

# Формат обучения

- Длительность  $\pm 60$  дней
- Занятия каждый вторник, четверг и субботу до 19:00 по Киеву будут доступны в кабинете
- Каждое воскресенье во время коучинга целый день консультаций и ответов на вопросы
- Подготовьте все гарнитуру для живого общения
- Весь контент будет на платформе abskabinet
- Будет закрытая группа в ВК
- Занятия по теории в записи, в целях защиты от пиратства
- Воркшопы и ответы на вопросы – вживую

# План курса

Событие:	Дата:	День:
Вступительное занятие	20.03.2017	Понедельник
<b>Блок 1: Библия Арбитражника</b>		
Занятие 1: Выбор оффера (ДЗ)	21.03.2017	Вторник
Занятие 2: Понятие связки	23.03.2017	Четвер
Занятие 3: Мультиретаргетинг	25.03.2017	Суббота
Ответы на вопросы (Online)	26.03.2017	Воскресенье
<b>Блок 2: MyTarget</b>		
Занятие 1: Настройка и тонкости (ДЗ)	28.03.2017	Вторник
Занятие 2: Стратегии запуска и разбор основных ошибок (методичка)	30.03.2017	Четвер
Занятие 3: Аналитика и оптимизация	01.04.2017	Суббота
Ответы на вопросы (Online)	02.04.2017	Воскресенье

# План курса (продолжение)

Событие:	Дата:	День:
<b>Блок 3: РСЯ</b>		
Занятие1: Настройка и тонкости (ДЗ)	04.04.2017	Вторник
Занятие2: Стратегии запуска и разбор основных ошибок (методичка)	06.04.2017	Четвер
Занятие3: Аналитика и оптимизация	08.04.2017	Суббота
Ответы на вопросы (Online)	09.04.2017	Воскресенье
<b>Блок 4: Я из Китая (Live)</b>		
Делюсь вкусняшками и секретными товарами, которые я буду искать для себя	С 14.04.2017 по 28.04.2017	
<b>Блок 5: Докрутка - наше всё.</b>		
Онлайн мастер класс по докрутке MyTarget №1	04.05.2017	Четвер
Онлайн мастер класс по докрутке MyTarget №2	06.05.2017	Суббота
Онлайн мастер класс по докрутке РСЯ №1	09.05.2017	Вторник
Онлайн мастер класс по докрутке РСЯ №2	11.05.2017	Четвер

# Правила обучения

1. Ученик всегда должен делать домашку вовремя с четким дедлайном.
2. Ученик всегда должен делать её в полном объеме
3. Вы всегда должны понимать, что вы делаете и зачем вы это делаете
4. Если вы не получили какого-то результата, то вернитесь к пункту 1,2,3
5. Хорошего всем профита =)

# Основные понятия в товарном трафике

- Трафик
- Оффер (Предложение)
- Лид (Заявка)
- Метрика
- Конверсия (CR)
- Конверт
- Цель
- CPA (Цена за действие)
- CPM (Цена за показы)
- CTR (Кликабельность)
- CPC (Цена за клик)
- CPL (Цена за лид)
- CPS (Цена за продажу)
- EPC (Эффективность клика)
- Approve (Одобримость)
- Выкуп
- Невыкуп

# Основные понятия

- **Трафик** - это поток посетителей которые попадают на Ваш сайт из рекламных сетей.
- **Оффер** - выгодное предложения на которое Арбитражники направляют трафик. В товарке это – товар.
- **Landing Page** - одностраничный сайт, цель которого - сбор контактных данных целевой аудитории. Landing page содержит информацию обычно о одном товаре или услуге.
- **Лид** – заявка, которая приходит на почту или в СРМ систему от человека, который хочет купить товар.
- **Метрика** – система аналитики для отслеживания трафика. Обычно речь идет о яндекс метрике, но мы туда относим еще и Google Analytics, top.mail.ru и kissmetrics.com.
- **Конверсия** - это соотношения числа посетителей сайта, до числа тех, кто совершил целевое действие (заказ). К примеру мы привлекли 100 посетителей на сайт, а заказ сделали 10 человек. Тогда конверсия у нас будет 10%.

# Основные понятия

- **Конверт** – обычно то же самое, что и конверсия, но тут мы считаем не в процентах, а именно в соотношении. К примеру на сайт зашло 100 человек, а купило 10, то конверт 10к1.
- **Цель** – это действие посетителя, в котором заинтересован владелец сайта. В нашем случае это оставление заявки(Лида) на сайте. Достижение цели фиксируется в системе отслеживания аналитики (Метрике, Гугл Аналитикс, Киссметрикс, ТопМейл).
- **CPA** (Cost per action) - оплата за совершенное действие посетителем на сайте (в товарном арбитраже трафика – это цена за подтвержденный заказ).
- **CPM** (Cost per thousand (M – Римская цифра) – это рекламная модель, в которой цена устанавливается за 1000 показов.
- **CTR** (Click through rate) – коэффициент кликабельности баннера или объявления. Вычисляется как соотношения количества кликов к количеству показов x 100%.
- **CPC** (Cost per click) – стоимость одного клика на рекламное объявление или баннер.

# Основные понятия

- **CPL** (Cost per lead) – стоимость одной заявки (лида). Пример: Мы потратили на рекламу 1000 рублей, а получили 10 заявок. Стоимость одной заявки (cpl) = 100 рублей.
- **CPS** (Cost per sale) – стоимость одной продажи. В нашем случае подтвержденной заявки оператором. Например: Мы потратили на рекламу 1000 рублей, получили 10 заявок, а оператор подтвердил только 5 заявок. Стоимость одной продажи (cps) = 200 рублей.
- **ЕРС** (Earn per click) - заработок с одного клика. В CPA системе, простыми словами, если у вас клик стоит 5 рублей, а показатель ерс 10 рублей, то вы льете в 200% плюс.
- **Аппрув** (Approve) – одобряемость заявок. Например: Мы получили 10 заявок, из них подтвердили 5. Аппрув составляет 50%.
- **Выкуп** – Простое понятие. В товарке отображает процент выкупленных посылок из отправляемых. Например: Мы отправили 10 посылок, а люди выкупили на почте 8. Выкуп составляет 80%.
- **Невыкуп** – Простое понятие. Если мы отправили 10 посылок, а люди выкупили 8 посылок, то невыкуп составляет 20%, то есть 2 посылки. Обычно некоторые люди или не приходят на почту или по каким-то причинам не покупают товар.

# Основные понятия

- **Апсел** (Up sell) – способ повышения среднего чека путем допродажи. Суть идеи заключается в том, что когда человек готов купить какой-то товар, ему предлагают купить вторую единицу этого товара со скидкой или продать аксессуар к нему. Пример: В макдональдс апселлом считается допродажа соуса к картошке фри, в нашем случае примером может быть продажа подарочной упаковки к часам или продажа вторых часов по скидке 40%.
- **Кроссел** (Cross sell) – способ повышения среднего чека путем допродажи сопутствующих товаров. Например: Мы можем допродать к мужским часам женские или же допродать к цепочке браслет.
- **CPA сетка** – Посредническая платформа между арбитражниками и вебмастерами с рекламодателями. Обычно CPA сетка зарабатывает на том, что она берет комиссию за сделки между вышесказанными категориями людей. Например: Я – рекламодатель, у меня есть товар или услуга. Я готов платить за клиента 650 рублей и иду в CPA сетку. У CPA сети есть люди, которые работают с трафиком и вебмастера, у которых есть свои сайты и группы в соцсетях с посещаемостью. CPA сетка платит им за привлеченного клиента 500 рублей, а себе берет с меня комиссию 150 рублей. Все просто

# ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

- **ROI** (return of investment) – финансовый показатель, который символизирует доходность или убыточность от вложенных инвестиций. На нашем примере это выглядит вот так: Мы вложили в рекламу 1000 рублей, а заработали чистыми 2000 рублей. Наше ROI составило 200%.
- **ROMI** (return of marketing investment) - финансовый показатель, который символизирует доходность или убыточность от вложенных маркетинговых инвестиций. В основном это реклама на телевидении, бигборды и остальные брендинговые рекламы, эффективность которых мы отследить напрямую не можем, но зато можем почувствовать в будущем.
- **Связка** – Понятие в трафике, которое символизирует связанность компонентов (сезонность-время суток-целевая аудитория-рекламный источник-баннер-площадка&ключевая фраза-сайт) в одно целое, которое дает прибыль (профит).  
Например: Есть сайты (1,2,3), есть баннеры(а,б,с), есть сезон зима, а есть лето, есть утро, а есть вечер.  
Связка, которая работает в плюс – Зима(утро и вечер)->сайт(2)->баннер (с)->площадка mytarget->женщины с интересом на домохозяйство. И работает с профитом +300%. Остальное работает или в минус или не в такой большой плюс. Наша задача – искать такие связки.

# Основные понятия

- **UTM метки** – рекламный инструмент, который добавляется в хвост ссылки и позволяет нам отслеживать эффективность трафика в сегментах, которые мы сами сможем разрезать.

Например:

- `utm_source=yandex_rsa&utm_medium=cpc&utm_campaign=konkyrentu&utm_content=banner1&utm_term={keyword}`, где
- source = источник трафик (вконтакте, mytarget, facebook, direct, adwords, тизерные сети и тп)
- medum = тип рекламы (cpc, cpm, mail и тп)
- campaign = сегмент аудитории (обычно я туда ставлю сегмент целевой аудитории, на кого рекламируюсь)
- content = номер банера или картинки
- term = ключевое слово в рекламной сети Яндекса

# Основные понятия

- На самом деле, мы в ютм метки на каждое место можем ставить любые параметры, но есть общепринятые правила, которые являются всем удобными и я советую их использовать, что бы не путать друг друга.
- Мы должны понимать зачем оно нам нужно.  
Например:  
Канал трафика (source=yandex\_rsa) дает нам конверсию 2%, а нам нужно добиться конверсии 4%, что бы лить в плюс.
- Мы можем зайти в глубину дальше и посмотреть конверсию на уровне сегментов аудиторий, объявлений и ключевых фраз.

Допустим, мы рекламируемая на 10 аудиторий. Зайдя на метку уровня (utm\_campaign), где у нас помечены были аудитории, мы можем понять, какие аудитории работают в плюс, а какие в минус. Те, что будут работать в минус мы можем отключить. Не было бы ютм меток, мы не смогли бы этого сделать. Так-же мы можем зайти на уровне баннеров (utm\_content) и увидеть, что 2 банера конвертят в минус, к примеру, а 3 банера в плюс. Естественно, те, которые дают конверсию меньше мы будем отключать. Аналогичная ситуация на уровне ключевых фраз (utm\_term={keyword}) Шаблон {keyword} подставляет ключевую фразу, по которой мы рекламируемся и всегда будут те ключевые фразы, которые работают лучше и те, которые работают хуже, а что делать дальше, вы уже знаете.

По этому очень важно освоить ютм метки быстро и сразу, так как множество людей не использует их вообще и сливает деньги впустую.

# Основные понятия

- **Профит** (profit) - в переводе с англ. «Прибыль», в арбитраже трафика это понятие собственно и символизирует прибыль. Например: Было потрачено 100 000 рублей, было получено 1 500 000 рублей. Профит = 500 000 рублей.
- **Креатив** - в трафике это понятие представляет собой рекламные материалы (картинки, баннеры, тексты, заголовки, тизеры, объявления и тп).
- **ЦА** - Целевая аудитория. Люди, которые связаны между собою интересами, гео локацией, полом, возрастом и тп. Им мы показываем рекламу и мы всегда изучаем и анализируем тех, кому будет показана наша реклама.
- **ПП** – приватная партнёра. По сути та же CPA, только в ПП есть один рекламодатель и много арбитражников и вебмастеров, которые льют все в одну корзину. В основном она лучше чем CPA, так как там все «свои» и там нету «фрода» и «холдов».
- **Фрод** – недобросовестные заявки(лиды), которые «наливают» арбитражники, путем обмана с целью заработка денег с партнерской программы или CPA сети. Суть ее заключается в том, что они оставляют, либо вручную, либо программами, заявки на покупку товара и подтверждают их, что бы получить выплату от рекламодателя или CPA сети. В результате страдают как CPA сеть, так и рекламодатель. Обе стороны максимально борются с данным видом обмана.

# Основные понятия

- **Холд** (hold) – с англ. «задержка», делается с целью обнаружить фрод/выявить недобросовестного вебмастера или арбитражника. Например: в CPA сетку пришел новый человек и налил 100 лидов, потом опять и опять, затем он попросил выплату. CPA сетка с целью обеспечить себя от обмана делает холд и замораживает деньги для выплаты до тех пор, пока товар не будет выкуплен на почте или до тех пор, когда рекламодатель не останется доволен.
- **Black list** – в основном понятие пошло с тизерных сетей, подразумевает собою «плохие» площадки(сайты), на которых не было конверсий (продаж). Грамотные арбитражники составляют такой блек лист и больше на таких площадках не показываются. Однако в любом источнике можно выделить блек лист, например: ключевые фразы и площадки в рекламной сети Яндекса или контекстно-медийной сети гугла, категория интересов в таргетинге, определенный пол и возраст в таргетинге, время суток в таргете и тп.
- **White list** – противоположное понятие блек листу, это «хорошие» площадки, ключевые фразы, таргетинги, которые дают супер результаты и работают в плюс. На White list в основном стоит повышать

# Основные понятия

- **Кейс** – успешная пошаговая история сливания на какой-то оффере арбитражником или вебмастером.
- **Прокладка** – страница подогрева посетителя сайта, перед покупкой. Например: Статья про 10 основных проблем новостроек и как себя от этого уберечь. Как правило, такие страницы не закрывают потребность, а только развивают интригу. Людям, которые посетили такую страницу(прокладку) проще потом что-то продать и они лучше конвертируются. Еще один пример это страница псевдо блога с множеством супер фейковых отзывов, которые «Хвалят» какой то продукт, который является плацебо и как правило, проблему человека не решает. Я не советую работать с данной категорией товаров.
- **Адалт** – заработок на порно сайтах и офферах секс шоп тематики.
- **Клоака** – скрипт, который скрывает контент сайта для модераторов рекламных площадок, а настоящий контент показывает всем посетителям.
- **Дейтинг** – заработок на сайтах знакомств
- **Постбек** – процесс передачи статистики каждого клика в разрезах на трекингтовую платформу через аri, независимо от того внутренняя она или внешняя. Важно то, что это дает нам возможность посмотреть какие объявления, ключевые слова, модели телефонов, браузеры и тп, дают нам больше всего прибыли или убытка в EPS и ROI в любом разрезе, вплоть до сквозной аналитики до подтверждения заказа или выкупа.
- **Скликвание** – процесс автоматического нажатия на ваши баннера на рекламных площадках ботами, с целью заработка с вас денег недобросовестными владельцами площадок.

# Основные понятия

- **Постбек** (postback) – процесс передавания статистики каждого клика в разрезах на трекинговую платформу через api, независимо от того внутренняя она или внешняя. Важно то, что это дает нам возможность посмотреть какие объявления, ключевые слова, модели телефонов, браузеры и тп, дают нам больше всего прибыли или убытка в EPS и ROI в любом разрезе, вплоть до сквозной аналитики до подтверждения заказа и до выкупа заказа.