АРБИТРАЖ ТРАФИКА

CONVERSION
АРБИТРАЖ & МАРКЕТИНГ

# ТОП 33 ЛУЧШИХ КЕЙСОВ 2019 ГОДА

АРБИТРАЖ ТРАФИКА CONVERSION
ТОП 33 ЛУЧШИХ КЕЙСОВ 2019 ГОДА

# CONVERSION

Интернет-журнал об арбитраже трафика и digital-маркетинге. Здесь вы найдете самые свежие кейсы, гайды и руководства, интервью с топами, рейтинг партнерских программ и многое другое.


Пуш трафик 3
Тизерные сети 79
Facebook & Instagram 123
Вконтакте 166
Прочие источники 178


**ПРИСОЕДНЯЙТЕСЬ К НАМ**

В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ И ЧИТАЙТЕ, ГДЕ УДОБНО

**ПОДПИСАТЬСЯ НА НАС В СОЦСЕТЯХ**

CONVERSION АРБИТРАЖ & МАРКЕТИНГ

**Трафик:** Push Notifications от propellerads.com

**Партнерка:** ClickDealer

**Оффер:** C.Dating

**Период слива:** 28.02.2019-07.03.2019

**ГЕО:** Германия

**Потрачено:** $625

**Доход:** $1070

**Прибыль:** $445

**ROI:** 71%

# Дейтинг "C.Dating" на Германию

с прибылью **$445**

**ROI 71%**

**Всем привет!** Это мой первый кейс про дейтинг. Первый, но очень удачный.
Так что захотелось похвастаться: и мне приятно, и вам полезно )))

Дейтинг есть везде и нужен всем и всегда, а значит аудиторию найти можно ;)
Если, конечно, делать всё правильно.

Чтобы не облажаться, прочитал несколько кейсов, статей. Могу, например, порекомендовать этот пост как неплохое руководство в работе с дейтингом. Тут сказано, что лучше всего конвертит Европа, а начинать стоит, например, с Германии. Вот на Германию я и решил запускаться. Для этого взял у ClickDealer оффер со выплатой за лид — 2$.
Немецкого трафика у Пропеллера много, а минимальная ставка по CPC всего 0,005$.

# КРЕАТИВЫ

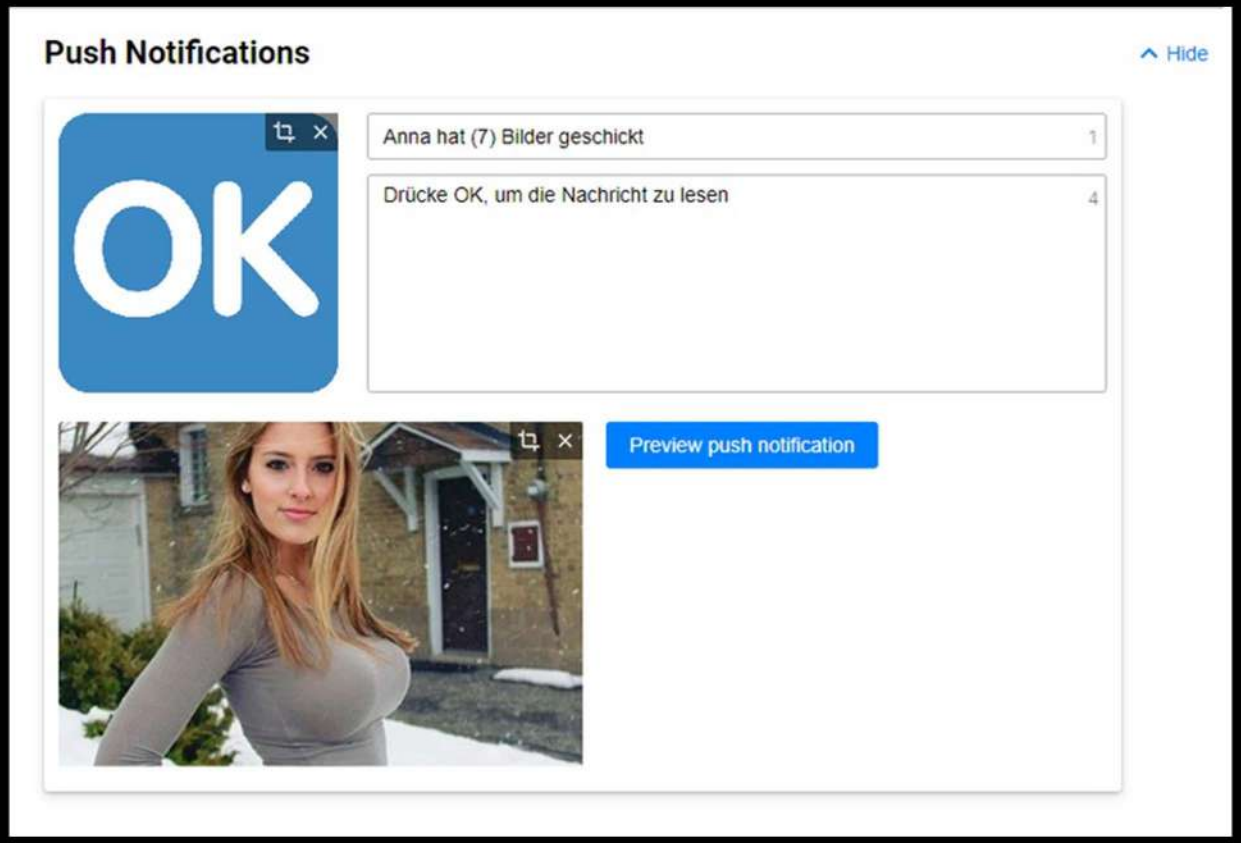
**C.Dating —** это сайт знакомств. Тут нужны креативы с перчинкой, но важно не переборщить:
в PropellerAds адалт запрещен и соответствующие креативы не пройдут.

Да, и никаких парочек! Только сексапильные девушки.

Пуш сделал похожим на уведомление из мессенджера. Ожидал, что это принесет хорошую конверсию, и не прогадал!

**Заголовок:**
Anna hat (7) bilder geschickt /
Анна отправила (7) фотографий

**Описание:**
Drucke ok, um die Nachricht zu lesen /
Кликни ОК, чтобы прочитать сообщение

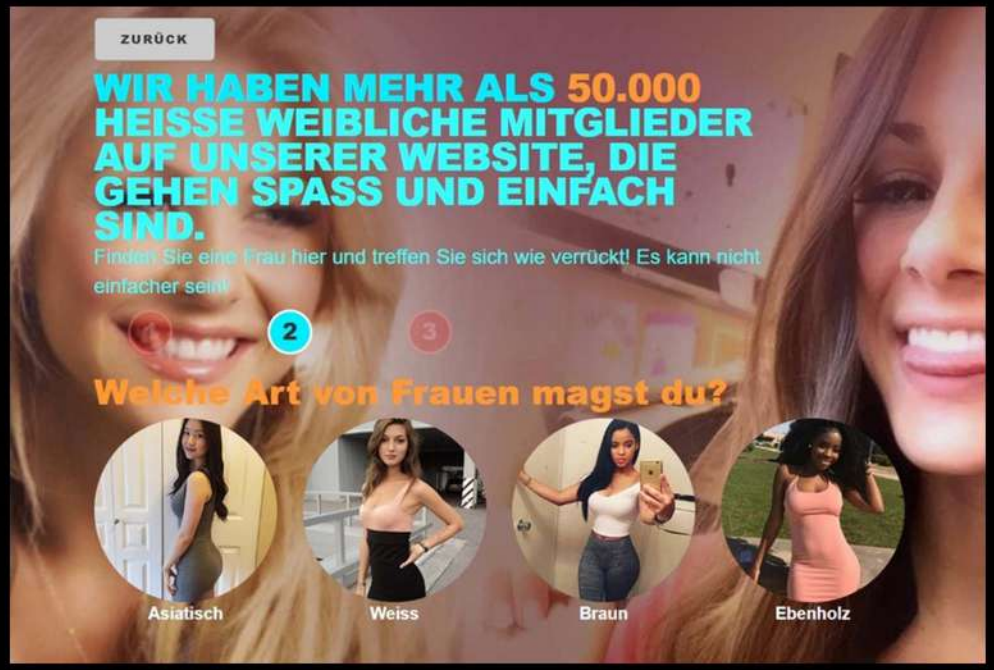


# ПРЕЛЕНД

Использовал трехшаговый преленд.
Первые два шага пользователь отмечает, какой тип женщин ему нравится. На третьем шаге пользователю сообщается, что рядом с ним находится столько-то женщин, которые могут его заинтересовать.

## 1 шаг

## 2 шаг




## 3 шаг

# КАК СЛИВАЛ

Решил попробовать под каждый уровень активности (User Activity таргетинг) запускать разные кампании. Лил только на мобайл.

Увидеть работу User Activity таргетинга на наглядном примере вы также можете в наших предыдущих кейсах "Французская похудалка от AdCombo + Пуши PropellerAds (ROI 111%)", "Кредитный оффер на Колумбию" и "Средство для роста волос, Индия, пуши (ROI 105%)".
Отключал зоны, которые минусили. То есть, если на них было больше 100 кликов и при этом ни одной конверсии.

# ИТОГИ

**Результат меня немного удивил.** Я ожидал, что больше всего денег принесет кампания с высоким уровнем активности, потому что там самые "свежие" пользователи, но она не пошла. Видимо, на этом таргете была высокая конкуренция. Вывести в плюс кампанию так и не удалось (потерял 18 $).

Лучше всего зашла кампания с User Activity Medium. После оптимизации удалось поднять CR до 5%. Результат — получил 384$!
Кампания с низким уровнем активности тоже показала хорошие результаты: на ней я заработал 78$.

Статистика по компаниям в PropellerAds

| Name | Origin | Start Time | End Time | Impressions | Conversions | Clicks | CTR, % | CPM | Cost | VAT | Cost with VAT | Type | Ad Format |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| (Medium CPC) Dating DE | SSP | 28/02/2019 | – | 569,985 | 415 | 9,852 | 1.73 | $0.041 | $371.65 | $74.32 | $445.94 | CPC | Push Notifications |
| (Hight CPC) Dating DE | SSP | 28/02/2019 | – | 25,014 | 16 | 597 | 2.39 | $0.061 | $41.88 | $8.38 | $50.26 | CPC | Push Notifications |
| (Low CPC) Dating DE | SSP | 28/02/2019 | – | 596,440 | 104 | 4,471 | 0.75 | $0.021 | $107.95 | $21.59 | $129.54 | CPC | Push Notifications |

Статистика в ClickDealer

| CAMPAIGN | FORMAT | CLICKS | TOTAL CLICKS | CONVERSIONS | EVENTS | REVENUE, $ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| (40985) [MOB] C.Dating /DE SOI - CPA - $2.00 | CPA | 3468 | 4235 | 535 | 0 | 1070.00 |

**Вот так я получил со всеми округлениями чистой прибылью 445$!**

**Источник трафика:** megapu.sh

**Период слива:** 04.01.2019 - 13.01.2019

**Партнерская программа:** gotzha

**ГЕО:** FR

**Потрачено:** 27 000$

**Получено:** 40 000$

**Megapush Bonus:** 2 250$

**Чистая прибыль:** 15 250$

**ROI:** 50%

# Свипстейки на Францию с прибылью 15 000$ за 10 дней

# ДАВАЙТЕ ВЗГЛЯНЕМ САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ КРЕАТИВЫ:



**Всем привет,** сегодня хочу рассказать как я сливал пуш трафик на свипы.

В качестве источника трафика была выбрана сеть megapu.sh по следующем причинам:

1. Из всех пуш сеток имеет, самое большое количество трафика.
2. Наличие бонус не только за первое пополнение, но и за любое дальнейшее начиная от суммы в 500$ на ваш баланс начисляются Megapush Points, 1MP = 15$. Так в данном кейсе я получил порядка 150MP (Megapush Points) что равно 2 250$
3. В начале января, мегапуш имел самый честный аукцион, с точки зрения рекламодателя, тогда на ваше объявление не влиял его CTR, а влиял только бид у креатива.

Таки образом можно было составлять самые честные релевантные объявления, ставить максимальный бид, и получать заинтересованную ЦА.

## ПОПУЛЯРНЫЕ КРЕАТИВЫ:

Votre cadeau Samsung S9 vous attend dans entrepôt (!)

Cadeaux de Noël!!!

Vous avez une chance de gagner le Samsung S9!

# ПОПУЛЯРНЫЕ КРЕАТИВЫ:

?Vous avez gagné Samsung S9!

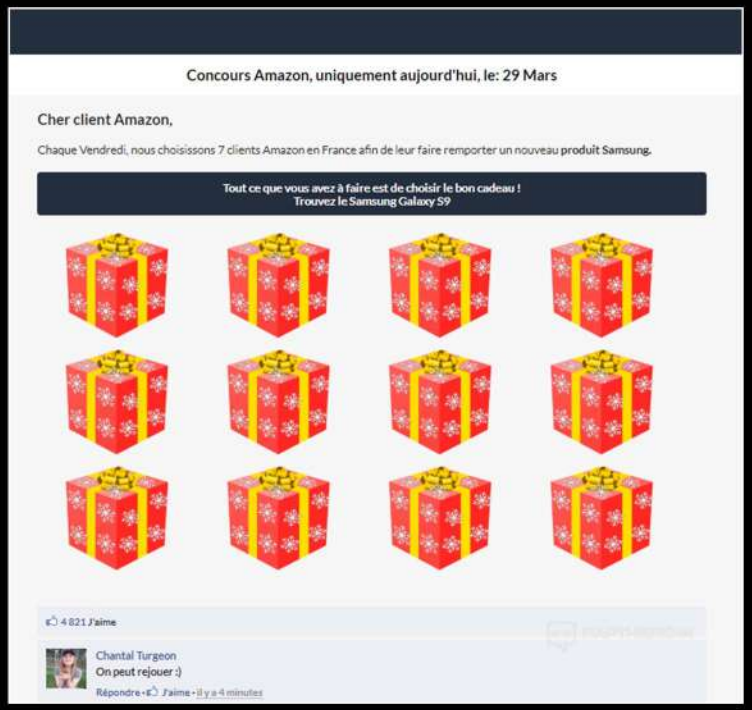
Cliquez ici pour réclamer!

Сообщения которые четко доносят до пользователя, что он счастливчик и выиграл Samsung.

Картинки так же четко демонстрирует пользователю товар лицом.

# ЛЕНДИНГИ БЫЛИ СЛЕДУЮЩИЕ:

Простой ленд с коробками




Длинный опросник с мимикрией под амазон

Короткий опрос с мимикрией под почту франции

# ЛУЧШИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

## СРАЗУ СКАЖУ ПОКАЗАЛ САМЫЙ ПРОСТО ЛЕНДИНГ

Landers | Choose grouping | Choose grouping | Search | Custom Date | 2019-01-01 - 2019-01-13 | +3 | Refresh | Edit | Export | Update costs | Filters | Show Chart

| Name | Clicks | LP Clicks | LP CTR | Leads | CPL | CR | EPC | CPC | Revenue | Cost | Profit | ROI | Unique | Unique (Campaign) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| FR \| Sweepstake Samsung \| Amazon Box (id:14) FR | 92,367 | 23,533 | 25.48% | 472 | $14.66 | 0.51% | $0.13501 | $0.07492 | $12,470.51 | $6,920.38 | $5,550.12 | 80.20% | 81,938 | 82,309 |
| FR \| Sweepstake Samsung \| Amazon Question (id:15) FR | 757 | 72 | 9.51% | 3 | $17.97 | 0.40% | $0.10502 | $0.07123 | $79.50 | $53.92 | $25.58 | 47.44% | 19 | 19 |
| FR \| Sweepstake Samsung \| Pochta 2 (id:22) FR | 251,859 | 38,473 | 15.28% | 960 | $18.01 | 0.38% | $0.10073 | $0.06866 | $25,370.06 | $17,291.99 | $8,078.07 | 46.72% | 224,806 | 225,416 |

# ПАРТНЕРКА И ОФЕР

В качестве ПП была выбрана партнерка gotzha, оффер был порекомендован менеджером, и так как он сразу пошел в плюс, каких то хитрых сплит тестов не проводилось.

**Как итог имеем +13 000$ за 10 дней. +2 250$ в виде МР**

Days | Choose grouping | Choose grouping | Search | Custom Date | 2019-01-01 - 2019-01-13 | +3 | Refresh | Edit | Export | Update costs | Filters | Show Chart

| Name | Clicks | LP Clicks | LP CTR | Leads | CPL | CR | EPC | CPC | Revenue | Cost | Profit | ROI | Unique | Unique (Campaign) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2019-01-13 | 75,870 | 11,485 | 15.14% | 272 | $16.96 | 0.36% | $0.09448 | $0.06080 | $7,168.51 | $4,613.08 | $2,555.43 | 55.40% | 59,542 | 59,717 |
| 2019-01-12 | 45,485 | 7,774 | 17.09% | 182 | $22.88 | 0.40% | $0.10603 | $0.09154 | $4,823.00 | $4,163.67 | $659.33 | 15.84% | 39,692 | 39,838 |
| 2019-01-11 | 33,893 | 5,299 | 15.64% | 119 | $21.91 | 0.35% | $0.09124 | $0.07694 | $3,092.56 | $2,607.79 | $484.77 | 18.59% | 26,064 | 26,172 |
| 2019-01-10 | 96,024 | 17,245 | 17.96% | 401 | $19.01 | 0.42% | $0.11063 | $0.07937 | $10,623.50 | $7,621.02 | $3,002.48 | 39.40% | 73,387 | 73,625 |
| 2019-01-09 | 35,377 | 6,321 | 17.87% | 139 | $15.03 | 0.39% | $0.10412 | $0.05905 | $3,683.50 | $2,089.11 | $1,594.39 | 76.32% | 31,328 | 31,449 |
| 2019-01-08 | 11,734 | 2,443 | 20.82% | 46 | $15.35 | 0.39% | $0.10389 | $0.06018 | $1,219.00 | $706.18 | $512.82 | 72.62% | 10,359 | 10,414 |
| 2019-01-07 | 24,035 | 4,576 | 19.04% | 103 | $14.18 | 0.43% | $0.11336 | $0.06076 | $2,724.50 | $1,460.39 | $1,264.11 | 86.56% | 19,714 | 19,787 |
| 2019-01-06 | 58,444 | 10,189 | 17.43% | 209 | $16.30 | 0.36% | $0.09472 | $0.05828 | $5,536.00 | $3,406.02 | $2,129.98 | 62.54% | 49,451 | 49,529 |
| 2019-01-05 | 6,104 | 1,774 | 29.06% | 45 | $9.90 | 0.74% | $0.19536 | $0.07300 | $1,192.50 | $445.59 | $746.91 | 167.62% | 5,935 | 5,940 |
| 2019-01-04 | 3,247 | 955 | 29.41% | 10 | $23.70 | 0.31% | $0.08161 | $0.07300 | $265.00 | $237.03 | $27.97 | 11.80% | 3,131 | 3,133 |

ПАРТНЕРКИН

# P.S.



В кейсах, мне всегда интересно читать, как умирает связка, и когда автор перестает ее лить.

В этом случаи все изменилось за 1 день.

Дело в том что в megapush'е было введено новое обновление по работе с аукционном, и теперь для того что бы крутить много и дешево, ваше объявление должно иметь высокий CTR.

Уже нельзя составить целевое объявление и крутить его в топе, а релевантные объявления как правила не набирают CTR, для того что бы получить трафик по адекватному биду приходит мимикрировать под системные сообщения ("У вас 1 новое сообщение", "Подарок от почты Франции" и т.д.) и если вам повезет ваше объявление будет иметь хороший охват, вот только кликают по ним далеко не целевая аудитория, и как итог имеем, большое количество переходов, но малый конверт.

**КОНЕЦ ЯНВАРЯ:**

Days | Choose grouping | Choose grouping | Search | Custom Date | 2019-01-14 - 2019-01-31 | +3 | Refresh | Edit | Export | Update costs | Filters | Show Chart

| Name | Clicks | LP Clicks | LP CTR | Leads | CPL | CR | EPC | CPC | Revenue | Cost | Profit | ROI | Unique | Unique (Campaign) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2019-01-31 | 53,804 | 7,273 | 13.52% | 68 | $35.50 | 0.13% | $0.02402 | $0.04487 | $1,292.50 | $2,414.10 | ($1,121.60) | -46.46% | 45,184 | 45,195 |
| 2019-01-30 | 194 | 2 | 1.03% | 0 | $0.00 | 0.00% | $0.00000 | $0.06801 | $0.00 | $13.19 | ($13.19) | -100.00% | 181 | 181 |
| 2019-01-29 | 199 | 3 | 1.51% | 0 | $0.00 | 0.00% | $0.00000 | $0.06880 | $0.00 | $13.69 | ($13.69) | -100.00% | 183 | 184 |
| 2019-01-28 | 182 | 2 | 1.10% | 0 | $0.00 | 0.00% | $0.00000 | $0.06829 | $0.00 | $12.43 | ($12.43) | -100.00% | 175 | 176 |
| 2019-01-27 | 218 | 2 | 0.92% | 1 | $14.72 | 0.46% | $0.00012 | $0.06753 | $0.03 | $14.72 | ($14.70) | -99.82% | 204 | 207 |
| 2019-01-26 | 222 | 0 | 0.00% | 0 | $0.00 | 0.00% | $0.00000 | $0.06710 | $0.00 | $14.90 | ($14.90) | -100.00% | 210 | 211 |
| 2019-01-25 | 223 | 6 | 2.69% | 0 | $0.00 | 0.00% | $0.00000 | $0.06752 | $0.00 | $15.06 | ($15.06) | -100.00% | 207 | 208 |
| 2019-01-24 | 242 | 6 | 2.48% | 2 | $8.05 | 0.83% | $0.00022 | $0.06653 | $0.05 | $16.10 | ($16.05) | -99.68% | 228 | 228 |
| 2019-01-23 | 311 | 6 | 1.93% | 0 | $0.00 | 0.00% | $0.00000 | $0.06598 | $0.00 | $20.52 | ($20.52) | -100.00% | 290 | 294 |
| 2019-01-22 | 374 | 6 | 1.61% | 0 | $0.00 | 0.00% | $0.00000 | $0.06499 | $0.00 | $24.30 | ($24.30) | -100.00% | 339 | 341 |
| 2019-01-21 | 509 | 11 | 2.16% | 0 | $0.00 | 0.00% | $0.00000 | $0.06430 | $0.00 | $32.73 | ($32.73) | -100.00% | 429 | 431 |
| 2019-01-20 | 20,244 | 2,819 | 13.93% | 37 | $29.49 | 0.18% | $0.04386 | $0.05389 | $888.00 | $1,091.03 | ($203.03) | -18.61% | 19,312 | 19,315 |
| 2019-01-19 | 5,633 | 801 | 14.22% | 9 | $30.16 | 0.16% | $0.03835 | $0.04818 | $216.00 | $271.40 | ($55.40) | -20.41% | 5,427 | 5,433 |
| 2019-01-18 | 618 | 15 | 2.43% | 0 | $0.00 | 0.00% | $0.00000 | $0.06973 | $0.00 | $43.09 | ($43.09) | -100.00% | 555 | 560 |
| 2019-01-17 | 2,340 | 256 | 10.94% | 8 | $19.14 | 0.34% | $0.07778 | $0.06542 | $182.01 | $153.08 | $28.92 | 18.89% | 2,213 | 2,215 |
| 2019-01-16 | 11,716 | 1,662 | 14.19% | 32 | $28.66 | 0.27% | $0.05634 | $0.07829 | $660.03 | $917.25 | ($257.22) | -28.04% | 11,238 | 11,257 |
| 2019-01-15 | 959 | 26 | 2.72% | 1 | $65.85 | 0.10% | $0.02711 | $0.06867 | $26.00 | $65.85 | ($39.85) | -60.52% | 835 | 839 |
| 2019-01-14 | 10,948 | 1,502 | 13.72% | 33 | $20.59 | 0.30% | $0.07888 | $0.06208 | $874.50 | $679.61 | $194.89 | 28.68% | 9,532 | 9,559 |

**ФЕВРАЛЬ:**

Days | Choose grouping | Choose grouping | Search | Custom Date | 2019-02-01 - 2019-02-28 | +3 | Refresh | Edit | Export | Update costs | Filters | Show Chart

| Name | Clicks | LP Clicks | LP CTR | Leads | CPL | CR | EPC | CPC | Revenue | Cost | Profit | ROI | Unique | Unique (Campaign) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2019-02-28 | 138 | 1 | 0.73% | 0 | $0.00 | 0.00% | $0.00000 | $0.06130 | $0.00 | $8.46 | ($8.46) | -100.00% | 131 | 131 |
| 2019-02-27 | 185 | 2 | 1.09% | 0 | $0.00 | 0.00% | $0.00000 | $0.06031 | $0.00 | $11.16 | ($11.16) | -100.00% | 152 | 152 |
| 2019-02-26 | 3,367 | 621 | 18.46% | 3 | $59.15 | 0.09% | $0.01993 | $0.05270 | $67.12 | $177.45 | ($110.33) | -62.18% | 3,227 | 3,227 |
| 2019-02-25 | 175 | 9 | 5.14% | 0 | $0.00 | 0.00% | $0.00000 | $0.06262 | $0.00 | $10.96 | ($10.96) | -100.00% | 147 | 148 |
| 2019-02-24 | 2,333 | 406 | 17.40% | 5 | $30.08 | 0.21% | $0.05107 | $0.06446 | $119.14 | $150.38 | ($31.24) | -20.77% | 2,221 | 2,222 |
| 2019-02-23 | 214 | 4 | 1.87% | 0 | $0.00 | 0.00% | $0.00000 | $0.05936 | $0.00 | $12.70 | ($12.70) | -100.00% | 185 | 186 |
| 2019-02-22 | 214 | 2 | 0.95% | 0 | $0.00 | 0.00% | $0.00000 | $0.05688 | $0.00 | $12.17 | ($12.17) | -100.00% | 200 | 201 |
| 2019-02-21 | 125 | 4 | 3.20% | 0 | $0.00 | 0.00% | $0.00000 | $0.06272 | $0.00 | $7.84 | ($7.84) | -100.00% | 109 | 110 |
| 2019-02-20 | 191 | 2 | 1.05% | 0 | $0.00 | 0.00% | $0.00000 | $0.06203 | $0.00 | $11.85 | ($11.85) | -100.00% | 172 | 172 |
| 2019-02-19 | 201 | 8 | 3.98% | 0 | $0.00 | 0.00% | $0.00000 | $0.06303 | $0.00 | $12.67 | ($12.67) | -100.00% | 156 | 157 |
| 2019-02-18 | 204 | 3 | 1.47% | 0 | $0.00 | 0.00% | $0.00000 | $0.06242 | $0.00 | $12.73 | ($12.73) | -100.00% | 174 | 176 |
| 2019-02-17 | 267 | 4 | 1.50% | 0 | $0.00 | 0.00% | $0.00000 | $0.06296 | $0.00 | $16.81 | ($16.81) | -100.00% | 237 | 236 |
| 2019-02-16 | 342 | 15 | 4.42% | 1 | $22.74 | 0.29% | $0.07573 | $0.06650 | $25.90 | $22.74 | $3.16 | 13.87% | 288 | 287 |
| 2019-02-15 | 6,758 | 1,405 | 20.80% | 18 | $28.75 | 0.27% | $0.06923 | $0.07658 | $467.83 | $517.51 | ($49.67) | -9.60% | 6,098 | 6,128 |
| 2019-02-14 | 10,442 | 2,036 | 19.53% | 30 | $23.35 | 0.29% | $0.07470 | $0.06708 | $780.00 | $700.48 | $79.52 | 11.35% | 9,048 | 9,086 |
| 2019-02-13 | 1,444 | 229 | 16.07% | 6 | $14.96 | 0.42% | $0.10802 | $0.06214 | $155.98 | $89.73 | $66.25 | 73.83% | 1,245 | 1,251 |
| 2019-02-12 | 4,419 | 616 | 20.13% | 14 | $14.30 | 0.32% | $0.07920 | $0.04530 | $350.00 | $200.18 | $149.82 | 74.84% | 4,015 | 4,025 |
| 2019-02-11 | 7,746 | 1,877 | 24.24% | 32 | $15.87 | 0.41% | $0.10534 | $0.06555 | $816.00 | $507.77 | $308.23 | 60.70% | 7,242 | 7,253 |
| 2019-02-10 | 5,965 | 1,255 | 21.04% | 23 | $13.63 | 0.39% | $0.09624 | $0.05257 | $586.00 | $313.55 | $272.45 | 86.89% | 5,417 | 5,433 |
| 2019-02-09 | 1,373 | 152 | 11.07% | 1 | $83.02 | 0.07% | $0.01821 | $0.06046 | $25.00 | $83.02 | ($58.02) | -69.89% | 1,257 | 1,259 |
| 2019-02-08 | 4,774 | 871 | 18.24% | 20 | $10.96 | 0.42% | $0.10683 | $0.04593 | $510.00 | $219.28 | $290.72 | 132.58% | 4,396 | 4,402 |
| 2019-02-07 | 4,262 | 528 | 12.39% | 6 | $39.70 | 0.14% | $0.03449 | $0.05589 | $147.00 | $238.20 | ($91.20) | -38.29% | 3,555 | 3,579 |
| 2019-02-06 | 7,049 | 1,426 | 20.23% | 14 | $24.70 | 0.20% | $0.04859 | $0.04906 | $342.55 | $345.82 | ($3.27) | -0.95% | 5,977 | 5,980 |
| 2019-02-05 | 15,837 | 2,628 | 16.59% | 37 | $27.67 | 0.23% | $0.05716 | $0.06465 | $905.54 | $1,023.89 | ($118.35) | -11.56% | 13,706 | 13,716 |
| 2019-02-04 | 22,164 | 3,331 | 15.03% | 39 | $30.43 | 0.18% | $0.03907 | $0.05355 | $866.00 | $1,186.92 | ($320.92) | -27.04% | 19,670 | 19,681 |
| 2019-02-03 | 405 | 7 | 1.73% | 0 | $0.00 | 0.00% | $0.00000 | $0.05281 | $0.00 | $21.39 | ($21.39) | -100.00% | 355 | 358 |
| 2019-02-02 | 3,419 | 706 | 20.65% | 6 | $27.11 | 0.18% | $0.03159 | $0.04758 | $108.00 | $162.66 | ($54.66) | -33.60% | 3,122 | 3,130 |
| 2019-02-01 | 6,324 | 1,054 | 16.69% | 9 | $31.55 | 0.14% | $0.02625 | $0.04490 | $166.00 | $283.95 | ($117.95) | -41.54% | 4,596 | 4,600 |

## ВЫВОДЫ:

Для успешной работы с любым источником трафика всегда пытайтесь разобраться в его фишка и особенностях.

Наш телеграмм чат https://t.me/ask_artishchev | Наш телеграмм канал https://t.me/Megapush_channel
Чтобы лить трафик посети https://megapu.sh/

**Трафик:** Push Notifications от propellerads.com

**Партнерка:** ClickDealer

**Оффер:** 888Sport UK

**Период слива:** 27.11.18 - 14.12.18

**ГЕО:** Великобритания

**Потрачено:** 896,71$

**Доход:** 1232.00$

**Прибыль:** 335,29$

**ROI:** 37%

# Беттинг-оффер на Великобританию с ROI 37%

Один из наших арбитражников вышел в ощутимый плюс, запуская кампании во время матчей Английской Премьер-лиги. Делимся с вами его кейсом!
Кейс очень полезен как пример правильной работы с таргетингом, а успех его автора можно легко повторить.



# ВВЕДЕНИЕ

**Всем привет!**

Сегодня хочу поделиться с вами кейсом по сливу трафа на betting оффер в Англии.

Рекламировал Беттинг-сайт 888Sport с таргетом на Великобританию. Сосредоточился на Английской Премьер-лиге, потому что тут есть явный интерес со стороны болельщиков и всех кто просто любит ставки на спорт.

# КАК СЛИВАЛ

Особенность этого кейса в том, что я сливал траф только в выходные дни, во время важных матчей, когда играли популярные футбольные команды.

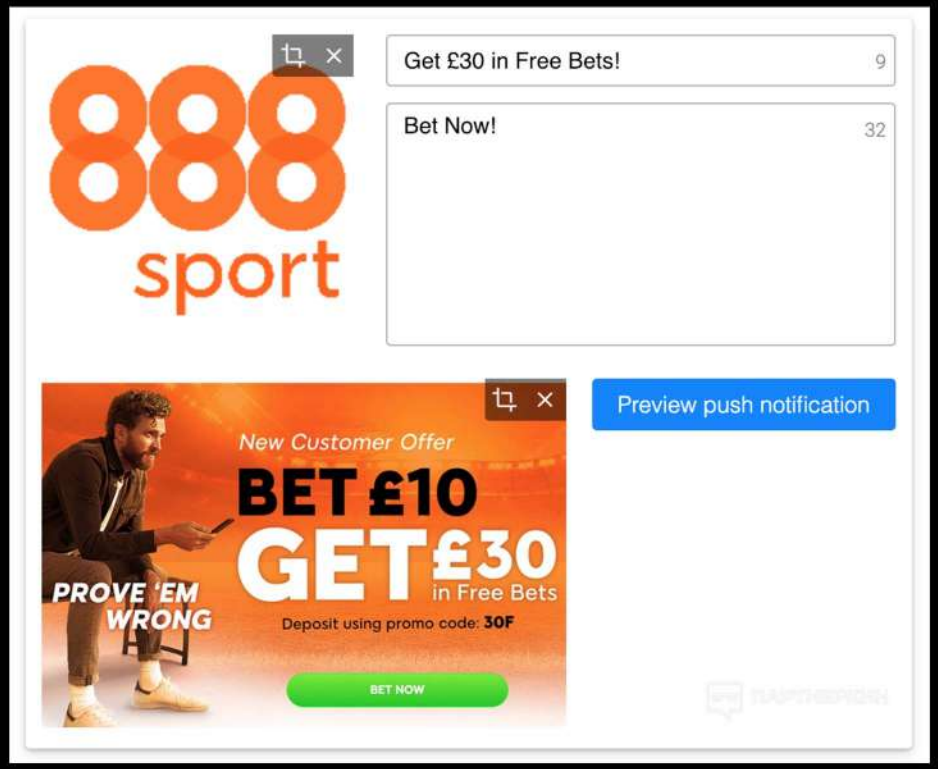
**Каждая кампания крутилась 1-2 дня, не больше.**
**В общей сумме кампании были активны примерно 14 дней.**

Сначала я запускал и тестировал кампании с креативами общей тематики. Это помогло понять, какие девайсы и уровни активности пользователей конвертят лучше всего.

Лучше всего себя показали кампании с таргетингом на десктоп, так что потом я делал упор на этот таргетинг.

## Креатив общей тематики

Этот креатив сработал лучше всего:



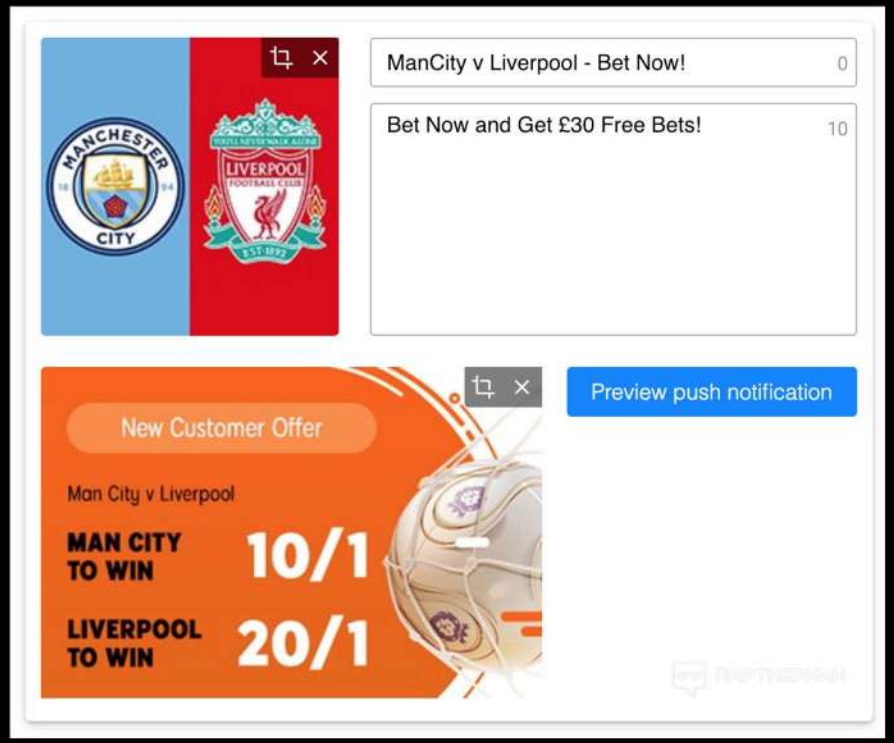

## Креатив под конкретные события

Лучше всего заходит креатив, сделанный по такому шаблону:

**Заголовок:** названия команд — участниц матча и фраза «Bet Now!».

**Описание:** специальные предложения для новых клиентов

Для иконки я использовал логотипы команд, а для баннера — специальные предложения для новых клиентов, картинки с коэффициентами на конкретный матч для новых игроков или информацию о любой акции.



# ИТОГИ



Оффер непростой: бывали дни когда люди неохотно вносили депозиты.
Но конверт из регистраций в депозит был всегда весьма хороший.

## Статистика в PropellerAds

Status | Origin | Ad Format | Archived

| St | ID | Name | Origin | Start Time | End Time | Impressions | Conversions | Clicks | CTR, % | CPM | Cost | Type | Ad Format |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| STOPPED | 1687845 | 888SPORT Tottenham vs Man Ut... | SSP | 13/01/2019 | – | 1,713 | 0 | 38 | 2.22 | $0.080 | $2.46 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1687831 | 888SPORT Tottenham vs Man Ut... | SSP | 13/01/2019 | – | 38,419 | 0 | 351 | 0.91 | $0.040 | $13.01 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1649210 | ManCity v Liverpool Mob Medium | SSP | 03/01/2019 | – | 28,805 | 1 | 185 | 0.64 | $0.080 | $13.68 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1649186 | ManCity v Liverpool Desktop High | SSP | 03/01/2019 | – | 3,458 | 1 | 66 | 1.91 | $0.100 | $6.60 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1649156 | ManCity v Liverpool Desktop Low | SSP | 03/01/2019 | – | 71,526 | 3 | 726 | 1.02 | $0.060 | $43.08 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1637304 | 888SPORT Liverpool - Arsenal De... | SSP | 29/12/2018 | – | 65,339 | 2 | 690 | 1.06 | $0.060 | $40.44 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1637284 | 888SPORT Liverpool - Arsenal De... | SSP | 29/12/2018 | – | 4,185 | 0 | 79 | 1.89 | $0.100 | $7.20 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1637186 | 888SPORT Mob Medium Newest | SSP | 29/12/2018 | – | 76,691 | 1 | 443 | 0.58 | $0.090 | $32.31 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1589602 | Liverpool - Man United Desktop L... | SSP | 15/12/2018 | – | 67,113 | 0 | 679 | 1.01 | $0.100 | $61.08 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1589596 | Liverpool - Man United Desktop M... | SSP | 15/12/2018 | – | 7,397 | 0 | 109 | 1.47 | $0.150 | $13.07 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1589592 | Liverpool - Man United Desktop Hi... | SSP | 15/12/2018 | – | 4,782 | 1 | 86 | 1.80 | $0.150 | $11.05 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1588206 | 888SPORT Man City - Everton Des... | SSP | 15/12/2018 | – | 26,642 | 1 | 199 | 0.75 | $0.060 | $11.94 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1588200 | 888SPORT Man City - Everton Des... | SSP | 15/12/2018 | – | 3,322 | 0 | 44 | 1.32 | $0.101 | $4.44 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1588196 | Man City - Everton Desktop High | SSP | 15/12/2018 | – | 3,237 | 0 | 47 | 1.45 | $0.202 | $9.49 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1575130 | 888SPORT ЛЧ Desktop Medium | SSP | 11/12/2018 | – | 8,379 | 0 | 137 | 1.64 | $0.070 | $13.71 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1572777 | 888SPORT ЛЧ Desktop Low | SSP | 10/12/2018 | – | 58,040 | 1 | 509 | 0.88 | $0.070 | $45.37 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1572776 | 888SPORT ЛЧ Desktop High | SSP | 10/12/2018 | – | 4,646 | 0 | 90 | 1.94 | $0.070 | $18.41 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1567483 | 888SPORT Desktop Low 1 | SSP | 08/12/2018 | – | 30,845 | 0 | 324 | 1.05 | $0.050 | $25.60 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1567481 | 888SPORT Desktop Medium 1 | SSP | 08/12/2018 | – | 7,769 | 0 | 112 | 1.44 | $0.081 | $9.07 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1567466 | 888SPORT Chealsea - Man City D... | SSP | 08/12/2018 | – | 67,838 | 2 | 659 | 0.97 | $0.070 | $56.32 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1567451 | 888SPORT Chealsea - Man City D... | SSP | 08/12/2018 | – | 6,129 | 0 | 91 | 1.48 | $0.081 | $7.37 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1567296 | 888SPORT Chealsea - Man City M... | SSP | 08/12/2018 | – | 134,258 | 1 | 354 | 0.26 | $0.070 | $29.20 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1567293 | 888SPORT Chealsea - Man City M... | SSP | 08/12/2018 | – | 13,985 | 0 | 64 | 0.46 | $0.100 | $5.60 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1567291 | 888SPORT Chealsea - Man City D... | SSP | 08/12/2018 | – | 4,036 | 1 | 81 | 2.01 | $0.206 | $16.69 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1567290 | 888SPORT Chelsea vs Man City ... | SSP | 08/12/2018 | – | 8,978 | 0 | 110 | 1.23 | $0.208 | $20.38 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1567267 | 888SPORT Desktop High 2 | SSP | 08/12/2018 | – | 3,219 | 0 | 37 | 1.15 | $0.200 | $6.60 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1567261 | 888SPORT Desktop High 1 | SSP | 08/12/2018 | – | 5,402 | 1 | 92 | 1.70 | $0.150 | $14.50 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1567222 | 888SPORT Mob Low NEW 2 | SSP | 08/12/2018 | – | 72,430 | 0 | 118 | 0.16 | $0.101 | $10.71 | CPC | Push Notifications |

## Статистика в ClickDealer

CAMPAIGN SUMMARY

Period 11/27/2018 - 01/14/2019 | Campaign (61586) [WEB+MOB] 888Sport - English /UK FTD - CPA - $64.00 | Include non-payable

Apply | Clear

REPORT

| CAMPAIGNS | CLICKS | TOTAL CLICKS | CONVERSION | EVENTS | REVENUE, $ | CR(UNIQUE/ | EPC(UNIQUE, |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| (61586) [WEB+MOB] 888Sport - English /UK FTD - CPA - $64.00 | 11702 | 12777 | 14 | 41 | 1232.00 | 0.47/0.43 | 0.1053/0.0964 |
| TOTAL | 11702 | 12777 | 14 | 41 | 1232.00 | 0.47/0.43 | 0.1053/0.0964 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| STOPPED | 1567218 | 888SPORT Mob Low NEW 1 | SSP | 08/12/2018 | – | 127,025 | 0 | 302 | 0.24 | $0.050 | $24.61 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1567214 | 888SPORT Mob Medium NEW 2 | SSP | 08/12/2018 | – | 8,266 | 0 | 33 | 0.40 | $0.100 | $3.00 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1567208 | 888SPORT Mob Medium NEW 1 | SSP | 08/12/2018 | – | 22,031 | 0 | 109 | 0.49 | $0.100 | $10.00 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1567197 | 888SPORT Mob High CPM 2 | SSP | 08/12/2018 | – | 1,565 | 0 | 10 | 0.64 | $1.500 | $5.02 | CPM | Push Notifications |
| STOPPED | 1567163 | 888SPORT Mob High CPM 1 | SSP | 08/12/2018 | – | 20,451 | 2 | 232 | 1.13 | $1.500 | $39.07 | CPM | Push Notifications |
| STOPPED | 1553430 | MU vs Arsenal Mob Low 3 | SSP | 05/12/2018 | – | 62,652 | 0 | 151 | 0.24 | $0.050 | $6.90 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1553416 | MU vs Arsenal Mob Low 2 | SSP | 05/12/2018 | – | 14,515 | 0 | 46 | 0.32 | $0.050 | $1.95 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1553403 | MU vs Arsenal Mob Low 1 | SSP | 05/12/2018 | – | 62,581 | 1 | 155 | 0.25 | $0.050 | $7.50 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1553378 | MU vs Arsenal Mob Medium 3 | SSP | 05/12/2018 | – | 22,144 | 0 | 152 | 0.69 | $0.160 | $21.98 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1553335 | MU vs Arsenal Mob Medium 2 | SSP | 05/12/2018 | – | 22,039 | 1 | 152 | 0.69 | $0.160 | $21.95 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1553245 | MU vs Arsenal Mob Medium 1 | SSP | 05/12/2018 | – | 15,233 | 0 | 113 | 0.74 | $0.180 | $16.77 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1553038 | MU vs Arsenal Mob High 3 | SSP | 05/12/2018 | – | 912 | 0 | 4 | 0.44 | $0.200 | $0.80 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1553022 | MU vs Arsenal Mob High 2 | SSP | 05/12/2018 | – | 1,075 | 0 | 11 | 1.02 | $0.200 | $2.14 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1553007 | MU vs Arsenal Mob High 1 | SSP | 05/12/2018 | – | 3,190 | 0 | 43 | 1.35 | $0.200 | $8.28 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1531178 | 888SPORT Mob Low | SSP | 28/11/2018 | – | 318,189 | 2 | 868 | 0.27 | $0.050 | $58.84 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1531154 | 888SPORT Mob Medium | SSP | 28/11/2018 | – | 80,540 | 2 | 431 | 0.54 | $0.090 | $49.51 | CPC | Push Notifications |
| STOPPED | 1531139 | 888SPORT Mob High | SSP | 28/11/2018 | – | 24,474 | 1 | 300 | 1.23 | $0.080 | $57.23 | CPC | Push Notifications |

Итого, я потратил 897$, а получил 1232$, то есть моя **чистая прибыль составила 335$.**

**Оффер:** Mainstream Dating smartlink

**GEO:** ZA

**Источник трафика:** Megapu.sh

**ПП:** Imonetizeit

**Период слива:** 25.01.2019 — 25.03.2019

**Потрачено:** 394$

**Получено:** 819$

**Профит:** 425$

**ROI:** 107%

# Кейс по Дейтингу на ZA через пуши

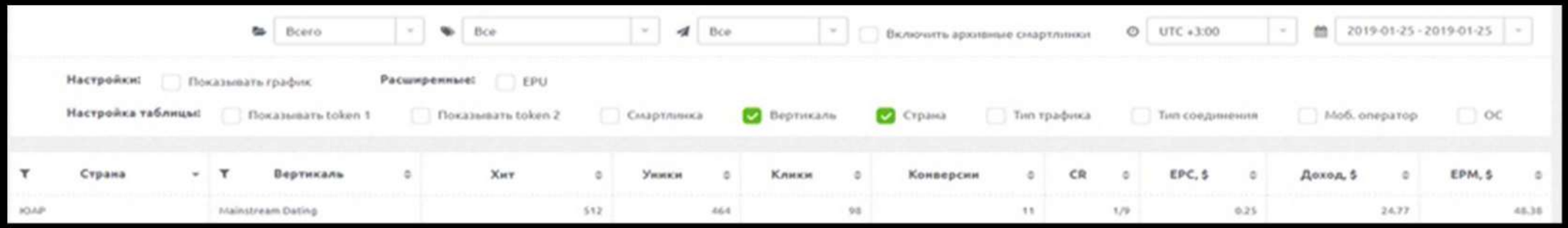
# $819

# ROI 107%

**Всем привет!**

Сегодня решил написать свой кейс по дейтингу на гео ZA.
Уже давно это гео не давало мне покоя, так как заметил, что ещё с декабря средний бид был достаточно низким, а конкуренция на это гео была слабой. В то же время спрос был весьма большим на эту страну, судя по кол-ву офферов. После новогодних праздников картина по сути осталась та же и я решил, что пора искать подходящий оффер.

На самом деле, история вышла достаточно забавной. В одной ноунейм партнерке я нашел оффер на это гео с вкусной выплатой. Решив протестить, я получил буквально 3 лида в первый день, из которых 1 почему-то находился в отмене. Пообщавшись с менеджером стало ясно, что там какие-то тех траблы. Остановив трафик, я заметил, что достаточно большое кол-во кликов стало доходить со временем. Чтобы трафик не улетал в пустую, решил сделать трафикбек на смартлинку, выбрав ПП аймонитизейт.Через определенное время зашел в ПП и увидел такую картину:




| Страна | Вертикаль | Хит | Уники | Клики | Конверсии | CR | EPC, $ | Доход, $ | EPM, $ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ЮАР | Mainstream Dating | 512 | 464 | 98 | 11 | 1/9 | 0.25 | 24.77 | 48.38 |

Около 500% ROI. Честно сказать я был в небольшом, приятном шоке. Далее, немного промасштабировав компании, только за выходные удалось заработать 174$.

Очевидно, что на тот момент в смартлинке был хороший оффер, с выплатой в 2.6$ и с приятной конверсией.
Но, к сожалению, такие показатели долго не продержались по двум причинам:

1) Бид был достаточно динамичным — сегодня я лью по 0.8 цента, завтра по 2.

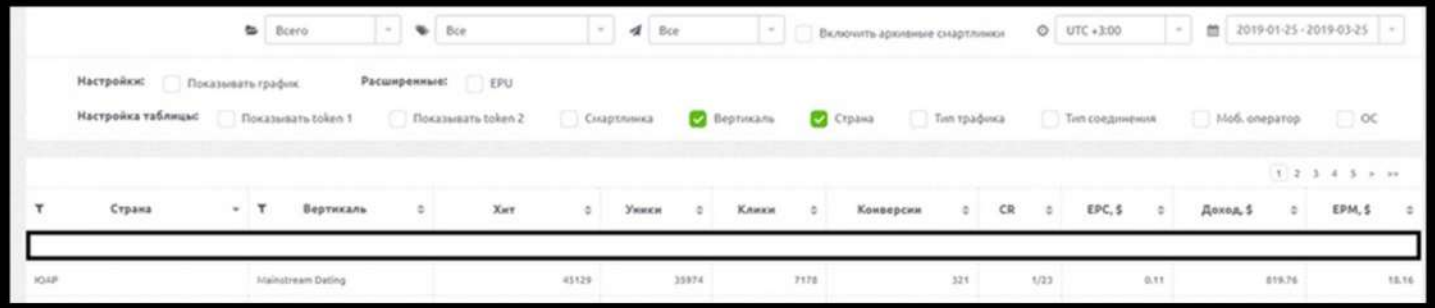
2) Ушел рекл через неделю с этим оффером.

Буквально через несколько дней появился рекл со ставкой в 3.3$, но с не совсем хорошей конверсией. Соответственно остальное время связка отливалась рывками, в дни, где бид был плюс-минус в районе цента , а определенный день недели способствовал повышению показателя CR, только в таком случае мне удавалось выйти в плюс с этим оффером.

Проблема также была в масштабировании связки: за счет низкого бида был хороший ROI, но кол-во трафика хотелось заполучать больше. В тоже время, когда это удавалось достичь, конверсия падала в разы на объемах. В конечном итоге я долил связку, и уже посмотрев на цифры в виде 1к кликов — 0 лидов, решил стопнуть траф полностью.

Ну а теперь к статистике. Скрин с **МП**:

Скрин с **ПП аймонитизейт**:



# ПЕРЕЙДЕМ НЕПОСРЕДСТВЕННО К НАСТРОЙКАМ И КРЕАТИВАМ:

**Настройки РК.** В основном лил мобайл. Десктоп тестил — получалось выходить то в мелкий минус, то в ноль, + обьема в разы меньше, поэтому остановился только на мобайле.

**Креативы и ленды.** Лил на прямую на смартлинку без своих прокладок.

**Текстовая часть.** Стандартный подход в пушах на дейтинг. Задача создать илюзию живого обращения. Тайтл: имя девушки, сообщение: предложение/познакомиться/встретиться и т.д. Тестил различные текста с этим подходом — большой разницы в конверте не ощущалось.

**Графическая составляющая.** На мелкой картинке тестировал в основном 2 подхода: картинка с «новым сообщением» и непосредственно фото девушки (только лицо).

На большом фото-креативе в основном лица симпотичных девушек. Где чисто лицо или лицо-грудь-фигура. Это были отработанные креативы уже на других гео, которые показывали хорошие результаты на других офферах.

Интересное вот ещё что: у меня есть креатив, который конвертит на самых различных гео (Скандинавия, Лат Америка, Европа, Африка), он по сути и лился. Естественно палить я его не стану, без обид :)

**Оптимизация.** По сути я отключил пару фидов, дальше регулировался только бид.

**Смартлинка и прямые офферы.** Здесь смартлинка показала хорошие результаты. Причиной, по моему мнению — это проработанные прокладки, которые протещены большим кол-во трафика + непосредственно сам оффер. Но уверен, что с прямых офферов можно выжать больше, за счет вышей ставки и возможно за счет эксклюзивности, если вам удастся такой найти, но для этого придется приложить немного больше усилий.

**Надеюсь было полезно, и что-то из этого кейса вы для себя почерпнули.**
**Спасибо за прочтение и высоких вам ROI :)**

**Трафик:** Push Notifications от propellerads.com

**Партнерка:** Soicos

**Оффер:** Rapicredit

**Период слива:** 05.11.2018 - 10.12.2018

**ГЕО:** Колумбия

**Потрачено:** 279$

**Доход:** 890$

**Прибыль:** 611$

**ROI:** 219%

# Кредитный оффер на Колумбию с ROI 219%

Мы запустили оффер от CPA-сети Soicos на пушах. Спойлер: профит отличный! И раз речь зашла о заработке, то и вертикаль пусть будет тоже финансовой. Наш эксперт по арбитражу Роман выбрал кредитный оффер с выплатой 2$ и протестировал его специально для вас. Итак, объясняем на наглядном примере, как легко заработать на финансовом оффере.

## КРЕАТИВЫ И ЛЕНДИНГИ

Для иконки пуша Роман использовал логотип кредитной организации Rapicredit, а для баннера банкноты колумбийских песо:

Обычно хорошо заходят локализованные креативы: с государственным флагом, валютой, фотографией местной знаменитости.
Такие изображения знакомы аудитории и подсознательно вызывают больше доверия.

**Заголовок:**
¿Necesita efectivo hoy? /
Нужны наличные сегодня?

**Описание:**
¡Solicite ahora y obtenga hasta 0 000 /
Подайте заявку сейчас и получите до 350 000$!

# ЛЕНДИНГ

**Как это часто бывает, наилучший результат показала кампания с таргетингом на мобайл и высокую и активность пользователей: ROI – 257%.**

## Стратегия

Роман запустил три пуш-кампании с таргетингом на десктоп и мобайл (Колумбия):

**Кампания 1:** CPC, Android, бид 0.006$, таргетинг по активности – высокий, частотность 1/24.

**Кампания 2:** CPC, Windows, бид 0.007$, таргетинг по активности – высокий, частотность 1/24.

**Кампания 3:** CPC, Android, бид 0.005$, таргетинг по активности – средний, частотность 1/24.

## Результаты

Итоговый бюджет и доход по каждой кампании:

**Кампания 1:** бюджет 154$, доход 550$

**Кампания 2:** бюджет 83$, доход 218$

**Кампания 3:** бюджет 42$, доход 122$

Статистика по компаниям в PropellerAds

Status: All | Origin: All | Ad Format: All | Archived

Start | Stop | Archive

| St | ID | Name | Origin | Start Time | End Time | Impressions | Conversions | Clicks | CTR, % | CPM | Cost | VAT | Cost with VAT | Type | Ad Format | Actions |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1499650 | Rapicredit - CO andr_hight | SSP | 5/11/2018 | — | 1,694,890 | 275 | 20,763 | 1.23 | $0.006 | $128.73 | $25.75 | $154.48 | CPC | Push Notifications | |
| | 1578510 | Rapicredit - CO win_hight | SSP | 6/11/2018 | — | 434,912 | 109 | 9,440 | 2.17 | $0.007 | $68.91 | $13.78 | $82.69 | CPC | Push Notifications | |
| | 1499654 | Rapicredit - CO andr_medium | SSP | 5/11/2018 | — | 1,237,117 | 61 | 6,894 | 0.56 | $0.005 | $35.16 | $7.03 | $42.19 | CPC | Push Notifications | |

Статистика по компаниям в Soicos

| Program | Imp | Clicks | Approved Conversions | Conversions Pending Approval | Clicks Percentage | Conversion type | Payout |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Rapicredit (CO) | 0 | 35.179 | 445 | 0 | 1,26% | CPL | 890,00 |

**Итого 445 конверсий с выплатой 2$.**
**Вложили 279$,**
**заработали 890$.**
**Чистая прибыль – 611$.**

## Заключение

Все кампании оказались профитными, поэтому вывод очевиден – выбирайте экзотические ГЕО. Обычно на них низкая конкуренция и “незаезженная” аудитория, а значит, можно лить в стабильный плюс даже без особых усилий на оптимизацию”– советует Роман.

**Оффер:** Maxisize RO — крем для увеличения члена

**ГЕО:** Румыния

**Источник трафика:** push.adnow.com

**Период слива:** 16.01.19 — 21.01.19

**Потрачено:** 646$ (41174 рубля)

**Получено:** 1305$ (83200 рублей)

**Прибыль:** 659 $ (42003 рубля)

**ROI:** 101%

# Товарный оффер на Румынию с ROI 101%

## Выбор оффера и ГЕО

Все вы знаете, что адалт офферы очень годно заходят с пушей. Потому что в большинстве своем **в пушах** именно **мужская аудитория**, которая **старше 18 лет.**

Я решил полить какой-нибудь годный адалт оффер в Шакесах, но не хотелось лить с Азии — уж очень нестабилен бывает апрув. Однако мне не хотелось лить и с богатой Европы — аукцион перегревали ребята со свипами на айфоны. Что остается? Восточная и центральная Европа! В итоге я остановился на Maxisize RO.
Лендинг, который использовал: http://p.ro.maxisizesale.com/

## Выбор сети

Я не советую идти в крупнейшие балансозависимые сетки, **тестируйте** свои **связки на сетках поменьше**, таких как https://ungads.com/. И в то же время **не забывайте об объемах**, чем меньше трафа по гео, тем сложнее вам проводить на нем достоверные тесты. Поэтому **ищите** такую **сетку**, где есть достаточные объемы трафика (от **50к показов по гео**).

## Подготовка прокладки 18+ / Хочу отдельно обратить внимание на этот пункт!

Очень немногие пуш-сетки пропускают адалт офферы без *warning-page*. Они не хотят, чтобы юзер после первого клика попадал на страницу с адалт-контентом (*а он нам нужен для повышения конверта*). Единственный выход — **слив трафика через страницу 18+**. Да, на ней вы будете терять трафик (*в лучшем случае — 20%, в худшем — до 80%*), поэтому стоит экспериментировать и с ней, чтобы увеличить "пробив". Я придерживаюсь классической формулы — **адалтные цвета + предупреждающий текст** на требуемом языке. Не советую использовать шаблоны гуляющие по всем чатикам — все юзеры видели его миллион раз. Лучше сделайте что-нибудь свое.

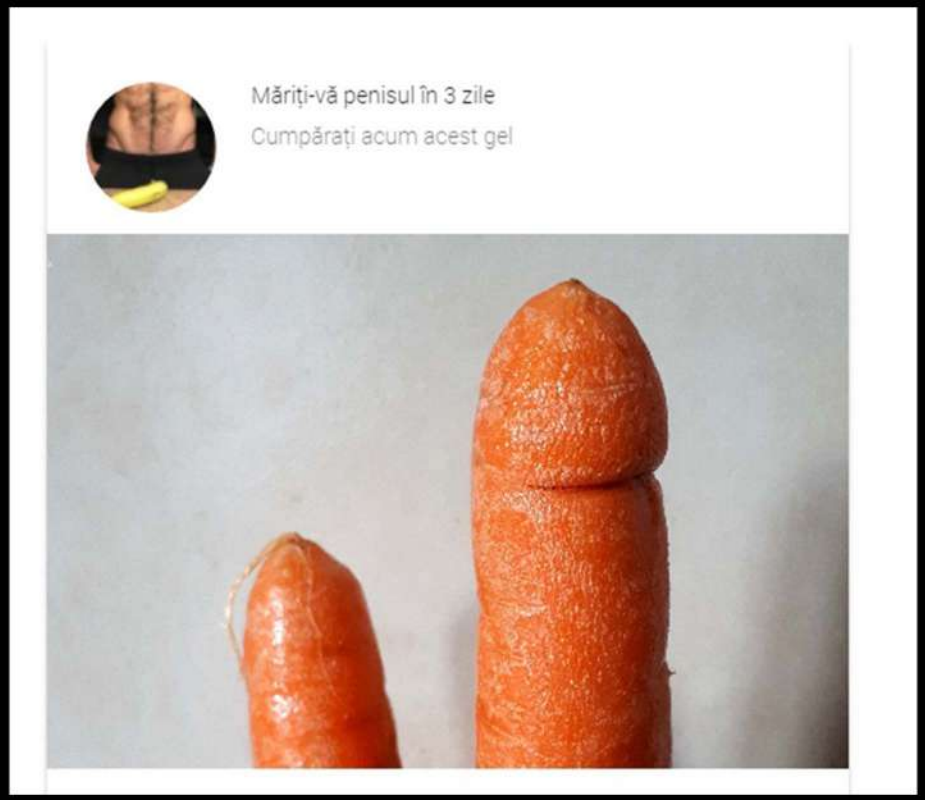
# КРЕАТИВЫ



Важно иметь отличные цепляющие тексты, которые переведены живыми людьми хорошо знающими язык.
Некоторые партнерки имеют отделы переводчиков, поэтому вы можете заказывать переводы у них. Если их нет, то могу посоветовать сервис, которым пользовался сам.

Перейдем к самим изображениям. У меня лучше всего заходили попсовые картинки, которые уже крутили на офферах и гео:

**1 креатив**




**2 креатив**

**Совет:** использовать спай-сервисы как можно чаще и следить за трендами.

**От Шакеса** / *В разделе «Бонусы» вы найдете промокоды со скидками на спай-сервисы*

# РЕЗУЛЬТАТЫ



Итоговая статистика с пушсетки:

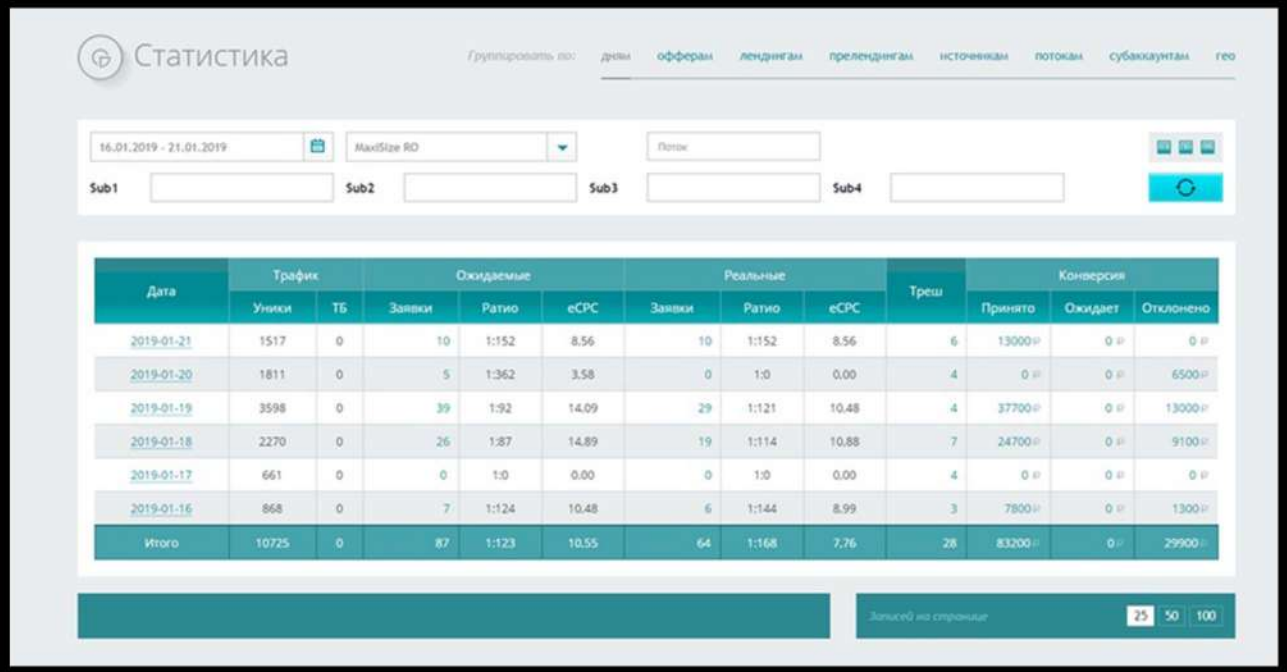
Choose a date
Jan 16, 2019 - Jan 21, 2019

| Campaign Id | Campaign Name | Shows | Clicks | Spend $ | CTR |
|---|---|---|---|---|---|
| 6991 | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| 7136 | Maxi_RO_ | 816015 | 5600 | $160.475 | 0.69% |
| 7236 | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| 7237 | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| 7238 | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| 7239 | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| 7240 | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| 7282 | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| 7364 | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| 7379 | Maxi_RO_ | 592134 | 3266 | $100.12 | 0.55% |
| 7380 | Maxi_RO_ | 1084751 | 6342 | $195.593 | 0.58% |
| 7384 | Maxi_RO_ | 289699 | 1512 | $45.36 | 0.52% |
| 7385 | Maxi_RO_ | 318451 | 1507 | $45.209 | 0.47% |
| 7387 | Maxi_RO_ | 240922 | 1192 | $35.78 | 0.5% |
| 7391 | Maxi_RO_ | 374130 | 2126 | $63.772 | 0.57% |

# РЕЗУЛЬТАТЫ



Статистика из Шакеса:



Статистика

Группировать по: дням офферам лендингам прелендингам источникам потокам субаккаунтам гео

16.01.2019 - 21.01.2019 | MaxiSize RO | Поток

Sub1 Sub2 Sub3 Sub4

| Дата | Трафик | | Ожидаемые | | | Реальные | | | Треш | Конверсия | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Уники | ТБ | Заявки | Ратио | eCPC | Заявки | Ратио | eCPC | | Принято | Ожидает | Отклонено |
| 2019-01-21 | 1517 | 0 | 10 | 1:152 | 8.56 | 10 | 1:152 | 8.56 | 6 | 13000₽ | 0 ₽ | 0 ₽ |
| 2019-01-20 | 1811 | 0 | 5 | 1:362 | 3.58 | 0 | 1:0 | 0.00 | 4 | 0 ₽ | 0 ₽ | 6500₽ |
| 2019-01-19 | 3598 | 0 | 39 | 1:92 | 14.09 | 29 | 1:121 | 10.48 | 4 | 37700₽ | 0 ₽ | 13000₽ |
| 2019-01-18 | 2270 | 0 | 26 | 1:87 | 14.89 | 19 | 1:114 | 10.88 | 7 | 24700₽ | 0 ₽ | 9100₽ |
| 2019-01-17 | 661 | 0 | 0 | 1:0 | 0.00 | 0 | 1:0 | 0.00 | 4 | 0 ₽ | 0 ₽ | 0 ₽ |
| 2019-01-16 | 868 | 0 | 7 | 1:124 | 10.48 | 6 | 1:144 | 8.99 | 3 | 7800₽ | 0 ₽ | 1300₽ |
| Итого | 10725 | 0 | 87 | 1:123 | 10.55 | 64 | 1:168 | 7.76 | 28 | 83200₽ | 0 ₽ | 29900₽ |

Записей на странице 25 50 100

**От Шакеса** / *Траф шел через страницу 18+, поэтому в пп его меньше. (страница редиректящая на адалт контент после согласия пользователя, потери трафа около 50%)*

**Согласитесь, что вышло неплохо?**

Почему я не лил дальше? Дальше этот оффер уже у меня так хорошо не конвертился из-за выгоревшей аудитории.

**Основные тезисы кратко:**

— лейте с небольших пуш-сеток;
— не лейте на то, на что активно льют другие в данный момент (если это не Индия);
— грамотно используйте чужие креативы;
— не пытайтесь конкурировать с топами за трафик;
— делайте свою уникальную страницу 18+;
— никакого гугл транслейта;
— постоянно общайтесь с вашими аккаунт-менеджерами (в ожидании новых офферов и прочих новостей, которые сыграют вам на руку);
— не бойтесь тестировать и лить без профита;

**Надеюсь, что эта информация была полезна для вас. Удачи и отличного конверта!**

**Партнерка:** Clickdealer

**Оффер:** (63326) [MOB] LONELY GIRLS /INTERNATIONAL — 1 CLICK REVSHARE — REVSHARE — %80.00

**Источник трафика:** пуш-уведомления Megapu.sh, мобайл

**Потрачено:** 933$

**Получено:** 2.238$

**Профит:** 1.305$

**ROI:** ~140%

**Период слива:** 28.02.19 — 29.03.19

**GEO:** Algeria, Bangladesh, Benin, Burkina Faso, Cameroon, Congo, Egypt, Ethiopia, Gabon, Gambia, Ghana, Guinea, Indonesia, Iraq, Ivory Coast, Jamaica, Jordan, Kenya, Kuwait, Lebanon, Libya, Malaysia, Maldive, Mali, Mauritania, Mauritius, Morocco, Myanmar, Nepal, Nigeria, Oman, Pakistan, Papua New Guinea, Qatar, Saudi Arabia, Senegal, Sierra Leone, Singapore, Somalia, Sri Lanka, Sudan, Syria, Thailand, Togo, Trinidad and Tobago, Tunisia, Turkey, Uganda, United Arab Emirates

# ДЕЙТИНГ-ОФФЕР на Африку с прибылью 1305$

ПОДПИСАТЬСЯ НА НАС В СОЦСЕТЯХ

Неожиданно для себя нашел интересный оффер который удачно отлил с Мегапуша.
В пике слива некоторые гео давали ROI 500%. Сейчас конверт снижается, многие гео я отжал и некоторые гео меня попросили отключить (хотя отливались они знатно).

# ЛЕНДИНГ

Оффер расчитан на мобилки, и выглядит вот так, и фактически это дейтинг:

Например, в Сирии (что удивительно), замечательно зашли все креативы

| | ID | Campaign | Subject | Message | Clicks | Click limit | Budget limit | CPC | Mobile Carrier | Countries | Cost | Sales | Revenue | ROI | Profit | Created date | Link | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 513340 | [SY-es-Propeller] (63326) [MOB] LONELY GIRLS /INTERNATIONAL - 1 | احتاج لصديق | تعرف؟ | 4 331 | ∞ | 10 | 0.29 | | SY | 10.303 $ | 79 | 16.15 $ | 57 % | 5.85 | 2019-03-18 08:59:24 | | |
| | 513168 | [SY3-all] (63326) [MOB] LONELY GIRLS /INTERNATIONAL - 1 CLICK RE | من فرط الحصول على الشقة؟ | بدعوة تكون اصدقاء | 974 | ∞ | 1 | 0.11 | | SY | 0.974 $ | 15 | 1.90 $ | 95 % | 0.93 | 2019-03-17 19:35:59 | | |
| | 512831 | [SY-es] (67299) [MOB] LONELY HOUSEWIVES /INTERNATIONAL | اريد للحب | اتصل بي | 1 784 | ∞ | 10 | 0.11 | | SY | 1.784 $ | 33 | 10.41 $ | 484 % | 8.63 | 2019-03-16 20:33:33 | | |
| | 511342 | [SY-es] (67299) [MOB] LONELY HOUSEWIVES /INTERNATIONAL | مرحبا كيف حالك | اتصل بي | 4 959 | ∞ | 10 | 0.21 | | SY | 9.669 $ | 125 | 29.09 $ | 201 % | 19.42 | 2019-03-14 23:03:49 | | |
| | 498455 | [SY1-all] (63326) [MOB] LONELY GIRLS /INTERNATIONAL - 1 CLICK RE | مرحبا كيف حالك | اتصل بي | 99 128 | ∞ | 350 | 0.12 | | SY | 311.964 $ | 2718 | 663.12 $ | 113 % | 351.15 | 2019-02-28 20:20:46 | | |

ZEDDY BLOG
ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ

# КРЕАТИВЫ

Фотографии девушек взял прямо с лендинга, так конверт должен быть больше (потому что нет разногласия в том, какая девушка завлекла с пуша на ленд, и самим лендингом)

**Тексты были примерно:**

*Привет, как дела?*
*Давай с тобой познакомимся*

## Подготовка к сливу

На этот раз подошел серьезно и учитывал специфику каждой страны.

Перед составлением кампании заходил в Википедию и смотрел:

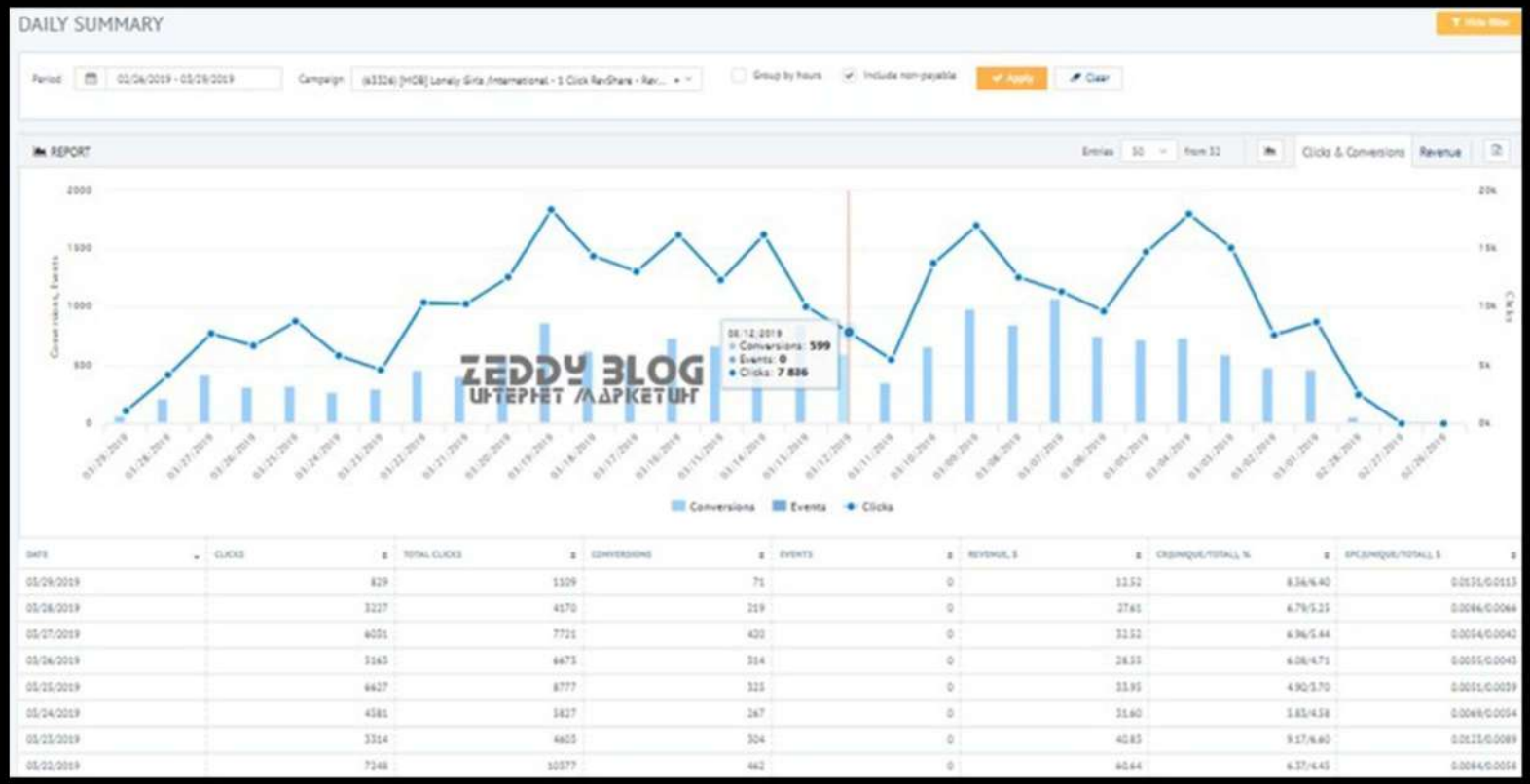
- Основной язык (часто были английский, французский в бывших колониях, а также арабский и более редкие языки все переводы делал через google translate),
- Основную религию, чтобы белая девушка не зазывала на лендинг в чисто «черной» мусульманской стране,
- Количество жителей в стране (для примерного понимания, когда гео «отожмется»),
- Примерный уровень доходов (оказалось в Африке достаточно стран с высоким уровнем жизни).

# САМ СЛИВ



Все страны запускал для теста, там где были конверсии, работал дальше, где было немного конверсий, но были перспективы, исходя из анализа вики, там копал глубже. Бесперспективные гео без конверсий и без перспектив отпускал.

**Самое интересное... деньги.**




**Всего получено:** 2238$
**Затраты** 933$
**Чистой прибыли:** 1305$

ROI на весь период слива составил порядка 140% , но к сожалению далеко не все гео «зашли», честно говоря даже не знаю почему, в одной стране конверт зашкаливает, в другой ни одного лида нет вообще.

Кстати, лиды ну просто смешные по стоимости, многие меньше одного цента.

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2019-03-29 10:22:00 | 98087bd6bbb | 2019-03-2908:19:28:1 | | (63326) [MOB] Lonely Girls /International - 1 Click RevShare - RevShare - %80.00 | $0.0252 | USD | 0.0252 | USD |
| 2019-03-29 10:19:08 | 9a2c927a9c3 | 2019-03-2908:17:29:1 | | (67399) [MOB] Lonely Housewives /International (50 Geos) - RevShare - RevShare - %80.00 | $0.0168 | USD | 0.0168 | USD |
| 2019-03-29 10:15:07 | bd44948fafef | 2019-03-2908:14:06:1 | | (63326) [MOB] Lonely Girls /International - 1 Click RevShare - RevShare - %80.00 | $0.0056 | USD | 0.0056 | USD |
| 2019-03-29 10:14:55 | 4d5ea1e3a10 | 2019-03-2908:10:37:1 | | (67399) [MOB] Lonely Housewives /International (50 Geos) - RevShare - RevShare - %80.00 | $0.0901 | USD | 0.0901 | USD |
| 2019-03-29 10:11:10 | 3b82e135385 | 2019-03-2908:04:55:1 | | (67399) [MOB] Lonely Housewives /International (50 Geos) - RevShare - RevShare - %80.00 | $0.0131 | USD | 0.0131 | USD |
| 2019-03-29 10:07:57 | bf084478eafc | 2019-03-2908:05:20:1 | | (67399) [MOB] Lonely Housewives /International (50 Geos) - RevShare - RevShare - %80.00 | $0.1014 | USD | 0.1014 | USD |
| 2019-03-29 09:59:59 | e6ea0174d18 | 2019-03-2907:57:18:1 | | (67399) [MOB] Lonely Housewives /International (50 Geos) - RevShare - RevShare - %80.00 | $0.0450 | USD | 0.0450 | USD |
| 2019-03-29 09:43:57 | 1afb67fc5970 | 2019-03-2907:42:30:1 | | (63326) [MOB] Lonely Girls /International - 1 Click RevShare - RevShare - %80.00 | $0.0670 | USD | 0.0670 | USD |

Мегапуш выбрал за самую большую базу, которую встречал на рынке пушей.

## Выводы:

В странах Tier-3 есть деньги.

В плюс можно выйти, даже если за лид платят меньше 1 цента.

ROI более 100% на пушах есть и в 2019.

Всем удачи и больших ROI!

**Партнерка:** Cpamatica

**Оффер:** OneAmour

**Источник:** PropellerAds (формат Push-уведомлений)

**ГЕО:** Мексика, Доминиканская Республика, Эквадор, Гватемала, Никарагуа, Гондурас, Панама, Перу, Сальвадор, Колумбия

**Потрачено:** 1.657$

**Получено:** 2.531$

**Профит:** 874$

**ROI:** 53%

**Период слива:** 24.11.18 – 29.01.19

Делимся кейсом
от автора блога zeddy.ru.

# ЛЬЕМ С ПУШЕЙ НА ДЕЙТИНГ-ОФФЕР ONEAMOUR с прибылью 874$

ПОДПИСАТЬСЯ НА НАС В СОЦСЕТЯХ

CONVERSION
АРБИТРАЖ & МАРКЕТИНГ

# Выбор оффера и лендинга



В PropellerAds запрещены adult лендинги, поэтому я обратился к «Mainstream — Dating» (самые обычные знакомства, без эротических фото и намеков на легкий и быстрый секс).

Выбор dating офферов по LATAM (Латинская Америка) и так небольшой, а по обычным знакомствам — вообще мизерный. Поэтому мой выбор сводился исключительно к поиску подходящего лендинга (выбирал на свой вкус + у меня уже был опыт работы с этим оффером на других ГЕО).

**В итоге в ротации участвовали вот эти два лендинга:**

# Выбор параметров слива



В дейтинге я использую **2 подхода:**

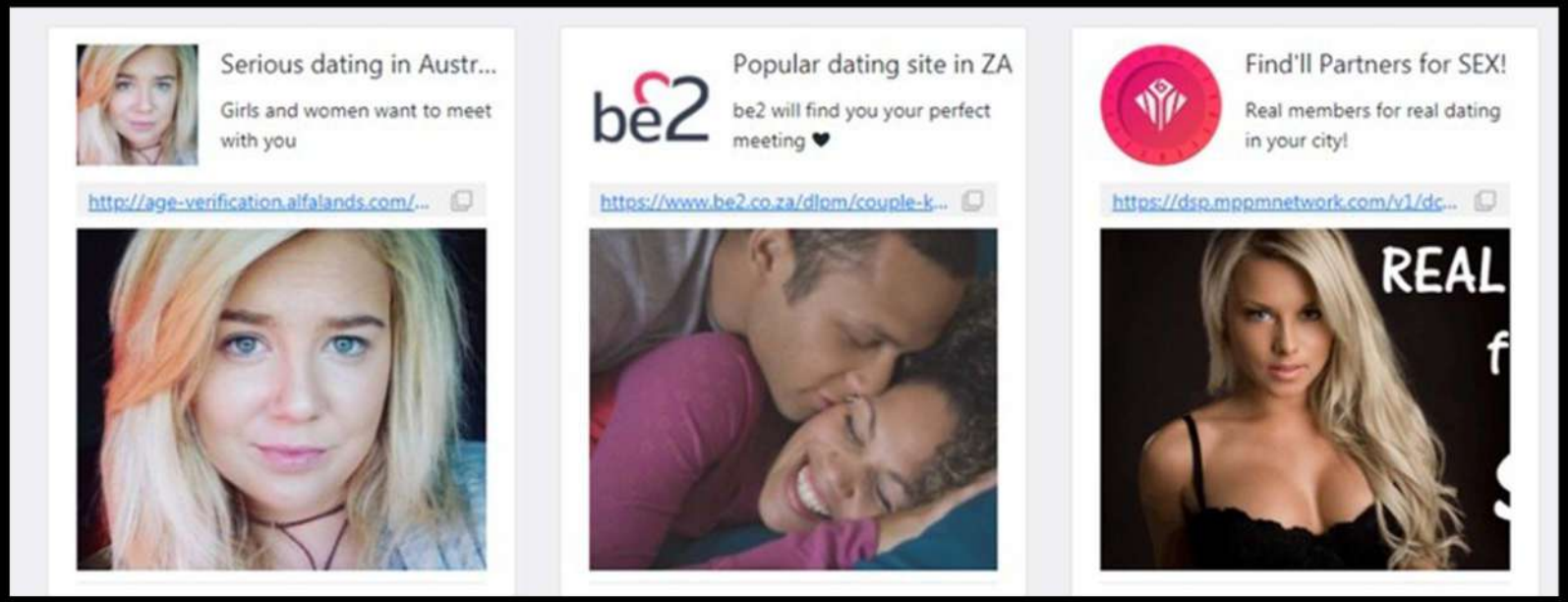
Прямое указание на предмет «пуша»
Мимикрирование под естественное сообщение пользователя

**Первый подход.**

Если прямо в пуше сказать, что «это сайт знакомств» («Познакомься в своем городе» , «Красотка в 1,5 км от тебя желает с тобой познакомиться»), человек сразу поймет, что это реклама. У таких объявлений низкий CR, зато хорошая конверсия, ведь по ним кликают только те, кто целенаправленно идет на сайт знакомств.

**Здесь подходит оплата по CPC.**

Пример пушей «прямой рекламы» сайта знакомств из SPY сервиса adfind.io:



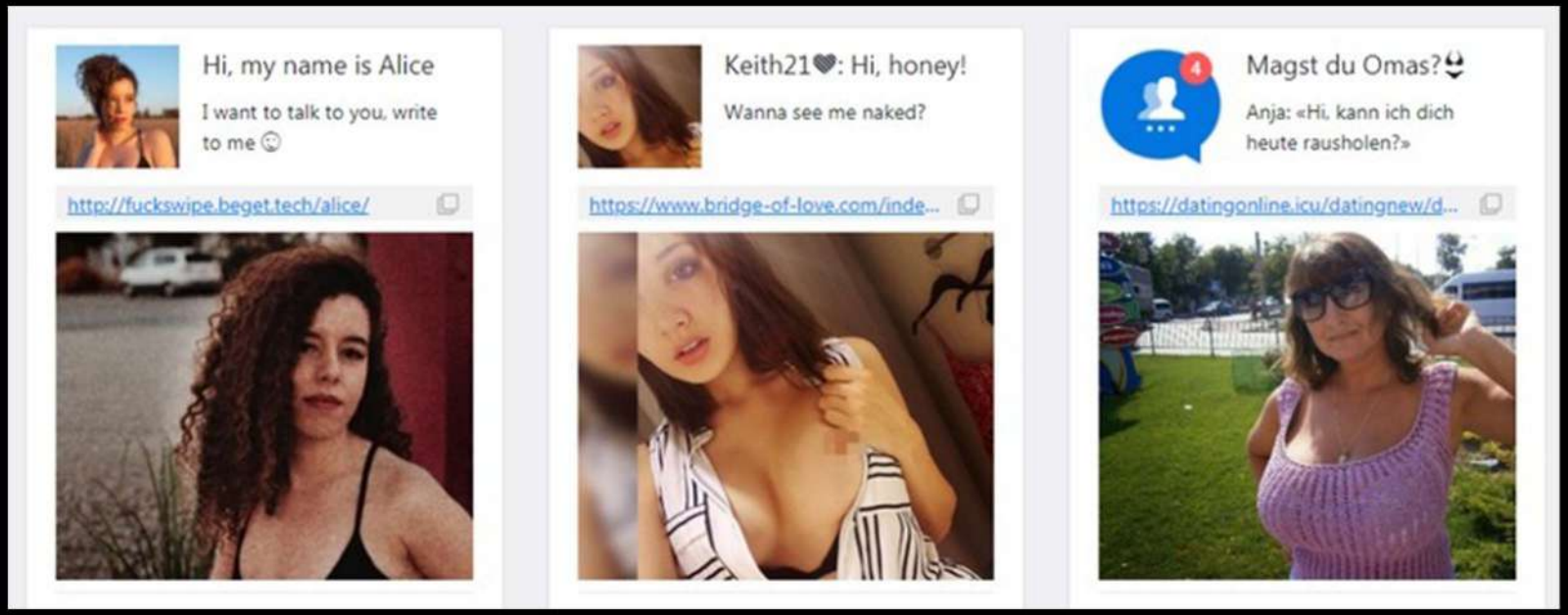
**Второй подход.**

Это маскировка под сообщения реального пользователя из мессенджера.
Такие пуши имеют высокий CR и нормальную конверсию за счет того, что человек пытается пробиться сквозь регистрацию к интересующему его юзеру, приславшему (якобы) ему сообщение на телефон.

Но в этом случае лучше использовать интерактивные лендинги или подогревающие интерес преленды. Иначе пользователь, увидев классический сайт знакомств, сразу уйдет.

За счет высокого CR таких пушей оплата за показы (CPM) частенько на порядок выгоднее.

Пример пушей, «мимикрирующих» под сообщение пользователя» из SPY сервиса adfind.io:



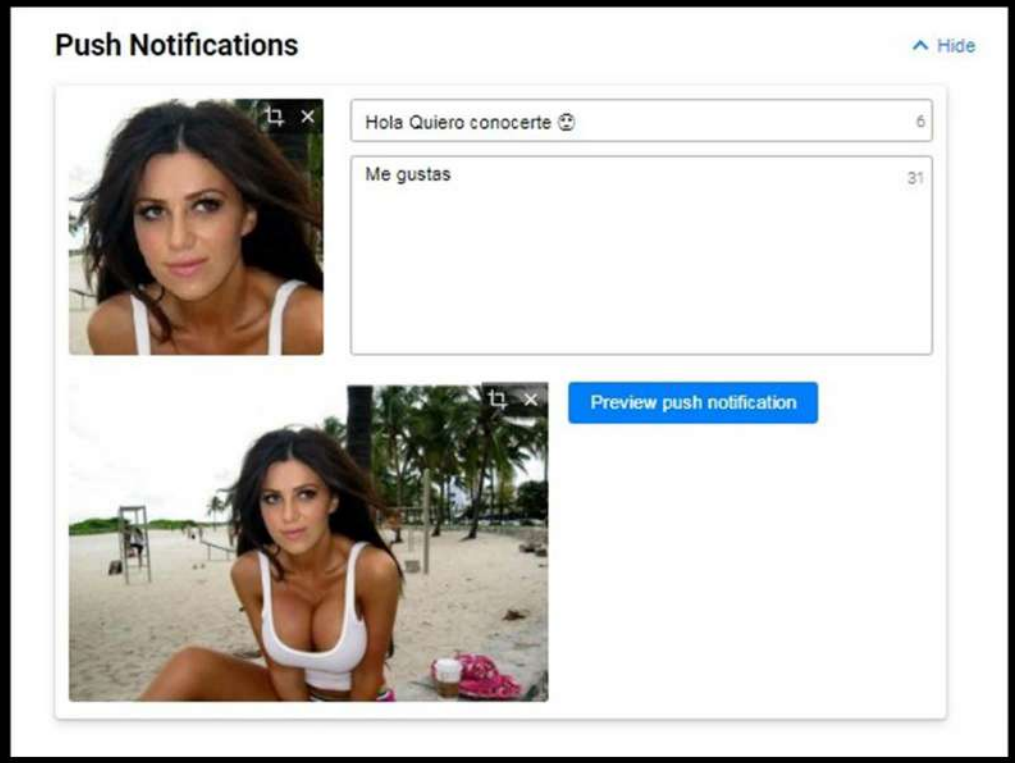
Выплата за лид составляла всего 0,15$. Минимальная стоимость клика на этих ГЕО при оплате по CPC — 0,005$
То есть конверсия должна быть как минимум 1 к 30 (0,15/0,005), что в принципе возможно, но весьма сомнительно.

В итоге я выбрал второй подход (мимикрия под реального пользователя) и оплату за показы (CPM) в надежде получить более низкую стоимость клика за счет высокого CR объявления.

# Настройки объявления

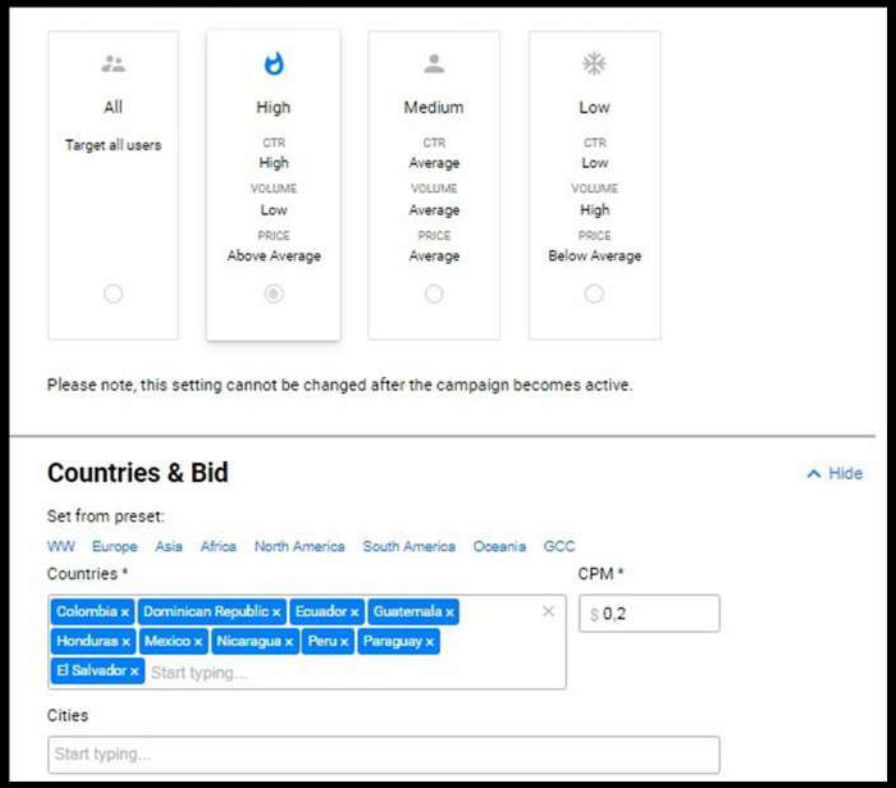
Честно сказать, я ленивый и настраивал спустя рукава: я не использовал постбек и даже по отдельным ГЕО не разбивал.

Я использовал только одно объявление.
Вот вид моего пуша на все ГЕО:

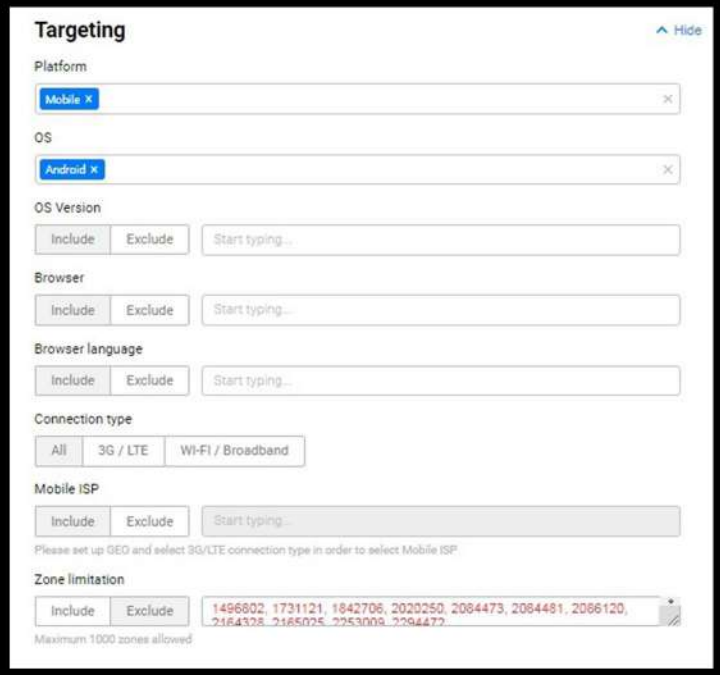


Самая большая глупость, вызванная ленью, — не сделал отдельные кампании по разным ГЕО.
А ведь у них разная стоимость и разная конкурентность!

Мало того, я еще и Парагвай с Панамой перепутал. И все это время лил на ГЕО, которое не принимает оффер (благо Cpamatica его отправляла на mainstream dating smartlink и оно тоже сконвертилось, а не вылетело в трубу).




С таргетингом тоже не заморачивался, разве что спустя пару недель добавил в блэк-лист несколько не особо конвертящих площадок.



# ИТОГИ

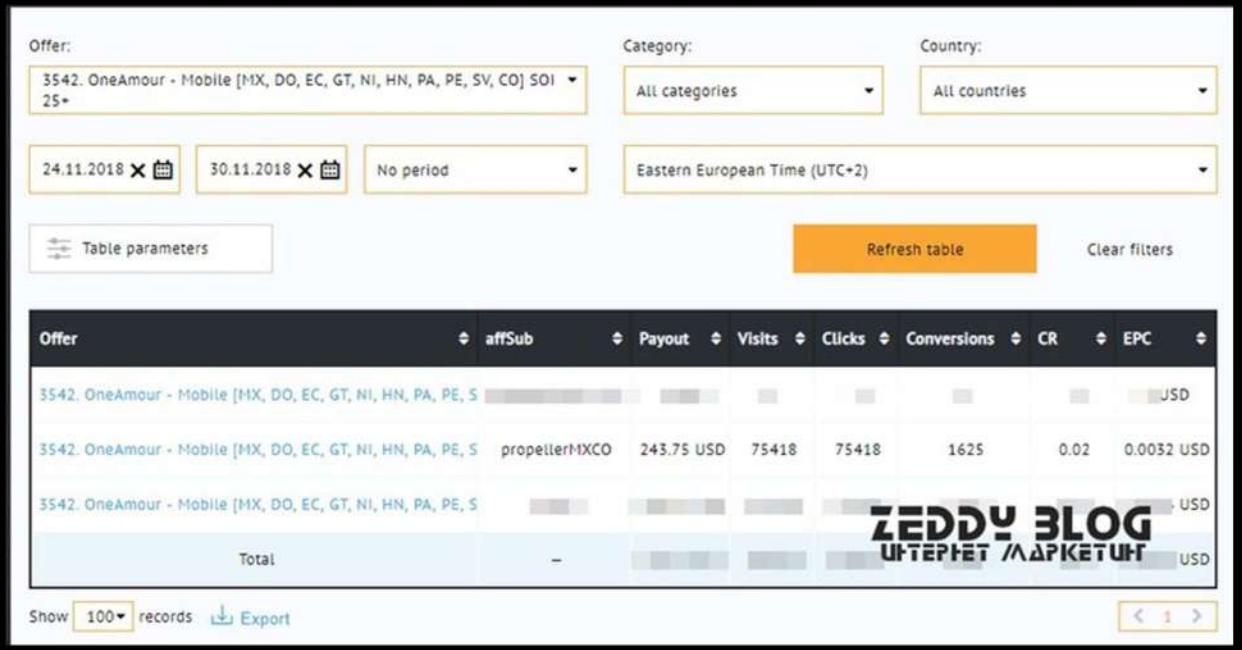
Ну а теперь к самому интересному — к деньгам.

**За все время я потратил на эту кампанию 1657$.**

Я получил больше миллиона кликов: 1 085 868 по цене 0,00153$ каждый (вместо 0,005$ по CPC), то есть в 3 раза дешевле!

## Из партнерки получено 2531$.

Из-за большого периода и огромного количества кликов мои запросы статистики с субаккаунтами просто завешивают статистику ПП, поэтому пришлось ее разбить на множество скриншотов.



2

Affiliate | cpamatica

3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, SV, CO] SOI 25+ | All categories | All countries

01.12.2018 | 10.12.2018 | No period | Eastern European Time (UTC+2)

Table parameters | Refresh table | Clear filters

| Offer | affSub | Payout | Visits | Clicks | Conversions | CR | EPC |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | | | | | | | |
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | propellerMXCO | 580.35 USD | 188199 | 188199 | 3869 | 0.02 | 0.0031 USD |
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | | | | | | | |
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | | | | | | | USD |
| Total | | | | | | | USD |

Show 100 records | Export

ZEDDY BLOG ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ

3

11.12.2018 | 20.12.2018 | No period | Eastern European Time (UTC+2)

Table parameters | Refresh table | Clear filters

| Offer | affSub | Payout | Visits | Clicks | Conversions | CR | EPC |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | | | | | | | SD |
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | | | | | | | SD |
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | propellerMXCO | 635.37 USD | 233489 | 233489 | 4414 | 0.02 | 0.0027 USD |
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | | | | | | | 5 USD |
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | | | | | | | SD |
| Total | – | | | | | | USD |

Show 100 records | Export

ZEDDY BLOG ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ

4

Affiliate | cpamatica

Offers | Conversions | Payments | Referrals

Offer: 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, SV, CO] SOI 25+

Category: All categories

Country: All countries

21.12.2018 | 25.12.2018 | No period | Eastern European Time (UTC+2)

Table parameters | Refresh table | Clear filters

| Offer | affSub | Payout | Visits | Clicks | Conversions | CR | EPC |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | | | | | | | USD |
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | propellerMXCO | 204.6 USD | 95458 | 95458 | 1705 | 0.02 | 0.0021 USD |
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | | | | | | | |
| Total | – | | | | | | USD |

Show 100 records | Export

ZEDDY BLOG ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ

5

3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, SV, CO] SOI 25+ | All categories | All countries

26.12.2018 | 31.12.2018 | No period | Eastern European Time (UTC+2)

Table parameters | Refresh table | Clear filters

| Offer | affSub | Payout | Visits | Clicks | Conversions | CR | EPC |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | | | | | | | USD |
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | propellerMXCO | 129.12 USD | 55438 | 55438 | 1076 | 0.02 | 0.0023 USD |
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | | | | | | | ISD |
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | | | | | | | SD |
| Total | – | | | | | | USD |

Show 100 records | Export

ZEDDY BLOG ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ

6

Offer: 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, SV, CO] SOI 25+
Category: All categories
Country: All countries
01.01.2019 – 07.01.2019 | No period | Eastern European Time (UTC+2)
Table parameters | Refresh table | Clear filters

| Offer | affSub | Payout | Visits | Clicks | Conversions | CR | EPC |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | | | | | | | |
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | propellerMXCO | 313.08 USD | 136228 | 136228 | 2609 | 0.02 | 0.0023 USD |
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | | | | | | | D |
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | | | | | | | |
| Total | – | | | | | | |

Show 100 records | Export

ZEDDY BLOG ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ

7

Offer: 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, SV, CO] SOI 25+
Category: All categories
Country: All countries
08.01.2019 – 15.01.2019 | No period | Eastern European Time (UTC+2)
Table parameters | Refresh table | Clear filters

| Offer | affSub | Payout | Visits | Clicks | Conversions | CR | EPC |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | | | | | | | D |
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | propellerMXCO | 281.28 USD | 161231 | 161231 | 2344 | 0.01 | 0.0017 USD |
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | | | | | | | SD |
| | – | | | | | | D |

ZEDDY BLOG ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ

8

Offer: 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, SV, CO] SOI 25+
Category: All categories
Country: All countries
16.01.2019 – 29.01.2019 | No period | Eastern European Time (UTC+2)
Table parameters | Refresh table | Clear filters

| Offer | affSub | Payout | Visits | Clicks | Conversions | CR | EPC |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | propellerMXCO | 70.71 USD | 43124 | 43124 | 501 | 0.01 | 0.0016 USD |
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | | | | | | | D |
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | | | | | | | SD |
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | | | | | | | D |
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S | | | | | | | |

ZEDDY BLOG ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ

А это тот самый Парагвай, которого не должно было быть)))

All offers | All categories | Paraguay [PY]
24.11.2018 – 30.01.2019 | No period | Eastern European Time (UTC+2)
Table parameters | Refresh table | Clear filters

ZEDDY BLOG ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ

| Offer | affSub | Payout | Visits | Clicks | Conversions | CR | EPC |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4178. Exclusive Mainstream Smartlink -Desktop/Mobile [WW | | 0 USD | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 USD |
| 4178. Exclusive Mainstream Smartlink -Desktop/Mobile [WW | | 0 USD | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 USD |
| 3542. OneAmour - Mobile [MX, DO, EC, GT, NI, HN, PA, PE, S' | propellerMXCO | 0 USD | 423 | 423 | 0 | 0 | 0 USD |
| 4178. Exclusive Mainstream Smartlink -Desktop/Mobile [WW | propellerMXCO | 72.96 USD | 31270 | 31270 | 1216 | 0.04 | 0.0023 USD |
| 4177. Exclusive Adult Smartlink - Desktop/Mobile [WW] SOI | | 0 USD | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 USD |
| 4178. Exclusive Mainstream Smartlink -Desktop/Mobile [WW | | 0 USD | 9 | 9 | 0 | 0 | 0 USD |
| Total | – | 72.96 USD | 31707 | 31707 | 1216 | 0.04 | 0.0023 USD |

## Итого заработано:

243,75+580,35+635,37+204,6+129,12+313,08+281,28+70,71+72,96= **2531,22 $**

## Чистой прибыли:

2531,22- 1657,93 = **873,29 $**

# Выводы

- Даже в самых экзотических странах есть деньги.

- Не стоит пренебрегать офферами с низкой выплатой.

- Иногда стоит использовать оплату за показы, чтобы снизить стоимость трафика из PropellerAds.

- Даже если вы тупите и делаете все не правильно, можно выйти в плюс.

**Партнерка:** Everad.com

**Оффер:** Peruvian Maca (RO)

**Источник трафика:** PushNotifications от DatsPush.com

**Расход:** $464

**Доход:** $777

**Доход с витрины:** +-$60

**Профит:** $313 +- $60

**Период слива:** с 25.01 по сей день

# ЛЬЕМ С ПУШЕЙ НА ПЕРУАНСКУЮ МАКУ с профитом 313$

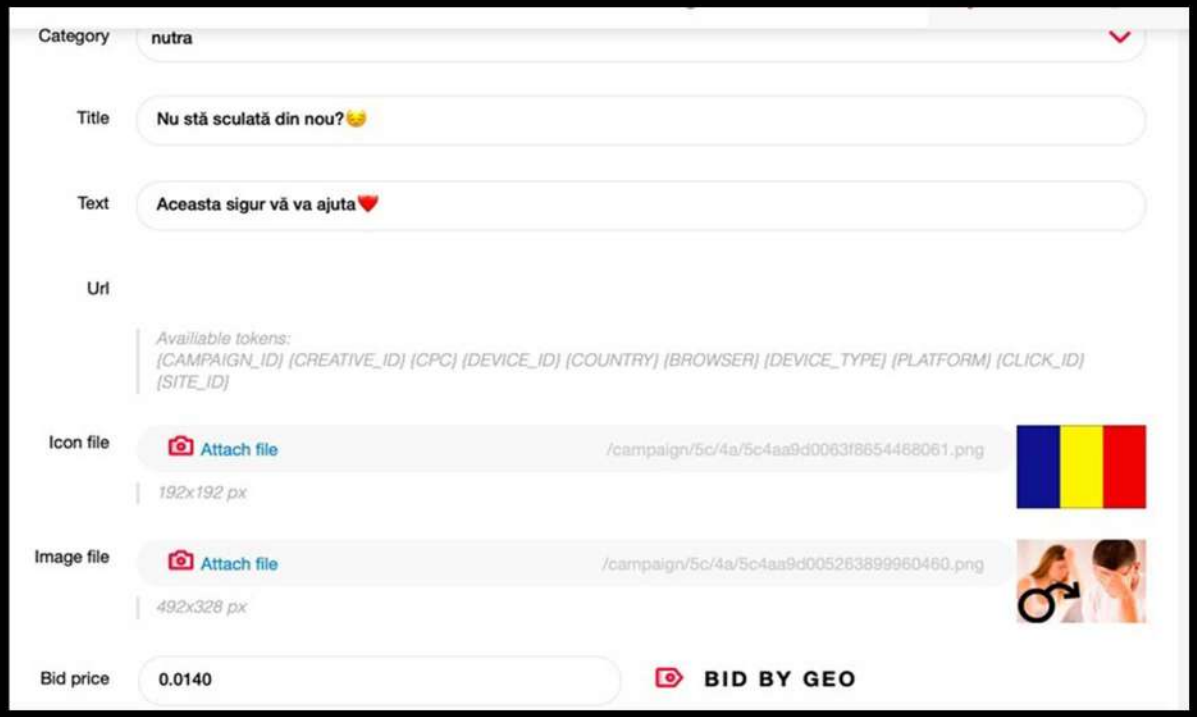
**Всем привет!**
Решил поделиться кейсом, сильно не пинайте, писатель из меня еще тот.

Начал я свой путь работы с пушами в другой сетке, но тут появилась свежая сетка — Дастпуш, и я долгое время не мог ее попробовать, так как ждал вестей от коллег по цеху инфу о качестве трафа.

Все вроде ОК, траф живой — можно лить. С Румынией частенько работаю, так как цена клика невысокая и трафа достаточно, что позволяет быстро и недорого проводить тесты.

Так как пуши — это в основном мужская аудитория, было принято решение крутить либо потенцию, либо увеличалку. Остановился на выборе потенции. Полез во все известные спай сервисы и заметил одну хорошую транзитку, был на 80% уверен, что она зайдет. Сразу ее подключил и начал лить. На всякий случай сделал Сплит из 2 транзиток, сами понимаете мы — не наша ЦА.

Протестировано креативов 7-8: «Потенция как 18 лет, Стояк по 4 часа» и тд, в итоге зашел этот.




Разделял кампании на веб и моб, так как цены разные и объем трафика.

По началу цена была 0,0120 на веб и 0,0160 на моб.

Скажу сразу моб отключил, Лиды были, можно с ним работать смело, но мне было лень заниматься. Основной поток был на веб.

После небольшого пролива был составлен маленький блек лист и увеличение ставки, также дублировал это объявление, остальные отключил.

# Стата по трекеру веб и моб:

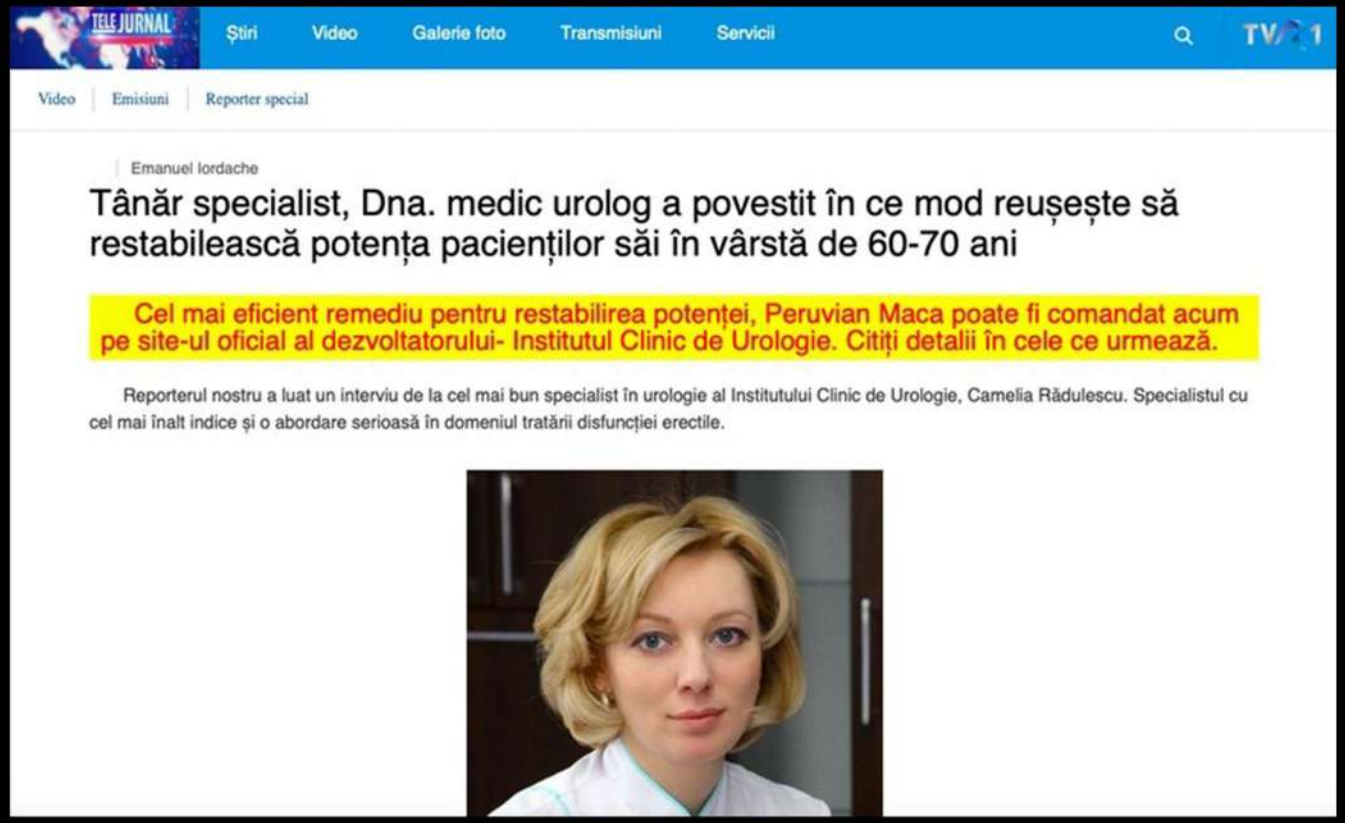
Моб ушел в маленький минус, но как видите Лиды были, можно и нужно крутить моб.

Статистика

Стр. 1 из 1 50 Просмотр 1 - 3 из 3

| | | Десктоп/Моб йл | Трафик | | | | | | | | | Лиды | | | | | | | Коэф-ты | | | | | Финансы | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Клики | % о | Уни | % уник. | Ка | От | Ср вре | Про | % | Лид | При | При % | Хол | Хол % | Отм | Отм % | CR | EPC реал | EPC ожид | Сре лид | Цен лида | Расх. | Дох. реал. | Дох. ожид. | ROI реал | RO ож |
| 1 | | Десктоп | 27666 | 92.9 | 2613 | 94% | 98 | 72 | 109 | 396 | 1% | 58 | 36 | 62% | 0 | | 22 | 38% | 0.21 | 0.03 | 0.03 | 21.00 | 6.65 | 385.80 | 756.00 | 0.00 | 95.9 | 95 |
| 2 | | Мобайл | 2111 | 7.1% | 2072 | 98% | 96 | 35 | 139 | 58 | 3% | 5 | 1 | 20% | 0 | | 4 | 80% | 0.24 | 0.01 | 0.01 | 21.00 | 8.51 | 42.56 | 21.00 | 0.00 | -50.6 | -5 |
| 3 | | Планшет | 5 | 0.0% | 5 | 100% | | 0% | 120 | 2 | 40% | | 0 | | 0 | | 0 | | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | | 0.10 | 0.00 | 0.00 | -100 | -1 |
| | | ИТОГО | 29782 | 100.0 | 2821 | 95% | 98% | 69% | 112 | 456 | 2% | 63 | 37 | 59% | 0 | | 26 | 41% | 0.21 | 0.03 | 0.03 | 21.00 | 6.80 | 428.45 | 777.00 | 0.00 | 81.35 | 81. |

Стр. 1 из 1 50 Просмотр 1 - 3 из 3




В трекере сумма расходов меньше, так как я не сразу поставил передачу цены клика. Сама транзитка, типичная с врачом. Я как раз и был в ней уверен:

Что касается витрины и откуда взялись эти +-60? После пробива прокладки открывался новый оффер вместо этой транзитки. Там была увеличалка. Следовательно, если юзер после пробива не оставляет заказ, ему предлагается второй оффер. Были случаи, что и 2 заказа оставлял один юзер. Точной цифры сказать не могу по ней, не было анализа, ее ставил как доп. доход, возможно и больше 60 долларов, возможно и чуть меньше. В любом случае рекомендую ставить, полезная фишка.

Лить начал с 25 января и по сей день эта кампания крутится. Но я далеко не все дни крутил. От силы дней 9 из всех.
То выходные были, то выплаты ждал и тд. Связка абсолютно живая! Лилась у меня на полном пассиве, ее можно масштабировать, но мне хватает и этого, так как лью еще другие офферы.

Пуши живут! В Дастпуш особенно! Для новичков советую начинать с дешевых стран, чтобы можно было «пощупать» эти пуши и не уйти в сильные минуса, если опыта мало.

Ну вот я и поделился своим успехом, всем спасибо, на этом всё :)!

**Партнерка:** KMA.biz

**Оффер:** Alfa Man — для повышения потенции

**Источник трафика:** Push — PropellerAds

**ГЕО:** Киргизия, Армения, Азербайджан, Грузия

**Потрачено:** 63 000 руб. (920$ по 68 р.)

**Получено:** 89 000 руб.

**Профит:** 26 000 руб.

**ROI:** 41%

**Период слива:** 27.11.2018-19.12.2019

# ТОВАРКА НА СНГ
## С ПРИБЫЛЬЮ
# 26000Р

В PropellerAds на Пуши невозможно лить напрямую адалт товарку. В объявлениях и текстах не пропускают все, что связано с адалтом. Слова «потенция», «эрекция», «секс» и т.д, — все отклоняют. Пришлось покреативить с объявлениями и текстами. А также создать дополнительно простую прокладку «18+». То есть с объявления пользователь попадает на страницу, где его просят подтвердить что ему больше 18 лет, и далее с прокладки переход осуществляется на Прелендинг. Лил только на Мобильные. Под каждое гео настраивал отдельное объявление. Тестировал разные прелендинги лучше всего зацепилось – «У мужа теперь каменный СТОЯК». Апрув держался на уровне 50%.

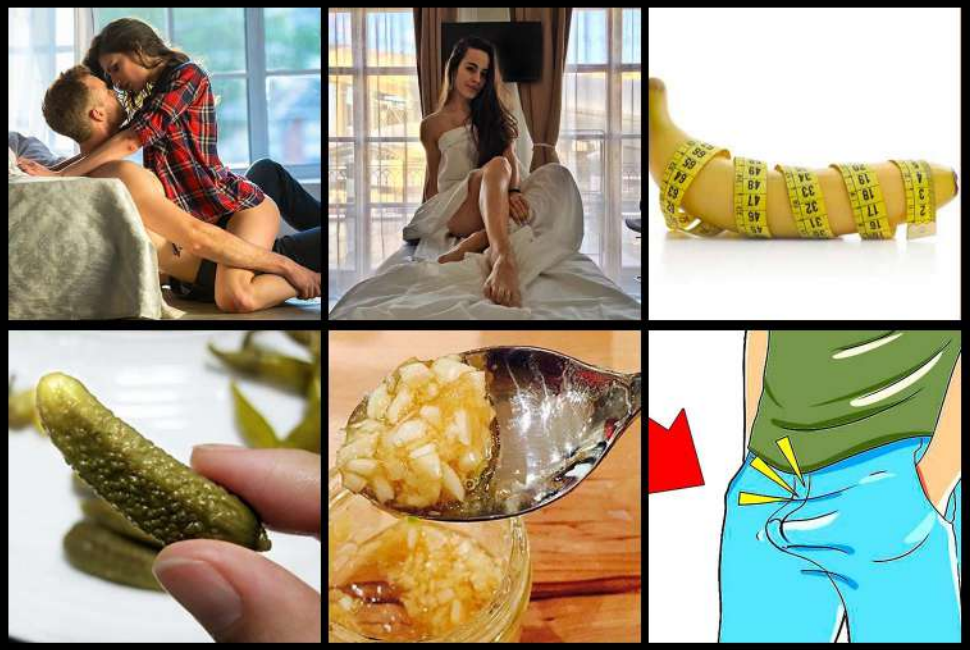
## Заголовки

{ В РОССИИ НАШЛИ НОВУЮ ВИАГРУ — УЗНАЙ КАК ПОЛУЧИТЬ СО СКИДКОЙ 50%

ТЫ НЕ ДАШЬ ЕЙ СКУЧАТЬ ВСЮ НОЧЬ — СРЕДСТВО В 47 РАЗ СИЛЬНЕЕ ВИАГРЫ }

## Креативы

Тестировал много разных картинок и подходов. Просто бананы и огурцы не заходят. Картинки по теме секса многие отклоняла модерация. Так же не зашли картинки с «чем то непонятным».



# Тексты, которые не пропустила модерация

{ — МОЩНАЯ ЭРЕКЦИЯ КАК В 20 ЛЕТ — ЗА 5 МИНУТ ДО НАЧАЛА ПОЛОЖИТЕ....

— МОЩНАЯ ПОТЕНЦИЯ ЗА 2 МИНУТЫ — НОВЕЙШИЙ ПРЕПАРАТ! ПОЛУЧИ СО СКИДКОЙ

— Горячий Sex в любом возрасте! — 100% решение ваших проблем с потенцией }

# Итоги

Сводная статистика

Фильтр

Период: 27.11.2018 - 19.12.... | Валюта: ₽ | Холд: Нет | Approve: Реальный | Страна: Ничего не выбрано | Оффер: Alfa man - для повышения пк | Лендинг: Ничего не выбрано

Прелендинг: Ничего не выбрано | Поток: Ничего не выбрано | Сабы: DataId

Выгрузить | Применить | Отменить

Группировать по: датам, времени, офферам, потокам, geo, data1, data2, data3, data4, data5

| | Траффик | | | Показатели | | | | Конверсии | | | | | Финансы | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Гео | Клики | Уники | ТВ | CR | EPC | A | W | Σ | ✓ | ⟳ | ✗ | ⊘ | Σ | ✓ | ⟳ | ✗ |
| Киргизия | 29 413 | 19 818 | 0 | 0.46 % | 1.59 | 47.01 % | 6.72 % | 134 | 63 | 9 | 62 | 86 | 67000 | 31500 | 4500 | 31000 |
| Армения | 17 153 | 11 982 | 0 | 0.59 % | 2.39 | 51.49 % | 0 % | 101 | 52 | 0 | 49 | 31 | 55550 | 28600 | 0 | 26950 |
| Азербайджан | 15 202 | 9 823 | 0 | 0.36 % | 1.74 | 56.36 % | 0 % | 55 | 31 | 0 | 24 | 37 | 30250 | 17050 | 0 | 13200 |
| Грузия | 7 275 | 5 173 | 0 | 0.48 % | 2.13 | 62.86 % | 0 % | 35 | 22 | 0 | 13 | 14 | 17500 | 11000 | 0 | 6500 |

**Партнерка:** Lospollos

**Оффер:** Alfa Man — для повышения потенции

**Источник трафика:** TeaserNet

**Потрачено:** 827,88$

**Заработано:** 1,092.12$

**PROFIT:** 264,24$ по курсу сейчас 17175,6

**ROI:** 24%

**Период слива:** 04.02.2018-24.02.2019

# ЛЕНЬ, ДЕЙТИНГ И 264 бакса ПРОФИТА С TEASERNET

ПОДПИСАТЬСЯ НА НАС В СОЦСЕТЯХ

CONVERSION
АРБИТРАЖ & МАРКЕТИНГ

*Говорят, лень - двигатель прогресса. Опробовав этот тезис на практике, автор кейса с минимумом усилий поработал над своей кампанией в Teasernet и смог выйти в профит, не особо напрягаясь. Получился эдакий вариант для получения небольшого, но стабильного дохода.*

Холодным зимним вечером от скуки было решено потестировать баннеры Teasernet, так как с тизерами и пушами работаю, а баннеры так и не трогал.

В начале нужно было выбрать вертикаль и оффер.

Поскольку ленив неимоверно и тестировать в минусину было лень, пошёл серфить порносайты. Приятное и полезное дело выявило, что в баннерах Exoclick крутится много креативов под адалт-дейтинг.

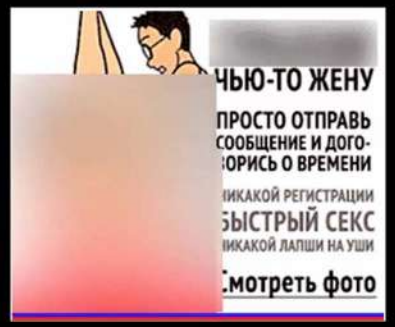
В связи с этим сохранил себе кучу баннеров, подрезал и подогнал под 300x250, 320x240 и 600x300 и под формат мобильных баннеров.

В итоге после заливки потребовалось собрать скромные блеклисты по 5-10 площадок.

После этого оставалось просто проверять прибыльность и, если что, докидывать по одной площадке в БЛ.

Так как подбирать оффер, сливать тестовые конверсии, прелендинги себе сливать и тестировать было лень, просто взял ссылку у Lospollos запихал в трекер и всё)

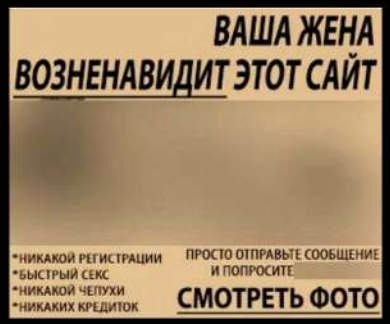
300x250 №1



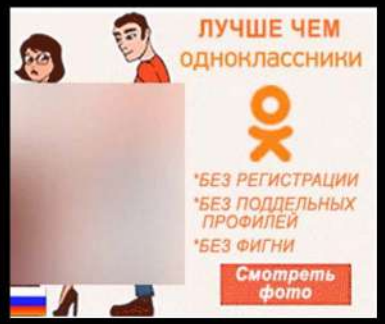

300x250 №2

300x250 №3

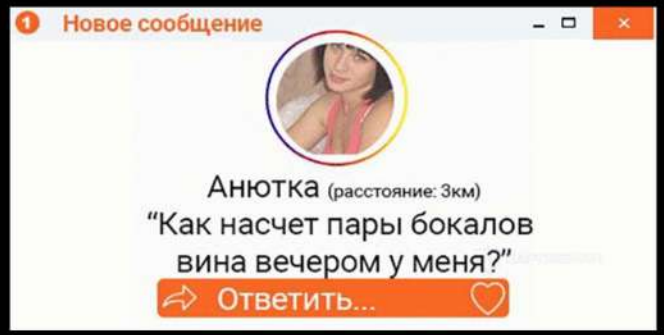
300x250 №4




300x250 №5



600x300 №1



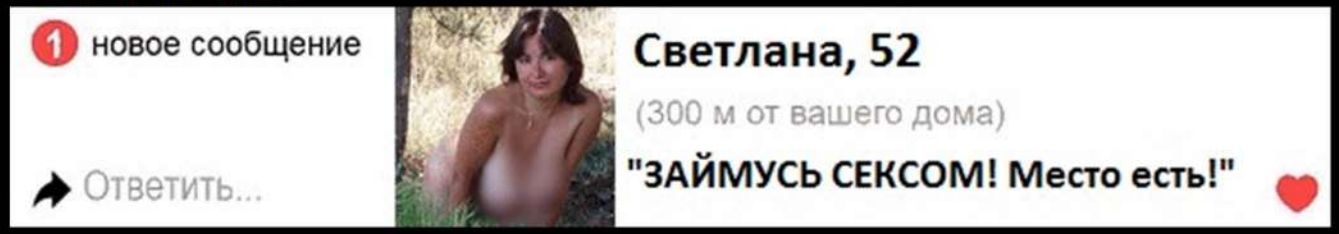

600x300 №2

На удивление сразу же завелось и начало нести мелкий профит.

БЛ в каждой РК куда меньше, чем в других форматах. Трафика не так и много, но 20к на тесты каждый месяц мои)

Скринить всё лень.

Мобильный баннер




**Затраты:**

Вид статистики

По дням
По кампаниям
По категориям
Графики
Рефералы
По форматам
По методу оплаты
По источникам

Период

сегодня
вчера
текущая неделя
прошлая неделя
текущий месяц
прошлый месяц
установить период

Начиная 04.02.2019
Заканчивая 24.02.2019

support

Статистика за период с 04.02.2019 по 24.02.2019 [?]

Фильтр по кампаниям и тизерам

| кампания | показы | клики | CTR | деньги |
|---|---|---|---|---|
| #484951 / RU_Dating_Lospollos_600x300 [ Banners ][ 600x300 ] | 4 675 827 | 23 959 | 0,5124 | 26 354,90 (399,85$) |
| [redacted] | [redacted] | [redacted] | [redacted] | [redacted] |
| #483952 / RU_Dating_Lospollos_Ban300 [ Banners ][ 300x250 ] | 2 879 971 | 12 077 | 0,4193 | 15 096,25 (229,07$) |
| #484947 / RU_Dating_Lospollos_Mobban [ Mobile banner ] | 1 511 990 | 7 845 | 0,5189 | 8 629,50 (130,85$) |
| [redacted] | [redacted] | [redacted] | [redacted] | [redacted] |
| [redacted] | [redacted] | [redacted] | [redacted] | [redacted] |
| [redacted] | [redacted] | [redacted] | [redacted] | [redacted] |
| #484980 / EU_Dating_Lospollos_Mobban CPC [ Mobile banner ] | 632 253 | 5 792 | 0,9161 | 2 896,00 (43,90$) |
| [redacted] | [redacted] | [redacted] | [redacted] | [redacted] |
| #484009 / EU_Dating_Lospollos_Ban600 | 1 338 172 | 4 207 | 0,3144 | 841,40 (12,76$) |

Можно оптимизировать до бесконечности, но тут возникает вопрос прибыльности этой возни.

Так как площадки и баннеры были отобраны сразу же и фантастическая точность не требовалась, то на тест было слито порядка 100$, но это было давно и окупились эти траты уже не один раз.

С 04.02 РК просто крутятся, баннеры не меняются, БЛ не пополнялся до сегодняшнего дня)

## Вот и статка:

Binom - Campaigns

| ID | Name | Group | Traffic Source | Clicks | Unique (Campaign) | Leads | CR | EPC | CPC | Revenue | Cost | Profit | ROI |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 14 | RU Dating 600x300 | Dating Banner RU | TeaserNet | 24,481 | 23,141 | 374 | 1.53% | $0.01859 | $0.01650 | $455.04 | $404.04 | $51.01 | 12.62% |
| 12 | RU Dating 300x250 | Dating Banner RU | TeaserNet | 12,546 | 10,856 | 245 | 1.95% | $0.02156 | $0.01857 | $270.53 | $232.95 | $37.57 | 16.13% |
| 15 | RU Dating Mob.banner | Dating Banner RU | TeaserNet | 9,681 | 9,228 | 139 | 1.44% | $0.02298 | $0.01269 | $222.44 | $122.89 | $99.55 | 81.01% |
| 16 | EU Dating Mob.banner | Dating Banner RU | TeaserNet | 7,568 | 7,114 | 37 | 0.49% | $0.00909 | $0.00557 | $68.80 | $42.12 | $26.68 | 63.34% |
| 18 | EU Dating 600x300 | Dating Banner RU | TeaserNet | 4,071 | 3,435 | 9 | 0.22% | $0.01097 | $0.00303 | $44.68 | $12.35 | $32.33 | 261.89% |
| 20 | EU Dating 320x240 | Dating Banner RU | TeaserNet | 4,058 | 3,335 | 6 | 0.15% | $0.00242 | $0.00228 | $9.83 | $9.24 | $0.59 | 6.34% |
| 19 | Evropa Dating 300x250 | Dating Banner RU | TeaserNet | 601 | 514 | 4 | 0.67% | $0.01443 | $0.00319 | $8.67 | $1.92 | $6.76 | 352.56% |
| 71 | US Dating 300x250 | Dating Banner RU | TeaserNet | 136 | 111 | 1 | 0.74% | $0.00772 | $0.00987 | $1.05 | $1.34 | ($0.29) | -21.78% |
| 17 | EU Dating 300x250 | Dating Banner RU | TeaserNet | 224 | 202 | 2 | 0.89% | $0.04250 | $0.00258 | $9.52 | $0.58 | $8.94 | 1,547.60% |
| 72 | America Dating 300x250 | Dating Banner RU | TeaserNet | 140 | 116 | 2 | 1.43% | $0.01113 | $0.00319 | $1.56 | $0.45 | $1.11 | 248.87% |
| 13 | RU Dating 320x240 | Dating Banner RU | TeaserNet | 0 | 0 | 0 | 0.00% | $0.00000 | $0.00000 | $0.00 | $0.00 | $0.00 | 0.00% |
| 60 | RU dating razgon_test | Dating Banner RU | TeaserNet | 0 | 0 | 0 | 0.00% | $0.00000 | $0.00000 | $0.00 | $0.00 | $0.00 | 0.00% |
| | | | | 63,506 | 58,052 | 819 | 1.29% | $0.01720 | $0.01304 | $1,092.12 | $827.88 | $264.25 | 31.92% |

После просеивания осталось работать **2 баннера 300x250: №2 и №5.**

Binom - Stats: RU Dating 300x250 id:12 (TeaserNet)

| Name | Clicks | Unique (Campaign) | Leads | CR | EPC | CPC | Revenue | Cost | Profit | ROI |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4883696 | 7,239 | 6,332 | 142 | 1.96% | $0.02134 | $0.01898 | $154.46 | $137.40 | $17.06 | 12.42% |
| 4879957 | 5,036 | 4,253 | 103 | 2.05% | $0.02305 | $0.01897 | $116.07 | $95.56 | $20.51 | 21.47% |
| [TEASER_ID] | 271 | 271 | 0 | 0.00% | $0.00000 | $0.00000 | $0.00 | $0.00 | $0.00 | 0.00% |
| | 12,546 | 10,856 | 245 | 1.95% | $0.02156 | $0.01857 | $270.53 | $232.95 | $37.57 | 16.13% |

Могу просто забывать о этих кампаниях на 20-30 дней.
И взяться за более профитные направления и вертикали.

Трафик засчитался трекером корректно, разница затрат со статистикой Teasernet порядка 1-1,5$, поэтому фиг с ним)

## Итог

**Потрачено:** 827,88$
**Заработано:** 1,092.12$
**PROFIT:** 264,24$
по курсу сейчас 17175,6 р.
**ROI:** 24%

Для супер ленивого арбитража хороший результат.
Профит небольшой, но под требования кейса прошёл!

**Партнерка:** dr.cash

**Источник:** Push-уведомления (Megapu.sh)

**Оффер:** Max X (потенция на Индию)

**Расход:** 9.100$

**Доход:** 13.565$

**Профит:** 4.465$

**ROI:** 50%

**Период слива:** 07.10.2018 — 07.12.2018

# ТОВАРКА НА ИНДИЮ с прибылью 4465$

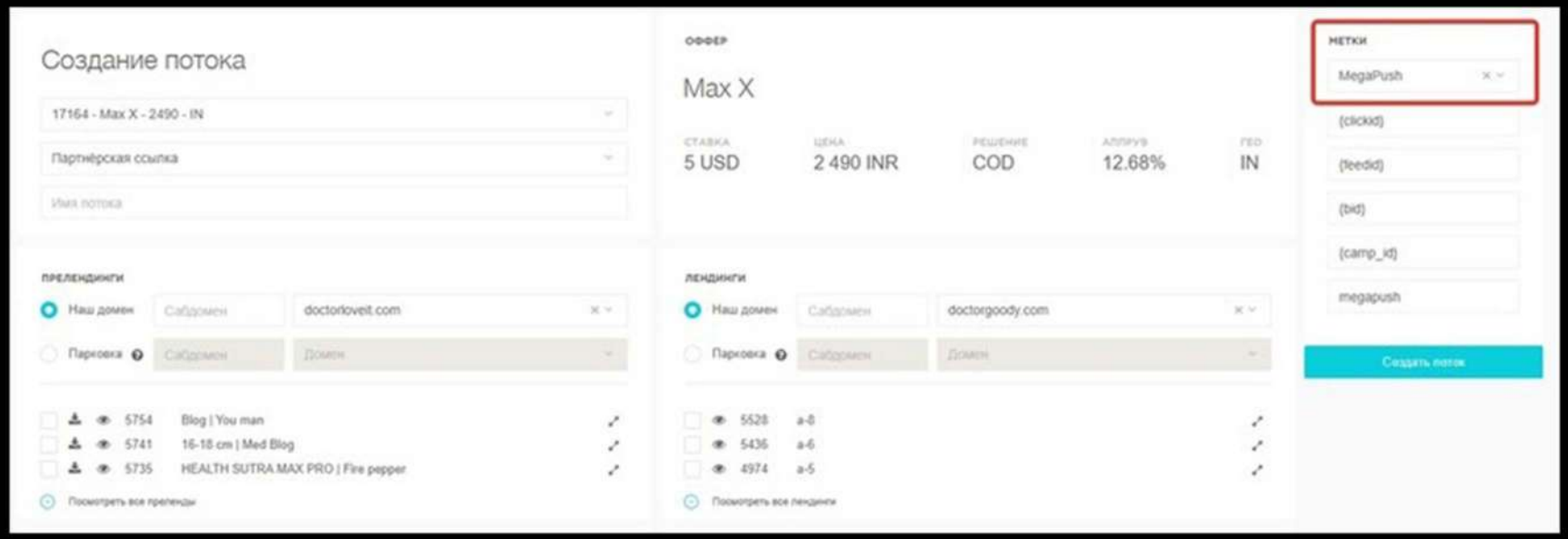
Каждый арбитражник, который льет трафик на весь мир, хотя бы раз задумывался, как монетизировать Индию. Огромное гео с самым дешевым трафиком. Но, как правило, достойных офферов не много.

Один из таких офферов попался мне по рекомендации моего менеджера из Dr.Cash.

Почему я зацепился за этот оффер? Во-первых Индию достаточно легко тестировать. Цена заявки, как правило, очень маленькая, а трафика очень много. Получается быстро и дешево. Во-вторых, Megapu.sh — это преимущественно мужской трафик, и потенция, если речь идет о нутре, одна из топовых вертикалей. В-третьих, это новый оффер, и пройти мимо совсем не вариант.

Это были легкие деньги. Как я это понял? Достаточно было запустить трафик. Благо дело, Индия в Megapu.sh — одно из самых крупных гео. Поэтому лить я начал используя только основной feed и только мобильный трафик. Это облегчает работу и ускоряет старт. Нет необходимости настраивать трекер, т.к. по сути кроме фидов оптимизировать в Megapu.sh больше нечего. А статистика в Dr.cash очень удобная и позволяет получить всю необходимую информацию, не выходя за пределы партнерки.

При настройке ссылки можно выбрать интересующий Вас источник и система автоматически подставит все необходимые макросы.



Поскольку оффер был новый и еще только интегрировался в Dr.Cash, на выбор было всего два преленда и два ленда. Второй ленд мне не понравился, в силу своего опыта его я отбросил сразу. С прелендами было сложнее: их я ранее не видел, а значит нужно тестировать. И да, если возникает вопрос, а нужен ли вобще преленд — я скажу, что все решается на этапе тестов, и как правило Азия заходит именно с прелендом. Это дополнительно прогревает аудиторию, что, как следствие, приятно сказывается на апруве. Да, это может снизить итоговую конверсию, но итоговый профит за счет апрува, как правило, будет выше.

**Поэтому поток состоял из сплита двух прелендингов:**

**4331** — Ropal Karmankar | Blog
**4362** — Sex for two hours! | Blog

и одного лендинга:

**4179** — a-1

Получив ссылку из партнерки, оставалось сделать только кампанию в Megapu.sh. Т.к. трафика много и это был всего лишь тестовый пролив, я сделал всего один пуш. Картинку и текст я взял с одного из прелендингов. Как правило, текста на прелендах переведены достойно, поэтому, без лишних затрат на перевод, заголовки для пушей можно брать на посадочных страницах.

Тестовый пуш выглядел следующим образом:

Как только кампания прошла модерацию (буквально 5 минут) и пуш попал в рассылку, на перрон стали прибывать вагоны с трафиком. Уже в первый час я получил 3000 трафика и 7 валидных заявок. Понимая тот факт, что этот состав будет не так просто остановить, я отключил трафик с учетом того, что долетит еще примерно столько же. И я был прав. Долетающие клики — это специфика пуш-трафика.

Когда трафик только запущен, начинается рассылка по базе подписчиков. Примерно 30% получателей мгновенно реагирует на полученное пуш-уведомление, остальные же 70% реагируют не сразу, а спустя некоторое время. 80% всего трафика, как правило, приходят спустя четыре часа после окончания рассылки. Остальные 20% могут долетать очень долгое время. Чем больше база гео, тем больше мы получаем долетающих кликов.

В итоге я получил трафика порядка 6000 кликов и 17 валидных заявок. Потратил на тест около 20$. Этого было достаточно, чтобы понимать, что оффер живой и имеет хороший потенциал.

А вот преленды показали примерно одинаковый результат:

| ДАТА | ЧАС | ПОТОК | ОФФЕР | ПРЕЛЕНДИНГИ | ЛЕНДИНГИ | ГЕО | ДЕВАЙС | ОС | БРАУЗЕР | SUB1 | SUB2 | SUB3 | SUB4 | SUB5 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

| | ТРАФИК | | | КОНВЕРСИЯ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ПРЕЛЕНДИНГИ | C | U | L-C | | | | | |
| Ropal Karmankar \| Blog | 2417 | 1 | 0 | 13 | 7 | 1 | 0 | 5 |
| Sex for two hours! \| Blog | 2411 | 1 | 0 | 10 | 9 | 0 | 0 | 1 |

И в первый день я не получил ни одной подтвержденной заявки. Переговорив по этому поводу с менеджером, оказалось, что не совсем корректно настроена интеграция, и дальнейшие тесты мы условились проводить после того, как всё будет окончательно готово.

А чтобы не терять время, я подготовил еще 3 пуша и оставил ждать их своего часа. Да, модерация конечно же работает быстро, но лучше все готовить заранее. Все три пуша имели разный подход.

Первый пуш — «секс», второй пуш — «увеличение», третий пуш — «эмоция».

При создании креативов я не использую отдельные картинки, а делаю иконку из основной картинки. Когда делаешь много креативов, все твои пуши в итоге получаются разными для юзера. Т.к. первое, что видит юзер, это именно иконка и текст, а лишь потом большая картинка.

Старт был дан менеджером 16-го числа и я просто запустил готовые кампании.

В этот раз трафик набирал обороты постепенно, несмотря на увеличенное количество кампаний. Вероятно, добавилось конкуренции на гео. Потратив на каждый прелендинг по три цены конверсии, был выбран лучший из двух — 4331 — Ropal Karmankar | Blog. Связка была готова, оставалось снова пролить по ней трафик, чтобы понять какие креативы под неё подходят.

## На этот тест я потратил около $ 100 и получил следующую картину:

| | ТРАФИК | | КОНВЕРСИЯ | | | | | ИНДИКАТОРЫ | ФИНАНСЫ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ДАТА | C | L-C | | | | | | APRV | ДОХОД |
| 2018-10-16 | 28305 | 2843 | 54 | 27 | 13 | 0 | 14 | 32.5% | 52 |

**Итог:** — $ 48. Что ж не плохой результат для начала.

Из 4-х пушей, один принес 21 конверсию с апрувом в 35%. Т.е. практически половину всех конверсий. И открутился в уверенный плюс! Это типичная ситуация. НО это был креатив на увеличение! Вот так поворот.

Что ж, направление было понятно. Я переписал текста на старых креативах уже с уклоном на увеличение, добавил несколько новых картинок и опять запустил свои кампании. На тот момент в партнерку было добавлено еще несколько прелендов — их тоже подключил к тестированию.

Результат получился примерно такой же. На потраченные $ 100 я получил 51 валидную заявку и 16 принятых.

| | ТРАФИК | | КОНВЕРСИЯ | | | | | ИНДИКАТОРЫ | ФИНАНСЫ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ДАТА | C | L-C | | | | | | APRV | ДОХОД |
| 2018-10-18 | 29621 | 4101 | 67 | 35 | 16 | 0 | 16 | 31.37% | 64 |

**Итог:** — $ 36. Новые прелендинги не показали достойного результата скорее всего из-за того, что пуши изначально были подготовлены под другой преленд. Но из всех кампаний с моим прелендом отлично работало 6-ть кампаний — их и оставил.

19-го числа кампании были запущены с самого утра и практически до позднего вечера. Необходимо было еще раз все протестировать, чтобы окончательно понять, какие кампании оставить, а какие в итоге не смогут работать

Получил следующую картину:

| | ТРАФИК | | КОНВЕРСИЯ | | | | | ИНДИКАТОРЫ | ФИНАНСЫ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ДАТА | C | L-C | | | | | | APRV | ДОХОД |
| 2018-10-19 | 81460 | 14186 | 269 | 148 | 49 | 0 | 72 | 24.87% | 196 |

При затратах примерно $ 250, заявок было принято на $ 196.

**Итог:** — $ 54. Но 4-ре пуша крутились в плюс, были с хорошим ROI, были около нулевые. Околонулевые я обычно оставляю, т.к. день ото дня результат может может меняться, и там где был ноль, может быть плюс, как и наоборот.

Таким образом, потратив несколько дней и порядка $ 160, я получил 4 креатива, которые в итоге и принесли мне весь доход по офферу.

Понижать ставку я не мог, поэтому если кампании в начале дня шли в минус, я их просто отключал, а на тех кампаниях, где был хороший плюс, ставку я повышал.

Изначально оффер лился с небольшим рои, но т.к. объем был хороший, ставку мне повысили до $5 и рои стал заметно существенней.

Почему я не стал делать еще креативы? К сожалению, на оффере стояли капы в 200, а потом в 400 валидных заявок в день, и 4-х креативов мне хватало. К слову говоря, были дни когда не было конкуренции и кап набирался за 3-4 часа открута кампаний.

По мере работы с оффером я изредка тестировал новые креативы, в какой-то момент крутилось до 8 кампаний. Индия хоть и большое гео, но, как я говорил, были дни, когда кап набирался за 3-4 часа, а были дни когда трафик доставался гораздо сложнее. Скачки трафика были обусловлены чаще всего наличием конкуренции, это было заметно по растущим или снижающимся ставкам. Как только ставки ползли вверх — трафика становилось меньше, как только мой бид снова приближался к High Averege — трафика становилось значительно больше.

## Итоговая стата из партнерки за период с 07.10.2018 по 07.12.2018:

| | ТРАФИК | КОНВЕРСИЯ | | | | | ИНДИКАТОРЫ | ФИНАНСЫ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ОФФЕР | C | | | | | | APRV | ДОХОД |
| Max X - COD - [IN] | 2674705 | 17055 | 9690 | 2783 | 0 | 4582 | 22.31% | 13565 |

Четыре кампании, которые дали основной профит:

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| india | मैं बहुत खुश हूँ | मेरे पति का लिंग बहुत | 317 867 | ∞ | ∞ | 0.36 | IN | 1180.972 $ | 3 | 15.00 $ | -99 % | -1165.97 |
| india | सेक्स प्रति रात 5 बार | अपने सुख के मामले में | 673 685 | ∞ | ∞ | 0.35 | IN | 2508.794 $ | 1 | 5.00 $ | -100 % | -2503.79 |
| india | दो घंटे के लिए सेक्स | अपने सुख के मामले में | 724 717 | ∞ | ∞ | 0.30 | IN | 2297.014 $ | 8 | 40.00 $ | -98 % | -2257.01 |
| india | पति मेरे साथ यौन संबंध | एक समय में दो घंटे! वा | 589 231 | ∞ | ∞ | 0.30 | IN | 1748.001 $ | 1 | 5.00 $ | -100 % | -1743.00 |

С постбеком творились чудеса, чинить я его так и не стал. Т.к. креативов было немного, то с удобством всю информацию я мог видеть и сопоставлять прямо в Dr.Cash.

Исходя из всего вышенаписанного, хочу сказать, что чудес не бывает. Но всегда можно выстроить цепочку своих действий таким образом, чтобы получить результат.

В целом, после всех тестов этот оффер крутился практически на автомате. Каждый день регулировал ставку в зависимости от результатов в начале дня, ну и периодически вовремя отключал кампании. Так как специфика пуш-трафика такова, что на нем есть очень сильный долет — останавливал кампании не добирая 25% капа, и в течение оставшегося дня заявки приходили уже с долетавших кликов.

**Партнерка:** Alfaleads

**Источник трафика:** пуш-уведомления PropellerAds

**Оффер:** Sweepstakes iPhone X

**ГЕО:** Франция

**Потрачено:** 125$

**Получено:** 232$

**Прибыль:** 107$

**ROI:** 86%

**Период слива:** 15.01.2019-22.01.2019

# СВИПСТЕЙКИ на Францию с прибылью $106

## Привет!

Давно работаю с Alfaleads и пушами PropellerAds, но на свипсы еще не лил.

## Оффер

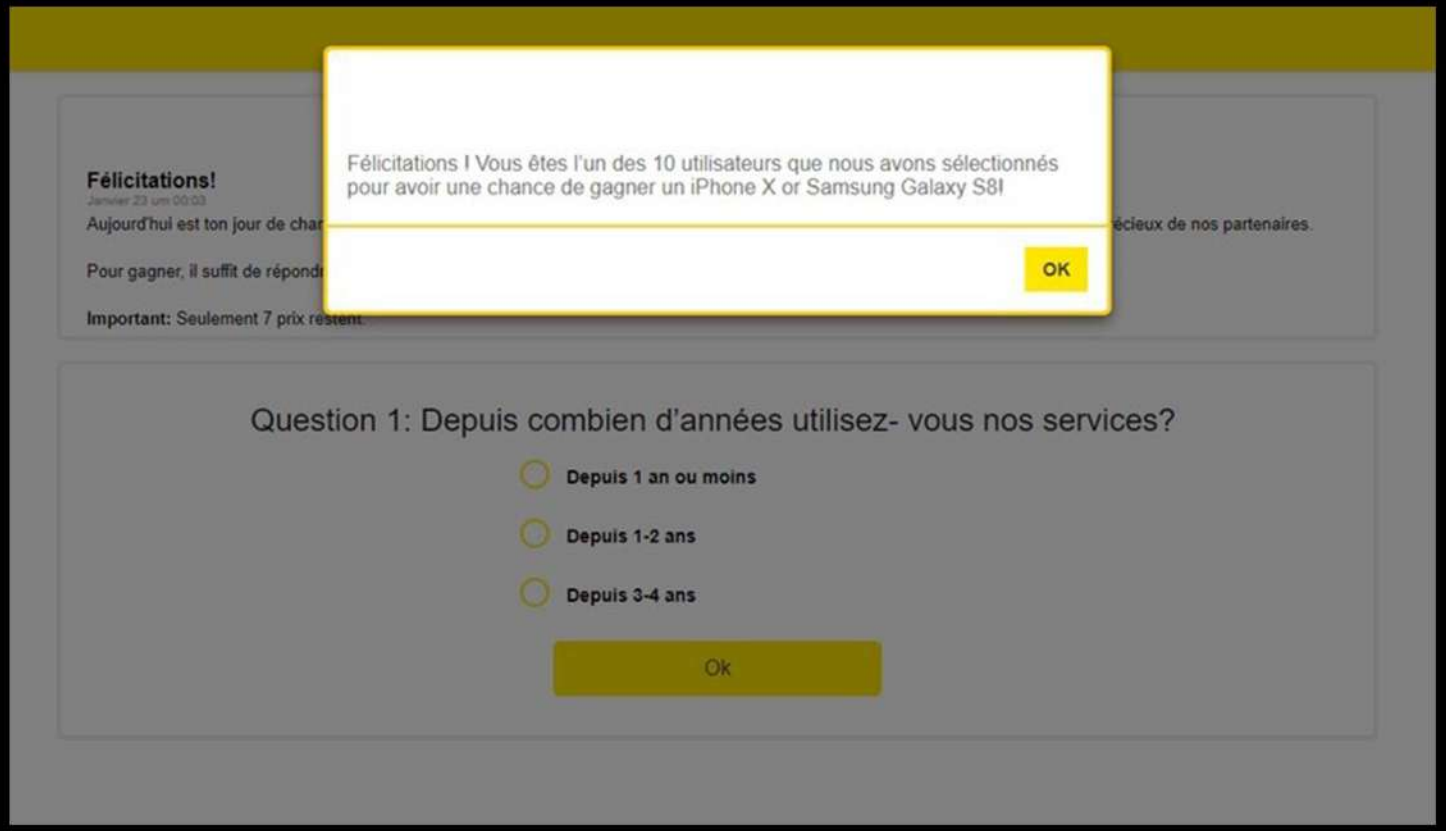
Менеджер Альфы посоветовал шикарный Sweepstake оффер с выплатой 0.64 EUR (0.73 USD). Знаю, что в этой нише заходят привлекательные товары, поэтому выбрал iPhone X.

## Кампании

Сразу на ленд лить не рискнул, потому что свипсы чаще и лучше работают с прелендами.

Для преленда использовал обычный трюк со счастливчиком, у которого есть возможность выиграть что-то ценное.

Но тут главное ничего не гарантировать, иначе модерация Пропеллера может не апрувнуть кампанию. На преленде желательно писать о том, что есть ШАНС что-то выиграть:



Ленд был такой:

Для всех кампаний использовал только один креатив: иконка с непрочитанным сообщением
(сразу привлекает внимание), фото Айфона в упаковке и такой текст:

**Заголовок:**
Получите новый iPhone X!

**Описание:**
Бесплатно! Попробуй выиграть

Все кампании запустил по CPC и в каждой установил по одному User Activity: High, Medium и Low.

## Результат

Вложил 125$, по итогу получил 232$.

Все кампании ушли в плюс.

Лучше всего зашла кампания с высоким уровнем активности пользователей. На ней удалось получить отличный CTR, что дало возможность снизить бид, но сохранить объем трафика.

Статистика по компаниям в PropellerAds

| St | ID | Name | Origin | Start Time | End Time | Impressions | Conversions | Clicks | CTR, % | CPM | Cost | VAT | Cost with VAT | Type | Ad Format | Actions |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| STOPPED | 1698223 | (High CPC) 1912 Sweepstakes iPho... | SSP | 16/01/2019 | — | 93,653 | 249 | 5,512 | 5.89 | $0.015 | $76.07 | $15.21 | $91.28 | CPC | Push Notifications | |
| STOPPED | 1691807 | (Medium CPC) 1912 Sweepstakes iP... | SSP | 15/01/2019 | — | 60,142 | 50 | 1,252 | 2.08 | $0.014 | $21.02 | $4.20 | $25.22 | CPC | Push Notifications | |
| STOPPED | 1697931 | (Low CPC) 1912 Sweepstakes iPhon... | SSP | 15/01/2019 | — | 37,839 | 19 | 567 | 1.50 | $0.011 | $7.17 | $1.43 | $8.61 | CPC | Push Notifications | |

Статистика по кампаниям в Alfaleads (в евро):

| Оффер | Трафик | | Показы | Конверсии | | | | Финансы | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Хосты | Хиты | | Все | Принято | В обработке | Отклонено | Все | Принято | В обработке | Отклонено |
| (1912) Sweepstakes iPhone X - CPL - [FR] | 1,727 | 2,611 | 0 | 318 | 318 | 0 | 0 | 203.52 | 203.52 | 0.00 | 0.00 |
| Итого | 1,727 | 2,611 | 0 | 318 | 318 | 0 | 0 | 203.52 | 203.52 | 0.00 | 0.00 |

Спасибо за внимание. Всем профитных сливов!

**Партнерка:** Alfaleads

**Источник трафика:** пуш-уведомления PropellerAds

**Оффер:** Sweepstakes iPhone X

**ГЕО:** Франция

**Потрачено:** 125$

**Получено:** 232$

**Прибыль:** 107$

**ROI:** 86%

**Период слива:** 15.01.2019-22.01.2019

# ДЕЙТИНГ на Европу с прибылью $1357

# Всем привет!



Сегодня решил написать свой кейс по дейтингу, который удачно лил на протяжении нескольких месяцев. По сути это мой первый опыт работы с пуш-трафиком и с буржем в целом. Но за счёт того, что ставки по офферу были вкусными, а конкуренция и заезженность не была такая высокая, смог вылить в плюс с неплохим ROI. При этом приобрел опыт работы с пуш-трафиком и набрался различных фич, которыми поделюсь сегодня с вами в этом кейсе.

## Предыстория

После первых попыток слива с пушей на дейтинг я стал искать офферы этой вертикали, которые имели приемлемое соотношение цены клика в МП и выплатами в ПП. Остановился на оффере Flirt.com & Smartlink , который находился в ПП Mobytize. Это был SOI оффер. Особенно меня удивили выплаты (десктоп и мобайл соответственно):

| | | |
|---|---|---|
| Австралия | Регистрация | $ 3 +3 |
| Австралия | Регистрация | $ 6 +6 |
| Бельгия | Регистрация | $ 1.87 +1.875 |
| Бельгия | Регистрация | $ 7.5 +7.5 |
| Канада | Регистрация | $ 3 +3 |
| Канада | Регистрация | $ 6 +6 |
| Швейцария | Регистрация | $ 6 +6 |
| Швейцария | Регистрация | $ 9.75 +9.75 |
| Дания | Регистрация | $ 5.25 +5.25 |
| Дания | Регистрация | $ 11.25 +11.25 |
| Испания | Регистрация | $ 1.35 +1.35 |
| Испания | Регистрация | $ 2.25 +2.25 |
| Франция | Регистрация | $ 1.5 +1.5 |
| Франция | Регистрация | $ 3 +3 |
| Великобритания | Регистрация | $ 3 +3 |
| Великобритания | Регистрация | $ 6 +6 |
| Италия | Регистрация | $ 2.25 +2.25 |
| Италия | Регистрация | $ 3.75 +3.75 |
| Норвегия | Регистрация | $ 6 +6 |
| Норвегия | Регистрация | $ 9.75 +9.75 |
| Новая Зеландия | Регистрация | $ 3 +3 |
| Новая Зеландия | Регистрация | $ 6 +6 |
| Швеция | Регистрация | $ 6 +6 |
| Швеция | Регистрация | $ 9.75 +9.75 |
| Соединённые Штаты | Регистрация | $ 3 +3 |
| Соединённые Штаты | Регистрация | $ 6 +6 |

В дополнительных условиях стоял возраст 21+. То есть пользователь указавший возраст младше 21-го — регу мне не засчитывали. Так как это пуши, старгетироваться по возрасту возможности соответственно нет, это был минус.

Но посмотрев, что на тот момент в МП цены на большинство гео из этого оффера не были высокими и посмотрев на выплаты, я понял — нужно идти и тестить.

Впервые же дни связка выстрелила. Далее начал по возможностям масштабировать её, при этом не терять те ROI, которые были. До определенного момента это получалось, так как трафика в МП много, а в оффере гео не мало. Как только ROI начинал падать, я тестил новые подходы, креативы и собственно гео. Так и наткнулся на Бельгию, которая по сути принесла мне практически половину профита этого кейса:

| Страна | Хиты | Хосты | Отклон | Трафбэк | CR | ✔ | ⏲ | ✖ | ⏲ | ✔ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Бельгия | 20 041 | 16 347 | | | 0.88 % | 145 | | | | 1 087.500 |

В итоге протестив многие гео на протяжении около 3-4 месяцев, связка начала потихоньку угасать, на это повлияло конкуренция в мп, соответственно выросла цена клика по многим гео, это мой подход в креативах, который начал приедаться ибо его начали юзать активно и т.д. Остальное время я доливал кап, где рои был в районе 10-20%, так я и докрутил лимит и решил запилить кейс.

**КАП.** Когда связка зашла, оставался один вопрос, на который я не мог повлиять — это кап. Я отлил 100 капа и ждал фидбек от рекла. И мне дали ещё 100 лимита. После чего накинули до 400! С учетом таких выплат это уже кое-какой объём. Это на заметку тем людям, которые говорят что пуши не работают и с них никто не покупает.

# Настройки кампании

Перейдем непосредственно к настройкам и креативам:

## Настройки РК

В основном лил десктоп, по всем ОС. Как уже многим известно, с этого источника трафика, конверт по десктопу ниже чем мобайл, но за счет выплат и цены клика остановился на нём.

## Креативы и ленды

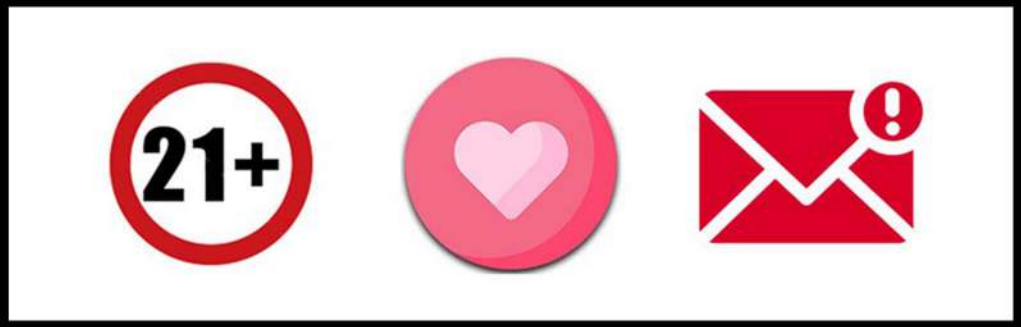
Лил без прокладок, так как оффер не адалт и с модерацией нету никаких проблем. По лендам — там смартлинк. Поэтому по сути нечего не менял.

## Текстовая часть

На это время подход достаточно заезжен, но ещё кое-как работает. Сам смысл креатива был создать вид живого общения. Title — имя девушки, местонахождение, возраст (и/или). Сам текст — тут вариантов больше: начиная от банального «привет как дела», заканчивая предложениями встретиться и т.д. Старался делать максимально простой текст, чтобы в результате перевода не было ерунды и гугл переводчика было достаточно.

## Графическая составляющая

На мелкой картинке тестировал в основном 3 подхода-креатива: обычный 18+, 21+, значок обозначающий знакомство и картинки обозначающие «новое сообщение»:



На большом фото-креативе в основном лица симпатичных девушек. Где чисто лицо или лицо-грудь, всё остальное: откровенные фото (не голые), только фигура и т.д. не заходили. Также тут пришлось ловить грань между модельной внешностью и слишком «реалистичными» фотками. Так как креативы, где изображена девушка модельной внешности не конвертились, но и слишком «обычные» не заходили. Также по разным гео — разные девушки в креативах: на Скандинавию — больше блондинки, на Европу — и блондинки и шатенки со славянской внешностью.

*Конкретно те креативы, которые использовал, заливать сюда не буду, так как они до сех пор активны и на других офферах.

## Статистика

Ну теперь собственно к цифрам:

Всей статы с МП не покажу, так как потерял доступ к первому своему аку в мп (саппорт без проблем помог перетащить оставшийся бюджет на новый ак, за что ему спасибо).
Там было потрачено в районе 233$.

А вот статистика с нынешнегоака по этому офферу:

2018-08-06 - 2018-12-06

| Страна | Клики ( 42210 ) | Расход 841,554 |
|---|---|---|
| AU | 175 | 3.763 |
| BE | 17947 | 248.823 |
| CA | 4631 | 111.892 |
| CH | 4197 | 132.890 |
| DK | 2369 | 61.831 |
| FR | 1091 | 22.906 |
| GB | 1794 | 61.874 |
| NO | 3710 | 191.390 |
| SE | 221 | 6.185 |

Стата в ПП Mobytize:

| Страна | Хиты | Хосты | Отклон | Трафбэк | CR | ✔ | ⏲ | ✖ | ⏲ | ✔ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Бельгия | 20 041 | 16 347 | | | 0.88 % | 145 | | | | 1 087.500 |
| Швейцария | 5 740 | 4 707 | | | 0.89 % | 42 | | | | 409.500 |
| Норвегия | 3 908 | 3 478 | | | 0.83 % | 29 | | | | 282.750 |
| Дания | 5 647 | 4 776 | | | 0.54 % | 26 | | | | 292.500 |
| Канада | 4 444 | 3 726 | | | 0.56 % | 21 | | | | 126.000 |
| Великобритания | 3 363 | 2 828 | | | 0.53 % | 15 | | | | 87.000 |
| Швеция | 3 092 | 2 734 | | | 0.51 % | 14 | | | | 136.500 |
| Франция | 978 | 790 | | | 0.63 % | 5 | | | | 17.250 |

## Несколько советов

исходя из своего опыта работы с пуш-трафиком в частности с Мегапуш:

**Перевод.** Через гугл максимум можно перевести распространенное слово/ словосочетание, уже при постройке мелкого предложения наблюдаются ошибки в переводе, соответственно реакция пользователя негативная, что сказывается на конверсии. Поэтому, лучше не поскупитесь и закажите перевод.

**Изучение особенностей гео.** Перед тем как лить то или иное гео, посмотрите о нём подробнее в гугл/википедии: особенности и отличие внешности девушек в этом гео, какой язык юзают больше всего (например в большинстве стран европы их по 3-4 оф языка). Также, если используете имена в креативах прогуглите по стате какие сейчас распространенные имена среди молодежи на этом гео.

Отдельно хотел бы выделить макрос {city}, который подставляет гео пользователя по ip. В креативах можно придумать несколько подходов с ним. У меня неплохо зашло.

Ну и конечно смотрите и анализируйте трафик, особое внимание уделите существующим переменным, которые можно оптимизировать и выжать оффер с бОльшим ROI.

## Существующие переменные в мп.

Кол-во переменных, с которыми можно проводить тесты и которые влияют на конверт меньше сравнительно с другими популярными источниками трафика (нету как такого таргета по интересам, возрастам, полу и т.д.). Но всё же эти переменные есть и на них нужно делать упор чтобы добиться максимального результата.

## Теперь конкретнее:

- **Креативы и подходы в них.** Старайтесь заливать и тестировать несколько подходов на то или иное гео/оффер;
- **Лендинг.** Тоже самое — чем больше протестируете, тем больше шансов найти ленд с хорошим конвертом;
- **Прокладка** (также тест без неё);
- **Ставка (bid);**
- **Фиды;**
- **Время недели;**
- **Время суток;**
- **Устройства (Дескстоп/мобайл);**
- **ОС**

Надеюсь было полезно, и что-то из этого кейса вы для себя почерпнули.

Спасибо за прочтение и высоких вам ROI

**Партнерка:** Alfalead

**Оффер:** Столото

**Источник трафика:** PropellerAds и MegaPush

**Расходы:** 4,463$ — 299,047 руб.

**Доходы:** 643,500 руб.

**Профит:** 344,453 руб.

**ROI:** 115%

# СТОЛОТО НА РОССИЮ С ПРИБЫЛЬЮ 344453Р

ПОДПИСАТЬСЯ НА НАС В СОЦСЕТЯХ

CONVERSION
АРБИТРАЖ & МАРКЕТИНГ

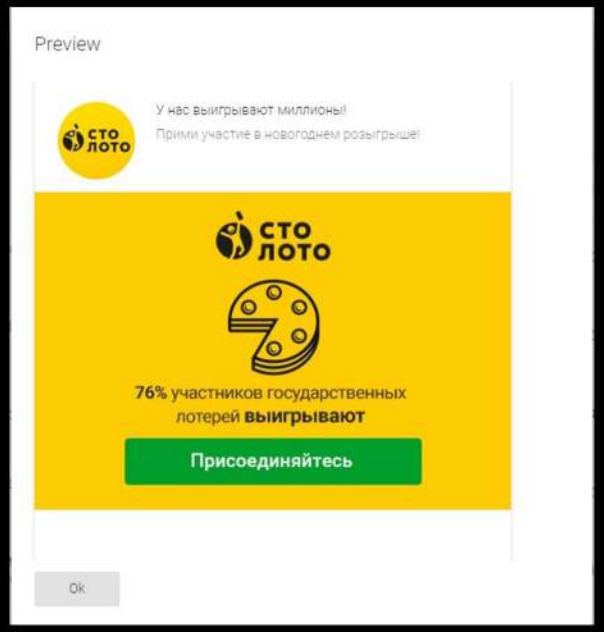
## Всем привет!

Меня зовут Костя и я арбитражник из Alfaleads. В эти новогодние праздники я решил не поддаваться всеобщей лени, а наоборот заработать. Вместе со всей страной отдыхают и большинство арбитражников, конкуренция ниже, cpm/cpc ниже, а вот трафик никуда не девается. В бурже, тем более, таких длинных каникул нет — это понятно, но меня заинтересовало, есть ли спад трафа по РФ.

Мой манагер посоветовал "Столото". Бренд известный, с высоким уровнем доверия, в "Русское лото" у нас играло полстраны. Саша — менеджер подсказал, что на НГ разыгрывают хорошие деньги, а по самому офферу хороший конверт, особенно с мобил на андроиде.

## Про источник

В последнее время много работаю с пушами, и хотя качество трафика оставляет желать лучшего, в настройке они проще всего. На старте была взята одна рекламная сетка, PropellerAds. Связка начала хорошо себя показывать и я подключил другие — Mega-Push, Push.adnow и Datspush. Но с Datspush и Push.adnow трафика почти не было, и я оставил только PropellerAds и MegaPush.

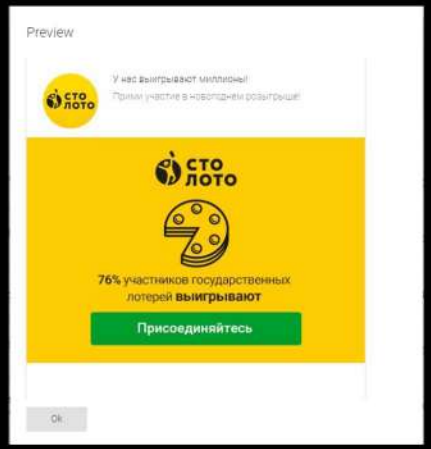



## Креативы

Пошли конверсии по 380 рублей, неплохо, но любой результат можно улучшить, даже если льёшь с пушей.

Классические методы — оптимизация прелендов и креативов. Проклу я использовать не стал, ибо в этом нет смысла, аудиторию для этого оффера греть не нужно.

От оптимизации креативов я отказался, потому что рекл запрещает лить траф без их согласования. Проще всего сразу взять готовые креативы.
Их было два и они максимально просты:



Список устройств ещё на старте ограничил мобилками на андроиде.

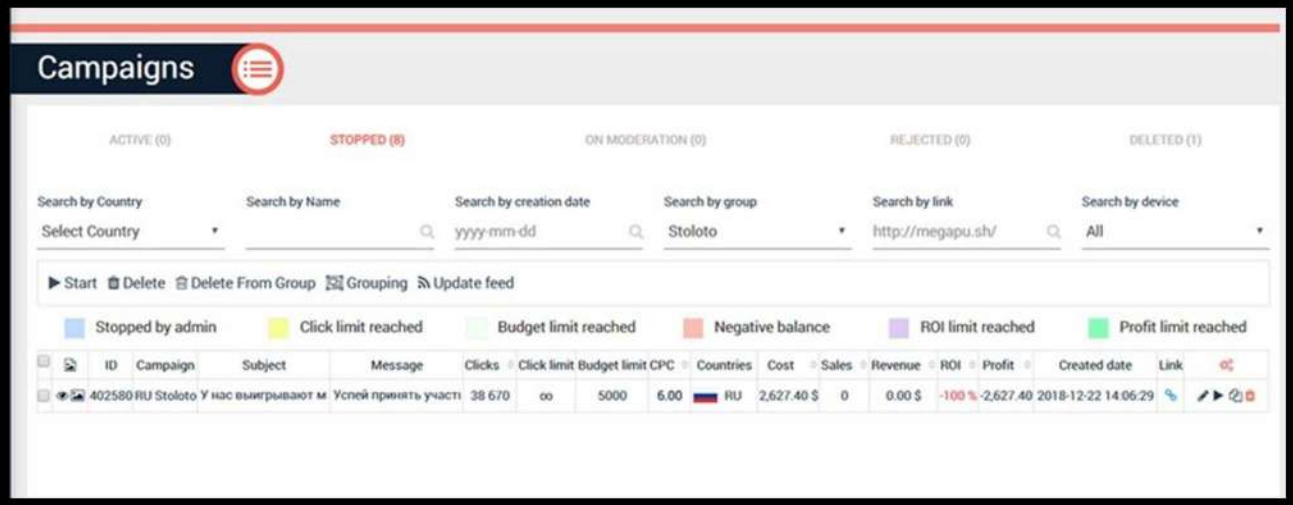
Главное в оптимизации трафика с пушей — постоянно обновляемые блек листы. Чекаем площадки, которые сливают в минус и исключаем показы по ним. У меня это выглядело так:

## Итог слива

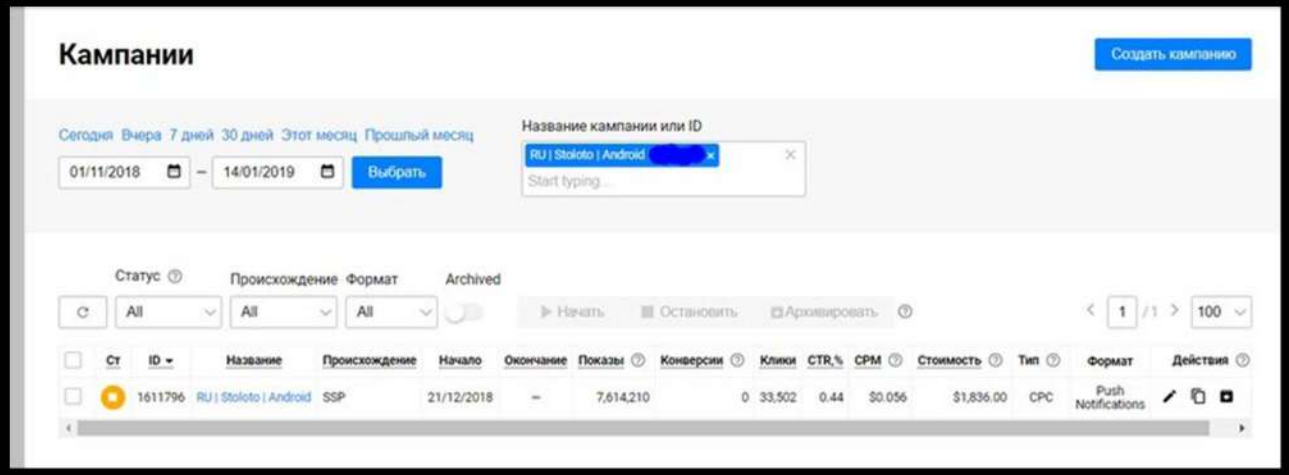
Потрачено: 4,463$ — 299,047 руб

| Name | Marks: clear | Clicks | LP Views | LP CTR | Leads | CR |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 729432 | | 1,405 | 1,405 | 35.73% | 2 | 0.14% |
| 701226 | | 3,654 | 3,654 | 38.53% | 4 | 0.11% |
| 594973 | | 859 | 859 | 34.81% | 1 | 0.12% |
| 679776 | | 7,952 | 7,952 | 34.46% | 8 | 0.10% |
| 201193 | | 947 | 947 | 25.03% | 1 | 0.11% |
| 305982 | | 4,320 | 4,320 | 29.31% | 4 | 0.09% |
| 419354 | | 3,385 | 3,385 | 33.83% | 3 | 0.09% |
| 370758 | | 2,219 | 2,219 | 31.14% | 2 | 0.09% |
| 610197 | | 1,117 | 1,117 | 33.75% | 1 | 0.09% |
| 191529 | | 1,918 | 1,918 | 29.30% | 2 | 0.10% |
| 484748 | | 17,322 | 17,322 | 30.71% | 14 | 0.08% |
| 181529 | | 2,652 | 2,652 | 36.54% | 2 | 0.08% |
| 359616 | | 1,274 | 1,274 | 27.71% | 1 | 0.08% |
| 320516 | | 4,026 | 4,026 | 33.98% | 3 | 0.07% |
| 606783 | | 11,649 | 11,649 | 41.13% | 9 | 0.08% |
| 744446 | | 1,959 | 1,959 | 39.46% | 1 | 0.05% |
| 624303 | | 13,490 | 13,490 | 38.21% | 6 | 0.04% |
| 534104 | | 17,493 | 17,493 | 12.91% | 6 | 0.03% |
| 450088 | | 3,237 | 3,237 | 12.70% | 1 | 0.03% |

Статистика MegaPush:




Статистика PropellerAds:




**Заработано:** 643,500

| Оффер | Трафик | | Показы | Конверсии | | | | Финансы | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Хосты | Хиты | | Все | Принято | В обработке | Отклонено | Все | Принято | В обработке | Отклонено |
| (1790) STOLOTO - CPA - [RU] | 74,341 | 76,560 | 0 | 1,287 | 1,287 | 0 | 0 | 643,500.00 | 643,500.00 | 0.00 | 0.00 |
| **Итого** | **74,341** | **76,560** | **0** | **1287** | **1,287** | **0** | **0** | **643,500.00** | **643,500.00** | **0.00** | **0.00** |

**Чистыми:** 344,453
**ROI** — 115%

## А теперь к выводам

Расскажу несколько способов оптимизировать трафик с пушей и попсов.

1. Для начала о механике пуш-уведомлений. База пользователей, которым они доставляются, формируется на момент запуска кампании. Как емейл рассылка. Соответственно достаточно быстро выгорает даже у гигантов типа Пропеллера. После пятого показа пользователи на пуши уже не реагируют.
По опыту, снижение конверта наступает обычно на третьи сутки, поэтому чаще всего я завожу новые кампании через день. Не забываем переносить и постоянно обновлять блек-лист, чтобы по-новой не сливать на неконверящие площадки.

У попсов механика немного другая. Каждый день к сетке подключаются новые площадки и траф с них отдаётся не уже запущенным рекламным кампаниям, а свежесозданным. Чтобы охватить максимальное количество ресурсов, мы создаем новую рекламную кампанию каждый день. И так же не забываем про блек-листы.

2. Всем известно, что рекламные сетки показывают, с каких площадок идёт трафик и конверсии “Zone ID”, которые мы можем отследить в трекере. Но, например, у ExoClick есть возможность отследить не только “Zone ID”, но и сам домен. Как это можно использовать?

Для работы понадобится сервис аналитики сайтов, я пользуюсь Similarweb.

Давайте на примерах. Льём адалт дейтинг на Испанию. В статистике выделяем площадку, которая приносит больше всего трафика. В сервисе аналитики чекаем домен и видим, что у данного сайта испанского трафика всего 4%, зато из Германии, США, Франции и Польши его намного больше! А значит мы можем эту плюсовую площадку использовать и под другие ГЕО, остаётся только локализовать лендинг.

*Скрин:*

| | Country (187) | Traffic Share | Change | Country Rank | Avg. Visit Durati... | Pages / Visit | Bounce Rate |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Germany | 12.83% | ↑ 60.94% | #1,100 | 00:01:25 | 1.45 | 77.75% |
| 2 | United States | 11.24% | ↑ 74.49% | #2,753 | 00:01:37 | 1.48 | 77.64% |
| 3 | Brazil | 10.19% | ↑ 73.28% | #998 | 00:02:08 | 1.65 | 71.88% |
| 4 | France | 5.58% | ↑ 54.18% | #2,404 | 00:01:51 | 1.52 | 75.72% |
| 5 | Poland | 4.66% | ↑ 88.62% | #1,586 | 00:01:43 | 1.59 | 77.03% |
| 6 | Spain | 4.24% | ↑ 101.83% | #1,201 | 00:01:34 | 1.52 | 77.02% |

Продолжим о способах масштабирования, допустим есть плюсовые площадки, но нужно больше трафика, где же его взять? Снова идём в сервис аналитики и палим у какой еще рекламной сети мы можем выкупать трафик.

*Тут мы видим, откуда ещё идёт закупка:*

1 — ExoClick — 76% трафика
2 — AdSupply — 24% трафика

Но мы работаем только с одной из них, а ещё 24% трафика у хорошей площадки лишними не будут. Пишем в поддержку и просим, чтобы сделали вайт лист из избранных доменов.
Ещё одна фишка связана с адаптацией лендингов под ЦА. Смотрим демографию пользователей в разрезе устройств.

*Пример:*
**Десктоп**

**Мобилки**

Видим, что с телефона сидят на сайте пользователи в возрасте до 45 лет, а после 45 с компьютера, но прелендинг то у нас один. Выход простой — делаем два разных преленда. Под мобилы, ориентированный на вкусы более молодых людей, а под десктоп — под возрастную группу 40+. Это же относится и к креативам.

Ну и не забываем про возможность выйти на площадку напрямую. Нативные статьи, баннеры, словом всё, о чём сможете договориться.

Такие дела, коллеги. Пользуйтесь, внедряйте. Давайте оптимизировать трафик и зарабатывать больше. А вместе с какой ПП это делать вы и сами знаете.

**Оффер:** Нейросистема-7 за 149 руб. — Капсулы для снижения веса

**Прелендинг:** http://myneurosystem.su/149/prelp/v6/index.html

**Лендинг:** http://myneurosystem.su/149/v2/index.html

**Источник:** Обливки

**Даты слива:** 01.03.2019 — 05.03.2019.

**Доход:** 417 000

**Расход:** 291 173

**Профит:** 125 872

**ROI:** 30%

# НЕЙРОСИСТЕМА-7

# 125000Р

## ЗА 5 ДНЕЙ НА ПОХУДАЛКАХ

Было предчувствие что этот оффер должен зайти, так как пляжный сезон не за горами и у оффера необычный формфактор (7 ампул. Каждая ампула — на каждый день).

## Шаг 1. Креативы и преленды

Прелендинг с Ковольковым http://myneurosystem.su/149/prelp/v16/index.html прекрасно показал себя в прошлом году, когда лили на другую ТОПовую похудалку Lucky — Редуслим. В этом году мы решили пойти уже проверенным путем и использовали преленд на Нейросистему. С лендингом особо не заморачивались и выбрали с акцией, которая завершится через считанные минуты и шансом выиграть Iphone X: http://myneurosystem.su/149/v2/index.html
Креативы не особо отличались разнообразием, основной мотив как без труда и быстро похудеть)

| ID | Изображение | Рекламный текст |
|---|---|---|
| 2933720 | | Возрастной жир не от пищи! Выйдет 22 кг. жира за неделю, если пить натощак 120 мл. горячего... |
| 2607091 | | Похудевшая на 26кг россиянка своим рецептом просто шокировала! 1 чашку перед сном и все. Живот уйдет |
| 2564429 | | Возрастной жир не от еды! Выйдет 22 кг. жира за неделю, если пить натощак 150 мл. горячего... |
| 2473112 | | Чтобы "согнать" возрастной жир, возьмите за правило на ночь съедать по 35 грамм обыкновенного... |
| 2464859 | | Чтобы живот и бока сдулись за сутки и вышло 3 кг жира, ешь обыкновенную... |

| ID | Изображение | Рекламный текст |
|---|---|---|
| 2812370 | | Возрастной жир не от пищи! Выйдет 13 кг жира за неделю, если пить натощак по 120 мл горячего... |
| 2602893 | | Девушка из г.[CITY] открыла секрет как ей удалось похудеть на 20 кг за 7 дней. Натощак пила... |
| 2823113 | | Эти горькие дешевые таблетки топят возрастной жир! За неделю - 22 кг. Продаются в аптеке, называются |

Тест показал, что конверт оказался недостаточно высокий и мы приняли решение искать другие преленды и выбор пал на "Министерство здравоохранения" и врача Сауты http://myneurosystem.su/149/prelp/v6/index.html.
С этой проклой дело пошло гораздо лучше и появились надежды что связка должна зайти.

| | Просмотры | CTR | Цена клика | ID | Тематика площадки |
|---|---|---|---|---|---|
| ☑ | 7 817 949 | 0.22 | 3.56 | b27 | Городские порталы |
| ☑ | 1 209 347 | 0.09 | 3.07 | b26 | Гуманитарные науки |
| ☑ | 13 284 748 | 0.59 | 2.52 | b9 | Женские сайты |
| ☑ | 1 384 153 | 0.90 | 1.85 | b40 | Женские сайты (новости) |
| ☑ | 917 674 | 0.26 | 3.36 | b21 | Животные |
| ☑ | 11 288 170 | 0.24 | 3.92 | b16 | Здоровье |
| ☐ | 5 379 717 | 0.25 | 2.12 | b2 | Кино и ТВ (женские) |
| ☑ | 3 763 168 | 0.30 | 3.55 | b18 | Кулинария |
| ☑ | 1 062 322 | 0.17 | 4.31 | b28 | Мода и стиль |
| ☑ | 495 411 | 0.32 | 3.31 | b34 | Новости (познавательные) |
| ☑ | 17 449 962 | 0.31 | 2.92 | b1 | Новости (политика и общество) |
| ☑ | 2 916 838 | 0.27 | 2.32 | b33 | Новости (развлекательные) |
| ☑ | 781 314 | 0.04 | 3.21 | b35 | Новости (спорт) |
| ☑ | 2 448 621 | 0.35 | 3.32 | b32 | Новости (шоубизнес) |
| ☑ | 101 086 | 0.28 | 4.18 | b30 | Охота и рыбалка |
| ☑ | 911 817 | 0.14 | 3.77 | b29 | Погода |
| ☑ | 692 566 | 0.24 | 4.32 | b36 | Праздники |
| ☑ | 527 839 | 0.09 | 3.81 | b23 | Путешествия |
| ☐ | 1 191 888 | 0.40 | 1.77 | b37 | Расширения |
| ☑ | 393 991 | 0.19 | 3.85 | b31 | Рукоделие |
| ☑ | 2 173 686 | 0.48 | 3.78 | b19 | Сад и огород |
| ☑ | 352 373 | 0.32 | 3.98 | b17 | Семья и дети |
| ☑ | 1 185 438 | 0.28 | 3.57 | b20 | Строительство |
| ☑ | 3 974 776 | 0.21 | 3.90 | b7 | Эзотерика |
| ☑ | 1 438 506 | 0.11 | 4.31 | b22 | Юриспруденция |

## Шаг 2.
## Настройка рекламных кампаний

Изначально РК запускали на все категории сайтов. Разумеется, мобильный и веб трафик также разделяли.

Это существенно помогает при оптимизации компаний. После пролива было решено отключить категории: b2 Кино и ТВ (женские), b37 Расширения.

С этих категорий кликов было много, но конверта на них не было.

*Остальные категории мы оставили и продолжали лить весь период)*

## Шаг 3. Оптимизация кампании

Изначально, тизеры запускали по 4 — 5р на декстопе, на мобилку по 3.5 — 4р. Как писали выше, что изначально траф выкупали со всех категорий, но потом отключили 2 категории. После разгона тизеров цену клика выставляли индивидуально для каждой категории, это значительно позволило сэкономить бюджет. Постепенно собирали блек листы и отключали площадки по которым конверт нас не устраивал.

## Шаг 4. Статистика и финансы

Скрин из бинома за период слива:

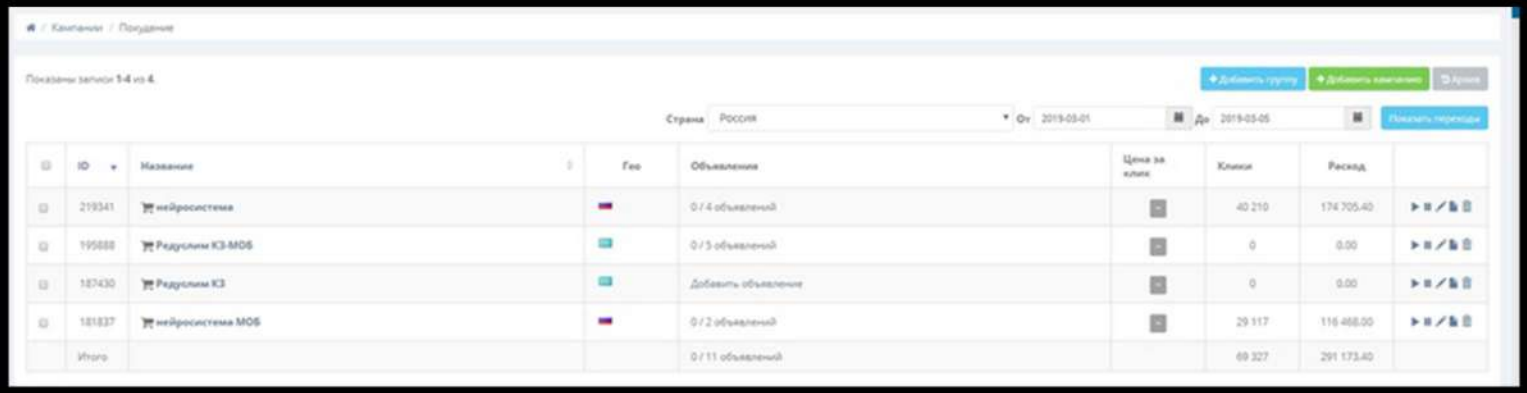
Offers | T1:Источник | Choose grouping | Search | Custom Date | 2019-03-01 - 2019-03-05 | +3 | Refresh | Edit | Export | Update costs | Filt

| Name | Clicks | Unique | LP Clicks | LP CTR | Leads | CR | EPC | Profit | A. Leads | Approve % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| LuckyShop - НейроСистема7 149 р. -v2 (id:83) | 70,165 | 69,523 | 8,603 | 12.26% | 1,158 | 1.65% | $5.94313 | $417,000.00 | 417 | 36.02% |
| oblivochki | 69,893 | 69,317 | 8,569 | 12.26% | 1,153 | 1.65% | $5.96626 | $417,000.00 | 417 | 36.17% |

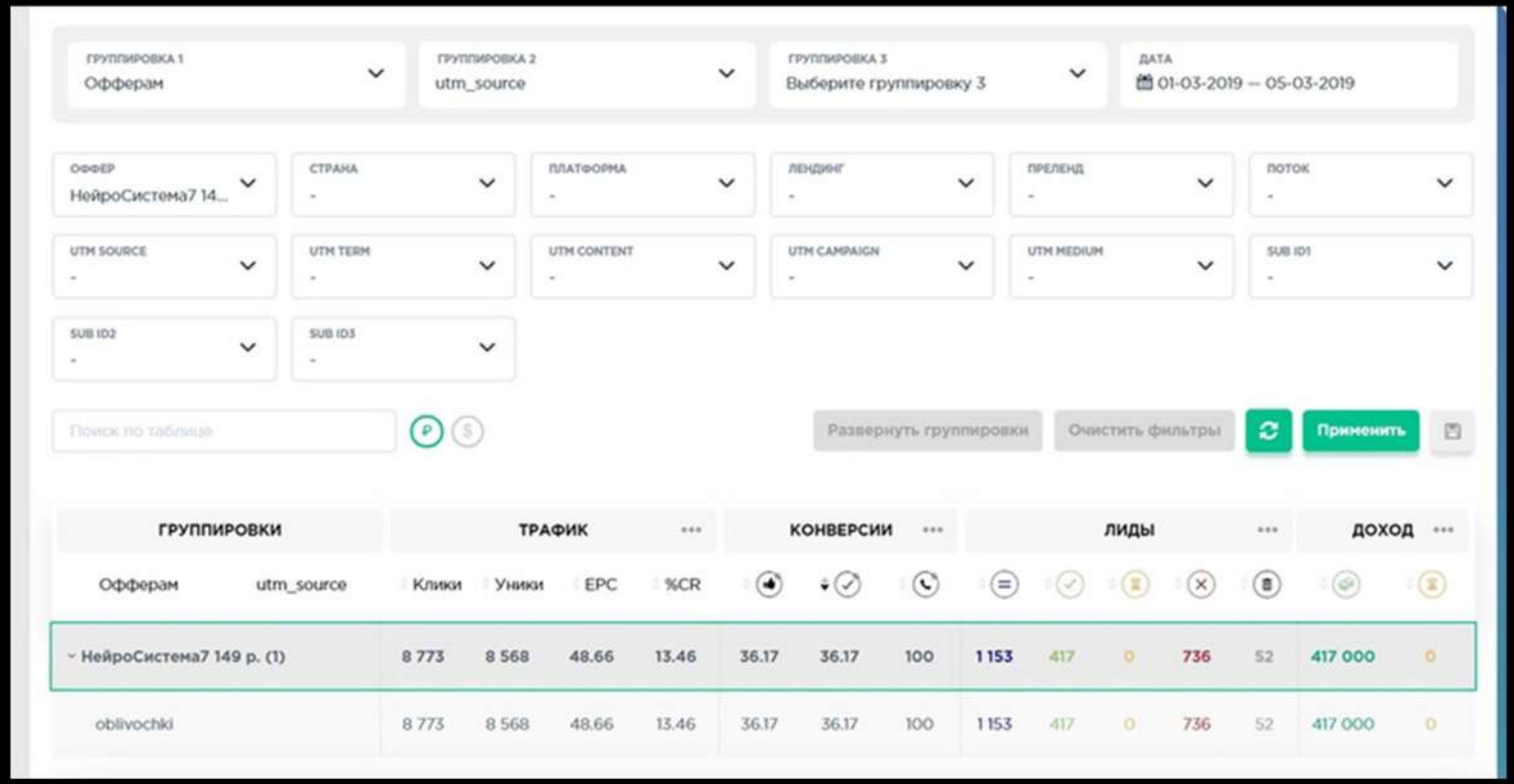
T2:ID тизера | Choose grouping | Choose grouping | Search | Custom Date | 2019-03-01 - 2019-03-05 | +3 | Refresh | Edit | Export | Update costs | Filters

| Name | Clicks | Unique | 30+, % | Time | Scroll, % | Mouse, % | LP Clicks | LP CTR | Leads | CR | EPC | Profit | A. Leads | Approve % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2812370 | 15,791 | 15,725 | 41% | 3 m. 49 s. | 89% | 40% | 1,681 | 10.65% | 233 | 1.48% | $5.12950 | $81,000.00 | 81 | 34.76% |
| 2823113 | 12,793 | 12,724 | 56% | 4 m. 28 s. | 87% | 42% | 1,596 | 12.48% | 193 | 1.51% | $5.54991 | $71,000.00 | 71 | 36.79% |
| 2473112 | 10,700 | 10,632 | 58% | 3 m. 51 s. | 87% | 43% | 1,453 | 13.58% | 182 | 1.70% | $6.26168 | $67,000.00 | 67 | 36.81% |
| 2933720 | 9,074 | 8,985 | 69% | 3 m. 11 s. | 83% | 43% | 1,211 | 13.35% | 173 | 1.91% | $6.61230 | $60,000.00 | 60 | 34.68% |
| 2564429 | 7,554 | 7,508 | 45% | 5 m. 52 s. | 82% | 39% | 810 | 10.72% | 109 | 1.44% | $5.82473 | $44,000.00 | 44 | 40.37% |
| 2607091 | 6,357 | 6,481 | 56% | 3 m. 46 s. | 84% | 47% | 693 | 10.90% | 119 | 1.82% | $6.76420 | $43,000.00 | 43 | 36.13% |
| 2602893 | 5,995 | 5,938 | 61% | 3 m. 25 s. | 91% | 53% | 857 | 14.30% | 115 | 1.92% | $6.67223 | $40,000.00 | 40 | 34.78% |
| 2464859 | 1,497 | 1,206 | 65% | 3 m. 23 s. | 86% | 52% | 241 | 16.10% | 28 | 1.87% | $6.68003 | $10,000.00 | 10 | 35.71% |
| 2603049 | 61 | 58 | 70% | 3 m. 51 s. | 91% | 51% | 14 | 22.95% | 1 | 1.64% | $16.34344 | $1,000.00 | 1 | 100.00% |
| 2603033 | 35 | 30 | 39% | 2 m. 42 s. | 89% | 41% | 9 | 25.71% | 0 | 0.00% | $0.00000 | $0.00 | 0 | 0.00% |
| 2603011 | 10 | 7 | 42% | 3 m. 7 s. | 90% | 55% | 2 | 20.00% | 0 | 0.00% | $0.00000 | $0.00 | 0 | 0.00% |
| 2932475 | 8 | 5 | 31% | 2 m. 36 s. | 80% | 38% | 1 | 12.50% | 0 | 0.00% | $0.00000 | $0.00 | 0 | 0.00% |
| Unknown | 11 | 11 | 0% | 0 s. | 0% | 0% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | $0.00000 | $0.00 | 0 | 0.00% |
| [TID] | 7 | 7 | 0% | 4 s. | 100% | 40% | 1 | 14.29% | 0 | 0.00% | $0.00000 | $0.00 | 0 | 0.00% |
| Prev Next 1 / 1 200 | 69,893 | 69,317 | | | | | 8,569 | 12.26% | 1,153 | 1.65% | $5.96626 | $417,000.00 | 417 | 36.38% |

Общий расход по кампаниям за период:




Общий доход в ПП:




## Заключение и итоги:

Очередной LuckyГайд показал, как в зависимости от сезонности можно делать отличный профит на тизерках. Ну и в заключение хотим дать пару советов, которые помогут увеличить ваш профит:

- Никогда не останавливайтесь на одной прокле.
- Не бойтесь отключать категории, которые не конвертят.
- Разделяйте веб и моб трафик, витрины и сайты, когда работаете в тизерках.
- В зависимости от сезона тестируйте разные офферы и креативы.

Ну а на сегодня всё. Всем профита и удачных связок!

**Партнерка:** Шакес

**Оффер:** КардиоСпас — препарат от гипертонии

**ГЕО:** Россия

**Источник трафика:** DirectAdvert

**Потрачено:** 40704 рублей

**Получено:** 64000 рублей

**Профит:** 23296 рублей

**ROI:** 42%

**Период слива:** 20.12.2018 — 07.01.2018

# ЛЬЕМ С ТИЗЕРКИ DIRECT ADVERT НА КАРДИОСПАС С ПРИБЫЛЬЮ 23296 Р

# Всем привет, друзья!

Сегодня у нас снова кейс по тизерной сети -DirectAdvert и с препаратом от гипертонии, только в этот раз КардиоСпас.

> *И небольшой нюанс!*
> **Данная тизерная сеть ни в какую не пускает прокладки или лендинги с шоковыми изображениями, как и тизеры, так что все изображения должны быть белыми и пушистыми.**

Для слива было решено взять проверенную временем прокладку Минздрава, лишь немножко ее переделав. Мы удалили с нее последствия болезни, операций и подобные штуки, также убрали логотип Минздрава (очень не любит тизерная сеть такие прокладки. И сам Минздрав судебными исками только так закидывает арбитражников, а оно вам надо?). «Удали логотип и живи спокойно!». В самой статье Минздрав был заменен на "Совет красоты и здоровья".

Как вы могли заметить мы решили отойти от «1 рублевых» офферов несмотря на тренды. И решили взять фуллпрайс оффер. Так как и апрув на них несколько иной.

Перейдем непосредственно к нашей рекламной кампании. На старте было залито где-то с десяток объявлений, но открутив на каждое из них по 5000 показов мы отсортировали тизеры, которые давали лучший цтр. В итоге осталось 3 штуки, которые мы и оставили в открутке, вот они кстати наши красавцы.

Кампания откручивалась 24 часа в сутки, несмотря на то что ночью конверта почти не было, но как-то не хотелось останавливать тизеры и сбивать аукцион.

*Совет: если уж конвертит лучше не трогать кампанию*

Несмотря на то, что в данной тизерной сети нету ботов, да, вообще 0. Приходится все равно собирать блек-лист, он не такой здоровенный, как в тизернете или кадаме, но за весь период слива кампании все-таки было заблокировано 7 сайтов, которые тянули ее на дно.

Несмотря на конверт мы вышли в хорошенький плюс с учетом отличного апрува, что не может не радовать :).

## Наши результаты:

| Оффер | Трафик | | Ожидаемые | | | Реальные | | | Треш | Конверсия | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Уники | ТБ | Заявки | Ратио | eCPC | Заявки | Ратио | eCPC | | Принято | Ожидает | Отклонено |
| КардиоСпас - препарат от гипертонии | 12989 | 21 | 127 | 1:102 | 7,82 | 80 | 1:162 | 4,93 | 2 | 64000 ₽ | 2400 ₽ | 35200 ₽ |

Так-что рекомендую не гнаться за трендами и затестить фуллпрайс офферы.

У меня все, спасибо за внимание!

**Партнерка:** LuckyOnline

**Оффер:** Potencialex 149 — Капсулы для повышения потенции

**Источник:** Oblivki

**Прелендинг:** http://c.potencialex.ru/149/prelp/v1/index.html

**Лендинг:** http://c.potencialex.ru/149/v1/index.html

**Доход:** 104 000

**Расход:** 72 900

**Профит:** 31 100

**ROI:** 30%

**Период слива:** 11.01.2019 — 15.01.2019.

# ЛЬЕМ С ТИЗЕРКИ OBLIVKI НА POTENCIALEX С ПРИБЫЛЬЮ 31100₽

# Шаг 1. Креативы и преленды

Подготовка начинается с обзора креативов и вариантов прокладок. Изучив тизеры такой тематики на витрине обливок было решено протестировать топовые прокладки по офферу. В итоге остановились на прокладке с Малышевой (http://c.potencialex.ru/149/prelp/v1/index.html) ,так как эта прокладка со старта зашла с неплохим конвертом.

По лендингу особо не заморачивались и выбрали самый топовый по этому офферу (http://c.potencialex.ru/149/v1/index.html). В дальнейшем были проведены сплиты других лендов, но по конверту ТОПовый ленд шел лучше всех.

Тизеры были нацелены на мужскую аудиторию 40+. Вот примеры, которые хорошо зашли по конверту и по CTR:

| Изображение | Рекламный текст | Статус |
|---|---|---|
| | Потенция и после 75 лет будет как в 21 год. Д чай ложку обычного советского... | Остановлено |
| | Врачи обнаружили средство, сильнее Виагры в 67 раз, им оказался обычный советский... | Остановлено |
| | Врачи обнаружили средство, сильнее Виагры в 65 раз, им оказался обычный советский... | Остановлено |

Пробовали и другие варианты, но основной профит принесли эти тизеры.

## Шаг 2. Настройка рекламных кампаний

Трафик запускался только на витрины обливочек. Здесь именно та целевая аудитория, которая реагирует на офферы такого плана. Изначально кампания была создана только на десктопный трафик, но после первых удачных тестов была запущена кампания, с идентичными тизерами на мобильный трафик.

Советуем всегда разделять свои кампании отдельно на моб. и веб. Это помогает не переливать бюджет и более эффективно оптимизировать свои кампании.

Категории новостей и тематики площадок

При изменении категорий тизеры будут заново набирать CTR.

Все  Выборочно

| | Просмотры | CTR | Цена клика | ID | Категория новости |
|---|---|---|---|---|---|
| ☑ | 473 340 | 0.29 | 3.44 | a0 | Без категории |
| ☑ | 4 665 479 | 0.81 | 3.41 | a1 | Политика |
| ☑ | 1 406 605 | 0.74 | 3.36 | a3 | Наука |
| ☑ | 6 961 787 | 0.68 | 3.32 | a9 | Шоу-Бизнес |
| ☑ | 503 967 | 0.78 | 3.57 | a11 | Здоровье |
| ☑ | 298 066 | 0.68 | 3.83 | a13 | Леди |
| ☑ | 4 498 965 | 0.86 | 3.76 | a15 | События |
| ☑ | 8 978 783 | 0.76 | 3.53 | a17 | Lifestyle |
| ☑ | 113 102 | 0.58 | 4.19 | a19 | Спорт |

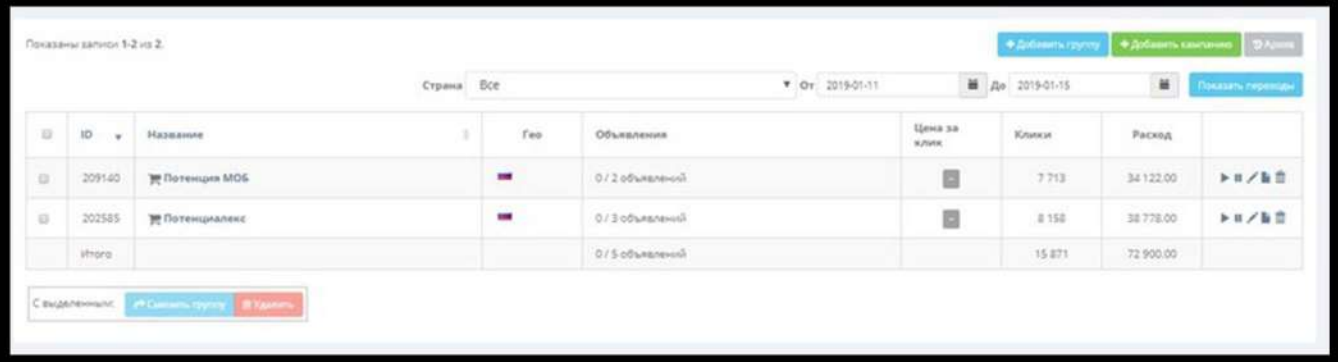
## Шаг 3. Оптимизация кампаний

Разумеется, лить начали с тестов. Неплохое качество трафика и специфика новостной витрины тизерки позволили не тратить много времени на оптимизацию. Тизеры изначально запускались по 6р, на но когда нашли тизер который бомбил и по CTR, и по конверту снижали цену до 4-4.5 р.

# Шаг 4. Статистика и финансы

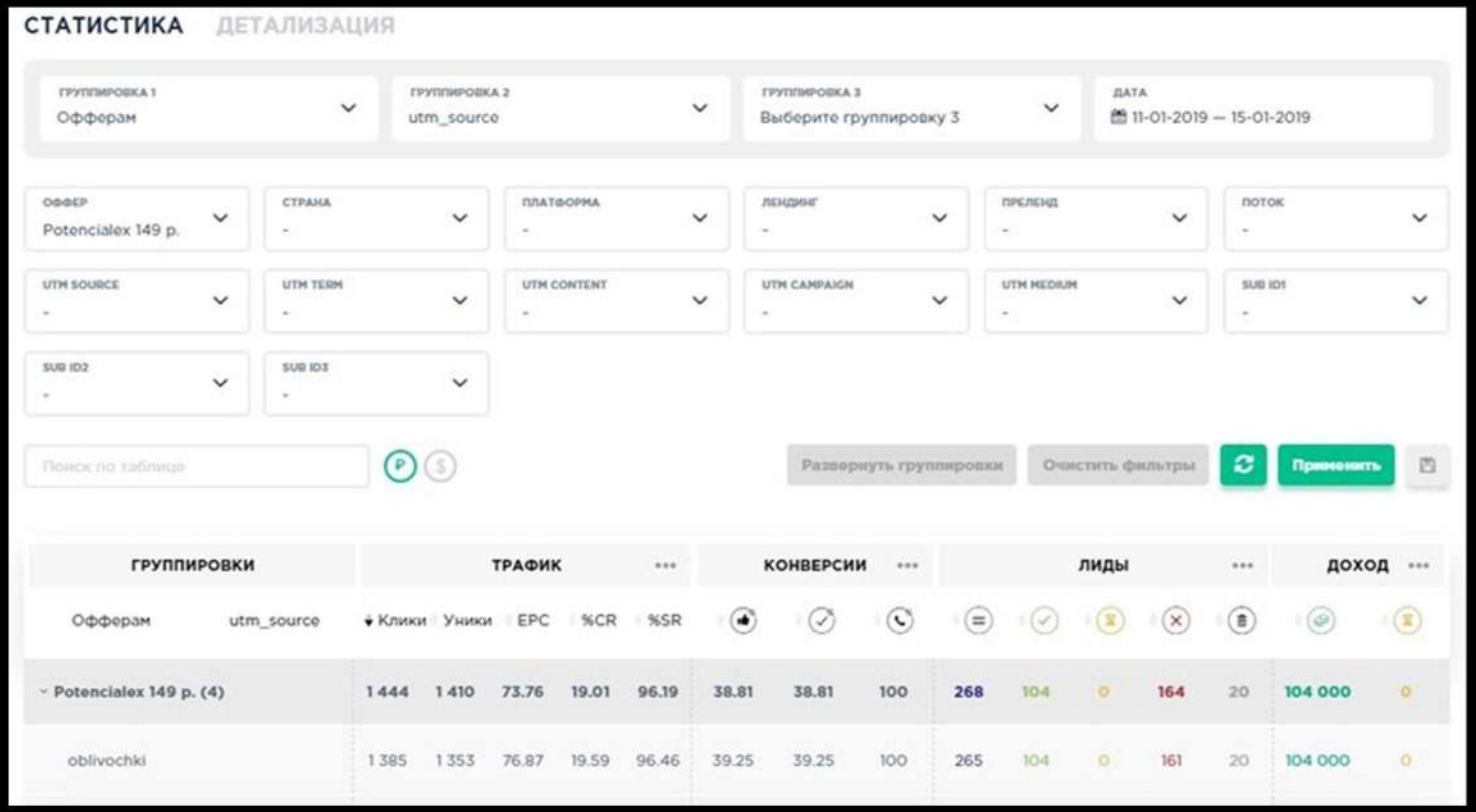
Были большие сомнения в апруве, однако КЦ не подкачал и апрувил лиды в любое время суток.

**Общая стата с обливок по расходам за период с 11.01.2019 — 15.01.2019:**




**Статистика с трекера за период 11.01.2019 — 15.01.2019:**

**Стата с ПП за период 11.01.2019 — 15.01.2019:**






CONVERSION
АРБИТРАЖ & МАРКЕТИНГ

# Заключение и итоги



Мы увидели как можно сделать, практически на автомате, чуть больше 30к чистого профита, всего лишь за 4 дня на одной из самых главных проблем мужчин, с оффером POTENCIALEX за 149 руб. И данный LuckyГайд показал не только как сделать деньги "здесь и сейчас", но и подтвердил ряд арбитражных истин:

1. Никогда не переставайте изучать арбитражный рынок и на что сейчас льют;
2. Не стоит копировать кейсы один в один, а используйте креативы, которые не примелькались еще аудитории;
3. Сплит лендингов и прокладок очень помогает на старте. Проще слить немного денег, но понять, какая связка даст большую конверсию, чем слить все в пельменную;
4. Обращайте внимание на метки прелендингов и лендингов в интерфейсе партнерской программы, просто так ярлык "топ" не ставят;
5. Разделяйте веб и моб трафик, когда работаете в тизерках. Во-первых, это удобно для аналитики. Во-вторых, это ускоряет и упрощает остановку неконверсионных источников. В-третьих, формирование блэклистов станет настолько удобным и простым, что вы сами удивитесь, как легко получится повысить эффективность кампании.

**Ну а на сегодня всё. Всем профита и удачных связок!**

**Партнерка: LuckyOnline**

**Оффер:** Домашняя ягодница 149р — Домашнее выращивание ягод

**Источник трафика:** 24СМИ, Oblivki

**Прелендинг:** http://berry-home.ru/149/prelp/v1/index.html

**Лендинг:** http://berry-home.ru/149/v1/index.html

**Доход:** 269.250

**Расход: 181.704**

**Профит:** 87.546

**ROI:** 33 %

**Период слива:** 16.02.2019 — 17.02.2019

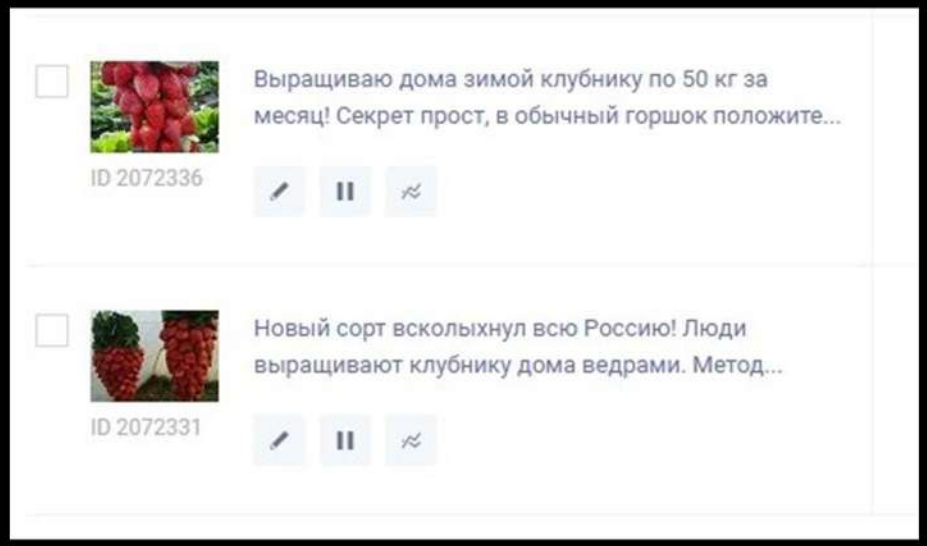
# ЛЬЕМ С ТИЗЕРКИ OBLIVKI ДОМАШНЮЮ ЯГОДНИЦУ С ПРИБЫЛЬЮ 87546Р

Вообще, было удивительно, что в тизерке зашел такой товар как Домашнее выращивание ягод, обычно все привыкли видеть нутру. Но как вы увидите ниже, Домашняя ягодница выстрелила просто супер, и по конверту и по апруву!

На самом старте оффера, для слива была выбрана прокладка http://berry-home.ru/149/prelp/v1/index.html по лендам выбора особо не было и мы остановились на http://berry-home.ru/149/v1/index.html

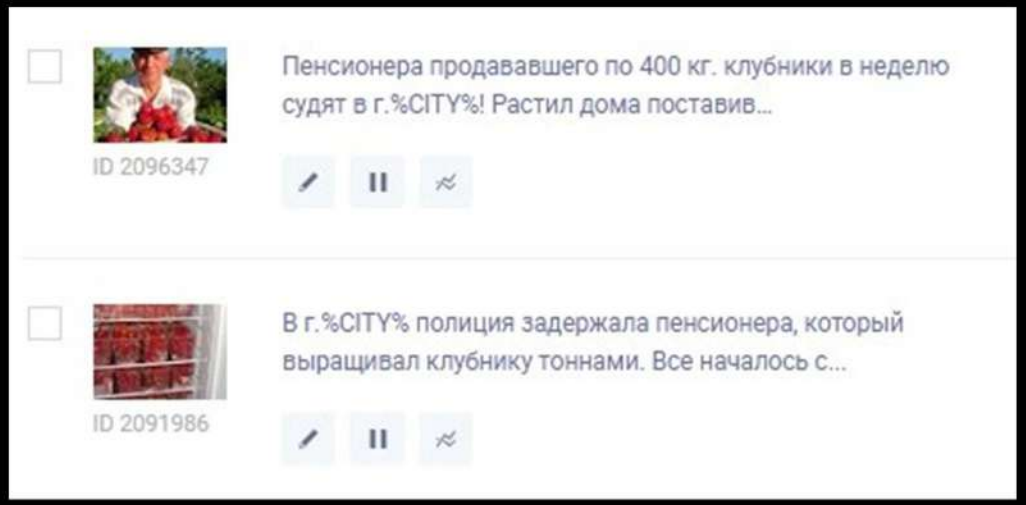
Изначально мы сделали акцент, что появился новый сорт клубники, который растет зимой даже дома.

Ниже скриншоты данных тизеров:




Конверт по этим тизерам был весьма хороший, но зацепить CTR не получалось. В связи с этим продолжили искать новые связки и подходы к тизерам и выбор пал на проклу, где пенсионер выращивал и продавал клубнику http://berry-home.ru/790/prelp/v6/index.html.

В тизерах использовали такой подход:




Эта связка зашла просто супер и CTR у тизеров был заоблачный. Конверт был стабильно больше 2%.

Скрины топовых тизеров с обливок:

| Изображение | Рекламный текст |
|---|---|
| | В г.[CITY] полиция конфисковала 350 кг. свежей клубники. Пенсионер выращивал её дома, поливая... |
| | В г.[CITY] полиция задержала пенсионера, который выращивал клубнику тоннами. Все началось с ... |
| | Жительница г.[CITY] поразила всю Россию. Она выращивает клубнику зимой дома по 15 кг в сутки... |
| | Новый сорт взбудоражил всю Россию! Люди выращивают клубнику дома ведрами.Метод... |
| | Выращиваю дома зимой клубнику по 5 месяц! Секрет прост, в обычный горшо... |

В обливках кампании разделяли на моб и веб, лили и на сайты и на витрины на все категории (РК тоже разделяли).

## Шаг 2. Настройка рекламных кампаний



Выкупали в тизерках только мобильный трафик. По настройкам компании все предельно просто:

Цена за переход

3 ₽

минимум 4₽

Минимальная цена устанавливается в зависимости от таргетинга по географии

**Таргетинг по устройствам**

- [x] Мобильные устройства
- [x] Планшеты
- [ ] Стационарные устройства

| | Просмотры | CTR | Цена клика | ID | Тематика площадки |
|---|---|---|---|---|---|
| ✓ | 8 538 820 | 0.25 | 3.84 | b27 | Городские порталы |
| ✓ | 994 468 | 0.10 | 3.51 | b26 | Гуманитарные науки |
| ✓ | 14 984 456 | 0.42 | 2.80 | b9 | Женские сайты |
| ✓ | 660 953 | 1.02 | 2.31 | b40 | Женские сайты (новости) |
| ✓ | 914 587 | 0.26 | 3.82 | b21 | Животные |
| ✓ | 11 094 278 | 0.25 | 4.26 | b16 | Здоровье |
| ✓ | 5 549 363 | 0.19 | 2.26 | b2 | Кино и ТВ (женские) |
| ✓ | 3 849 383 | 0.35 | 3.95 | b18 | Кулинария |
| ✓ | 1 159 968 | 0.18 | 4.60 | b28 | Мода и стиль |
| ✓ | 459 024 | 0.31 | 3.40 | b34 | Новости (познавательные) |
| ✓ | 21 617 153 | 0.33 | 2.93 | b1 | Новости (политика и общество) |
| ✓ | 3 314 098 | 0.21 | 2.34 | b33 | Новости (развлекательные) |
| ✓ | 381 200 | 0.10 | 4.17 | b35 | Новости (спорт) |
| ✓ | 1 628 117 | 0.40 | 3.55 | b32 | Новости (шоубизнес) |
| ✓ | 103 107 | 0.31 | 4.07 | b30 | Охота и рыбалка |
| ✓ | 942 328 | 0.16 | 4.00 | b29 | Погода |
| ✓ | 927 091 | 0.27 | 4.32 | b36 | Праздники |
| ✓ | 536 200 | 0.09 | 4.54 | b23 | Путешествия |
| ✓ | 5 232 105 | 0.07 | 2.10 | b37 | Расширения |
| ✓ | 262 891 | 0.25 | 4.44 | b31 | Рукоделие |
| ✓ | 1 942 739 | 0.51 | 3.96 | b19 | Сад и огород |
| ✓ | 481 971 | 0.42 | 4.54 | b17 | Семья и дети |
| ✓ | 1 200 582 | 0.29 | 3.89 | b20 | Строительство |
| ✓ | 4 808 976 | 0.29 | 3.52 | b7 | Эзотерика |
| ✓ | 1 331 946 | 0.11 | 4.70 | b22 | Юриспруденция |

## Шаг 3. Оптимизация кампании

Изначально бид ставили 4 — 5 рублей, в процессе удалось снизить цену на некоторых тизерах до 3 рублей за счет заоблачного CTR. Конверт и аппрув по данной связке был стабильно огненным по этому блеки не использовали, чтобы выкупать траф по максимуму.

## Шаг 4. Статистика и финансы

Стата из бинома за период слива:

Offers | T1:Источник | Choose grouping | Search | Custom Date | 2019-02-16 - 2019-02-17 | +3 | Refresh | Close | Export | Filters | Show Chart

| Name | Clicks | Unique | LP Clicks | 30+, % | Time | Scroll, % | Mouse, % | LP CTR | Leads | CR | EPC | Profit | ROI | A. Leads | Approve % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| LuckyShop - Домашняя ягодница \| v1 \| 149 (id:48) | 35,983 | 33,398 | 7,127 | 45% | 2 m. 34 s. | 59% | 33% | 19.81% | 1,054 | 2.93% | $5.49565 | $197,750.00 | 0.00% | 313 | 29.70% |
| oblivochki | 35,947 | 33,358 | 7,125 | 45% | 2 m. 34 s. | 60% | 33% | 19.82% | 1,053 | 2.93% | $5.48307 | $197,100.00 | 0.00% | 312 | 29.63% |

Offers | T1:Источник | Choose grouping | Search | Custom Date | 2019-02-16 - 2019-02-17 | +3 | Refresh | Edit | Export | Update costs | Filters | Show Chart

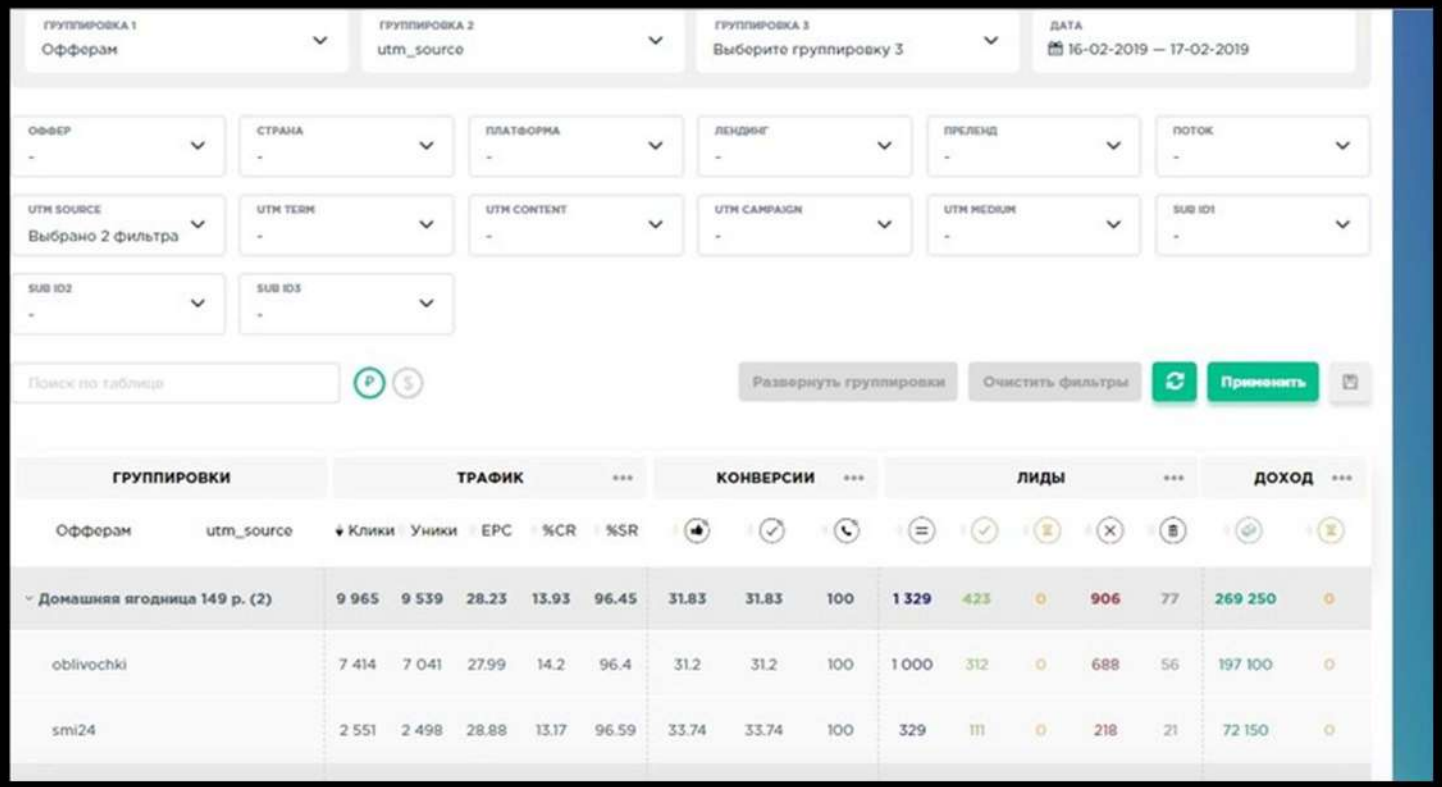
| Name | Clic... | Unique | LP Clicks | 30+, % | Time | Scroll, % | Mouse, % | LP CTR | Leads | CR | EPC | Profit | ROI | A. Leads | Approve % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| LuckyShop - Домашняя ягодница \| v1 \| 149 (id:48) | 18,534 | 14,333 | 2,517 | 71% | 1 m. 6 s. | 92% | 32% | 13.58% | 347 | 1.87% | $3.85777 | $71,500.00 | 0.00% | 110 | 31.70% |
| smi24 | 18,529 | 14,328 | 2,517 | 71% | 1 m. 6 s. | 92% | 32% | 13.58% | 347 | 1.87% | $3.85882 | $71,500.00 | 0.00% | 110 | 31.70% |

Общий расход по кампаниям за период:

Добавить кампанию | 16/02/2019 - 17/02/2019

| ID | Кампании | Статус | CTR | Переходы | Показы | Расход | Управление |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Итого за период | | | 3,66 | 14 990 | 409 726 | 48 021,00 | |
| 12184 | Клубника МОБ | Отключен | 3,66 | 14 990 | 409 726 | 48 021,00 | |

Общий доход в ПП:




## Заключение и итоги

87 000 рублей за 2 дня — это ли не классный профит? Мы наглядно показали это на новом оффере Домашняя ягодница за 149 руб. И данный LuckyГайд опроверг одну из главных аксиом арбитражников, что в тизерках заходит только нутра.

И никогда не переставайте экспериментировать со связками, ведь от выбранных креативов и прокладок зависит ваш профит.

Ну а на сегодня всё. Следите за актуальными офферами и не бойтесь экспериментировать!

**Трафик:** teasernet.com

**CPA:** Hooligapps

**Оффер:** Cunt Wars CPA (for tutorial finish)

**Период слива:** 16.01.2019 – 22.01.2019

**ГЕО:** Россия

**Потрачено:** $122,3

**Доход:** $420,7

**Прибыль:** $298,4

**ROI:** 343%

# ЗА НЕДЕЛЮ СЛИВ БРАУЗЕРНОЙ ИГРЫ С TEASERNET С ROI 343%

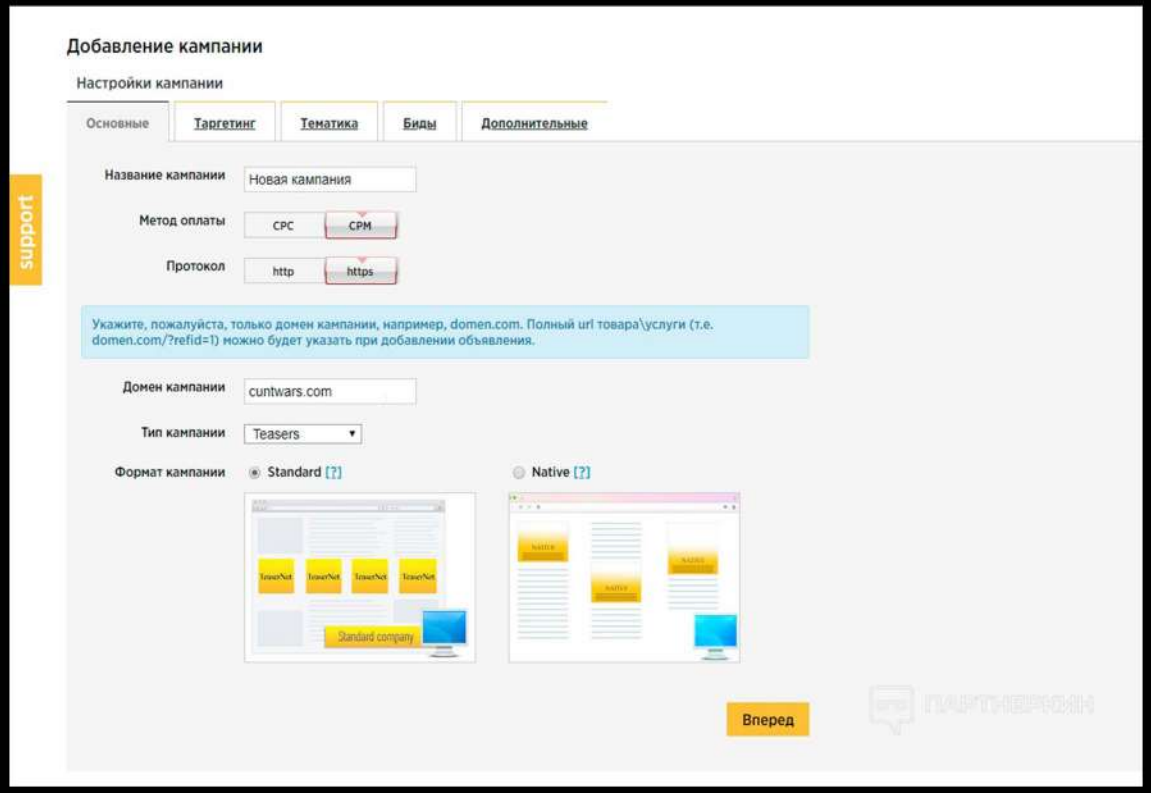
# Введение

Всем привет, меня зовут Дима. Я занимаюсь арбитражем довольно долго. Теперь решил, что пора бы и мне отдать долг коммьюнити арбитражников, на чьих кейсах я учился поднимать бабло. :)

В данном кейсе мы рассмотрим рекламную кампанию на адалтную игру Cunt Wars, которую я крутил в январе этого года. Здесь я обошелся без всяких ухищрений, всё просто: своевременный блеклистинг, работа с промо, контроль лимитов и самая обычная внимательность. Ранее я работал с черной и серой товаркой (крема, похудалки, ну вы поняли), так что браузерки стали для меня совершенно новым экспириенсом.

## Оффер

Cunt Wars CPA (for tutorial finish) — это весьма интересная браузерная тактическая игра для взрослых, одна из самых популярных игр этой ниши. Более того, игра популярна в СНГ. Что интересно, для выплаты юзеру даже не нужно регаться или оставлять какие-то данные — просто поиграть минут 10, и происходит конверсия. Конверсия довольно необычная и лёгкая, поэтому мой выбор и пал на неё. Взял сам оффер напрямую через инхаус партнерку разработчиков.




## Настройки компании

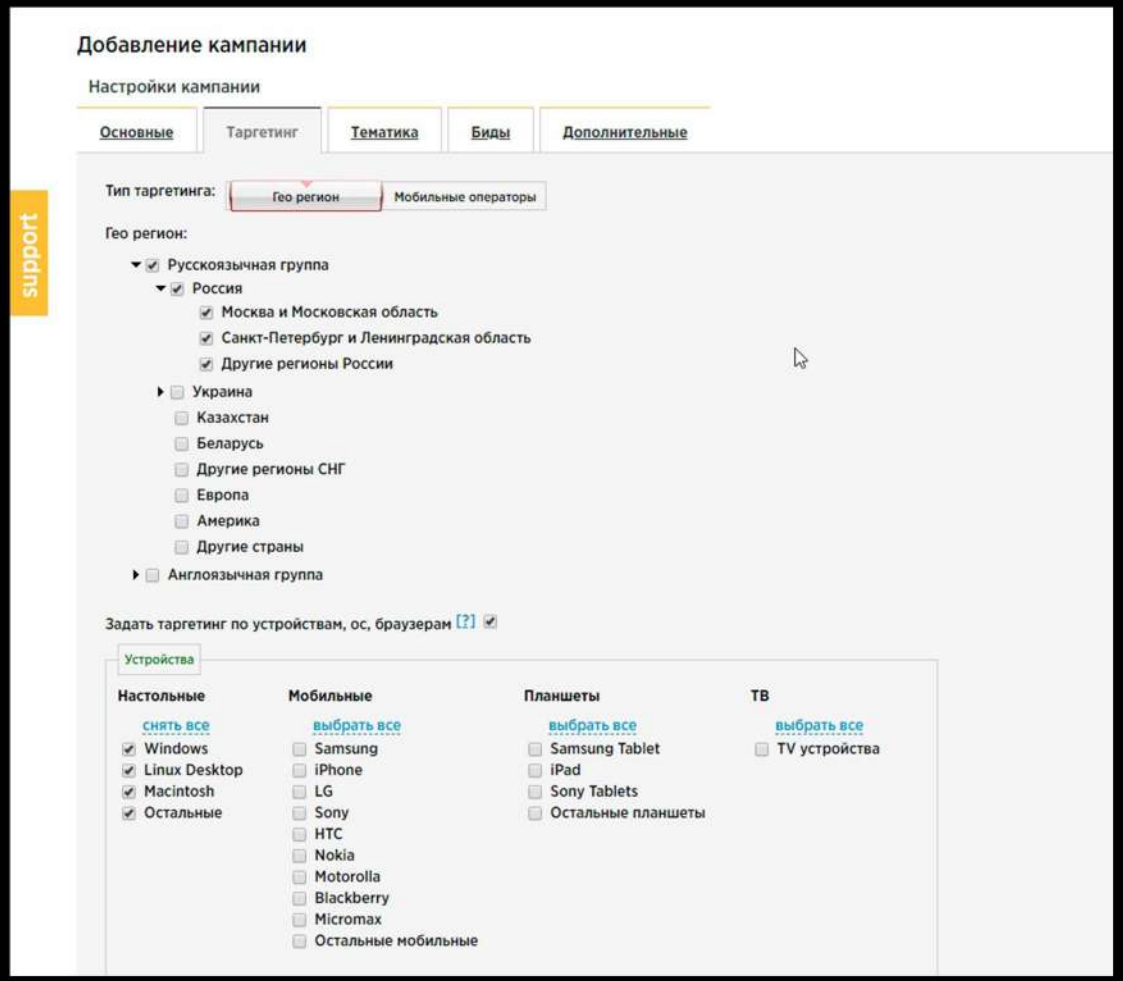
Сама по себе настройка рекламной кампании в Teasernet ничего сложного из себя не представляет и состоит из 5 пунктов:

### 1 Основные

**Метод оплаты** — CPM
**Протокол** — https
**Тип кампании** — Teasers
**Формат** — Standard

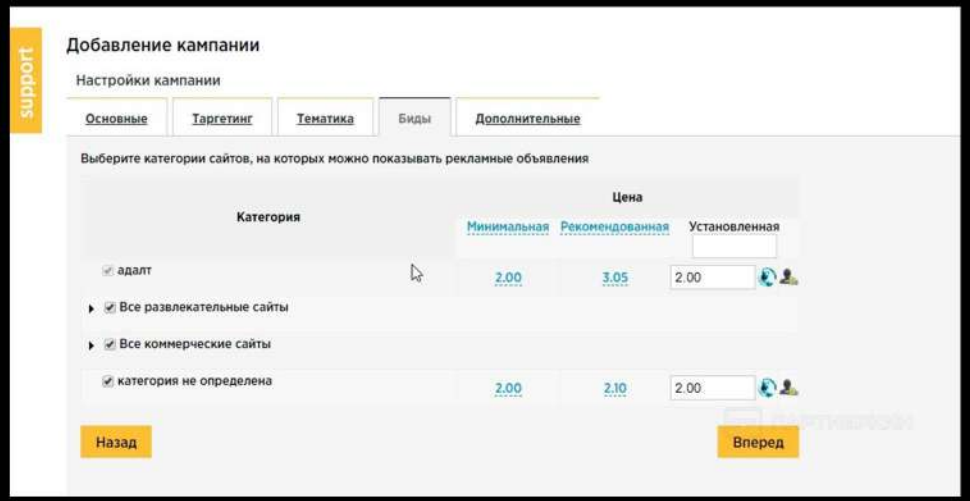
## 2 Таргетинг

**Тип рагретинка** — Гео регион
**Гео регион** — Россия (Москва, Санкт-петербург и другие регионы)
**Платформа** — Десктоп




## 3 Тематика

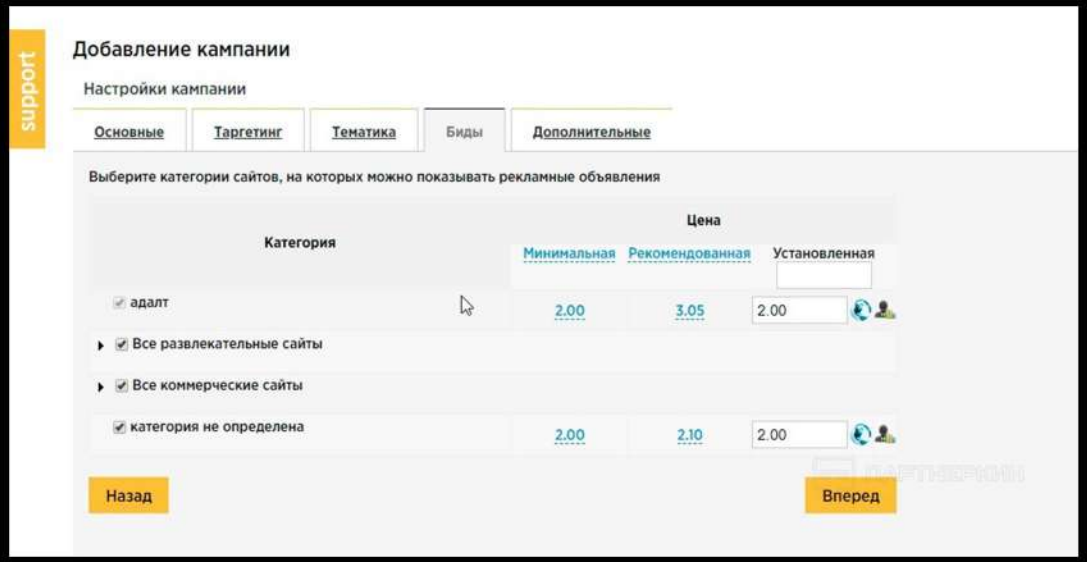
**Контент для взрослых** — да
**Размещать на сайтах, публикующих адалт** — адалт
**SMS кампания** — нет
**Тематика кампании** — адалт
**Тип площадок** — площадки и потоки

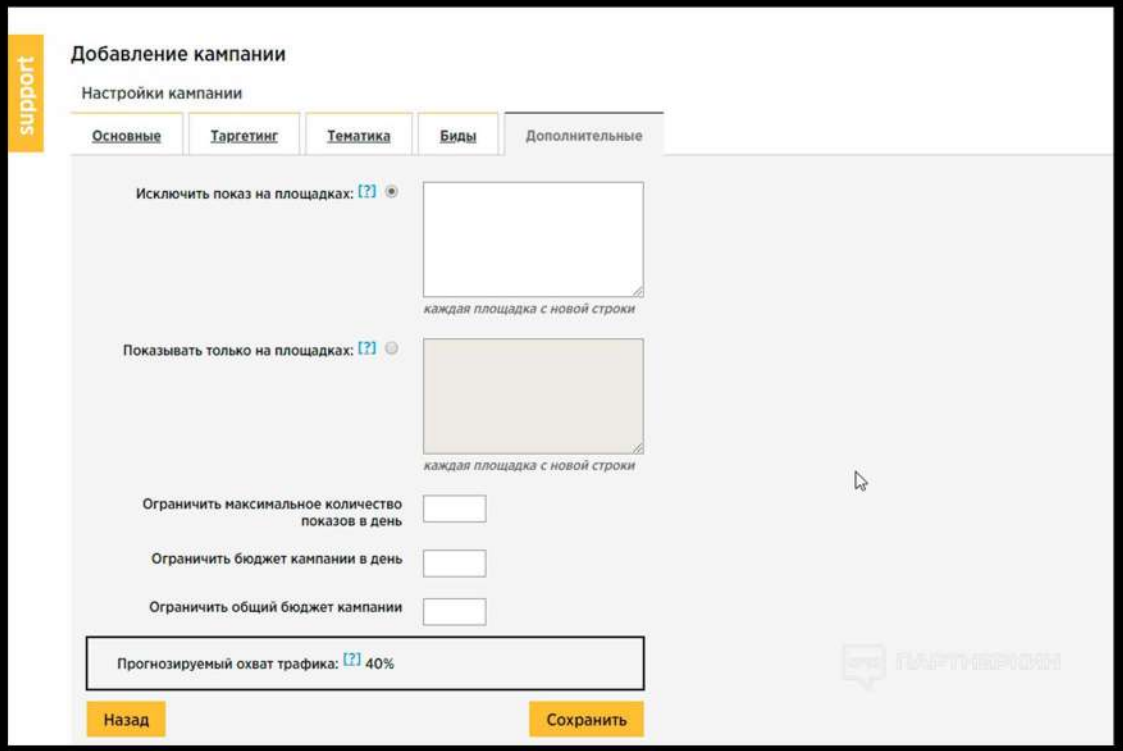


## 4 Биды

В самом начале выставлял минимальную ставку. Так поступают многие, чтобы избежать потери бюджета и слива в пельменную.

Пытаюсь аккуратно и без лишних затрат выявить неподходящие мне площадки. Процесс шел не очень быстро т.к. ставка была небольшой.



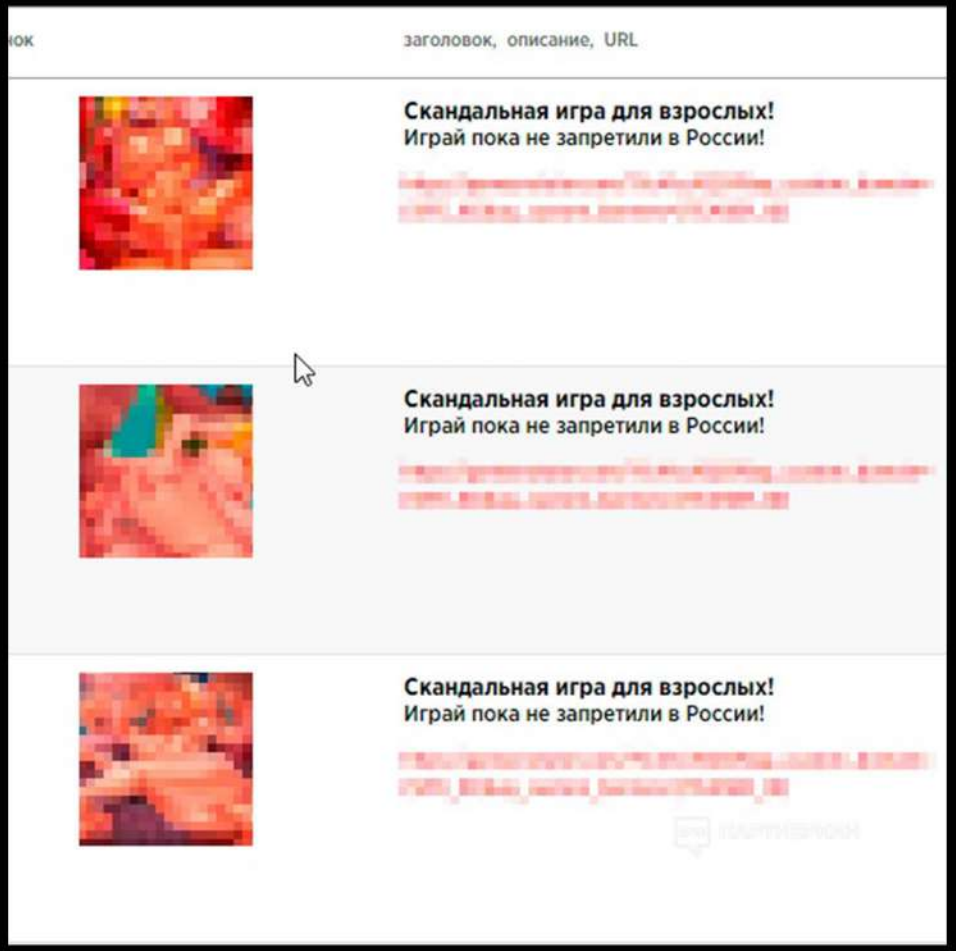

## 5 Дополнительно

В дальнейшем здесь мы будем прописывать площадки, которые попадут в блеклист. Также здесь виден примерный объем доступного нам трафа.

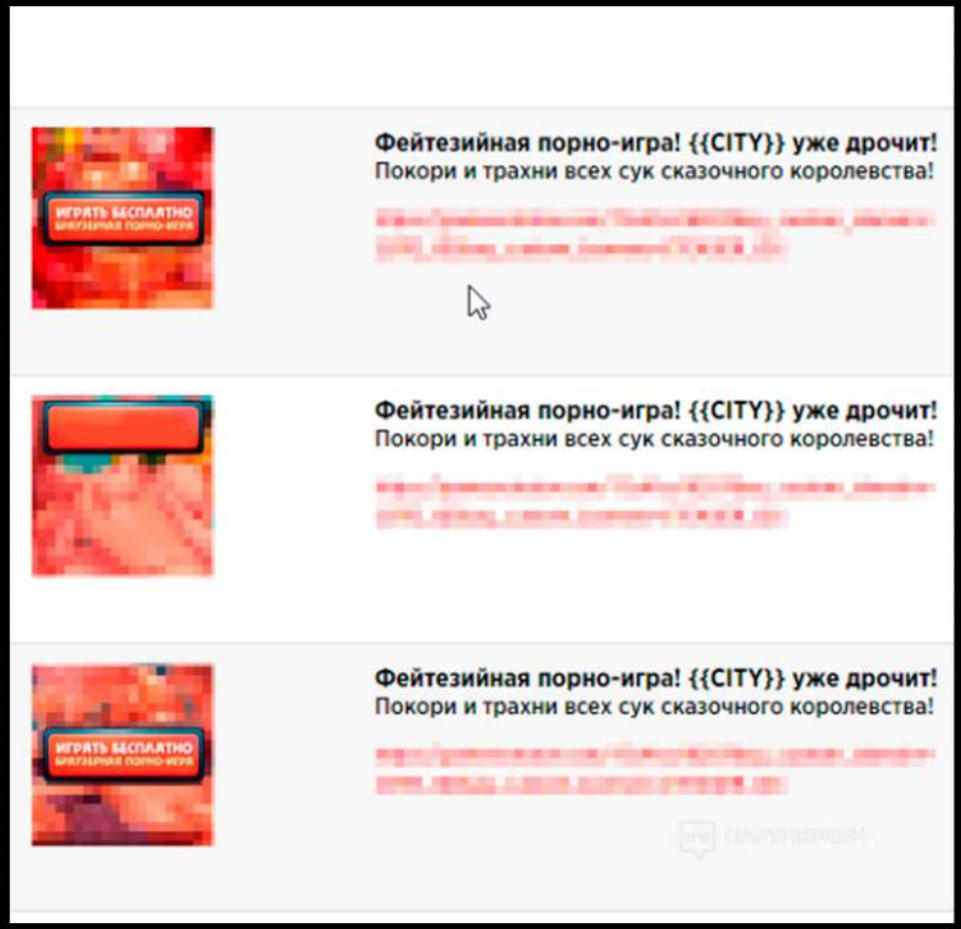
Трафик я сливал напрямую на игру без прелендов, чтобы максимально уменьшить количество переходов.

После загрузки игры юзера встречает не принудительная рега, а обучение игровым азам, что сильно увеличивает конверсию. Народ у нас любит халяву и подобный подход не отпугивает, а наоборот заинтересовывает. А если еще и прибавить к этой схеме контент для взрослых... После прохождения обучения уже по сути все равно, что будет дальше делать юзер — конверсия отстреляла и можно лить дальше.

Вначале я решил использовать контрастные и красочные картинки, которые ранее себя хорошо показали на других рекламных кампаниях.




Далее, развивая тему вариативности, я добавил анимацию в виде кнопки с призывом к действию. А так же сделал заголовок и текст тизера более агрессивными, добавив динамический параметр {CITY}, это придало креативам оттенок «индивидуальности», что положительно сказалось на общей кликабельности.



| | Traffic | | | Conversions | | | | | | Finances | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Date | Hosts | Hits | Impressions | All | Approved | Pending | Declined | CR | EPC | All | Approved | Pending | Declined |
| 2019-01-16 | 1,043 | 1,077 | 0 | 73 | 19 | 0 | 54 | 0.07 (1:15) | 0.012 | 13.3 | 13.3 | 0.00 | 0.00 |
| 2019-01-17 | 1,811 | 1,857 | 0 | 84 | 62 | 0 | 22 | 0.05 (1:22) | 0.023 | 43.4 | 43.4 | 0.00 | 0.00 |
| 2019-01-18 | 1,819 | 1,860 | 0 | 87 | 72 | 0 | 15 | 0.05 (1:21) | 0.027 | 50.4 | 50.4 | 0.00 | 0.00 |
| 2019-01-19 | 2,225 | 2,485 | 0 | 123 | 112 | 0 | 11 | 0.05 (1:20) | 0.032 | 78.4 | 78.4 | 0.00 | 0.00 |
| 2019-01-20 | 2,305 | 2,411 | 0 | 133 | 119 | 0 | 14 | 0.06 (1:18) | 0.035 | 83.3 | 83.3 | 0.00 | 0.00 |
| 2019-01-21 | 2,341 | 2,477 | 0 | 119 | 109 | 0 | 10 | 0.05 (1:21) | 0.031 | 76.3 | 76.3 | 0.00 | 0.00 |
| 2019-01-22 | 2,396 | 2,484 | 0 | 121 | 108 | 0 | 13 | 0.05 (1:21) | 0.030 | 75.6 | 75.6 | 0.00 | 0.00 |
| **Total** | **13,940** | **14,651** | **0** | **740** | **601** | **0** | **139** | **-** | **-** | **420,7** | **420.7** | **0.00** | **0.00** |

На протяжении всех 7 дней я постоянно отслеживал рекламные площадки и блекал те, которые, по моему мнению, не принесли бы никакого результата.

**День 1.** Был не самым лучшим в денежном плане, но в целом тенденция была положительная (юзеры проходили обучения, хоть и в малом количестве). Некоторое количество конверсий улетело в «отклоненные», сначала я не понял в чем дело, но потом разобрался — это были конверсии не из России, а из СНГ в целом. Проверяйте таргетинг более аккуратно, чем я.

**День 2.** Я понял, что необходимо плотнее поработать с креативами, чтобы увеличить кликабельность, а следовательно и юзеров. Здесь-то я и добавил анимацию и изменил текст призыва.

**День 3.** Видя, что количество туториалов изменилось в большую сторону, я добавил еще немного анимированных креативов.

**День 4.** И вот, наконец, конверсии пошли хорошо. Юзеры более охотно проходили обучение, а что они делали дальше — уже не моя забота. Но рекл был доволен трафиком.

**Дни 5-7.** Здесь никаких радикальных изменений я не предпринимал, просто контролировал рк и не пускал всё на самотёк. Потому что считаю, что незачем чинить то, что работает.

## Итог

В данном случае я смог добиться положительного результата методом увеличения кликабельности креативов и работой с текстами призывов.
На данный момент эта кампания принесла мне куда больше профита, потому что некоторые юзеры, которые не прошли обучение сразу — прошли его потом. Как в итоге удалось выяснить, куки у оффера чуть ли не лайфтайм. Я могу лишь сказать, что если вы не увидели профит сразу — это не значит, что всё плохо. Пробуйте разные подходы. Меняйте углы захода на креативах и вы добьетесь максимального эффекта.

**Оффер:** Подписка на PUSH-уведомления

**Партнерка:** DatsPush.com

**Источник:** BodyClick.net

**Формат рекламу:** Тизеры

**Расход:** 81 940 руб

**Доход:** 99 532 руб

**Профит:** 17 592 руб

**ROI** с 21.01.19 по 21.01.19 : 34%

**ROI** с 18.11.18 по 20.01.19 : 21%

# ЛЬЁМ С ТИЗЕРОВ BODYCLICK НА ПОДПИСКИ DATSPUSH С ROI 21%

# Пролог

Несколько месяцев назад я уже создавал кейс, по данной связке. Время шло, а связка продолжала приносить прибыль. Я менял настройки, тестировал различные варианты слива и получил определенный опыт, которым и хотел-бы поделиться.

Но я решил не просто дополнить прошлый кейс комментариями и замечаниями, а сделать его полную перезагрузка.

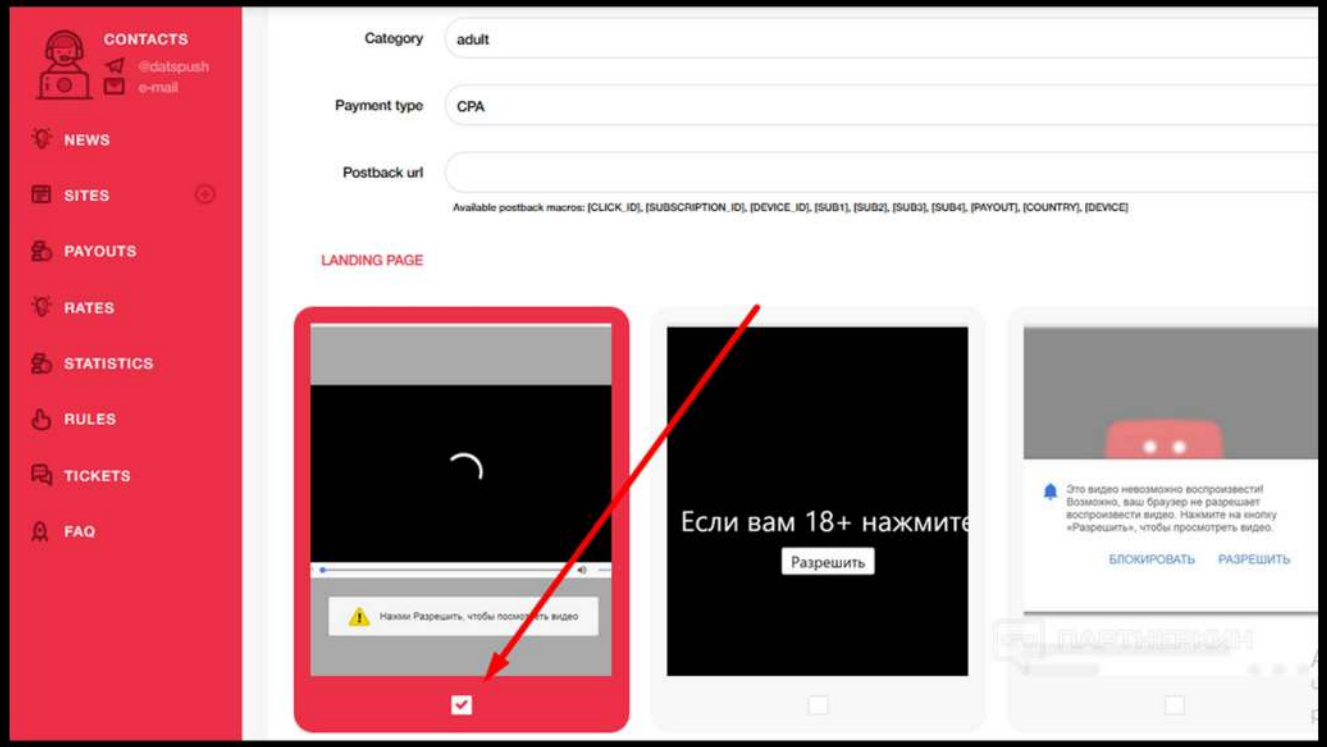
Этот кейс не просто теория, это самая настоящая кнопка **«БАБЛО»**, которой я с вами делюсь(на момент написания кейса, что будет дальше покажет время).

# Кейс

Некоторое время назад я нашел источник который, без клоаки, разрешает сливать с тизеров пуш-подписки. Это тизерная сеть BodyClick. Главное при создании компании поставить галочку «ДА», напротив «SMS кампания или подписки?».

Настройка самой рекламной компании очень просто, браузер выбираем «Google Chrome Mobile», а операционную систему «Android». По ГЕО Россия и все ее города. Еще можете выбрать Казахстан. Тематика «адалт». Больше ничего не меняем.

На датспуш, в разделе «SITES» выбираем «I Buy Traffic», меняем «Payment type» на CPA. Лендинг выбираем тот который указан на картинке.



Дальше, к линку который вы получите добавляем
**&lp=24&sub1=[ID]&sub2=[SID]**,
выглядеть это должно так, **https://сайт/?wmi=КОДпотока&lp=24&sub1=[ID]&sub2=[SID]**

**[ID]** — передает номер объявления.
**[SID]** — передает номер площадки с которой был клик.

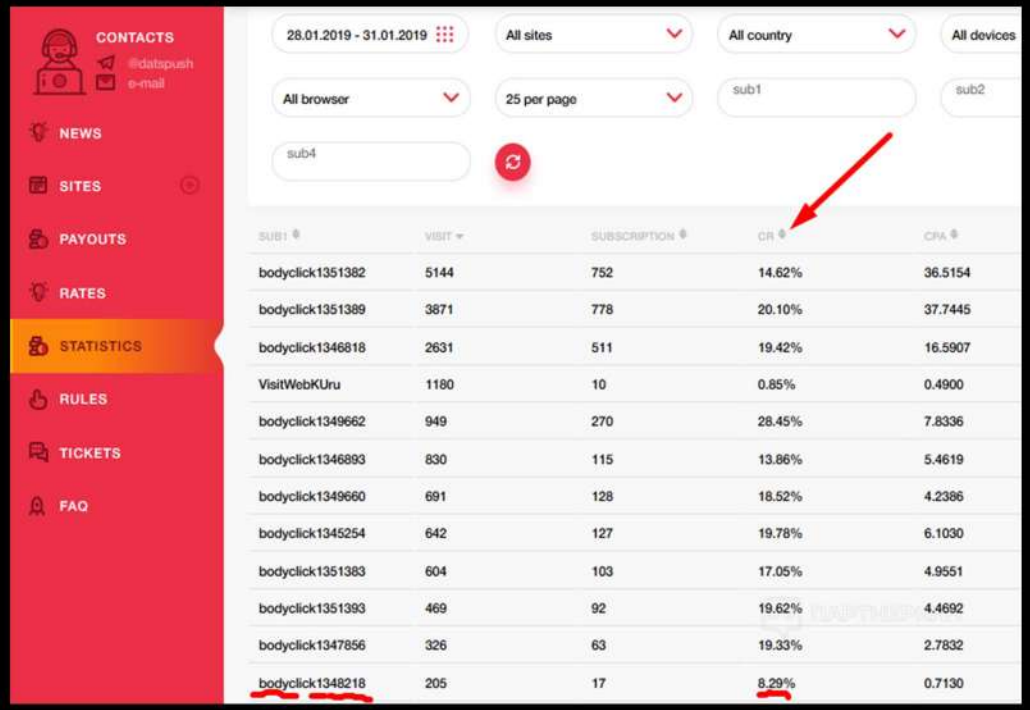
Благодаря этим параметрам вы сможете анализировать качество площадок и тизеров. Что делает больше затрат чем прибыль, отключаем и добавляем в блеклист.

Далее идем на сайты адалт тематики, и ищем тизеры, которые могут зайти. Более простой вариант поиска креативов, это сервисы мониторинга тизерной рекламы, к примеру AdvanceTS.

И так, креативам затарились, рекламную компанию создали, чтож, в бой.

Стартовать рекомендую с минимальной цены за клик(по РФ это 36 копеек). Дело в том, что если вы выгрузите десятки или сотни объявлений, то к вам хлынет достаточно большое количество трафика. В этом потоке будут площадки которые будут давать подписок меньше чем прибыль по ним. С тизерами так-же ситуация. Здесь обязательно все контролировать. Если у вас мало объявлений, то это все можно делать ручками, я обычно смотрю на CR. По нему можно понимать, в плюсе вы по конкретному объявлению или нет.

Каким он должен быть зависит от стоимости за клик в тизерке. Чем она выше тем выше CR должен быть,что-бы получить прибыль. Здесь уже считайте сами какой CR для вас будет убыточным, но однозначно, что меньше 10% это плохо.
Хотя здесь все индивидуально, вот к примеру за 4 дня, CR 8.29% , при этом затрат 41.8, а прибыль 47.7, тоисть я еще и в плюс 6 рублей вышел.




| SUB1 | VISIT | SUBSCRIPTION | CR | CPA |
|---|---|---|---|---|
| bodyclick1351382 | 5144 | 752 | 14.62% | 36.5154 |
| bodyclick1351389 | 3871 | 778 | 20.10% | 37.7445 |
| bodyclick1346818 | 2631 | 511 | 19.42% | 16.5907 |
| VisitWebKUru | 1180 | 10 | 0.85% | 0.4900 |
| bodyclick1349662 | 949 | 270 | 28.45% | 7.8336 |
| bodyclick1346893 | 830 | 115 | 13.86% | 5.4619 |
| bodyclick1349660 | 691 | 128 | 18.52% | 4.2386 |
| bodyclick1345254 | 642 | 127 | 19.78% | 6.1030 |
| bodyclick1351383 | 604 | 103 | 17.05% | 4.9551 |
| bodyclick1351393 | 469 | 92 | 19.62% | 4.4692 |
| bodyclick1347856 | 326 | 63 | 19.33% | 2.7832 |
| bodyclick1348218 | 205 | 17 | 8.29% | 0.7130 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| №1348218 Трахнул сочную пизду и заснял всё на камеру! Вот так ракурс! | 96 513 | 130 | 0,13 | 41,80 | 0,32 | - | - | - | 0 | -41,80 | - | - | - | - |

На счет того, какие тизеры заходят, да абсолютно разные. И такое, с 26.49% за последние 3 недели:

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1349662 Активное | | Хочешь БОЛЬШОЙ ЧЛЕН? Смотри ВИДЕО как увеличить пока не удалили... https:/[redacted]?wmi=[redacted]&lp=24&sub1=bodyclick[ID]&sub2=[SID] | 97 252 | 1 801 | 441,73 | 1,85 | 1,85 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| bodyclick1349662 | 1087 | 288 | 26.49% | 8.6528 | 0 |

И такое с 21%:

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1346818 Активное | | Видео Готово к Просмотру https:/[redacted]?wmi[redacted]&lp=24&sub1=bodyclick[ID]&sub2=[SID] | 579 539 | 26 221 | 7 140,00 | 4,52 | 4,52 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| bodyclick1346818 | 19866 | 4172 | 21.00% | 149.4620 |

Или вот такое с 18.20%:

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1346898 Активное | | Сучка хочет пошалить с тобой https:/[redacted]?wmi[redacted]&lp=24&sub1=bodyclick[ID]&sub2=[SID] | 649 226 | 3 958 | 1 417,00 | 0,60 | 0,60 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| bodyclick1346898 | 813 | 148 | 18.20% | 6.6798 |

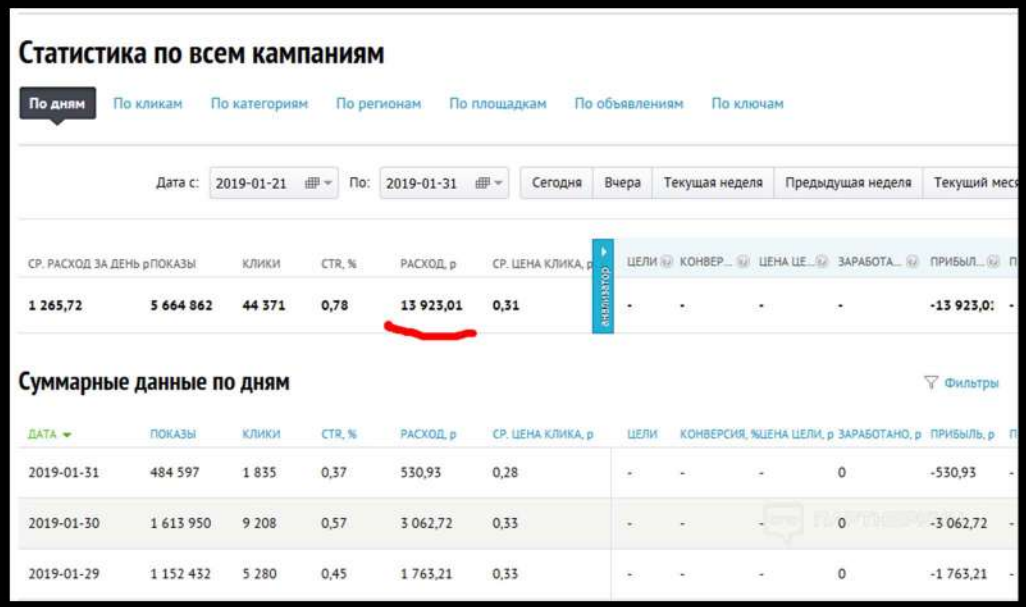
Как видите крео совершенно разные, но дают почти один результат. Но не всегда так, иногда тизеры одного стиля идут совершенно с диаметрально противоположными показателями. Возможно потому, что показываются в одном блоке, и человек жмет на оба, либо вроде-бы похожие креативы пользователь воспринимает по разному. Тут пока не буду судить, так, как сам не до конца разобрался с этим.

А теперь я добрался до самого интересного, цифр. Последние пару месяцев я сливал трафф по вайт листу, тоисть выбрал площадки и показывал рекламу только на них. Вначале это давало позитивный результат, но в итоге я начал их выжигать, и мой общий РОИ упал до 21%.

Полторы недели назад я убрал вайт листы, и начал добавлять только блеки. И мой РОИ снова вернулся к 34%. Сейчас я боле серьезно все контролирую, смотрю актуальность тизеров и площадок.

**Слив с 21 января по 31 января(ROI 34%):** 18 697- 13 950=4 747 рубля

*Разбито на 5 скринов, так, как было 5 компний.*



Статистика по всем кампаниям

По дням | По кликам | По категориям | По регионам | По площадкам | По объявлениям | По ключам

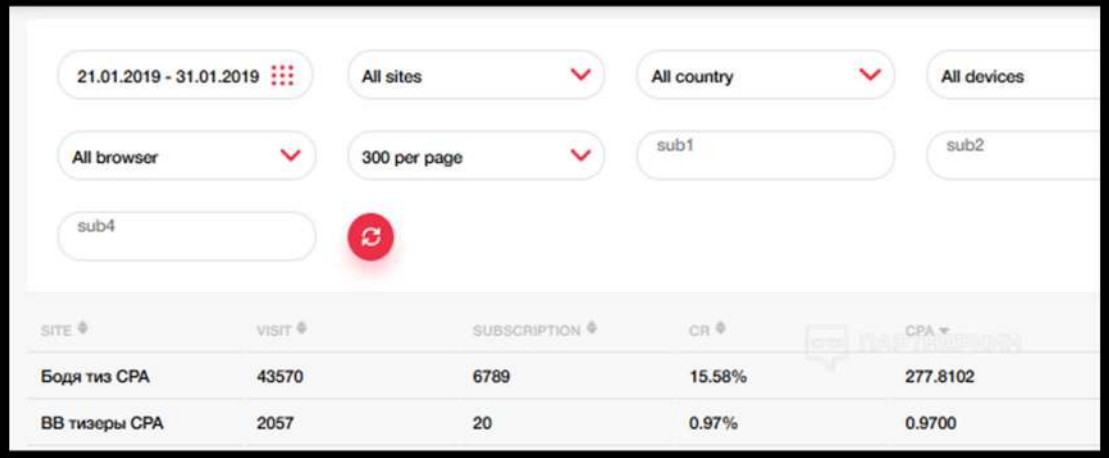
Дата с: 2019-01-21 По: 2019-01-31 | Сегодня | Вчера | Текущая неделя | Предыдущая неделя | Текущий мес

| СР. РАСХОД ЗА ДЕНЬ р | ПОКАЗЫ | КЛИКИ | CTR, % | РАСХОД, р | СР. ЦЕНА КЛИКА, р | ЦЕЛИ | КОНВЕР... | ЦЕНА ЦЕ... | ЗАРАБОТА... | ПРИБЫЛ... |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 265,72 | 5 664 862 | 44 371 | 0,78 | 13 923,01 | 0,31 | - | - | - | - | -13 923,0: |

Суммарные данные по дням

Фильтры

| ДАТА | ПОКАЗЫ | КЛИКИ | CTR, % | РАСХОД, р | СР. ЦЕНА КЛИКА, р | ЦЕЛИ | КОНВЕРСИЯ, % | ЦЕНА ЦЕЛИ, р | ЗАРАБОТАНО, р | ПРИБЫЛЬ, р |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2019-01-31 | 484 597 | 1 835 | 0,37 | 530,93 | 0,28 | - | - | - | 0 | -530,93 |
| 2019-01-30 | 1 613 950 | 9 208 | 0,57 | 3 062,72 | 0,33 | - | - | - | 0 | -3 062,72 |
| 2019-01-29 | 1 152 432 | 5 280 | 0,45 | 1 763,21 | 0,33 | - | - | - | 0 | -1 763,21 |



21.01.2019 - 31.01.2019 | All sites | All country | All devices

All browser | 300 per page | sub1 | sub2

sub4

| SITE | VISIT | SUBSCRIPTION | CR | CPA |
|---|---|---|---|---|
| Бодя тиз CPA | 43570 | 6789 | 15.58% | 277.8102 |
| BB тизеры CPA | 2057 | 20 | 0.97% | 0.9700 |

# **А вот весь слив с начала (ROI 21%):** 99 532-81 940=17 592 рублей

## Статистика кампании “Датспуш 1” №211984 Активна

Начало: **12 нояб. 2018**
Кликов: **114 104**

Изменить параметры
Перейти к кампании

По дням | По кликам | По категориям | По регионам | По площадкам | По объявлениям | По ключам

Дата с: 2018-11-18 По: 2019-01-31 | Сегодня | Вчера | Текущая неделя | Предыдущая неделя | Текущий месяц

| СР. РАСХОД ЗА ДЕНЬ р | ПОКАЗЫ | КЛИКИ | CTR, % | РАСХОД, р | СР. ЦЕНА КЛИКА, р | ЦЕЛИ | КОНВЕР... | ЦЕНА ЦЕ... | ЗАРАБОТА... | ПРИБЫЛ... | ПРОСМ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 384,93 | 11 604 175 | 82 433 | 0,71 | 28 485,06 | 0,34 | - | - | - | - | -28 485,0 | - |

## Статистика кампании “Датспуш 2” №212095 Активна

Начало: **16 нояб. 2018**
Кликов: **93 957**

Изменить параметры
Перейти к кампании

По дням | По кликам | По категориям | По регионам | По площадкам | По объявлениям | По ключам

Дата с: 2018-11-18 По: 2019-01-31 | Сегодня | Вчера | Текущая неделя | Предыдущая неделя | Текущий месяц

| СР. РАСХОД ЗА ДЕНЬ р | ПОКАЗЫ | КЛИКИ | CTR, % | РАСХОД, р | СР. ЦЕНА КЛИКА, р | ЦЕЛИ | КОНВЕР... | ЦЕНА ЦЕ... | ЗАРАБОТА... | ПРИБЫЛ... | ПРОСМО |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 511,33 | 11 665 260 | 93 070 | 0,79 | 33 236,61 | 0,35 | - | - | - | - | -33 236,6 | - |

## Статистика кампании “Датспуш 3” №212746 Активна

Начало: **12 дек. 2018**
Кликов: **28 222**

Изменить параметры
Перейти к кампании

По дням | По кликам | По категориям | По регионам | По площадкам | По объявлениям | По ключам | Все форм

Дата с: 2018-11-18 По: 2019-01-31 | Сегодня | Вчера | Текущая неделя | Предыдущая неделя | Текущий месяц

| СР. РАСХОД ЗА ДЕНЬ р | ПОКАЗЫ | КЛИКИ | CTR, % | РАСХОД, р | СР. ЦЕНА КЛИКА, р | ЦЕЛИ | КОНВЕР... | ЦЕНА ЦЕ... | ЗАРАБОТА... | ПРИБЫЛ... | ПРОСМО... |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 220,51 | 940 289 | 44 424 | 4,72 | 12 128,58 | 0,27 | - | - | - | - | -12 128,5 | - |

## Статистика по всем кампаниям

По дням | По кликам | По категориям | По регионам | По площадкам | По объявлениям | По ключам

Дата с: 2019-01-21 По: 2019-01-31 | Сегодня | Вчера | Текущая неделя | Предыдущая неделя | Текущий мес

| СР. РАСХОД ЗА ДЕНЬ р | ПОКАЗЫ | КЛИКИ | CTR, % | РАСХОД, р | СР. ЦЕНА КЛИКА, р | ЦЕЛИ | КОНВЕР... | ЦЕНА ЦЕ... | ЗАРАБОТА... | ПРИБЫЛ... |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 265,72 | 5 664 862 | 44 371 | 0,78 | 13 923,01 | 0,31 | - | - | - | - | -13 923,0 |

### Суммарные данные по дням

Фильтры

| ДАТА | ПОКАЗЫ | КЛИКИ | CTR, % | РАСХОД, р | СР. ЦЕНА КЛИКА, р | ЦЕЛИ | КОНВЕРСИЯ, % | ЦЕНА ЦЕЛИ, р | ЗАРАБОТАНО, р | ПРИБЫЛЬ, р |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2019-01-31 | 484 597 | 1 835 | 0,37 | 530,93 | 0,28 | - | - | - | 0 | -530,93 |
| 2019-01-30 | 1 613 950 | 9 208 | 0,57 | 3 062,72 | 0,33 | - | - | - | 0 | -3 062,72 |
| 2019-01-29 | 1 152 432 | 5 280 | 0,45 | 1 763,21 | 0,33 | - | - | - | 0 | -1 763,21 |

## Статистика кампании “Датспуш 5” №213528 Активна

Начало: **28 янв. 2019**
Кликов: **10 565**

Изменить параметры
Перейти к кампании

По дням | По кликам | По категориям | По регионам | По площадкам | По объявлениям | По ключам

Дата с: 2018-11-18 По: 2019-01-31 | Сегодня | Вчера | Текущая неделя | Предыдущая неделя | Текущий месяц

| СР. РАСХОД ЗА ДЕНЬ р | ПОКАЗЫ | КЛИКИ | CTR, % | РАСХОД, р | СР. ЦЕНА КЛИКА, р | ЦЕЛИ | КОНВЕР... | ЦЕНА ЦЕ... | ЗАРАБОТА... | ПРИБЫЛ... | ПРОСМО |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 912,55 | 1 497 951 | 10 565 | 0,70 | 3 650,22 | 0,34 | - | - | - | - | -3 650,22 | - |

## STATISTICS

18.11.2018 - 01.02.2019 | All sites | All country | All devices
All browser | 25 per page | sub1 | sub2
sub4

| SITE | VISIT | SUBSCRIPTION | CR | CPA |
|---|---|---|---|---|
| Бодя тиз CPA | 213828 | 32885 | 15.38% | 1,487.1610 |

# Итог

Как видите, этот кейс дает возможность зарабатывать на полном автомате 21% ROI, лишь время от времени проверяя рекламу на убыточность. Но если этим постоянно заниматься, контролировать, заливать новые тизеры, то можно получать более 34%.

Суммы я считал по 67 рублей за доллар. Хотя на текущий момент, если тизерку пополнять в долларах(выплата с датспуша в них), то курс будет 68, а это значит, что фактическая прибыль больше.

**Партнерка:** Cpagetti

**Оффер:** Codirex — препарат против алкоголизма 1 рубль

**Связка:** Основной лендинг + Мед Инфо

**Основной источник:** kadam

**ГЕО:** Казахстан

**Потрачено:** 19.908 р.

**Получено:** 45.500 р.

**Профит:** 25.592 р.

**ROI:** 128 %

**Период слива:** 23.12.2018-09.01.2019

# ЛЬЕМ С ТИЗЕРКИ

## KADAM НА ПРЕПАРАТ ПРОТИВ АЛКОГОЛИЗМА CODIREX

С ПРИБЫЛЬЮ

# 25592Р

# Всем привет!

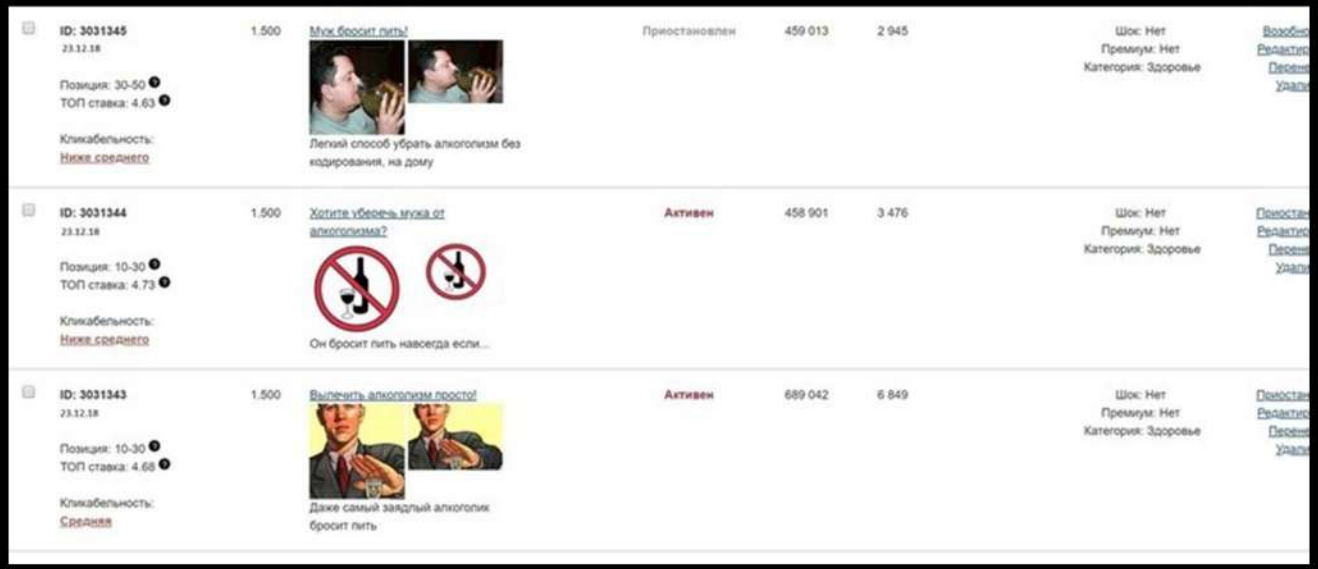
Сегодня я решил протестировать тематику алкоголизма с Пуш сетки Кадама. Использовал оффер Codirex.

За промо я пошел в **AdvanceTS**,( от нас 17% скидка на покупку, промокод cpagetti) отсортировал тизеры по времени, отобрал тройку и загрузил их в кампанию.

При создании кампании отключил юную аудиторию, оставив только **женщин и мужчин старше 35 лет.**

Кампания сливалась по кликам, стоимость варьировалась
от 1р до 1,7р (под вечер снижали цену клика, так как трафика было очень много).

С креативами пришлось помучиться, пригляделись вот эти красавцы, в итоге их и использовал.




## Результаты данного слива

Многие говорят, что по выходным и праздникам самый худший конверт, так знайте, что это откровенная неправда.

За счет того, что 70% арбитражников останавливают кампании, **цена за клик падает в 2 раза**, а конверт остается прежним, так что рекомендую тестировать кампании в эти дни и проверять только на своем результате.

CONVERSION
АРБИТРАЖ & МАРКЕТИНГ

**Оффер:** Agromax за 149 руб.- биоудобрение

**Лендинг:** http://c.agromax24.ru/149/v2/index.html

**Источник:** oblivki.biz, advertlink.ru

**ГЕО:** РФ

**Даты слива:** 12.03.2019 - 16.03.2019

**Доход:** 370 000

**Расход:** 282 421

**Профит:** 87 579

**ROI:** 24%

# ЗА 5 ДНЕЙ НА AGROMAX 87000₽

# Шаг 1. Креативы и преленды

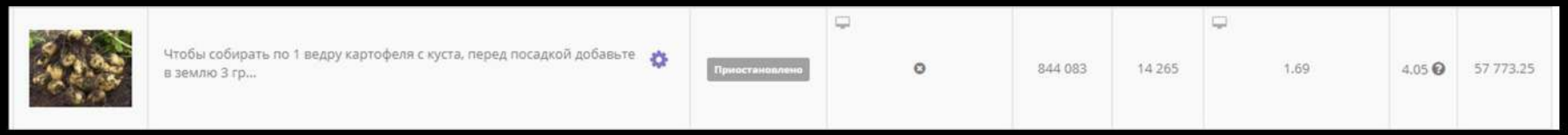
Выбор пал на оффер AgroMax так как наступила весна и приближается сезон “дачников”. В прошлом году, в это время года мы активно отливали на этот оффер и он показывал отличные результаты. В разгар дачного сезона Agromax хорошо зашел у целевой аудитории, и высокая конверсия отличный тому показатель. При выборе источника выбор пал на сетку обливочки, так как есть опыт работы в ней. В этой сетке очень много трафа, который можно выкупать по относительно недорогой цене. Конечно, после некоторой чистки площадок и оптимизации РК.

Изначально запускали траф на несколько прелендов, лучше всего себя показал прелендинг «Моя Дача»
Так как связка неплохо пошла решили масштабировать ее в адвертлинке тоже.

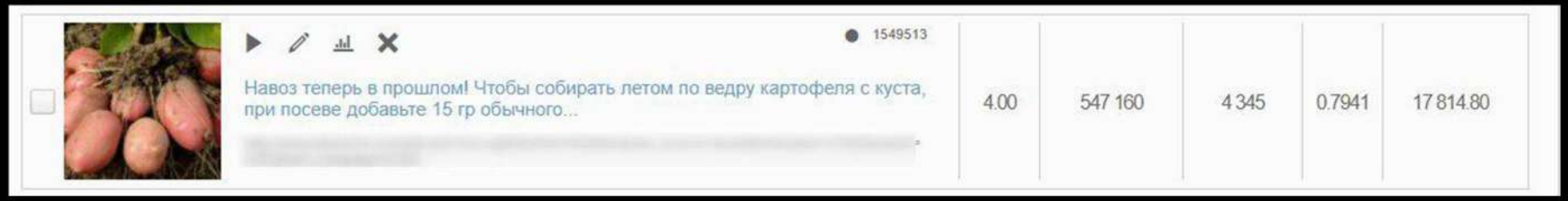
Все креативы были нацеленные на то как получить “большой урожай”. В основном использовали такой же подход который хорошо зарекомендовал себя в прошлом году.

Ниже скриншоты топовых тизеров

## Обливки:




## Адвертлинк:



# Шаг 2. Настройка рекламных кампаний

По общим настройкам все предельно просто. В обливках выбираем только витрину все категории, РК разделяем на десктоп и моб. В адвертлинке лили в одной компании моб+веб.

**Настройка кампании обливки:**

Категории новостей и тематики площадок

При изменении категорий тизеры будут заново набирать CTR.

Все  Выборочно

| | Просмотры | CTR | Цена клика | ID | Категория новости |
|---|---|---|---|---|---|
| ✓ | 539 903 | 0.24 | 3.29 | a0 | Без категории |
| ✓ | 3 297 554 | 0.85 | 2.94 | a1 | Политика |
| ✓ | 564 078 | 0.87 | 3.04 | a3 | Наука |
| ✓ | 10 365 381 | 0.96 | 3.06 | a9 | Шоу-Бизнес |
| ✓ | 592 148 | 1.05 | 3.05 | a11 | Здоровье |
| ✓ | 130 967 | 0.84 | 3.10 | a13 | Леди |
| ✓ | 2 339 169 | 0.89 | 3.25 | a15 | События |
| ✓ | 5 858 628 | 0.81 | 3.13 | a17 | Lifestyle |
| ✓ | 135 521 | 0.60 | 3.37 | a19 | Спорт |

В компании МОБ настройки идентичные.

**Настройки кампании адвертлинк:**

Таргетинг кампании удобрение

ПОКАЗЫВАТЬ ОБЪЯВЛЕНИЯ ТОЛЬКО В ВЫБРАННЫХ СТРАНАХ:
Свернуть все  Развернуть все
- [x] Россия
- [x] Автономная республика Крым
- [ ] Украина
- [ ] СНГ
- [ ] Остальные страны

ПОКАЗЫВАТЬ ОБЪЯВЛЕНИЯ ТОЛЬКО ВЫБРАННЫМ УСТРОЙСТВАМ:
Свернуть все  Развернуть все
- [x] Персональные компьютеры
- [x] Планшеты
- [x] Телефоны

ПОКАЗЫВАТЬ ОБЪЯВЛЕНИЯ ТОЛЬКО В ВЫБРАННЫЕ ЧАСЫ:
00 01 02 03 04 05 06 07
08 09 10 11 12 13 14 15
16 17 18 19 20 21 22 23

ПОКАЗЫВАТЬ ОБЪЯВЛЕНИЯ ТОЛЬКО В ВЫБРАННЫЕ ДНИ НЕДЕЛИ:
- [ ] Понедельник
- [ ] Вторник
- [ ] Среда
- [ ] Четверг
- [ ] Пятница
- [ ] Суббота
- [ ] Воскресенье

Сохранить  Назад

# Шаг 3. Оптимизация

На витринах все просто, трафик стабильней, ЦА примерно одинаковая по возрасту (40+) и интересам. По этому так как использовались новостные тизерные сети, особых заморочек с блэк-листами не было, потому что все связки почти сразу пошли в плюс. Вся работа с блэк-листами заключалась в добавление площадок, которые вообще не конвертили.

# Шаг 4. Статистика и финансы

Статистика по расходам с тизерок

## Обливки:

Страна Все От 2019-03-12 До 2019-03-16 Показать переходы

| Название | Гео | Объявления | Цена за клик | Клики | Расход | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Агромакс МОБ | | 0 / 4 объявлений | - | 23 768 | 99 316.50 | |
| Агромакс 149 | | 0 / 4 объявлений | - | 25 465 | 122 232 | |
| | | 0 / 8 объявлений | | 49 233 | 221 548.50 | |

## Адвертлинк:

### Сводная статистика кампаний

По датам | По кампаниям | По объявлениям | По странам  Экспорт: XLS CSV PDF  12.03.2019 - 16.03.2019 Применить

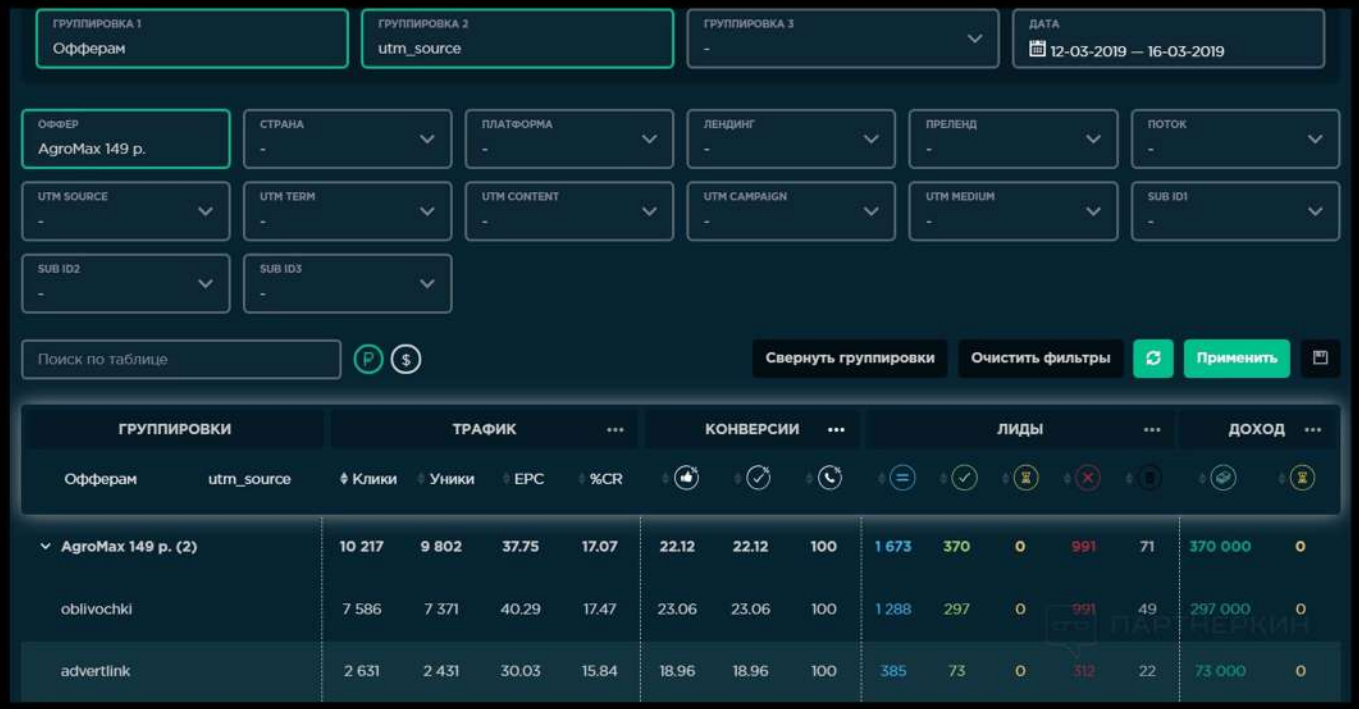
| ID | Кампания | Показы | Переходы | CTR | Расход |
|---|---|---|---|---|---|
| 119839 | удобрение | 3 132 765 | 14 323 | 0.4572 | 60 872.75 |

## Статистика с трекера:

Страна Все От 2019-03-12 До 2019-03-16 Показать переходы

| Название | Гео | Объявления | Цена за клик | Клики | Расход | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Агромакс МОБ | | 0 / 4 объявлений | - | 23 768 | 99 316.50 | |
| Агромакс 149 | | 0 / 4 объявлений | - | 25 465 | 122 232 | |
| | | 0 / 8 объявлений | | 49 233 | 221 548.50 | |

Статистика с ПП:




# Заключение и итоги

В Lucky очень много сезонных офферов. Если их грамотно подбирать и лить в нужно время, то можно отлично зарабатывать.

Никогда не зацикливайтесь на одном оффере, тестируйте сезонные офферы, тестируйте прокладки и высокий профит вам обеспечен)

**Источник:** Таргет Instagram

**Оффер:** Blak Latte 990р

**Расход:** 130 000 р.

**Доход:** 260 000 р.

**Профит:** 130 000 р. (ROI 100%)

**ПП:** CTR.ru

**Период слива:** с 11.02.2019 по 1.03.2019

Не люблю писать много текста, поэтому кратко и по делу.

# РАСХОД 130К ДОХОД 260К НА BLACK LATTE

# Таргет Instagram



Трафик закупал в таргете на плейсменты лента фб, инст и моментальные статьи. Цель кампании только конверсии. Цели Трафик и Генерация лидов не дают мне ожидаемых результатов.

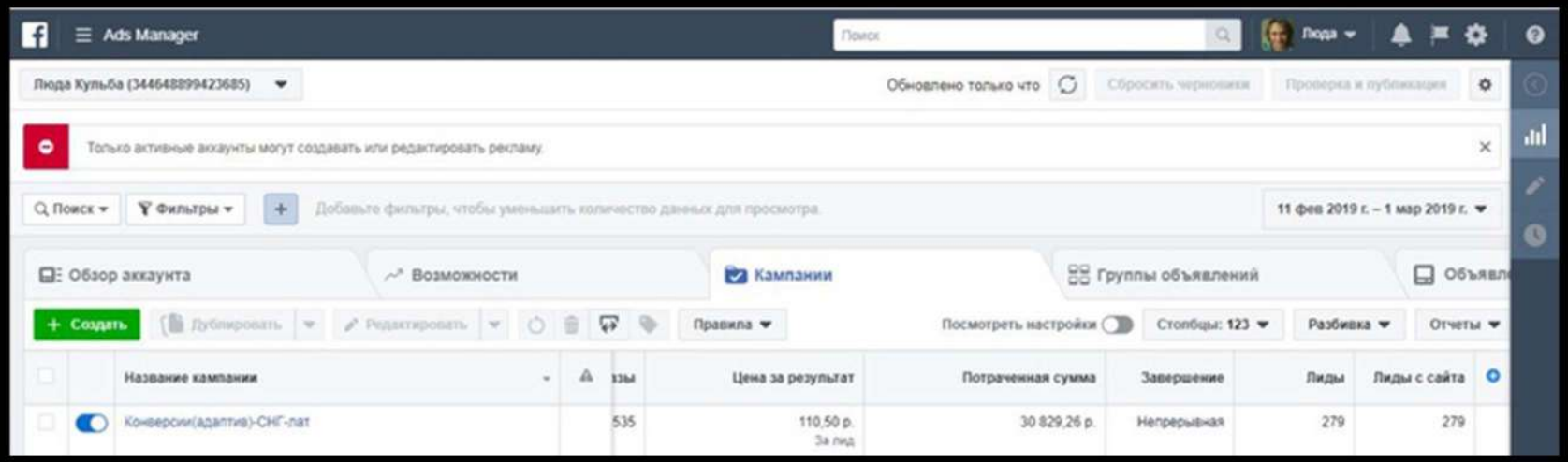
Запускал одновременно несколько рекламных акков.

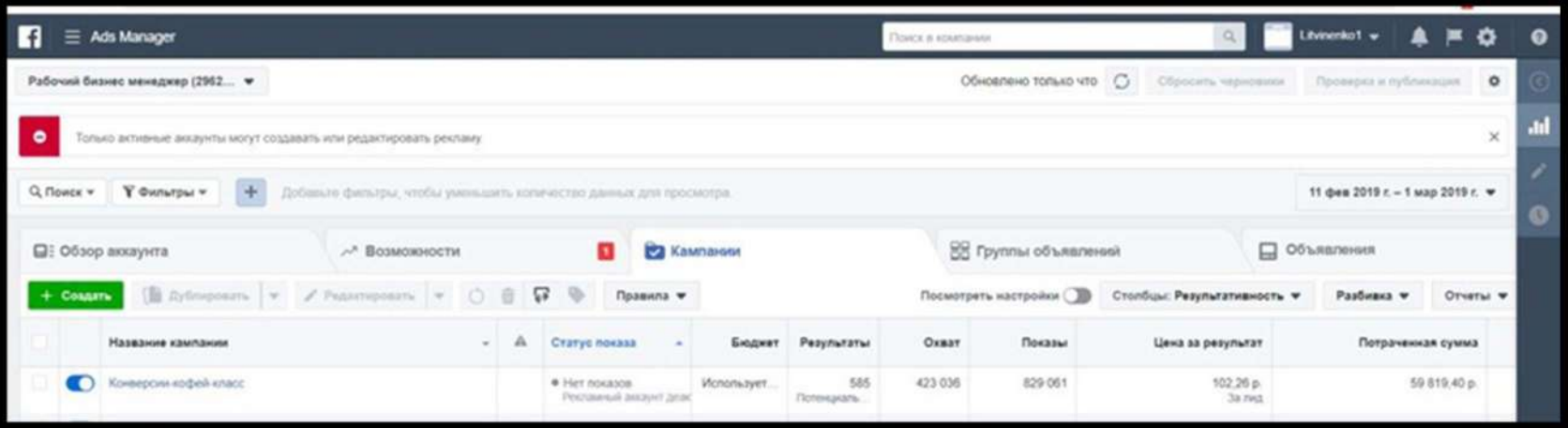
Лиды в CTR.ru передавал по API. Рекламу показывал только женщинам 18-65 лет по всем доступным гео в ЦТР (только Белку исключал, так как не конвертит она у меня).

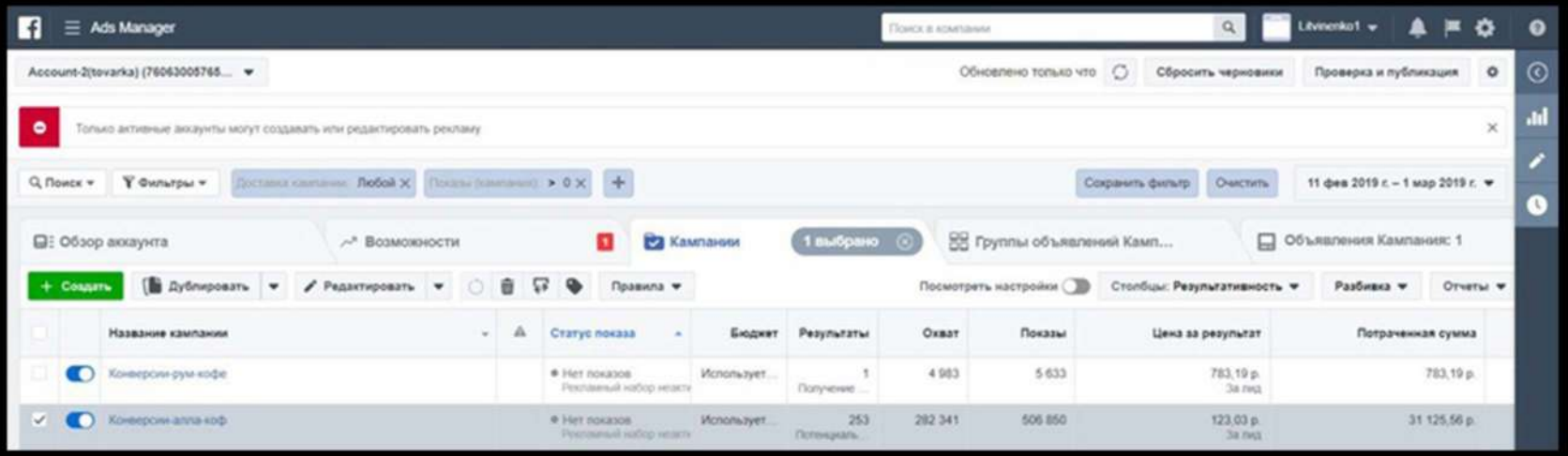
Бюджет на адсет был минимум 1000, а в идеале 1500 рублей.

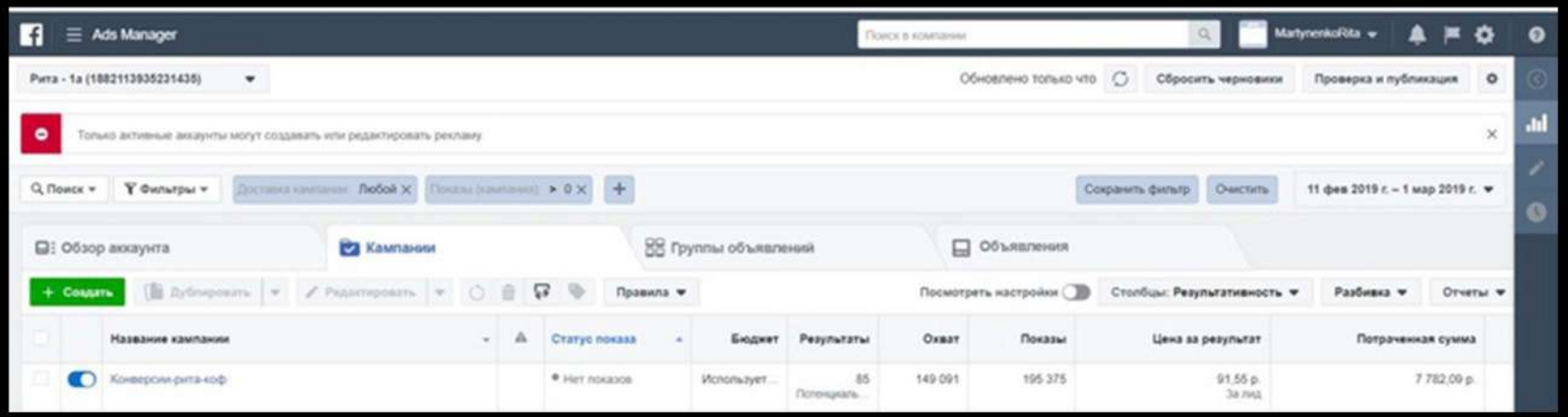
В одной рекламной кампании было несколько адсетов (от 3 до 10 штук). Если цена лида вырастала до 200-250 рублей, то эти адсеты отключал, а на следующий день вместо них запускал новые.

Прикладываю галерею со скринами кабов fb.




Ads Manager
Litvinenko1
Рабочий бизнес менеджер (2962...
Обновлено только что
Сбросить черновики
Проверка и публикация
Только активные аккаунты могут создавать или редактировать рекламу
Поиск
Фильтры
Добавьте фильтры, чтобы уменьшить количество данных для просмотра
11 фев 2019 г. – 1 мар 2019 г.
Обзор аккаунта
Возможности
Кампании
Группы объявлений
Объявления
Создать
Дублировать
Редактировать
Правила
Посмотреть настройки
Столбцы: Результативность
Разбивка
Отчеты
Название кампании
Статус показа
Бюджет
Результаты
Охват
Показы
Цена за результат
Потраченная сумма
Конверсии-кофей-класс
Нет показов
585
423 036
829 061
102,26 р.
59 819,40 р.


Ads Manager
Litvinenko1
Account-2(tovarka) (76063005765...
Обновлено только что
Сбросить черновики
Проверка и публикация
Только активные аккаунты могут создавать или редактировать рекламу
Поиск
Фильтры
Доставка кампании: Любой
Показы (кампании): > 0
Сохранить фильтр
Очистить
11 фев 2019 г. – 1 мар 2019 г.
Обзор аккаунта
Возможности
Кампании
1 выбрано
Группы объявлений Камп...
Объявления Кампания: 1
Создать
Дублировать
Редактировать
Правила
Посмотреть настройки
Столбцы: Результативность
Разбивка
Отчеты
Название кампании
Статус показа
Бюджет
Результаты
Охват
Показы
Цена за результат
Потраченная сумма
Конверсии-рум-кофе
Нет показов
1
4 983
5 633
783,19 р.
783,19 р.
Конверсии-алла-коф
Нет показов
253
282 341
506 850
123,03 р.
31 125,56 р.


Ads Manager
MartynenkoRita
Рита - 1а (1882113935231435)
Обновлено только что
Сбросить черновики
Проверка и публикация
Только активные аккаунты могут создавать или редактировать рекламу
Поиск
Фильтры
Доставка кампании: Любой
Показы (кампании): > 0
Сохранить фильтр
Очистить
11 фев 2019 г. – 1 мар 2019 г.
Обзор аккаунта
Кампании
Группы объявлений
Объявления
Создать
Дублировать
Редактировать
Правила
Посмотреть настройки
Столбцы: Результативность
Разбивка
Отчеты
Название кампании
Статус показа
Бюджет
Результаты
Охват
Показы
Цена за результат
Потраченная сумма
Конверсии-рита-коф
Нет показов
85
149 091
195 375
91,55 р.
7 782,09 р.

Отмечу важный момент. По моему опыту, если аккаунт не особо много отлил и не очень боевой, то лучше не дублировать адсеты, а создавать новые в этой же кампании с идентичными данными. Это забирает чуть больше времени, зато риск минимальный что аккаун получит бан.

Траф фильтровал IM KLO (промокод CPARIP — скидка 15%).

## Креативы под Black Latte

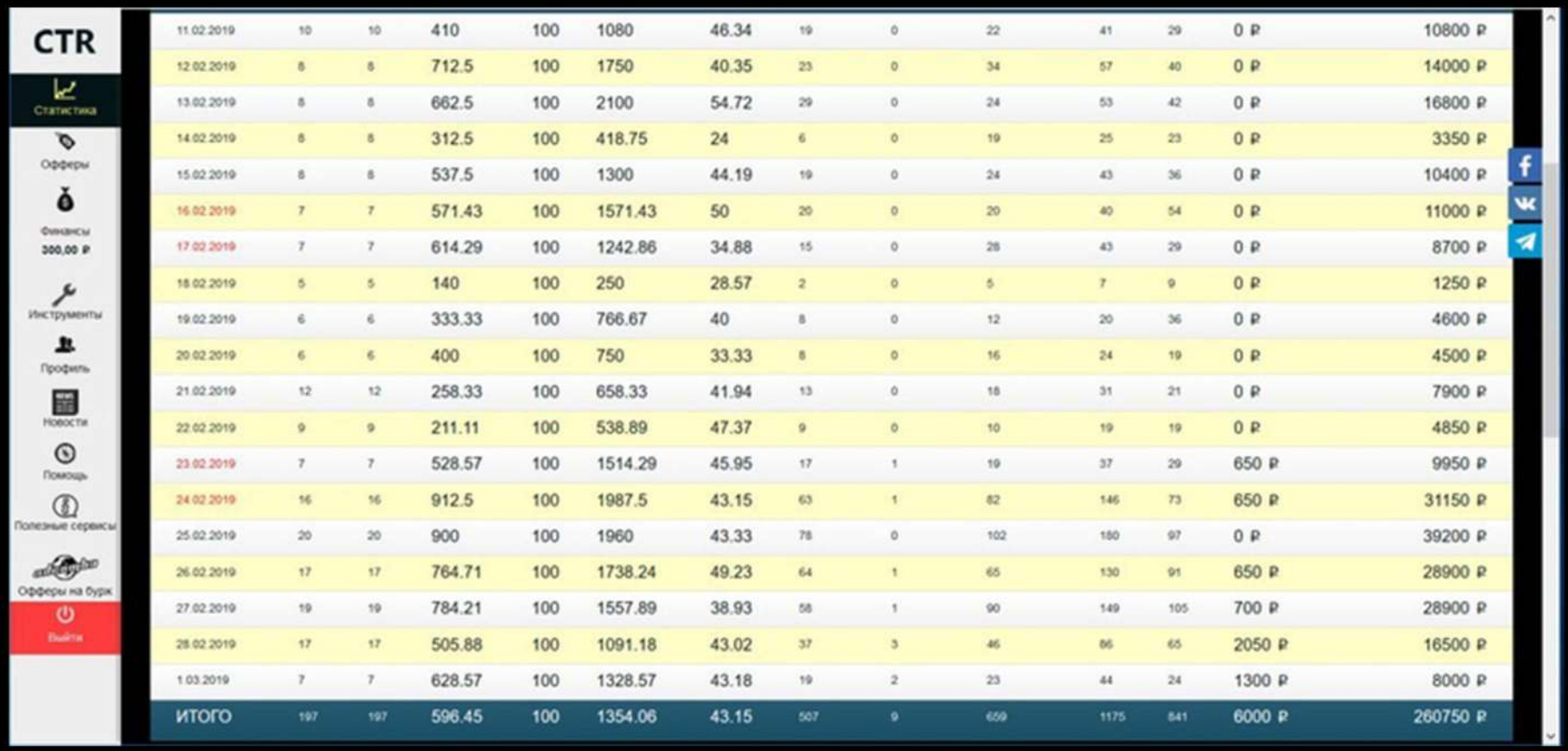
Картинки заказал у КМП. Их крео я уникализировал под каждый аккаунт: менял размер изображения, описание на картинке, цвет, тон и тд.

Вот ссылка на их паб если что — https://vk.com/mama_creative (избавляет от проблем с модерацией)

Траф я лил через проклу «Министерство здоровья», она у меня лучше всех конвертила. Поначалу вообще сразу на сайт лил без проклы. Аккаунты, конечно же, банились.

Но скорее всего от жалоб толстушек которые пробовали и им не помогло. Было много комментариев под объявами, которые я скрывал сервисом от Sensey — Fbtool.

А вот и статка из каба CTR.ru




| | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 11.02.2019 | 10 | 10 | 410 | 100 | 1080 | 46.34 | 19 | 0 | 22 | 41 | 29 | 0 ₽ | 10800 ₽ |
| 12.02.2019 | 8 | 8 | 712.5 | 100 | 1750 | 40.35 | 23 | 0 | 34 | 57 | 40 | 0 ₽ | 14000 ₽ |
| 13.02.2019 | 8 | 8 | 662.5 | 100 | 2100 | 54.72 | 29 | 0 | 24 | 53 | 42 | 0 ₽ | 16800 ₽ |
| 14.02.2019 | 8 | 8 | 312.5 | 100 | 418.75 | 24 | 6 | 0 | 19 | 25 | 23 | 0 ₽ | 3350 ₽ |
| 15.02.2019 | 8 | 8 | 537.5 | 100 | 1300 | 44.19 | 19 | 0 | 24 | 43 | 36 | 0 ₽ | 10400 ₽ |
| 16.02.2019 | 7 | 7 | 571.43 | 100 | 1571.43 | 50 | 20 | 0 | 20 | 40 | 54 | 0 ₽ | 11000 ₽ |
| 17.02.2019 | 7 | 7 | 614.29 | 100 | 1242.86 | 34.88 | 15 | 0 | 28 | 43 | 29 | 0 ₽ | 8700 ₽ |
| 18.02.2019 | 5 | 5 | 140 | 100 | 250 | 28.57 | 2 | 0 | 5 | 7 | 9 | 0 ₽ | 1250 ₽ |
| 19.02.2019 | 6 | 6 | 333.33 | 100 | 766.67 | 40 | 8 | 0 | 12 | 20 | 36 | 0 ₽ | 4600 ₽ |
| 20.02.2019 | 6 | 6 | 400 | 100 | 750 | 33.33 | 8 | 0 | 16 | 24 | 19 | 0 ₽ | 4500 ₽ |
| 21.02.2019 | 12 | 12 | 258.33 | 100 | 658.33 | 41.94 | 13 | 0 | 18 | 31 | 21 | 0 ₽ | 7900 ₽ |
| 22.02.2019 | 9 | 9 | 211.11 | 100 | 538.89 | 47.37 | 9 | 0 | 10 | 19 | 19 | 0 ₽ | 4850 ₽ |
| 23.02.2019 | 7 | 7 | 528.57 | 100 | 1514.29 | 45.95 | 17 | 1 | 19 | 37 | 29 | 650 ₽ | 9950 ₽ |
| 24.02.2019 | 16 | 16 | 912.5 | 100 | 1987.5 | 43.15 | 63 | 1 | 82 | 146 | 73 | 650 ₽ | 31150 ₽ |
| 25.02.2019 | 20 | 20 | 900 | 100 | 1960 | 43.33 | 78 | 0 | 102 | 180 | 97 | 0 ₽ | 39200 ₽ |
| 26.02.2019 | 17 | 17 | 764.71 | 100 | 1738.24 | 49.23 | 64 | 1 | 65 | 130 | 91 | 650 ₽ | 28900 ₽ |
| 27.02.2019 | 19 | 19 | 784.21 | 100 | 1557.89 | 38.93 | 58 | 1 | 90 | 149 | 105 | 700 ₽ | 28900 ₽ |
| 28.02.2019 | 17 | 17 | 505.88 | 100 | 1091.18 | 43.02 | 37 | 3 | 46 | 86 | 65 | 2050 ₽ | 16500 ₽ |
| 1.03.2019 | 7 | 7 | 628.57 | 100 | 1328.57 | 43.18 | 19 | 2 | 23 | 44 | 24 | 1300 ₽ | 8000 ₽ |
| ИТОГО | 197 | 197 | 596.45 | 100 | 1354.06 | 43.15 | 507 | 9 | 659 | 1175 | 841 | 6000 ₽ | 260750 ₽ |

Ну вроде все сказал, если что нужно добавить — спрашивайте в комментах!

Всем спасибо!

**Оффер:** Agromax за 149 руб.- биоудобрение

**Лендинг:** http://c.agromax24.ru/149/v2/index.html

**Источник:** oblivki.biz, advertiink.ru

**ГЕО:** РФ

**Даты слива:** 12.03.2019 - 16.03.2019

**Доход:** 370 000

**Расход:** 282 421

**Профит:** 87 579

**ROI:** 24%

# ЛЬЕМ С ТАРГЕТА FACEBOOK НА SANI STICKS ОТ ЗАСОРА СЛИВА С ПРИБЫЛЬЮ 69299Р

# Всем привет!

Сегодня поделюсь с вами кейсом по сливу одного не особо очевидного оффера.
В конце ноября просматривал в очередной раз товары в M1-Shop и наткнулся на авторский оффер Sani Sticks — палочки от засора слива. Выплата хорошая, да и КЦ M1-Shop говорит о том, что апрув будет на уровне. Значит, надо брать!

С первого взгляда оффер ничем особенным не выделяется и продать его в лоб вряд ли получится. У меня сразу появилась идея продвигать его отзывом. Я промониторил сайты, скачал видео от M1-Shop, сделал его квадратным и немного ускорил. Потом приступил к написанию истории. В поисках основных преимуществ товара, просматривал лендинги и отзывы в M1-Shop. Выписав УТП просто соединил всё в единый текст и добавил пару смайликов для придания эмоциональности.

**В итоге креo выглядело так:**

## Подробности слива

С таргетингом особо не заморачивался.

- **Пол** не выбирал, только поставил возраст 30+, так как люди постарше и есть моя ЦА.
- **ГЕО:** Россия, за исключением стандартных Дагестана, Чечни, Ингушетии и Северной Осетии.
- **Плейсмент:** широкий, только мобильные устройства, так как лендинг был выбран именно мобильный, да и тесты не показали хороших результатов на десктопе.
- Лил, разумеется, за **конверсии**.

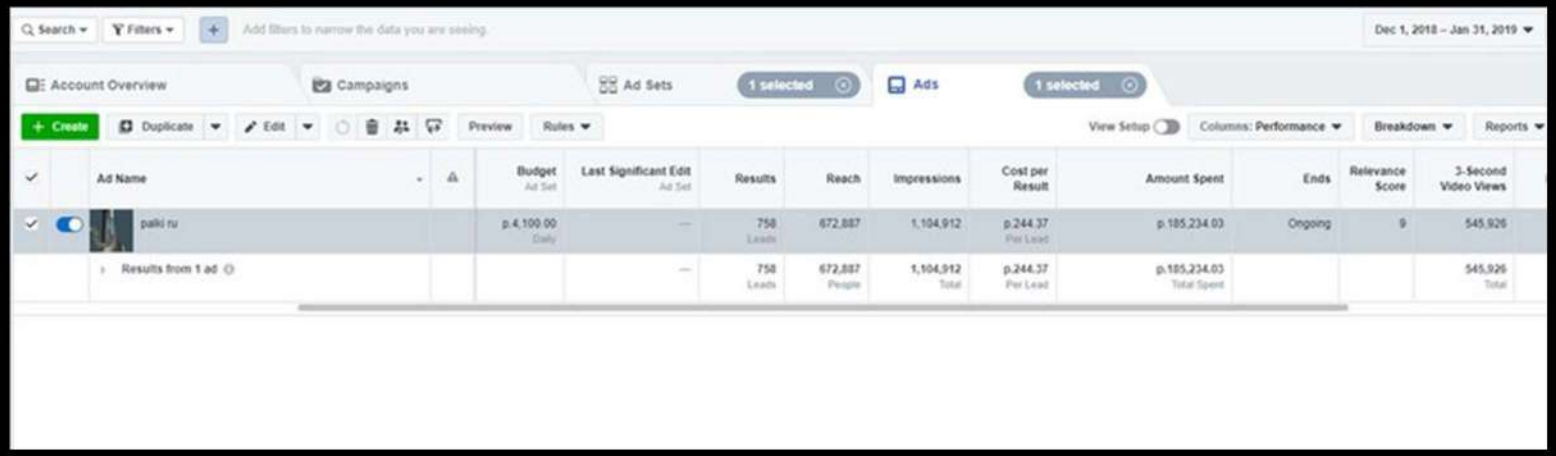
Первая кампания была создана с бюджетом 2500 рублей.
**Масштабировался** дублями кампании с бюджетами выше на других аккаунтах. Зашло всего 2 кампании, поэтому крутились только 2 аккаунта.

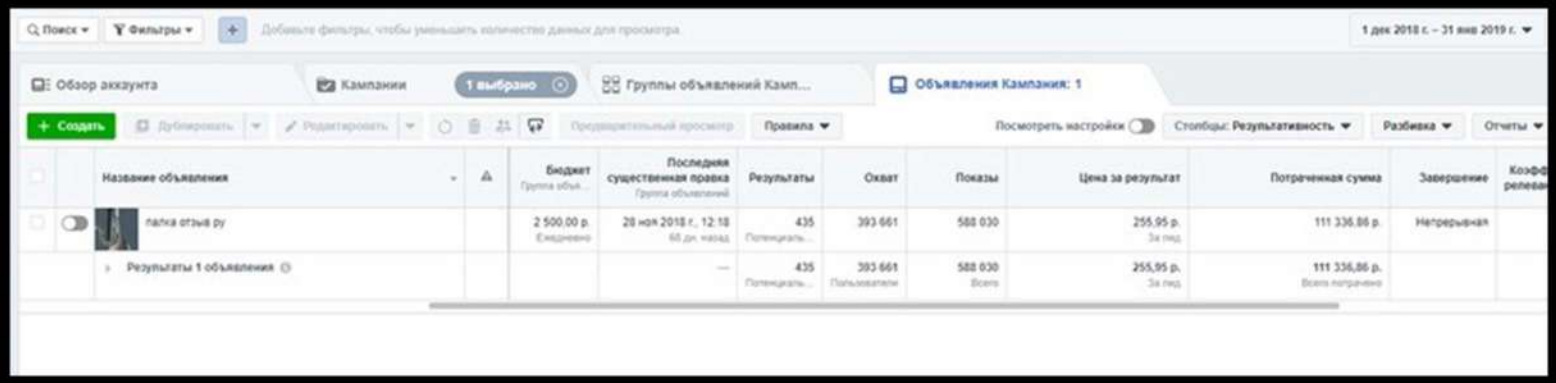
## Предельную ставку не устанавливал и лил по самой низкой цене.

Проблем с банами на протяжении слива никаких не было, так как товар белоснежный. Заработать удалось немного, но в целом сливом я доволен. Ведь сил было потрачено немного и всё прошло гладко. Тем более после такого товара аккаунты уже были готовы к сливу на офферы, которые фейсбук не сильно любит.

Основной период слива пришелся на декабрь и январь. К концу слива конверт уже был не таким хорошим и пришлось выключить траф, но думаю в других источниках оффер может зайти.

## Статистика из Facebook:



# Статистика из M1-Shop:

Статистика по офферам

по дням | по лендингам | по прокладкам | по офферам | по товарам | по гео | по меткам

2018-12-01 - 2019-01-31 | Лендинги | Прокладки | Офферы 1 | Товар | Метки 2

| | Трафик | | Коэффициенты | | Конверсии | | | | | Финансы | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Оффер | Уники | Переходы | CR | EPC | Σ | ✓ | ⏲ | ✗ | ⊘ | Всего | ✓ | ⏲ | ✗ |
| Sani Sticks - палочки от засора слива | 47971 | 50911 | 1.27 | 7.62 | 1100 | 610 (55.5%) | 0 (0%) | 490 (44.5%) | 5 | 659928 | 365870 | 0 | 294058 |
| Итого: | 47971 | 50911 | 1.27 | 7.62 | 1100 | 610 (55.5%) | 0 (0%) | 490 (44.5%) | 5 | 659928 | 365870 | 0 | 294058 |

Как видите, заработать можно на абсолютно любых офферах, главное найти правильный подход к аудитории.

**Всем профита!**

**Партнерка:** Money4leads

**Оффер:** Суставитин

**Источник трафика:** Instagram, Facebook

**ГЕО:** Казахстан

**Потрачено:** 965 320 руб.

**Получено:** 1 778 550 руб.

**Профит:** 813 230 руб.

**Период слива:** 6 сентября 2018 – 26 октября 2018

# ЛЬЕМ С ТАРГЕТА FACEBOOK И INSTAGRAM НА СУСТАВИТИН

С ПРИБЫЛЬЮ

# 813230Р

В начале сентября решили протестить старый,
но надежный оффер «Суставитин» в партнерке M4leads.



# Источники трафика, тесты и аудитория

С первых тестовых заливов оффер показал довольно неплохие цифры, и мы начали его активно масштабировать. Запускали Facebook и Instargam (предварительно согласовав источник с аккаунтом Money4Leads) на широкую аудиторию: 18+ мужчины и женщины. Цель – кампания за конверсии.

После продолжительного открута мы стали запускать аккаунты с возрастом 25+, дабы повысить аппрув и выкуп товара. Результат не заставил себя долго ждать.

После повышения возраста аппрув значительно подрос, при этом удалось сохранить стоимость лида в районе 50-70 рублей. Весь основной трафик шел из Instagram ленты.

За весь период слива было «убито» около 50 аккаунтов.

Стоит отметить, что не все аккаунты крутились на картах, большая часть из них была запущена через Qiwi.

## Сложности слива и kl0@]{a

**Из главных проблем можно выделить:**

- Вылет аккаунтов на баны платежных данных
- Вылет аккаунтов на селфи
- Креативы долго не жили и довольно часто не проходили модерацию
- Иногда FP слетала с публикации
- Негатив в комментариях, который мы тщательно подтирали

Kl0@4или через Magicchecker.

В качестве исходников использовали сайты рецептов, чистили код, оставляли форму заявки и политику конфиденциальности.

В качестве трекера для отслеживания конверсий служил Keitaro.

# Креативы

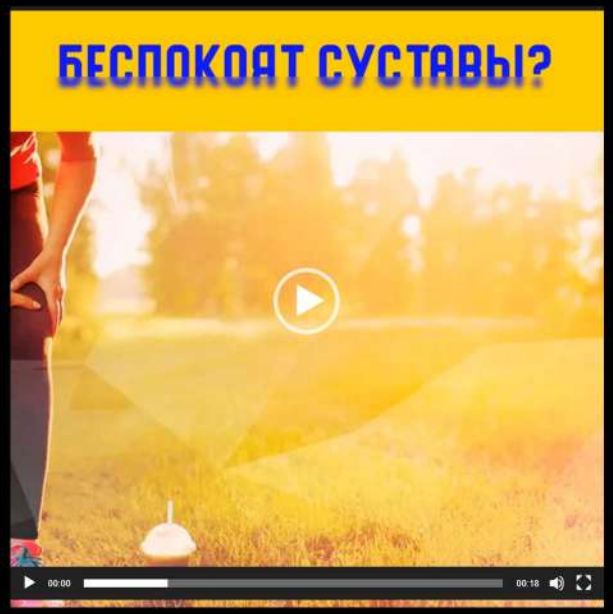


С креативами сильно не заморачивались, т.к. проблема людей довольно понятна. Использовали видео и изображения с больными суставами.

Надо отметить, что видеокреативы крутились лучше, а по стоимости выходили гораздо дешевле!

**Примеры креативов:**

**Пример видео-креатива:**




Так как Money4Leads молебно просили расписать кейс для своих арбитражников от «А» до «Я», то, так уж и быть, покажем вам примеры текстов, которые мы использовали в своих рекламных кампаниях:

| | A | B | C | D | E | F | G | H | I |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Снова болят суставы? Мы знаем что вам поможет! Жмите "Подробнее" | | | | | | | | |
| 2 | Опять замучала боль в суставах? Врачи рекомендуют это средство... жмите "Подробнее" | | | | | | | | |
| 3 | снова болят суставы? Это средство точно вам поможет! Жмите "Подробнее" | | | | | | | | |
| 4 | Натуральное средство для ваших суставов ! Жмите "Подробнее" | | | | | | | | |
| 5 | Новинка 2018 для суставов взорвала интернет! Жмите Подробнее | | | | | | | | |
| 6 | Врачи утверждают что после этого средства суставы восстановятся. Жми подробнее | | | | | | | | |
| 7 | Врачи в шоке! Это действительно работает! Жми подробнее | | | | | | | | |
| 8 | Инновационное средство для лечения суставов и позвоночника! Жми "Подробнее" | | | | | | | | |
| 9 | Мечта о здоровых суставах сбылась - новое средство! Жмите "Подробнее" | | | | | | | | |
| 10 | Здоровые суставы в любом возрасте! Жми "Подробнее" | | | | | | | | |
| 11 | Болят суставы? Это средство хит лета! Нажимай Подробнее | | | | | | | | |
| 12 | Мечты о здоровых суставах сбылись - новое средство! Нажимай Подробнее | | | | | | | | |
| 13 | Врачи утверждают что это средство номер один для суставов. Нажимай Подробнее | | | | | | | | |
| 14 | Скажи нет боли в суставах! Врачи рекомендуют это средство... жмите "Подробнее" | | | | | | | | |
| 15 | Болят суставы? Мы знаем что вам поможет! Жмите Подробнее | | | | | | | | |
| 16 | Хит лета для здоровья суставов! Нажимайте "Подробнее" | | | | | | | | |
| 17 | Натуральное средство! Жми "Подробнее" | | | | | | | | |
| 18 | Ура! 👏 Мен средство для суставов таптым! Мен бұл жайлы 15 жыл бойы армандадым! 🙏 Осы жерден тапсырыс бердім: жми Подробнее | | | | | | | | |
| 19 | Погода влияет на суставы? Жмите подробнее, и капризы погоды вам не страшны! | | | | | | | | |
| 20 | Новое средство от артрита и артроза! Жмите "Подробнее" | | | | | | | | |

*Кстати! В каких-то РК использовали замену русских букв на латинские.*

# Показатели



Статистика из личного кабинета M4leads (изучать снизу вверх):

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 12.10.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 384 | 74 | 2 | 210 | 98 | 25.87% | 59200 | 1600 |
| 11.10.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 389 | 73 | 0 | 193 | 123 | 27.44% | 58300 | 0 |
| 10.10.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 352 | 80 | 0 | 187 | 85 | 29.96% | 64000 | 0 |
| 09.10.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 395 | 79 | 0 | 203 | 113 | 28.01% | 63200 | 0 |
| 08.10.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 341 | 67 | 0 | 157 | 117 | 29.91% | 53600 | 0 |
| 07.10.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 291 | 63 | 0 | 135 | 93 | 31.82% | 50400 | 0 |
| 06.10.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 304 | 56 | 0 | 175 | 73 | 24.24% | 44800 | 0 |
| 05.10.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 415 | 59 | 0 | 207 | 149 | 22.18% | 47650 | 0 |
| 04.10.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 351 | 57 | 0 | 194 | 100 | 22.71% | 46350 | 0 |
| 03.10.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 273 | 57 | 0 | 129 | 87 | 30.65% | 45750 | 0 |
| 02.10.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 288 | 64 | 0 | 144 | 80 | 30.77% | 51200 | 0 |
| 01.10.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 265 | 52 | 0 | 120 | 93 | 30.23% | 41600 | 0 |
| 30.09.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 266 | 56 | 0 | 116 | 94 | 32.56% | 44800 | 0 |
| 29.09.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 217 | 37 | 0 | 110 | 70 | 25.17% | 29600 | 0 |
| 28.09.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 232 | 41 | 0 | 116 | 75 | 26.11% | 32700 | 0 |
| 19.09.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 159 | 35 | 0 | 65 | 59 | 35.00% | 28000 | 0 |
| 18.09.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 221 | 56 | 0 | 96 | 69 | 36.84% | 44800 | 0 |
| 17.09.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 150 | 37 | 0 | 69 | 44 | 34.91% | 29600 | 0 |
| 16.09.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 99 | 20 | 0 | 50 | 29 | 28.57% | 16000 | 0 |
| 15.09.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 135 | 23 | 0 | 71 | 41 | 24.47% | 18400 | 0 |
| 14.09.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 247 | 43 | 0 | 133 | 71 | 24.43% | 34400 | 0 |
| 13.09.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 274 | 70 | 0 | 125 | 79 | 35.90% | 56000 | 0 |
| 12.09.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 173 | 42 | 0 | 89 | 42 | 32.06% | 33600 | 0 |
| 11.09.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 133 | 32 | 0 | 66 | 35 | 32.65% | 25600 | 0 |
| 10.09.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 112 | 25 | 0 | 59 | 28 | 29.76% | 20000 | 0 |
| 09.09.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 69 | 18 | 0 | 39 | 12 | 31.58% | 14400 | 0 |
| 08.09.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 87 | 26 | 0 | 45 | 16 | 36.62% | 20800 | 0 |
| 07.09.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 130 | 30 | 0 | 71 | 29 | 29.70% | 24000 | 0 |
| 06.09.2018 | 0 [0] | 0% | 0 | 50 | 11 | 0 | 26 | 13 | 29.73% | 8800 | 0 |
| Всего | 0 [0] | 0 | 0 | 11135 | 2216 | 3 | 5534 | 3382 | 28.58% | 1773750 | 2400 |

На первых заливах мы сразу же отказались от прелендов и провели сплит тестирование нескольких лендингов. В итоге, для дальнейшего масштабирования оставили land_4 — http://v3.sustavitin.biz/?pgtype=1

На скрине ниже представлены не все цифры т.к. в Кейтаро были созданы и другие кампании, которые мы, конечно же, раскрывать не станем.

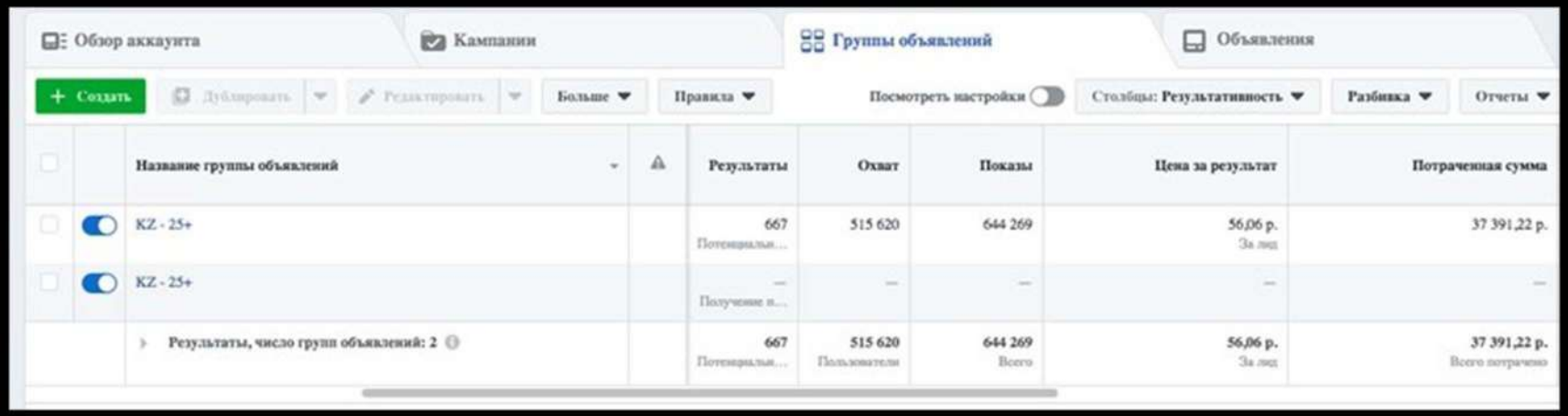
CR даже при таких объемах продолжал радовать и оставался в районе 4%.

| Страна | Sub ID 4 | Клики | Уник. (К) | Конв. | Расход | CR | Прибыль | Доход (подтв.) | ROI | % Аппрув |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Казахстан | land_4 | 178 11 | 159 823 | 6 989 | 0р. | 3,92% | 1 176 000,0... | 1 176 000,0000р. | 0% | 21,03% |
| Россия | land_4 | 17 941 | 16 095 | 382 | 0р. | 2,13% | 65 600,00р. | 65 600,0000р. | 0% | 21,47% |
| Казахстан | land_2 | 5 267 | 4 779 | 99 | 0р. | 1,88% | 12 000,00р. | 12 000,0000р. | 0% | 15,15% |
| Швеция | land_4 | 2 605 | 2 347 | 114 | 0р. | 4,38% | 18 400,00р. | 18 400,0000р. | 0% | 20,18% |
| Казахстан | land_1 | 2 201 | 1 948 | 38 | 0р. | 1,73% | 3 950,00р. | 3 950,0000р. | 0% | 13,16% |

# Рекламный кабинет Facebook



Ниже представлены скриншоты одних из самых «сочных» аккаунтов с разным возрастом, но с одинаковой ценой за лид (из тех, что остались доступными):




На этом всё.

Надеемся, что кейс оказался полезным для вас и вы оцените его по-достоинству.

**Партнёрка:** M1-shop.ru

**Офферы:** Cleaner 360 — швабра-лентяйка с уникальной системой отжима и Silane Guard — жидкое стекло для авто (Low Price)

**Источник:** Facebook

**Расходы:** 121 783 руб.

**Доходы:** 184 124 руб.

**Профит:** 62 341 руб.

**Срок слива:** 08.01.2019 — 31.01.2019

# ЛЬЕМ ТАРГЕТА FACEBOOK НА ЖИДКОЕ СТЕКЛО SILANE GUARD И ШВАБРУ CLEANER 360

С ПРИБЫЛЬЮ **62341 ₽**

ПОДПИСАТЬСЯ НА НАС В СОЦСЕТЯХ

CONVERSION
АРБИТРАЖ & МАРКЕТИНГ

## Всем привет!

Речь сегодня пойдет про всеми "любимый" Facebook. С начала года было протестировано множество новых офферов, а также и тех, что по мнению большинства давно отжали.

Сегодня я вам расскажу о паре из них.

Работаю я с разными партнерками, но m1-shop.ru самая первая в списке поиска офферов , так как там постоянно появляется что-то новое, на что можно лить.

Промониторив офферы, я решил протестировать один всеми забытый оффер и одну новинку, за креативам отправился в publer.pro. Так как креативов на эти офферы там было полно.

## Первым делом на тест пошел Silane Guard

Оффер в своё время обогатил многих и я решил, что пришла пора снова его протестировать. Кстати, женщины тоже отлично покупают этот товар, ведь у них тоже есть машины)). Видео я взял в итоге самое обычное, на нем рассказывают про товар и его преимущества.

Менять ничего не стал, загрузили на м/ж 24+ и гео Россия, за вычетом областей со стабильно низким апрувом: Дагестан, Ингушетия, Чечня.

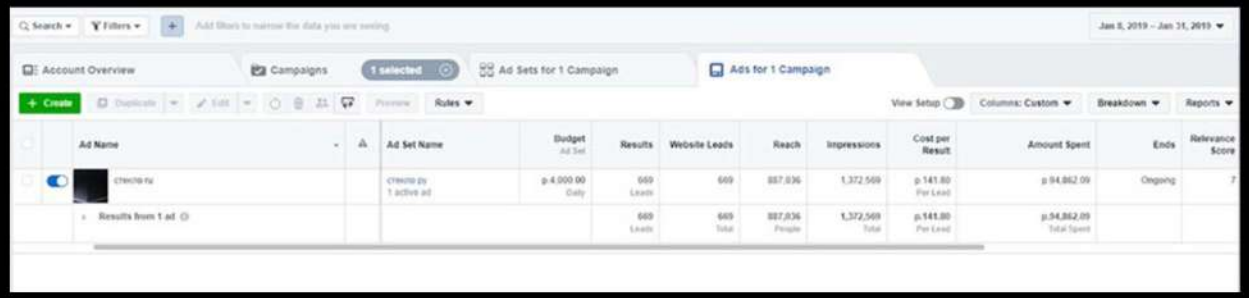
Объявление брал из publer.pro

*Текст:*

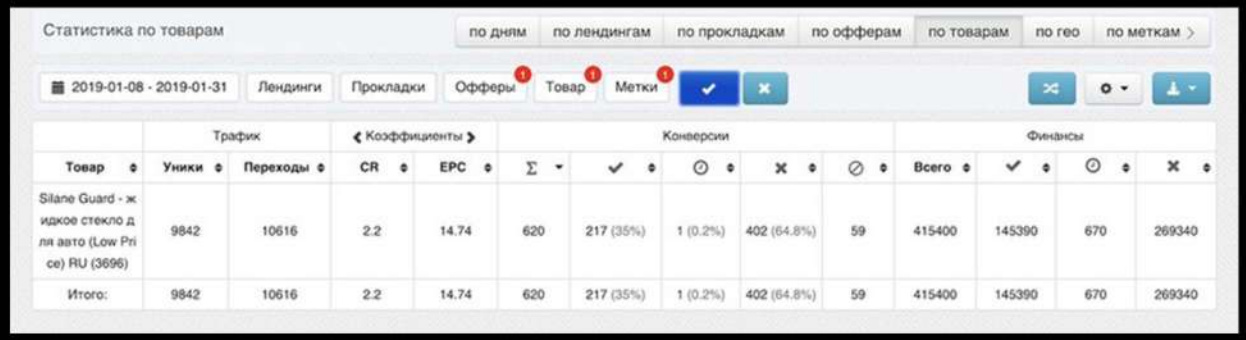
Ты будешь приятно удивлён от такого эффекта!!!
Преобрази автомобиль своими руками!!!
СЕРТИФИЦИРОВАННОЕ жидкое стекло Silane Guard
ОТ ЯПОНСКОЙ КОМПАНИИ WILLSON!

- Убирает мелкие царапины на лакокрасочном покрытии.
- Освежает цвет краски и возвращает ей насыщенность.
- Придает сияющий блеск Вашему автомобилю.
- Защищает кузов от дождя и грязи.
- Существенно экономит денежные средства на мойках, уходе и полировках.
- Одной упаковки хватает на 2-4 автомобиля/слоя.
- Предельно простое нанесение.

## Вот скрин с затратами:




## А статистика из М1 выглядела так:




| Товар | Трафик: Уники | Трафик: Переходы | Коэффициенты: CR | Коэффициенты: EPC | Конверсии: Σ | Конверсии: ✓ | Конверсии: ⏲ | Конверсии: ✗ | Конверсии: ⊘ | Финансы: Всего | Финансы: ✓ | Финансы: ⏲ | Финансы: ✗ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Silane Guard - жидкое стекло для авто (Low Price) RU (3696) | 9842 | 10616 | 2.2 | 14.74 | 620 | 217 (35%) | 1 (0.2%) | 402 (64.8%) | 59 | 415400 | 145390 | 670 | 269340 |
| Итого: | 9842 | 10616 | 2.2 | 14.74 | 620 | 217 (35%) | 1 (0.2%) | 402 (64.8%) | 59 | 415400 | 145390 | 670 | 269340 |

Жидкое стекло пробовал масштабировать дублями и повышением бюджета, но, к сожалению, сразу росла цена лида! Поэтому было принято решение оставить только самую первую кампанию с бюджетом 4000, которая льётся в плюс и пустить силы на новые тесты.

Ставку использовал предельную — 290 рублей, стратегия «самая низкая цена».

При сливе не было никаких трудностей, так как оффер белый.

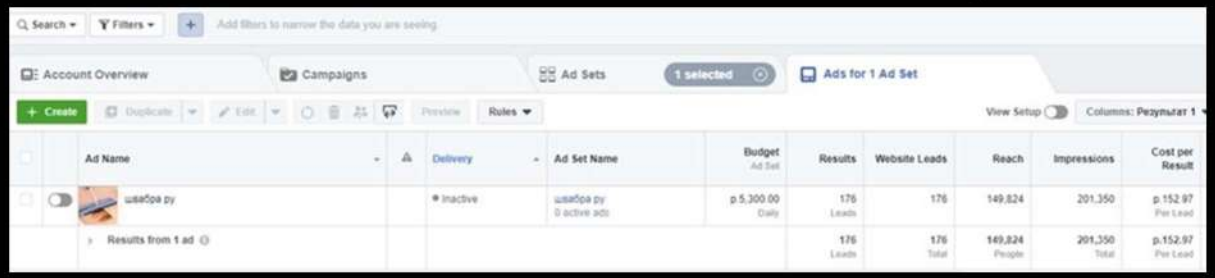
Лендинг взял этот — http://kontentm1.ru , тут отдельное спасибо М1 за НОВЫЙ эксклюзивный сайт, так как на старом оффере это особенно важно!

Апрувом на данный оффер очень доволен, так как при тесте других ПП он не держался выше 20%. Данный слив напоминает всем о том, что на старых офферах тоже можно заработать, просто аудитории нужно было немного отдохнуть).

# Вторым оффером в работу пошла швабра-лентяйка

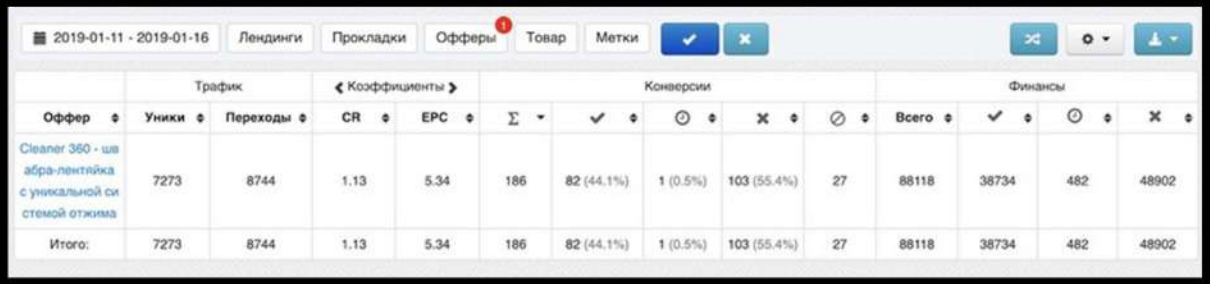
Оффер новый, на момент теста уже был в топе. Поэтому найти креативы в паблере также не составило труда, чем я и воспользовался.

**Скрин кабинета:**




Сливал всего неделю, так как потом начали снижать ставку. Хотя думаю, если бы я заморочился со своим крео, можно было бы продолжить лить, так как цена лида была бы поменьше.

**Вот стата из M1**, так как изначально поставил пиксель не того аккаунта:) лиды посчитались в ФБ не все:



2019-01-11 - 2019-01-16 | Лендинги | Прокладки | Офферы | Товар | Метки

| | Трафик | | Коэффициенты | | Конверсии | | | | | Финансы | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Оффер | Уники | Переходы | CR | EPC | Σ | | | | | Всего | | | |
| Cleaner 360 - швабра-лентяйка с уникальной системой отжима | 7273 | 8744 | 1.13 | 5.34 | 186 | 82 (44.1%) | 1 (0.5%) | 103 (55.4%) | 27 | 88118 | 38734 | 482 | 48902 |
| Итого: | 7273 | 8744 | 1.13 | 5.34 | 186 | 82 (44.1%) | 1 (0.5%) | 103 (55.4%) | 27 | 88118 | 38734 | 482 | 48902 |

Так как на момент слива оффер уже неделю точно был в ТОПе, масштабирование совсем не давалось. Сильно скакала цена лида, поэтому просто пролил первую кампанию. Бюджет адсета также остался изначальный. Предельную ставку я не ставил и просто оставил стратегию «самая низкая цена». Сливалось недолго, но спокойно, ведь оффер белейший.

Лендинг был выбран самый конвертящий — http://лучшеекачество.рф/cleaner360-12/

**Вывод:** В итоге без лишних усилий всего за пару недель с помощью Publer.pro было заработано чистыми:
**50 528 + 11 813 = 62 341 рубль.**

**Партнерка:** rekl.pro

**Оффер:** Копия Airpods (беспроводные наушники) и кабель для Iphone в подарок

**Источник трафика:** таргет Instagram

**Расходы:** На 07.02 примерно ±150 000 рублей

**Доход:** 585 400 рублей ( 313 900 в ожидании)

**Профит:** 435 000 рублей

**Период слива:** Старт 10.1.19

# ЛЬЕМ ТАРГЕТА INSTAGRAM НА КОПИЮ AIRPODS С ПРИБЫЛЬЮ 435000₽

# Всем привет!

Делимся актуальным сливом на топовый оффер ПП **rekl.pro.**

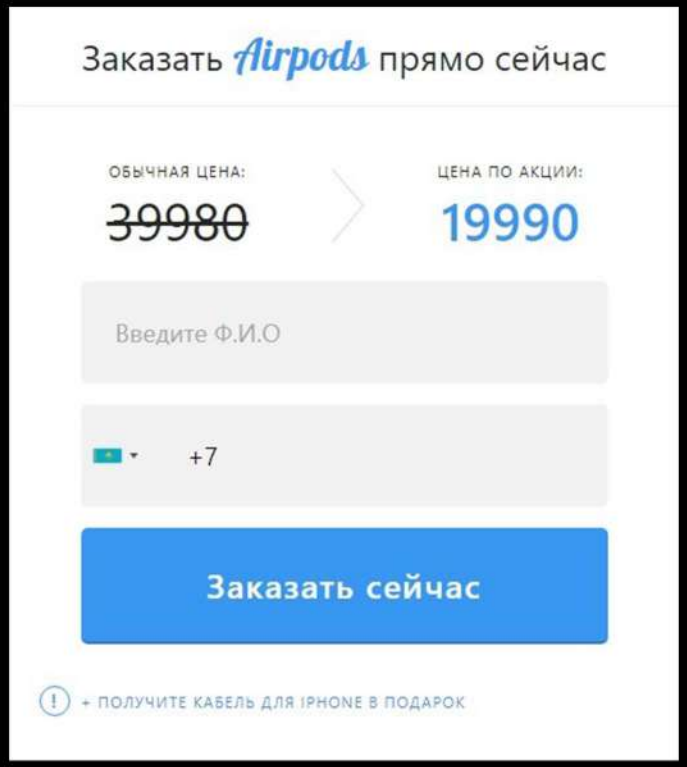
Сливаем трафик на оффер по сей день, окупаемость падает медленно и скорее всего прокрутим рекламу ещё пару месяцев. ROI в первую неделю был 400%, на данный момент общий 290%. Палить всю связку не будем, но пищи для размышлении будет много) Хорошие арбитражники после прочтения данного кейса по полученной инфе с легкостью найдут свой плюсовой подход.

## Настройки кампании

- Таргет инстаграм
- Трафик мобильный
- Цель: конверсии
- Гео: РУ и КЗ
- Пол: мужской
- Аудитория: 25-45

## Лендинг и креативы

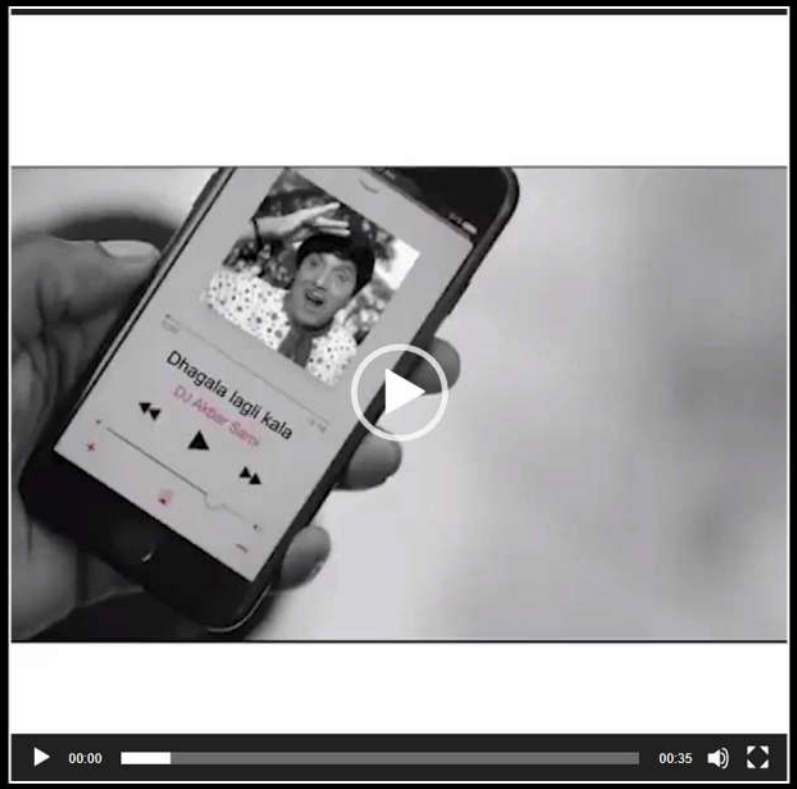
**Скрины одной из посадочных страниц:**



## Скрины одной из посадочных страниц:

**Также были внедрены посты из инстаграма в отзывы посадочной страницы:**

**Один из топовых крео, которым мы можем поделиться:**




Советуем сторис формат.
Также очень низкий CPM
у вертикального видео форматом
1200x1500

# Статистика

**Статистика ПП:**

Показывать по 10

Поиск по данным

| | ТРАФИК | | КОЭФФИЦИЕНТЫ | | КОНВЕРСИИ | | | | | ФИНАНСЫ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Оффер | Клики | Уники | CR% | EPC | Всего | ⊙ | ⊙ | × | ⊘ | Approve | Всего | Зачислено | Ожидают | Отклонено |
| Копия Airpods беспроводны... | 551720 | 61923 | 6.98% | 9.45 | 4323 | 1079 | 644 | 2600 | 1866 | 24.96% | 3241550 | 585400 | 313900 | 2342250 |
| Итого: | 551720 | 61923 | 6.98% | 9.45 | 4323 | 1079 | 644 | 2600 | 1866 | 24.96% | 3241550.00 | 585400.00 | 313900.00 | 2342250.0 |

Загнали много трешей и дублей.
В инста-таргете на товарку по гео КЗ такое часто наблюдается.

Оптимизация фб иногда идёт именно на такие трешевые заказы, и лучше сразу перезапустить рекламную кампанию.

Всем высокой конверсии
и удачного запуска!

**Партнерка:** Leadbit

**Оффер:** Artrovex RO — arthritis product

**Связка:** Лендинг — http://ro5.theartrovexlb.com;
прелендинг — http://blogitext.com/ax/ro/medic

**Основной источник:** Facebook

**ГЕО:** Румыния (RO)

**Потрачено:** 581.000 руб.

**Получено:** 1.569.750 руб.

**Профит:** 988.750 руб.

**ROI:** 170%

**Период слива:** 22.12.18-13.01.19

# ЛЬЕМ ТАРГЕТА FACEBOOK НА ARTROVEX С ПРИБЫЛЬЮ 988750₽

Начнем с того, что оффер не новинка, да и гео уже всем знакомое и любимое.

Прежде чем выбрать данное гео, были протестированы 4 европейских страны с аналогичным оффером.
Так как мы не первый день работаем с нашим супер менеджером, нам подняли ставку по Румынии до 25$. Слив трафика откладывался на конец января 2019 года по причине длинных праздников, выходного у КЦ и уверенности, что на январские Румыны тоже отдыхают по аналогии с СНГ.

# Выбор источника

- Источник был ясен и понятен — Facebook (исключая Instagram).
- Метод кл0@kinga — трекер Keitaro
- Интеграция происходила с помощью Click Client v3.

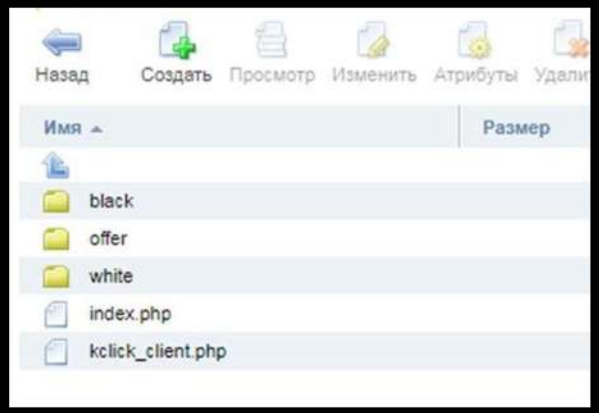
## Настройка трекера

Предварительно была создана белая страница, косвенно связанная с темой прелендинга и оффера.

Прелендинг, белая страница и ленд были загружены на отдельный домен на отдельном хостинге (не там, где установлена кейтаро)/

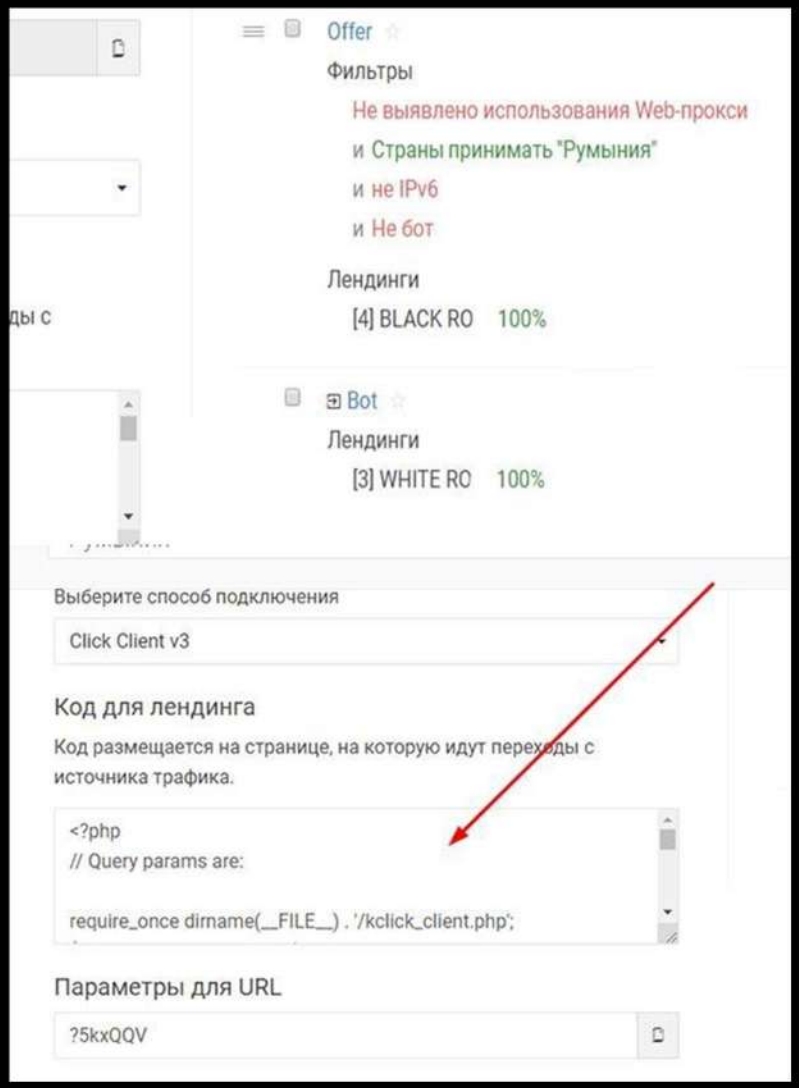
### В корне хостинга было создано 3 папки:

- white – то, что будет видеть модератор facebook
- black – то, что будет видеть наша ЦА
- offer – лендинг, с которого происходит отправка лида в ПП



В прелендинге для перехода на ленд была использована прямая ссылка. В самом кейтаро было создано 2 лендинга (white и black). Также был создан оффер, ведущий на скачаный из ПП ленд и залитый на хостинг. Кампания создавалась стандартным способом: один поток (замыкающий) для ботов и один поток (обычный) для переходов ЦА. Фильтры были выставлены только на поток для ЦА. Использовалось 4 фильтра.

Кейтаро использовался исключительно для кл0@Qи, а не для сбора статистики и лидов.




## Настройки кампании

- **Цель** продвижения: Конверсии
- **Таргет:** М/Ж 50+
- **Плейсмент:** Facebook, Messenger
- **Формат рекламы:** Изображение
- **Текст и описание:** максимально релевантное прокле
- **Прелендинг** был доработан)

# Креативы

Итак, слив начался с ценой лида 15$ первые двое суток. Тексты и крео были уже нам понятны, так как опыт работы с данной тематикой большой! К 25.12 были понятны ЦТРные крео и текста.

С переводом текстов очень помог наш супер менеджер Кристина! На 5 сутки слива были понятны ЦТРные крео + топовые текста, цена лида выровнялась до 7$.

И начали разгонять аккаунт увеличением бюджетов на адсетах. Не рекомендую экспериментировать на свежих акках аналогичную схему)

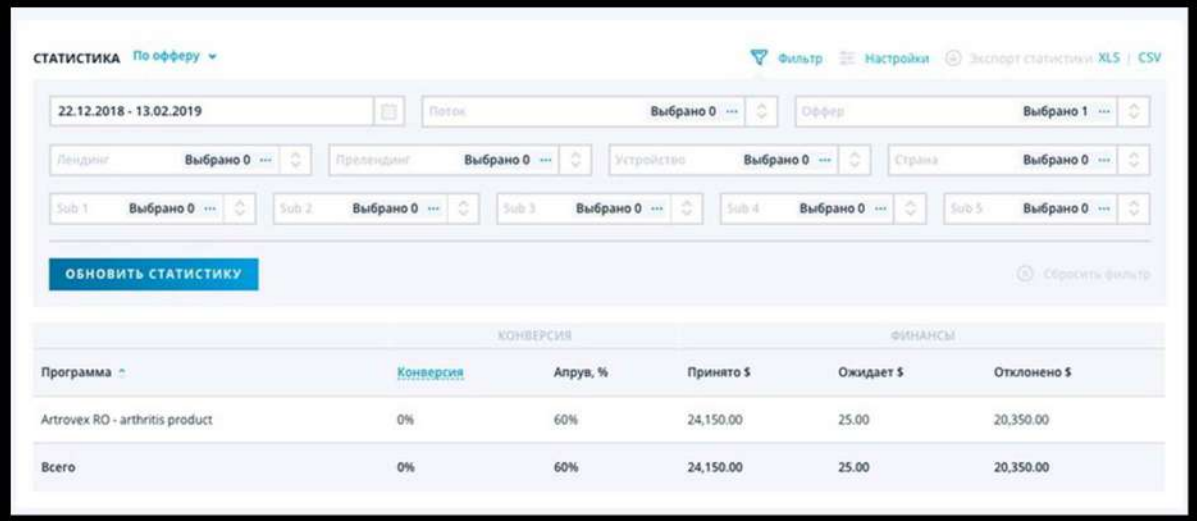
## Вопрос был один!

Стопать или нет? Так как на носу 31 декабря. Наш менеджер настоятельно рекомендовал лить дальше!

У Leadbit КЦ в данном ГЕО был на выходном только 1 января.

Траф не стопнули, а только увеличили бюджеты и допилили адсетов. Куранты бьют — лиды идут! Мы собирали максимальную аналитику по всем ключевым показателям. На графике видно, что основной профит приходится на январские праздники. Стату с источника представить, к сожалению, сейчас не могу, кабинет уже мертв.

Стата с Leadbit:




## Заключение

**Выводов было много:**

- Лить в праздники есть смысл, по согласованию с ПП
- Тестировать оффер не на одном гео
- Старый метод к^0@]{и все еще работает, если есть прямые руки)

Лейте в Leadbit и больше слушайте советы своего менеджера. Кристина, спасибо большое!

**Партнерка:** GamblingPRO

**Оффер:** мобильное приложение Fresh Casino (Россия)

**Источник трафика:** Facebook

**Потрачено:** 10.603р

**Заработано:** 300$

**Профит:** 10.000р

**ROI:** около 100%

**Период слива:** 25.02-28.02.2019

# ЛЬЕМ ТАРГЕТА FACEBOOK НА МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ КАЗИНО С ПРИБЫЛЬЮ 10000Р

# Привет, друзья!

Хочу порадовать вас новым кейсом по сливу трафика с FaceBook на мобильные приложения гембл)) Подход не новый, и нас уже есть максимально подробный и исчерпывающий кейс, который писал Артем, но разбирая вчера свою личку я поняла, что есть необходимость написать еще один кейсик, чуть покороче, и разобрать там немного другие рабочие моменты... Скоро поймете, о чем я :)

Артем рассказывал в основном о технической составляющей создания приложений, заливания их в сторы, отсеивания модераторов и т.п., я же хочу поговорить о том как запустить РК в ФБ и начать уже наконец-то получать бабки :) Точнее даже так: я уже запустила не одну такую РК в ФБ и сейчас я просто распишу алгоритм, как я это сделала и начала зарабатывать. Возможно это будет первый в арбитраже кейс, который можно повторить "точь в точь"... :D

Наверное даже если мозг не включать +/- в 0 получится сработать.

## Итак, приступиммм!!!

Перед тем, как запускать траф я подошла к своим же аффам и спросила у них: "Че там по прилам, чуваки?"

И это и есть первый пункт моего алгоритма:

## 1. Пишем по одному из удобных контактов аффилейт менеджеру

**наш лорд Affiliate Максим:**

- Вконтакте — https://vk.com/gamblingpromax
- Телеграм — @GamblingProMax
- Скайп — maxaffilate@gambling.pro

**или рыцарь Affiliate Стас:**

- Вконтакте — https://vk.com/gamblingstas
- Телеграм — @GamblingproStas
- Скайп — live:gamble1more

**и уточняем следующие вопросы:**

- Есть ли сейчас мобильные приложения в наличии?
- На какие офферы?
- Какие условия по выплате, KPI, лимитам, холду? Что надо сделать, чтобы начать работать с сиим чудом?

После того, как контакт с аффилейтом налажен и процесс обменом информацией пошел, вы быстро, так же как и я, выясните, что в GAMBLING.PRO появилось новое мобильное приложение — Fresh Casino (Россия), со стартовой ставкой 3100 рублей за минимальный депозит. Неплохо.

Ну и еще узнаете, что если очень захотеть, то мы можем для вас любой оффер, который подойдет под ваш запрос, засунуть в мобильное приложение.

> ! У меня никаких специфических запросов не было, меня и фреш вполне устроил, потому что оффер этот я давно знаю и он один из моих любимых.

Ну как давно — относительно давно) уже месяцев 4-5, можно сказать с момента его появления. Этот оффер очень свежий, от того и конверт на нем такой хороший. Но чисто на будущее скажу — в приложения мы всегда зашиваем только топовые офферы, так что не сомневайтесь и берите что дают, у нас ошибки исключены :)

Короче я лично выбирать и заморачиваться поленилась, взяла, как и вам советую, что было/дали. Моя цель — делать мало и получать много, поэтому у меня вообще стиль жизни такой, что я лишних телодвижений без особой на то необходимости стараюсь не совершать))

## Далее...

После того как с оффером вы разобрались (не без помощи наших про-аффилейтов), надо уже потихонечку приступать к настройке РК. Лить мы с вами будем с фейсбука. Если вы никогда не лили с фейсбука и вас напугала фраза "лить мы будем с фейсбука" — не пугайтесь. Мне похуй, но к концу прочтения этой статьи, если вы повторите все пункты, вы будете, сука, лить с фейсбука, даже если раньше никогда не делали этого... :D

**2. Заходим на Facebook , логинимся в свой аккаунт**

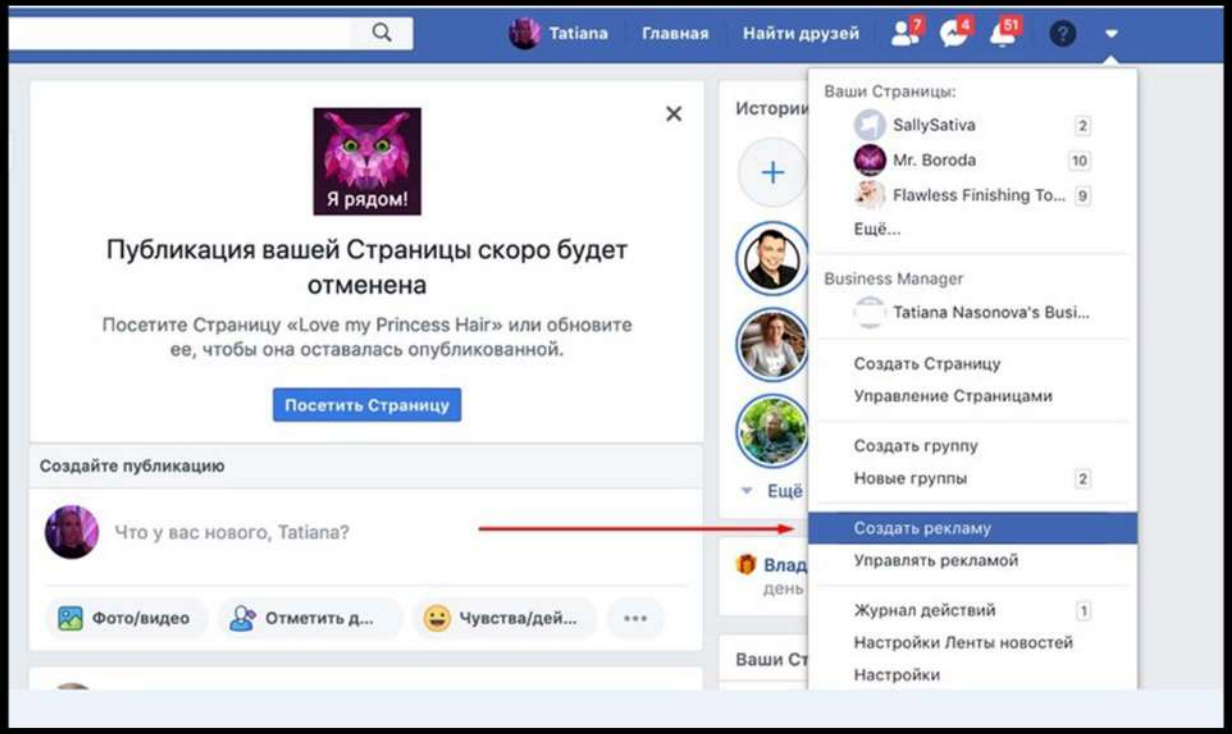
**3. В процессе общения наши аффилейты должны отправить вам инструкцию к выбранному приложению**

Мне отправили вот такую.

**Я внимательно ее изучила и сделала следующее:**

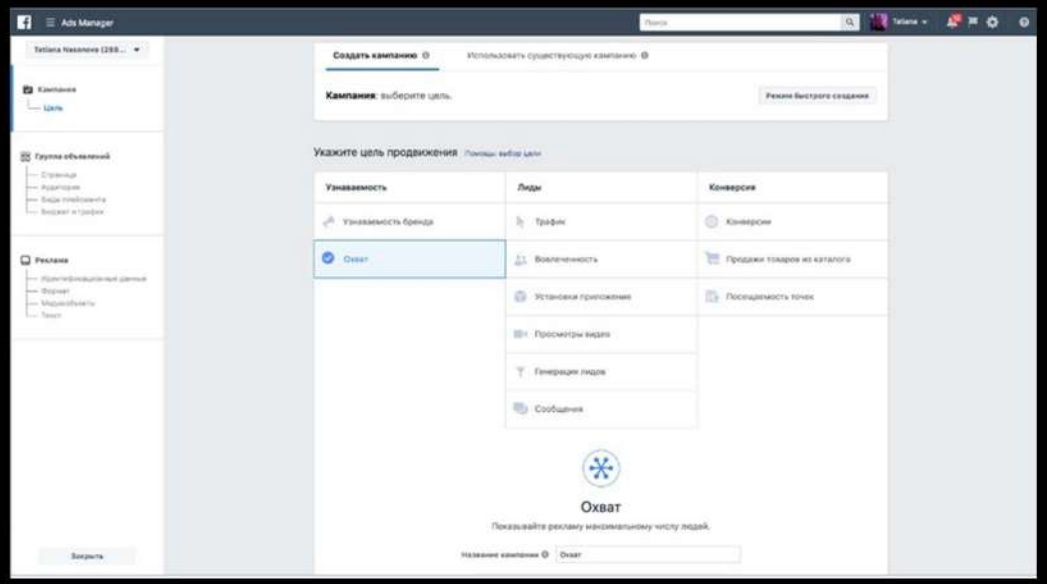
- Приняла соглашение ФБ (кликнула там по ссылке и нажала “принять”)
- Запросила у менеджера мой диплинк

**4. Возвращаемся в фейсбук, заходим в раздел “создать рекламу” и попадаем в ADS manager**

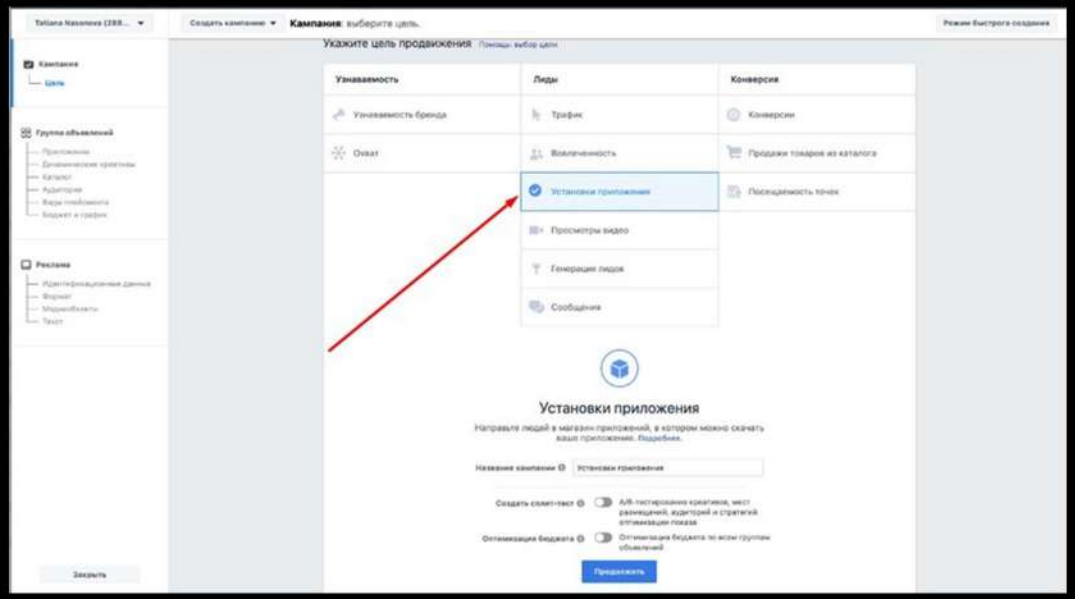





CONVERSION
АРБИТРАЖ & МАРКЕТИНГ

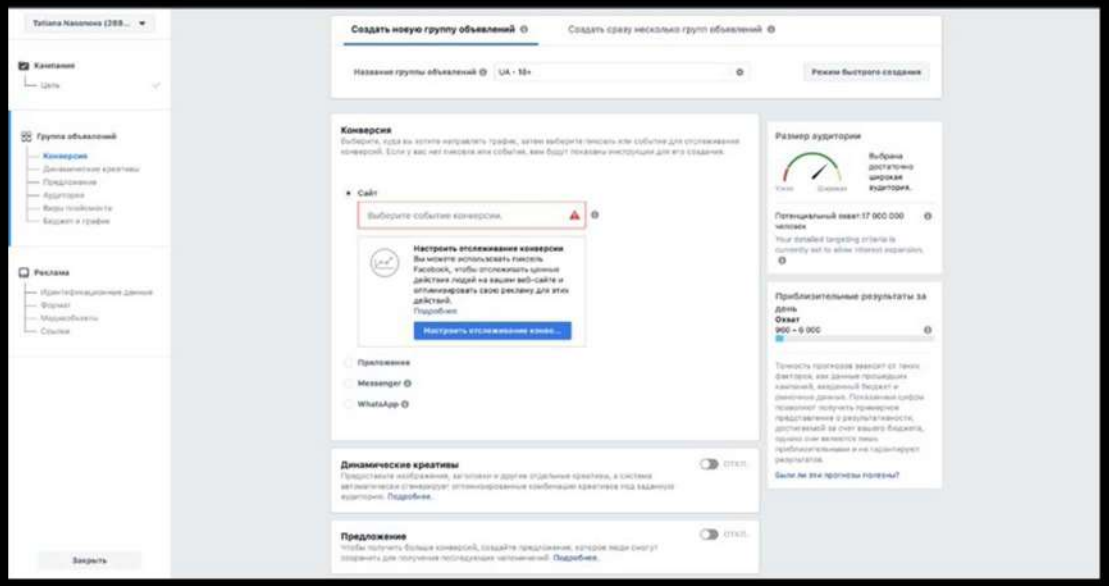



## 5. Цель рекламной кампании — Установки приложения




## 6. Задаем имя РК

Жмем кнопку “создать” или “продолжить” или что-то такое... Она там одна, не ошибетесь. И попадаете на экран создания группы

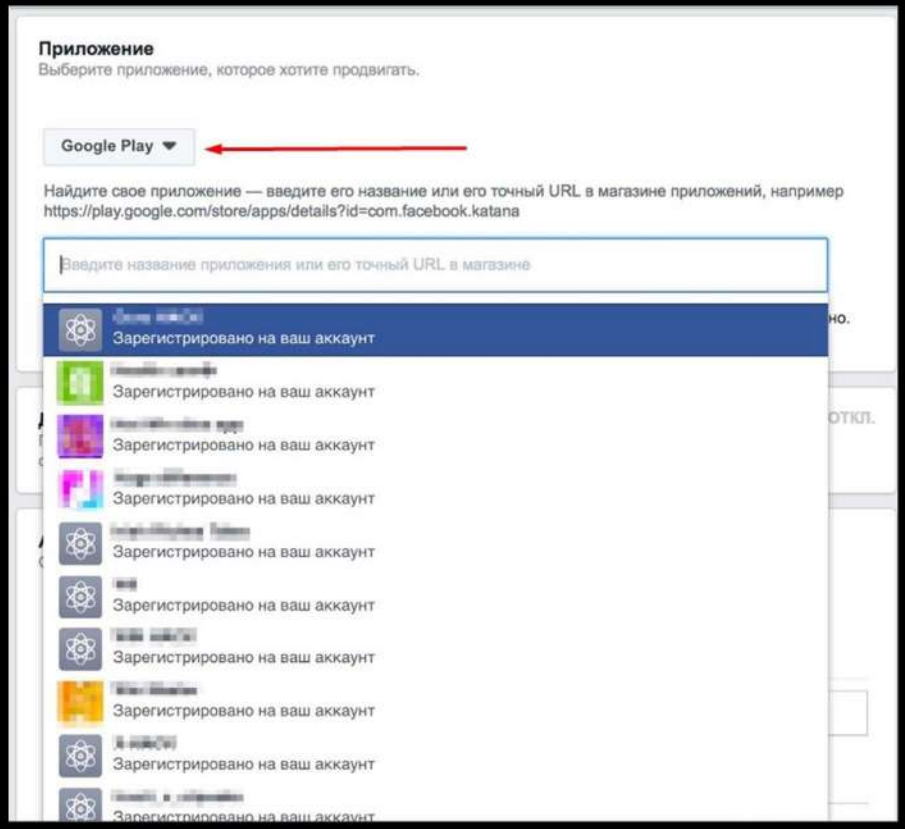



Как вы уже могли заметить, тут ФБ у нас сразу же интересуется — куда это мы собираемся направлять траф-то???

В гугл плей или апп стор?

## 7. Мы с вами собираемся отправлять трафик на прилку в гугл плей,

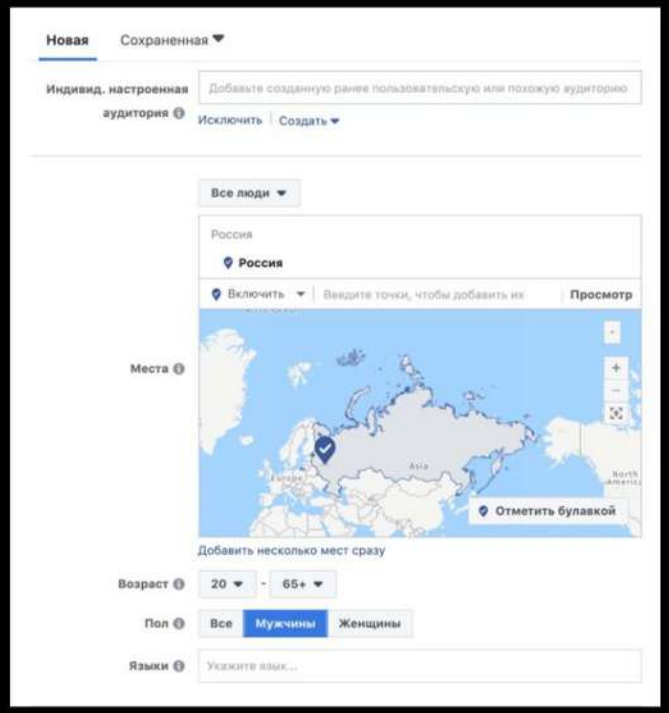
поэтому вы выбираете соответствующий пункт списка, выбирайте приложение которое вам расшарил менедже (оно уже будет в списке) и вперед.



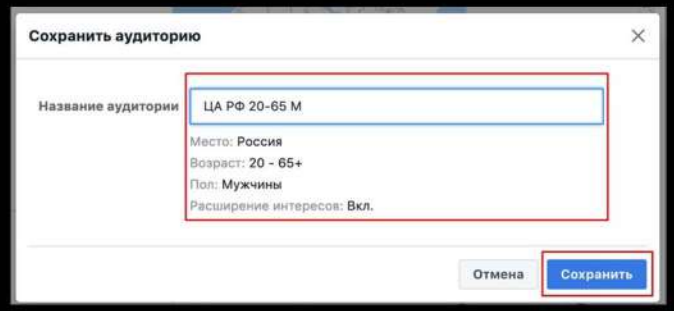

Детальный таргетинг, связи и т.п. пропускаете — кроме увеличения стоимости клика вам это нихера не даст.

Едем дальше.

## 8. Сразу едем к блоку “Аудитория”




Динамические креативы — пропускаем. По умолчанию вы сразу создаете новую аудиторию. Выставляете настройки как на скрине:

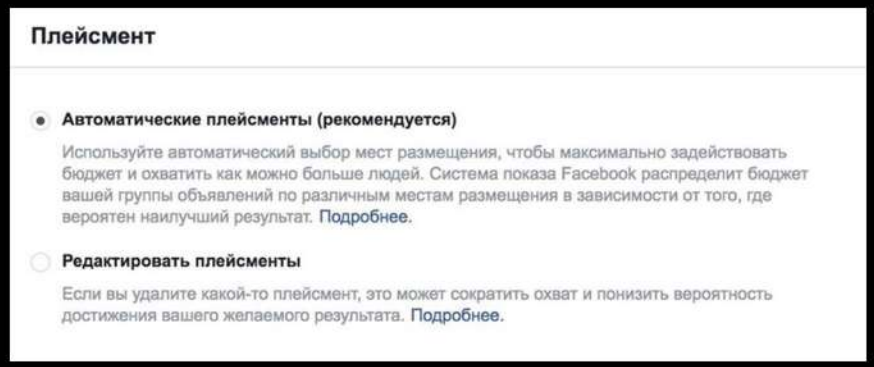



Жмете “Сохранить аудиторию”.

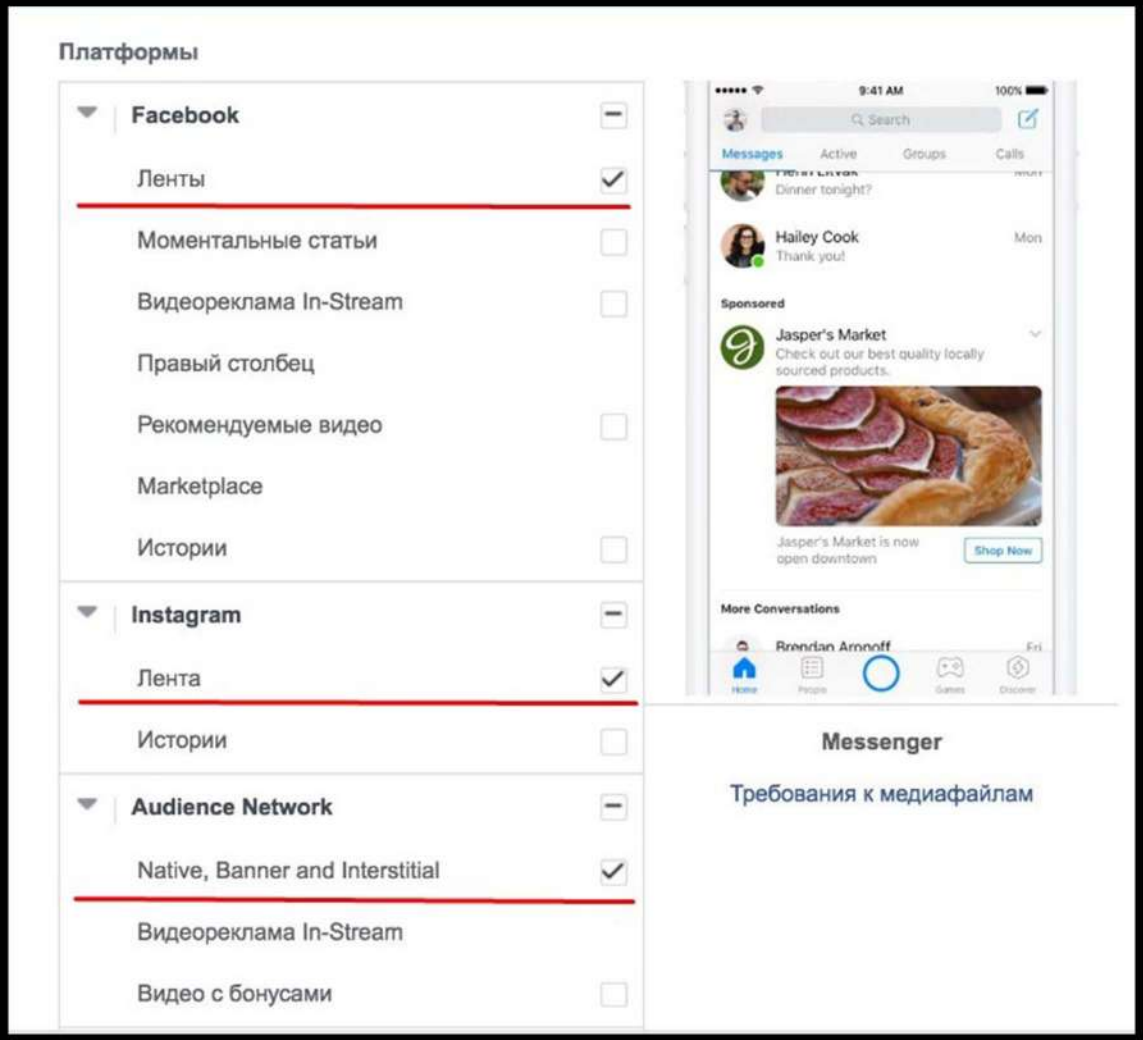
# 9. Плейсменты

Тут у нас есть два варианта, как мы сами работаем:

1. Оставляем **автоматические плейсменты** и ФБ сам выбирает где ему откручиваться. Вариант, из серии “могу себе позволить”.



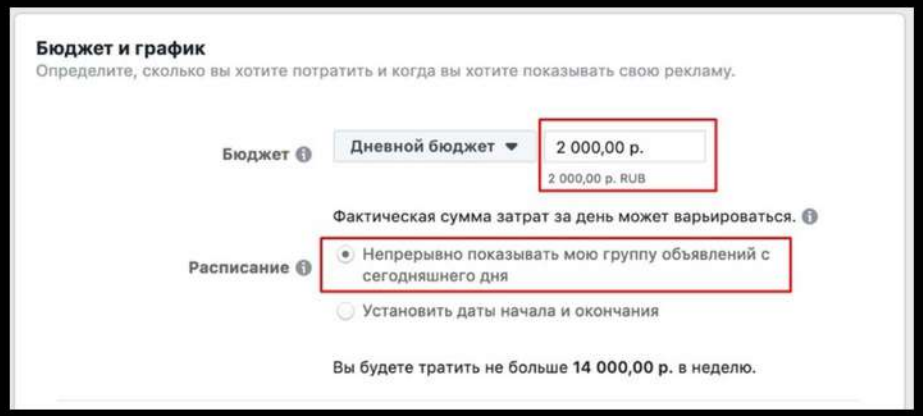

2. **Задаем плейсменты вручную.** Если оборотки не так много и тестировать все и вся мы не хотим. Тогда выбираем их следующим образом:




Сториз пока что перестали использовать, потому что траф с них стал дороже, а конверсия ниже.

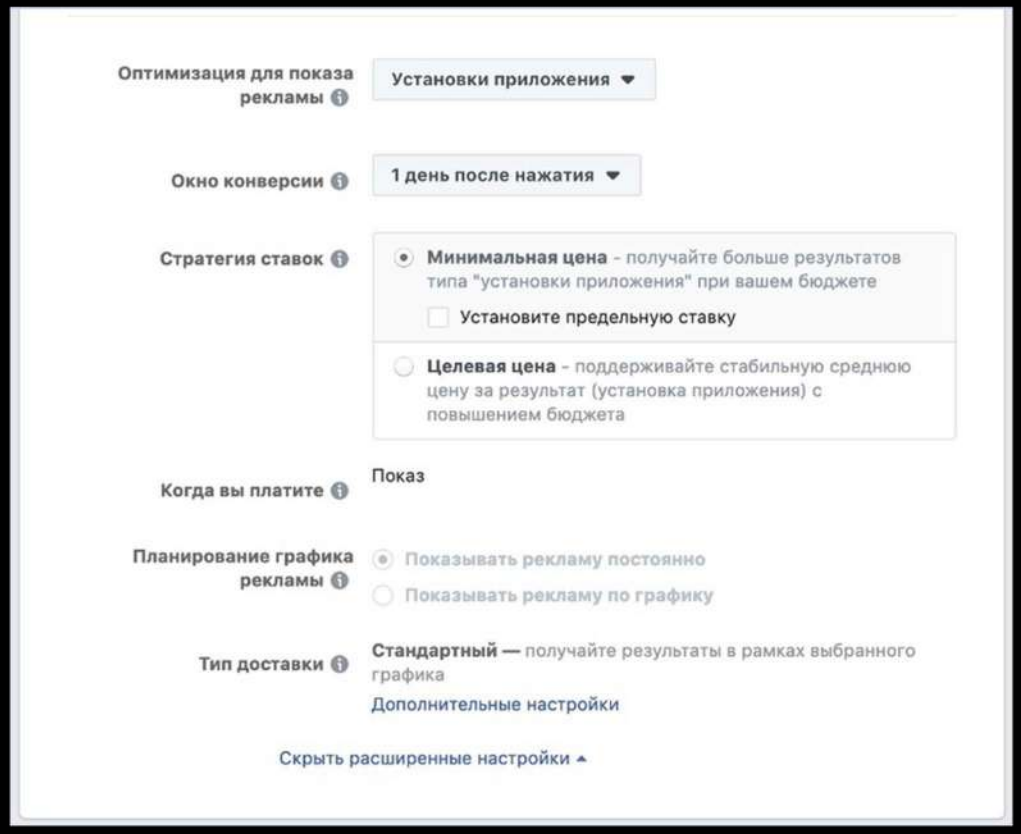
## 10. Бюджет РК

Дневной бюджет на период тестирования 50-100% стоимости депозита на каждый плейсмент — то есть 2000-4000 рублей.




## 11. Остальные настройки

Ставим как на скрине и не вникаем.




Нажимаем кнопку “Продолжить” и едем дальше.

## 12. Создание объявлений

“Вот тут мы покреативим!”... (нет)

Сервисы, которые лично я использую для поиска креативов:

НИКАКИЕ! Я или придумываю крео сама, так как у меня достаточно опыта для этого, или... У меня есть одна приватная метода. Ее мы родили совместным брейнстормом вместе с нашими аффами)

Я поделюсь ей с теми, кто сделает репост этого поста (инструкцию, как получить мой приватный мануал по поиску и скачиванию крео из инсты — смотри в конце этой статьи)

**Еще, по быстренькому примеры креативов вы можете подсмотреть в:**

- advancets.org — тут не так давно появился функционал, который мониторит посты из ленты ФБ и инсты.
- и еще в publer.pro — в котором тоже можно подглядеть, что сейчас откручивают в инста постах.

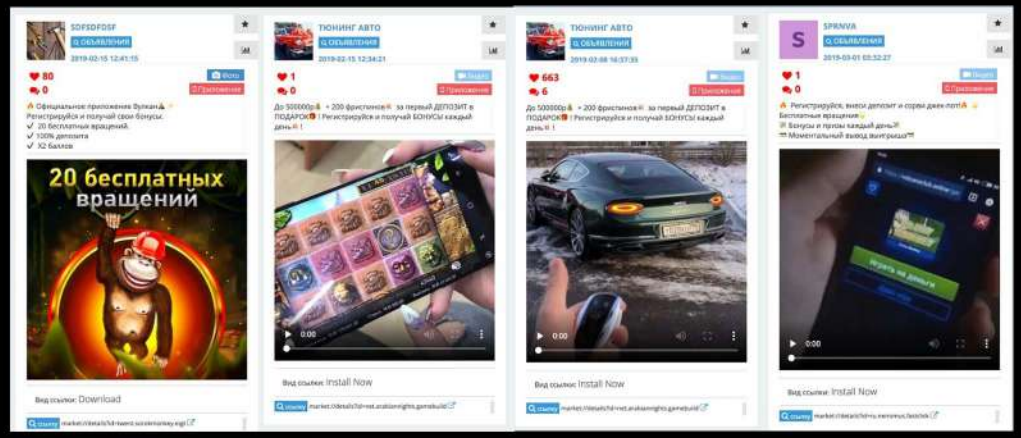
И есть еще один сервис в котором можно поискать креативы, о котором мало кто знает — ссылку на него я тоже отдам только тем, кто сделает репост моего поста :P

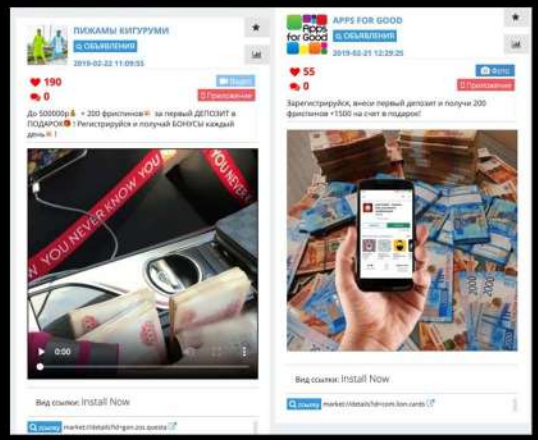
**Для этого вы можете вбивать в поиск такие запросы как:**

1. Выигрыш
2. Вывод
3. Качай
4. Бонус
5. Поднять
6. Баланс
7. Депозит
8. Фриспин

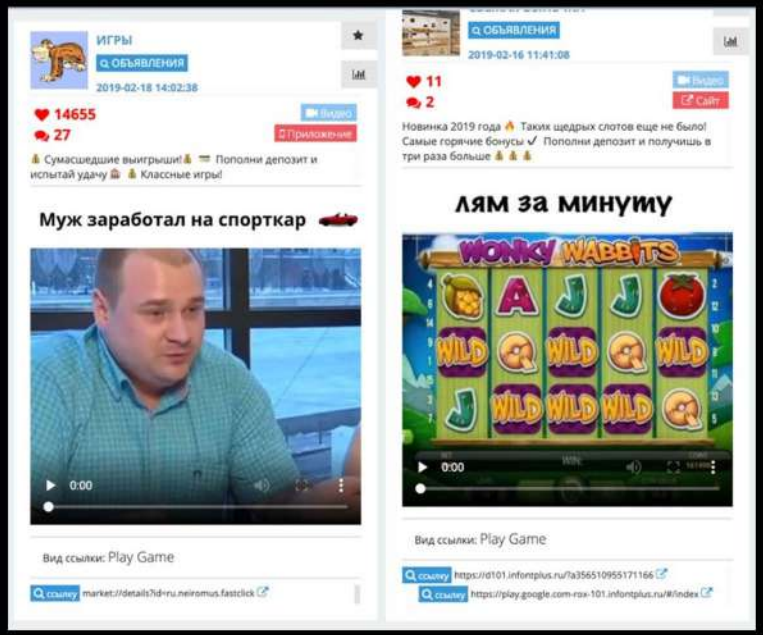
Я проделала все это на примере Publer. Заходим сюда.

В результате за 10 минут я нашла вот такие вот, более или менее адекватные в плане посыла и отсутствия мислида, посты:



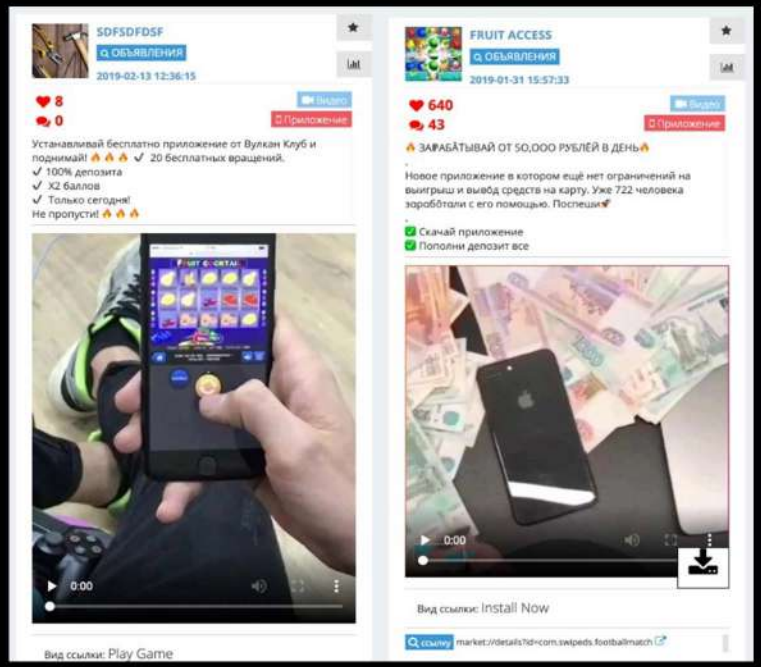
Эти посты понравились мне тем, что в них перечислены сразу все выгоды и преимущества для игроков клуба, есть халява-триггер "подарок" и колл-ту-экшен присутствует — банально, но есть все шансы на то, что такие посты сконвертят :)




Здесь, в посте слева, мне понравилось 1) видео с мужиком, который по сути является ярким представителем ЦА казино — работяга, 30+, женат, то есть вероятность того, что на пост среагируют такие же мужики — довольно высока и это хорошо)) + эмоциональная подача в тексте "Сумасшедшие выигрыши!", "Классные игры!" — может показаться, что тупо, но это всегда работает. Надо использовать в своих текстах такие слова, которые вызывают у людей эмоциональный отклик и тогда они будут читать ваши посты до конца и реагировать на их содержание конверсиями :)

Во втором посте мне понравилось то, что есть триггеры "Новинка" и "щедрые слоты". Вообще больше всего мне тут и понравилось слово "щедрый", потому что я считаю это одним из наиболее важных требований лудоманов к слотам — чтобы они давали!!!)) Да и побольше...:D

Ну и в обоих постах есть колл-ту-экшен, что тоже очень хорошо.




Вот это вот два поста тоже заинтересовали меня несколькими моментами:

1) В первом есть дедлайн,

2) Во втором есть сумма заработка и сошал пруф в виде отсылки к другим людям, которые установили приложение... )))

## 12. Когда мы нашли примеры постов, которые нас устраивают — нам надо их уникализировать

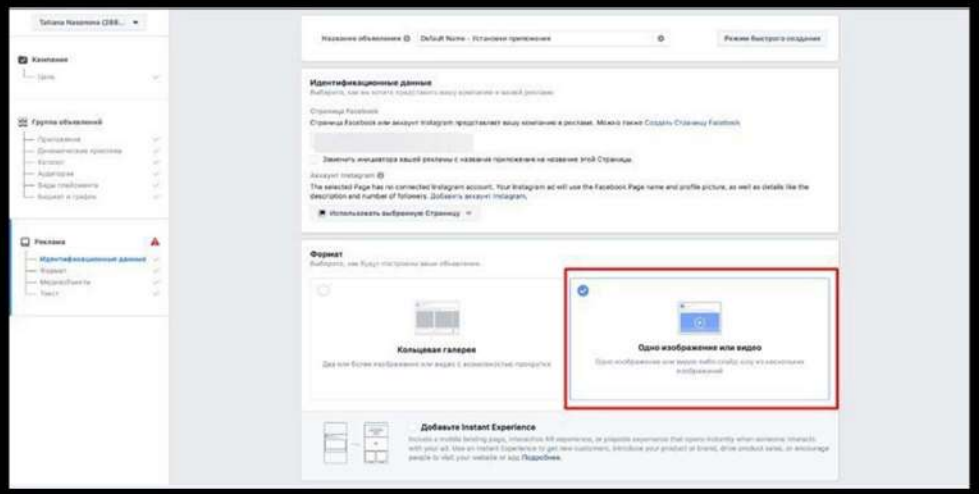
Просто скачать из паблера (или еще откуда бы то ни было) картинки/видео, которые уже крутились/крутятся в ФБ и снова залить их в ФБ со своего аккаунта — нельзя, это 100% бан.

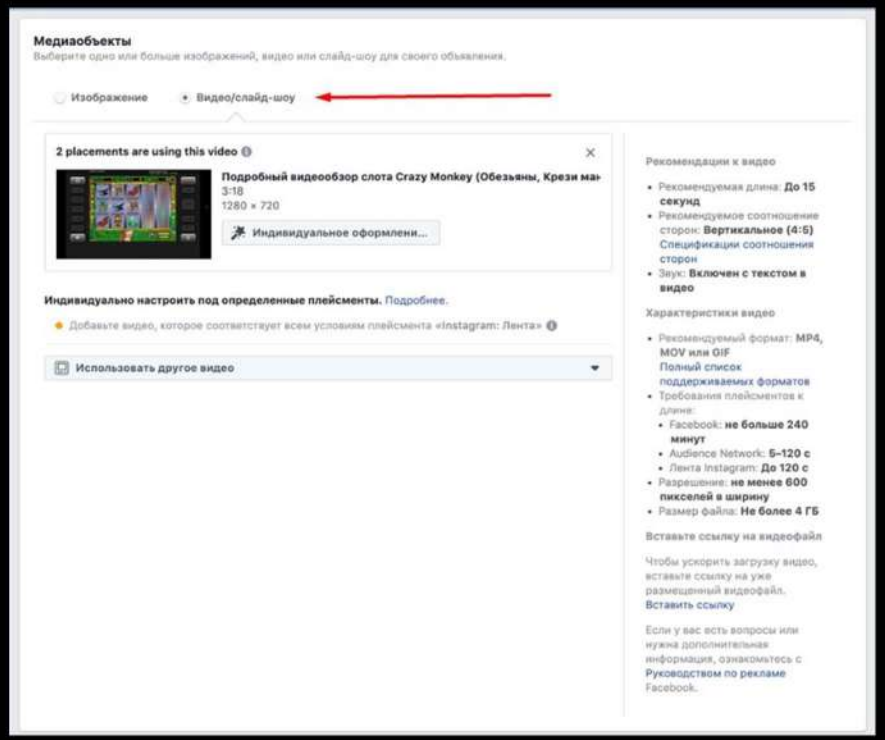
Для того, чтобы уникализировать картинку или видео, достаточно сделать следующее (одно из или все сразу) 1) наложить на видлео визуальный фильтр 2) наложить другой звук 3) поменять местами фрагменты 4) обрезать/удлинить видео. В общем надо произвести с ним какие-то манипуляции, которые изменят его характеристики и сделает его уже другим видео для ФБ ))

Все это можно сделать с помощью Adobe Premiere, либо с помощью любого другого, удобного для вас видео-редактора, который вы самостоятельно откроете для себя с помощью Google...:D

## 13. Когда вы уникализируете подобранные видео — можно возвращаться в ФБ и продолжать настройку РК

Выбираем “одно изображение  или видео” и заливаем наш крео.



# 14. Когда видео загружено, приступаем к финальному этапу настройки нашей РК

**Добавляем:**

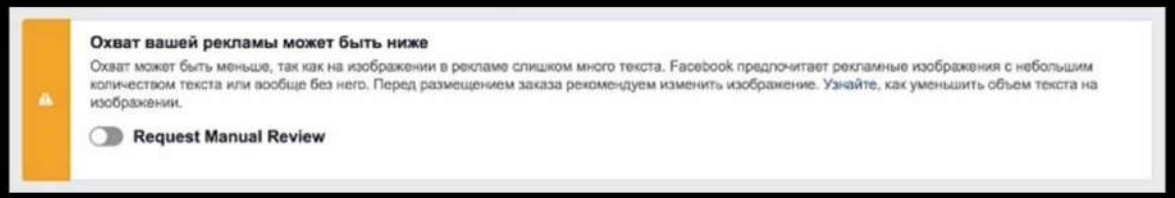
1. Текст объявления

2. Заголовок (для Audience Network)

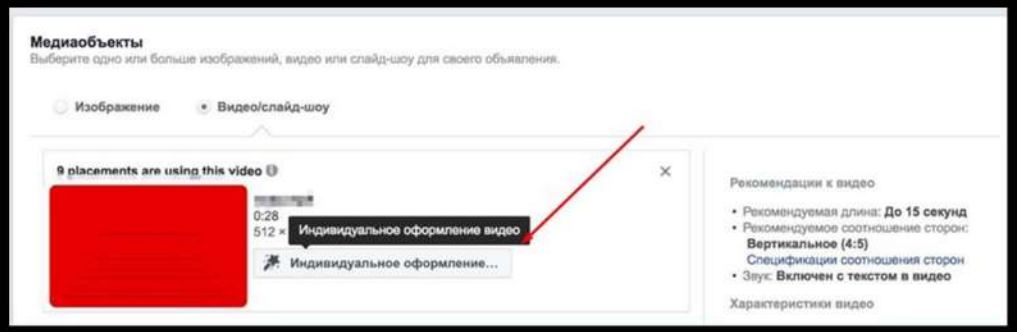
3. Призыв к действию — “Установить” / “Скачать” (мы чаще используем “Скачать”)
В разных плейсментах кнопка “Скачать” находится с разных сторон, поэтому в идеале нужно адаптировать креo под эти условия. Посмотреть все варианты расположения кнопки призыва к действию в разных плейсментах вы сможете в окошке предпросмотра рекламы.

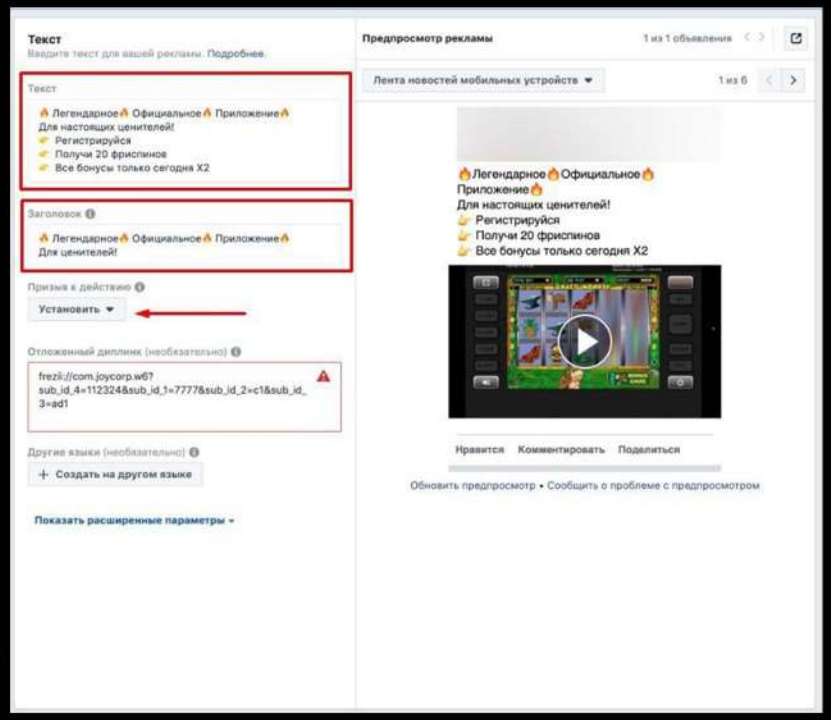
4. Отложенный надо диплинк заранее получить у менеджера нашей сети и вставить в соответствующее поле

*Лайфхак — если после загрузки креатива появилось сообщение:*



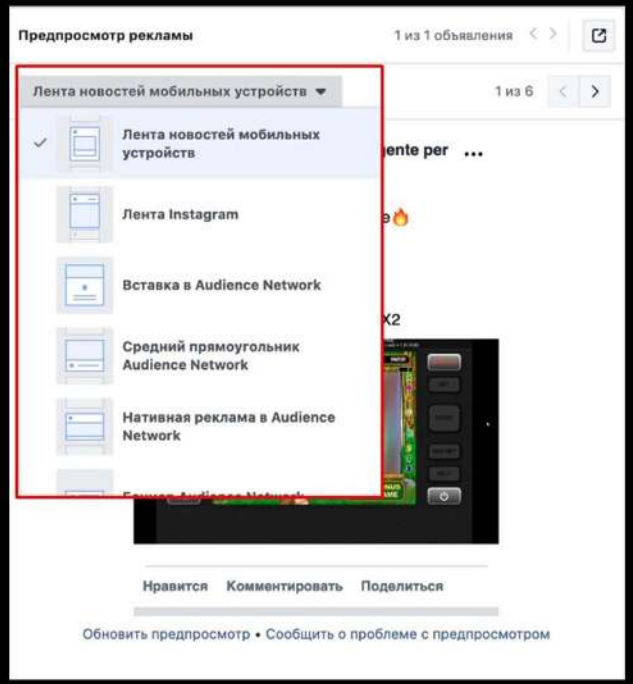

Сделать это можно вот тут, нажав на кнопку “индивидуальное оформление”:






CONVERSION
АРБИТРАЖ & МАРКЕТИНГ




5. Расширенные настройки не трогаем

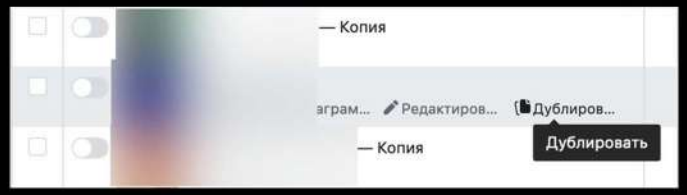
6. Проверяем, чтобы объявление нормально выглядело во всех плейсментах

7. **Жмем кнопку**

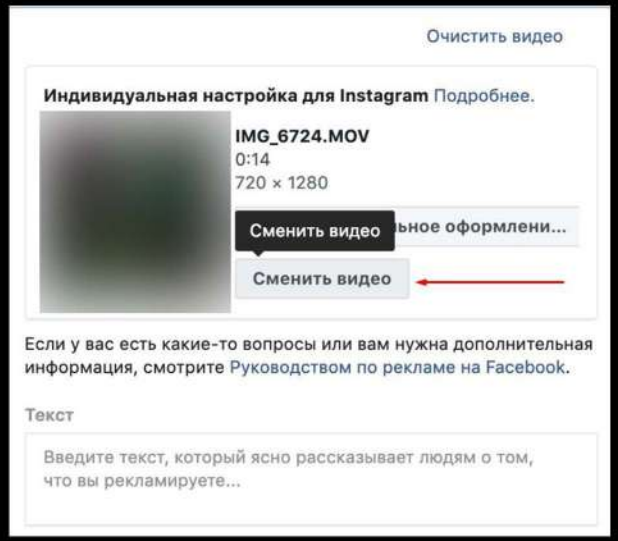
**Поздравляю, бро, твоя РК готова**, скоро она запустится. Теперь самый последний штрих.

Мы же с тобой не дауны грузить одно объявление и ждать чуда, поэтому, чтобы наши тесты были репрезентативными, давай сделаем следующее:

1. Копируй объявление 2 раза и делай еще несколько вариантов постов (2 уникализированных видео + текст)



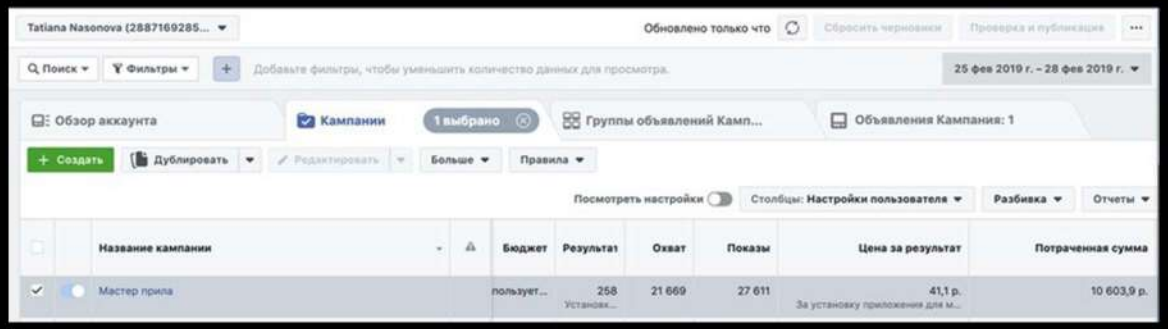

2. Меняй в настройках объявления видео и текст, и подтверждай их.




Вот теперь все, сиди на опе ровно и жди пока пройдет модерация и пойдут первые клики.

Как мы тестируем объявления и адсеты, анализируем происходящее, отключаем неэффективные объявления и масштабируемся — мы уже подробно описали в статье о том, как лить на инсталлы в плюс. Дабы не повторяться, просто приведу ссылку на нее.

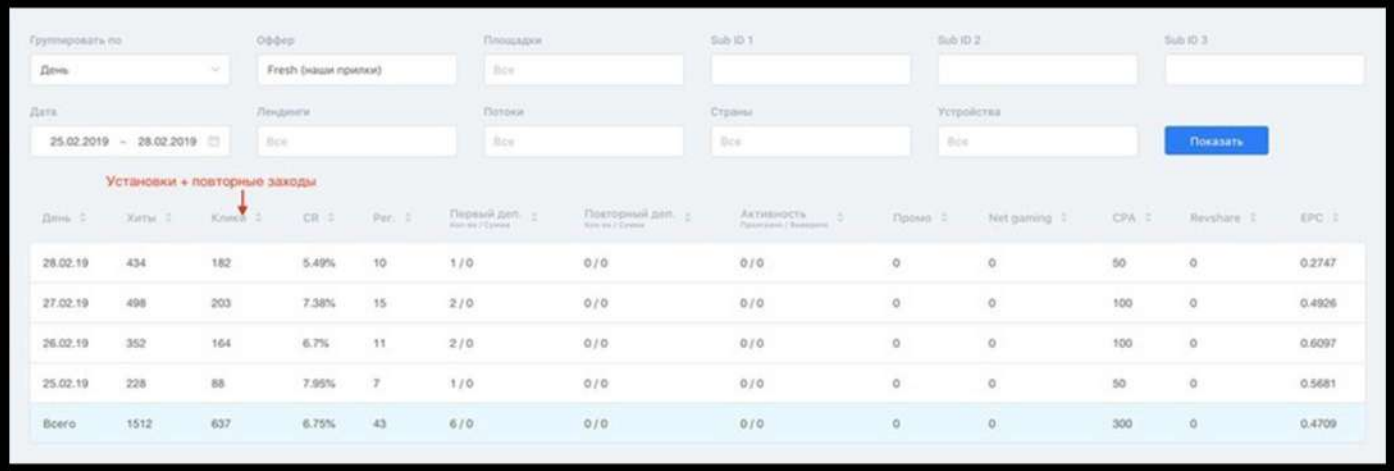
**По итогу четырех дней слива таким методом:**




РК в ФБ постоянно удаляются, но мне удалось откопать одну более или менее приличную для этого примера.

- 10 603,9 руб потрачено
- 258 установок получено
- 41,1 рубля за установку

Конверт из инсталла в регистрацию скакал от 1 к 5 до 1 к 9, в среднем 1 к 6. Всего получено 43 регистрации и 6 депозитов.




- Ставка за депозит 50$,
- Всего я заработала 300$, потратив при этом около 160$ (10603 / 65 по среднему курсу $)

Невооруженным глазом можно заметить ROI около 100% ))))))) 10к рубасов за 4 дня, для новичка это был бы отличный результат! За месяц таким макаром можно поднять 100-150к рублей, особо при этом не напрягаясь.

Повторив 14 пунктов моей инструкции и прочитав мануал по ссылке выше — ты тоже сможешь запустить РК в ФБ и заработать свои деньги ⊠

P.S. Напоминаю, выше я говорила о том, что у меня есть приватная метода по палеву и выкачиванию чужих крео в инсте, а также сервис, для поиска креативов в ФБ под бурж, о котором пока что мало кто знает ⊠ так вот, за репост сего поста https://vk.com/wall-168179159_311

... все перечисленное выше, будет доступно вам по ссылке — https://gambling.pro/creative

**Партнерка:** rekl.pro

**Оффер:** 4 модели кроссовок Ecco

**Источник:** Insta-target

**Расходы:** 400 000 рублей

**Доход:** 1 528 000 рублей

**Профит:** 1 128 000 рублей

**Время слива:** 6.09.18 – 7.11.18

# ЛЬЕМ С ТАРГЕТА INSTAGRAM НА КРОССОВКИ ECCO С ПРИБЫЛЬЮ 1128000₽

Делюсь профитным сливом, который хорошенько так бахнул осенью. Связка рабочая, оффер огонь, выплата и апрув на хорошем уровне. Жаль что оффер на вооружение моих кабинетов пришёл очень поздно.

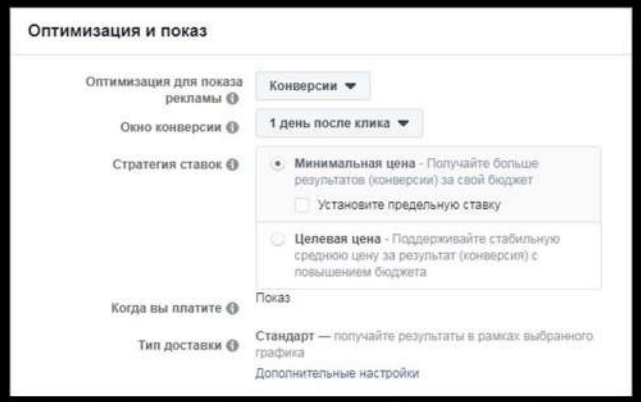
## Сегодня будет много палева :)

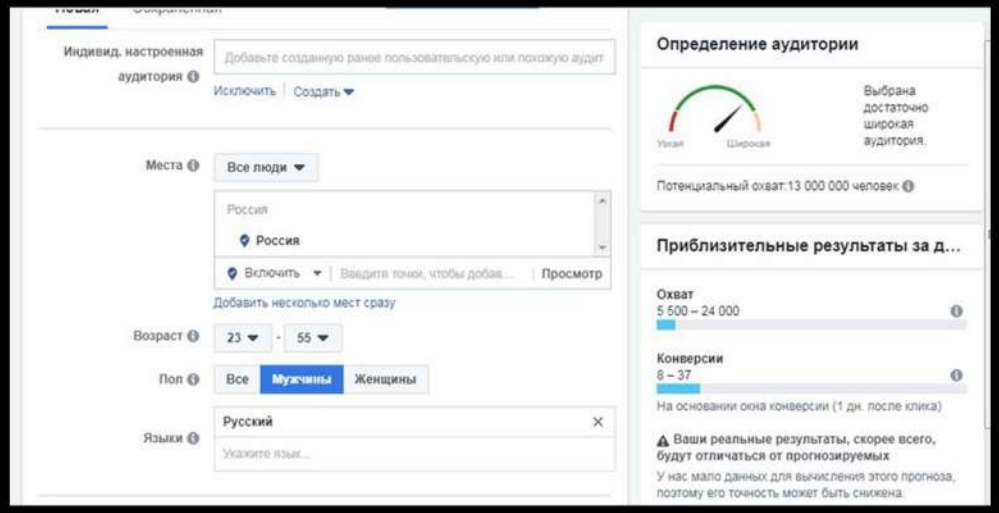
По ходу всего слива убил кабинетов 15. Оффер серый, но модерация хорошая, при запусках всё улетало в одобрено без проблем. Баны получал по ходу слива. Обжалования не помогали, долбился в поддержку и писал тикеты по раз пять на кабинет. Кабинеты которые доходили до максимального спенда не банились к слову совсем. При тестовых кампаниях работал через предоплату киви, так как такие кабы было намного легче достать, чем завязанные на пластике. В дальнейшем шло осторожное масштабирование на пластиковых кабинетах. Klo@ky не использовал. Закупался разными доменами под все кабинеты так как ленды быстро шкварятся и при бане срабатывает эффект домино, что к слову совсем страшно.

# Настройки кампании

- **Аудитория:** широкая, мужчины 23-55.
- **Гео:** РУ.
- **Плейсмент:** инстаграм, лента.
- **Цель:** Конверсии, лид

Потенциальный охват в 13 000 000 человек. Ежедневные бюджеты на адсет в рублях от 1400 (тесты) до 7000 (масштабирование).



# Креативы

При работе с креативами была первоначальная идея использовать минимальный подход. Анализа конкурентов не было. Белый фон, логотип товара и сам товар. Карусель.

# Тресты

Как итог, креатив стрельнул до такой степени, что CTR доходил на некоторых кабинетах до 8%, а оценка актуальности в 10 была нормой на протяжении всего слива.

**Немного скринов с тестовых кампании:**

| за результат | Бюджет<br>Группа ... | Потраченная сумма | Заве | Коэфф релевал | Показы | CPM (цена за 1 000 | Клики на ссылку | CPC (цена за клик по | (кликабели |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 19,81 р.<br>За лид | 1 000,0...<br>Ежедне... | 3 565,00 р. | Н... | 10 | 34 024 | 104,78 р. | 2 170 | 1,64 р. | 6,38% |
| **19,81 р.**<br>За лид | | **3 565,00 р.**<br>Всего потрач... | | | **34 024**<br>Всего | **104,78 р.**<br>За 1 000 ... | **2 170**<br>Всего | **1,64 р.**<br>За действ... | **6,38%**<br>За показы |

| Результат | Охват | Показы | Цена за результат | Потраченная сумма |
|---|---|---|---|---|
| 9<br>Потенци... | 5 332 | 5 332 | 32,71 р.<br>За лид | 294,40 р. |
| 10<br>Потенци... | 2 864 | 2 865 | 17,95 р.<br>За лид | 179,49 р. |
| 6<br>Потенци... | 2 110 | 2 110 | 31,24 р.<br>За лид | 187,46 р. |
| 5<br>Потенци... | 3 304 | 3 304 | 36,55 р.<br>За лид | 182,76 р. |
| **30**<br>Потенци... | **13 611**<br>Пользов... | **13 611**<br>Всего | **28,14 р.**<br>За лид | **844,11 р.**<br>Всего потрачено |

| Цена за результат | Бюд | Потрачен сум | Заве | Граф | Пок | CPM (цена за 1 000 | Клик н ссылк | CPC (цена за клик | (клика | Клики (все) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 23,58 р.<br>За лид | 6...<br>Е... | 47,15 р. | Н... | 8 ... | 703 | 67,07 р. | 20 | 2,36 р. | 2,84% | 20 |
| 17,62 р.<br>За лид | 6...<br>Е... | 52,85 р. | Н... | 8 ... | 931 | 56,77 р. | 29 | 1,82 р. | 3,11% | 29 |
| **20,00 р.**<br>За лид | | **100,00 р.**<br>Всего по... | | | **1 ...**<br>В... | **61,20 р.**<br>За 1 00... | **49**<br>Всего | **2,04 р.**<br>За дей... | **3,00%**<br>За по... | **49**<br>Всего |

| Результаты | Охват | Показы | Цена за результат |
|---|---|---|---|
| 46<br>Потенциаль... | 13 052 | 13 052 | 19,35 р.<br>За лид |
| 34<br>Потенциаль... | 11 003 | 11 003 | 26,47 р.<br>За лид |
| **80**<br>Потенциаль... | **23 632**<br>Пользователи | **24 055**<br>Всего | **22,38 р.**<br>За лид |

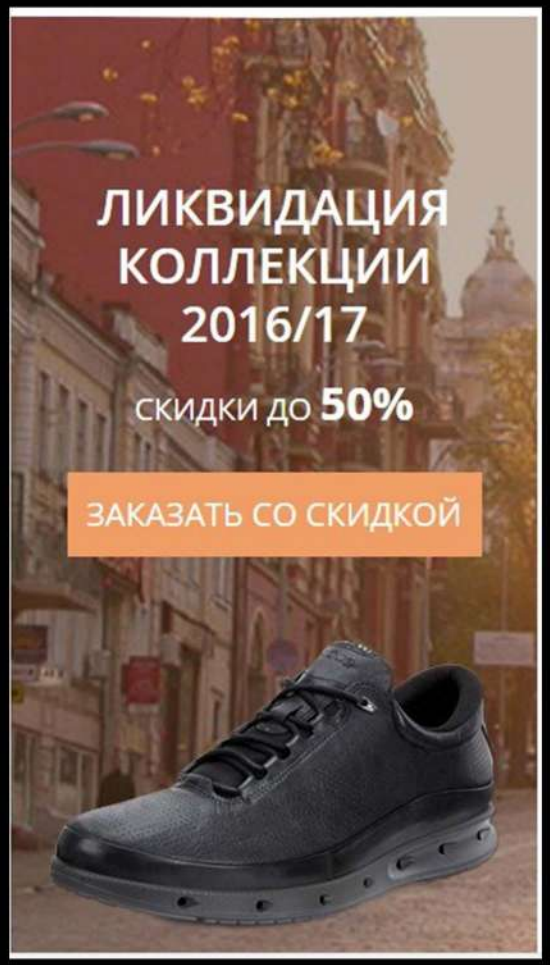
| Результаты | Охват | Показы | Цена за результат |
|---|---|---|---|
| 16<br>Потенциаль... | 3 094 | 3 094 | 13,39 р.<br>За лид |
| 18<br>Потенциаль... | 2 956 | 2 956 | 11,25 р.<br>За лид |
| **34**<br>Потенциаль... | **6 050**<br>Пользов... | **6 050**<br>Всего | **12,26 р.**<br>За лид |

Очень интересный факт! «35-44 возраст, мужчины» в разбивках:

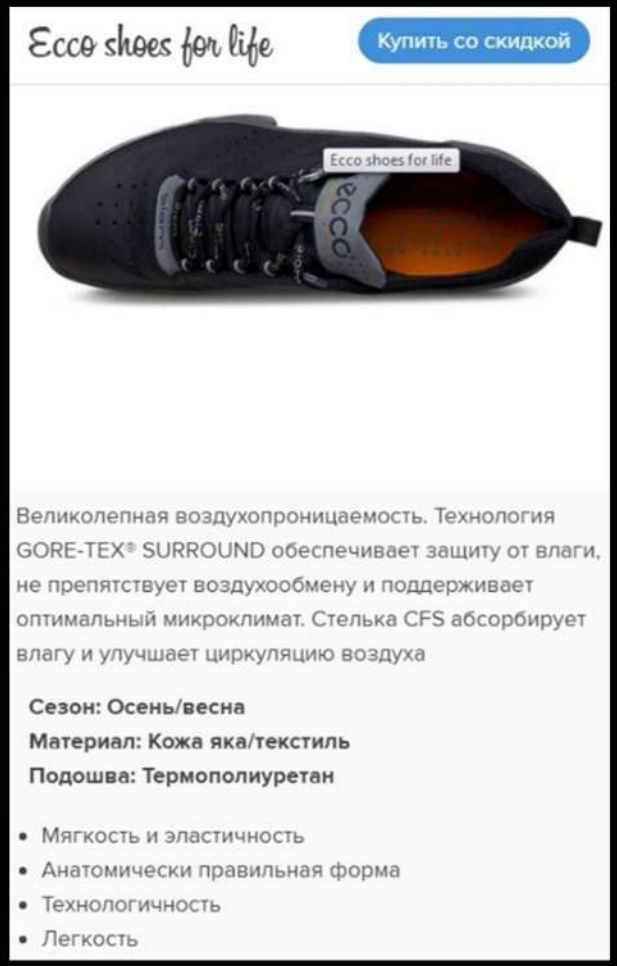
| Результаты | Охват | Показы | Цена за результат | Потраченная сумма |
|---|---|---|---|---|
| 19 | 2 405 | 2 464 | 8,83 р. | 167,84 р. |

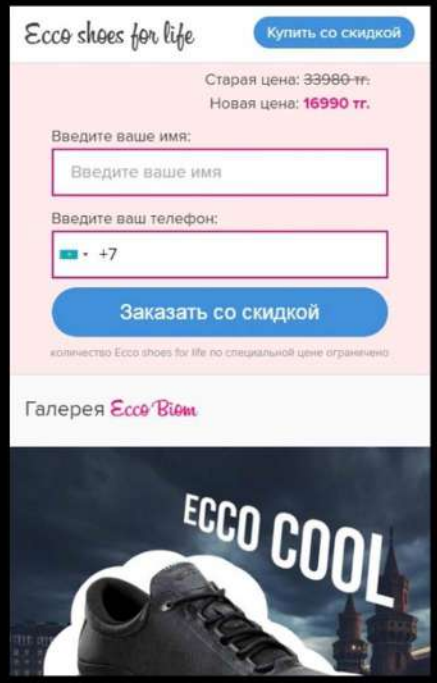
# Лендинги

Далее проводились тесты лендов. Результаты с CR меньше 1,5% не устраивали, хоть и по окупаемости отлично, но хотелось больше и потенциал на то имелся.




Подготовил ленд в дизайне ленты инстаграма и CR поднялся до 10%. И это был эпик, друзья. Рой 1000% и потенциальный охват в 13 лимонов на старте дал мотивацию замасштабировать всё это дело как можно быстрее.





Было много проблем с трешовыми заказами. Именно на тех объявлениях, в которых частенько мелькали негативные комменты. Пришлось садить на прилагу по чистке комментариев.

По словам саппортов 90% клиентов заказывали именно модель BIOM, и это логично. Также хотелось отметить +100 к выплате, итоговая выплата 700 рублей. Спасибо, реклпро =)

Было немного заказов с других гео, но не большое количество.

# Статистика с ПП



Показывать по 10

Поиск по данным

| | ТРАФИК | | КОЭФФИЦИЕНТЫ | | КОНВЕРСИИ | | | | | ФИНАНСЫ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Оффер | Клики | Уники | CR% | EPC | Всего | | | | | Approve | Всего | Зачислено | Ожидают | Откло |
| 4 модели кроссовок... | 161264 | 101087 | 5.06% | 15.12 | 5116 | 2399 | 10 | 2707 | 2820 | 46.89% | 5013750 | 1528110 | 6950 | 347 |
| | 90179 | 61855 | 7.38% | 18.97 | 4566 | 2789 | 9 | 1768 | 1630 | 61.08% | 2594100 | 1173550 | 3850 | 141 |
| | 97210 | 62569 | 8.15% | 16.79 | 5098 | 2174 | 80 | 2844 | 2997 | 42.64% | 3880330 | 1050830 | 38850 | 275 |
| | 61841 | 44969 | 5.91% | 15.73 | 2658 | 1424 | 2 | 1232 | 741 | 53.57% | 1688000 | 707200 | 1000 | 97 |
| | 73178 | 44428 | 13.07% | 14.13 | 5807 | 2177 | 11 | 3619 | 1831 | 37.49% | 2220460 | 627730 | 3250 | 158 |
| | 363289 | 50191 | 6.01% | 9.16 | 3017 | 828 | 286 | 1903 | 1305 | 27.44% | 2329850 | 459600 | 131800 | 173 |
| | 105468 | 78395 | 1.41% | 4.74 | 1109 | 573 | 24 | 512 | 289 | 51.67% | 902420 | 371250 | 14450 | 51 |

По итогу было потрачено ±400 000 рублей. Седьмого ноября связка резко перестала приносить доход. Аудитория наелась, сезон закончился. Весной можно стартовать с похожими подходами. Прибыльный слив точно будет.

Всем высокой конверсии и много профита!

# ЗА 3 МЕСЯЦА С ТАРГЕТА ВК В 2018 ГОДУ НА ДЕЙТИНГЕ

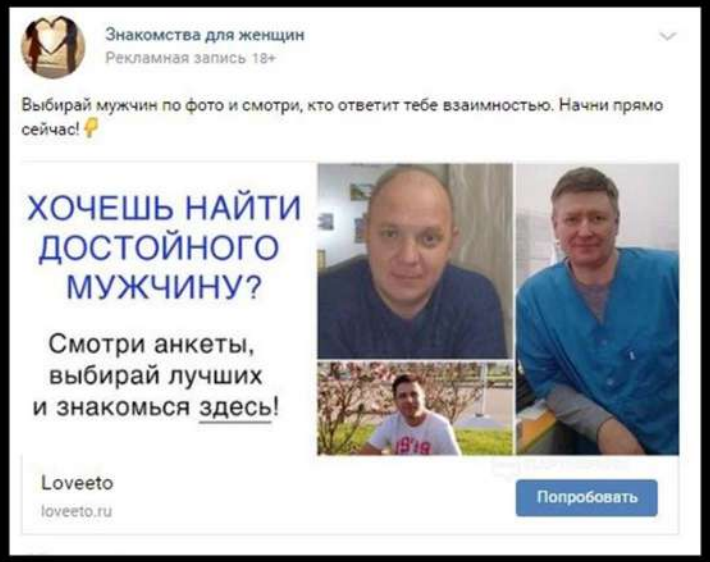
# 383303₽

Приветствую тебя, дорогой читатель. Пока все клоачили фб в 2018-м я неожиданно решил вернуться к таргету ВК, сославшись на то что РУ и тем более Вконтакте как источник трафика для арбитража сейчас не в тренде и там может быть меньше конкуренции. Удивительно, но так оно и случилось и я вполне успешно отлил простой дейтинг офер с оплатой за регистрацию в плюс.

## С чего все началось?

Все началось с того что я перенес некоторые наработки с мт по дейтингу из паблера в таргет вк в формат промопоста.

Пример креатива:



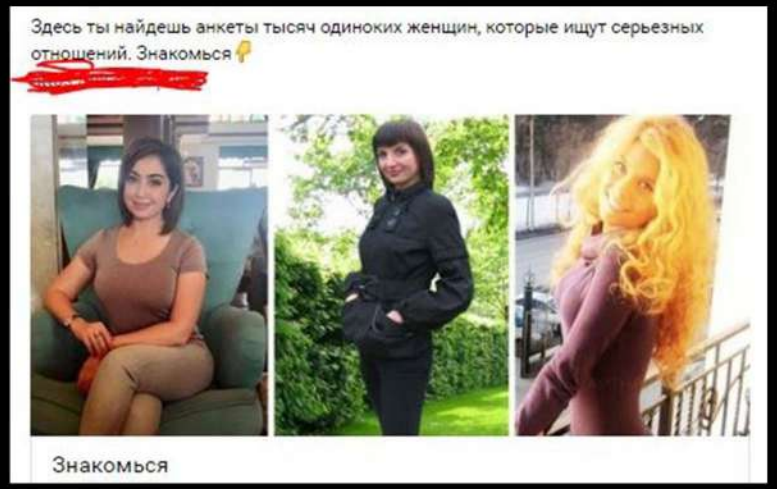

Какого же было мое удивление, когда эти креативы выстрелили, т.к. конкуренции вк именно в промопостах по дейтингу я совершенно не чувствовал.

Единственное что меня не устраивало - цена клика на старте в районе 8 рублей.

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Июль 2018 | 1 060.74 ₽ | 9 040 | 130 | 1.438 % | 8.15 ₽ | 9 039 |

**ROI на старте получался копеешный из за цены клика и я решил поработать над собстенными креативами.**

Пример креатива:




Результат не заставил себя долго ждать:

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Июль 2018 | 9 362.48 ₽ | 65 787 | 3 417 | 5.194 % | 2.73 ₽ | 65 757 |
| | 25 802.88 ₽ | 170 348 | 10 721 | 6.294 % | 2.41 ₽ | |

CTR радовал, цена клика упала и офер пошел в плюс сначала в ру, а потом и на всех гео доступных вк.

**Палево статки:**

| Дата | Трафик | | Показы | Конверсии | | | | Финансы | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Хосты | Хиты | | Все | Принято | В обработке | Отклонено | Все | Принято | В обработке | Отклонено |
| 2018-07-30 | 1,649 | 1,925 | 0 | 107 | 107 | 0 | 0 | 84.40 | 84.40 | 0.00 | 0.00 |
| 2018-07-31 | 2,728 | 3,221 | 0 | 189 | 188 | 0 | 1 | 123.85 | 123.85 | 0.00 | 0.00 |
| 2018-08-01 | 3,329 | 4,018 | 0 | 232 | 232 | 0 | 0 | 165.05 | 165.05 | 0.00 | 0.00 |
| 2018-08-02 | 2,664 | 3,178 | 0 | 156 | 155 | 0 | 1 | 117.85 | 117.85 | 0.00 | 0.00 |
| 2018-08-03 | 4,671 | 5,525 | 0 | 375 | 375 | 0 | 0 | 278.90 | 278.90 | 0.00 | 0.00 |
| 2018-08-04 | 6,806 | 8,007 | 0 | 535 | 534 | 0 | 1 | 362.35 | 362.35 | 0.00 | 0.00 |
| 2018-08-05 | 3,609 | 4,322 | 0 | 278 | 277 | 0 | 1 | 178.10 | 178.10 | 0.00 | 0.00 |
| 2018-08-06 | 8,222 | 9,590 | 0 | 532 | 528 | 1 | 3 | 384.15 | 384.15 | 0.00 | 0.00 |
| 2018-08-07 | 7,124 | 8,337 | 0 | 440 | 439 | 0 | 1 | 304.55 | 304.55 | 0.00 | 0.00 |
| 2018-08-08 | 5,649 | 6,737 | 0 | 397 | 396 | 0 | 1 | 265.60 | 265.60 | 0.00 | 0.00 |
| 2018-08-09 | 5,806 | 7,014 | 0 | 408 | 408 | 0 | 0 | 259.15 | 259.15 | 0.00 | 0.00 |
| 2018-08-10 | 5,144 | 6,106 | 0 | 350 | 350 | 0 | 0 | 248.95 | 248.95 | 0.00 | 0.00 |
| 2018-08-11 | 4,375 | 5,279 | 0 | 320 | 319 | 0 | 1 | 237.30 | 237.30 | 0.00 | 0.00 |
| 2018-08-12 | 6,019 | 7,337 | 0 | 424 | 415 | 0 | 9 | 304.40 | 304.40 | 0.00 | 0.00 |
| 2018-08-13 | 3,717 | 4,579 | 0 | 245 | 241 | 0 | 4 | 192.60 | 192.60 | 0.00 | 0.00 |
| **Итого** | **71,512** | **85,175** | **0** | **4988** | **4,964** | **1** | **23** | **3,507.20** | **3,507.20** | **0.00** | **0.00** |

ПАРТЕРКИН

**А вот столько набежало за весь период слива:**

| Оффер | Трафик | | Показы | Конверсии | | | | Финансы | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Хосты | Хиты | | Все | Принято | В обработке | Отклонено | Все | Принято | В обработке | Отклонено |
| (980) Loveeto - CPL - [MULTI GEO] 25+ | 205,864 | 255,807 | 0 | 13,991 | 13,977 | 0 | 14 | 11,914.05 | 11,914.05 | 0.00 | 0.00 |

**Расходы по таргету:**

| Название | Дн. лим. | Общ. лим. (?) | Потрачено |
|---|---|---|---|
| [redacted] | Не задан | 331 540 ₽ | 331 540.41 ₽ |
| Всего | | | 331 540.41 ₽ |

**За вычетом расходов на таргет ВК вышло 383 303 р. чистыми.**

**Куда сливал траф?**

В партнерку лил. В какую? Очевидно в простую русскую)

Почему именно в партнерку, ведь моя предыдущая статья повествует о том, что с массовыми партнерками на покупном трафе сейчас лично я бы работать не стал?

Чтобы подключиться к реклу напрямую мне необходимо было лить на его офера сначала через партнерки, что я и сделал, чтобы продемонстрировать объем и качество своего трафика.

Проблем с выплатами на всей дистанции слива трафика у меня не было. Бонусом получил Apple Watch 3, т. к. у них сейчас проходит конкурс.

**Выводы по кейсу:**

- Всегда стоит обращать внимание на "нехайповые" истории.
- Заработать можно и на оферах с небольшими выплатами и простыми действиями.
- Аналитика чужих подходов через спай-тулзы актуальна и сейчас.

Всем спасибо за внимание.
Жду ваших коментариев

**Партнерка:** ad1.ru

**Оффер:** Детский набор “Рисуй светом” и Детский набор “Рисуй светом” за 990 руб

**Источник трафика:** Паблики ВКонтакте

**Расходы:** ≈ 117 000 руб.

**Доход:** 188 870 руб.

**Профит:** ≈ 71 870 руб.

**ROI:** ≈ 61%

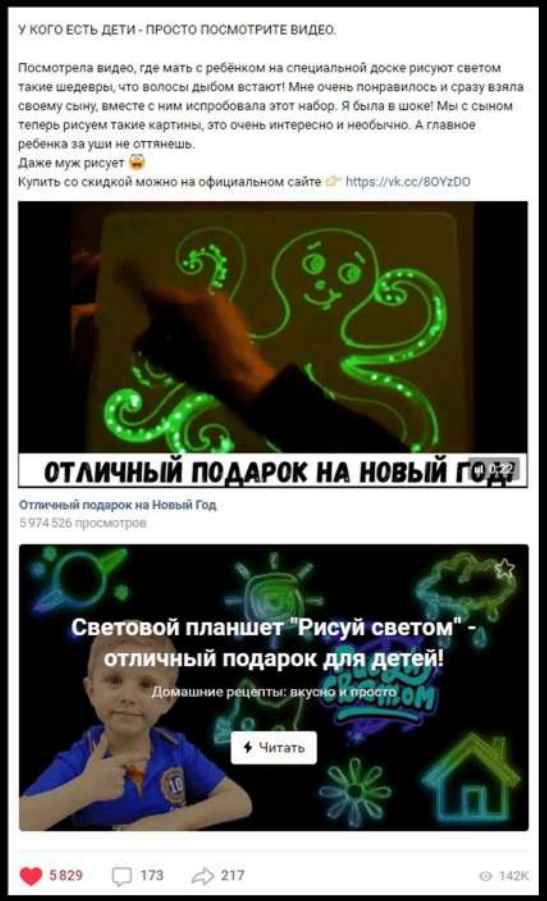
**Период слива:** 15/12/2018 по 31/12/2018

# ЛЬЕМ С ПАБЛИКОВ VK НА НАБОР "РИСУЙ СВЕТОМ" С ПРИБЫЛЬЮ 71870₽

# Выбор оффера

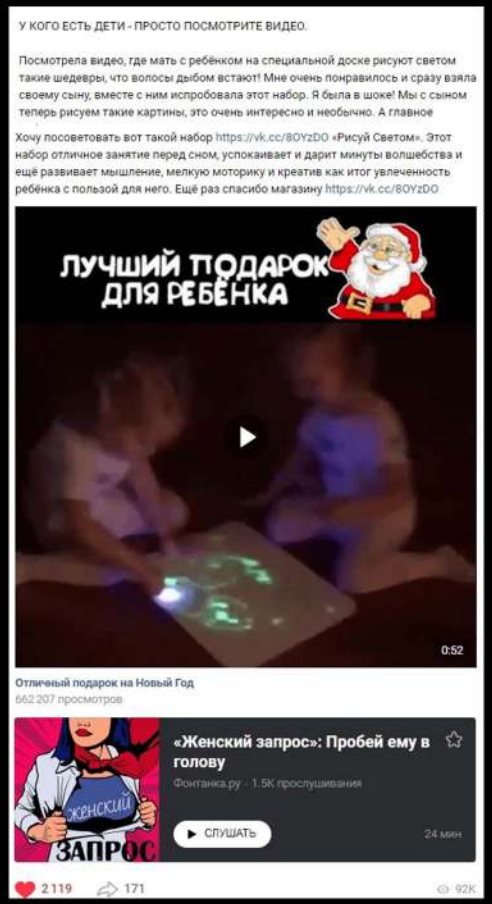


Ни для кого не секрет, что перед Новым годом отлично заходят детские игрушки. Не долго думая, стал искать на что полить в этой категории. Сперва затестил довольно таки новый оффер — Конструктор из надувных шариков Oonies , но в плюс выйти не удалось. Тут вспомнил, на какие офферы я лил перед прошлым НГ — это машинка «Magic Track» и набор «Рисуй светом». Если машинка хоть и вышла в +, но рои был минимальный, то набор «Рисуй светом» со старта дал рои 100%.




## Креативы

Насчет крео вообще не заморачивался, взял пост, на который лил в прошлом году и адаптировал его под нынешние реалии ВК (Добавил к нему историю, в декабре посты с историями набирали больше охвата)



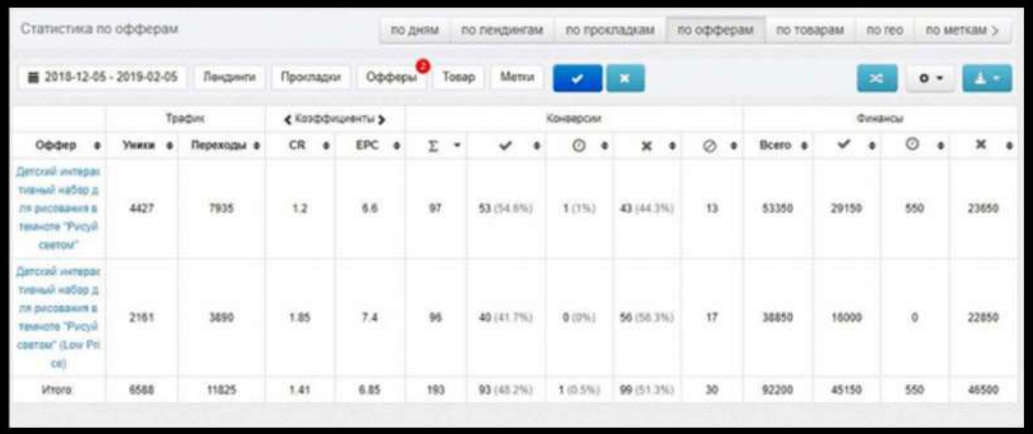

Ближе к концу декабря пост немного изменил, так как этот уже приелся (Кроме меня этот оффер активно лили еще вебов 10 с пабликов вк) + добавил к посту подкаст, в то время ВК активно продвигал свою новую фишку — «Подкасты», соответственно посты, которые включали в себя подкаст, были в ленте выше и попадали в раздел «Рекомендации», что значительно увеличивало охват записи.

# Аудитория



Закупался напрямую(так как охват в разы выше, чем через маркет-платформу) у админов в пабликах с ЖЦА 30+ .
Тематика пабликов: Кулинария, Юмор, Красота. CPM был очень низкий, от 10 до 25р. На этом посте, например , CPM получился 13 рублей. (Стоимость поста 1850 рублей)

## Подробности слива и результаты



Статистика по офферам

| Оффер | Трафик: Уники | Трафик: Переходы | Коэффициенты: CR | Коэффициенты: EPC | Конверсии: Σ | Конверсии: ✓ | Конверсии: ⏲ | Конверсии: ✗ | Конверсии: ⊘ | Финансы: Всего | Финансы: ✓ | Финансы: ⏲ | Финансы: ✗ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Детский интерактивный набор для рисования в темноте "Рисуй светом" | 4427 | 7935 | 1.2 | 6.6 | 97 | 53 (54.6%) | 1 (1%) | 43 (44.3%) | 13 | 53350 | 29150 | 550 | 23650 |
| Детский интерактивный набор для рисования в темноте "Рисуй светом" (Low Price) | 2161 | 3890 | 1.85 | 7.4 | 96 | 40 (41.7%) | 0 (0%) | 56 (58.3%) | 17 | 38850 | 16000 | 0 | 22850 |
| Итого: | 6588 | 11825 | 1.41 | 6.85 | 193 | 93 (48.2%) | 1 (0.5%) | 99 (51.3%) | 30 | 92200 | 45150 | 550 | 46500 |

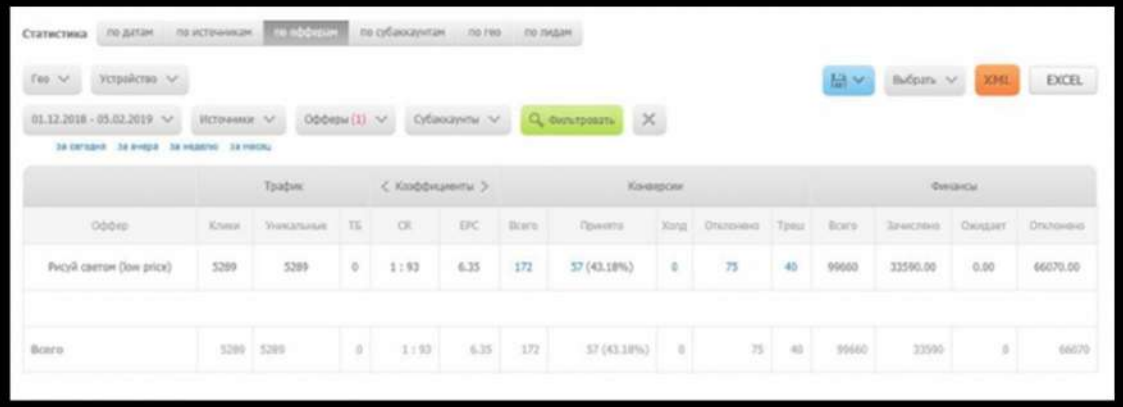
Сперва сплитил трафик на оба оффера (Фулл и лоу прайс) в несколько пп.

**Результаты пп №1:**

- EPC — 6.85
- Доход: 45 150 р.

**Результаты пп №2:**

- EPC — 6.35
- Доход: 33 590 р.



Статистика

| Оффер | Трафик: Клики | Трафик: Уникальные | Трафик: ТБ | Коэффициенты: CR | Коэффициенты: EPC | Конверсии: Всего | Конверсии: Принято | Конверсии: Холд | Конверсии: Отклонено | Конверсии: Треш | Финансы: Всего | Финансы: Зачислено | Финансы: Ожидает | Финансы: Отклонено |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Рисуй светом (low price) | 5289 | 5289 | 0 | 1 : 93 | 6.35 | 172 | 57 (43.18%) | 0 | 75 | 40 | 99660 | 33590.00 | 0.00 | 66070.00 |
| Всего | 5289 | 5289 | 0 | 1 : 93 | 6.35 | 172 | 57 (43.18%) | 0 | 75 | 40 | 99660 | 33590 | 0 | 66070 |

**Результаты ad1.ru:**

- EPC — 7.61
- Доход: 110 130р.

15.12.2018 — 31.12.2018 | Площадки | Офферы 2 | Sub ID | Потоки | Страны | Выбрать фильтр

| Программа | Трафик: Клики | Трафик: Хиты | Трафик: TrafBack | Коэффициенты: EPC | Коэффициенты: CR | Конверсии | | | | | | Финансы, ₽ (RUB): Всего | Принято | Ожидает | Отклонено |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Детский набор для рисо... | 8 831 | 9 251 | 0 | 7.51 | 1.39 | 457 | 123 | 26.9 | 0 | 334 | 99 | 246 030.00 | 66 330.00 | 0.00 | 179 700.00 |
| Детский интерактивный ... | 5 623 | 5 768 | 0 | 7.79 | 1.30 | 141 | 73 | 51.8 | 0 | 68 | 43 | 84 600.00 | 43 800.00 | 0.00 | 40 800.00 |
| Всего | 14 454 | 15 019 | 0 | 7.61 | 1.36 | 598 | 196 | 32.8 | 0 | 402 | 142 | 330 630.00 ₽ | 110 130.00 ₽ | 0.00 | 220 500.00 ₽ |

Как видно на скринах, наилучший EPC был именно у ad1.ru:, поэтому большую часть трафика направлял именно к ним.

**Суммарный доход: 188 870р.**

Наилучший лендинг на оффере «Детский набор для рисования в темноте — Рисуй светом за 990 руб» — Мобильный лендинг C.

15.12.2018 — 31.12.2018 | Площадки | Офферы 1 | Лендинги | Транзитки | Потоки | Страны | Выбрать фильтр

Лендинги | Транзитные страницы

| Лендинг | Трафик: Клики | Трафик: Хиты | Трафик: TrafBack | Коэффициенты: EPC | Коэффициенты: CR | Конверсии | | | | | | Финансы, ₽ (RUB): Всего | Принято | Ожидает | Отклонено |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Мобильный лендинг C | 6 066 | 6 408 | 0 | 8.35 | 1.55 | 328 | 94 | 28.7 | 0 | 234 | 77 | 176 400.00 | 50 670.00 | 0.00 | 125 730.00 |
| Мобильный лендинг I | 2 460 | 2 548 | 0 | 6.10 | 1.13 | 120 | 28 | 23.3 | 0 | 92 | 18 | 64 770.00 | 15 120.00 | 0.00 | 49 650.00 |
| Мобильный лендинг J | 189 | 197 | 0 | 2.86 | 0.53 | 7 | 1 | 14.3 | 0 | 6 | 4 | 3 780.00 | 540.00 | 0.00 | 3 240.00 |
| Мобильный лендинг F | 96 | 98 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 1 080.00 | 0.00 | 0.00 | 1 080.00 |
| Всего | 8 831 | 9 251 | 0 | 7.51 | 1.39 | 457 | 123 | 26.9 | 0 | 334 | 99 | 246 030.00 ₽ | 66 330.00 ₽ | 0.00 | 179 700.00 ₽ |

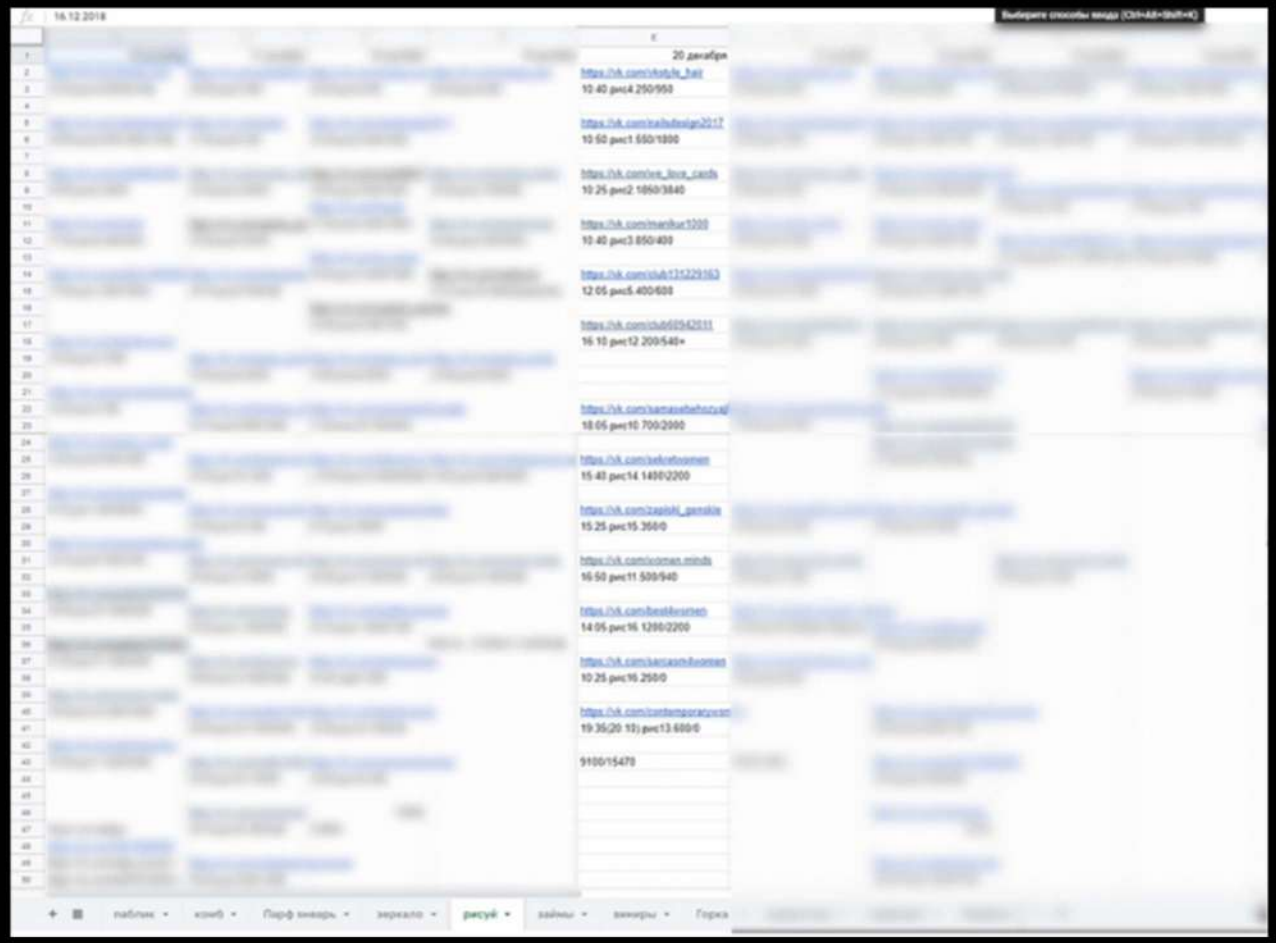
Наилучшие лендинги на оффере«Детский интерактивный набор для рисования в темноте — Рисуй светом»— Мобильный лендинг C и Мобильный лендинг F.

15.12.2018 — 31.12.2018 | Площадки | Офферы 1 | Лендинги | Транзитки | Потоки | Страны | Выбрать фильтр

Лендинги | Транзитные страницы

| Лендинг | Трафик: Клики | Трафик: Хиты | Трафик: TrafBack | Коэффициенты: EPC | Коэффициенты: CR | Конверсии | | | | | | Финансы, ₽ (RUB): Всего | Принято | Ожидает | Отклонено |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Мобильный лендинг C | 2 397 | 2 463 | 0 | 8.51 | 1.42 | 56 | 34 | 60.7 | 0 | 22 | 19 | 33 600.00 | 20 400.00 | 0.00 | 13 200.00 |
| Мобильный лендинг H | 1 385 | 1 422 | 0 | 6.93 | 1.16 | 43 | 16 | 37.2 | 0 | 27 | 11 | 25 800.00 | 9 600.00 | 0.00 | 16 200.00 |
| Мобильный лендинг F | 1 384 | 1 421 | 0 | 8.67 | 1.45 | 33 | 20 | 60.6 | 0 | 13 | 10 | 19 800.00 | 12 000.00 | 0.00 | 7 800.00 |
| Мобильный лендинг C (в... | 335 | 339 | 0 | 3.58 | 0.60 | 7 | 2 | 28.6 | 0 | 5 | 2 | 4 200.00 | 1 200.00 | 0.00 | 3 000.00 |
| Мобильный лендинг O | 122 | 123 | 0 | 4.92 | 0.82 | 2 | 1 | 50 | 0 | 1 | 1 | 1 200.00 | 600.00 | 0.00 | 600.00 |
| Всего | 5 623 | 5 768 | 0 | 7.78 | 1.30 | 141 | 73 | 51.8 | 0 | 68 | 43 | 84 600.00 ₽ | 43 800.00 ₽ | 0.00 | 40 800.00 ₽ |

Что касается затрат на трафик, по каждому офферу я веду таблицу со следующими переменными: «Ссылка на паблик», «Стоимость рекламного поста», «Доход с рекламного поста», «Время выхода поста» и «Sub_id», поэтому посчитать все затраты на трафик у меня не составило труда. Всю таблицу, к сожалению, я Вам показать не могу, по понятным причинам, поэтому прикреплю скрин одного дня слива.



- Затраты на трафик составили 107 000.
- Затраты на накрутку лайков примерно 10 000.
- Итого затраты: 117 000.
- Суммарный доход: 188 870.
- Профит — 71 870.
- ROI — 61%

Всем профита!

**Партнерка:** Cpagetti

**Оффер:** SILK — Омолаживающее мицеллярное масло — 1р

**Связка:** Основной лендинг

**Основной источник:** Vkontakte

**ГЕО:** Казахстан

**Потрачено:** 20.336 р.

**Получено:** 39.200 р.

**Профит:** 18.864 р.

**ROI:** 93%

**Период слива:** 06.01.2019-19.01.2019

# ЛЬЕМ С ТАРГЕТА VK НА ОМОЛАЖИВАЮЩЕЕ МИЦЕЛЛЯРНОЕ МАСЛО SILK

С ПРИБЫЛЬЮ **18864₽**

# Всем привет, дорогие друзья!

Сегодня решили поговорить о вконтакте, и о сливе на омолаживающую маску.

В сфере арбитража сложился миф, что вконтакте банит всю сра-товарку и лить с него трафик нельзя, а только кло@4ить, так вот, это бред и все нужно проверять на себе.

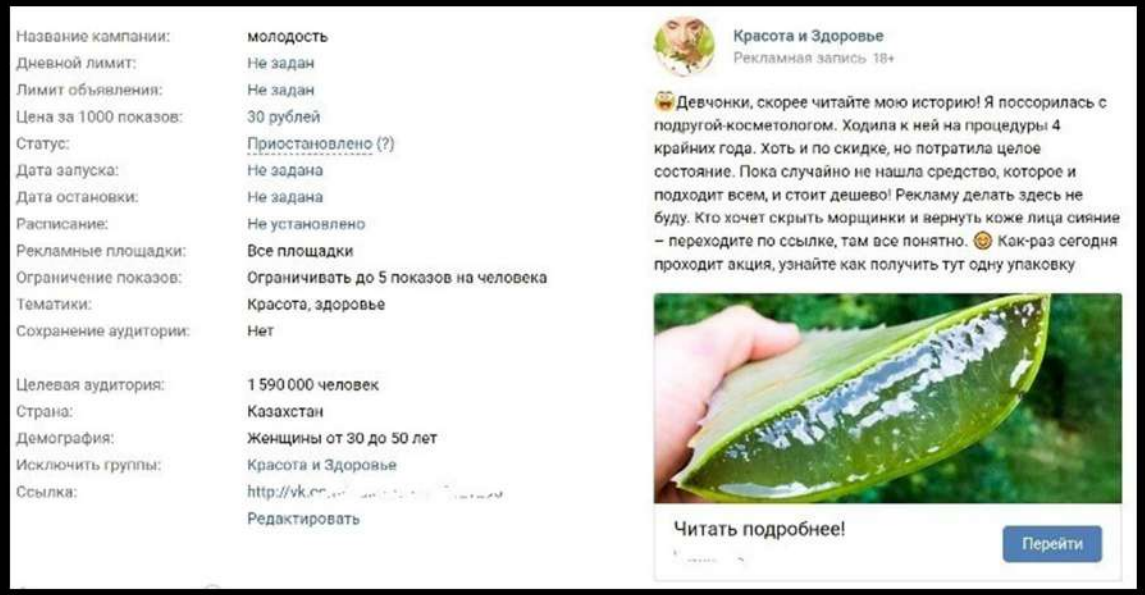
Мне помогла статья, которая описывает все моменты. Рекомендую в свободное время почитать правила социальной сети и действующий закон о рекламе, на которое и делает упор модерация при рассмотрении ваших объявлений и лендингов.

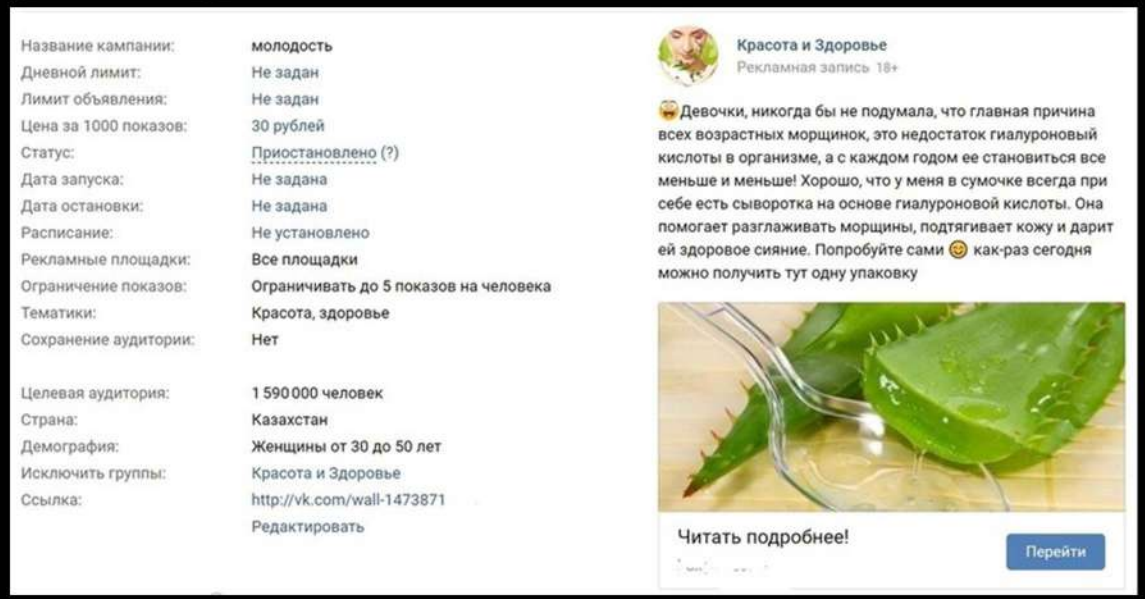
А потом внимательно взгляните на лендинг, который вы пытаетесь пропихнуть на модерацию, и все станет на свои места.

За основу мы взяли основной лендинг оффера, (он более-менее подходил по правилам) и перенесли себе на сервер, подключив передачу заявок под API, удалив с него блок с отзывом врача, и отзывами потребителей.

Вот рекламные креативы, которые использовались в работе и с которых было слито 98% всего трафика.

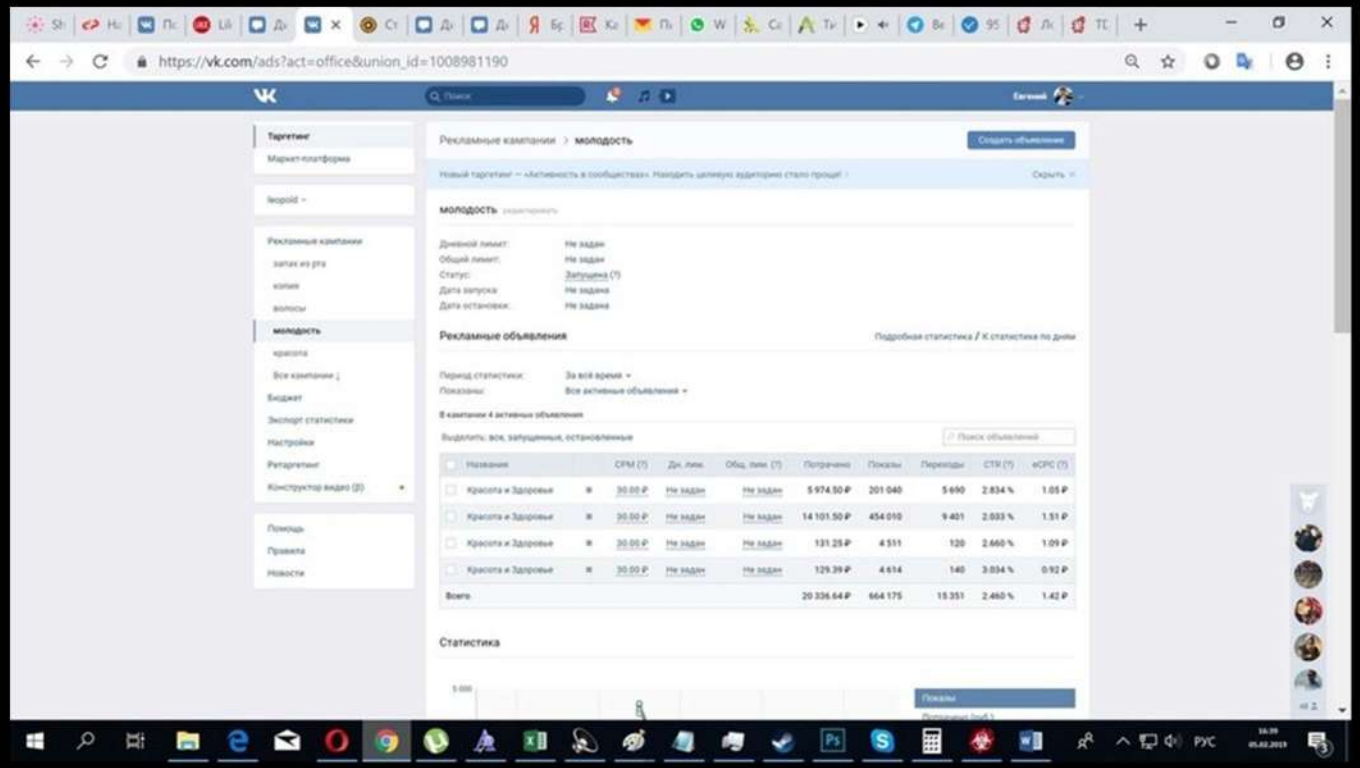
**PS: Модерацию креативы прошли с 1 раза) Видимо наши старания прошли не зря.**



Трафик с объявлений шел на прямую, прелендинги не использовались с целью избежать блокировки рекламного кабинета. Кампании откручивались с 09:00 утра и по 23:00 времени и на ночь останавливалась (в это время ctr сильно проседал, а стоимость клика возрастала, так-как оплачивали мы за показы). Спустя 10 дней охват объявлений стал резко проседать, что сказалось как и на количестве трафика и его стоимости, было решено остановить кампанию.

## Общая статистика по затратам:




## Статистика профита в Партнерке:

| | Трафик | | | Коэффициенты | | Конверсии | | | | | | Финансы | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Оффер | Уники | Хиты | ТБ | CR | EPC | Всего | Принято | | Ожидает | Отклонено | | Треш | Принято | Ожидает | Отклонено |
| SILK - Омолаживающее мицеллярное масло... | 102 | 106 | 2 | 49,5% 1:2 | 373,77 | 256 | 56 | 22% | 9 | 191 | 25 | 31 | 39 200 ₽ | 5400 ₽ | 133 700₽ |

Как видите, wow — офферы можно и отливать вконтакте, если поработать головой.

**Всем спасибо.**

**Казино:** Pin-Up

**Партнерка:** Pin-Up.Partners

**Источник:** AdBTC.top

**Расход:** 77,16 USD

**Регистраций:** 3922

**Первых депозитов:** 35

**Доход:** 314,29 USD

**Профит:** 296,74 USD

**ROI:** 307%

# СЛИВАЕМ НА PIN-UP CASINO С ADBTC С ROI 307%

# Моя экспериментальная лаборатория начинает вещание.

Я люблю экспериментировать, искать и тестировать необычные источники трафика. Выделяю небольшие суммы, и сморю на получаемые результат. Иногда это дает некоторую выгоду но в большинстве случаев, это просто слив в никуда.

Сегодня я хочу коснуться источника, который меня реально удивил своим результатом. Конечно он не принес тысяч долларов, но и затраты туда были минимальны.

## Пролог

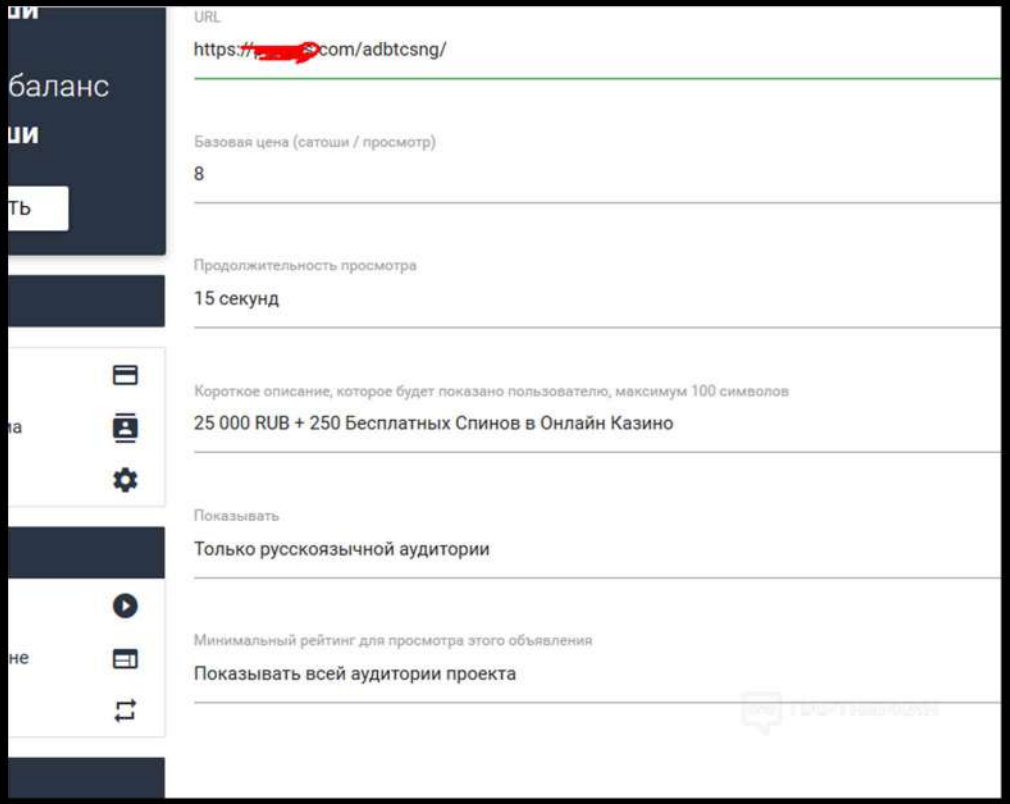
Пару лет назад я интересовался криптой, ICO и прочей блокчей индустрией. И в то время сливал трафик на криптохалявщиков, с своеобразной системы активной рекламы, платящей сатоши за просмотр сайтов. Тоисть человек просмотрел твой сайт, получил награду. В отличие от стандартных буксов и CAP сетей, которые пруд пруди в рунете, криптовалютный давал результаты.

Время от времени я не только размещал там рекламу, но и просматривал ее(не заработка ради, а, мониторинга трендов для), и заметил, что там отсутствует обычное казино. Подумал, непорядок, и решил исправить этот недочет.

## Кейс

Старт эксперимента начался с добавления рекламы, как это сделать сейчас расскажу, так, как с первого раза прийдеться потратить время, что-бы это понять. В разделе «реклама» - «серфинг сайтов» есть кнопка «Создать новую рекламную компанию». Там все просто, вводим ссылку, цену в сатоши(1 Биткоин = 100 000 000 сатоши), минимальная, на текущий момент, 18 сатоши(когда я создавал рекламу было 8).

Далее создаем привлекательный заголовок, который заставит посмотреть вашу ссылку, а не открыть ее, и сразу вернуться на страницу сайта. И самый главный момент, это выбрать «показывать только русскоязычной аудитории». Дело в том, что география этого проекта очень обширна, англоязычные пользователи могут быть с Европы, Африки, Азии и... Да с откуда угодно, страну к сожалению выбирать нельзя. Вот пример настройки моей компании.




Как можем видеть из скриншета, Украина вторая страна по конверсии с данного источника, и упускать ее не стоит.

Второй, важный фактор, у казино должен быть привлекающий лендинг с простой регистрацией. Мой выбор пал на Пин Ап казино. Они принимают Украину, у них есть лендинг колесо, который на всех видах траифка показывает хорошие результаты.

Не смотря на то, что баланс и оплата кликов идет в сатоши, пополнять adbtc можно с PAYEER, по текущему курсу биткоина. Лично я именно так вводил деньги в систему.

Теперь переходим к самому главному, выбору на какое именно казино лить. Почему главному? Дело в том, что я уже говорил, здесь нет таргета по ГЕО, только по языку кабинета пользователя. А это значит, что наша ссылка будет показываться всем жителям СНГ. А, здесь мы натыкаемся на проблему с тем, что большинство казино не принимают Украину. А это означает, что часть трафика будет идти в трубу(да можно заморочиться с трекерами и прочим, но я решил не париться).

| Оффер | Geo | Поток | Субаккаунт | Визиты | Уники | Регистрации | Первые депозиты | Повторные депозиты | Сумма ставок | Сумма выигрыша | Сумма депозитов | Сумма выводов | CPA | Revenue Share | Hybrid событи |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Все | RU | Все | Все | 96419 | 95921 | 1083 | 21 | 31 | 3345.73 | 2952.63 | 446.88 | 51.85 | 0.00 | 153.85 | 0.00 |
| Все | UA | Все | Все | 55744 | 55475 | 857 | 9 | 16 | 1397.27 | 1208.75 | 441.62 | 251.56 | 0.00 | 62.88 | 0.00 |
| Все | BY | Все | Все | 7075 | 7037 | 110 | 1 | 1 | 2.27 | 3.02 | 3.86 | 4.57 | 0.00 | -0.53 | 0.00 |
| Все | KZ | Все | Все | 5288 | 5257 | 101 | 1 | 0 | 7.60 | 0.00 | 7.60 | 0.00 | 0.00 | 3.05 | 0.00 |
| Все | MD | Все | Все | 1996 | 1989 | 38 | 0 | 0 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Все | GE | Все | Все | 1297 | 1289 | 35 | 0 | 0 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Все | AZ | Все | Все | 1146 | 1139 | 26 | 0 | 0 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Все | | Все | Все | 1078 | 1065 | 11 | 0 | 0 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Все | AM | Все | Все | 893 | 883 | 19 | 0 | 0 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Все | DE | Все | Все | 876 | 867 | 14 | 0 | 0 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Все | LT | Все | Все | 791 | 788 | 21 | 0 | 0 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |

Запустил рекламу еще до нового года, тогда биткоин стоил около 6000 долларов. Стоимость 1 показа зависит от стоимости криптовалюты, именно поэтому у меня сейчас один клик выходит 8 сатошей. Сейчас за 1 биткоин дают 4000 долларов, соответственно 1 лики стоит 18 сатошей(да не совсем логично, но так решают владельцы системы).

Сливал я не планомерно, закинул немного, открутило, смотрю на результат, так набегами, постепенно я слил 2502 регистрации на русскоязычную аудиторию и 1420 на англоязычную, и получил вот такие результаты.

| Geo | Поток | Субаккаунт | Визиты | Уники | Регистрации | Первые депозиты | Повторные депозиты | Сумма ставок | Сумма выигрыша | Сумма депозитов | Сумма выводов | CPA | Revenue Share | Hybrid 1 событие |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Все | adbtcsng | Все | 184722 | 183682 | 2502 | 32 | 48 | 4752.87 | 4164.40 | 899.96 | 307.98 | 0.00 | 219.25 | 0.00 |
| Все | adbteng | Все | 35865 | 35556 | 1420 | 3 | 7 | 1749.13 | 1509.42 | 239.07 | 0.00 | 0.00 | 95.04 | 0.00 |

| Geo | Поток | Субаккаунт | Визиты | Уники | Регистрации | Первые депозиты | Повторные депозиты | Сумма ставок | Сумма выигрыша | Сумма депозитов | Сумма выводов | CPA | Revenue Share | Hybrid 1 событие | Hybrid событ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| IR | Все | Все | 2196 | 2161 | 202 | 1 | 0 | 12.58 | 2.58 | 10.00 | 0.00 | 0.00 | 3.10 | 0.00 | |
| PL | Все | Все | 745 | 743 | 11 | 1 | 7 | 1530.31 | 1413.55 | 116.00 | 0.00 | 0.00 | 46.76 | 0.00 | |
| DE | Все | Все | 595 | 592 | 12 | 1 | 0 | 206.24 | 93.29 | 113.07 | 0.00 | 0.00 | 45.18 | 0.00 | |
| VE | Все | Все | 3304 | 3260 | 82 | 0 | 0 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | |
| TH | Все | Все | 2320 | 2301 | 51 | 0 | 0 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | |
| | Все | Все | 2026 | 2006 | 10 | 0 | 0 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | |
| BR | Все | Все | 1860 | 1855 | 77 | 0 | 0 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | |
| ID | Все | Все | 1751 | 1743 | 105 | 0 | 0 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | |
| TR | Все | Все | 1663 | 1651 | 45 | 0 | 0 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | |
| US | Все | Все | 1244 | 1229 | 19 | 0 | 0 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | |

В англоязычном сливе было меньше депозитов, думаю, это связано с платежками в разных странах. Вот такой результат вышел по странам которые вносили депозит.

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| https:// [redacted] .com/adbtcsng/ | 3 | 8 | 0 (0) | 184940 | Не отображается: Пополните баланс объявления |

Далее рассмотрим англоязычную аудиторию. Здесь у меня ставка 12 сатоши и 36 307 кликов, не буду повторять расчеты формул, и так все понятно. Вышло 17.55 долларов, а заработано 95.04 , тоисть чистая прибыль 77.49.

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| https:// [redacted] .com/adbteng/ | 9 | 12 | 0 (0) | 36307 | На паузе |

Как видим, простой эксперимент на нетривиальном источнике, Пин Ап, принес мне 237 долларов чистой прибыли.
Моя экспериментальная лаборатория завершает вещание, и продолжает экспериментировать с такими источниками, на которые большинство из вас даже не знает.

АРБИТРАЖ ТРАФИКА CONVERSION

33 ТОП ЛУЧШИХ КЕЙСОВ 2019 ГОДА

ЗА МЕСЯЦ

# ЛЬЁМ С TELEGRAM НА GAMBLING VULCAN CLUB

# 300000₽

ПОДПИСАТЬСЯ НА НАС В СОЦСЕТЯХ

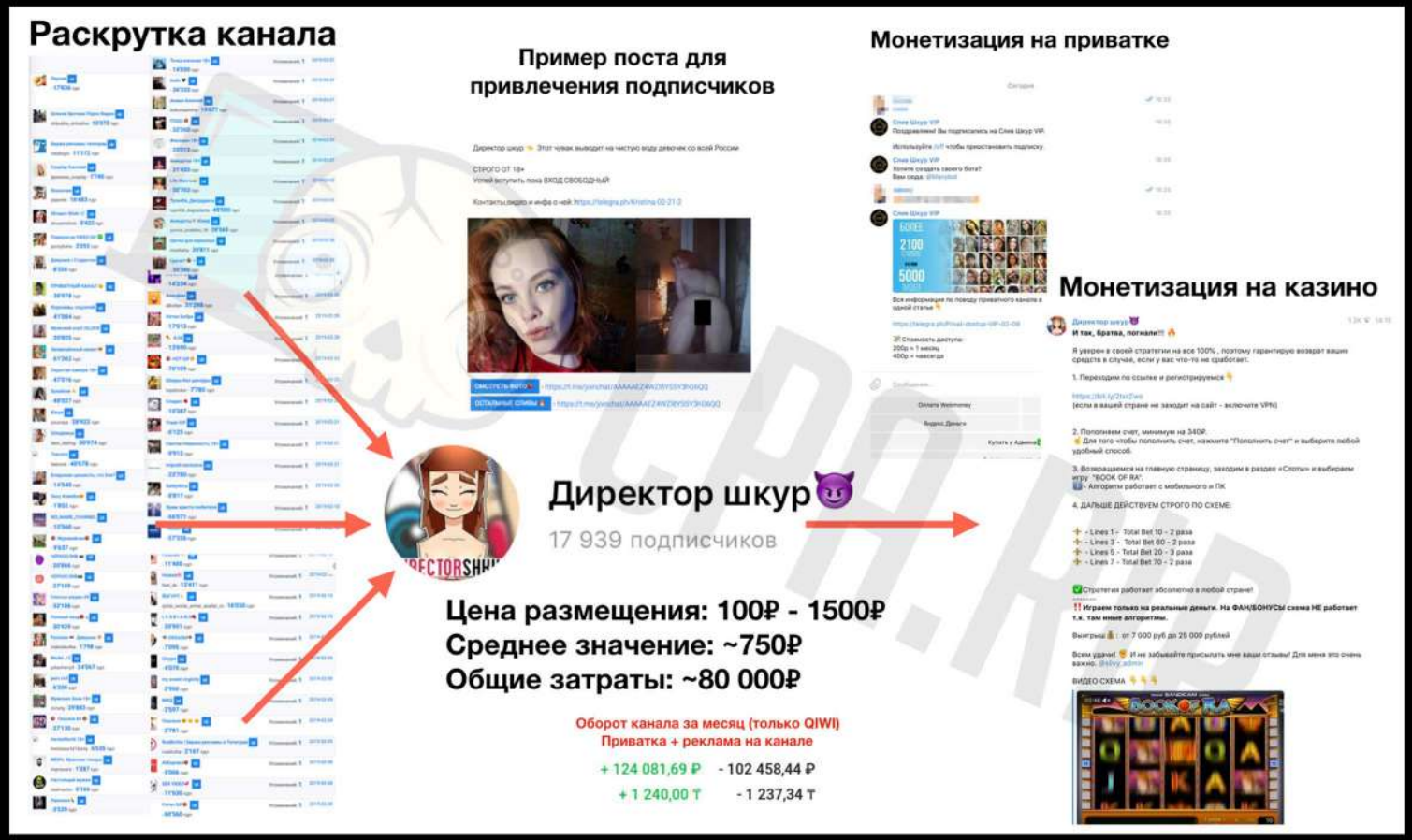
CONVERSION
АРБИТРАЖ & МАРКЕТИНГ

Привет! Сегодня поговорим про слив трафика из Telegram-каналов на схемы обыгрыша казино Vulcan Club. Подход который я вам сегодня покажу работает, по нему отливают прямо сейчас, на момент написания статьи.

## Общая схема работы

И так, вся схема выглядит следующим образом. Создаем канал в Telegram с «частными фотками шкур», закупаем на него трафик в других каналах. Подобного контента много, найти его не составит труда. В процессе заливки на канал подписчиков продаем доступ в «приватку» с «приватными» фотками и видео шкур, через бота. В итоге весь рекламный бюджет у нас отбивается за счет приватки + сами продаем рекламу на канале. Дальше подключаем монетизацию на Gambling. Ссылка на канал из этого кейса в конце статьи.

**Общая схема работы:**






CONVERSION
АРБИТРАЖ & МАРКЕТИНГ

# Раскачиваем Telegram-канал



| | |
|---|---|
| 2019-02-08 20:01:03 | Упоминание в **Porno GIF** - 60'560 пдп. |
| 2019-02-08 20:01:03 | Упоминание в **PornoTP** - 13'940 пдп. |
| 2019-02-08 20:01:03 | Упоминание в **AliExpress** - 5'006 пдп. |
| 2019-02-08 20:01:03 | Упоминание в **Sweet SEX** - 25'771 пдп. |
| 2019-02-08 20:01:03 | Упоминание в **SEX VIDEO** - 11'630 пдп. |
| 2019-02-08 20:01:02 | Упоминание в **SEXUAL CHANNEL** - 12'443 пдп. |
| 2019-02-08 18:42:49 | Упоминание в **L O V E R S** - 13'144 пдп. |
| 2019-02-08 17:19:45 | Упоминание в **Школьницы** - 4'742 пдп. |
| 2019-02-08 14:30:18 | Упоминание в **Девушки \| Студентки** - 8'336 пдп. |
| 2019-02-08 12:41:21 | Упоминание в **Японочки** - 16'483 пдп. (~**300** руб.) |
| 2019-02-08 12:40:32 | Упоминание в **Cosplay Косплей** - 1'740 пдп. |
| 2019-02-08 12:39:52 | Упоминание в **Шкодница** - 30'974 пдп. |
| 2019-02-08 12:39:39 | Упоминание в **Юная** - 28'922 пдп. (~**280** руб.) |
| 2019-02-08 12:39:32 | Упоминание в **Teecore** - 40'678 пдп. |
| 2019-02-07 22:50:17 | Упоминание в **NO_NAME_CHANNEL** - 10'560 пдп. |
| 2019-02-07 22:39:40 | Упоминание в **Slivaem Slivki** - 5'422 пдп. |
| 2019-02-07 22:39:08 | Упоминание в **Порнуха-ха ViDEO-GiF** - 3'292 пдп. |
| 2019-02-07 20:01:17 | Упоминание в **Cosplay Косплей** - 1'740 пдп. |
| 2019-02-07 20:01:17 | Упоминание в **Японочки** - 16'483 пдп. (~**300** руб.) |
| 2019-02-07 20:00:54 | Упоминание в **NO_NAME_CHANNEL** - 10'560 пдп. |
| 2019-02-07 13:15:07 | Упоминание в **Slivaem Slivki** - 5'422 пдп. |
| 2019-02-07 13:14:44 | Упоминание в **Порнуха-ха ViDEO-GiF** - 3'292 пдп. |
| 2019-02-06 21:40:59 | Упоминание в **Девочки Periscope** - 1'667 пдп. |
| 2019-02-06 20:08:32 | Упоминание в **ДРОЧЬ** - 1'404 пдп. |

Создали канал, сделали на нем 3-5 постов, уже можно продвигать. С самого начала берем мощный старт, тут прийдется немного вложиться в рекламу.

Пример первого закупа рекламы, покупка стартовала 06.02.2019. Смотрим самый низ скрина:

## Первая волна покупки рекламы дала 4 701 подписчиков:

| | | |
|---|---|---|
| 2019-02-11 04:59:00 | 4'701 | ? |
| 2019-02-10 17:15:03 | | Упоминание в **MEN's: Мужские товары** - 1'287 пдп. (~**100** руб.) |
| 2019-02-10 17:15:03 | | Упоминание в **Настоящий мужик** - 6'166 пдп. (~**150** руб.) |
| 2019-02-10 12:44:30 | | Упоминание в **Лампово** - 3'539 пдп. |
| 2019-02-10 12:44:28 | | Упоминание в **Пошлая** - 11'400 пдп. |
| 2019-02-10 12:15:10 | | Упоминание в **Sexy Koketka** - 1'852 пдп. |
| 2019-02-10 12:13:42 | | Упоминание в **Девушки \| Студентки** - 8'336 пдп. |
| 2019-02-10 12:13:05 | | Упоминание в **Ножки** - 12'411 пдп. |
| 2019-02-10 12:12:45 | | Упоминание в **ЙОГУРТ** - 16'030 пдп. |
| 2019-02-10 12:12:24 | | Упоминание в **L E S B I A N S** - 20'951 пдп. |
| 2019-02-10 10:00:23 | | Упоминание в **Блядская ценность, что бля?** - 14'540 пдп. (~**350** руб.) |
| 2019-02-10 01:41:19 | | Упоминание в **ORGASM** - 7'095 пдп. |
| 2019-02-09 22:00:06 | | Упоминание в **Шкура** - 4'070 пдп. |
| 2019-02-09 22:00:02 | | Упоминание в **МИД** - 2'597 пдп. |
| 2019-02-09 22:00:02 | | Упоминание в **my sweet virginity** - 2'950 пдп. |
| 2019-02-09 21:00:11 | | Упоминание в **Пошлые** - 2'781 пдп. |
| 2019-02-09 19:07:50 | | Упоминание в **Биржа рекламы телеграм** - 11'172 пдп. |
| 2019-02-09 18:00:51 | | Упоминание в **RusBirzha \| Биржа рекламы в Телеграм** - 2'167 пдп. |
| 2019-02-08 20:01:03 | | Упоминание в **Video 18+** - 1 пдп. |
| 2019-02-08 20:01:03 | | Упоминание в **Vulgar VIDEO** - 47'148 пдп. |
| 2019-02-08 20:01:03 | | Упоминание в **Pornogram** - 47'882 пдп. |
| 2019-02-08 20:01:03 | | Упоминание в **Sex GiF** - 33'153 пдп. |
| 2019-02-08 20:01:03 | | Упоминание в **SEX** - 13'221 пдп. |
| 2019-02-08 20:01:03 | | Упоминание в **SEX Girls** - 12'708 пдп. |

Всего на рекламу канала за месяц автор потратил около 80 000 рублей. Сделано около 122 рекламных публикаций. Полный список рекламных размещений вы сможете найти в Telemetr.

## Размещались подобными посты:

Этот чувак выводит на чистую воду самых годных девочек со всей России и вот его канал 👉 Директор шкур

СТРОГО ОТ 18+
Успей вступить пока ВХОД СВОБОДНЫЙ

Инфа о ней: https://telegra.ph/Kristina-02-21-2

СМОТРЕТЬ ФОТО - https://t.me/joinchat/AAAAAEZ4WZl8YS5Y3hG6QQ

ОСТАЛЬНЫЕ СЛИВЫ 🔥 - https://t.me/joinchat/AAAAAEZ4WZl8YS5Y3hG6QQ

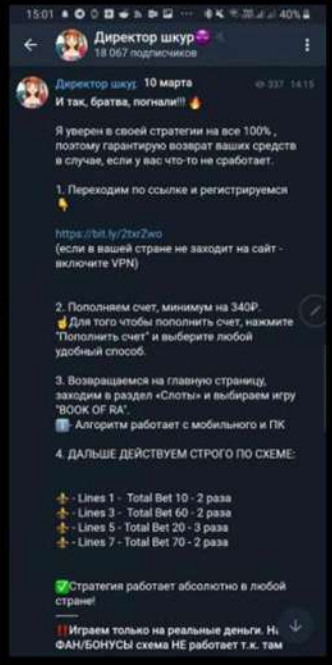
# Гемблинг

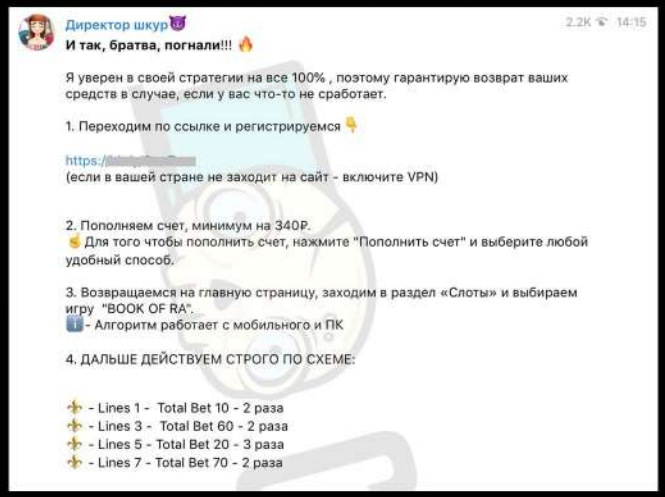
Когда набрали нужное количество аудитории, начинаем сливать на схемы и собирать все сливки.
Автор льет на Vulcan Club, ставка 2 000₽ за депозит. Оффер есть в Альфе, ID 1164.

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1164 | | Vulcan Club \| CPA [RU+CIS] Схемы обмана казино<br>Запросить доступ | 2000 rub<br>Deposit | RU<br>TJ<br>KG<br>... | Gambling |

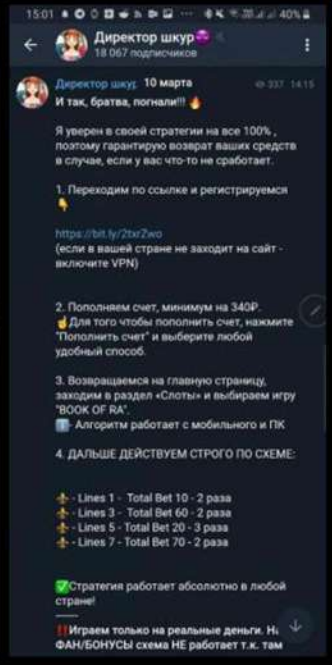
Слив на гемблинг на канале начался только сегодня (10.03.2019), по этому точной статистики пока не будет, но статка жарит. Пройдемся по методу слива.

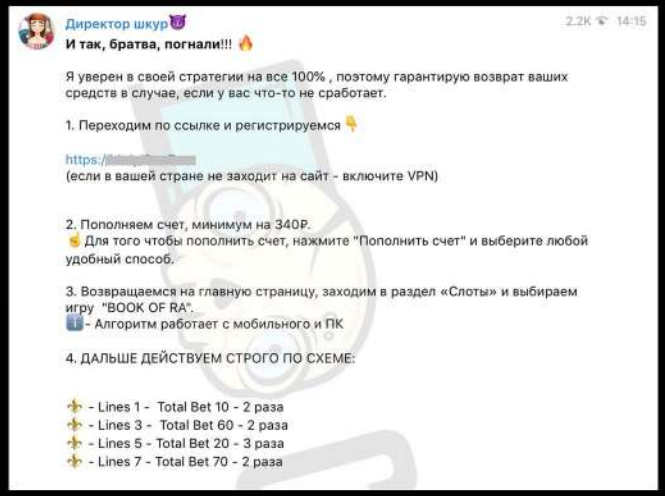
Заранее начинаем подогревать аудиторию, за день/два до слива. Можете заранее подготовить фейковые переписки :)





В тот день когда мы пообещали спалить схему, мы палим схему, пост выглядит так.





В тот день когда мы пообещали спалить схему, мы палим схему, пост выглядит так.

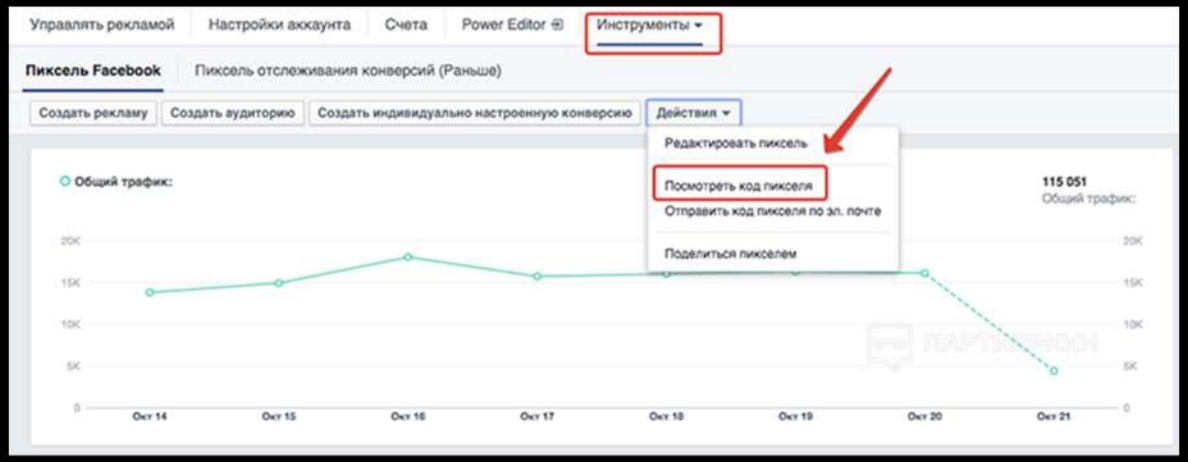
# ЗА 4 МЕСЯЦА

## В СВЯЗКЕ FACEBOOK
## + ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН НА SHOPIFY

# 18700$

На Партнеркине опубликованы множество кейсов по сливу трафика с Facebook на разные офферы и сайты с монетизацией Google AdSense. Но данный кейс отличается от них тщательной работой с трафиком для интернет-магазина на Shopify. Кейс представлен вебмастером Лукасом Ли-Тайсоном. За 4 месяца рекламной кампании с Facebook Ads Лукасу удалось заработать $18 700.

Самым первым его шагом стала установка пикселя Facebook в интернет-магазин. Пиксель Facebook — это фрагмент кода, который позволяет отслеживать и определять, когда посетители веб-сайта предпринимают определенные важные действия на веб-сайте (например, просмотр товара, добавление товара в корзину, покупка товара и т.д.).

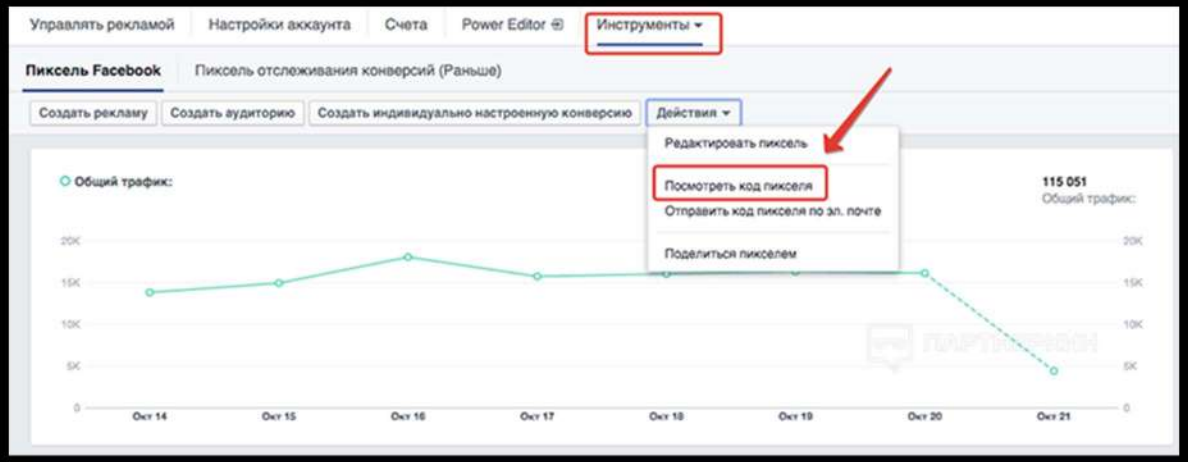



Большинство распространенных платформ электронной коммерции (Shopify, WooCommerce и т.д.) имеют встроенные интеграции, облегчающие и упрощающие установку пикселя. Кампании в Facebook работают, предлагая нам сначала выбрать «цель рекламы». Это действие, которое должны совершить люди, видящие ваше объявление.

В нашем случае — купить товар. Выбранная вами цель конверсии невероятно важна, поскольку алгоритм Facebook будет со временем пытаться учиться и приспосабливаться, чтобы найти людей, которые с наибольшей вероятностью совершат покупку.

На Партнеркине опубликованы множество кейсов по сливу трафика с Facebook на разные офферы и сайты с монетизацией Google AdSense. Но данный кейс отличается от них тщательной работой с трафиком для интернет-магазина на Shopify. Кейс представлен вебмастером Лукасом Ли-Тайсоном. За 4 месяца рекламной кампании с Facebook Ads Лукасу удалось заработать $18 700.

Самым первым его шагом стала установка пикселя Facebook в интернет-магазин. Пиксель Facebook — это фрагмент кода, который позволяет отслеживать и определять, когда посетители веб-сайта предпринимают определенные важные действия на веб-сайте (например, просмотр товара, добавление товара в корзину, покупка товара и т.д.).




Большинство распространенных платформ электронной коммерции (Shopify, WooCommerce и т.д.) имеют встроенные интеграции, облегчающие и упрощающие установку пикселя. Кампании в Facebook работают, предлагая нам сначала выбрать «цель рекламы». Это действие, которое должны совершить люди, видящие ваше объявление.

В нашем случае — купить товар. Выбранная вами цель конверсии невероятно важна, поскольку алгоритм Facebook будет со временем пытаться учиться и приспосабливаться, чтобы найти людей, которые с наибольшей вероятностью совершат покупку.

# Ретаргетинг

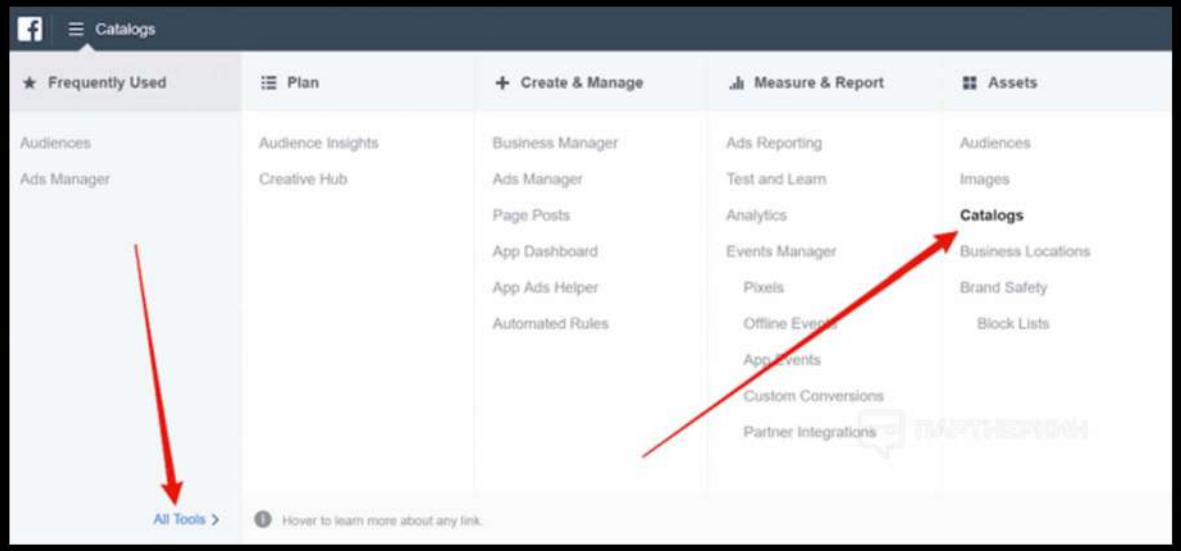
Ретаргетинг, также иногда называемый ремаркетингом, призван привлечь людей, которые каким-то образом уже взаимодействовали с вами / вашим бизнесом. Ретаргетинг станет вашим основным драйвером стабильной рентабельности, потому, что в 5-10 раз легче заставить кого-либо купить / выполнить желаемое действие, если у него есть история, связанная с вами или вашим бизнесом.

Некоторые распространенные события ретаргетинга:

- Просмотр лендинга, но не регистрация
- Добавил товар в корзину, но не купил (оставленная корзина)
- Просматривал определенный процент одного из ваших видео на Facebook / Instagram
- Следит за вами в Instagram или Facebook
- Прокрутил вниз определенный процент на лендинге (да, это также возможно)

В этой конкретной кампании Лукас использовал ретаргетинг, чтобы показывать рекламу пользователям, которые добавили товар в корзину и не купили его, либо просмотрели определенный товар, но также его не купили.

Использование динамической рекламы товаров Facebook позволило Лукасу показывать нужные товары указанной категории пользователей. Чтобы настроить это, он создал так называемый «каталог» в Facebook. По сути, это дает Facebook доступ ко всем данным магазина, чтобы Facebook мог динамически отображать их нужным пользователям. С Shopify все просто — можно использовать плагин Flexify, который создает файл .csv для каждого продукта в магазине и затем импортировать его.




Реклама по ретаргетингу была простой. Пользователям предложили купон на скидку 20%, чтобы поощрить их совершать покупки, что сработало довольно хорошо. Ретаргетинг данной кампании принес доход в $13 127,57 при ROI в 1443%.

## Продажи предыдущим покупателям / кросс-продажи

Ваши предыдущие клиенты — самая большая золотая жила для вашего бизнеса, которую вы, вероятно, не используете. Подумайте об этом: это люди, которые уже прошли через процесс покупки чего-то у вас. Все, что вам нужно сделать, это показать им другие продукты / услуги, которые могут их заинтересовать.

Например, самые продаваемые товары или услуги. Точно так же, как и ретаргетинг, эти кампании являются мощной движущей силой рентабельности инвестиций, если все сделано правильно.

View Setup | Columns: Custom | Breakdo

| Website Purchase ROAS (Return | CPM (Cost per 1,000 Impressions) | CPC (Cost per Link Click) | Purchases Conversion Value | Mobile App Purchases Conversion | Website Purchases Conversion |
|---|---|---|---|---|---|
| 17.14 | $13.43 | $0.61 | $3,387.64 | $0.00 | $3,387.64 |
| 12.24 | $15.46 | $0.61 | $5,336.87 | $0.00 | $5,336.87 |
| — | — | — | $0.00 | $0.00 | $0.00 |
| — | — | — | $0.00 | $0.00 | $0.00 |
| 12.87 | $13.32 | $1.04 | $241.00 | $0.00 | $241.00 |
| 16.19 | $9.81 | $0.73 | $4,162.07 | $0.00 | $4,162.07 |
| **14.43** Average | **$12.89** Per 1,000 Im... | **$0.64** Per Action | **$13,127.58** Total | **$0.00** Total | **$13,127.58** Total |

Если вы продаете только один продукт / услугу, самый простой способ повторно продать — предложить партнерские продукты. С этой сверхпростой стратегией, рекламная кампания Лукаса принесла доход в размере $732,30 при ROI в 451%.

View Setup | Columns: Custom | Breakdo

| Website Purchase ROAS (Return | CPM (Cost per 1,000 Impressions) | CPC (Cost per Link Click) | Purchases Conversion Value | Mobile App Purchases Conversion | Website Purchases Conversion |
|---|---|---|---|---|---|
| 4.93 | $16.63 | $1.99 | $314.30 | $0.00 | $314.30 |
| 3.91 | $12.70 | $4.25 | $249.00 | $0.00 | $249.00 |
| 4.82 | $10.70 | $2.34 | $169.00 | $0.00 | $169.00 |
| **4.51** Average | **$13.40** Per 1,000 Im... | **$2.62** Per Action | **$732.30** Total | **$0.00** Total | **$732.30** Total |

## Лукас сделал это двумя способами:

- Создал список всех своих клиентов с высокой средней стоимостью заказа (AOV). В то время как большинство продуктов стоили от $6 до $8, высоким AOV было определено $20.
- Создал список всех постоянных клиентов. Это были люди, которые совершили 2 или более покупок за последние 6 месяцев.

## Поиск новых клиентов

Поиск новых клиентов означает поиск новых людей для взаимодействия с вашим бизнесом. Это может быть в форме получения новых подписчиков для рассылки, совершения новых покупок, посетителей вебинаров и т.д.

Лучший способ найти новых пользователей, потенциальных клиентов — использовать Lookalike аудитории. Данный алгоритм ищет общие черты и пытается найти людей, похожих на ваших клиентов. Наиболее эффективный метод создания рекламы в Facebook для новых клиентов — это создание как можно большего списка ваших предыдущих покупателей и размещение его в Facebook. Лукас сегментировал существующие данные пользователей / клиентов и выяснил, кто является его лучшими клиентами. По сути, он сказал Facebook: «найди мне больше моих лучших клиентов, а не только средних».

В первый список попали около 1900 человек, а во второй — около 1100 человек. Разумеется, для новых небольших интернет-магазинов нет смысла сегментировать аудиторию, пока они не соберут больше данных.

Отбор «лучших» клиентов позволил Лукасу добиться более рентабельных покупок и более высокую стоимость заказа, что привело к повышению ROI. Важно понимать, что ROI при поиске новых клиентов по своей сути будет хуже, чем от ретаргетинга и продаж предыдущим покупателям. Привлечение кого-то, кто никогда не слышал о вас или вашем продукте, а тем более продать ему что-либо, крайне сложно.

Лукас говорит, что самыми лучшими креативами в привлечении новых покупателей среди Lookalike аудиторий были простые видео в формате слайд-шоу, составленное из изображений продуктов, загруженных в Facebook. Использование Lookalike аудиторий принесло доход в размере $4860,07 при ROI в 274%.

View Setup | Columns: Custom | Breakdow

| Website Purchase ROAS (Return | CPM (Cost per 1,000 Impressions) | CPC (Cost per Link Click) | Purchases Conversion Value | Mobile App Purchases Conversion | Website Purchases Conversion |
|---|---|---|---|---|---|
| 2.03 | $5.26 | $0.44 | $290.80 | $0.00 | $290.80 |
| 2.86 | $7.02 | $0.62 | $4,182.71 | $0.00 | $4,182.71 |
| 2.35 | $7.08 | $0.28 | $386.56 | $0.00 | $386.56 |
| — | — | — | $0.00 | $0.00 | $0.00 |
| — | — | — | $0.00 | $0.00 | $0.00 |
| — | — | — | $0.00 | $0.00 | $0.00 |
| — | — | — | $0.00 | $0.00 | $0.00 |
| — | — | — | $0.00 | $0.00 | $0.00 |
| **2.74** Average | **$6.84** Per 1,000 Im... | **$0.54** Per Action | **$4,860.07** Total | **$0.00** Total | **$4,860.07** Total |

*В итоге, как было сказано вначале, общий доход интернет-магазина за 4 месяца составил $18 700. Как утверждает Лукас, данную простую стратегию можно использовать в любом сегменте e-commerce независимо от бюджета, размера бизнеса, бизнес-модели или отрасли.*

АРБИТРАЖ ТРАФИКА CONVERSION АРБИТРАЖ & МАРКЕТИНГ

# ТОП 33 ЛУЧШИХ КЕЙСОВ 2019 ГОДА

## БЛАГОДАРИМ НАШИХ КОЛЛЕГ ИЗ

**PARTNERKIN.COM** **CPA.RIP** **CPA.SALON**

И ДРУГИХ РЕСУРСОВ ЗА ПРЕДОСТАВЛЕННЫЕ КЕЙСЫ

**ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ НА CONVERSION**
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ:

vk.com/conversion_im

facebook.com/conversionim/

https://www.youtube.com/channel/UCw5s9QEBa1HNo4slULvJSXA/?sub_confirmation=1

t.me/conversionim