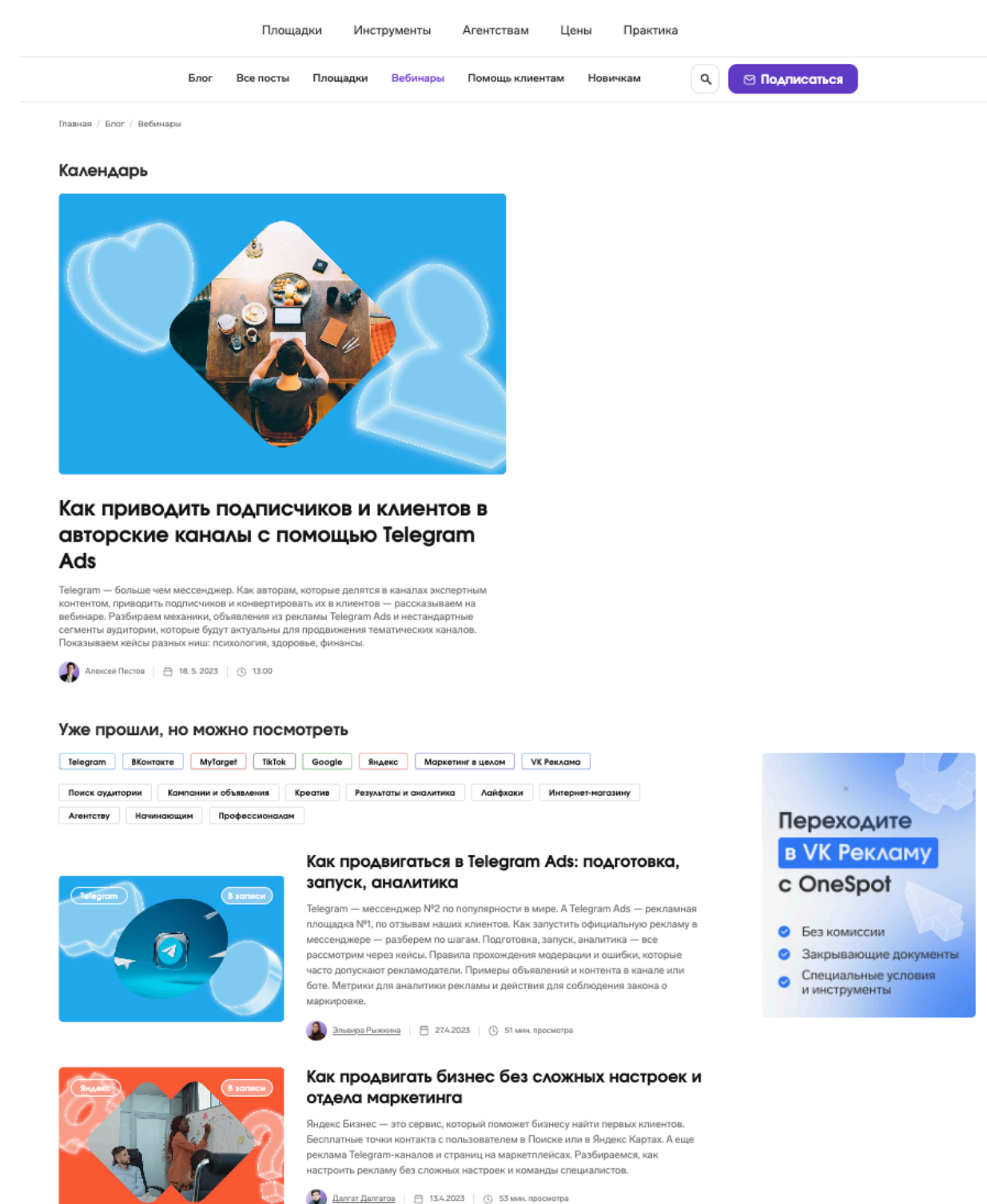


Пригодится в ближайший час

Запись вебинара

- ✓ Отправим по почте, на которую вы регистрировались
- ✓ Добавим в блог OneSpot

Смотрите записи эфиров, скачивайте презентации и узнавайте о предстоящих вебинарах первыми



Вопросы

- ✓ Можно и нужно задавать в чате. Ответим после презентации

Если плохо слышно

- ✓ Перезагрузить страницу
- ✓ Зайти с другого браузера
- ✓ Зайти с другого устройства

Добавьте в закладки: <https://onespot.one/webinars>



Егор Орехов

Product marketing manager

Помогаю развивать партнёрские
и реферальные программы продукта,
усиливая их влияние на ключевые
бизнес-показатели

t.me/onespot_for_ads

OneSpot — ваш партнер
для закупки интернет-рекламы

Все официально, нам рутина — вам движение
к продвижению с вознаграждением



OneSpot подключает

Кабинеты и площадки

без комиссии



VK Реклама, ВКонтакте,
VK AdBlogger



Яндекс Директ, Яндекс Бизнес,
Яндекс ПромоСтраницы



WOWBlogger, Telega.in, Nativity



Авито, 2ГИС

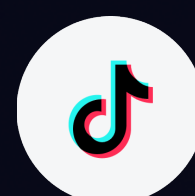
Улучшенный Telegram Ads

с комиссией



Кабинет с группами и кампаниями объявлений,
автоправилами, маркировкой и аналитикой

TikTok на зарубеж



Официальная реклама в ленте
TikTok с оплатой в рублях

AdsGram — реклама в ТМА



Баннеры, GIF и видео
внутри мини-приложений Telegram



ЯндексДирект в горячий сезон

Как выбрать лучшее без А/В-теста и успеть за рынком

Руководство по запуску сезонной рекламы с максимальной скоростью и минимальными тратами. Обгоняйте конкурентов, пока они ещё думают.





Почему скорость решает всё в сезонных нишах

Сезонный спрос — это волна

Спрос растёт и падает очень быстро. Промедление в запуске кампании стоит упущенной прибыли и потерянных клиентов конкурентам.

Конкретный пример

Елки: 160 тыс. запросов в октябре, 400 тыс. в ноябре, около 1 млн в декабре. Каждый день задержки = потеря десятков заказов и неполученная прибыль.

❏ **Главное:** В сезонных нишах запуск должен быть очень быстрым и своевременным. Задача — максимальная отдача за минимальное время.

Этапы, которые можно пропустить

Откажитесь от долгих А/В-тестов

Используйте проверенные шаблоны и быстрые гипотезы вместо месячных экспериментов.

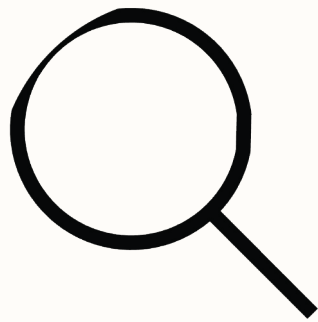
Минимизируйте ручную работу

- на старте запуск МК, ТМК и РСЯ
- дальше готовим Поиск.

Долгие сборы семантики

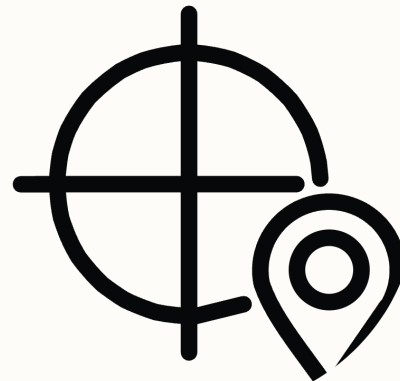
Упор на автотаргетинг, на автостратегии, обучение кампаний и быстрое масштабирование

«Горячие» виды рекламы в Яндекс.Директе



Поиск с коммерческой семантикой

Основной источник целевых лидов.
Высокий спрос, готовность к покупке, максимальная конверсия.



Ретаргетинг в РСЯ и поиске

Возвращаем уже заинтересованных посетителей, которые не совершили покупку в первый раз.



Look-a-like аудитории

Расширяем охват до похожих пользователей и используем ручные фиды для точного таргетинга.

Структура аккаунта под сезон: быстрый старт

01

Разделение по продуктам

Создайте кампании для каждого продукта (если их несколько)

02

Разделение по типам кампании

Создайте кампании на Поиске, РСЯ и МК (ТМК)

03

Разделение по регионам

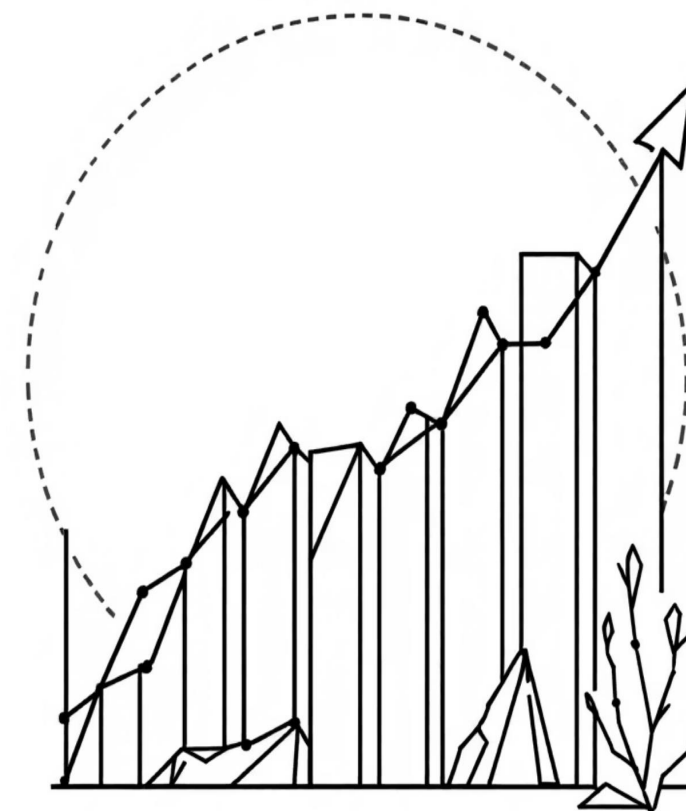
Если какой-то регион явно выделяется, имеет смысл делить по регионам

Масштабирование бюджета: от старта к пику. На старте

Фаза 1: Сбор данных

Начните с умеренного бюджета, чтобы собрать данные о конверсиях и эффективности кампаний.

- Несколько раз в день чистим площадки
- Анализируем УТП и контент сайта, есть ли там, за что зацепиться автотаргетингу
- На разное УТП разные кампании (не всегда прибегаю к этому методу, но на старте бывает)
- Добавляем LaI, интересы, и группу на чистом автотаргетинге
- Используем свежую базу аудиторий



Стратегия на старте

Стратегия

Обычная

Пакетная

Стратегия

Максимум конверсий ▼

С оплатой

За клики ▼

Бюджет

В неделю ▼

12 000 ₽

Ограничение расхода

Средняя цена конверсии ▼

Поле для ввода будет рядом с целью

Счётчики Яндекс.Метрики ?

7744444444 • 89186378 ✕

Целевые действия и их цена

Используются для подбора наиболее конверсионного трафика. Цена — сумма, которую вы готовы платить за достижение посетителем этой цели.

257585897 • Страница спасибо

7744444444 • 89186378

400 ₽



Фаза 2: масштабирование рекламы

1

Прибавление рекламного бюджета на 10% через день
(в некоторых случаях каждый день)

2

Запуск сразу нескольких видов мастера кампаний
(на интересы, с ключами, авто), а затем масштабируем тот, что лучше зацепился (если требуется быстрое масштабирование со старта)

3

Анализируем из МК, что лучше зашло
Поиск, РСЯ, какие креативы, заголовки, и делаем ЕПК на выбранные форматы

4

Запуск лучше до среды
На старте не ограничиваем цену за клик, но смотрим на нее. Если идут очень дорогие клики, то ограничиваем

5

Когда нужно раскрутить рекламу до 2-3млн руб в месяц
Убираем недельное ограничение вообще (но обязательно ограничение на аккаунте дневное)

Пример настройки при максимальном масштабировании

Стратегия

Обычная	Пакетная
Стратегия	Максимум конверсий
С оплатой	За клики
Бюджет	Не задан
Ограничение расхода	Средняя цена конверсии

УБИРАЕМ ОГРАНИЧЕНИЕ БЮДЖЕТА

Поле для ввода будет рядом с целью

Счётчики Яндекс.Метрики

89186378

Целевые действия и их цена

Используются для подбора наиболее конверсионного трафика. Цена — сумма, которую вы готовы платить за достижение посетителем этой цели.

257585897 • Страница спасибо	400 ₹
------------------------------	-------



АГЕНТСТВО

Олеси Нестеровой

Контроль без А/В-тестов: мониторинг в реальном времени



Настройка колтрекинга

Отслеживайте все каналы заявок: звонки, формы, чаты.
Не теряйте ни одного лида.



Анализ в Яндекс.Метрике

Смотрите конверсии с учётом офлайн-данных. Это даст полную картину эффективности. Либо собирать данные с ОП - чтобы не отключить работающее



Быстрое пополнение бюджетов и масштабирование

Нельзя допускать простоя по бюджету, увеличение должно идти каждую неделю.
Эффективный бюджет на прошлой неделе может быть неэффективным на этой

Реальный кейс: продажа искусственных елок

19

Лидов в день в декабре

При бюджете 800 000 ₽ и
стоимости лида 1410 ₽

1-2

Лиды в день в ноябре

При бюджете в 70000 руб
и стоимости лида 2000

Что сделали: оптимизировали по результатам, добавили look-a-like аудитории, улучшили посадочную страницу, запустили ТМК и Поиск



Реальный кейс быстрого масштабирования

10-12 тыс.руб

стартовый бюджет в неделю

90 тыс.руб

недельный бюджет через 7 дней

Что сделали:

- Запущен мастер кампаний. Стратегия — оптимизация конверсий с ориентацией на среднюю цену конверсии, оплата за клики
- Стартовый недельный бюджет — 10-12 тыс руб., средняя цена конверсии 400-500 руб (вообще, зависит от ниши, иногда лучше поставить 800 руб и бюджет 16 тыс в неделю)
- Как только пошли лиды, стала увеличивать недельный бюджет несколько раз в день. На скриншоте ниже пример: в субботу был запуск, с воскресенья пошли первые лиды. И в воскресенье я увеличила бюджет до 15 тыс. В понедельник 3 раза увеличивала — на 5, на 10 тыс и на 5 тыс снова. В итоге к концу запуска установленный бюджет был 90 тыс.

По каждой кампании

МК на живой веб (102690823)

Показать график

Дата ↑	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Ср. расход за день, руб.	Глубина (стр.)	Конверсии	Конверсия (%)	Цена цели, руб.
09.12.2023, сб	2673	47	1.76	1 147.78	24.42	1 147.78	1.02	–	–	–
10.12.2023, вс	2638	63	2.39	1 441.24	22.88	1 441.24	1.16	4	6.35	360.31
11.12.2023, пн	10525	173	1.64	5 223.79	30.20	5 223.79	1.13	9	5.20	580.42
12.12.2023, вт	20879	360	1.72	9 646.90	26.80	9 646.90	1.10	18	5.00	535.94
13.12.2023, ср	43886	582	1.33	20 018.18	34.40	20 018.18	1.19	44	7.56	454.96
14.12.2023, чт	32262	525	1.63	16 163.76	30.79	16 163.76	1.29	56	10.67	288.64
15.12.2023, пт	7522	131	1.74	3 784.10	28.89	3 784.10	1.16	11	8.40	344.01
Итого	120385	1881	1.56	57 425.75	30.53	8 203.68	1.18	142	7.55	404.41

Стратегии работы в разных нишах

Екоммерс

- Чаще всего беру стратегию Оптимизацию конверсий по недельному бюджету, в качестве конверсий корзина и покупка. Оплата за клики
- Площадки минусим с ориентацией на покупку (по корзине могут обучаться и боты)
- Дополняем ретаргетингом на брошенную корзину
- Использую ТМК, LaL, конкурентов

Услуги

- Ориентируемся на несколько целей, с разными ценностями. Заявка, Целевой звонок (иногда может быть клик на телефон), Переход в мессенджер
- Если используете клик на телефон и мессенджер, собирайте данные с клиента о реальном количестве.
- Стратегия с оптимизацией по недельному бюджету или по средней цене, по нескольким целям. В дальнейшем микроконверсии можно убирать по одной
- Использую LaL, конкурентов, МК

Ошибки горячего сезона, которых можно избежать

Отсутствие структуры

Запуск без разделения по продуктам, и типам кампаний — путаница и потери.

Игнорирование ретаргетинга

Не возвращаете заинтересованных посетителей. Упускаете наиболее конверсионный трафик.

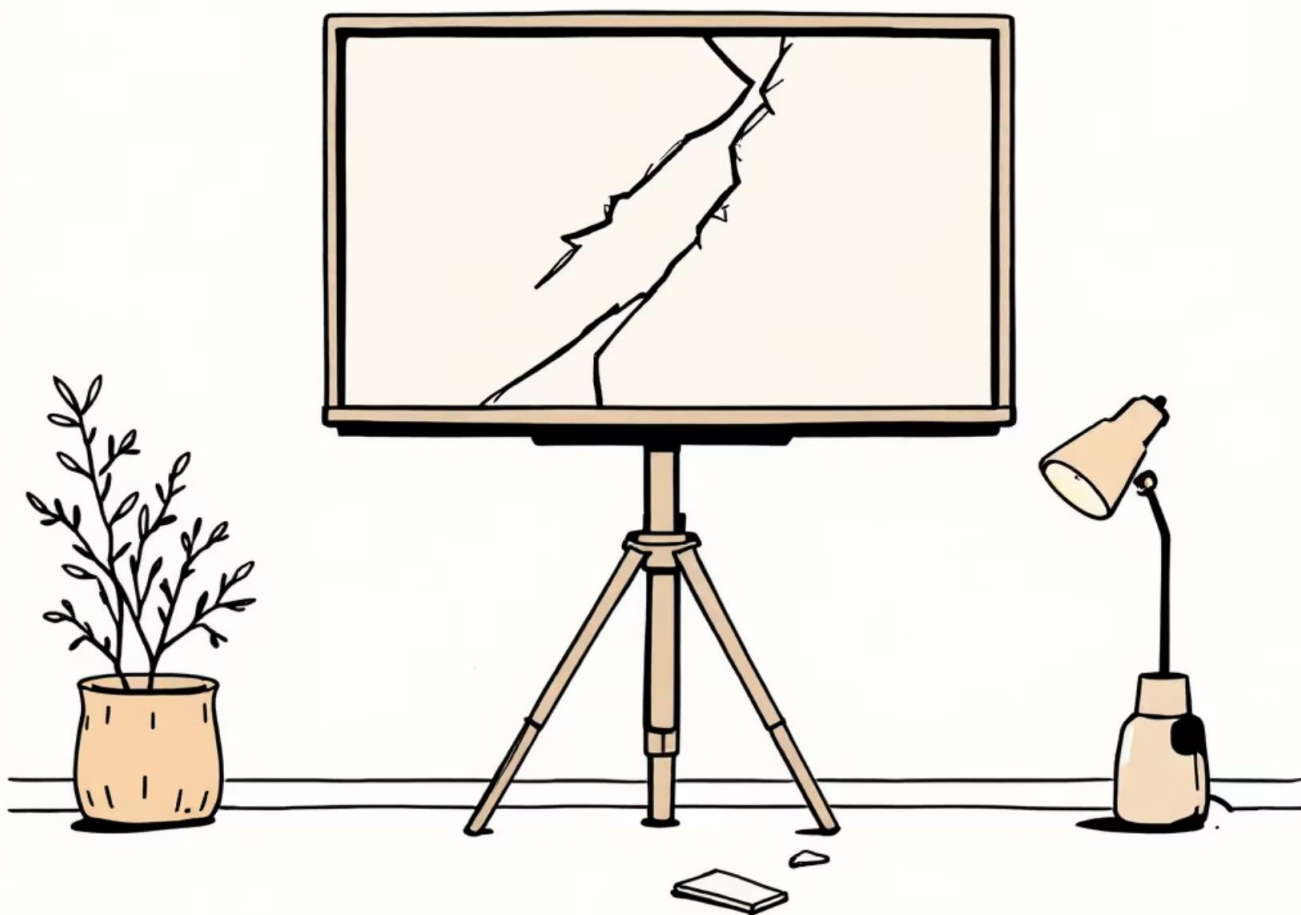
Медленный запуск

Не вовремя пополняете бюджет, долгий сбор РК, долгое внесение правок



Что ломает рекламную кампанию

- Обнуление баланса кабинета
- Смена стратегии (в том числе с ориентации на недельный бюджет на среднюю цену конверсии, например, и наоборот)
- Массовые внесения изменений в рекламные кампании
- Резкое увеличение или уменьшение бюджета
- Изменение целей в автостратегии
- Остановка рекламы на 5 дней и более



Как починить то, что сломано и удержать цену лида

Как удержать цену лида

- При масштабировании поднимаем бюджет очень аккуратно. Если пошел рост цены лида, несколько дней не трогаем, до нормализации
- Когда цена лида установилась и лиды идут нормально, площадки чистим очень и очень аккуратно (я не чищу) – есть риск нарушить работу кампании
- Все новые гипотезы – в новых рекламных кампаниях

Как починить то, что сломано

- Анализ в разрезе группы кампаний
- Перезапуск обучения
- Запуск новых кампаний
- Поиск корреляций и тестирование на микроконверсиях
- Перевод на оплату за конверсии

Итог: как окупить продвижение в горячий сезон

Быстрая структуризация

Разделите аккаунт по продуктам, регионам и теплоте трафика. Это даёт основу для скорости.

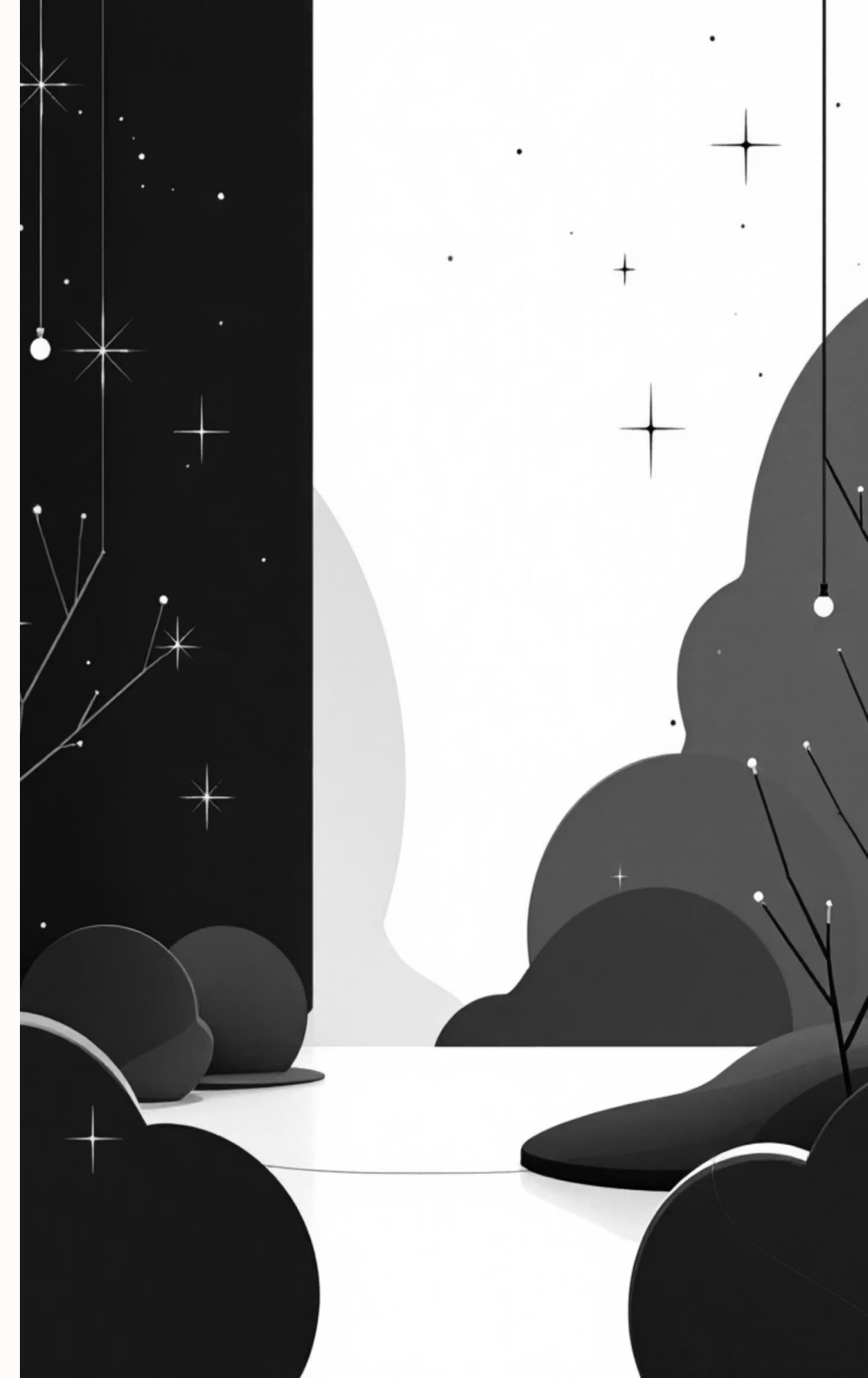
Автоматизация инструментов

Используйте автотаргетинг, МК для тестов. Экономьте время.

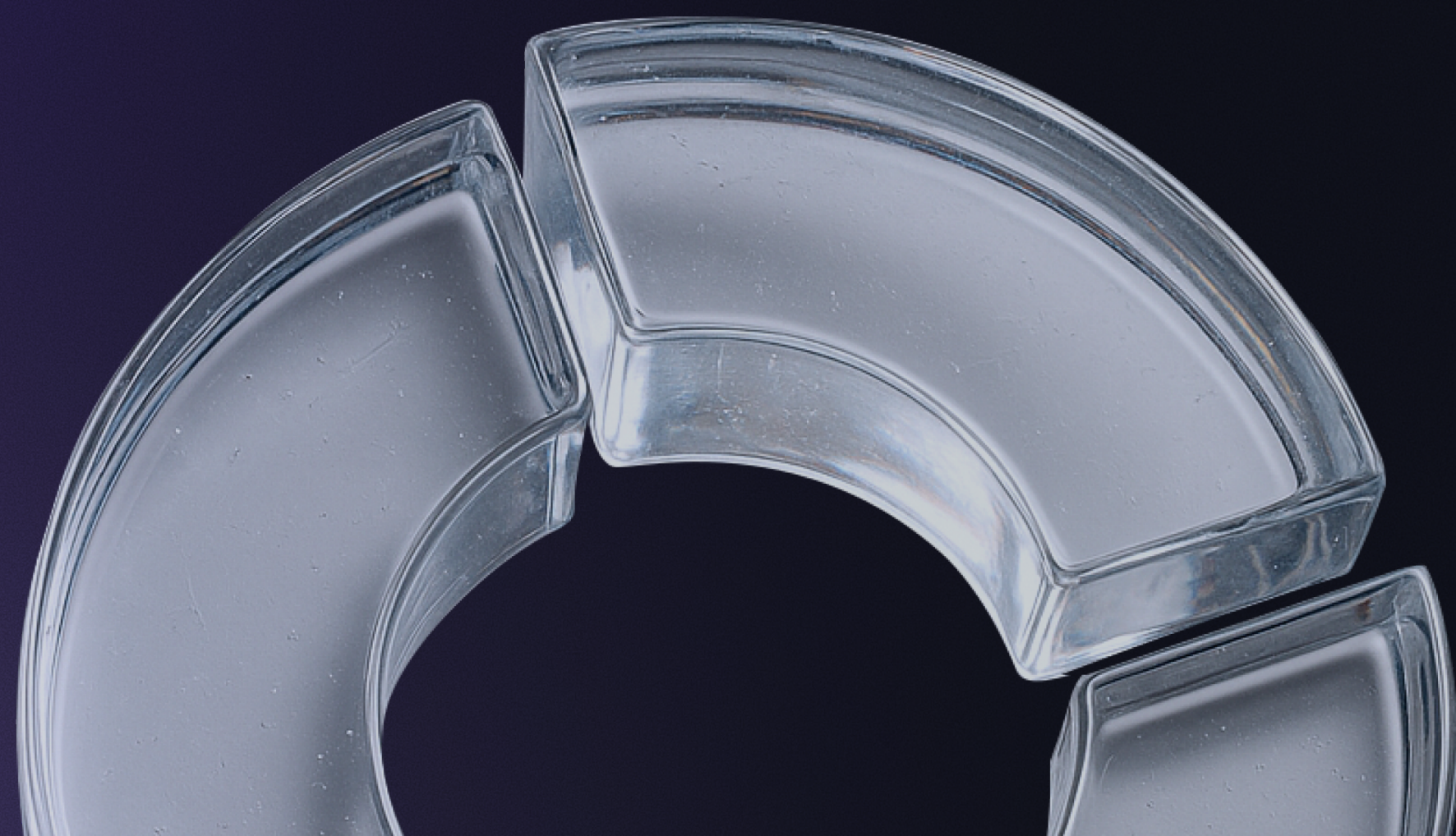
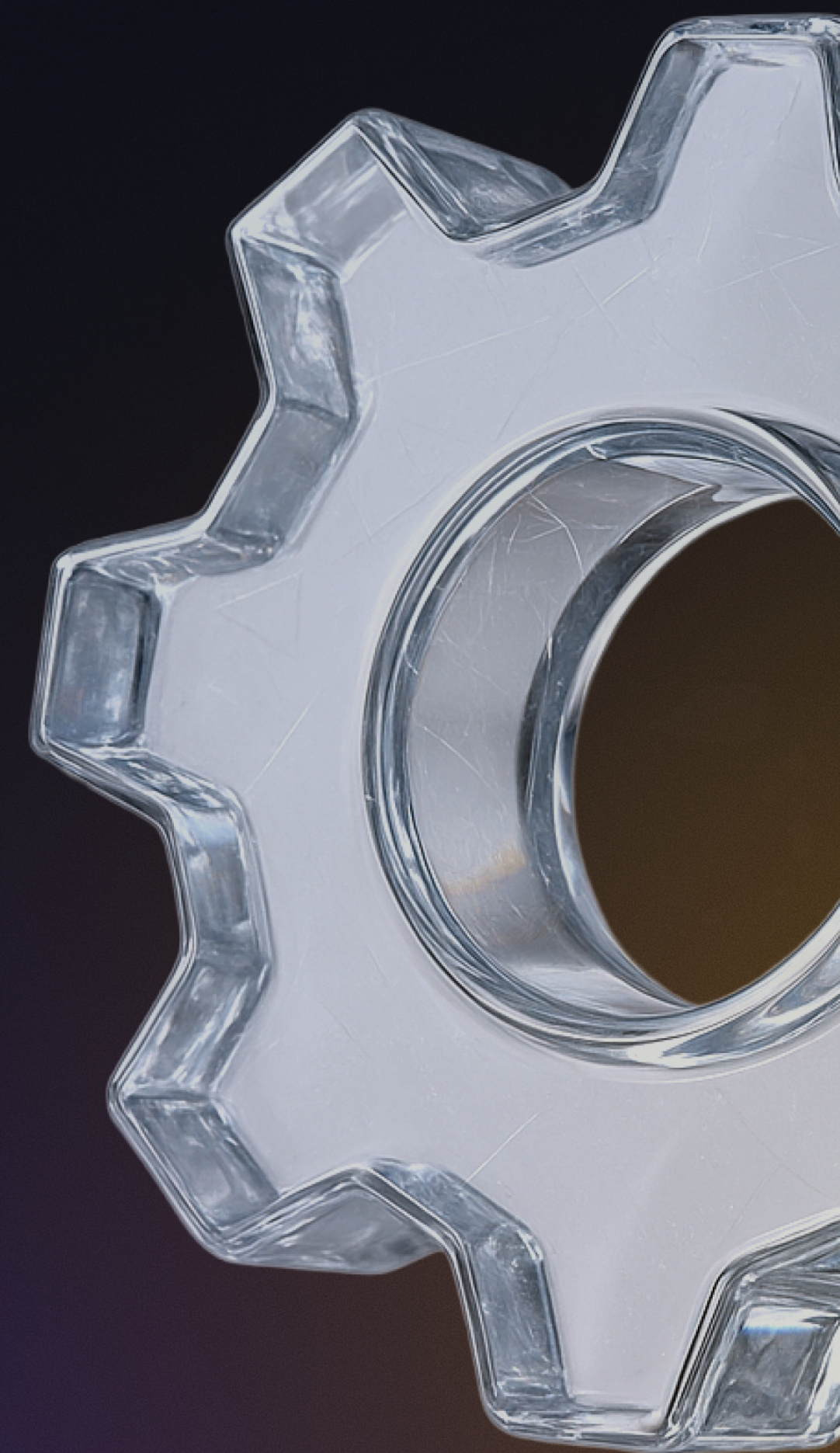
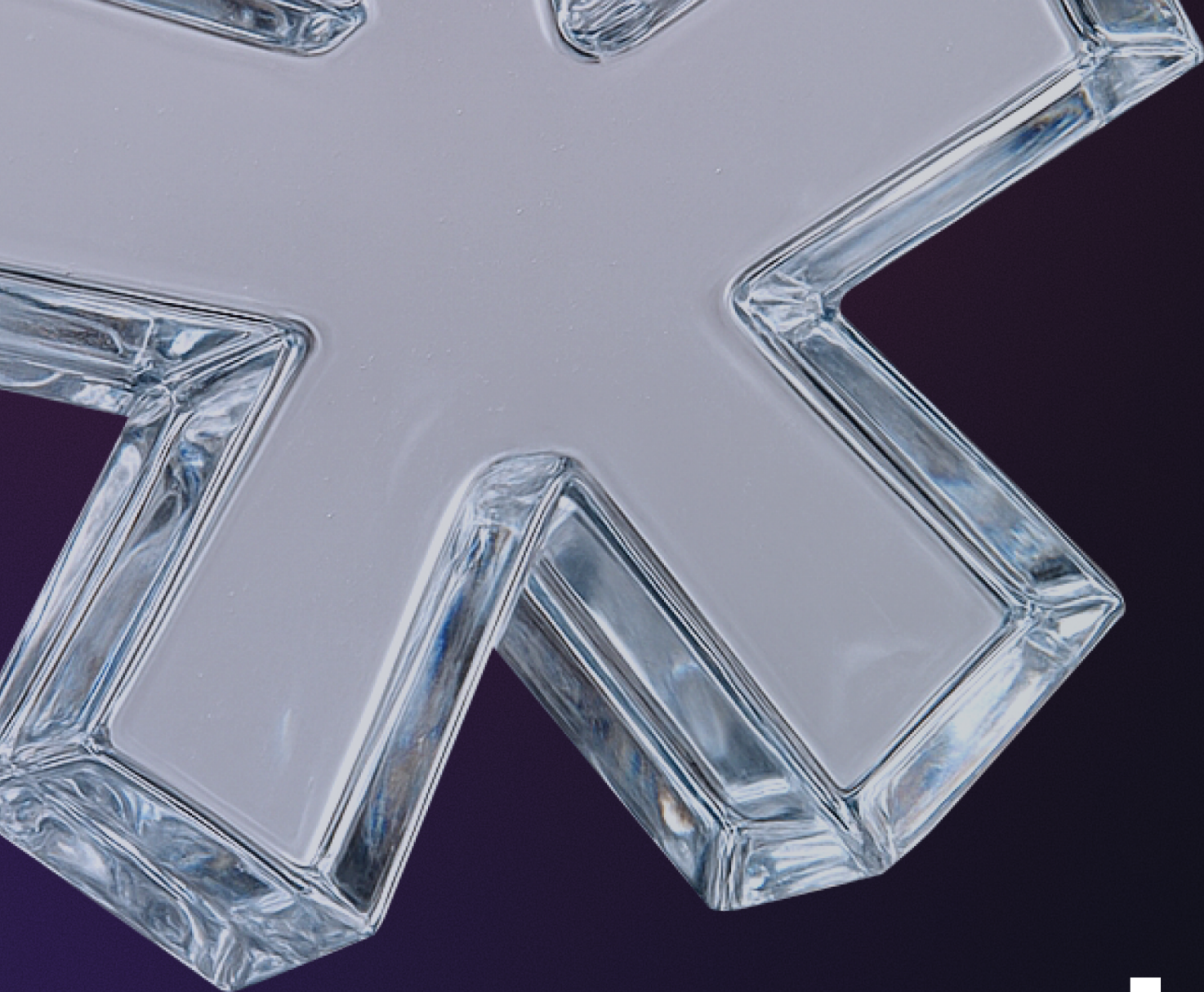
Постоянная оптимизация

Контролируйте результаты в реальном времени и реагируйте быстро.
При этом уточнять у клиента также надо

- ❑ Ключ успеха в горячий сезон — **скорость + структура + автоматизация + контроль**. Остальное — деньги.



Как зарабатывать с OneSpot?



Одна программа — десяток площадок

Уже выплачиваем



до 5%



до 13%



до 23%



до 8%



секрет

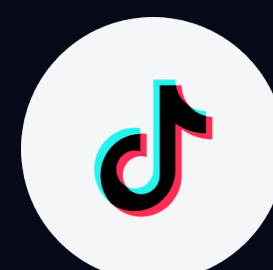


секрет



секрет

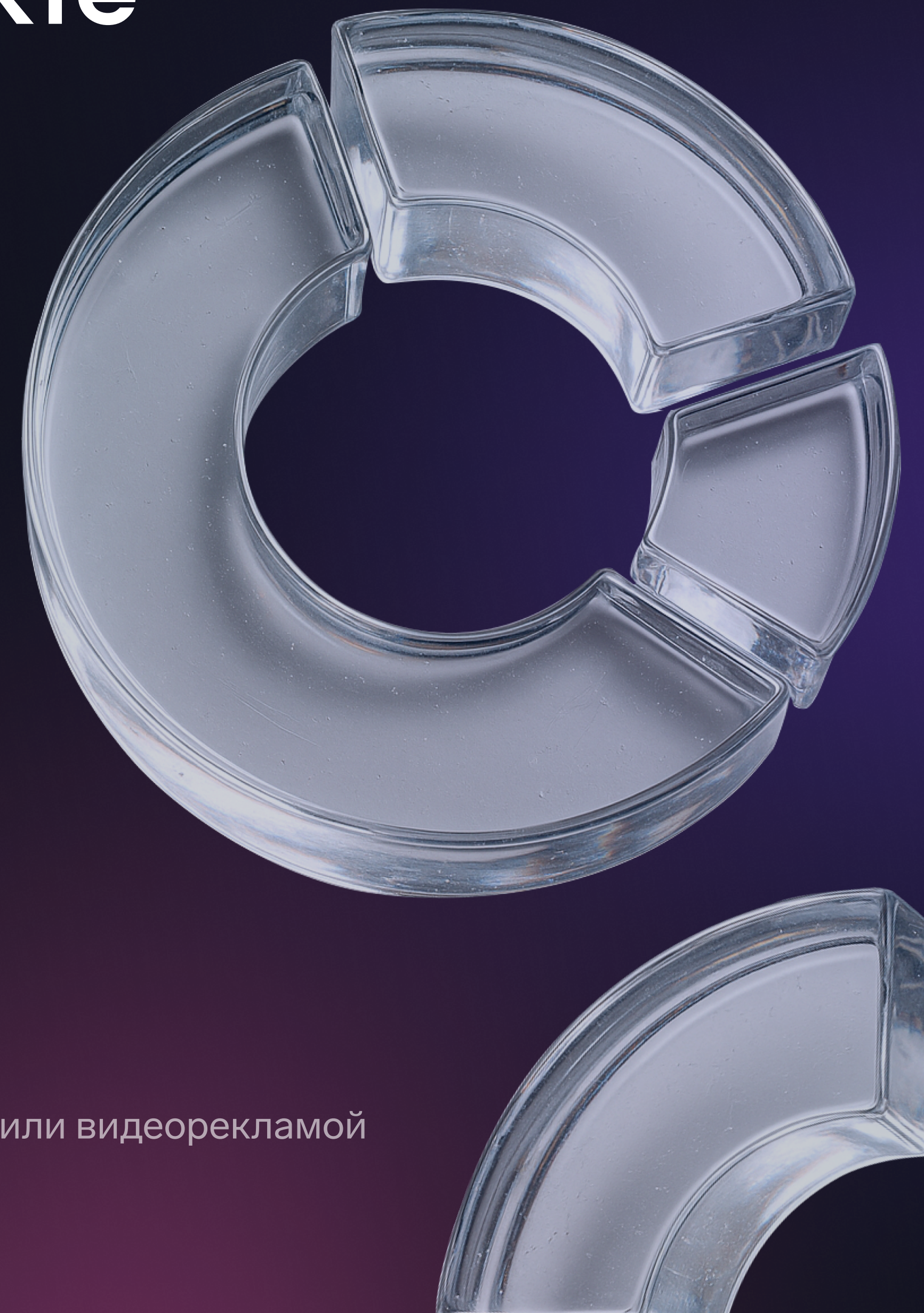
Ждем в 2026



Как считаем 23% в Яндекс Директе


Яндекс	Грейд МАХ	
Поиск	5,50%	Фикс
РСЯ	9,00%	
Геоперформанс	12,00%	
Медийка и видеореклама	13,00%	
Промостраницы	13,00%	
ЕСОМ	9,00%	Допы
РМП	14,00%	
Геомедийка	7,00%	

*Допы и Фикс суммируются: РМП или ЕКОМ с РСЯ или Поиском, геомедийка с медийкой или видеорекламой




Реферальная программа OneSpot


1

Ирина

10%

Николай

30%

Алексей

50%

Распределить вознаграждение

Реферальная сеть Алексея	
Процент вознаграждения	12%
Бюджет на рекламу	1 000 000 ₽
Алексее и рефералам	60 000 ₽
Вам	60 000 ₽



Наболевшие 3%

О чем помнить, чтобы не болело

- ✓ **15+ площадок для рекламы** в одном личном кабинете OneSpot
- ✓ **Чат с персональным менеджером**, где любой вопрос решается быстро: модерация, ревью кампаний, совместные проекты
- ✓ **Оплата сторонних сервисов** — Маркетплейс инструментов



Вернем 3% за Поиск и ПромоСтраницы

- ✓ на баланс личного кабинета
- ✓ в конце месяца

- ✓ Можете выбрать доли так, чтобы, компенсировать 3% клиенту

OneSpot — больше, чем доступ к рекламе

Гибкость вознаграждений

Как стать партнером OneSpot?

И зарабатывать на рекомендациях и клиентах

1

Зарегистрируйтесь
в OneSpot и отправьте
заявку на участие
в программе

2

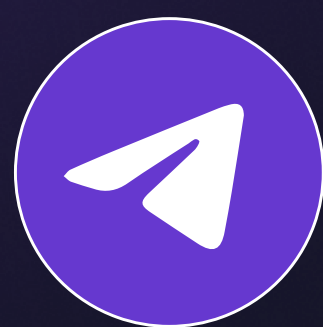
Расскажите о себе
в небольшом интервью
и зафиксируйте грейд

3

Создайте первую ссылку
и подключайте клиентов или
рекомендуйте сервис

✓ Форма работы: юридическое лицо или самозанятость

Бесплатная консультация с экспертами по интернет- рекламе



Егор Орехов:

https://t.me/Egor_OneSpot

