

Мир Инпейдж формата

пошаговое руководство
для рекламодателей



Содержание

1. Вступление	3
2. Инпейдж формат	6
особенности и характеристики	7
механика работы	9
аудитория и топ-гео	10
топ вертикали	12
рекламная модель	14
преимущества и недостатки	16
3. Прелендинги	19
как создавать	20
из чего состоят	21
примеры	24
4. Запускаем и тестируем инпейдж-кампании	28
все о настройке	28
new новые кастомные стили	34
трекинг	50
5. Зарабатываем с инпейдж от Evadav	54
самые частые ошибки	55
лайфхаки по улучшению профита	57
6. Полезные материалы	64
7. Заключение	66



Вступление

Цифровой маркетинг стал неотъемлемой составляющей бизнес-культуры,

которая ищет пути улучшенного взаимодействия с клиентом, способы привлечения и удержания аудитории на онлайн-площадках.



В диджитал-среде используется множество ценных инструментов.

Одно из самых популярных средств – **пуш-уведомления**,



побуждающие к контакту и действиям в реальном времени,



хоть не лишенные недостатков, но **высоко результативные**.

Представленные рекламными сетями несколько лет назад **Инпейдж объявления** всколыхнули рынок, вызвав интерес рекламодателей.

Формат привлекателен тем, что у него **нет типичных для пуш-уведомлений минусов:**



не подвержен регуляциям со стороны браузеров



способствует увеличению трафика и рентабельности инвестиций

Команда Evadav разработала детальный гайд для знакомства и обучения работе с инпейдж форматом.

СОВЕТ

Если вы ищете новые источники трафика, присмотритесь к **Инпейдж!** Это **перспективный формат**, который моментально стал хитом среди рекламодателей, так как позволяет успешно продвигаться на любых устройствах, включая MAC и iOS.

Мы расскажем об :



особенностях формата,



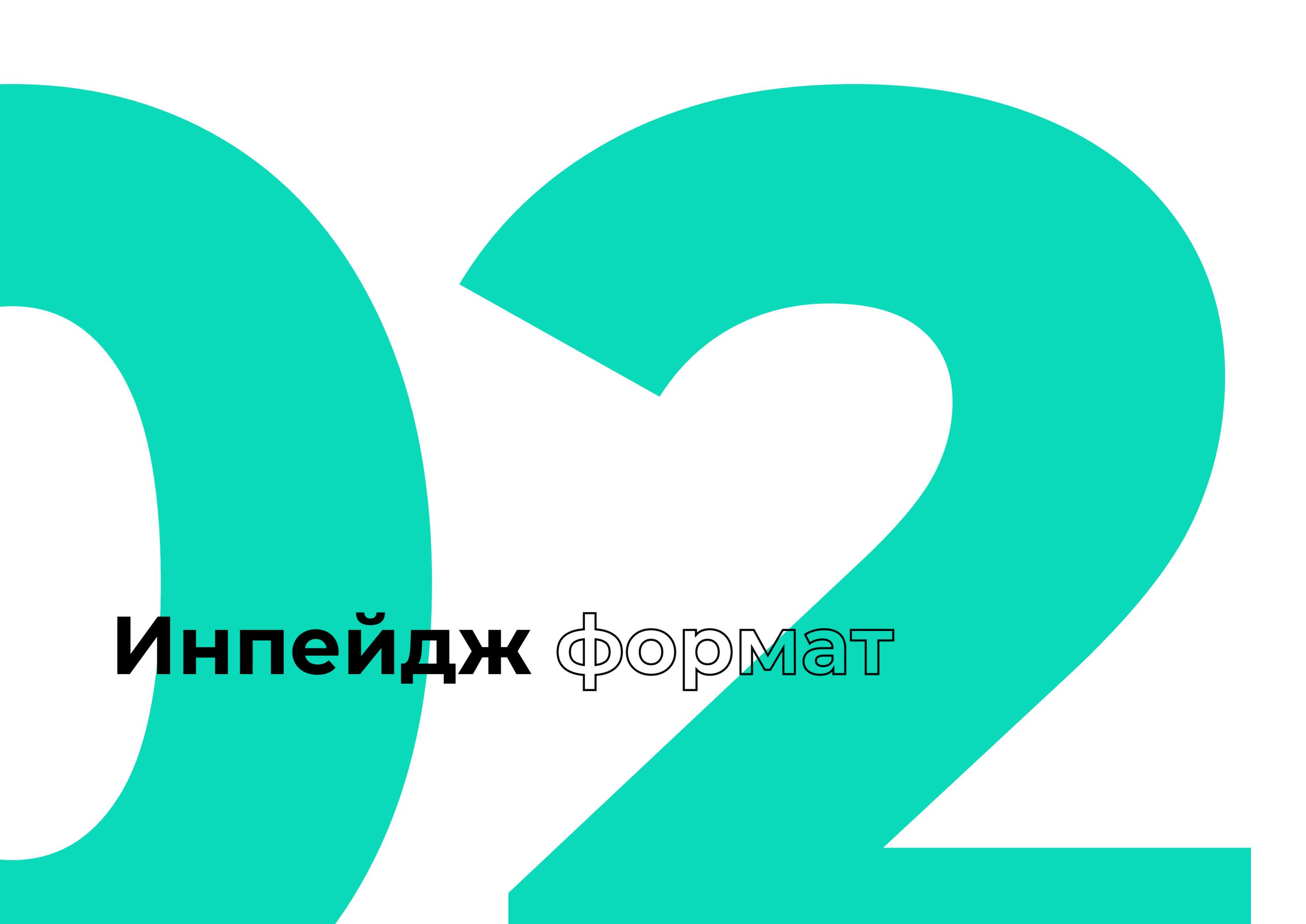
правилах создания прелендингов,



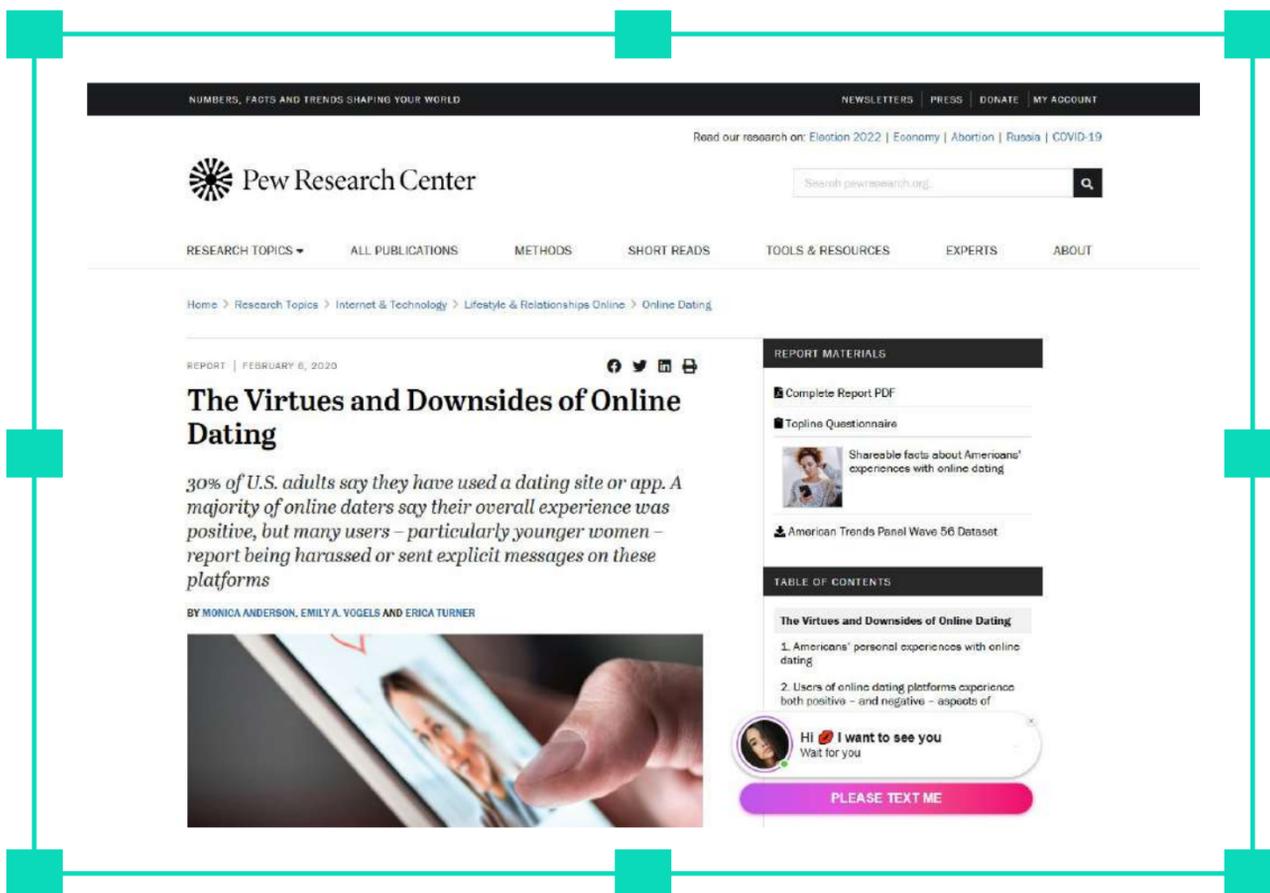
запуске и оптимизации рекламных кампаний для получения **максимального профита** при сокращении здержек.

Приступаем к прокачке знаний и скиллов для наиболее эффективного использования **Инпейдж от Evadav!**

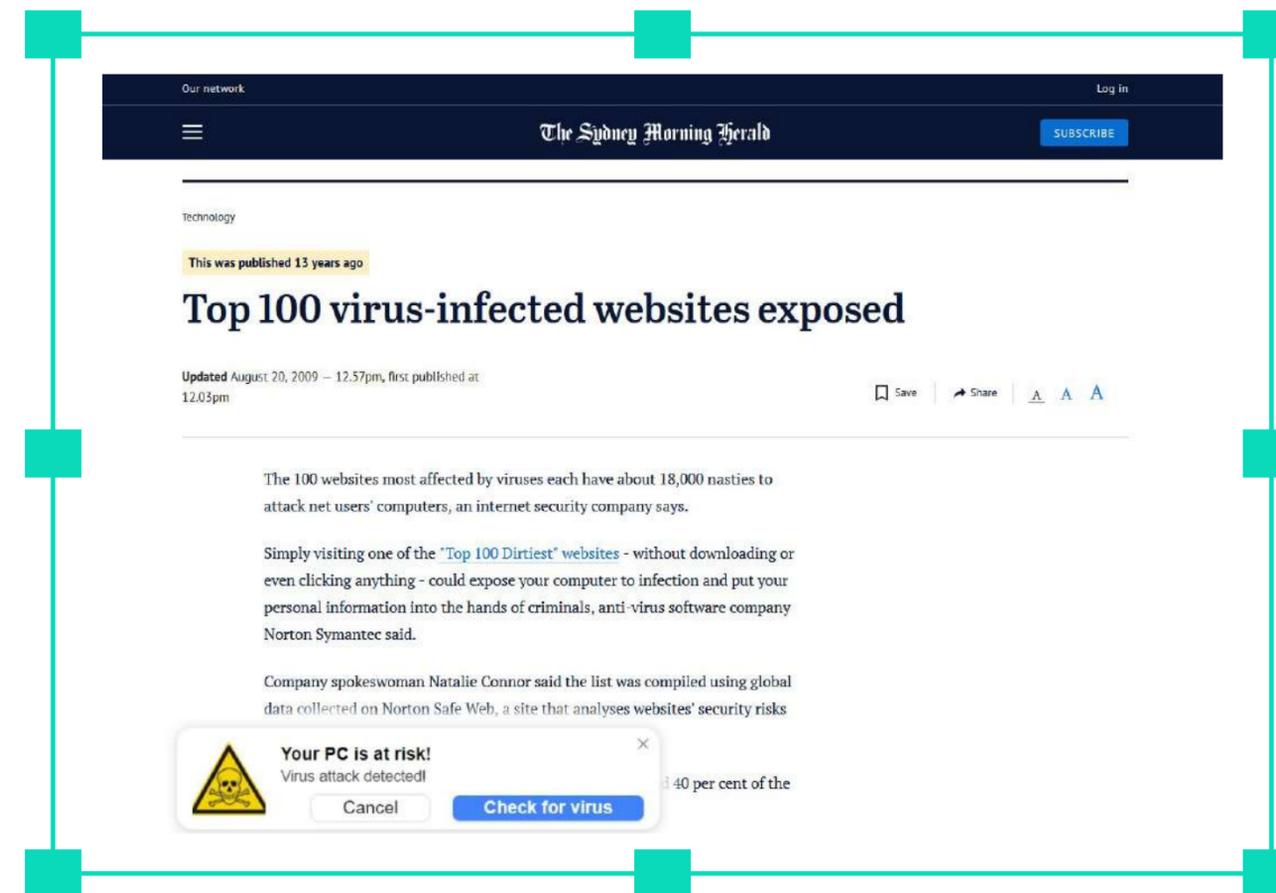




Инпейдж формат



Формат, представляющий собой показ рекламы на сайте **внутри ОСНОВНОГО КОНТЕНТА**.



Благодаря тому, что пользователь оказывается сразу вовлечен в рекламу, не совершая предварительно никаких действий, **объявление охватывает широкий круг потенциальных клиентов**.

In-Page

всплывающее баннерное объявление, которое работает в любом браузере и на всех устройствах iOS и MacOS.

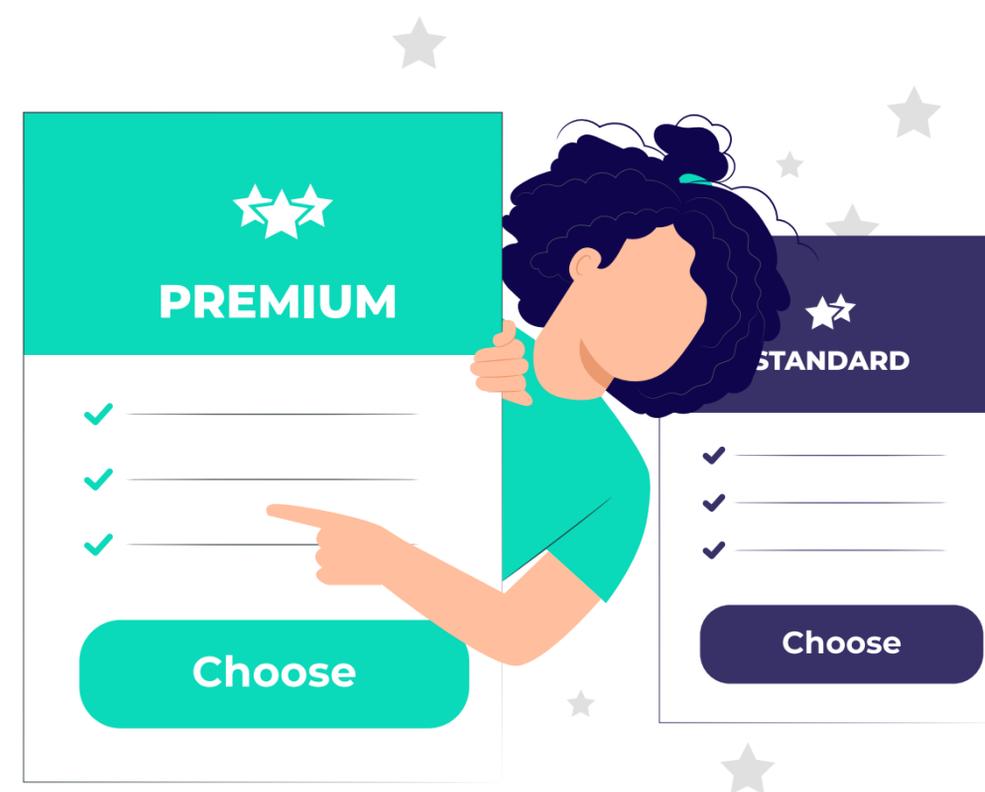


Блок размещается **внутри страницы** без какой-либо активности со стороны пользователя.

Премиум Инпейдж

это источники трафика, способные приносить **высокие результаты с минимальным вовлечением усилий** со стороны рекламодателя.

Перед запуском рекламной кампании рекламодатель имеет возможность выбирать **Стандарт** или **Премиум трафик**.



Вам не нужно работать с вайт и блек списками, вручную отбирать сорсы.



Новый популярный формат **обладает** также следующими **преимуществами**:



**CR моментально
вырастает
в несколько раз**



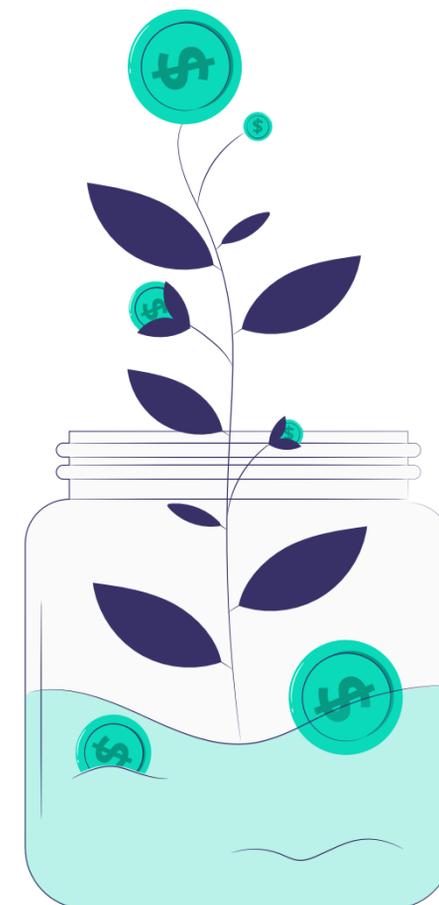
**источники
максимально
соответствуют
вертикали**

благодаря
тщательному отбору
сайтов



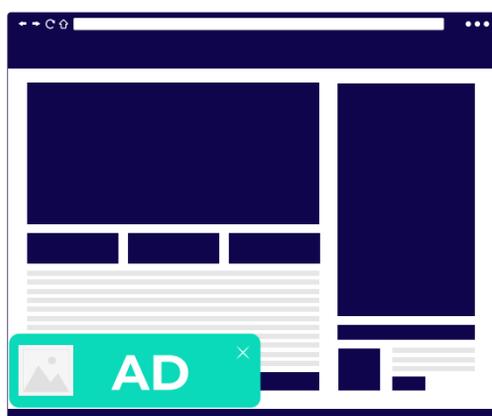
**нет необходимости
в оптимизации:**

ресурсы можно
направлять в другие
зоны, требующие
вашего внимания.





Объявление представляет собой **небольшое окно с картинкой и текстом**, которое возникает через пару секунд после того, как кто-то заходит на страницу.

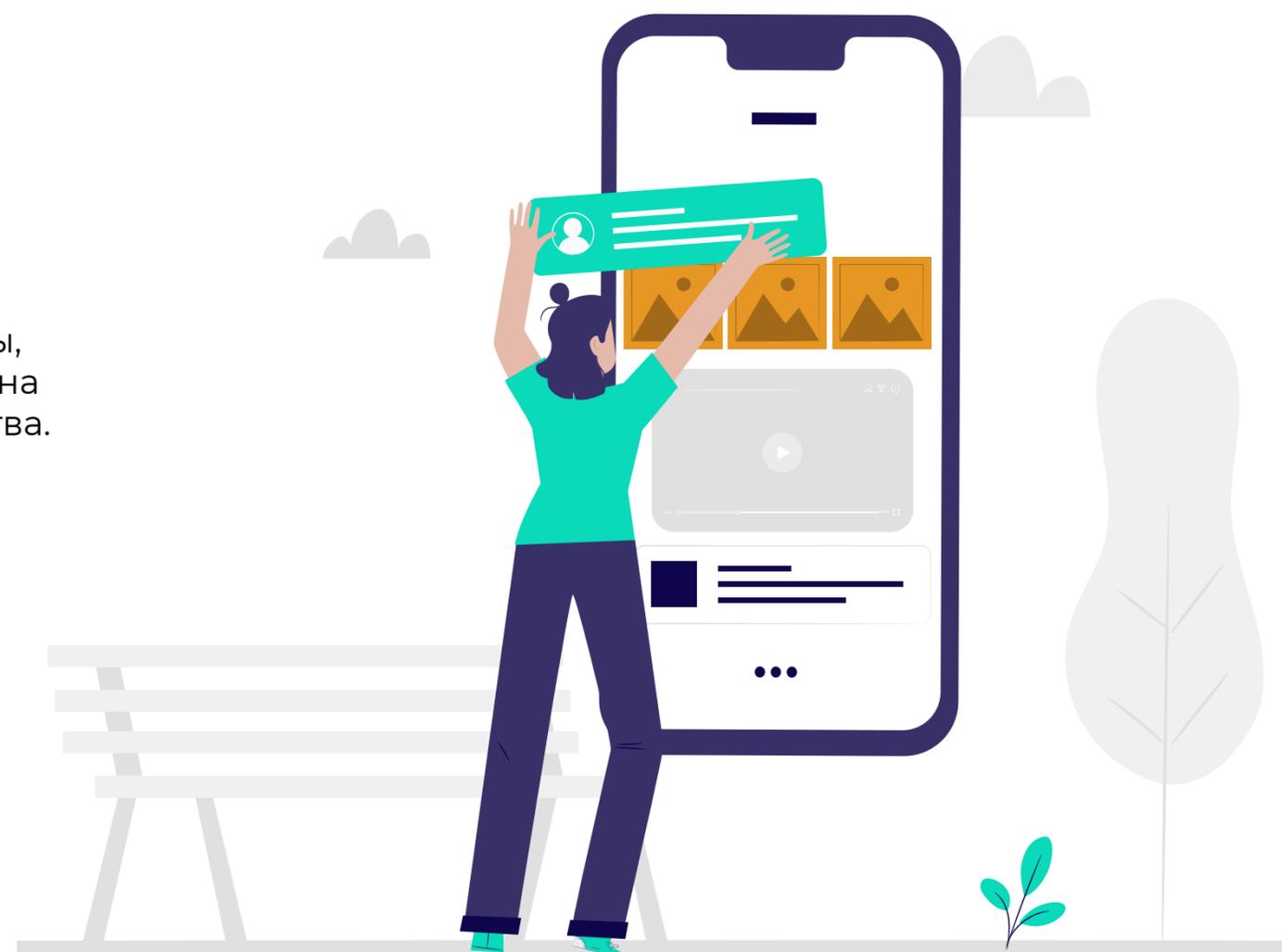


Реклама появляется **в углу экрана** при использовании ПК,



вверху или внизу страницы, если пользователь заходит на сайт с мобильного устройства.

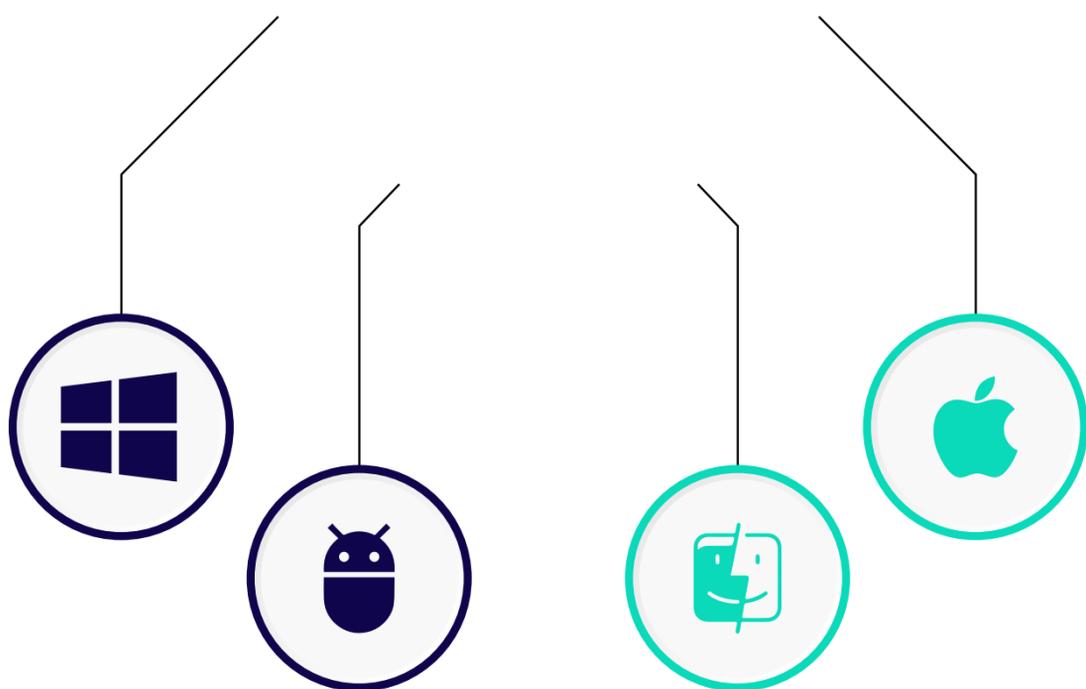
Уведомление не исчезает, пока пользователь не **кликнет на баннер** или же не **закроет картинку**. ✕





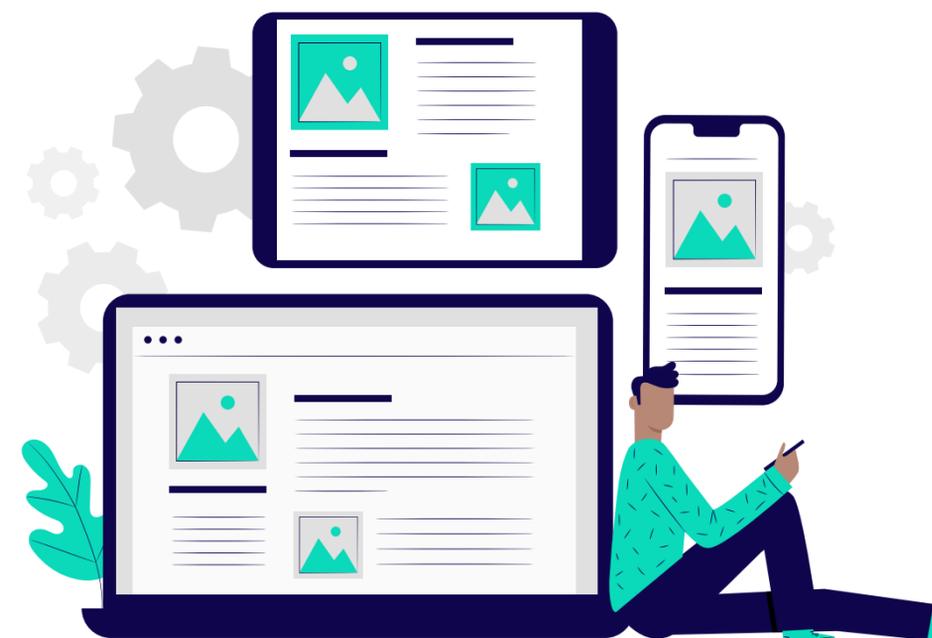
Инпейдж – эффективный формат, охватывающий широчайшую аудиторию.

Он покрывают платформы **Windows, Android, MacOS, iOS**, что само по себе выгодно отличает их от классического пуш-уведомления.



Он адаптивный:

таргетируется на любые девайсы, обеспечивая **максимальный охват** и позволяя добиваться **высокого CTR**, так как покрывает практически 100% пользователей.





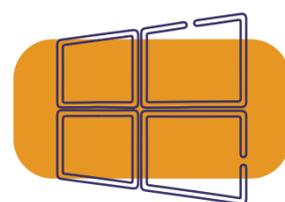
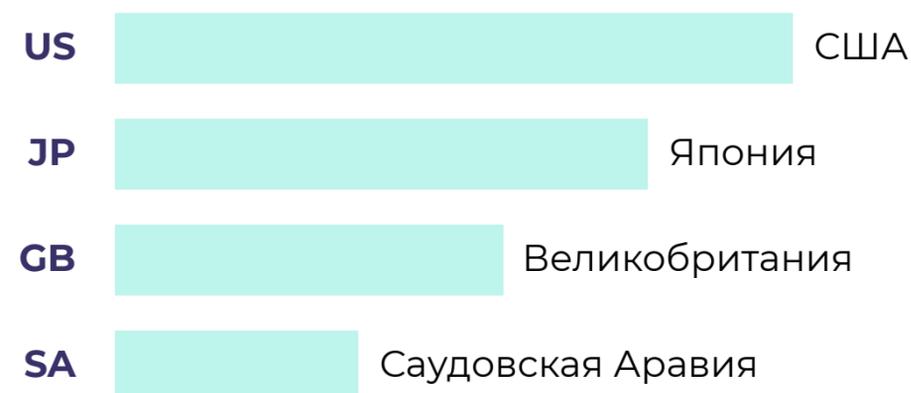
Наибольшие объемы трафика в таких странах:



на Android



на iOS



на Windows



Поскольку направление новое, активно развивающееся, **тенденции меняются.** Отслеживать актуальные данные удобно через свой **кабинет Evadav.**





Так как **формат – один из самых новых**, пока рано давать однозначные рекомендации, какие ниши наилучшим образом подходят для него.

Как вариант, **можно масштабировать оффер**, который хорошо приносит трафик на обычных пушах, расширившись за счет **инпейдж**.

СОВЕТ

Если ваша рекламная кампания на классических пуш-уведомлениях выгорела, попробуйте переключиться на **Инпейдж формат**. Практика показывает, что это позволяет вдохнуть в нее новую жизнь.

Для инпейдж формата характерно достаточно **высокое качество трафика**. Он помогает привести новые лиды и существенно нарастить профит.





Однозначно топовыми признаны следующие вертикали:



утилиты



дейтинг



гемблинг



игры



контент сайты



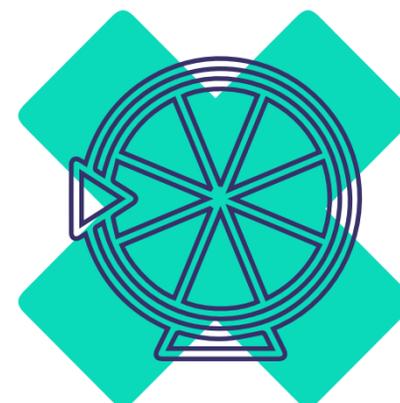
мобильные приложения



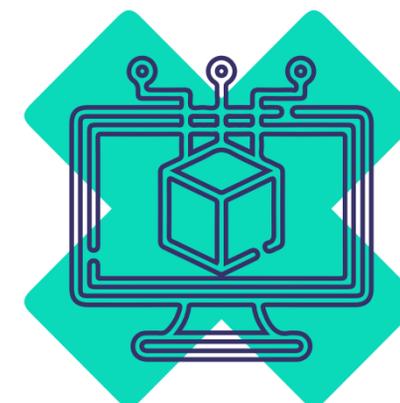
пуш-уведомления



крипто



свипстейки



софт



е-коммерс



APK



финансы



беттинг



сервисы



Инпейдж кампании показывают **высокую результативность с моделью CPC** (Cost per Click, цена за клик).

Рекламодатель платит не за показ, а за клик, поскольку важно не количество людей, которые увидели ролик, а какое количество пользователей в итоге перешло на посадочную страницу.

совет

Рекомендуем тестировать на практике **обе рекламные модели**, анализировать, как каждая влияет на показатели. Далее выбирайте ту, которая принесет вам **большой профит**.



Можно выбирать также **CPM** (Cost Per Mille) – оплата идет **за тысячу показов**.

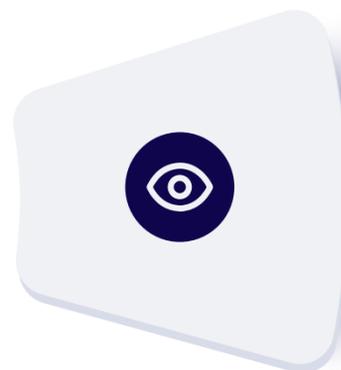




Выбор рекламной модели зависит от цели вашей кампании:

CPC

поможет вам **привести целевых пользователей**, тем самым гарантируя оптимизацию трафика. На старте такая модель помогает понять, какой CTR.



CPM

стоит выбирать, если вы хотите **охватить максимально широко аудиторию**, быстро и уверенно нарастив число показов. Плюс эта рекламная модель бывает выгоднее CPC: если CTR позволяет покупать дешево 1000 кликов.

[Запустить инпейдж кампанию с Evadav](#)

Преимущества инпейдж формата для рекламодателей:

1 **покрывает до 100% аудитории**

Максимальный охват – покрывает до 100% аудитории, в том числе доступна пользователям iOS.



2 **таргетинг на все устройства**

Инпейдж позволяет настроить таргетинг на все устройства – от ПК до смартфонов.



3 **не зависит от обновления браузеров**

Формат не зависит от обновления браузеров, поэтому не грозит вам лишней головной болью.



5 **привлекает внимание, но не раздражает**

Инпейдж баннеры возникают на виду у пользователя, привлекая внимание, но не раздражают, так как не занимают весь экран.



6 **контроль расходов**

Легко контролировать расходы, тяжело сливать бюджет.



4 **позволяет быстро масштабировать**

Специфика механизма позволяет быстро масштабировать кампании, адаптируясь к меняющимся реалиям.



Недостатки инпейдж-пуш уведомлений:



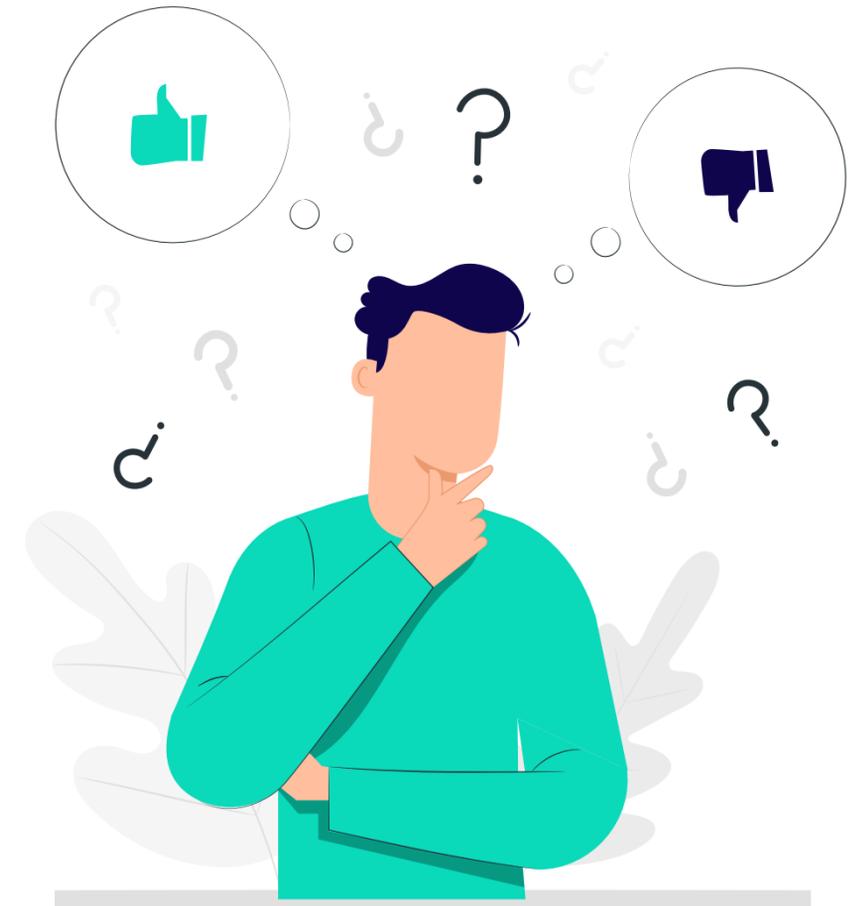
Новый вид рекламы знаком не всем пользователям – некоторые посетители сайтов **игнорируют** баннеры, в результате не удастся добиться желаемого количества лидов.



Эффективность рекламной кампании падает, если ссылка размещена на сайте, владелец которого разрешает показывать на странице одновременно несколько объявлений: важно оптимизировать рекламную кампанию по сорсам.

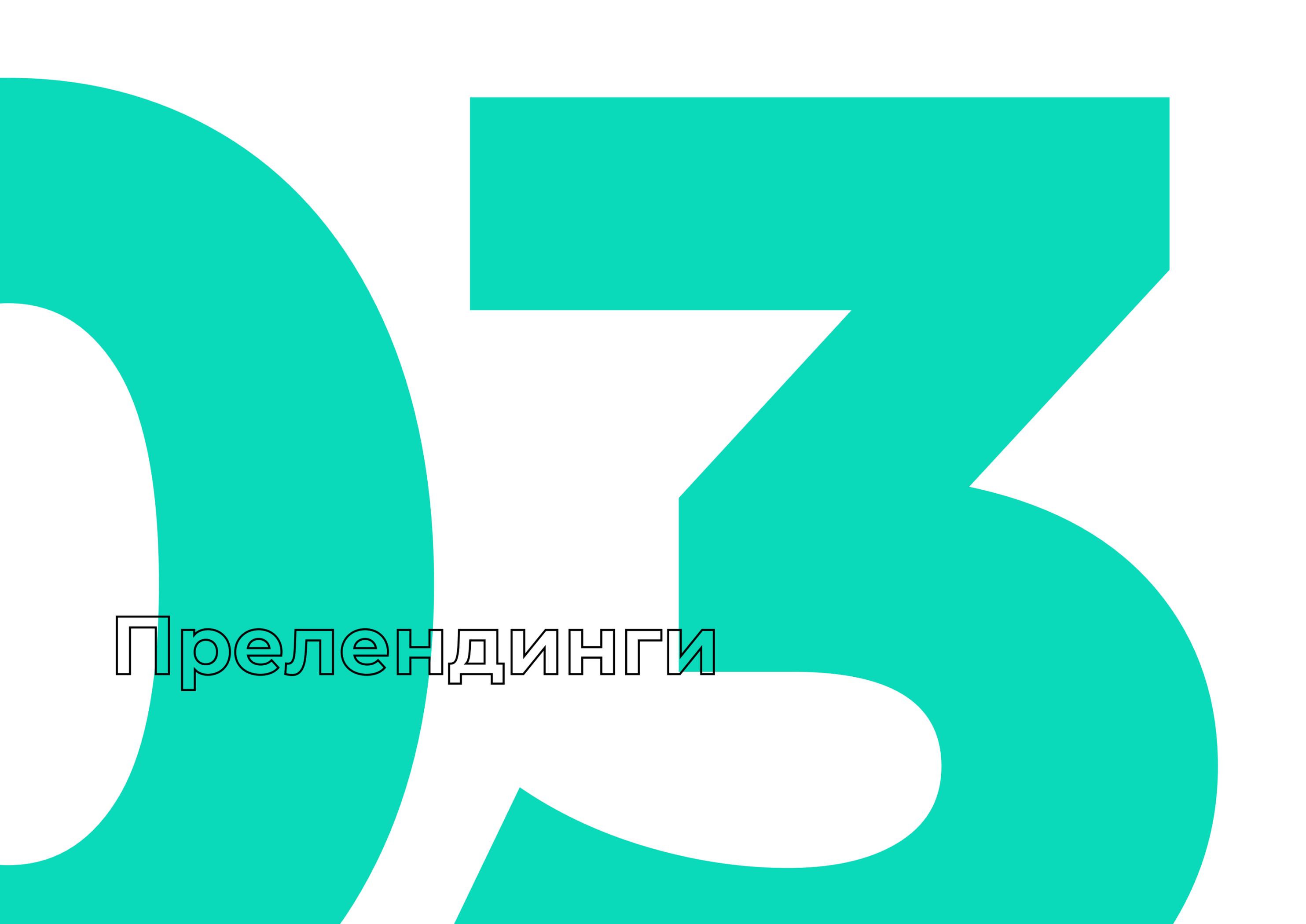


Стоимость инпейдж формата выше, чем у классического пуш-уведомления. Однако вы получаете **трафик качества на порядок выше**, что позволяет наращивать профит с большими темпами, в результате затраты на РК оправданы.



СОВЕТ

Так как инпейдж позволяет охватывать iOS-аудиторию, рекомендуем обратить внимание на **полезные товары, приложения и расширения, утилиты для macOS, Safari.**

The image features a large, abstract teal graphic on a white background. The graphic consists of several interconnected shapes: a large circular arc on the left, a rectangular block at the top right, and a large, rounded shape at the bottom right. The word "Прелендинги" is overlaid in the center in a white, outlined font.

Прелендинги

Для **высокого профита** с Инпейдж трафиком Evadav необходимо **увлечь пользователя**, чтобы тот проделал полный путь по **воронке продаж**. ✕

Промежуточная страница работает при условии **грамотного подхода к ее разработке**. ✕



Прелендинг помогает увеличить конверсию, «разогревая» аудиторию перед попаданием на лендинг:



Позволяет сегментировать целевую аудиторию.



Помогает повысить мотивацию к клику пользователя.



На этом этапе отсеивается нецелевой трафик.



Чтобы прелендинг **мотивировал юзера**, создавал почву для дальнейших **активных действий**, его создают после аналитической работы.

Задача делится на несколько подзадач:

1

Создание продающего текста с кнопкой СТА (call to action, призыв к действию).

DO IT!

2

Разработка визуального наполнения.



3

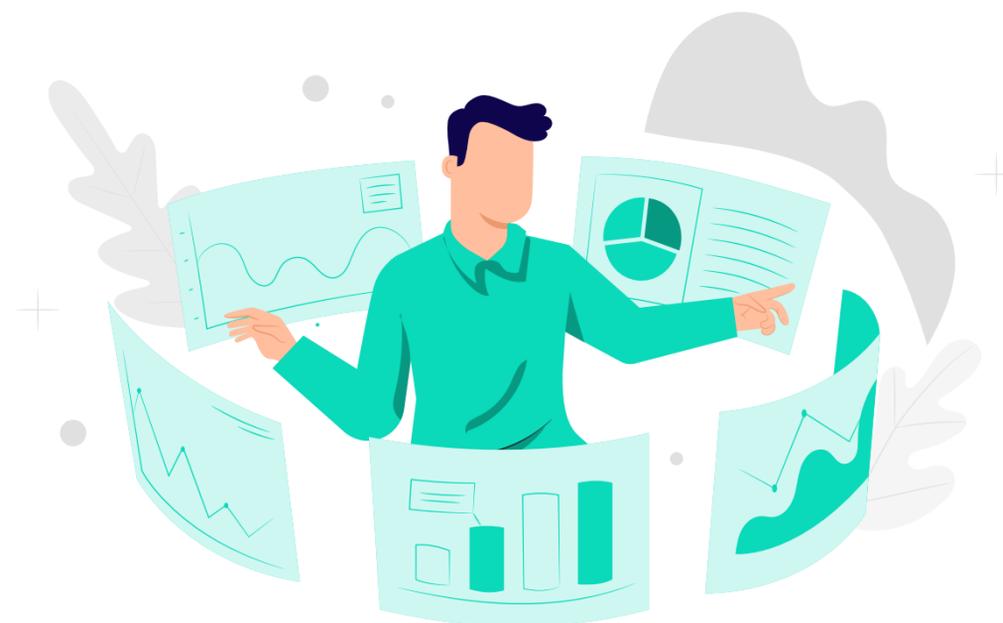
Создание прототипа.



совет

Если вы работаете с **целевым трафиком**, можете пропустить этап прелендинга: к вам приходит пользователь, который уже нацелен на покупку, поэтому удлинять его путь через воронку продаж не имеет смысла.

Необходимо **проанализировать** ✕
примеры конкурентов, аудиторию,
далее можно создавать
промежуточную страницу.





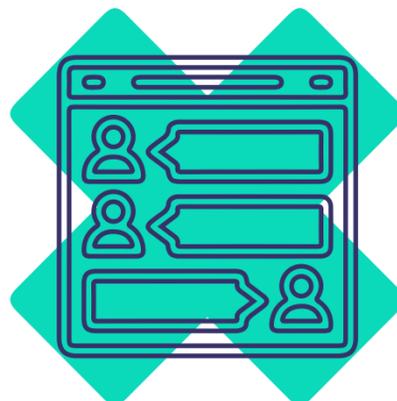
Чтобы вызвать доверие покупателя, **промежуточную страницу составляют по иному принципу, нежели лендинг.**



Она может имитировать новость,



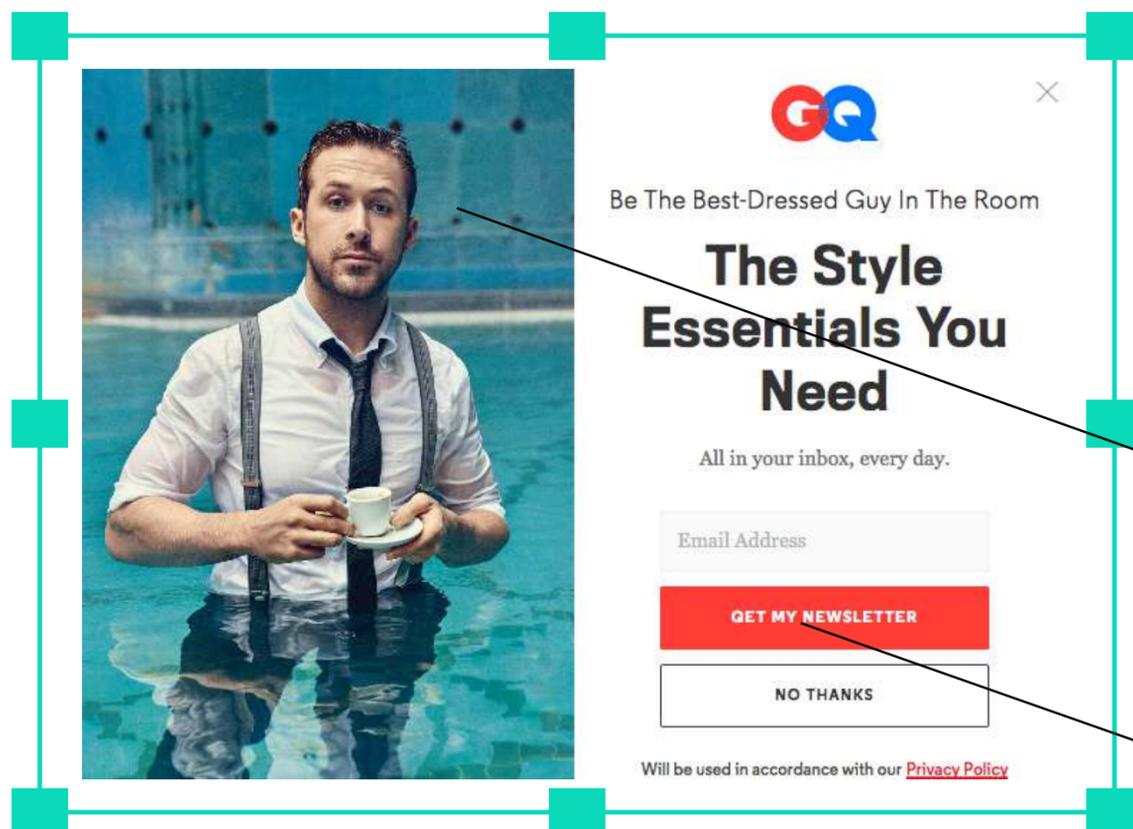
полезную статью в блоге,



топик на форуме.



В формате отзыва, страницы с вопросами и ответами.



Одна из наиболее эффективных форм промежуточной страницы – это подача информации от имени **селебрити**. Если о продукте высказывается знаменитость, известный человек, это лучше мотивирует людей, результативно подогревает аудиторию.

Пользователь загорается перейти на лендинг, **охотнее совершает целевое действие.**



Создавать промежуточную страницу можно, используя **разные подходы**:



Формат форума

прелендинг имитирует площадку, где пользователи советуют товары, услуги, сайты.



Мини-игры в формате колеса фортуны

находка для продвижения онлайн казино.



Имитация торгового терминала

решение для площадок, торгующих бинарными опционами.

Важно детально проработать структуру текста, ✕
чтобы привлечь и захватить внимание пользователя, вызвать его доверие и желание перейти на следующий этап воронки продаж.



Статьи в формате рассказа «Было – стало»

в центре внимания проблема (лишний вес, заболевание, низкий доход), которая решается быстро и без сложностей.



Имитация сайта-агрегатора,

находка для продвижения онлайн казино.



Тест-опросник

наиболее популярен в качестве промежуточной страницы, ведущей к сайту кредитной организации.



«Страшилки»

подача информации в формате «в вашем городе врачи обнаружили опасный штамм вируса, и этот продукт предотвратит заболевание», который дополняет креативы тизерной рекламы.

СОВЕТ

Не перегружайте прелендинг лишними блоками и ссылками. Важно удерживать внимание юзера, а не вводить его в растерянное состояние.



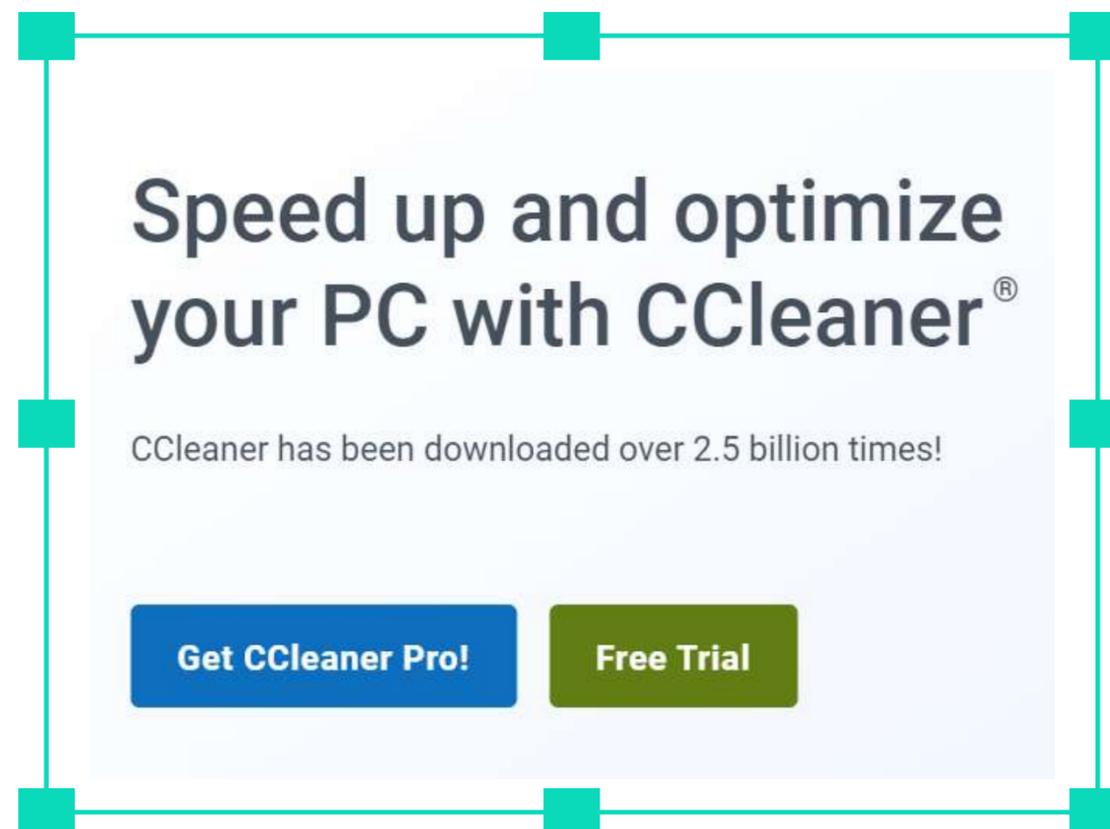
Подход к созданию прелендинга зависит от **вертикали**, с которой вы работаете.



Для **Свипстейков** используется подход, когда пользователю показывают **перспективу получить крутой выигрыш**, не потратив на это ни копейки.



Чтобы заинтересовать пользователя **Утилитой**, можно прибегнуть к способу **обозначения «боли» и предложению решения**, как от нее избавиться либо предупредить проблему.

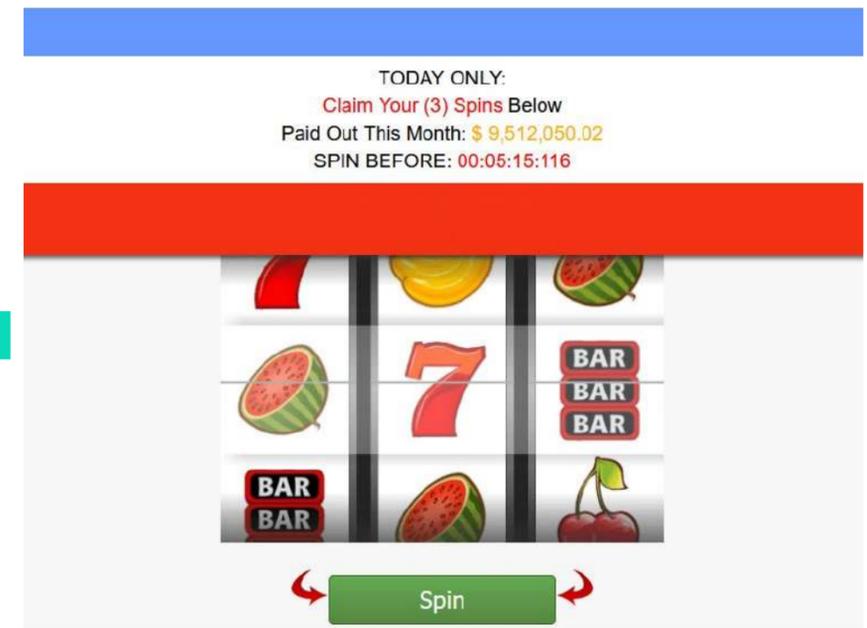




В тематике Гемблинга затрагиваем боли клиентов, показывая, что игры – это на самом деле источник удовольствия, а не напрасная и рискованная трата денег.

Поэтому хорошо заходят **прелендинги в формате бесплатной версии**, после прохождения которой геймер получает бонусы при регистрации либо же внесении депозита.

Присоединиться к Evadav!

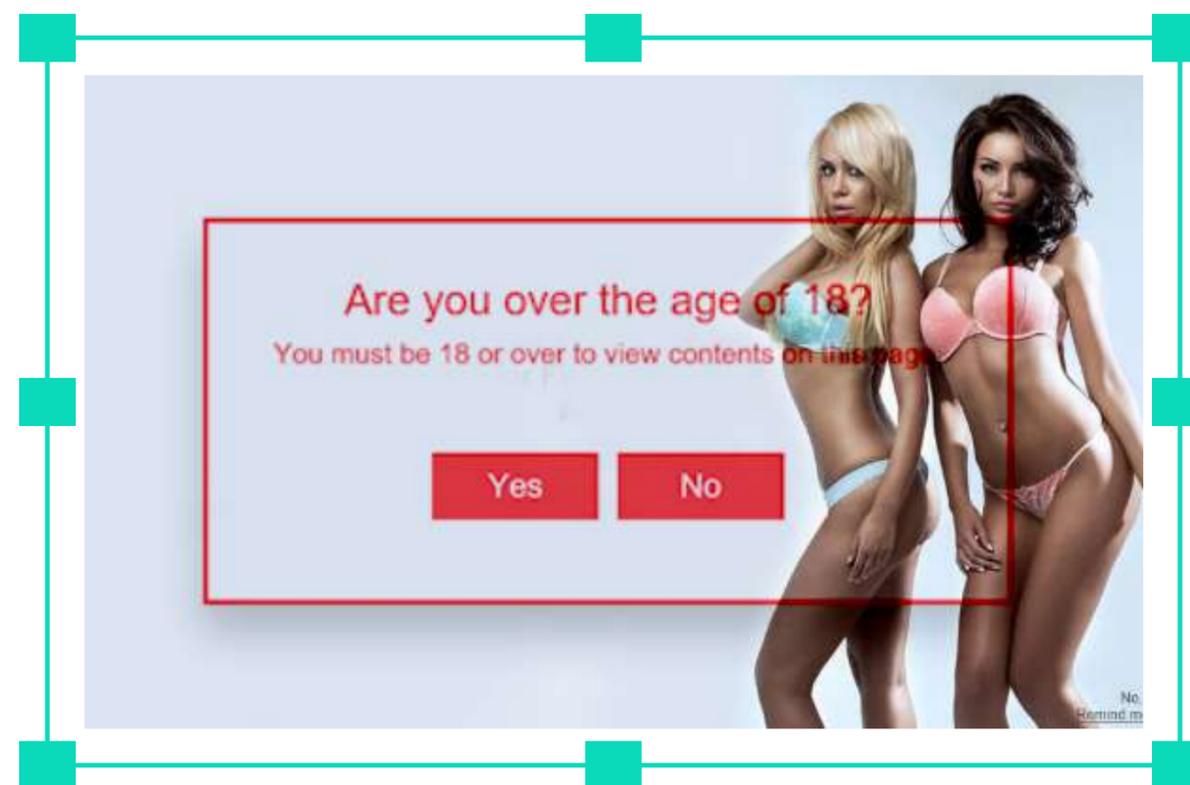




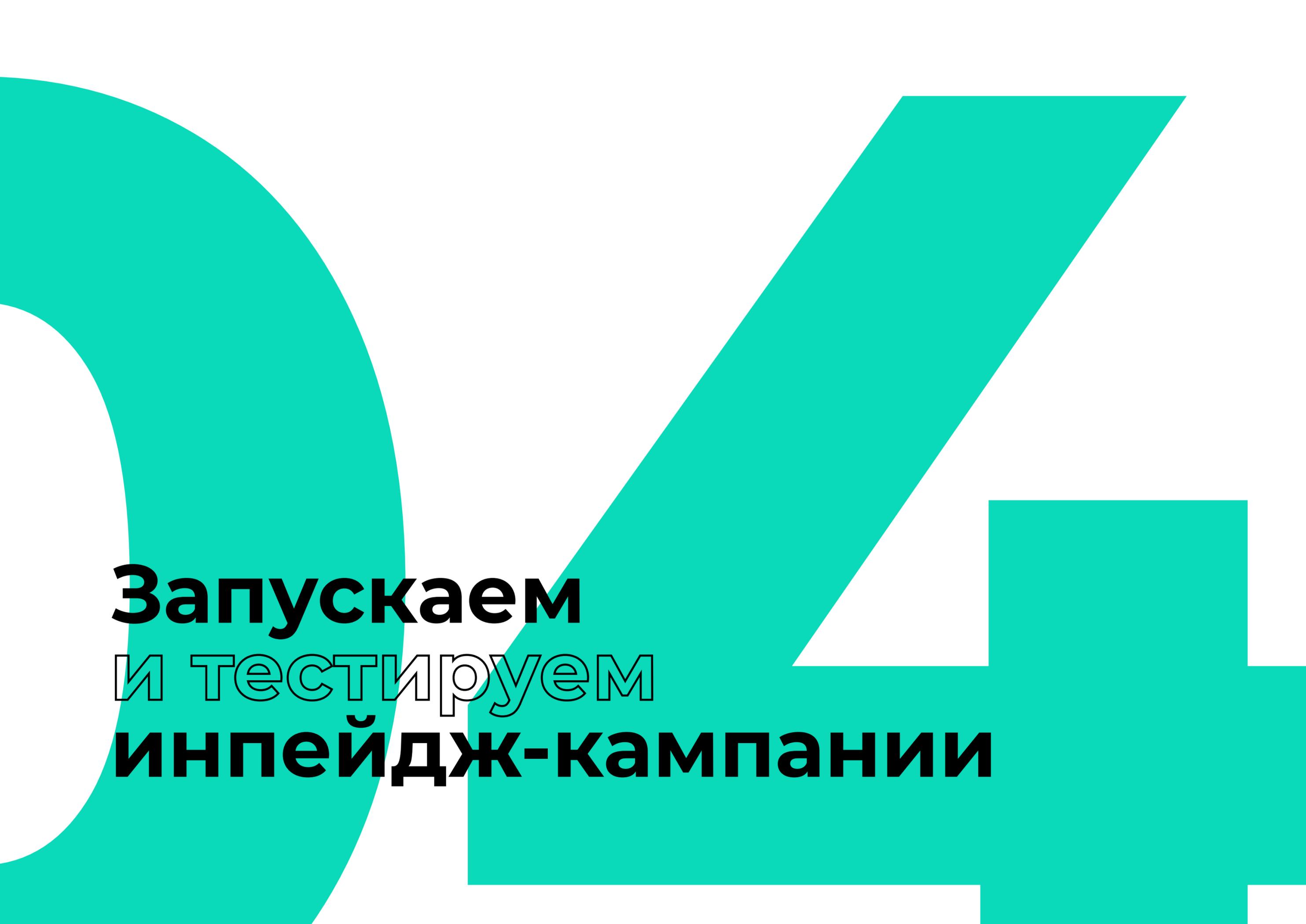
Дейтинг можно освещать по-разному, в зависимости от формата сайта.



Если он создан для серьезных знакомств, прелендинг сопровождается романтической картинкой с соответствующим посылом.



*Для ресурсов, предназначенных для легких не обязывающих отношений, **ключевую роль играет изображение** – чаще всего это яркие привлекательные девушки, плюс можно привлечь юзера разнообразными развлечениями.*

The background features several teal-colored geometric shapes: a large curved shape on the left, a diagonal bar in the upper right, and a stepped block-like shape in the lower right.

Запускаем
и тестируем
инпейдж-кампании



Название кампании

Вводим наименование рекламной кампании.

evadav.com

Campaign Name: *



Качество трафика

Выбираем качество трафика: **Стандарт** или **Премиум**.

evadav.com

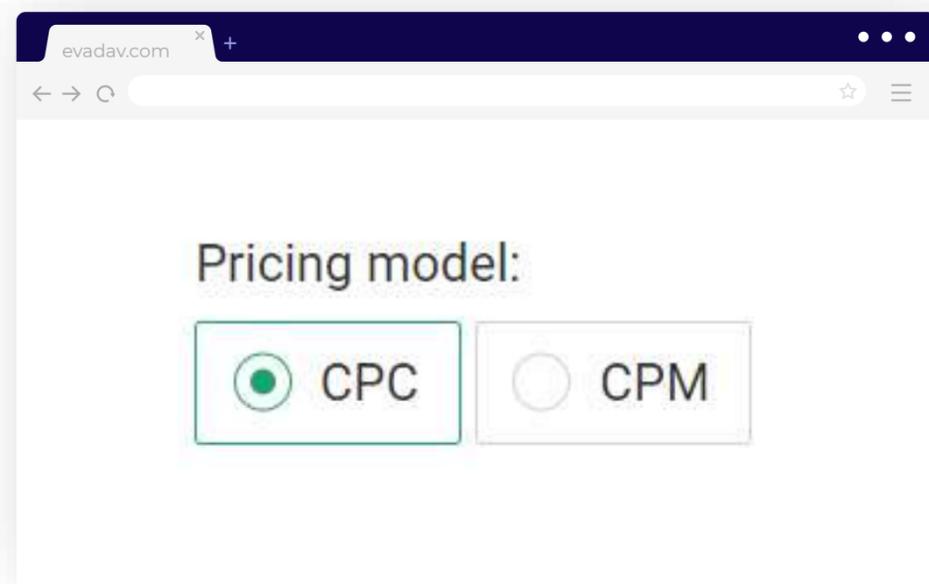
Traffic Quality:

Standard Premium





Рекламная модель

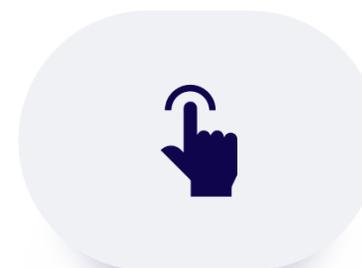


Какую рекламную модель выбрать?

Пользователь определяет, какая модель оптимальная, в зависимости от оффера и цели рекламной кампании.

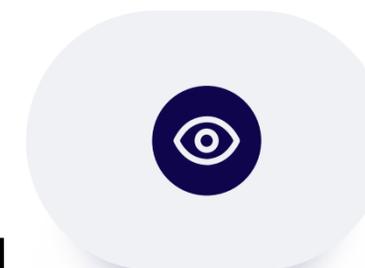
Настроить инпейдж-кампанию

С Evadav вам доступны два варианта:



CPC

оптимальный выбор на старте, когда необходимо понять, какой CTR.



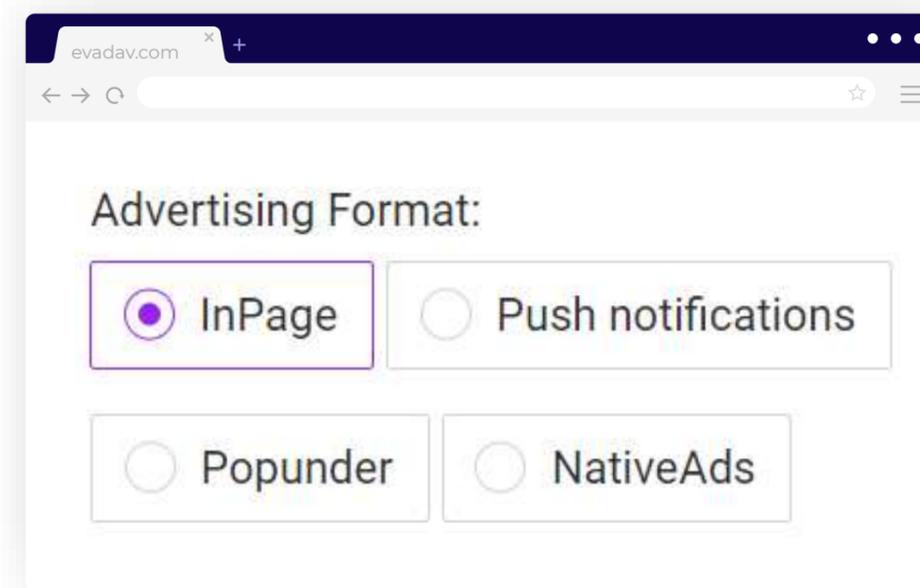
CPM

актуальное решение для кампаний, если CTR позволяет покупать **1000 кликов дешевле, чем за CPC.**



Формат рекламы

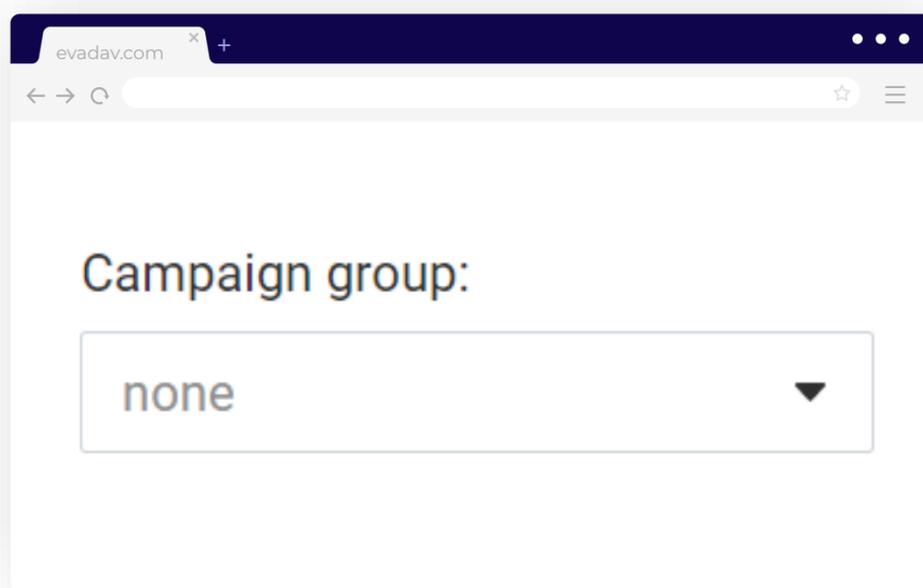
Выбираем – Инпейдж.





Группа кампаний

Рекламодатель может **группировать компании по любому признаку** для удобства контроля статистики.



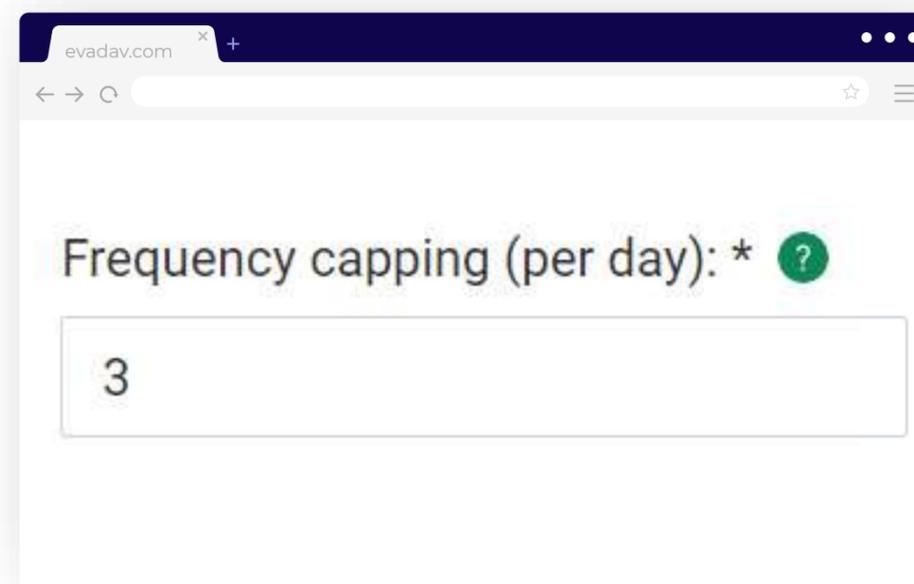
СОВЕТ

Для рекламной модели **CPC** задавать **больше** значение, а для **CPM** – **меньше**.



Ограничение частоты показов

В этом поле вы можете ограничить количество показов рекламы уникальному пользователю **в течение 24 часов**.



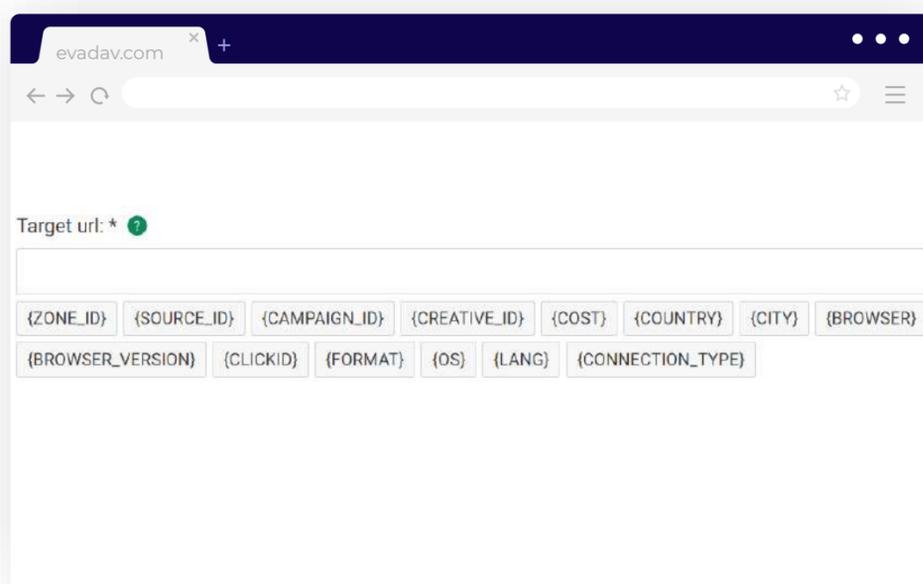
Чем больше объемы трафика, тем выше будет число.

Экспериментируйте с показами, чтобы найти свой оптимальный показатель.



Целевой URL

Вставьте **URL лендинга** или прелендинга.



Если необходимо проанализировать рекламную кампанию, в это поле вместе со ссылкой **добавляйте макросы.**

Благодаря этому **вы получите точную информацию**, которая вас интересует:



данные о компании



креативе



ГЕО и т.п.

Далее в постбеке макросы будут заменены соответствующими сведениями о юзере. Например, программа покажет, из какой страны пришел пользователь, если вы введете в строку макрос `{COUNTRY}`.

совет

Можно обходиться минимальным количеством переменных, но есть те, которые мы рекомендуем обязательно использовать.

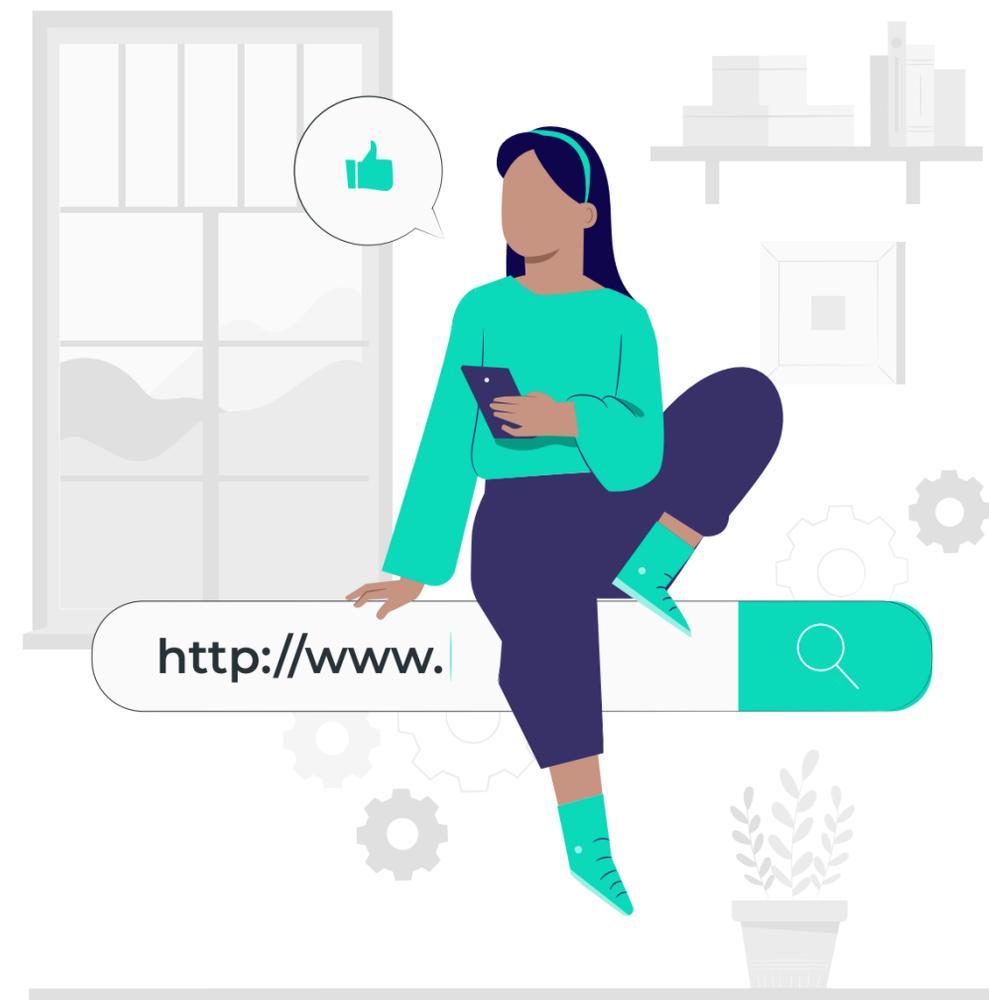
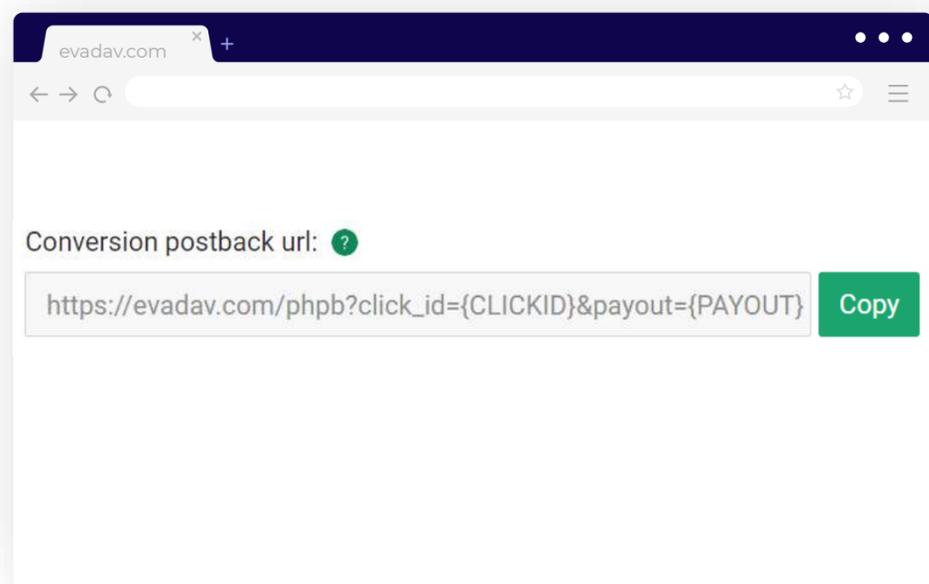
Среди них **макрос {CLICKID}**, который необходим, чтобы получать постбэк при конверсии, и **{SOURCE_ID}**, показывающий источник трафика.



URL постбэка конверсии

Рекламодатель может получить уникальный Click ID, чтобы настроить **передачу данных между рекламной сетью и трекером**.

Ссылка необходима для трекера, который поможет собирать данные об успешности рекламной кампании.



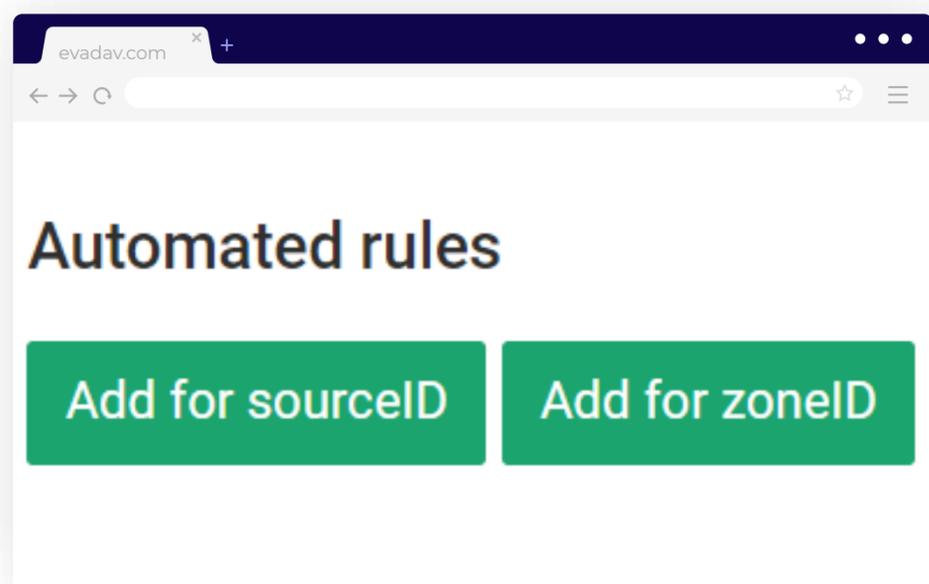
Также можно расширить возможности, нарастив автоматизацию процессов, запустив работу через **API**.





Автоматические правила

Чтобы упростить задачу сбора сорсов, в этом разделе устанавливают **автоправила**.



Тогда источники собираются по заданным параметрам, от пользователя не требуется никакой лишней ручной работы для оптимизации трафика.

Доступна опция указать сразу несколько параметров.



Какие вы можете выставлять условия:



Impression



Clicks



Cost



Leads



CTR



Profit



ROI



Cost per Lead

СОВЕТ

Важно: задав автоправила, необходимо **по таким же правилам** настроить постбек.



Новые кастомные стили Инпейдж

Обновленный формат Инпейдж от Evadav изменился внешне, механика работы осталась прежней.

После апдейта пользователи могут выбирать **стили с готовыми шаблонами:**



Classic

позволяет формировать **разные объявления с кнопкой**, в которой рекламодатель задает нужный текст.



System

это формат, **мимикрирующий под системное оповещение ОС**. Благодаря этому **возрастает CR** при том же объеме показов.



Social

шаблон, который используют, чтобы всплывающее окно было **подобием уведомления социальной сети**.



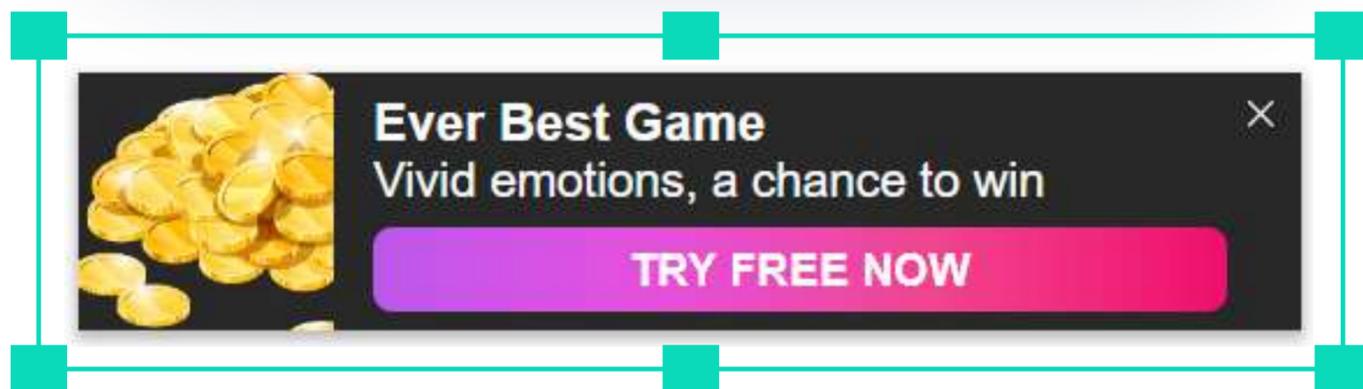


После обновлений для пользователя упрощена **кастомизация креативов под любые вертикали и прелендинги.**

Наиболее востребованы **новые стили** для работы с креативными рекламными объявлениями:



Classic с шаблонами **Dark и Light** универсален, но по-настоящему беспроигрышным будет такое решение для **gambling, betting, finance, nutra, sweepstake, games, e-commerce, crypto.**



Баннеры максимально привлекательны и релевантны, что влечет **рост показателей CTR и CR.**

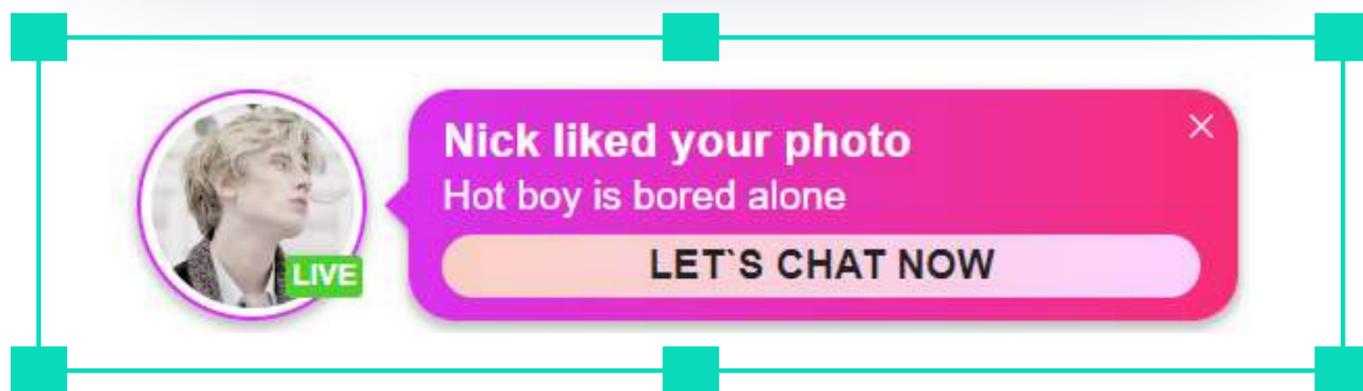


В результате конечный **ROI с оффера тоже растет.**

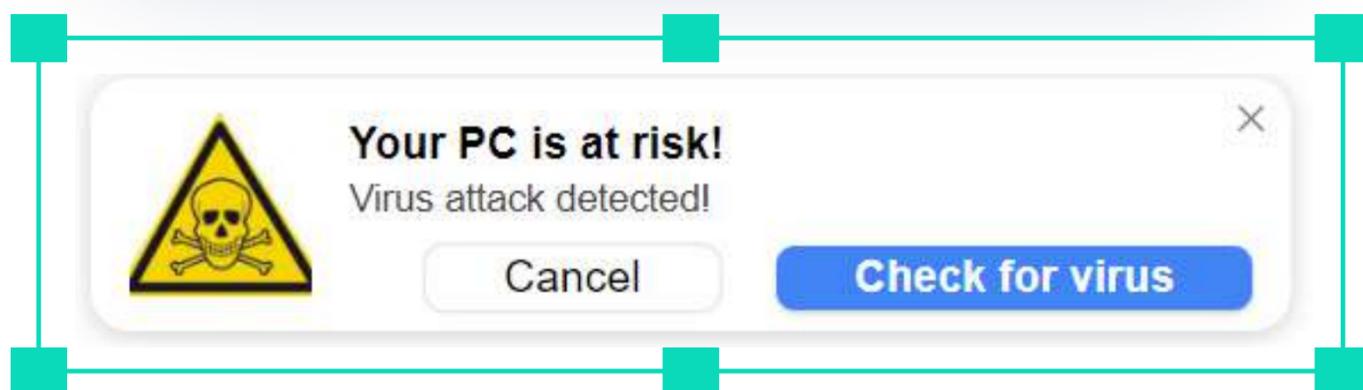


Social с шаблонами **livechat** идеально подходит под **dating** и **webcams**.

Оригинально, привлекает внимание, что означает уверенное наращивание CTR.



System благодаря мимикрии под системные оповещения оптимален для таких вертикалей, как **software, utility, antivirus, APK, install, sweepstakes**.



СОВЕТ

Для оптимальной настройки инпейдж рекламной кампании рекламодателю следует выбрать **стиль**, который наилучшим образом соответствует поставленным целям и специфике вертикали.

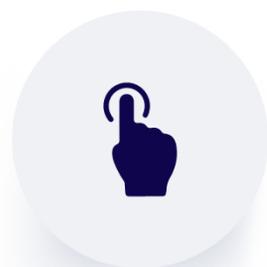


01 Стили

Стиль задает **внешний вид** рекламного баннера. Рекламодатель выбирает вариант, который будет выглядеть нативно на странице.



Всего создано 3 стиля:



Classic

схожи на классический пуш, и имеет 3 шаблона:

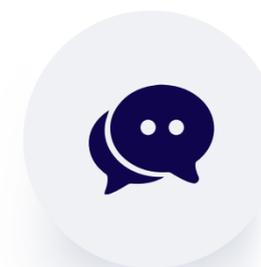
- Dark
- Light
- Standard Classic



System

имитирует сообщения под выбранную операционную систему и имеет 4 шаблона:

- Mac
- Win
- Android
- iOS



Social

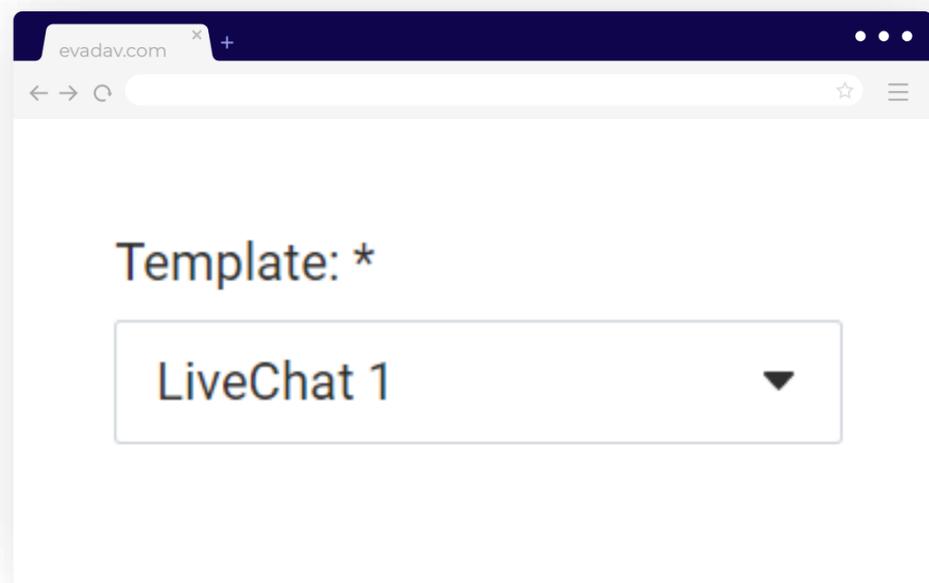
имитация под чаты и социальные сети, есть 3 шаблона:

- LiveChat1
- LiveChat2
- Standard Social

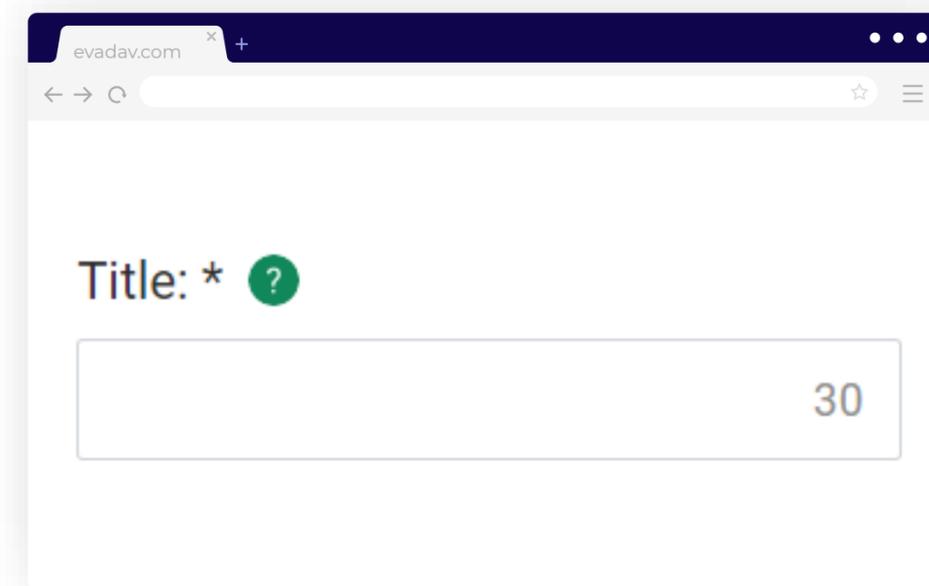


02 Шаблоны

Рекламодатель задает **шаблон**, соответствующий выбранному формату баннера.



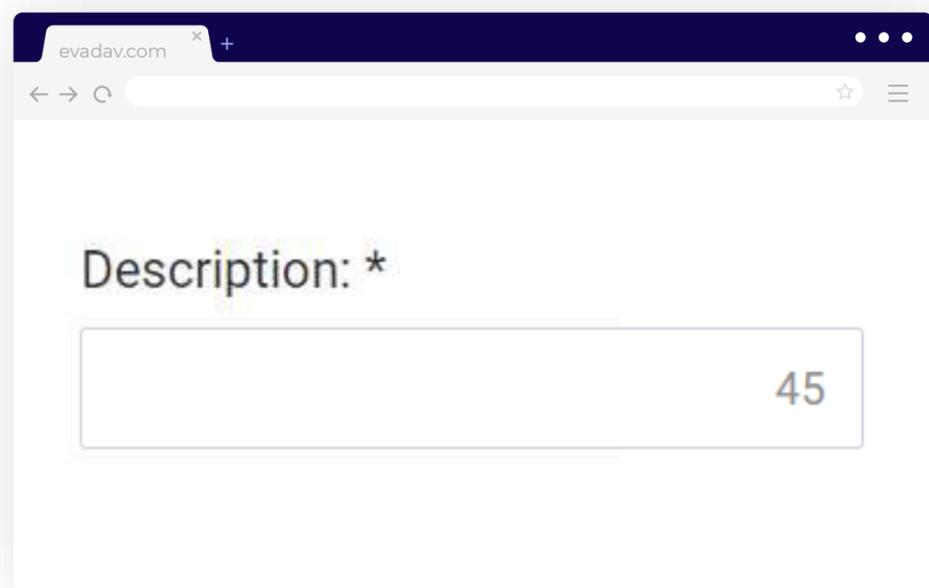
03 Заголовок



В названии можно добавлять **макрос {CITY}**, чтобы пользователю высвечивалось название его города.



04 Описание

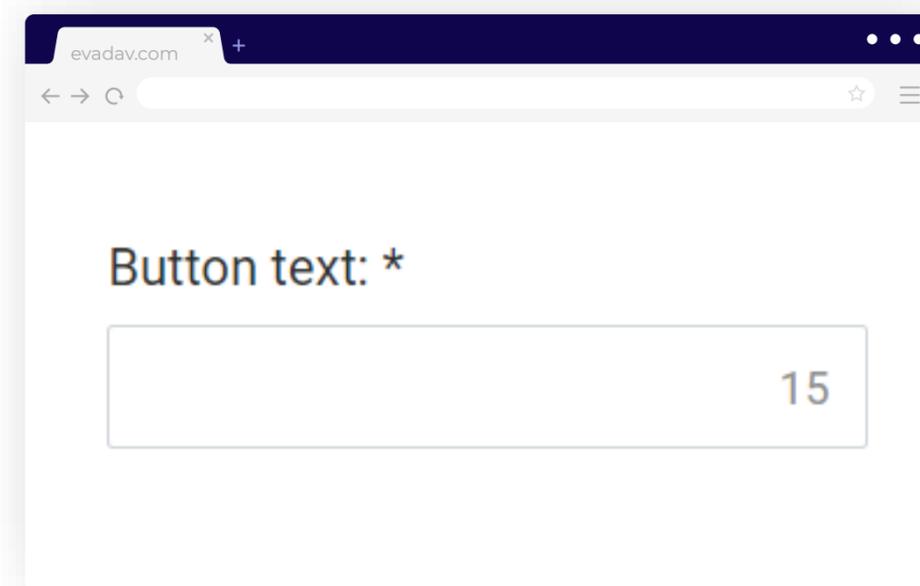


Важно, чтобы текст описания содержал в себе **семантическое ядро**: понятные слова и термины для вашей аудитории.



05 Текст на кнопке

Это должен быть **вовлекающий текст с четким и понятным СТА** (Call To Action – призыв к действию).



зарегистрироваться на сайте



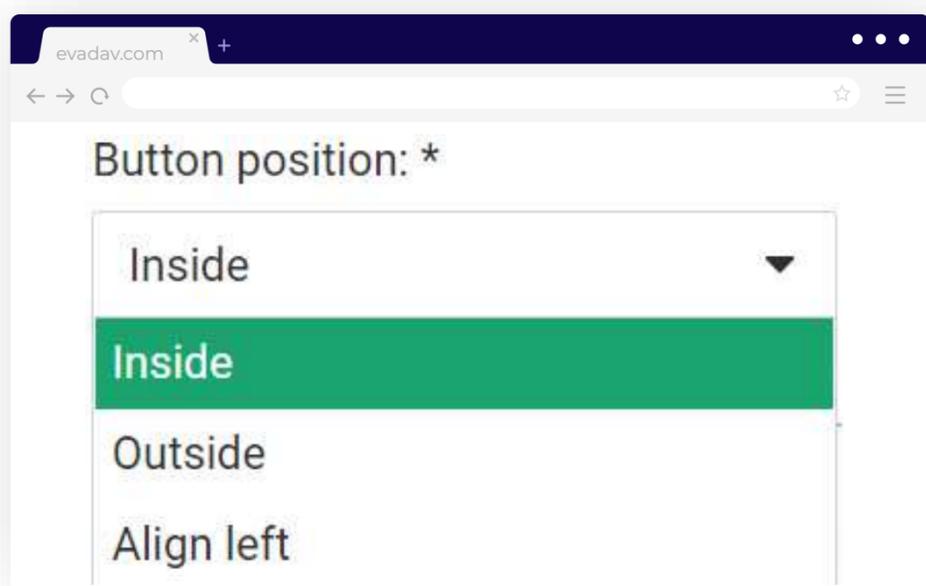
купить товар



получить бонус

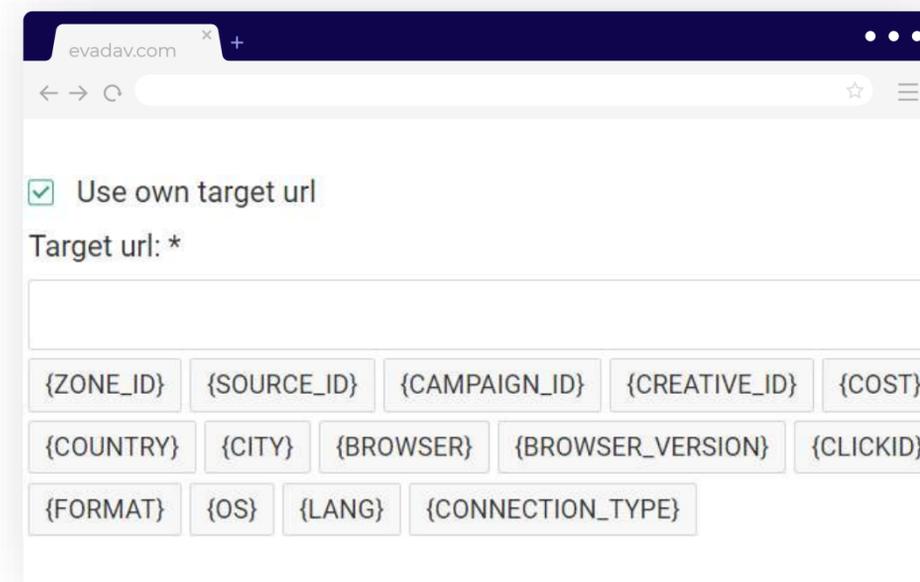
06 Расположение кнопки

Кнопка может располагаться внутри, снаружи либо с выравнением на левый край.



07 Использовать собственный целевой URL

Можно добавлять **макросы** для оптимизации настройки.

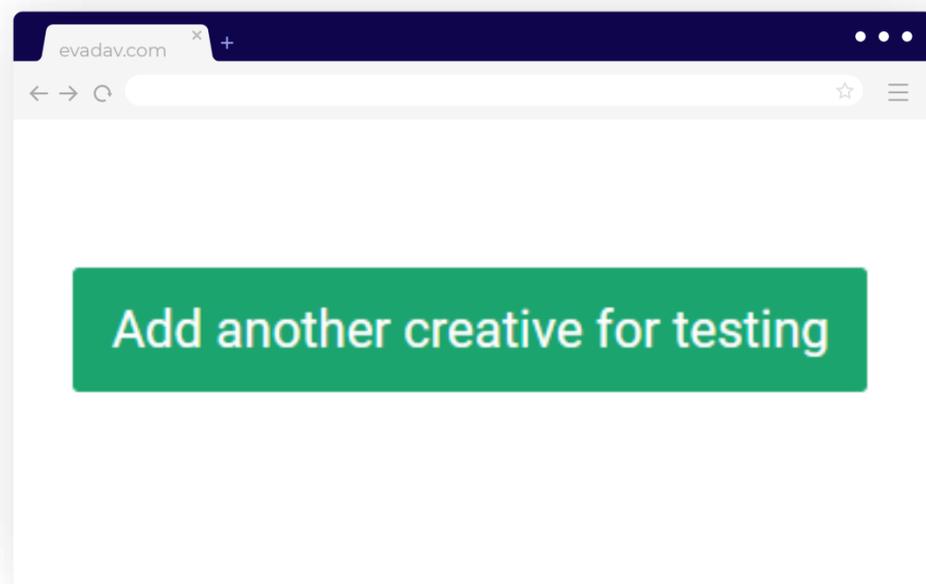


Необходимый минимальный набор – это **{CLICKID}** и **{SOURCE_ID}**.



08 Добавить еще один креатив для теста

В рамках рекламной кампании **нужно тестировать разные креативы.**

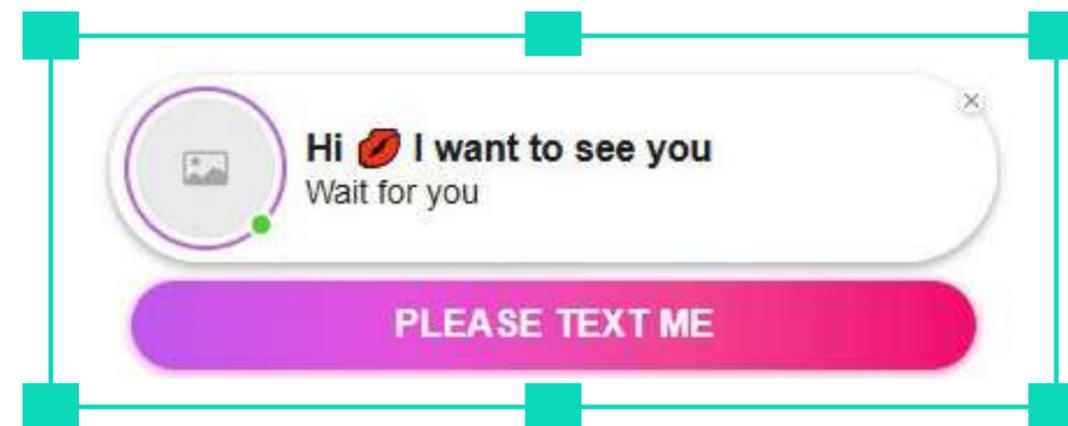


СОВЕТ

Мы **рекомендуем экспериментировать с креативами**, не ограничивая фантазию, в любом количестве. Дальше остается наблюдать за показателем CTR.

Те креативы, что не сработали, можно в любой момент отключить, оставив все, что способствует наращиванию кликабельности.

Например, тестируем на livechat разные картинки.



Чем интереснее картинки, тем лучше, но надо обращать внимание на ваш бюджет, чтобы хватило на тест.

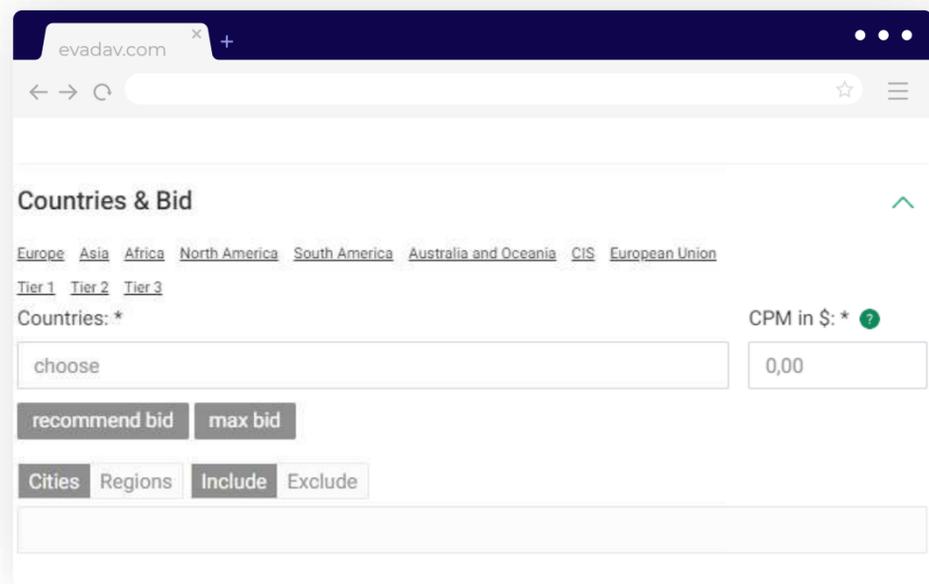


Обычно картинка дает +30% CTR. Также тестируйте **расположении кнопки** – это тоже часто влияет на CTR.



Страны & Бид

В этом разделе пользователь задает **страны таргетинга** и **бид**. Можно воспользоваться предложенными ставками **рекомендованного** и **максимального бид**.



СОВЕТ

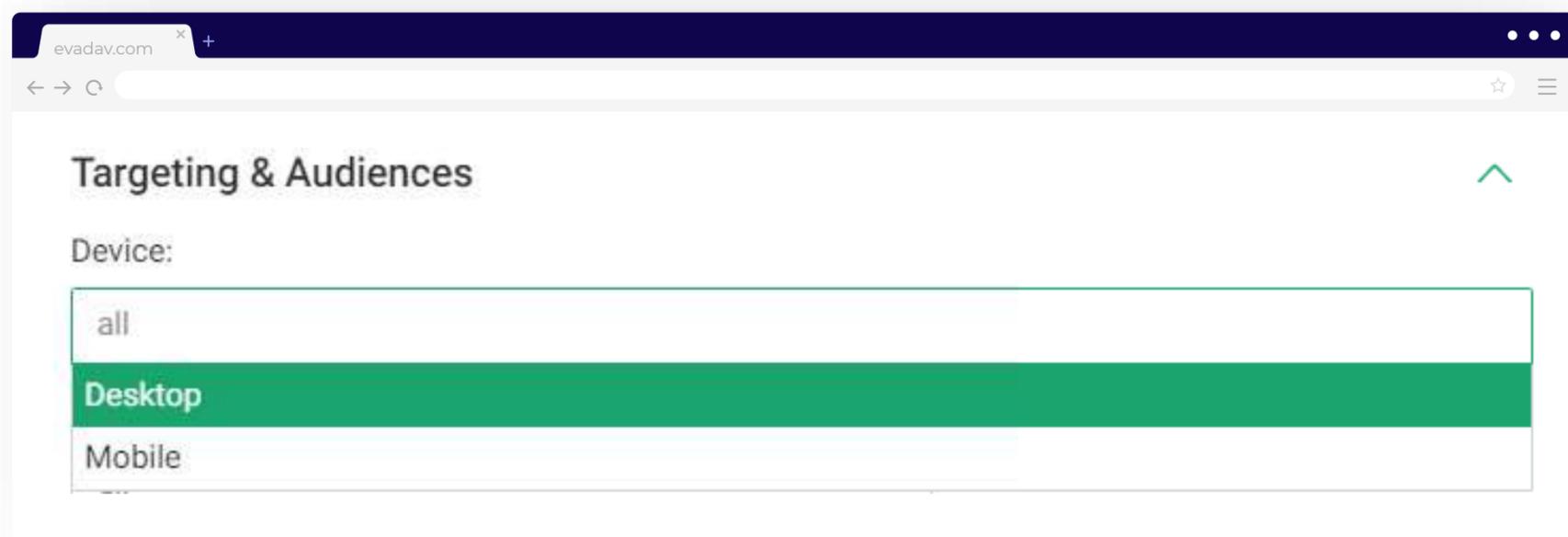
Рекомендуем начинать работу с небольшими гео, по мере изучения показателей наращивая объемы трафика. Перед настройкой следует изучить целевую аудиторию.



Таргетинг & Аудитории

Девайсы

Можно выбрать конкретный девайс или все устройства.



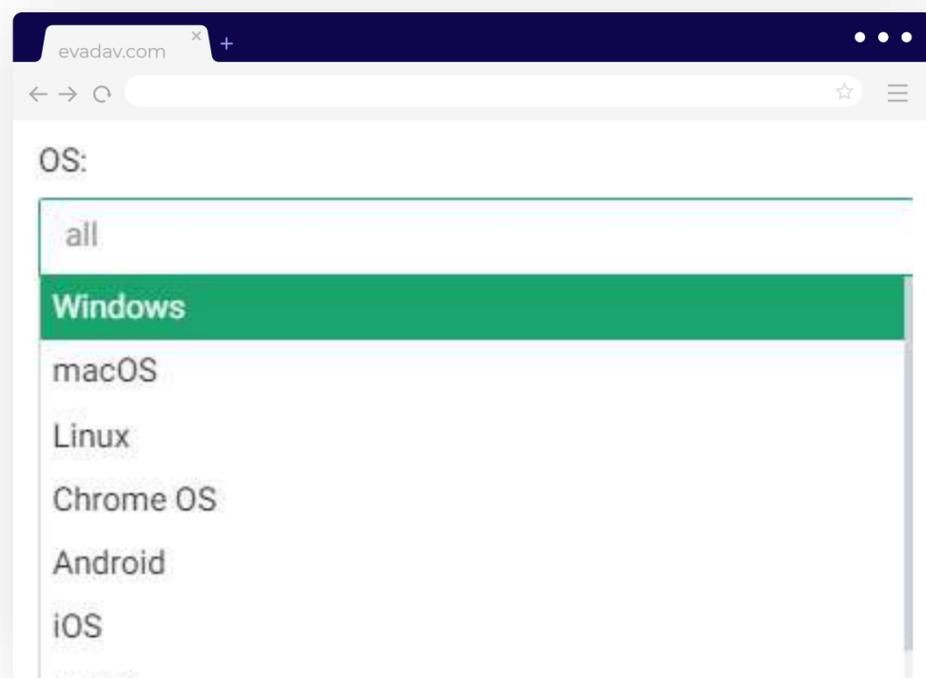
СОВЕТ

Для оптимизации **рекомендуем разделять мобильные и десктопные кампании**, так как разница в ставках в различных странах бывает очень существенной.



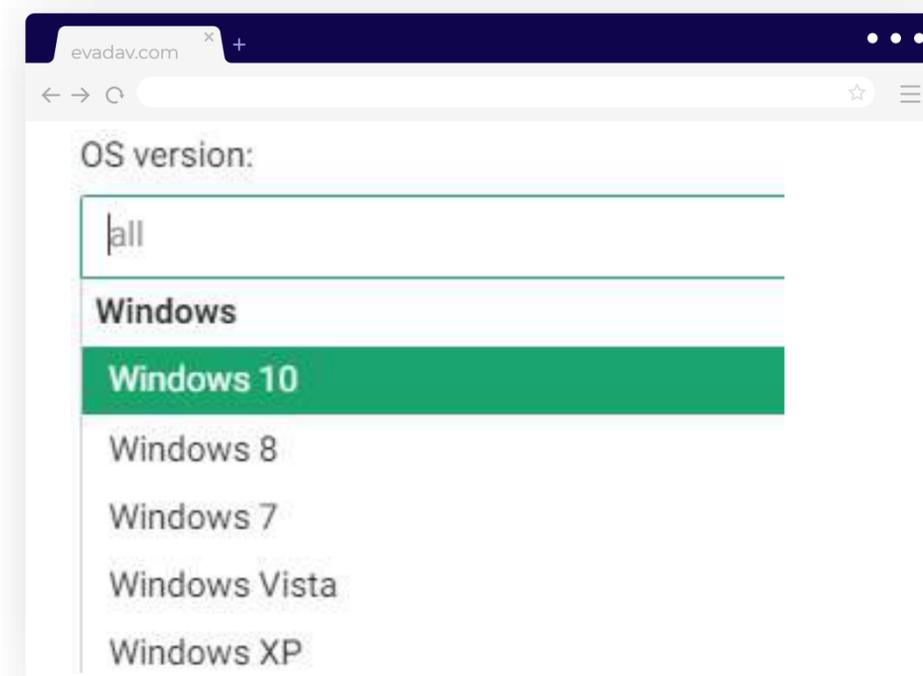
Операционные системы

Операционную систему подбирают, отталкиваясь от данных **о целевой аудитории:** предпочтение за ОС, которая наиболее типичная для большинства юзеров.



Версии ОС

Статистика показывает, что в целом **лучше работают последние версии** операционных систем.

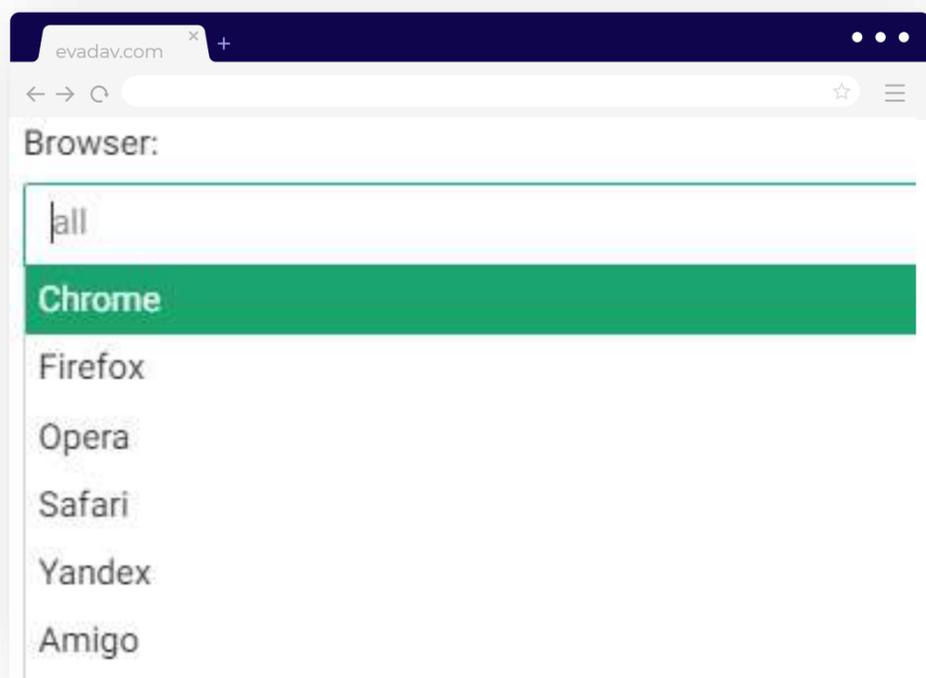


Формат Инпейдж потому и обрел быстро такую популярность, потому что он работает со всеми операционными системами, включая iOS. **Благодаря ему можно вовлечь платежеспособных юзеров.**



Браузер

Можно **таргетироваться** на все браузеры или же выбирать конкретные.

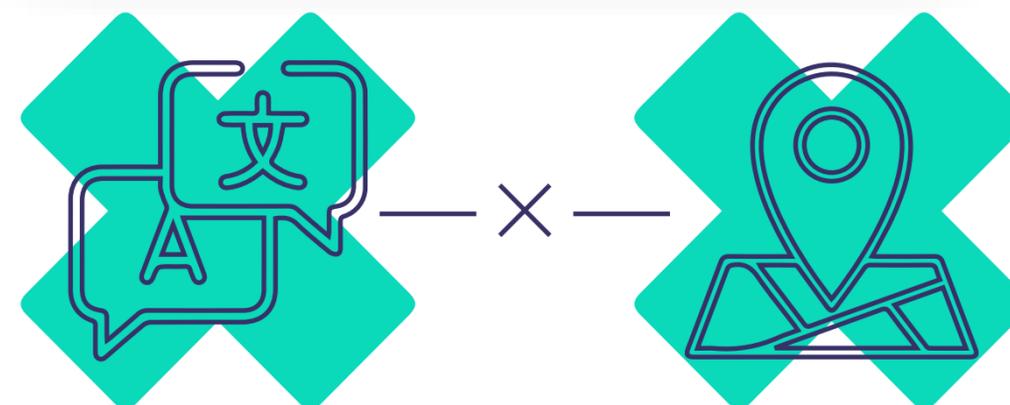
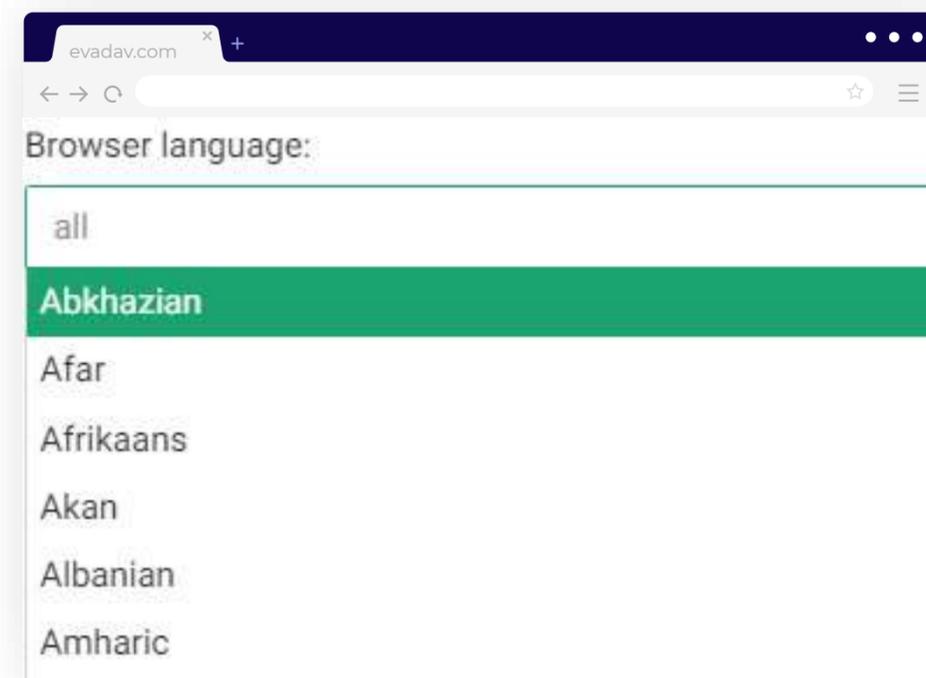


СОВЕТ

К списку топ-браузеров по многочисленным просьбам мы добавили еще и **Google Search App**. Рекомендуем его не игнорировать, многообещающий браузер.

Язык браузера

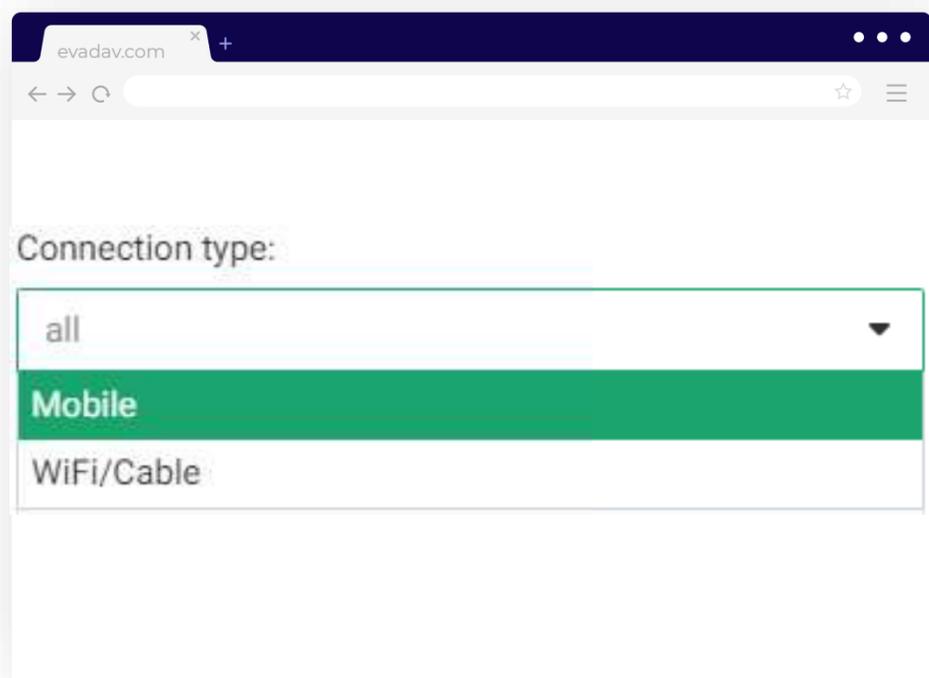
Нужно задать **язык** браузера, типичный для **целевого пользователя**.



Язык далеко не всегда совпадает с ГЕО.

Тип соединения

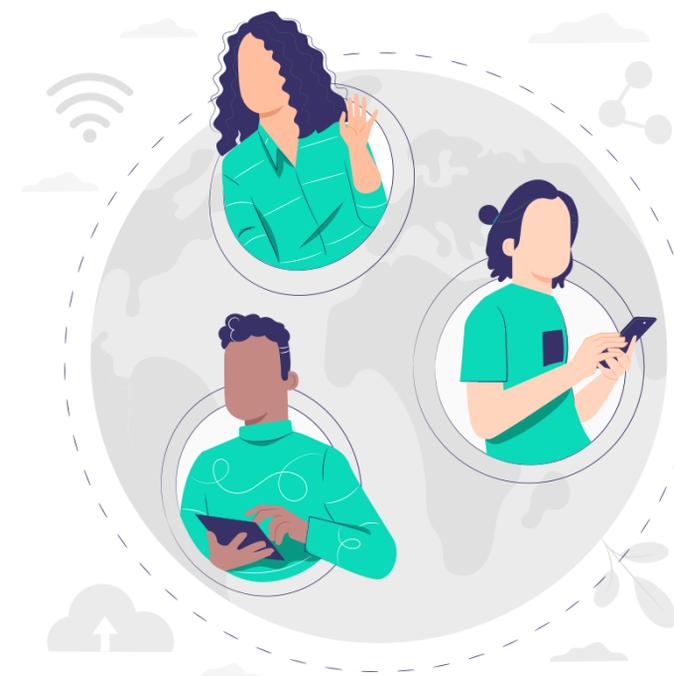
На выбор: мобильный интернет, Wifi или все.



мобильный интернет



Wifi



Мобильный провайдер

Этот параметр настраивается **крайне редко**. В большинстве случаев нет необходимости указывать конкретного мобильного провайдера.

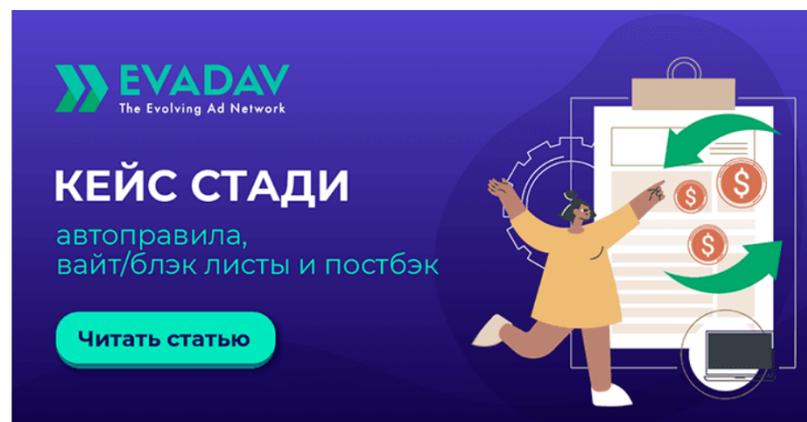


👤 Персональные аудитории (black и white листы)

Указываем **заранее настроенный черный** либо **белый список**.

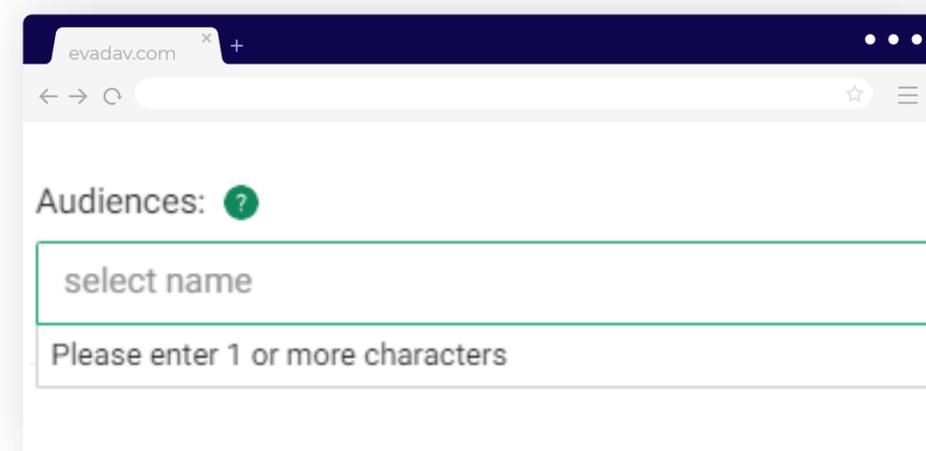


Больше о настройке автоправил, постбэка, а также блек и вайт списков – **читайте в блоге**.



👤 Аудитории

Опция позволяет выбрать конкретную аудиторию, которая **задается заранее** в виде списка.





Расписание кампании

evadav.com

Campaign Schedule

User local time UTC 00

All Working Days Weekend Clear all

	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Mon	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Tue	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Wed	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Thu	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Fri	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Sat	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Sun	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23

Set display period

Date start: 19.10.2022

Date end: 20.10.2022 No end date



Формируя расписание рекламной кампании, предварительно необходимо **проанализировать данные о целевой аудитории.**



Чтобы повысить эффективность РК, стоит разделять по времени показы, а далее делать выводы, когда она **наиболее эффективна.**

СОВЕТ

Рекомендуем не забывать учитывать локальное время по GEO.



Рекламные лимиты

В этом разделе пользователь устанавливает **лимиты расходов**. Можно установить общий предел затрат на рекламную кампанию, задать дневные ограничения и максимально допустимую стоимость клика.

evadav.com

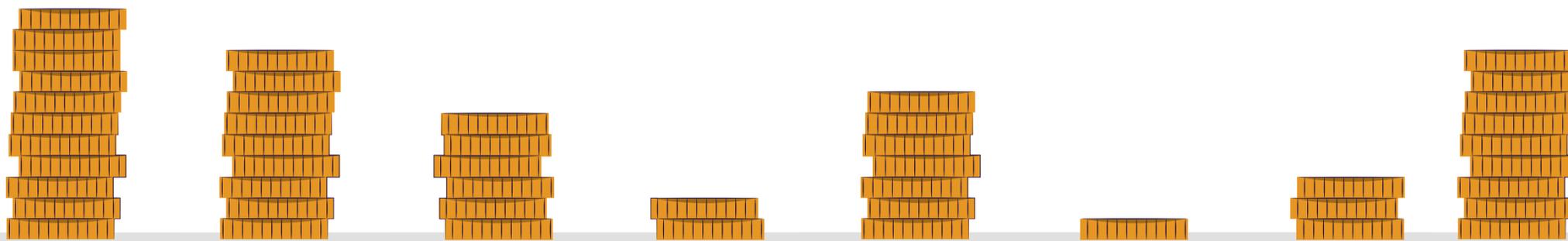
Advertising Limit

Total Budget Limit in \$: ?

Daily budget in \$: ?

Total click limit: ?

Daily click limit: ?

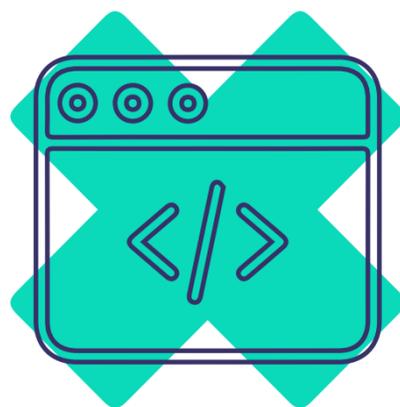




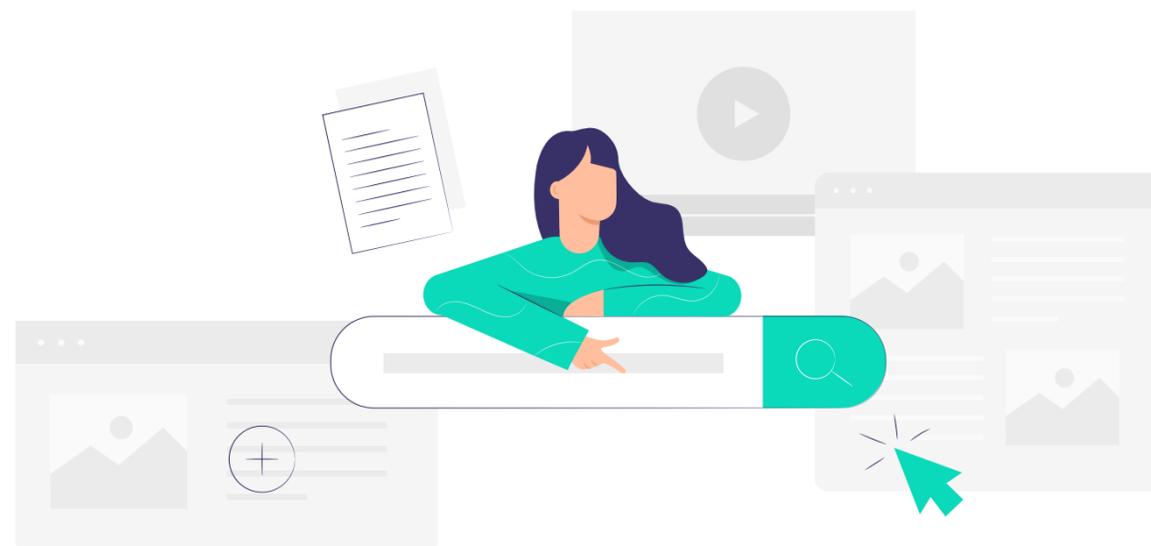
Настроив рекламную кампанию, вы **начинаете получать конверсии**.



На этом этапе **важно отслеживать их источники**, чтобы создавать вайт и блек листы.

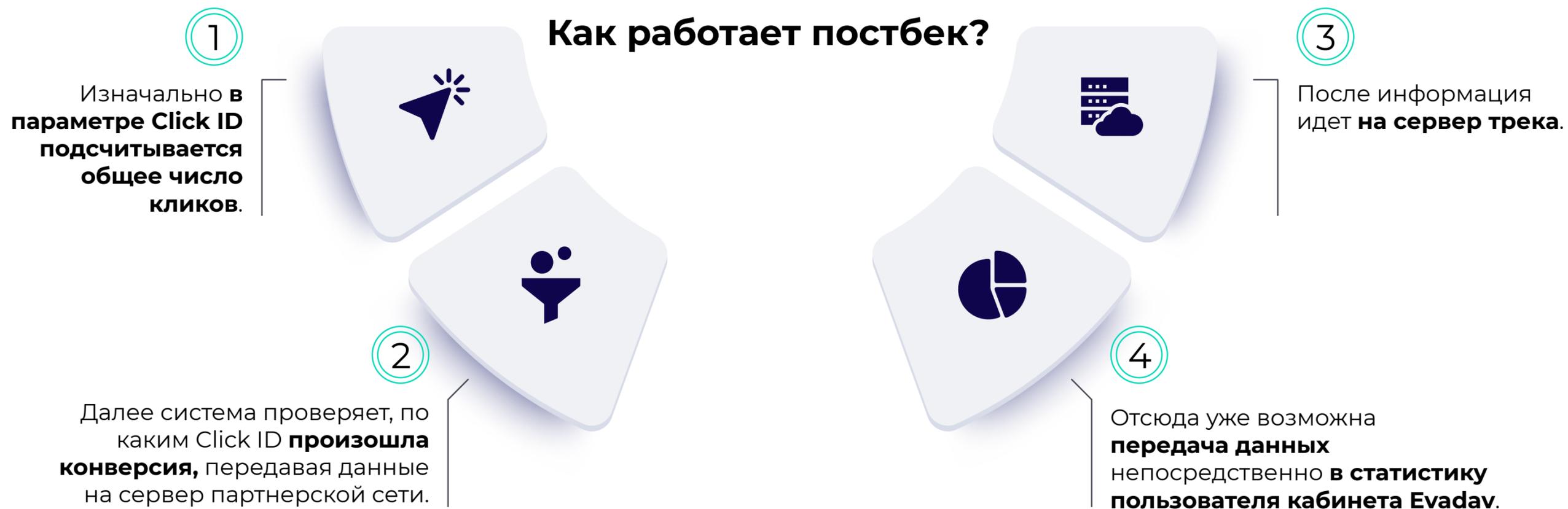


В настройке помогают **трекинг линки и/или трекинг пиксели**. Первый вариант предпочтительнее, а второй можно считать вспомогательным – он используется для резервного копирования.



Для оптимизации рекламной кампании рекламодатель **анализирует постбек линки**. Под этим термином подразумевают ссылку с полезными данными, передаваемую с партнерки в сторонние трекеры.





Постбек является обязательной составляющей успешной работы. После настройки системы вы получаете максимально **точные данные о трафике**.



В своем кабинете можно легко просмотреть параметры конверсий, принимая решение об активации тех или иных функций, которые актуальны для автоматизации рекламной кампании с целью увеличения профита. Таким образом удастся с минимальными усилиями **экономить бюджет и наращивать CTR**.



Adsbridge.com



Bemob.com

Keitaro

Keitaro.io



Redtrack.io



Appsflyer.com



Binom.org



Voluum.com



Peerclick.com



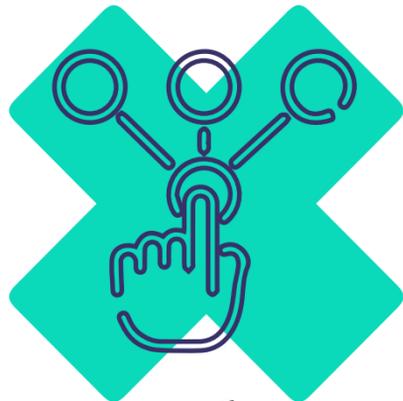
СОВЕТ

Для анализа Evadav компаний рекомендуем использовать один из **трекеров-партнеров Evadav**: таким образом вы сможете не только совершить целевое действие, но и получить выгодные бонусы.



Зарабатываем с
инпейдж от Evadav

Инпейдж-трафик – это широкое поле для успешных тестов и экспериментов. Едва ли не **основное правило в работе с форматом:**



смело **пробовать** разные варианты,



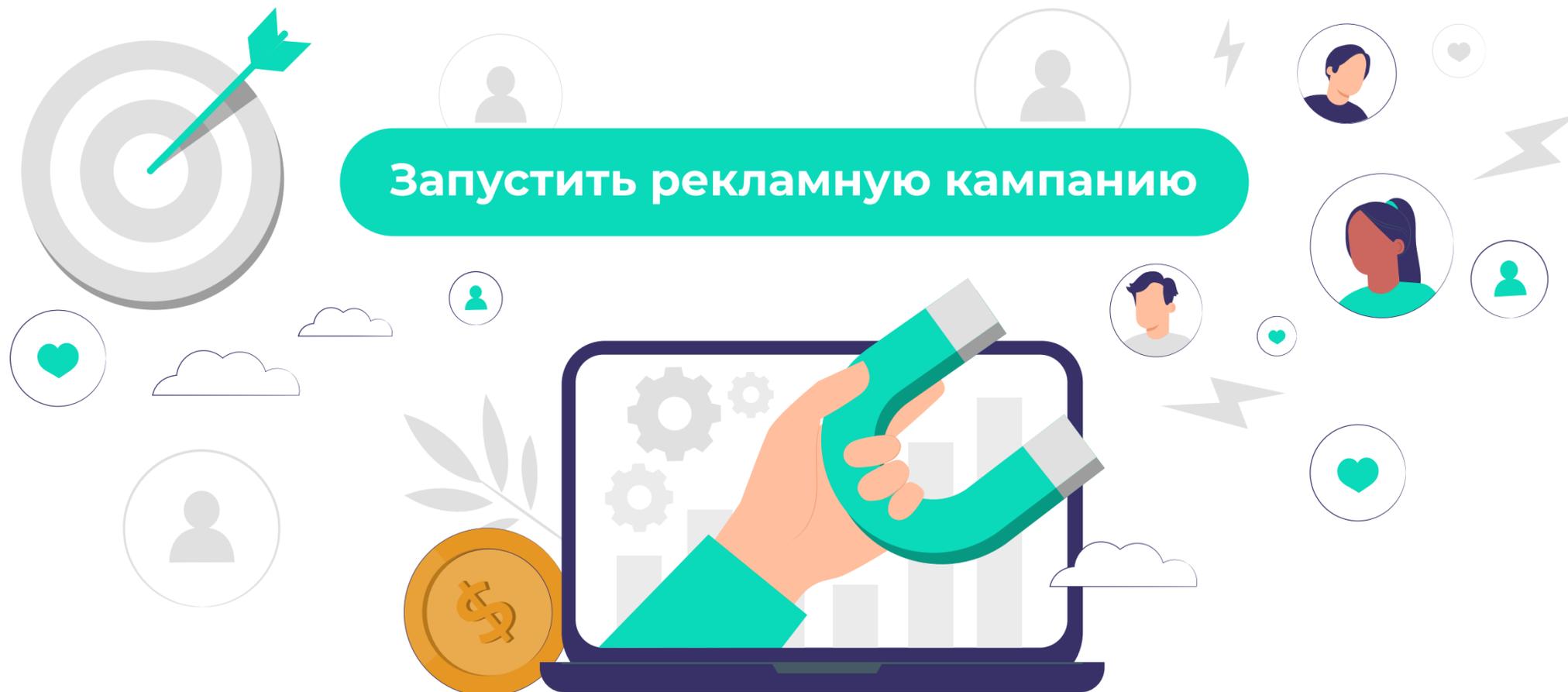
анализировать полученные результаты,



делать выводы и менять стратегию, если есть необходимость,



двигаясь вперед к поставленной цели.





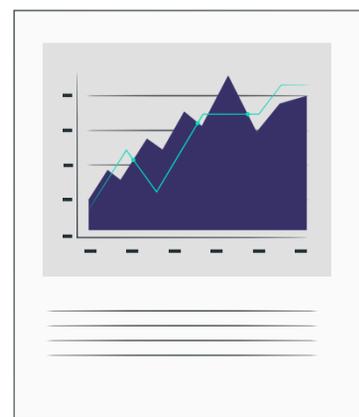
Инпейдж требует от создателя кампании практически тех же качеств, что и любая иная реклама – **смелости и креативности.**

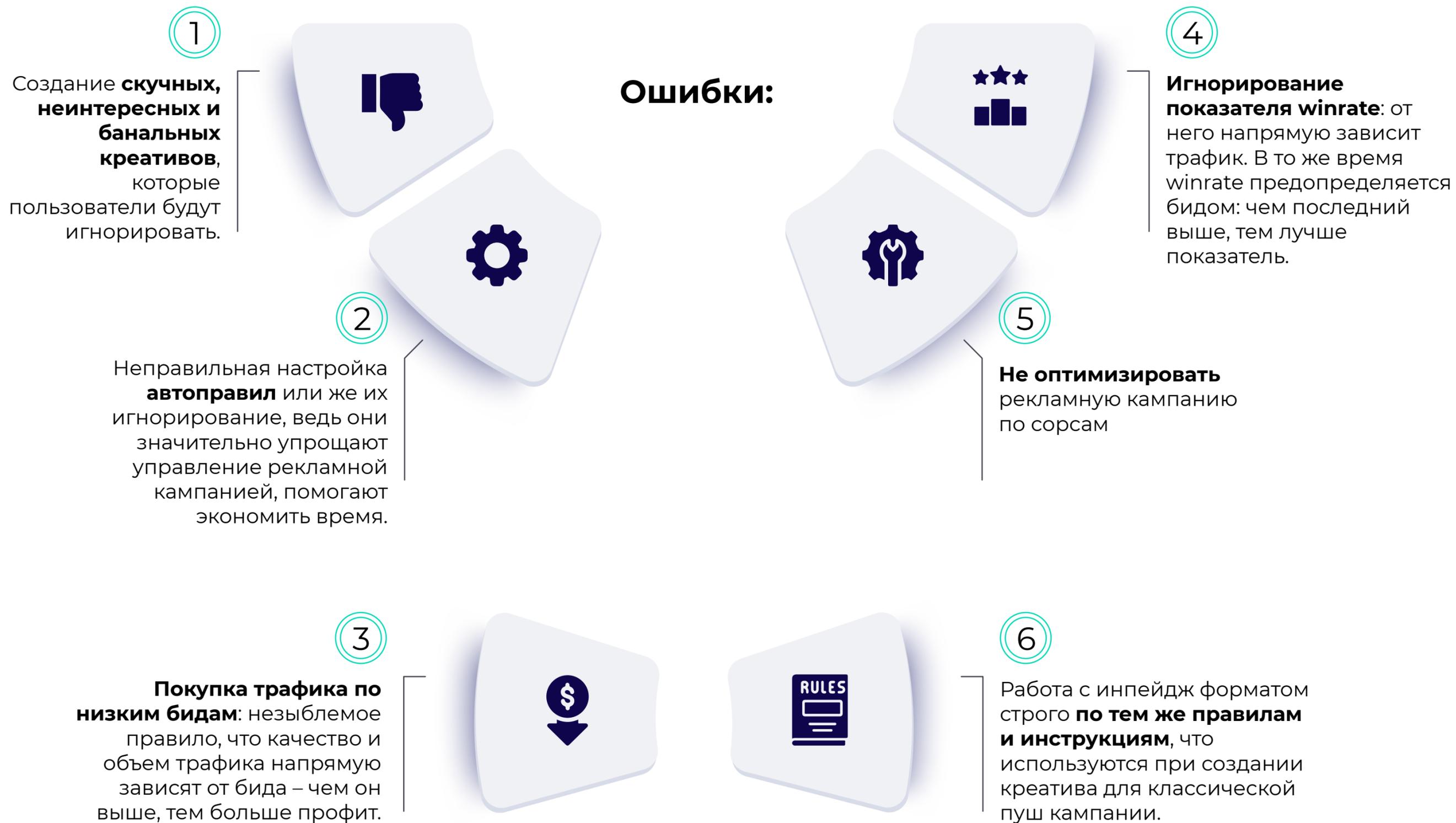


В то же время этот сравнительно новый формат уже успешно **протестирован, выработаны** определенные **успешные схемы и концепции работы** с ним.



Исходя из этого, легко определить, **какие методы** работы с инпейдж будут **ошибочными** и **не принесут профита.**







Чтобы попробовать новый формат с максимальной отдачей, мы подготовили вам **действенные рекомендации**, следуя которым вы сможете запускать ваши инпейдж кампании, рассчитывая на высокий профит:



Правильно настраивайте источники, поскольку при определенном сходстве с классическими пушами у Инпейдж есть своя специфика, что влияет на сорсы.



Не игнорируйте создание новых блек и вайт листов: если сорс попал в черный список в обычной пуш кампании, это не значит, что он не подходит для более новаторского формата.



Задействуйте **продвинутые опции таргетинга**, что поможет избежать ненужных кликов, оптимизируя расходы.



Для этого формата ключевое качество – **нативность**. Поэтому реклама должна максимально соответствовать вертикали, чтобы пользователь искренне заинтересовался баннером и совершил переход по ссылке.



Инпейдж – очень гибкий формат. Поэтому **можно и нужно экспериментировать** с форматом, настраивать его, стараясь использовать все преимущества. Тогда удастся получить максимальный CTR при низком CPC/CPM.



Применяя **автоправила**, придерживайтесь чувства меры. Их не должно быть слишком много, важно избегать противоречий.



Тестируйте, тестируйте и еще раз тестируйте! Потратив трафик, вы сможете собрать сорсы для белого списка, которые в результате принесут профит.

После удачной и умелой оптимизации вы можете получить вот такую **статистику по вертикалям**:

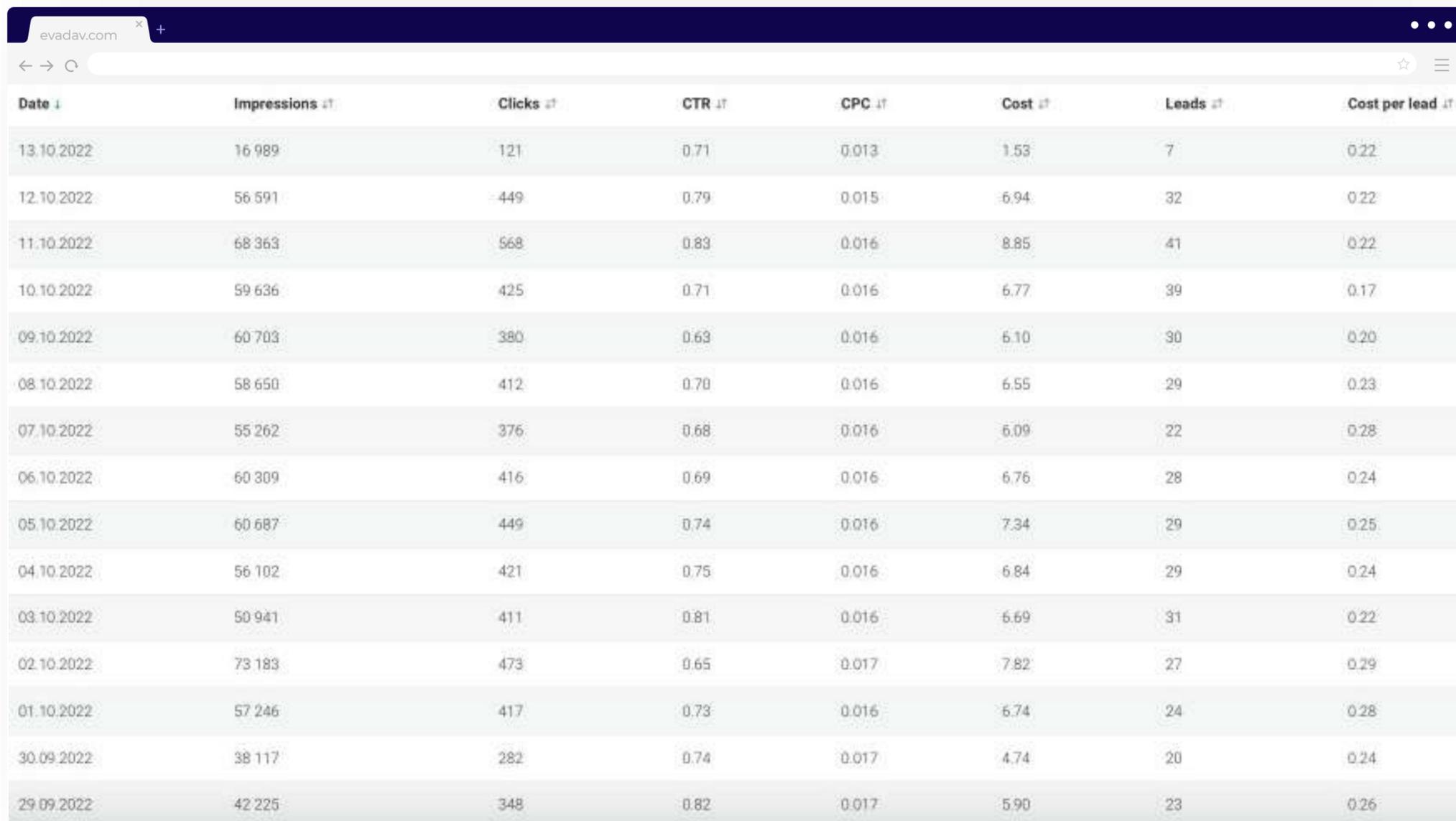
Adult dating демонстрирует неплохие результаты.

Date	Impressions	Clicks	CTR	CPC	Cost	Leads	Cost per lead	Payout	Profit
30.09.2022	328 691	9 315	2.83	0.003	27.95	95	0.29	31.83	3.88
29.09.2022	320 822	8 929	2.78	0.003	26.79	76	0.35	24.69	-2.10
28.09.2022	317 088	8 511	2.68	0.003	25.53	75	0.34	25.14	-0.40
27.09.2022	332 881	9 331	2.80	0.003	27.99	94	0.30	31.51	3.52
26.09.2022	330 464	9 312	2.82	0.003	27.94	62	0.45	21.93	-6.01
25.09.2022	291 777	8 961	3.07	0.003	26.88	73	0.37	28.92	2.03
24.09.2022	277 650	8 058	2.90	0.003	24.17	67	0.36	26.16	1.98
23.09.2022	315 665	8 619	2.73	0.003	28.92	64	0.45	25.18	-3.74
22.09.2022	248 973	7 161	2.88	0.003	21.20	58	0.37	22.94	1.75
21.09.2022	178 592	5 038	2.82	0.003	14.94	50	0.30	19.10	4.16
20.09.2022	320 104	8 315	2.60	0.004	32.09	86	0.37	30.83	-1.25
19.09.2022	169 836	3 937	2.32	0.004	14.94	32	0.47	11.60	-3.34
18.09.2022	196 025	5 517	2.81	0.003	18.40	44	0.42	16.02	-2.38
17.09.2022	188 360	5 035	2.67	0.003	17.60	47	0.37	16.47	-1.13
16.09.2022	177 873	4 729	2.66	0.003	16.41	55	0.30	18.61	2.20
15.09.2022	223 908	6 150	2.75	0.004	24.96	63	0.40	20.65	-4.31
14.09.2022	15 814	257	1.63	0.005	1.32	1	1.32	0.28	-1.04
Total	4 234 523	117 175			378.03	1 042		371.84	

Но **после использования** новых кастомных стилей – можем увидеть, как колоссально вырос ROI и профит.

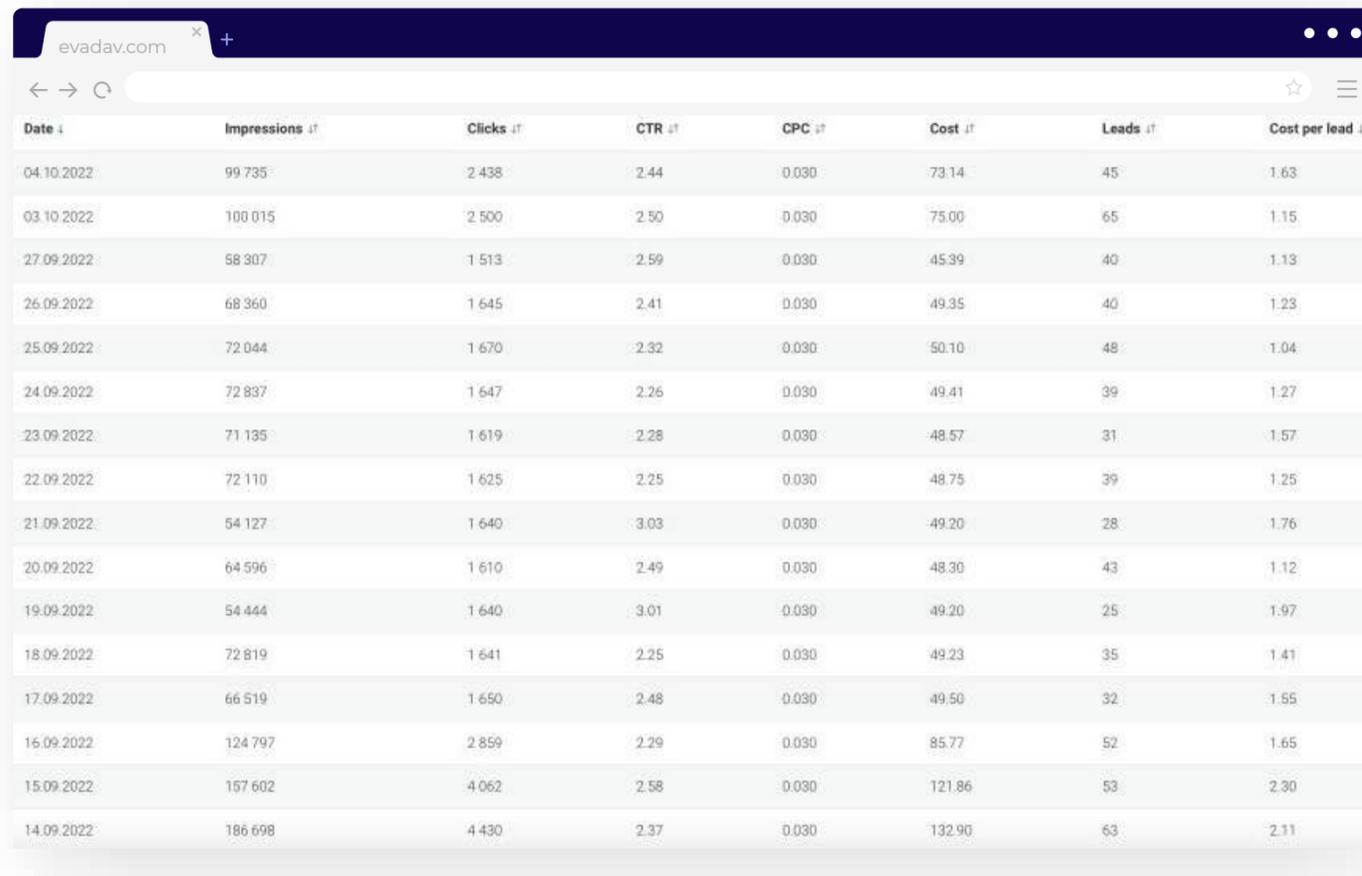
Date	Impressions	Clicks	CTR	CPC	Cost	Leads	Cost per lead	Payout	Profit	ROI
02.10.2022	599845	14226	2,37	0,003	38,41	275	0,14	75,26	36,85	95,94
03.10.2022	489253	14794	3,02	0,003	39,94	279	0,14	74,33	34,39	86,09
04.10.2022	429742	15904	3,70	0,003	42,94	265	0,16	72,55	29,61	68,95
05.10.2022	548105	15920	2,90	0,003	42,98	263	0,16	72,01	29,03	67,53
06.10.2022	500407	15853	3,17	0,003	42,80	264	0,16	72,28	29,48	68,87
07.10.2022	439919	15964	3,63	0,003	43,10	258	0,17	70,66	27,56	63,93
08.10.2022	514147	15889	3,09	0,003	42,90	255	0,17	69,60	26,70	62,24
09.10.2022	517688	15704	3,03	0,003	42,40	254	0,17	69,69	27,29	64,36
10.10.2022	600665	15917	2,65	0,003	42,98	248	0,17	66,96	23,98	55,81
11.10.2022	574731	15489	2,69	0,003	41,82	251	0,17	67,77	25,95	62,05
12.10.2022	603091	14969	2,98	0,003	40,42	259	0,16	69,93	29,51	73,02
13.10.2022	569568	14992	2,63	0,003	40,48	269	0,15	73,63	33,15	81,90
14.10.2022	642395	14567	2,27	0,003	39,33	249	0,16	65,50	26,17	66,54
15.10.2022	540633	14465	2,68	0,003	39,06	235	0,17	63,45	24,39	62,46
16.10.2022	662094	14874	2,25	0,003	40,16	256	0,16	69,12	28,96	72,11
17.10.2022	534038	14495	2,71	0,003	39,14	268	0,15	73,25	34,11	87,17
18.10.2022	570387	14985	2,63	0,003	40,46	259	0,16	69,93	29,47	72,84
19.10.2022	524905	14478	2,76	0,003	39,09	236	0,17	63,72	24,63	63,01
20.10.2022	643095	14568	2,27	0,003	39,33	241	0,16	65,07	25,74	65,43
21.10.2022	524590	14923	2,84	0,003	40,29	239	0,17	64,53	24,24	60,16
22.10.2022	549589	14884	2,71	0,003	40,19	128	0,31	35,25	-4,94	-12,28
23.10.2022	654958	14594	2,23	0,003	39,40	248	0,16	66,24	16,84	42,73
24.10.2022	534594	14730	2,76	0,003	39,77	245	0,16	66,15	26,38	66,33
25.10.2022	635486	15090	2,37	0,003	40,74	260	0,16	71,26	30,52	74,90
26.10.2022	572509	14751	2,58	0,003	39,83	249	0,16	67,23	27,40	68,80
27.10.2022	634450	14609	2,30	0,003	39,44	260	0,15	71,20	31,76	80,51
28.10.2022	530980	14690	2,77	0,003	39,66	235	0,17	63,45	23,79	59,97
29.10.2022	600298	14299	2,38	0,003	38,61	256	0,15	70,12	31,51	81,62
30.10.2022	530958	14901	2,81	0,003	40,23	258	0,16	70,60	30,37	75,48
31.10.2022	550948	14840	2,69	0,003	40,07	240	0,17	64,80	24,73	61,73
Total	16 965 646	463 708			1 252,01	7754		2093,58	841,57	

Sweeps тоже получается эффективно продвигать.



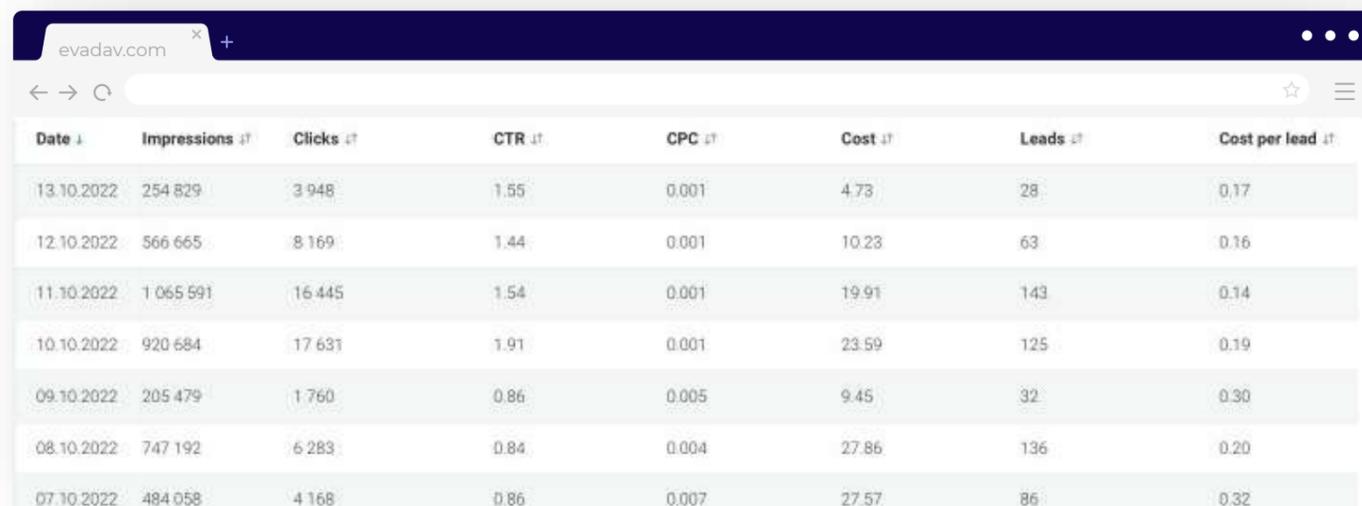
Date ↓	Impressions ↑	Clicks ↑	CTR ↓	CPC ↓	Cost ↑	Leads ↑	Cost per lead ↓
13.10.2022	16 989	121	0.71	0.013	1.53	7	0.22
12.10.2022	56 591	449	0.79	0.015	6.94	32	0.22
11.10.2022	68 363	568	0.83	0.016	8.85	41	0.22
10.10.2022	59 636	425	0.71	0.016	6.77	39	0.17
09.10.2022	60 703	380	0.63	0.016	6.10	30	0.20
08.10.2022	58 650	412	0.70	0.016	6.55	29	0.23
07.10.2022	55 262	376	0.68	0.016	6.09	22	0.28
06.10.2022	60 309	416	0.69	0.016	6.76	28	0.24
05.10.2022	60 687	449	0.74	0.016	7.34	29	0.25
04.10.2022	56 102	421	0.75	0.016	6.84	29	0.24
03.10.2022	50 941	411	0.81	0.016	6.69	31	0.22
02.10.2022	73 183	473	0.65	0.017	7.82	27	0.29
01.10.2022	57 246	417	0.73	0.016	6.74	24	0.28
30.09.2022	38 117	282	0.74	0.017	4.74	20	0.24
29.09.2022	42 225	348	0.82	0.017	5.90	23	0.26

Gambling – еще одна вертикаль для удачной работы с форматом.



Date ↓	Impressions ↓↑	Clicks ↓↑	CTR ↓↑	CPC ↓↑	Cost ↓↑	Leads ↓↑	Cost per lead ↓↑
04.10.2022	99 735	2 438	2.44	0.030	73.14	45	1.63
03.10.2022	100 015	2 500	2.50	0.030	75.00	65	1.15
27.09.2022	58 307	1 513	2.59	0.030	45.39	40	1.13
26.09.2022	68 360	1 645	2.41	0.030	49.35	40	1.23
25.09.2022	72 044	1 670	2.32	0.030	50.10	48	1.04
24.09.2022	72 837	1 647	2.26	0.030	49.41	39	1.27
23.09.2022	71 135	1 619	2.28	0.030	48.57	31	1.57
22.09.2022	72 110	1 625	2.25	0.030	48.75	39	1.25
21.09.2022	54 127	1 640	3.03	0.030	49.20	28	1.76
20.09.2022	64 596	1 610	2.49	0.030	48.30	43	1.12
19.09.2022	54 444	1 640	3.01	0.030	49.20	25	1.97
18.09.2022	72 819	1 641	2.25	0.030	49.23	35	1.41
17.09.2022	66 519	1 650	2.48	0.030	49.50	32	1.55
16.09.2022	124 797	2 859	2.29	0.030	85.77	52	1.65
15.09.2022	157 602	4 062	2.58	0.030	121.86	53	2.30
14.09.2022	186 698	4 430	2.37	0.030	132.90	63	2.11

Хорошо работает инпейдж **в вертикали АРК.**

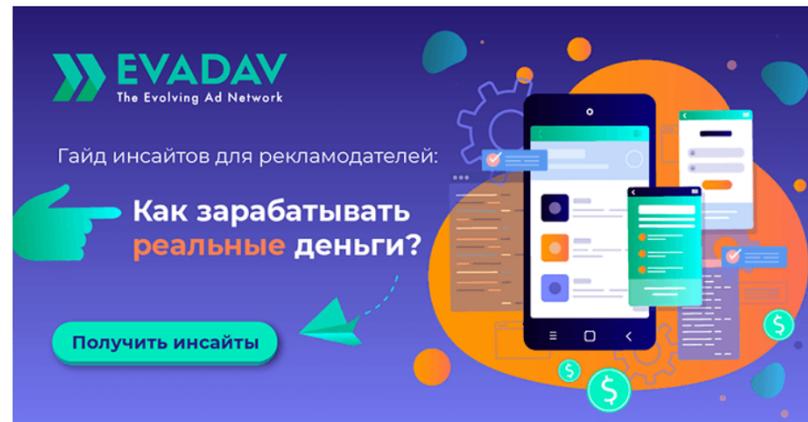


Date ↓	Impressions ↓↑	Clicks ↓↑	CTR ↓↑	CPC ↓↑	Cost ↓↑	Leads ↓↑	Cost per lead ↓↑
13.10.2022	254 829	3 948	1.55	0.001	4.73	28	0.17
12.10.2022	566 665	8 169	1.44	0.001	10.23	63	0.16
11.10.2022	1 065 591	16 445	1.54	0.001	19.91	143	0.14
10.10.2022	920 684	17 631	1.91	0.001	23.59	125	0.19
09.10.2022	205 479	1 760	0.86	0.005	9.45	32	0.30
08.10.2022	747 192	6 283	0.84	0.004	27.86	136	0.20
07.10.2022	484 058	4 168	0.86	0.007	27.57	86	0.32



Полезные материалы

Пошаговое руководство в мире рекламы.



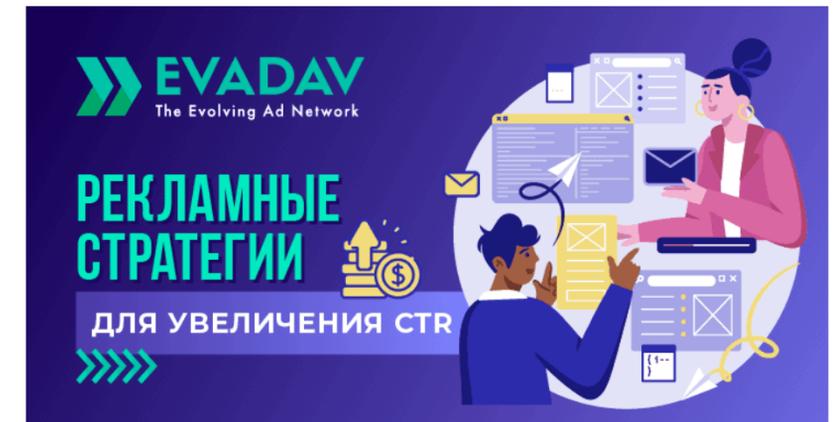
Инсайты для рекламодателей. Максимум полезной информации от Evadav о разных форматах и вертикалях, распространенных ошибках и всех возможностях рекламной сети.

Премиум трафик EVADAV для рекламодателей.



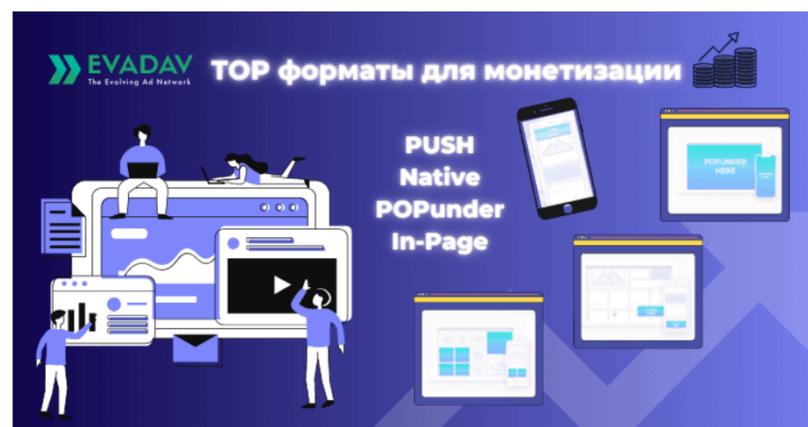
Преимущества тарифа, пошаговая инструкция, как воспользоваться специальным предложением для рекламодателей.

Рекламные стратегии для увеличения CTR.



Evadav рассказывает, как получить больше кликов, предлагая действенные алгоритмы.

ТОП форматы для монетизации.



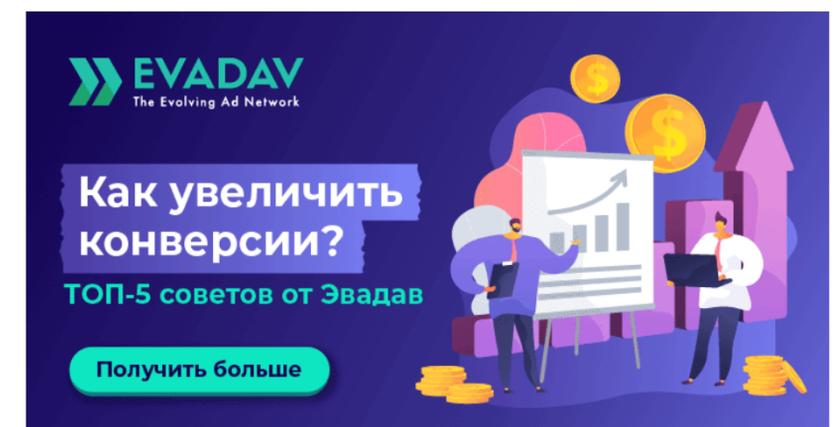
Evadav рассказывает о самых эффективных рекламных кампаниях для десктопа и мобильных платформ.

Тренды осени 2022 в рекламе.

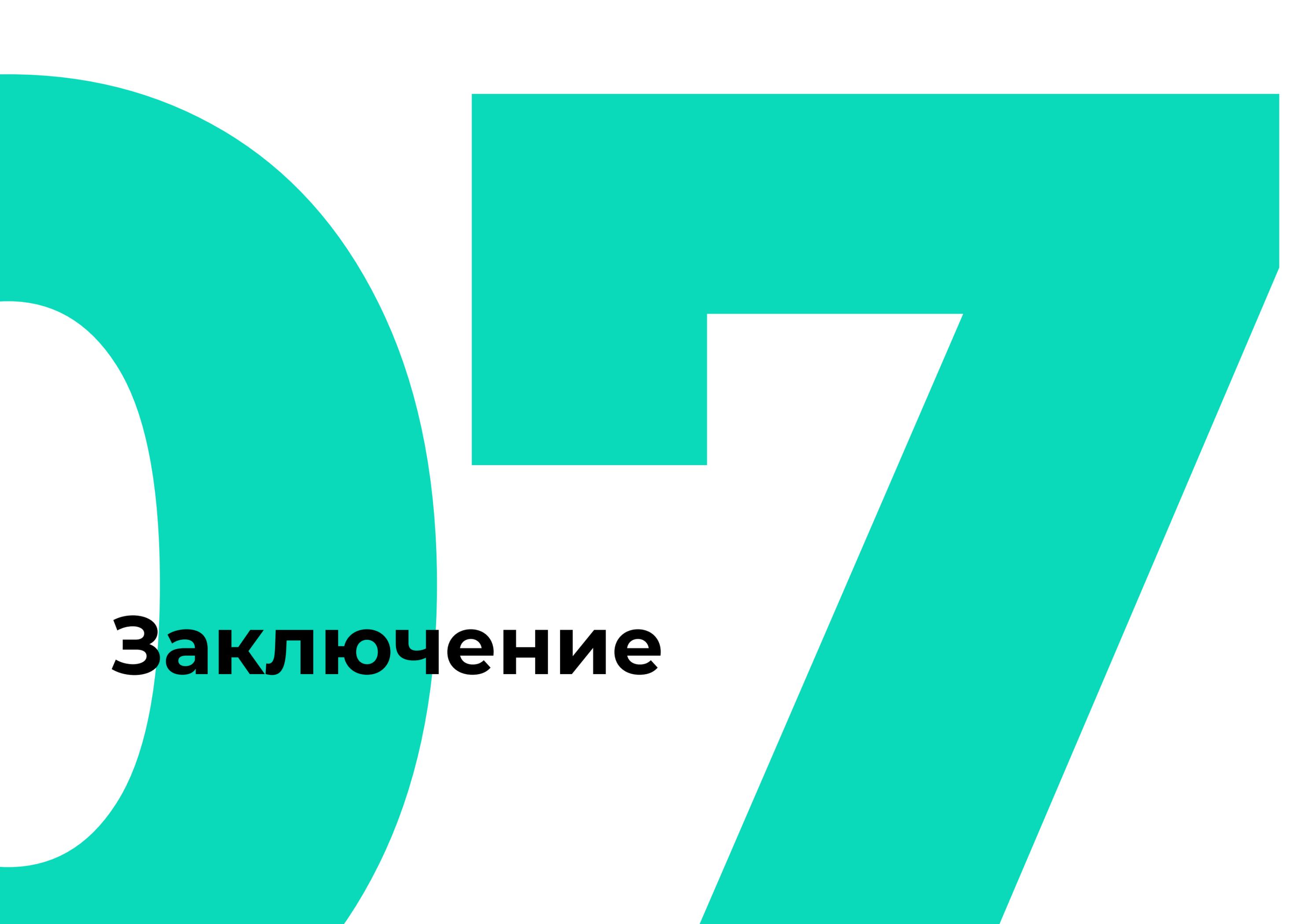


Рекомендации по созданию рекламных материалов, которые будут привлекать внимание пользователей.

Как увеличить конверсии? Топ-5 советов.



Список полезных рекомендаций, наработанных практически опытом.



Заключение

Инпейдж

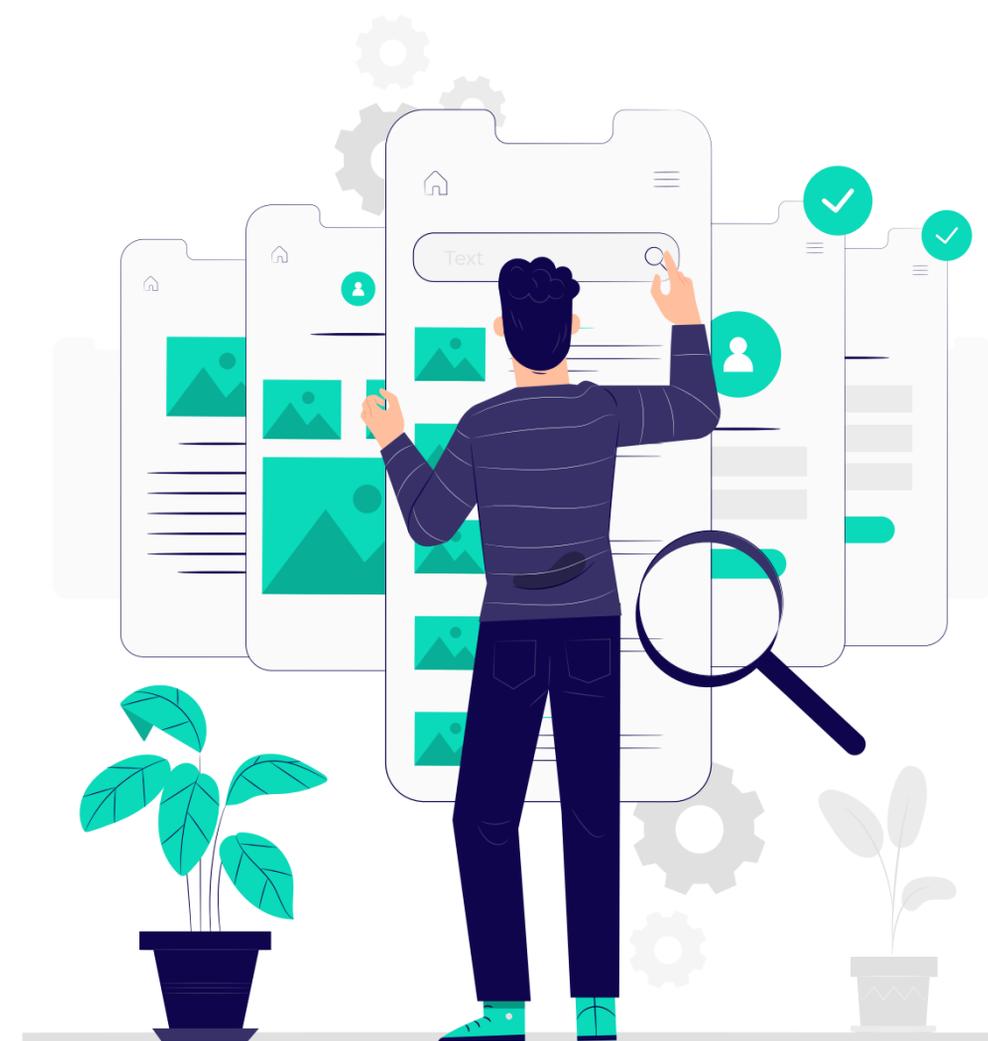
перспективный формат, который уже доказал свою эффективность в продвижении оффера и получении профита.

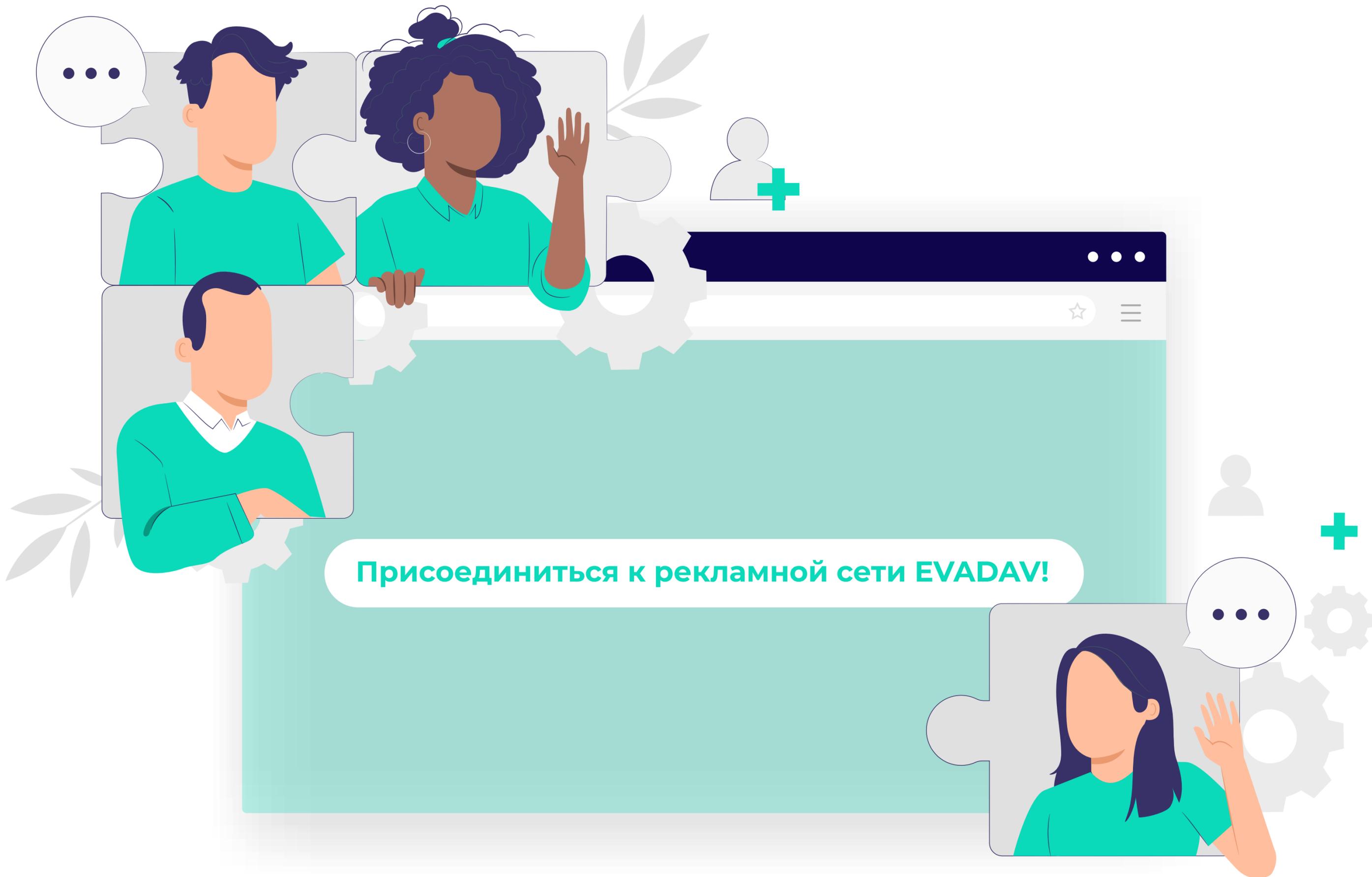
СОВЕТ

Мы напоминаем, что Инпейдж требует постоянного тестирования, анализа, работы над ошибками с последующими выводами и оптимизацией.

Если вы будете проявлять творческий подход, гибкость, опираясь на аналитические данные, тогда вы точно отыщете идеи, которые **привлекут аудиторию и принесут желаемые результаты.**

Рекламный баннер, который выглядит **нативно**, вызывает заинтересованность юзера, строит базу для дальнейших доверительных отношений.





Присоединиться к рекламной сети EVADAV!