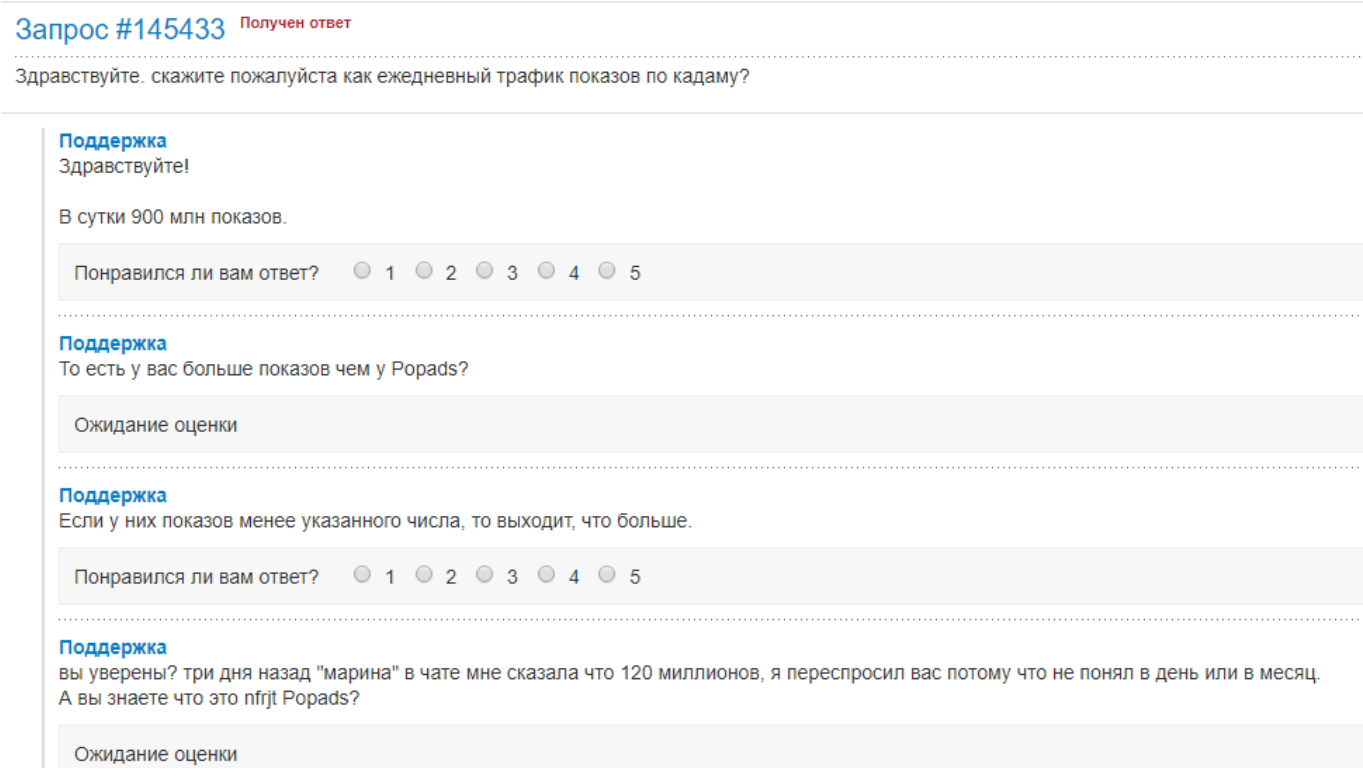
Кадам — одна из четырёх самых крупных тизерных сетей русскоязычного интернета. Она специализируется на траффике в страны СНГ и утверждает, что его ежедневный объём составляет около 900 млн. просмотров.

В ответе служба поддержки сообщила о 900 млн. показов в сутки.


Запрос #145433 Получен ответ

Здравствуйте. скажите пожалуйста как ежедневный трафик показов по кадаму?

Поддержка
Здравствуйте!

В сутки 900 млн показов.

Понравился ли вам ответ? 1 2 3 4 5

Поддержка
То есть у вас больше показов чем у Popads?

Ожидание оценки

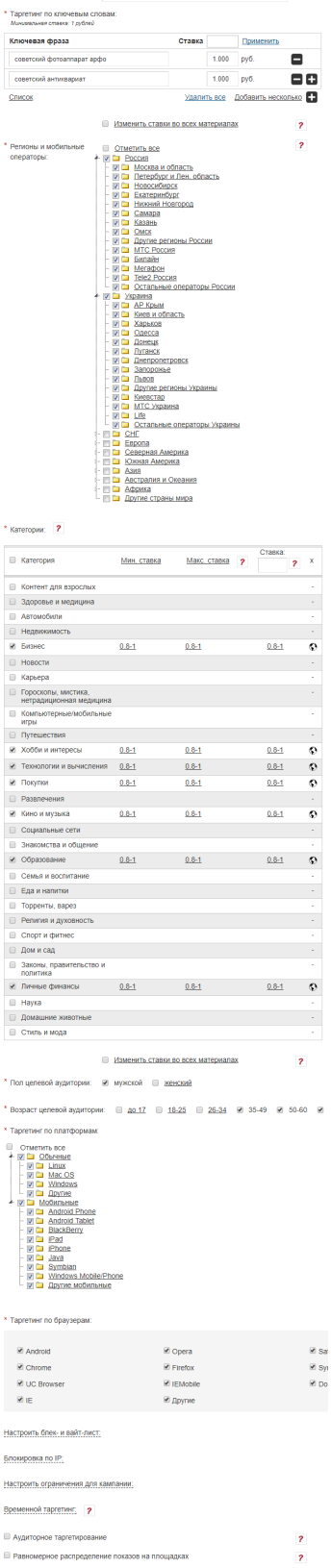
Поддержка
Если у них показов менее указанного числа, то выходит, что больше.

Понравился ли вам ответ? 1 2 3 4 5

Поддержка
вы уверены? три дня назад "марина" в чате мне сказала что 120 миллионов, я переспросил вас потому что не понял в день или в месяц. А вы знаете что это nfrjt Popads?

Ожидание оценки

Данные, конечно, завышены, поскольку, даже простое перемножение трафика на стоимость показа даёт астрономическую сумму дневной выручки сервиса, что, конечно, не соответствует действительности. Все сети в меру своего воображения завышают показатели рекламы. Тем не менее, Кадам, имеет ряд полезных отличий от более крупных Visitweb, Yottos и Teasernet. Он имеет возможность размещения объявлений за показы, чего нет в первых двух и привлекает , в отличие от Teasernet, большой функциональностью в таргетировании аудитории показа .


Таргетинг по ключевым словам:
Минимальная ставка: 1 рублю
Ключевая фраза
Ставка
Применить
советский фотоаппарат арфо
1.000
руб.
советский антиквариат
1.000
руб.
Список
Удалить все
Добавить несколько
Изменить ставки во всех материалах
Регионы и мобильные операторы:
Отметить все
Россия
Москва и область
Петербург и Лен. область
Новосибирск
Екатеринбург
Нижний Новгород
Самара
Казань
Омск
Другие регионы России
МТС Россия
Билайн
Мегафон
Теле2 Россия
Остальные операторы России
Украина
АР Крым
Киев и область
Харьков
Одесса
Донецк
Луганск
Днепропетровск
Запорожье
Львов
Другие регионы Украины
Киевстар
МТС Украина
Life
Остальные операторы Украины
СНГ
Европа
Северная Америка
Южная Америка
Азия
Австралия и Океания
Африка
Другие страны мира
Категории:
Категория
Мин. ставка
Макс. ставка
Ставка:
Контент для взрослых
Здоровье и медицина
Автомобили
Недвижимость
Бизнес
Новости
Карьера
Гороскопы, мистика, нетрадиционная медицина
Компьютерные/мобильные игры
Путешествия
Хобби и интересы
Технологии и вычисления
Покупки
Развлечения
Кино и музыка
Социальные сети
Знакомства и общение
Образование
Семья и воспитание
Еда и напитки
Торренты, варез
Религия и духовность
Спорт и фитнес
Дом и сад
Законы, правительство и политика
Личные финансы
Наука
Домашние животные
Стиль и мода
Изменить ставки во всех материалах
Пол целевой аудитории:
мужской
женский
Возраст целевой аудитории:
до 17
18-25
26-34
35-49
50-60
Таргетинг по платформам:
Отметить все
Обычные
Linux
Mac OS
Windows
Другие
Мобильные
Android Phone
Android Tablet
BlackBerry
iPad
iPhone
Java
Symbian
Windows Mobile/Phone
Другие мобильные
Таргетинг по браузерам:
Android
Opera
Chrome
Firefox
UC Browser
IEMobile
IE
Другие
Настроить блек- и вайт-лист:
Блокировка по IP:
Настроить ограничения для кампании:
Временной таргетинг:
Аудиторное таргетирование
Равномерное распределение показов на площадках

Пошаговая инструкция оптимизации стоимости показа рекламы выглядит следующим образом:

1.После регистрации аккаунта, при создания кампании нужно выбрать оплату за показы. Обычно более популярной является оплата за клик из опасений, что “будут только просмотры, а на объявления никто не кликает и деньги тратятся впустую”. Стоимость клика в тизерных сетях для достаточно результативного показателя CTR составляет от 3 рублей . Показатель CTR — это относительная величина, которая показывает соотношения показов объявления к кликам по нему. Иными словами, она показывает насколько интересно само объявление для посетителя сайта. Посмотрим, насколько можно цену клика снизить.

2.Делаем баннеры-тизеры, ограничиваем количество показов на площадке цифрой 2000-5000 и запускаем объявления, предварительно оплатив.

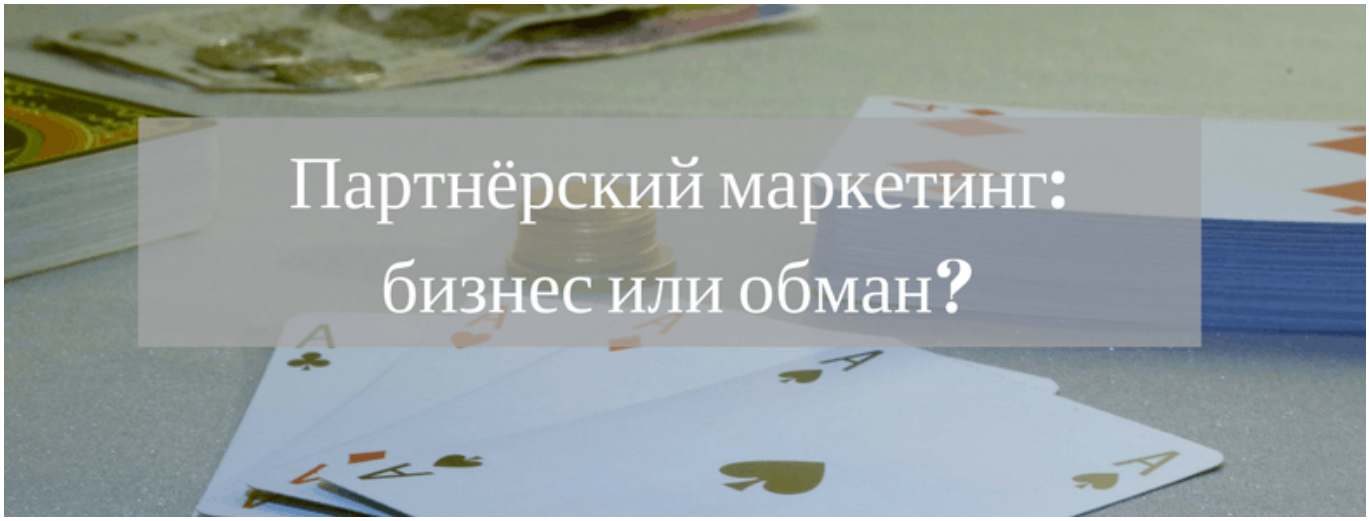
3.На следующий день смотрим статистику и отфильтровываем площадки по принципу исключения сайтов с низким CTR, которые имеют уже много просмотров. На скриншоте видно, что одна из них набрала всего 0,5487 процента при сумасшедшем траффике. Вероятнее всего — это накрутка. Вносим её в блэк-лист, также поступаем и другими подобными.

Добавить в блеклист | Убрать из блеклиста

ID Площадки	Количество показов	Кликов	Подтвержденных конверсий	Отклоненных конверсий	CTR	CPM	CPC	Денег потрачено	Денег начислено	Визитов преленда	Полезные визиты преленда	Скролл преленда
1040836314432055	50483	277	0	0	0.5487	0.82	0.1486	41.172400	0.00	0	0	0
1040835963029876	23738	628	0	0	2.6455	0.81	0.0308	19.336400	0.00	0	0	0
1040834077346323	20421	494	0	0	2.4191	0.74	0.0307	15.165000	0.00	0	0	0
1040835648720382	18133	431	0	0	2.3769	0.83	0.0349	15.036800	0.00	0	0	0
1117475021140560	13693	109	0	0	0.7960	0.79	0.0995	10.848510	0.00	0	0	0
1040836634527538	9483	71	0	0	0.7487	0.81	0.1088	7.724400	0.00	0	0	0

3 .Повторяем процедуру через день, оставляя площадки с CTR более 1-2 процентов. В итоге стоимость клика составляет около одного рубля, что в три раза ниже обычной. Это значит, что мы потратим в три раза меньше денег, получив при этом очищенный список сайтов. По сравнению, к примеру, от Teasernet, Кадам показался более прозрачным и качественным сервисом с более низкой стоимостью рекламы при её настройке.

Всего	37/35	801200	0.00	382374	0/0/0.000	3092	0	0.008	286.91/0.00



Что нужно учесть, чтобы иметь доход в интернете

Опубликовано: 19 июля, 2017

Поделиться Facebook Twitter Pinterest LinkedIn В последнее время много людей пытается заработать в интернете, рекламируя и продвигая ссылки различных товаров и услуг из партнёрских сетей. Немногие знают, что зачастую результатContinue reading

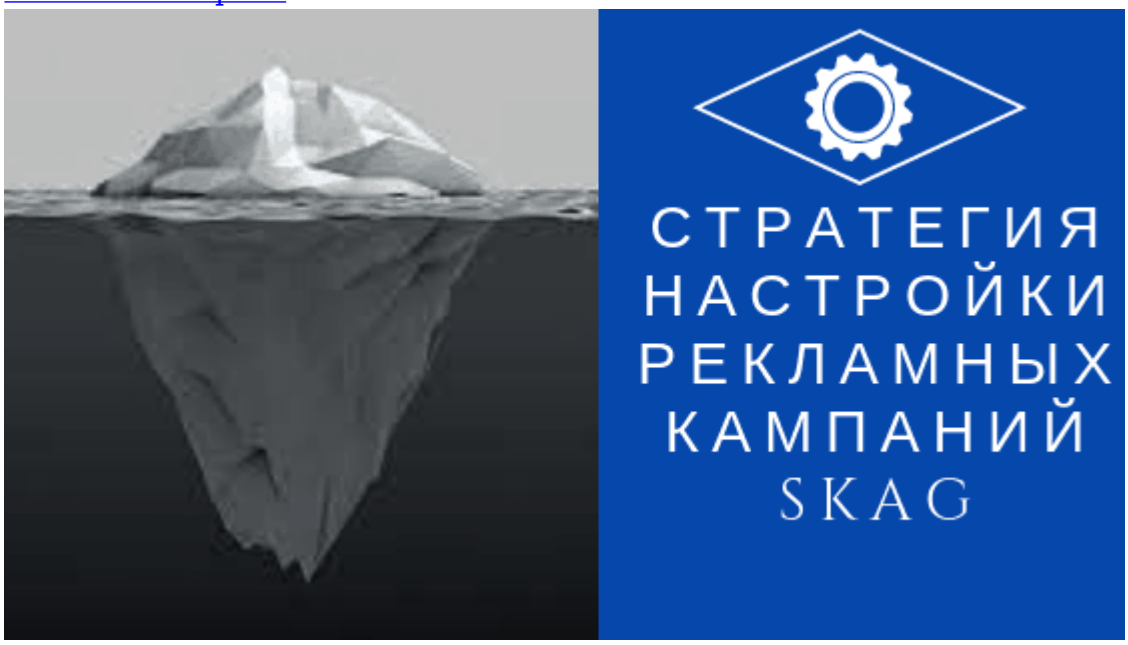
нет комментариев

Привлечь больше покупателей: 4 правила создания продающей статьи

Опубликовано: 6 мая, 2018

Есть только один критерий продающих статей, публикаций, постов или коммерческих предложений, который определяет эффективность продвижения — он должен быть лучшим по этой теме. Как определяет ценность контента Google? Это долженContinue reading

нет комментариев



Стратегия настройки рекламных кампаний SKAG

Опубликовано: 15 января, 2019

SKAG стратегия — это «single keywoard ads group» стратегия, котора означает создание использование одной группы объявлений для одного ключевого слова. Зачем это нужно? Эта стратегия позволяет разделить всю кампанию наContinue reading

5 комментариев