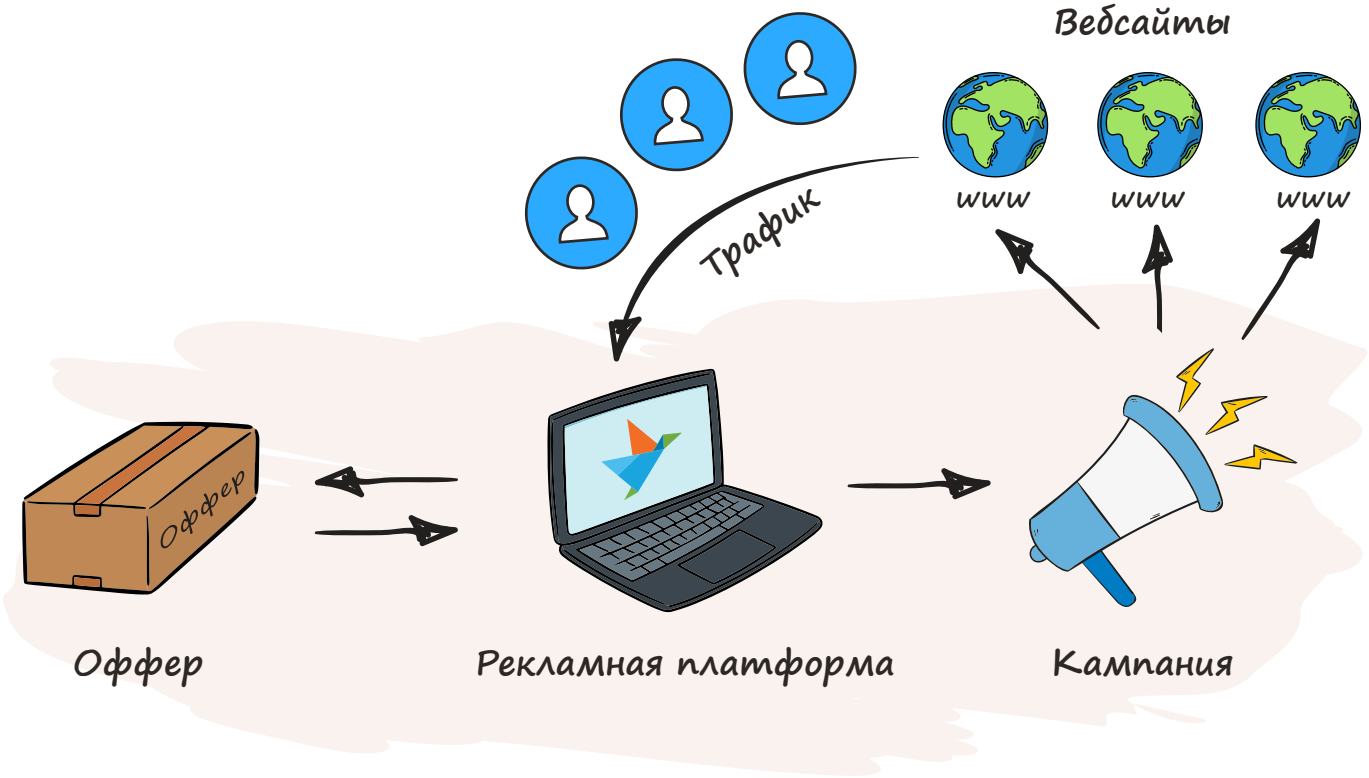
Рекламная кампания должна соответствовать стандартам рекламы. Проверь безопасность оффера через антивирусы и соответствие креатива\оффера общим стандартам.

Подсказка: Список вертикалей выше поможет выбрать те оффера, которые определённо зайдут.

КАК РЕКЛАМА РАБОТАЕТ?

Возможно, стоило поставить этот вопрос до создания рекламной кампании, однако же я решил быть более последовательным.

Принцип работы рекламы можно уместить в простую схему:



Зона = вебсайт, или отдельный рекламный формат установленный на вебсайт.

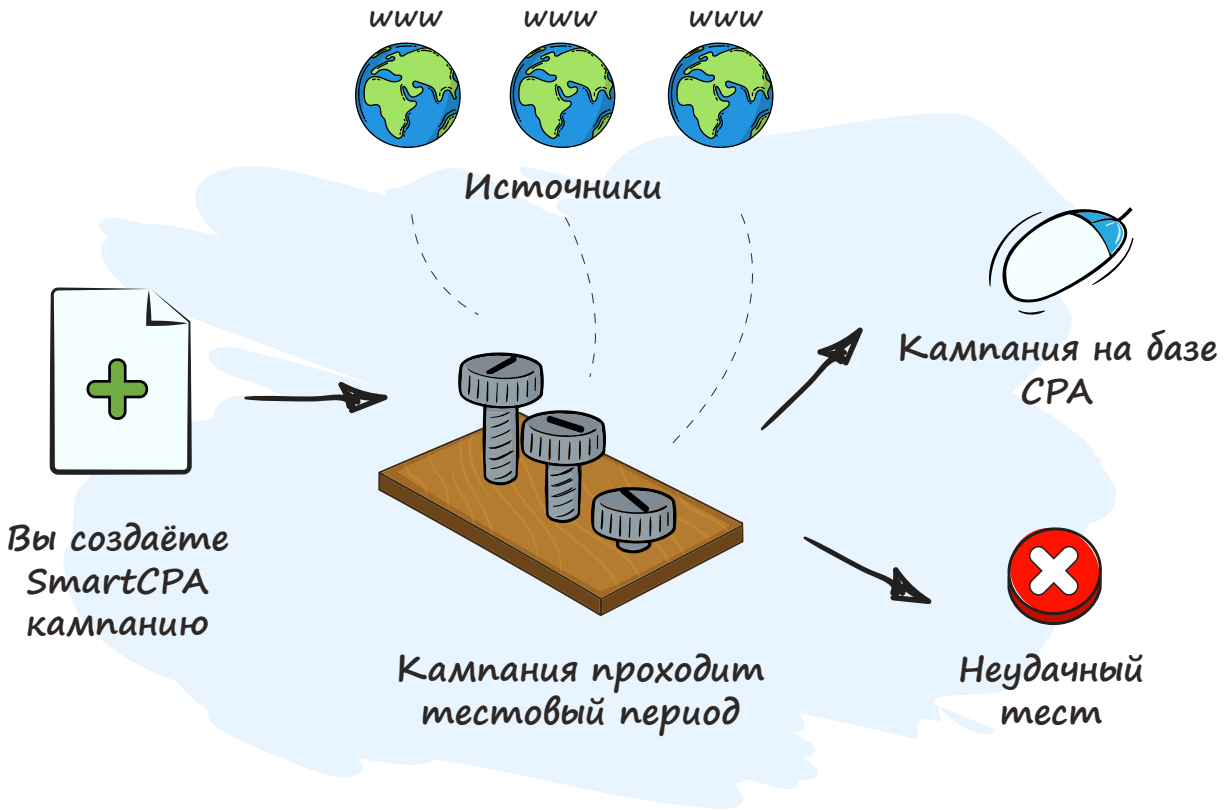
УМНАЯ РЕКЛАМА. ЧУТЬ ПОДРОБНЕЕ О SMART МОДЕЛЯХ.

Я обещал рассказать тебе подробнее о данных ценовых моделях, сейчас самое время.

SmartCPA - настолько умная?

Согласись, оплата только за целевое действие звучит очень даже привлекательно. Тем не менее, потребуется перебрать какое-то количество источников, чтобы найти те что зайдут. Потому у SMART моделей есть такое понятие как “тестовый период”.

В тестовом периоде происходит подбор источников (зон), чтобы отобрать те, что обладают наивысшей эффективностью. Здесь описан базовый принцип работы теста SmartCPA:



Подсказка #1: Убедись, что postback ссылка настроена правильно. Путём опции ***«тестовая конверсия»*** в трекере можно проверить её работоспособность.

Подсказка #2: Не экономь на ставке за целевое действие. Ставка должна быть конкурентоспособная, чтобы получить больше трафика высокого качества.

Подсказка #3: Не экономь на тестовом бюджете. Бюджета должно быть достаточно, чтобы хватило на подбор большего количества зон.
Больше зон - больше информации.

SmartCPM - Аукцион второй цены

Данная модель позволяет покупать рекламные показы путём указания максимально возможной ставки. Кампания ротируется в торгах по схеме второй цены.

СОВЕТЫ ОТ PRO

Выбирай оффер с умом:

1. Если ты новичок в медиабае, не выбирай оффер со сложным флоу. Используй что-то простенькое, вроде оффера с инсталлами, или SOI (подписка, без подтверждения).

2. Всегда будь на связи со менеджером источника трафика. Мы всегда готовы подсказать и дать экспертизу по выбранному офферу.

3. Пользуйся спайерами типа Adplexity, чтобы найти офферы с наибольшей эффективностью. Куда льют больше трафика - тот оффер и актуален.

4. Не пытайтесь повторить успешные кейсы ***«дома»***. Кейсы обычно пишутся для вашего вдохновения. Никто не поспешит поделиться рабочей связкой, пока она не иссякнет.

Распределяй бюджет:

1. Думаю, ни в одной сети вам не скажут, что бюджет нужно тратить весьма деликатно. Смысл в этом есть, бюджетозависимость не закономерна, но… Чем больше бюджет, тем больше источников трафика будут протестированы и вы получите больше информации для оптимизации.

2. Также нельзя упомянуть тот факт, что усиленная частота показов агрессивно тратит и ваш бюджет.

3. Установление расписания в “правильные часы” может также сократить затраты на рекламу.

4. Запускайте кампанию с конкурентными ставками, чтобы получать первые показы и и повысить эффективность

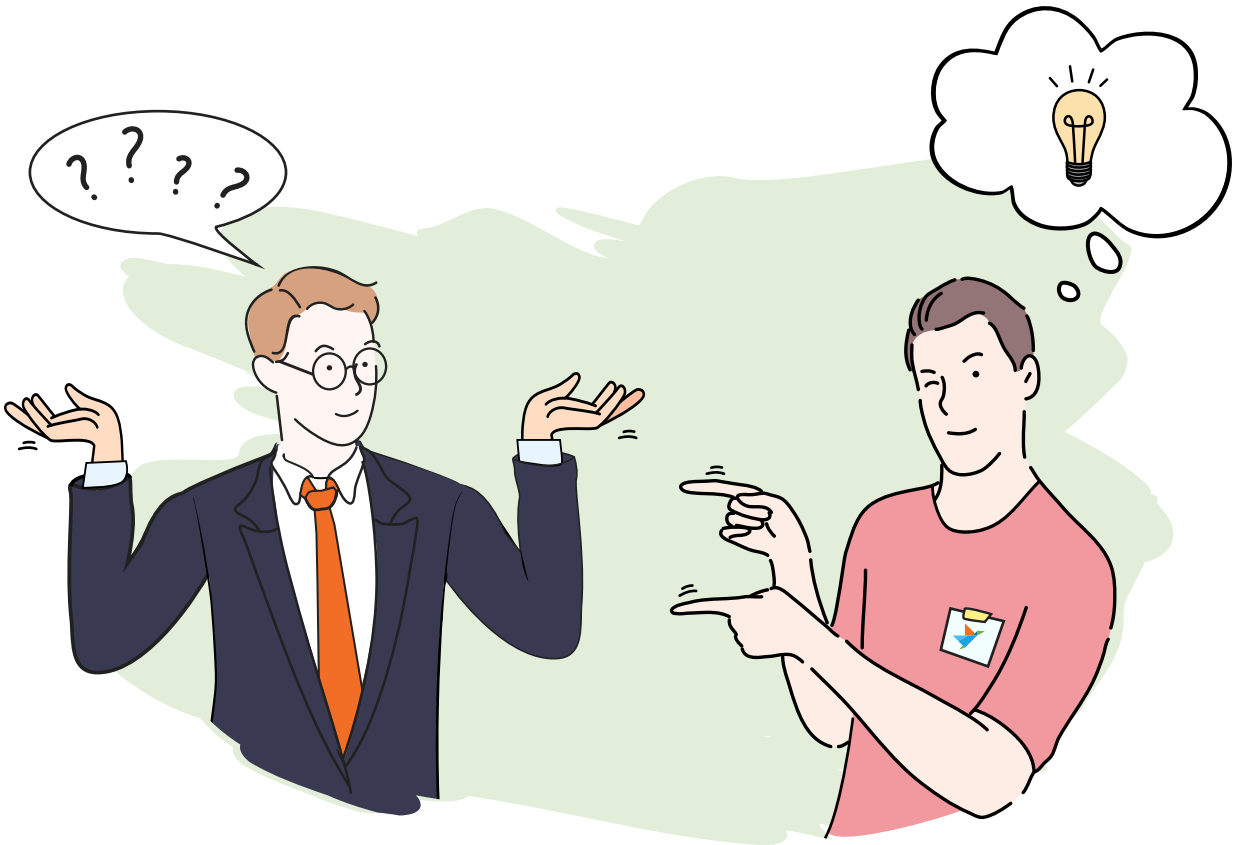
Оптимизируй:

1. Не пренебрегайте оптимизацией кампаний. Если бросить кампанию “как есть”, то есть шанс не получить желаемый результат.

2. Используйте информацию с трекера, чтобы обнаружить наиболее прибыльные настройки.

3. Исключайте зоны (источники), с которых не получаете никакого результата.

4. Пробуйте разные подходы, связки и креативы, чтобы отобрать самые эффективные.



ЗДОРОВО, ЧТО ТЫ С НАМИ

Это все основы, которые тебе пригодятся. Надеюсь этот гайд поможет тебе в создании твоей первой успешной кампании.

END

CLICKADU
Multi-format Advertising Network

support@clickadu.com
clickadu.com