



MOBILE PERFORMANCE AGENCY

Компетенции и достижения агентства

>14 лет

На рынке performance
маркетинга

>500

Довольных
клиентов

25%

Команды –
разработчики

4 IT-продукта

Для оптимизации
рекламных кампаний:

- DSP для работы с мобильными премиум сетями
- DMP для анализа fraud
- DMP для оптимизаций рекламных кампаний
- POSTOBOT для работы с посевами в Telegram



Top Traffic – компания №1 в номинации
«Лучший технологический стек в мобайл»
(по версии Adindex 2024)



Мы на Adindex
Advertisign Map 2024

Полный спектр услуг в mobile performance

Единое окно входа, ведение кампаний под ключ

Мобильная performance стратегия

Разработка мобильной performance стратегии для эффективного достижения бизнес KPIs, базируясь на специфике рынка, конкурентном анализе, целевой аудитории.

Определение основных KPI и Бенчмарок для выполнение Бизнес целей и задач.

Медиа планирование

Разработка кост-эффективного медиа сплита, который полностью соответствует стратегическим KPIs, включая специфику целевой аудитории.
Определение KPI под каждый источник, учитывая специфику инструментария.

Медиа баинг

Эффективное управление медиа сплитом, основываясь на выполнении KPI каждым из источников в сплите с ежедневной оптимизацией рекламных кампаний.

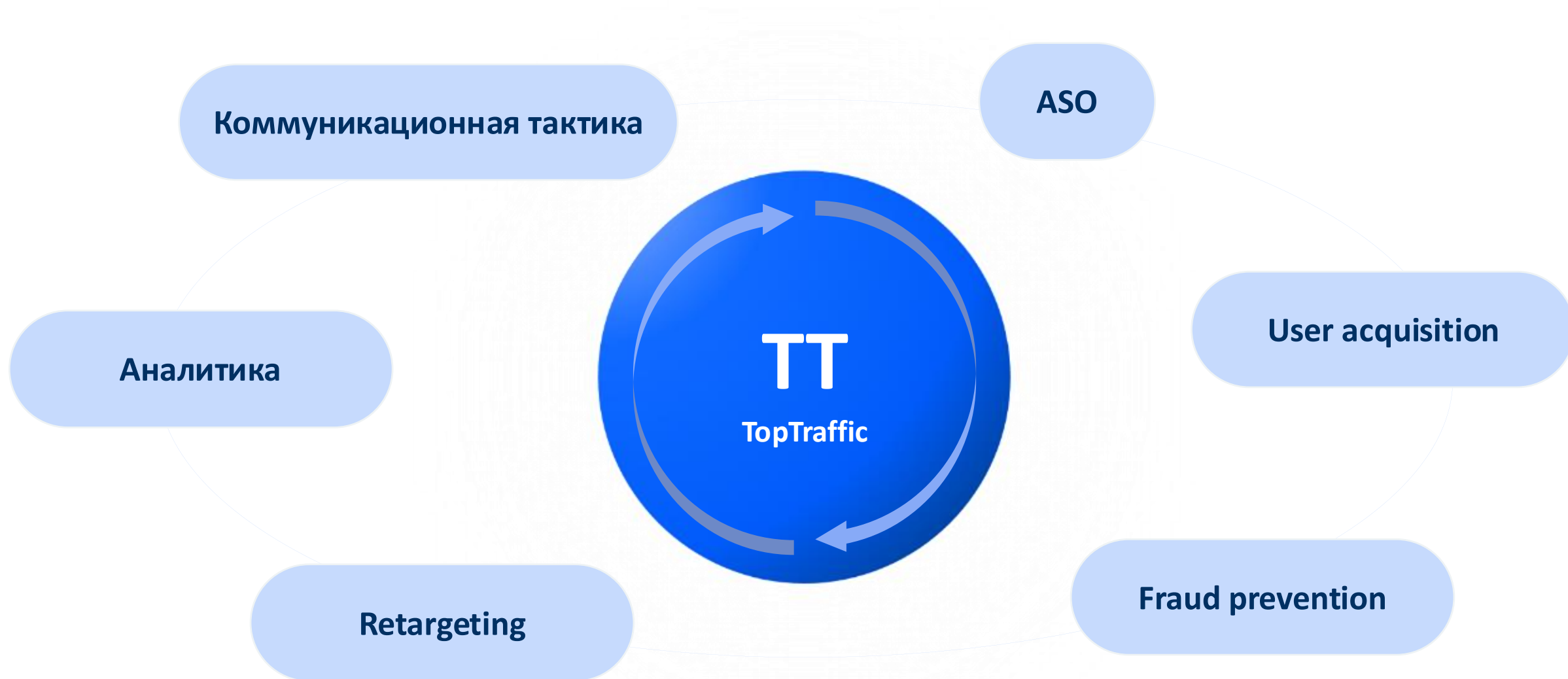
Управление креативами

Разработка и тестирование гипотез, которые будут соответствовать специфике целевой аудитории.

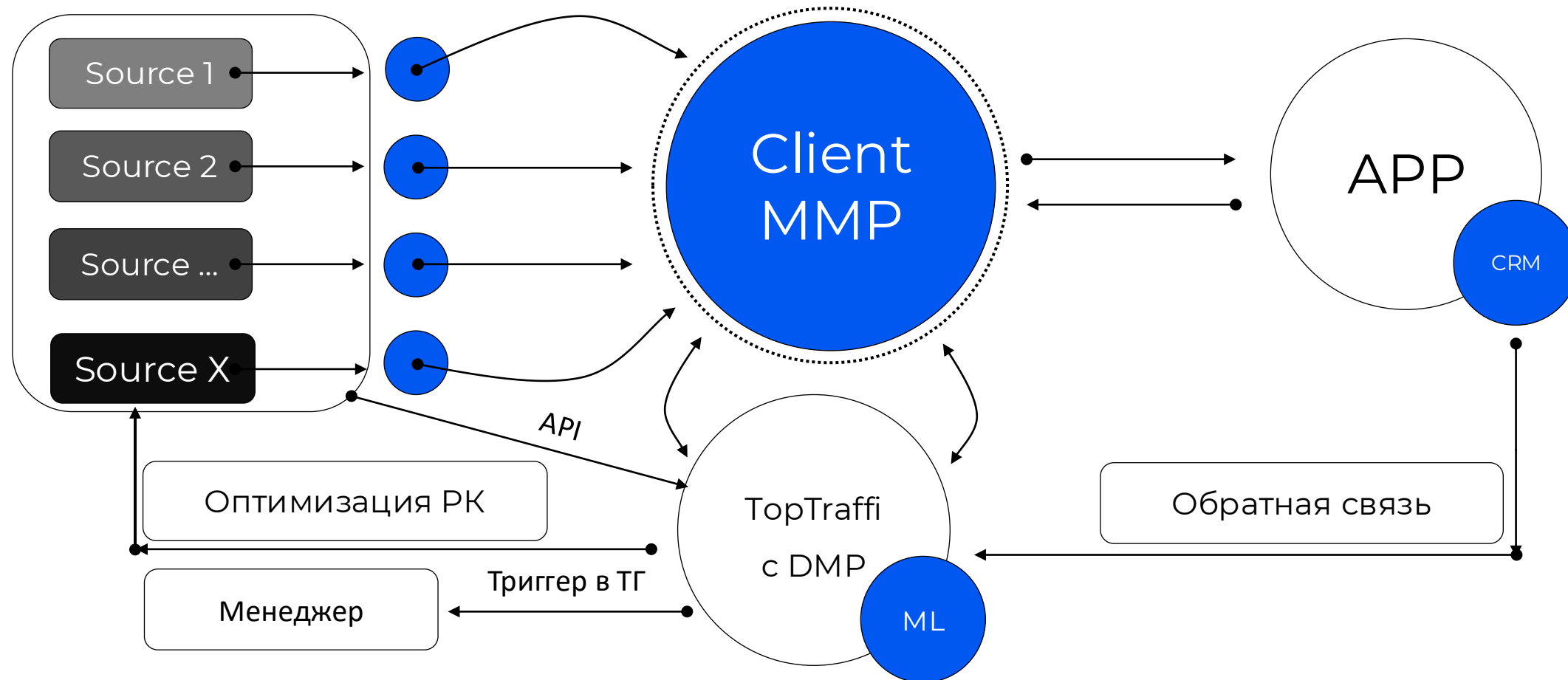
Аналитика

Глубокий анализ результатов рекламных кампаний с пониманием влияния на бизнес-показатели в режиме реального времени. Создание прозрачной отчетности, позволяющей оперативно вносить коррективы в рекламные кампании

От UA к долгосрочному результату



TopTraffic DMP – единое окно обработки всех данных



Набор данных дает возможность оптимизировать основные этапы рекламной кампании

Анти-Фрод

В основе DMP лежит вероятностная модель, которая на постоянной основе анализирует более 20 показателей по коридорным отклонениям для определения фрода и подсвечивает все отклонения в real-time, что позволяет реагировать на изменения моментально.

Основные показатели, по которым происходит анализ:
CCR, CR, CTIT, IP, IDFA/GAID, Geo и тд.

Основные типы фрод:

- Боты
- Спуфинг событий

Разработка Гипотез

Применяем каскад ИИ-агентов, которые анализируют приложение-рынок-бест практики по категории-формируют предложение и КПИ по гипотезам. В рамках DMP лежит real-time анализ отработки гипотез и отклонения от нормы по KPI's, что дает возможность оперативно реагировать на любые отклонения от нормы.

Ретаргетинг сегментация

Анализ поведения аудитории, определение основных паттернов поведения ЦА. Сегментация базируясь на истории покупок пользователя и предугадывания следующей потребности аудитории. Основные подходы:

1. Вероятность повторной покупки
2. Расширение потребительских предпочтений

Официальные партнеры лидеров рынка продвижения мобильных приложений

Social



OEM



DSP



SSP



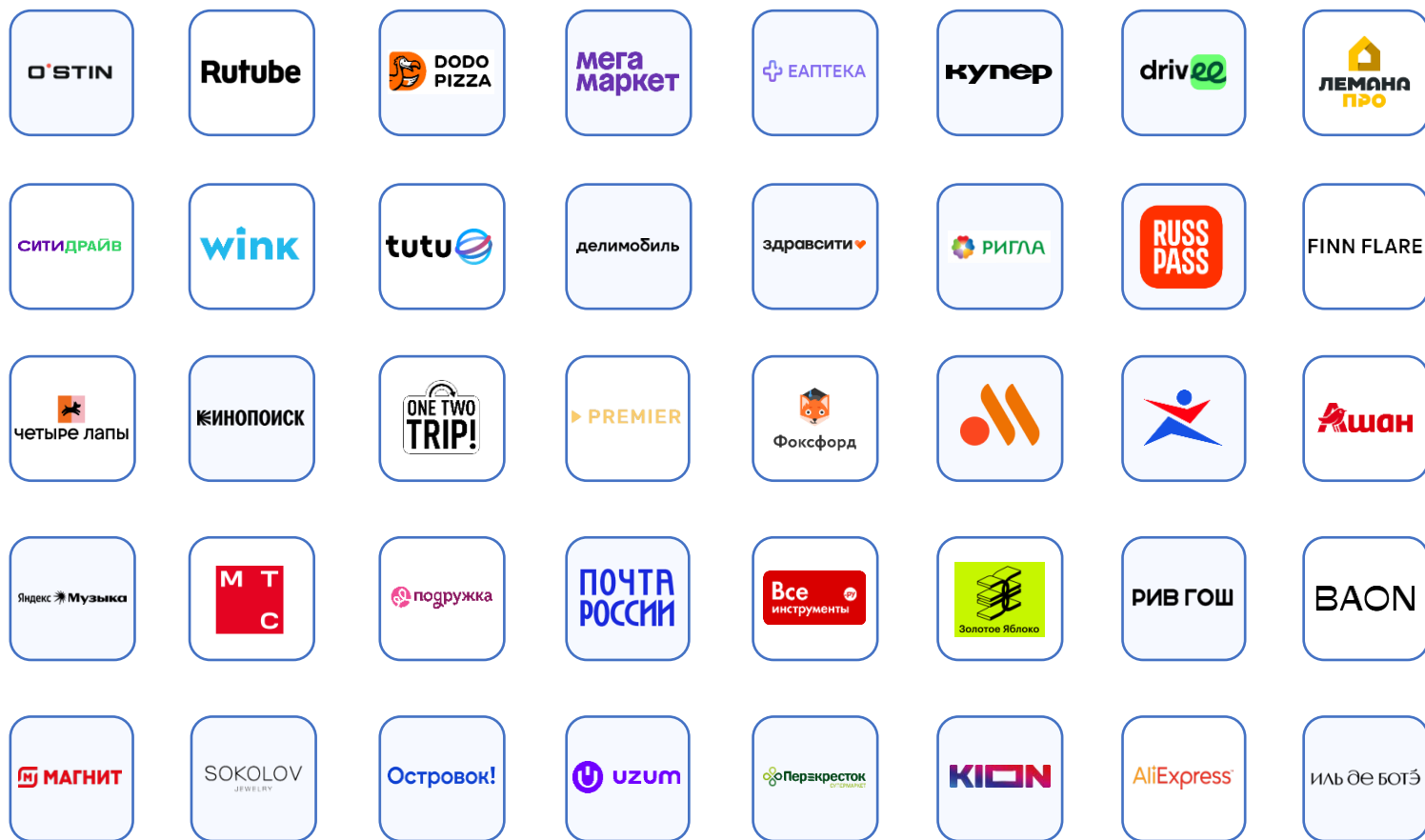
Партнеры

>60

ИСТОЧНИКОВ

В портфеле агентства большой пул клиентов

из разных областей, что позволяет нам комплексно подходить к решению задач



Успешно реализованные рекламные кампании

Клиент: ТОП-5 мировой ритейлер

Проблема

Срок жизни каждого нового покупателя короткий, в большинстве случаев acquisition cost не окупал вложения и инвестиции в UA mobile падали.

Задача

Привлечение новых покупателей с удержанием ROI в разрезе инструментов в течение календарного месяца.

Решение

На тестовом запуске мы полностью отказались от Affiliate InApp сетей, сосредоточились только на Премиум источниках. Первые недели мы работали по принципу двухэтапной оптимизации: снижение стоимости CPI при максимизации результата, снижение стоимости CPA при максимизации результата.

По итогам двух недельной тестовой кампании, в разрезе каждого источника, мы провели анализ результатов каждого из плейсментов и таргетингов. При оптимизации на первое время снизили объемы этих плейсментов и таргетингов, что привело к росту объемов и качественных результатов по остальным.

Результат 2-х месяцев оптимизаций

Первые покупатели



~ 60к

CAC



на 21%

Ср. кол-во покупок
на 1 пользователя
в мес.



с 2.3 до 3.8

ROI



на 24 пп

Успешно реализованные рекламные кампании

Клиент: ТОП-3 федеральный ретейлер

Проблема

Высокий клаттер в категории в рамках которого, борьба за новичка не получается кост-эффективной для бренда. Клиент долгое время работал без ограничений и все пакеты Adjust были перелиты за короткий срок.

Задача

Поиск альтернативных путей привлечения в мобильное приложение и снижение костов на аналитические системы, вывод сделки в понятный вектор, который обеспечит позитивную экономику.

Решение

При первых запусках сосредоточились на Affiliate InApp сетях, но с hard KPI, с помощью которых мы на самом первом этапе минимизировали количество клик-спама и ботоферм, в дальнейшем с помощью разработанного антифрод подхода мы почистили набор сетей на 99% от всех возможных видов фрода. Параллельно подключали премиум источники, которые давали дополнительный прирост новых покупателей.

Результат 4-х месяцев оптимизаций



Успешно реализованные рекламные кампании

Клиент: ТОП-3 федеральный ретейлер

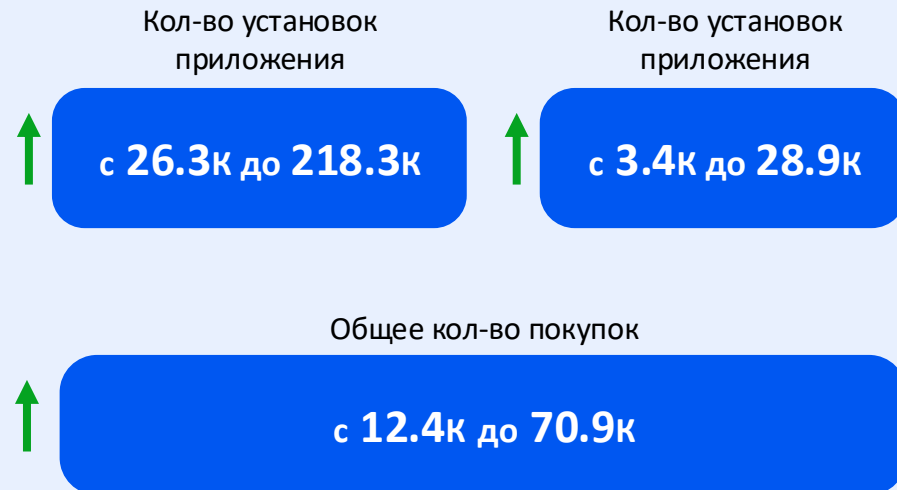
Задача

- Увеличить количество установок приложения в 2 раза в период кампании;
- Обеспечить стабильный ежемесячный прирост количества покупок в РФ не менее чем в 2 раза;
- Увеличить долю премиальных источников в сплите кампании

Решение

Протестированы все известные на российском рынке премиальные InApp источники на предмет качества трафика и его стоимости. Сформирован сплит инструментария, который позволилкратно увеличить количество установок приложения и повысить конверсию в покупку. Поставленные клиентом KPI были значительно перевыполнены.

Результат 3-х месяцев оптимизаций



Кейс 1. Все Инструменты

Как снизить ДРР в приложении в 1,5 раза



Вызовы:

Высокая конкуренция из-за масштабных инвестиций маркетплейсов
Нестабильная стоимость привлечения клиентов из-за сезонного спроса и расчет год к году

Цели:

1 этап: Снижение стоимости CPA минимум на 15%

2 этап:

- Удержание ДРР в заданных пределах клиента
- Увеличение доли новых покупателей на 30%



Решение:

1 этап:

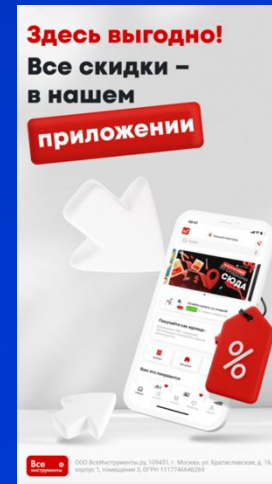
- Определили референсные значения целевого CPA
- Протестировали рекламные источники и выделили основные аудиторные сегменты с наибольшим потенциалом масштабирования
- Разработали несколько креативных концепций
- Подготовили четыре ключевых варианта креативов: общий, фокусный с УТП, аукционный и адаптированный под аудиторию «дом, дача, стройка, ремонт»

2 этап:

- Оптимизировали таргетинги по аудиторным сегментам, исключение сегментов с низким выкупом и удержания заданного уровня ДРР
- Добавили креативы, ориентированные на отдельные сегменты аудитории, а также новогодние объявления
- Настроили рекламные кампании, позволяющие эффективно управлять ставками и конверсией:
- стратегия динамического изменения ставок в зависимости от времени суток и уровня конверсии,
- Использовали контекстные плейсменты с ограничением частоты показов одному пользователю в определенный промежуток времени
- Выставили автоматическую корректировку ставок в рекламных аукционах на основе прогнозных данных о вероятности конверсии
- Включили систему идентификации фрода в режиме реального времени
- Выбрали плейсменты, оптимизированные под вовлеченность, а также расширили охват за счет медийного инвентаря

Креативы

1 этап



2 этап



Результаты

- Снижение ДРР: в 1,46 раза
- Рост объема выкупленных заказов: без увеличения затрат на рекламу
- Оптимизация CPA: снижение стоимости привлеченного клиента на 23%
- Увеличение доли новых заказов на 31%

РАБОТАЙТЕ С ПРОФЕССИОНАЛАМИ

Наталия Серебрянникова
Директор по работе с клиентами



sn@toptraffic.ru



+7 929 831 84 20



www.toptraffic.ru

