



# **FbAds и iOS 14.5**

Откуда столько шумихи, что на самом деле произошло  
и что делать рекламодателям





# План вебинара

1. Что на самом деле произошло и откуда столько шума
2. Кого задело обновление iOS 14.5, а кого — нет
3. Перестанет ли работать пиксель на iOS и в Safari
4. Что такое Conversions API (CAPI), заменяет ли он пиксель и нужно ли на него переходить прямо сейчас
5. Варианты настройки Conversions API



# Единая платформа для эффективного управления рекламой

Упрощаем запуск кампаний и работу с рекламой,  
помогаем получить максимальный результат

Попробовать бесплатно



Яндекс

Google Ads

facebook



Instagram

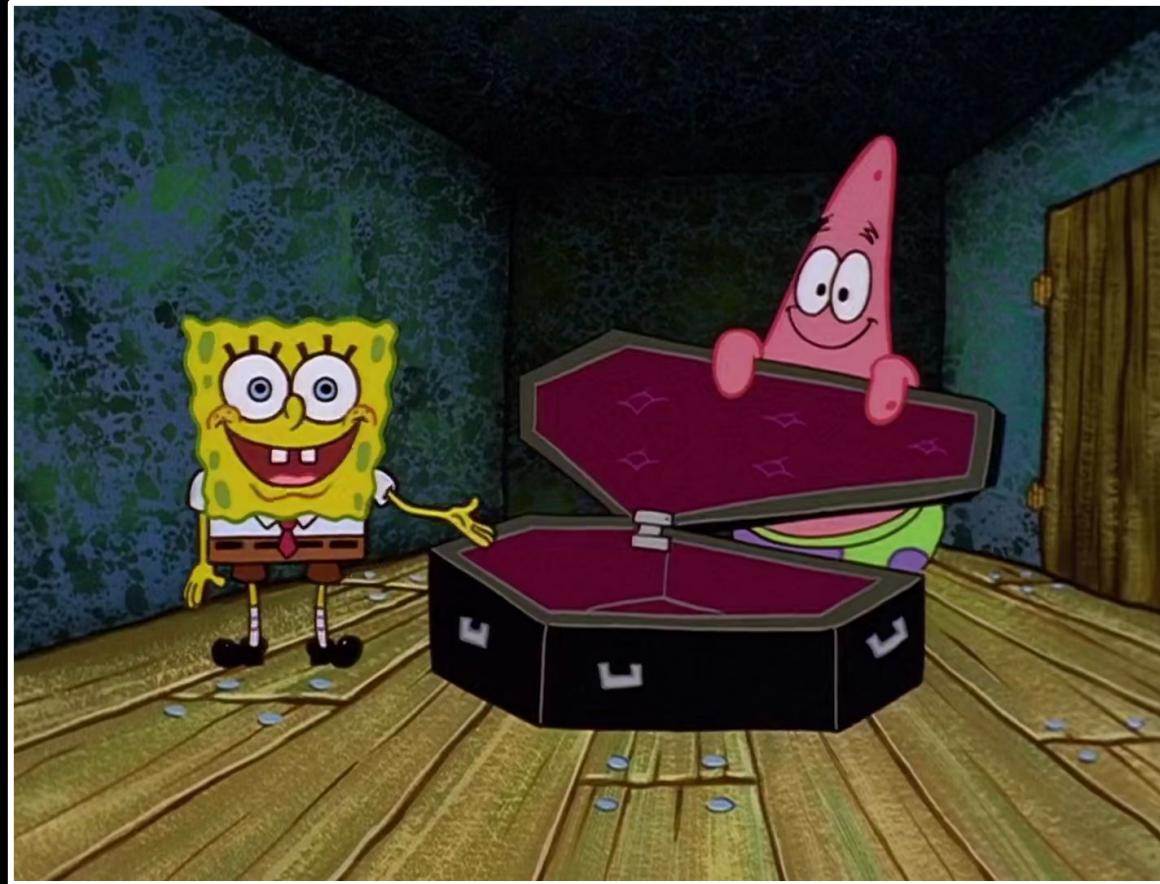


Calltouch

[ YAGLA ]

TikTok

calltracking.ru



**Паника и похороны Facebook Ads  
в связи с выходом обновления iOS 14.5**



## Что важно понимать

1. В США 55% пользователей сидят на iOS ([Statista](#)). В России у iOS не больше 25% ([Яндекс.Радар](#))



## Что важно понимать

1. В США 55% пользователей сидят на iOS ([Statista](#)). В России у iOS не больше 25% ([Яндекс.Радар](#))
2. Большая часть аудитории Facebook (включая Instagram, Messenger, WhatsApp и Audience Network) находится в мобильных приложениях (данные, показы, установки)



## Что важно понимать

1. В США 55% пользователей сидят на iOS ([Statista](#)). В России у iOS не больше 25% ([Яндекс.Радар](#))
2. Большая часть аудитории Facebook (включая Instagram, Messenger, WhatsApp и Audience Network) находится в мобильных приложениях (данные, показы, установки)
3. Apple зарабатывает с продажи устройств, покупок в App Store и на Search Ads. С рекламы в приложениях не зарабатывает



**Facebook, зарабатывающий на рекламе в iOS-приложениях, передаёт привет Apple**



# Основы отслеживания

- Пользователя нужно «узнавать», чтобы копить данные о нём: чем он интересуется, с какой рекламой взаимодействовал



# Основы отслеживания

- Пользователя нужно «узнавать», чтобы копить данные о нём: чем он интересуется, с какой рекламой взаимодействовал
- В вебе мы «узнаем» пользователей с помощью cookies, а на iOS с помощью IDFA



# Основы отслеживания

- Пользователя нужно «узнавать», чтобы копить данные о нём: чем он интересуется, с какой рекламой взаимодействовал
- В вебе мы «узнаем» пользователей с помощью cookies, а на iOS с помощью IDFA
- Пиксель на сайте и SDK в приложении отвечают за запись, чтение и передачу данных из браузера и с устройства соответственно

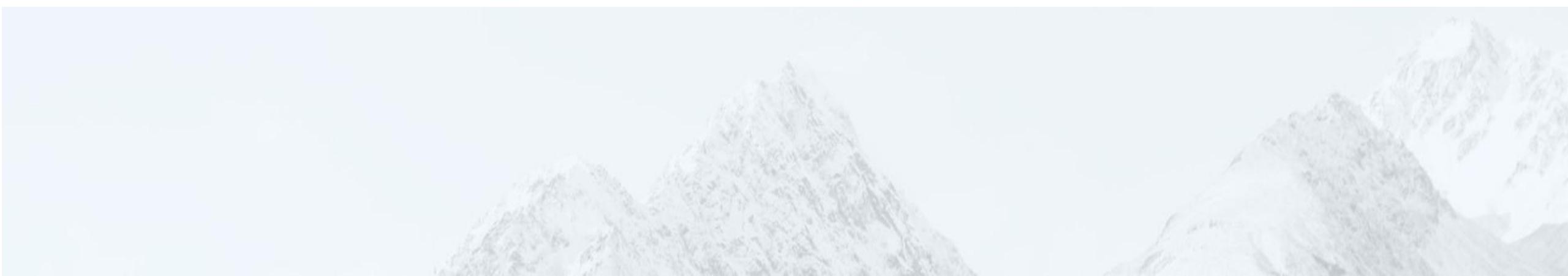


# Что произошло



# Что произошло

- iOS 14.5 обязывает приложения спрашивать разрешение на отслеживание





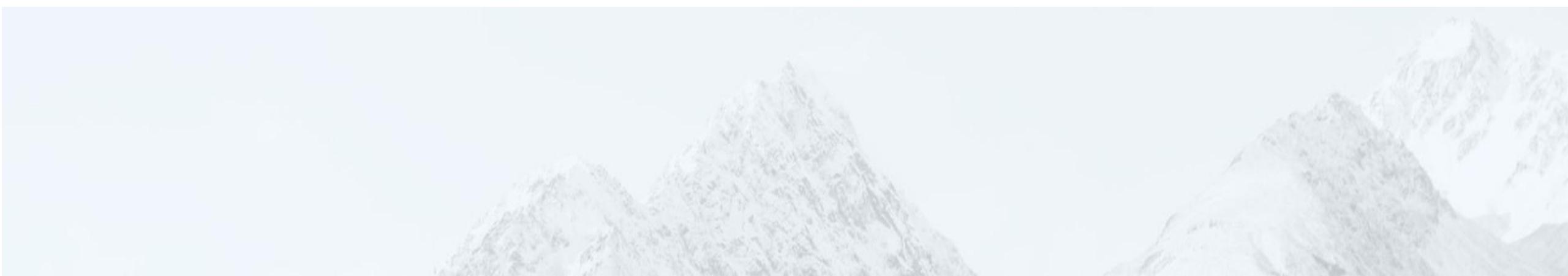
# Что произошло

- iOS 14.5 обязывает приложения спрашивать разрешение на отслеживание
- Если пользователь запретил (opt-out), то приложение не может получить его IDFA и передать его рекламной системе



# Почему всё не так страшно

- Приложениям, где пользователь регистрируется и оставляет контакты, IDFA особо и не нужен





# Почему всё не так страшно

- Приложениям, где пользователь регистрируется и оставляет контакты, IDFA особо и не нужен
- Отследить конверсии из мобильных приложений можно даже для opt-out пользователей через [Private Click Measurement \(PCM\)](#), но с низкой точностью (агрегированно)

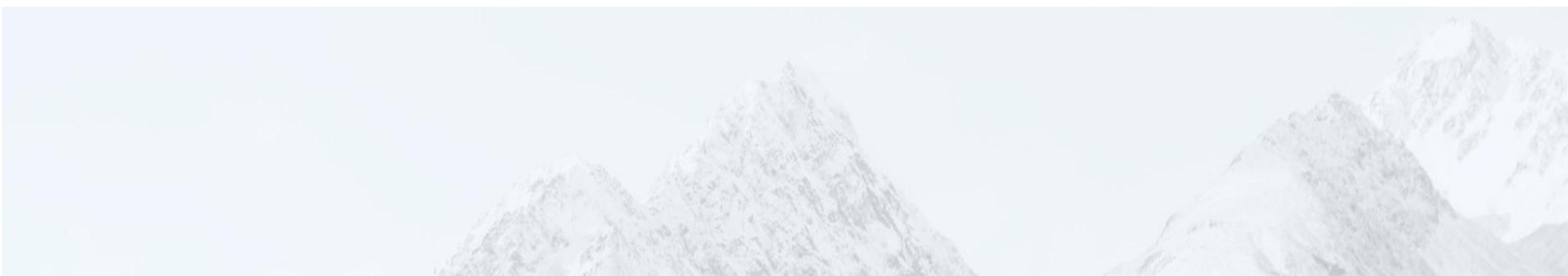


**Откуда столько шума**



# Откуда столько шума

- Apple фактически ломает рекламную инфраструктуру Audience Network на iOS





# Откуда столько шума

- Apple фактически ломает рекламную инфраструктуру Audience Network на iOS
- Подтверждение домена, изменение окна атрибуции, Aggregated Event Measurement и вот это вот всё — адаптация к отслеживанию конверсий с Audience Network на iOS



## Откуда столько шума

- Apple фактически ломает рекламную инфраструктуру Audience Network на iOS
- Подтверждение домена, изменение окна атрибуции, Aggregated Event Measurement и вот это вот всё — адаптация к отслеживанию конверсий с Audience Network на iOS
- Если бы Facebook не имел заметной выручки с рекламы в iOS-приложениях, то и шума бы не было



**«Apple разрушает малый бизнес!»**



## Кто пострадал

1. Владельцы iOS-приложений, которые зарабатывают на рекламе. Потому что opt-out пользователям практически невозможно показывать рекламу, основанную на их интересах. Что приводит к снижению дохода с рекламы и мыслям о другой монетизации (привет, комиссия App Store)



# Кто пострадал

1. Владельцы iOS-приложений, которые зарабатывают на рекламе. Потому что opt-out пользователям практически невозможно показывать рекламу, основанную на их интересах. Что приводит к снижению дохода с рекламы и мыслям о другой монетизации (привет, комиссия App Store)
2. Facebook. Из-за снижения доходов с рекламы внутри iOS-приложений и необходимости переделывать инфраструктуру



## Кто пострадал меньше всех

- Рекламодатели, у которых нет необходимости работать с аудиторией своего мобильного приложения



## Кто пострадал меньше всех

- Рекламодатели, у которых нет необходимости работать с аудиторией своего мобильного приложения
- Рекламодатели, которые не размещаются в Audience Network



Работаем дальше

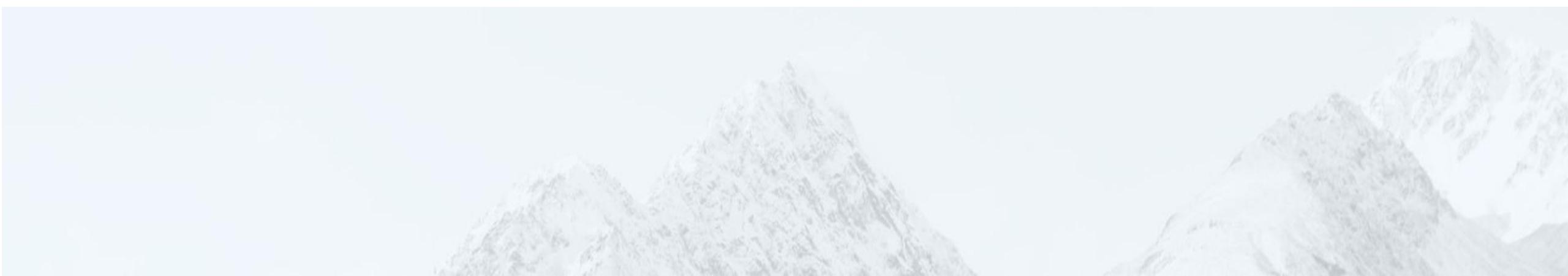


# Что с Пикселем



## Там что-то с куками...

- Уже несколько лет Safari постепенно усложняет использование cookies для отслеживания пользователей





## Там что-то с кукаами...

- Уже несколько лет Safari постепенно усложняет использование cookies для отслеживания пользователей
- Больше года назад он полностью запретил использование third-party cookies



## Там что-то с кукаами...

- Уже несколько лет Safari постепенно усложняет использование cookies для отслеживания пользователей
- Больше года назад он полностью запретил использование third-party cookies
- В 2022 году то же самое сделает Chrome



## Вы ничего не заметили, потому что...

- First-party cookies в Safari по-прежнему доступны и Пиксель может использовать их для отслеживания конверсий и ретаргетинга посетителей сайта



## Вы ничего не заметили, потому что...

- First-party cookies в Safari по-прежнему доступны и Пиксель может использовать их для отслеживания конверсий и ретаргетинга посетителей сайта
- Да, при определенных условиях даже first-party cookies живут недолго — что влияет на атрибуцию, но это не так критично



**Вообще ничего не поменялось?**



# Что поменялось

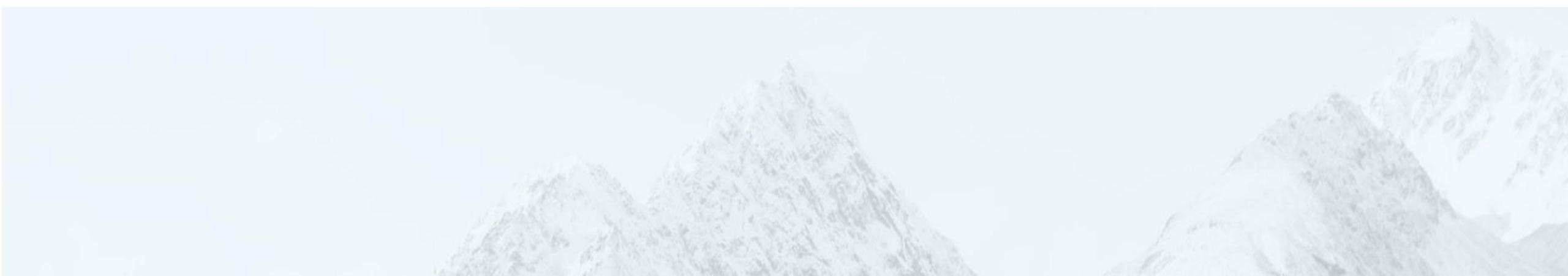
1. Только 8 событий пикселя на один домен





## Что поменялось

1. Только 8 событий пикселя на один домен
2. Максимальное окно атрибуции — 7 дней после клика





## Что поменялось

1. Только 8 событий пикселя на один домен
2. Максимальное окно атрибуции — 7 дней после клика
3. Opt-out пользователи выпадают из ретаргетинговых аудиторий приложений



## Что поменялось

1. Только 8 событий пикселя на один домен
2. Максимальное окно атрибуции — 7 дней после клика
3. Opt-out пользователи выпадают из ретаргетинговых аудиторий приложений
4. Затрудняется работа с Value Optimization



## Что поменялось

1. Только 8 событий пикселя на один домен
2. Максимальное окно атрибуции — 7 дней после клика
3. Opt-out пользователи выпадают из ретаргетинговых аудиторий приложений
4. Затрудняется работа с Value Optimization
5. В целом ухудшается качество данных по конверсиям



# Выполните рекомендации Facebook

1. Подтвердите домен
2. Определите 8 событий на один домен
3. Приоритезируйте события в Aggregated Event Measurement



# Conversions API



# Conversions API

- CAPI существовал и ранее под названием Server-Side API



# Conversions API

- CAPI существовал и ранее под названием Server-Side API
- Его можно использовать для передачи информации о событиях, которые происходят не сразу на сайте, а спустя какое-то время в офлайне (минимум 50 в неделю и без большой задержки)



# Conversions API

- CAPI существовал и ранее под названием Server-Side API
- Его можно использовать для передачи информации о событиях, которые происходят не сразу на сайте, а спустя какое-то время в офлайне (минимум 50 в неделю и без большой задержки)
- А можно воспользоваться CAPI для подстраховки событий, которые передаются через пиксель (с дедупликацией)



**САРІ не замена Пикселью**



# Основные параметры

- event\_name — название стандартного события
- event\_time — до 7 дней перед отправкой события
- user\_data — данные о пользователе (часть из них хэшируется)
- action\_source — где, на каком этапе произошла конверсия
- event\_source\_url — подтвержденный домен
- client\_user\_agent — если передаем событие с сайта
- event\_id — если передаем это же событие через Пиксель



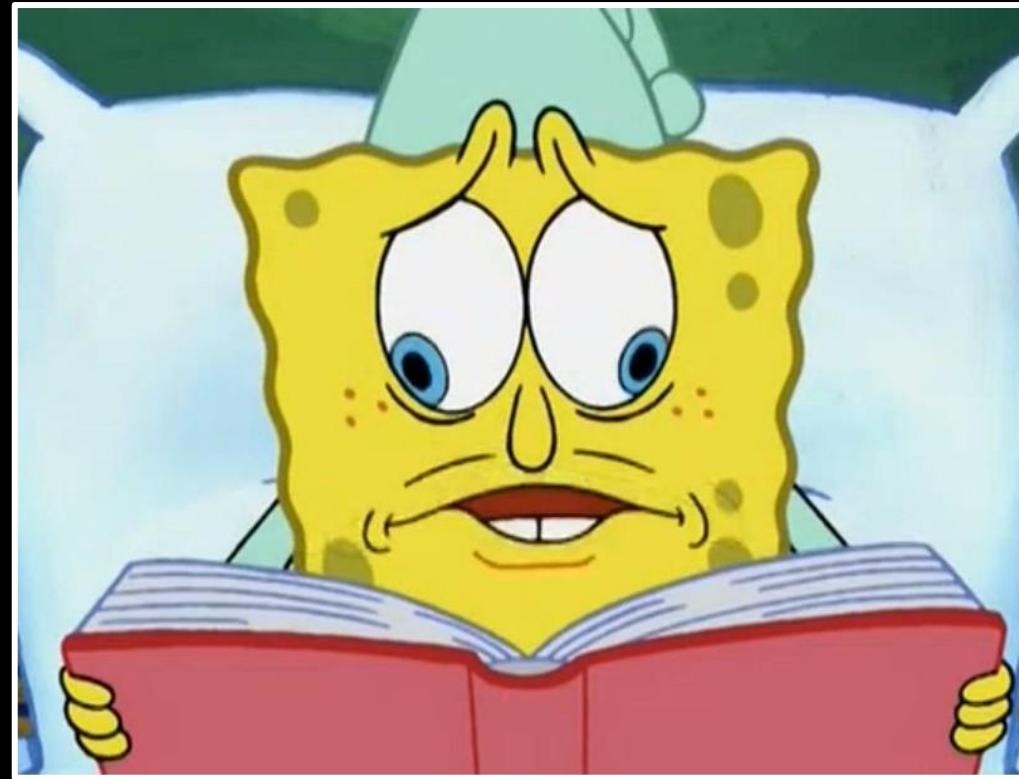
# Мэтчинг пользователей

- Почта (em), телефон (ph), имя (fn), фамилия (ln) и т.д.
- lead\_id — для Lead Ads
- fb\_login\_id — если есть авторизация через Fb
- external\_id — ваш идентификатор для пользователей
- fbc — Facebook Click ID из GET-параметра fbclid или куки \_fbc
- fbp — идентификатор браузера из куки \_fbp



# Дедупликация событий с Пикселя и CAPI

- В событии через Пиксель необходимо передавать event\_id
- В событии через CAPI необходимо передавать такие же event\_id и client\_user\_agent
- Если события, у которых совпадают event\_id и event\_name, прилетают в течение 5 минут, то остается событие с пикселя (браузерное)

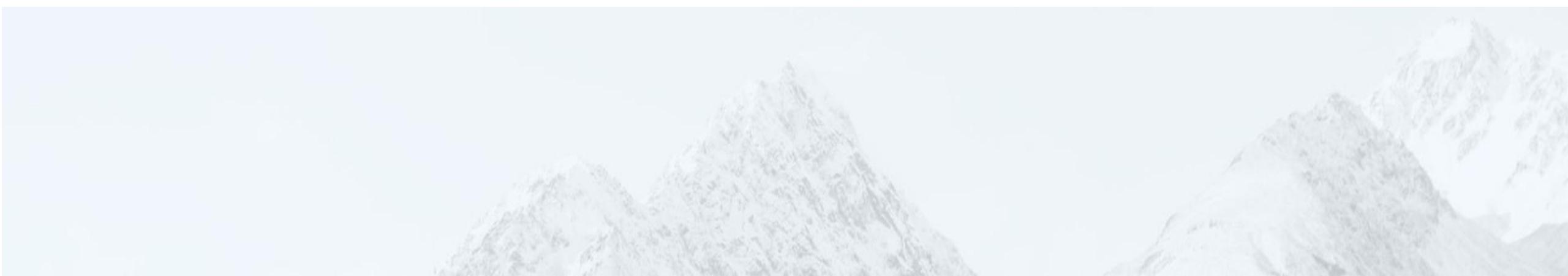


**Как-то сложно...**



# Варианты внедрения

- Хардкор: разработка по [документации](#)





# Варианты внедрения

- Хардкор: разработка по [документации](#)
- Zero-code: с помощью плагина (например, [для WordPress](#)) или интеграции (например, [через Zapier](#))



# Варианты внедрения

- Хардкор: разработка по [документации](#)
- Zero-code: с помощью плагина (например, [для WordPress](#)) или интеграции (например, [через Zapier](#))
- Интересный [кейс от IntellectDialog](#) по скорингу заявок с Lead Ads



# Бонусы



# Оплата Facebook Ads через eLama

- Комиссия при переводе — 10% от суммы без НДС
- Полный комплект закрывающих документов
- [Возмещение НДС](#)
- Поддержка по Facebook Ads на русском языке



# Попробовать бесплатно

- Вернем комиссию за первый месяц пополнения баланса Facebook Ads с бюджета до 100 000 рублей
- Для рекламодателей, которые ещё не переводили средства с eLama на Facebook Ads
- [Получить возврат комиссии](#)



# Партнерская программа

- Агентское вознаграждение до 5% от расходов клиентов на Facebook Ads
- По другим рекламным системам — до 10%
- [Подробнее](#)



# Вопросы?

- [vk.com/elama](https://vk.com/elama)
- [fb.com/groups/elama.community](https://fb.com/groups/elama.community)

