



# Атрибуция

## От понимания к применению

Константин Найчуков, eLama  
Эксперт по работе с платным трафиком

# Оргвопросы

- Длительность вебинара — до 2 часов
- Время для ответов на вопросы
- Запись будет, презентацию тоже вышлем

# План вебинара

- Что такое атрибуция и зачем она нужна
- Модели атрибуции и их отличия
- Как модель атрибуции меняет оптимизацию
- Как поменять модель атрибуции в Google Ads
- Рекомендации по выбору модели атрибуции

A white llama with a red scarf is centered in the frame against a solid blue background. The llama is looking directly at the camera with a neutral expression. The text "Давайте знакомиться" is overlaid in white, bold, sans-serif font across the lower half of the image, partially covering the llama's body.

**Давайте знакомиться**

Яндекс Директ

 Google Ads

 calltracking.ru

OneRetarget

 Calltouch

myG





[YAGLA]

facebook



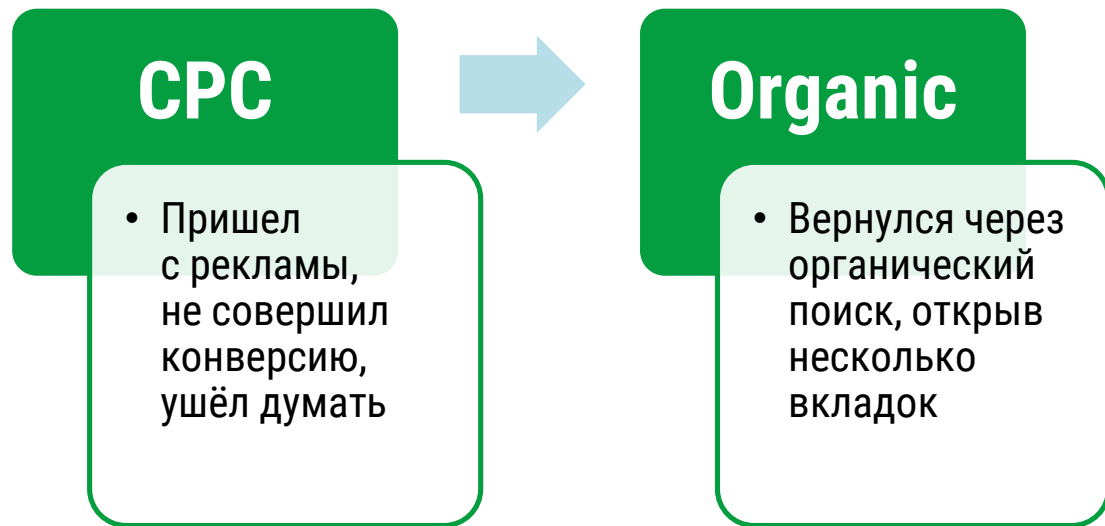
Проблема

# Кому отдать конверсию?

**СРС**

- Пришел с рекламы, не совершил конверсию, ушёл думать

# Кому отдать конверсию?





# Кому отдать конверсию?



A white llama with upright ears and a red scarf is centered against a solid blue background. The word "Атрибуция" is written in white text across the lower part of the image, partially overlapping the llama's body.

**Атрибуция**

# Атрибуция

- Распределение конверсий, транзакций и их денежного выражения между источниками переходов пользователя на сайт

# Модель атрибуции

- Принцип распределения конверсий, транзакций и их денежного выражения между источниками переходов пользователя на сайт

A white llama with long, fluffy fur is centered in the frame. It has large, upright ears and a small, dark nose. A bright red, knitted scarf is tied around its neck. The background is a solid, deep blue color.

**Простые модели**

# Первый переход

- Конверсия и вся её ценность отдаётся первому источнику посещения сайта

# Последний переход

- Конверсия и вся её ценность отдаётся последнему источнику посещения сайта. Даже если это был прямой переход на сайт

# Последний не прямой переход

- Конверсия и вся её ценность отдаётся последнему источнику посещения сайта. Если это был прямой переход на сайт, то источнику перед ним



# Последний переход из Google Ads

- Конверсия и вся её ценность отдаётся последнему источнику посещения сайта, связанному с Google Ads



**Другие модели**

# Другие модели атрибуции



Линейная



Временной спад



На основе позиции

# Сравнение моделей атрибуции

| Кампания <span>?</span>                | Затраты<br>(для выбранного<br>временного<br>диапазона) | Число конверсий и цена за конверсию <span>▼</span> |                                     |                             |                                     | Изменение числа конверсий (%) <span>▼</span><br>(по сравнению с "По последнему<br>непрямому клику") |
|--|--|--|-------------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------|---|
|  |  | По последнему непрямому клику                      |                                     | На основе позиции           |                                     |   |
|  |  | Конверсии<br><span>?</span>                        | Цена за конверсию<br><span>?</span> | Конверсии<br><span>?</span> | Цена за конверсию<br><span>?</span> | На основе позиции <span>▼</span>  |
| 1. advice_2019-03-04_group_context     | 63,80 ₺ (0,03 %)                                       | 1,00 (0,06 %)                                      | 63,80 ₺ (52,43 %)                   | 2,20 (0,17 %)               | 29,00 ₺ (17,46 %)                   | 120,00 % <span>+</span>   |
| 2. cerebro_competitors_g_poisk         | 1 407,96 ₺ (0,67 %)                                    | 1,00 (0,06 %)                                      | 1 407,96 ₺(1 157,15 %)              | 1,50 (0,12 %)               | 938,64 ₺(565,08 %)                  | 50,00 % <span>+</span>  |
| 3. key_features_lingvogenerator_market | 187,20 ₺ (0,09 %)                                      | 1,00 (0,06 %)                                      | 187,20 ₺(153,85 %)                  | 1,33 (0,10 %)               | 141,09 ₺ (84,94 %)                  | 32,69 % <span>+</span>  |
| 4. course_elama_group_context          | 343,30 ₺ (0,16 %)                                      | 4,00 (0,23 %)                                      | 85,82 ₺ (70,54 %)                   | 4,84 (0,38 %)               | 70,95 ₺ (42,71 %)                   | 20,96 % <span>+</span>  |
| 5. partners_multiformat_keywords       | 1 494,20 ₺ (0,71 %)                                    | 3,00 (0,17 %)                                      | 498,07 ₺(409,34 %)                  | 3,50 (0,28 %)               | 426,91 ₺(257,01 %)                  | 16,67 % <span>+</span>  |
| 6. advice_new_landing_g_poisk          | 896,34 ₺ (0,43 %)                                      | 4,00 (0,23 %)                                      | 224,08 ₺(184,17 %)                  | 4,40 (0,35 %)               | 203,71 ₺(122,64 %)                  | 10,00 % <span>+</span>  |
| 7. Конкуренты eLama Поиск РФ           | 837,78 ₺ (0,40 %)                                      | 19,00 (1,10 %)                                     | 44,09 ₺ (36,24 %)                   | 20,30 (1,60 %)              | 41,26 ₺ (24,84 %)                   | 6,86 % <span>+</span>   |
| 8. elama_webinar09_facebook            | 6,37 ₺ (0,00 %)  | 16,00 (0,92 %)                                     | 0,40 ₺ (0,33 %)                     | 16,50 (1,30 %)              | 0,39 ₺ (0,23 %)                     | 3,12 % <span>+</span>   |
| 9. Церебро Поиск Ключи                 | 1 397,63 ₺ (0,66 %)                                    | 2,00 (0,12 %)                                      | 698,82 ₺(574,33 %)                  | 2,06 (0,16 %)               | 678,46 ₺(408,45 %)                  | 3,00 % <span>+</span>   |
| 10. course_elama_webinar               | 303,59 ₺ (0,14 %)                                      | 3,00 (0,17 %)                                      | 101,20 ₺ (83,17 %)                  | 3,06 (0,24 %)               | 99,31 ₺ (59,78 %)                   | 1,90 % <span>+</span>   |

# Другие модели атрибуции

- По количеству хитов в сессии

# Другие модели атрибуции

- По количеству хитов в сессии
- На основе воронки (funnel-based)

# Другие модели атрибуции

- По количеству хитов в сессии
- На основе воронки (funnel-based)
- На основе данных (data-driven)

# Data-Driven

- Доступна в Google Ads
- При достаточном количестве данных (15 000 кликов с Поиска, 600 конверсий за 30 дней)





# Атрибуция в Google Ads

# Модели атрибуции в Google Ads

- Применяются только для Поиска и торговых кампаний

# Модели атрибуции в Google Ads

- Применяются только для Поиска и торговых кампаний
- Для остальных кампаний используются модели атрибуции по умолчанию

# Влияние на оптимизацию

- Модели атрибуции меняют распределение конверсий в кампаниях

# Влияние на оптимизацию

- Модели атрибуции меняют распределение конверсий в кампаниях
- По ключевым словам, получившим больше конверсий, ставки будут подниматься

# Влияние на оптимизацию

- Модели атрибуции меняют распределение конверсий в кампаниях
- По ключевым словам, получившим больше конверсий, ставки будут подниматься
- По ключевым словам, получившим меньше конверсий, ставки будут снижаться

# Сравнение моделей атрибуции

|   |   |            |                              |              |               |              |                   |
|---|---|------------|------------------------------|--------------|---------------|--------------|-------------------|
| You are now comparing a Last click attribution model to a Data-Driven attribution model |   |            | Conversions & Cost / conv. ? |              |               |              |                   |
|   |   |            | Last click ?                 |              | Data-Driven ? |              | % Change ?        |
| Campaign ▼  | + | Cost       | Conversions                  | Cost / conv. | Conversions   | Cost / conv. | ↓ Conversions ▼ ? |
| 1 facebook_in_elama_g_poisk   |   | ₽30,444.98 | 12.00                        | ₽2,537.08    | 14.20         | ₽2,144.73    | 18.29% ↑          |
| 2 cerebro_competitors_g_poisk   |   | ₽4,465.35  | 5.00                         | ₽893.07      | 5.83          | ₽765.49      | 16.67% ↑          |
| 3 leadads_facebook_g_poisk  |   | ₽1,711.13  | 6.00                         | ₽285.19      | 6.33          | ₽270.18      | 5.56% ↑           |
| 4 Церебро Поиск Ключи   |   | ₽7,213.35  | 10.00                        | ₽721.34      | 10.42         | ₽692.48      | 4.17% ↑           |
| 5 tenders_g_poisk   |   | ₽21,797.83 | 18.00                        | ₽1,210.99    | 18.50         | ₽1,178.26    | 2.78% ↑           |
| 6 Ключевые преимущества Extended Version Поиск  |   | ₽31,763.05 | 67.00                        | ₽474.08      | 68.73         | ₽462.12      | 2.59% ↑           |
| 7 vkontakte_in_elama_g_poisk  |   | ₽27,599.41 | 184.00                       | ₽150.00      | 184.25        | ₽149.79      | 0.14% ↑           |
| 8 promo_agency_context_spb_g_poisk  |   | ₽831.64    | 0.00                         | DIV/0        | 0.00          | DIV/0        | 0.00% ●           |
| 9 Конкуренты eLama Поиск РФ   |   | ₽3,737.82  | 4.00                         | ₽934.46      | 4.00          | ₽934.46      | 0.00% ●           |
| 10 The main advantages SS USA (search)  |   | ₽30.00     | 0.00                         | DIV/0        | 0.00          | DIV/0        | 0.00% ●           |

# Смена модели атрибуции

Attribution model

Select an attribution model for your Search Network and Shopping conversions

The attribution model determines how much credit each click gets for your conversions. To compare attribution models, use the [attribution modeling report](#).

Attribution model is only available for Search Network and Shopping ads on Google.com.

[Learn more](#)

Data-driven ⚠

Last click

First click


Linear

Time decay

Position-based

DONE

CANCEL SAVE

 eLama



A white llama with a red scarf is centered in the frame against a solid blue background. The llama is looking directly at the camera with a neutral expression. The red scarf is knotted around its neck.

**Рекомендации**

# Рекомендации по выбору

- Если доступна Data-Driven — используйте её, она работает на общее увеличение конверсий и не требует от вас никаких дополнительных действий

# Рекомендации по выбору

- Если стоит задача тратить как можно меньше денег и вас не интересует увеличение числа конверсий — используйте Last Click, она наиболее консервативная
- Так же Last Click подходит в условиях низкой конкуренции и короткого цикла принятия решения о покупке

# Рекомендации по выбору

- Если вы неоспоримый лидер на своём рынке, про которого все точно знают и всегда рассматривают вас в первую очередь — используйте Time Decay, она занижает вклад первых переходов

# Рекомендации по выбору

- Если вы считаете, что вся ваша реклама работает в комплексе и каждый контакт пользователя с вашим брендом увеличивает вероятность покупки в будущем — используйте Linear

# Рекомендации по выбору

- Если у вас есть задача привлекать новую аудиторию и увеличивать долю на рынке — используйте Position-based или даже First Click (наиболее агрессивная)
- Так же эти варианты подходят в условиях высокой конкуренции и/или длинного цикла принятия решения о покупке

# Рекомендации по выбору

- Перед тем, как менять старую модель атрибуции на новую, сравните их между собой и оцените на сколько заметны изменения

A white llama with long, soft fur is centered in the frame. It has large, upright ears and a small, dark nose. It is wearing a bright red, knitted scarf around its neck. The background is a solid, medium-blue color.

**Бонусы**



# Настройка аналитики

- Аудит и настройка Яндекс.Метрики и Google Analytics
- Интеграция веб-аналитики с колтрекингом
- Настройка электронной торговли для ecommerce
- Сквозная аналитика и автоматизация отчетности
- [Подробнее](#)

# Полезное в eLama

- Рекомендатор для проверки кампаний в Яндекс.Директе, Facebook Ads и Google Ads
- Выгрузка лидов из Facebook Ads, Вконтакте и myTarget
- Статистика по кампаниям из всех рекламных систем
- Оплата через одно окно и закрывающие документы

# Полезное в eLama

- Рекомендатор для проверки кампаний в Яндекс.Директе, Facebook Ads и Google Ads
- Выгрузка лидов из Facebook Ads, Вконтакте и myTarget
- Статистика по кампаниям из всех рекламных систем
- Оплата через одно окно и закрывающие документы
- ★ Лингвогенератор для интернет-магазинов
- ★ Автоматизация отчетности в Power BI

# Бесплатные обучающие вебинары

- Яндекс.Директ и Google Ads
- Facebook Ads, Вконтакте, myTarget
- Яндекс.Метрика и Google Analytics
- Для агентств и фрилансеров
- Для интернет-магазинов
- [eLama.ru/webinar](https://eLama.ru/webinar)



# Вопросы?

**Вы можете задать их тут:**

[facebook.com/allcontext](https://facebook.com/allcontext)

[vk.com/elama](https://vk.com/elama)

