

advertiser

Οδηγός δημιουργίας καμπάνιας **Native**

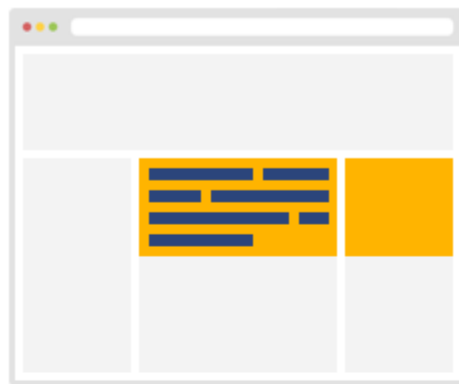
Εισαγωγή:

Η native διαφήμιση είναι διαφήμιση που ενσωματώνεται και προσαρμόζεται στην ιστοσελίδα με τέτοιο τρόπο χωρίς να διαφοροποιείται από το υπόλοιπο υλικό ως προς το περιεχόμενό του, τη μορφή του και την τοποθέτησή του, ώστε να μην αποσπά την προσοχή του χρήστη. Αποτελεί έναν αποτελεσματικό τρόπο προσέγγισης ενός ευρύτερου κοινού, ενίσχυση του engagement και αύξηση της αναγνωσιμότητας της επωνυμίας. Οι native διαφημίσεις προσελκύουν περισσότερο το ενδιαφέρον των επισκεπτών σε σχέση με τα banner.

Γιατί να επιλέξετε **Native**;

- Οι native διαφημίσεις λαμβάνουν μεγαλύτερη προσοχή από τις διαφημίσεις banner.
- Οι περιγραφικοί τίτλοι/κείμενα μπορούν να βελτιώσουν την φήμη της μάρκας.
- Δυνατότητα προσθήκης λογότυπου και εικόνας στις διαφημίσεις σας.
- Λιγότερο ενοχλητική από την παραδοσιακή διαφήμιση display.

Επιλέξτε τη παρακάτω επιλογή για να δημιουργήσετε καμπάνια **Native**:



Native

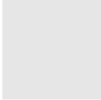


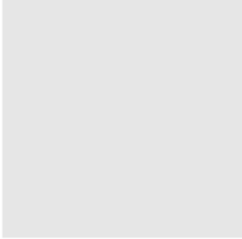



Διαφήμιση μέσα στο περιεχόμενο ιστοσελίδας.
2+ δις ημερήσιο διαφημιστικό απόθεμα.

**Ενίσχυση του engagement και αύξηση
μετατροπών με υψηλά CTR.**

Αποκτήστε Native Traffic

advertiser

Βασικές ρυθμίσεις:

URL προορισμού*	<input type="text" value="Εισάγετε URL για να στείλετε επισκεψιμότητα"/>
	<input type="checkbox"/> Σύνδεση με Google Analytics
	Κάντε κλικ εδώ για να δείτε τις διαθέσιμες μακροεντολές.
	<button>Δημιουργία από URL</button>
Κουμπί ενέργειας	<input type="text" value="Διαβάστε περισσότερα"/>
Προεπισκόπηση διαφήμισης	<div><div>Όνομασία Χορηγούμενη </div><div>Τίτλος διαφήμισης </div><div> </div><div>Κείμενο διαφήμισης  </div></div>
	<button>Προσθήκη επιπλέον διαφήμισης</button> <button>Προσθήκη πολλαπλών διαφημίσεων</button>

1. Εισάγετε τη **Διεύθυνση (URL) προορισμού** της ιστοσελίδας που θέλετε να διαφημίσετε.
2. Προσθέστε τον **κώδικα παρακολούθησης του Google Analytics**.
Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε διαθέσιμες μακροεντολές για να εμφανίσετε δεδομένα στα analytics.
3. Επιλέξτε **Κουμπί ενέργειας**.
4. Προσθέστε το **όνομα** και το **λογότυπό** σας.
5. Εισαγάγετε τον **τίτλο**.
6. Επιλέξτε μια **εικόνα** που θέλετε να διαφημίσετε.

advertiser

7. Γράψτε την **περιγραφή** για την διαφήμιση / το προϊόν σας.

8. Εισαγάγετε το **domain** της ιστοσελίδα σας.

9. Κάντε κλικ στην επιλογή "**Προσθήκη επιπλέον διαφήμισης**" αν θέλετε να προσθέσετε επιπλέον διαφήμιση.

10. Κάντε κλικ στην επιλογή "**Προσθήκη πολλαπλών διαφημίσεων**", εάν θέλετε να προσθέσετε ταυτόχρονα περισσότερες διαφημίσεις.

Κάντε κλικ για να δείτε τις διαθέσιμες μακροεντολές.

11. Τύπος παρακολούθησης.

Τύπος παρακολούθησης	<input type="radio"/> Κανένας	<input checked="" type="radio"/> Pixel	<input type="radio"/> Εικόνα	<input type="radio"/> Postback
Τιμή μετατροπής	<input type="text" value="0"/>			
Αντιγράψτε τον παρακάτω κώδικα στη σελίδα μετατροπής. Βεβαιωθείτε ότι ο κώδικας είναι πριν το </body>:				
<pre><script src="//rtb.adx1.com/pixels/pixel.js? id=120085&event=conversion&value=0"></script></pre>				

Επιλέξτε μία από τις παρακάτω επιλογές:

- Pixel
- Εικόνα
- Αίτημα Postback

Ακολουθήστε τις οδηγίες που είναι γραμμένες κάτω από κάθε επιλεγμένη επιλογή.

Σημείωση: Το Postback URL σας επιτρέπει να στείλετε τις πληροφορίες σχετικά με τις μετατροπές στις αναφορές του Advertiser. Με αυτό τον τρόπο μπορείτε να παρακολουθήσετε την επιστροφή της επένδυσής σας στη σελίδα αναφορών και να βελτιστοποιήσετε τις καμπάνιες

για να επιτύχετε καλύτερα αποτελέσματα. Μπορείτε να έχετε πρόσβαση στο Postback URL στη σελίδα ρυθμίσεων της καμπάνιας.

Θα μοιάζει με αυτό: http://rtb.adx1.com/log?action=conversion&key={click_id}&price=return_value_USD

Αντικαταστήστε το "return_value_USD" με οποιαδήποτε τιμή θέλετε να χρησιμοποιήσετε για τιμή μετατροπής. Αυτό αργότερα θα αντικατοπτρίζεται στις αναφορές.

advertiser

Μπορείτε να βρείτε περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το postback και πώς να το χρησιμοποιήσετε εδώ: <https://www.quora.com/What-is-a-Postback-URL>

12. Ρυθμίστε το **μέγιστο CPM** (Το ελάχιστο είναι 0.1€).

13. Καταχωρίστε τον **προϋπολογισμό** της καμπάνιας σας. Παρακαλώ σημειώστε ότι το ελάχιστο ημερήσιο όριο είναι 5€. Μπορείτε να ορίσετε τον προϋπολογισμό σε απεριόριστο ή ημερήσια δαπάνη.

14. Επιλέξτε το **“Έναρξη καμπάνιας σήμερα”** ή ορίστε **“Ημερομηνία έναρξης και λήξης”**.

Ημερομηνία έναρξης*	06.09.2017	00:00	
Ημερομηνία λήξης*	06.10.2017	23:59	<input type="checkbox"/> Χωρίς ημερομηνία λήξης

15. Ενεργοποιήστε τη **στόχευση ανά τοποθεσία** και επιλέξτε την χώρα και περιοχή, εάν χρειάζεται.

16. Εισαγάγετε το **όνομα της καμπάνιας** σας.

17. Επιλέξτε την **κατηγορία καμπάνιας** από τη λίστα

Σημείωση: Παρακαλώ λάβετε υπόψη *μη επιτρεπόμενο ή ακατάλληλο περιεχόμενο

Κάντε κλικ στην επιλογή **Δημιουργία καμπάνιας** για να δημιουργήσετε μια νέα καμπάνια.

Μπορείτε επίσης να ενεργοποιήσετε πρόσθετες ρυθμίσεις, κάνοντας κλικ στις **σύνθετες ρυθμίσεις**.

Σύνθετες ρυθμίσεις:

18. Επιλέξτε το **Διαφημιστικά δίκτυα** από τη λίστα ή εκτελέστε την καμπάνια σας σε όλα τα δίκτυα.

19. Επιλέξτε τον **Τύπο αποθέματος**, είτε το **web** είτε το **in-app**.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Όταν ο διαχειριστής εγκρίνει τα δημιουργικά σας σε περιορισμένη λίστα πηγών λόγω του ευαίσθητου περιεχομένου του δημιουργικού / σελίδας προορισμού, σας παρακαλούμε να μην αλλάξετε τη λίστα των πηγών. Εάν θέλετε να λειτουργεί η καμπάνια σας σε όλες τις πηγές, αλλάξτε το διαφημιστικό κείμενο.

advertiser

20. Επιλέξτε τους **κανόνες βελτιστοποίησης** για να ορίσετε κανόνες για το φιλτράρισμα πηγών που δεν ταιριάζουν με τις απαιτήσεις σας και για τη στόχευση μόνο αυτών που έχουν καλή απόδοση.

Οι κανόνες βελτιστοποίησης επιτρέπουν την αυτόματη βελτιστοποίηση της καμπάνιας σας βάσει των κανόνων που εισάγετε.

Πώς να τους χρησιμοποιήσετε:

For [Διαλέξτε επιλογή στόχευσης: site_id, pub_id, domain, placement]
if [επιλέξτε τρόπο μέτρησης: impressions, accepted_clicks, conversions, cpc, cpa, media_cost, roi]
[επιλέξτε τελεστή: <, >, ==] [εισάγετε: int]
in [επιλέξτε χρονική περίοδο: last day, last 7 days, last 30 days]
then [whitelist / blacklist]

Παράδειγμα:

For site_id if cpa > 3 and impressions > 1000 in 3 days then blacklist

For site_id if cpa > 1.5 and accepted_clicks > 100 in one week then blacklist

21. Επιλέξτε τη **Συχνότητα πηγών**, για να ελέγξετε όσο το δυνατόν περισσότερες πηγές επισκεψιμότητας. (Συνιστούμε να επιλέξετε περίπου 200-300 κλικ / πηγή ανά εκδότη, ιστότοπου, τομέα κ.λπ.). Αυτό θα σας βοηθήσει να δοκιμάσετε όσο το δυνατόν περισσότερες πηγές και να στοχεύσετε στις πιο αποδοτικές.

22. Ενεργοποιήστε το **Εμφανίσεις** για να επιλέξετε τον αριθμό των φορών που εμφανίζεται η διαφήμισή σας στον ίδιο επισκέπτη.

advertiser

23. Επιλέξτε τη **Στόχευση ανά τεχνολογία** εάν θέλετε να στοχεύσετε ή να αποκλείσετε συγκεκριμένα λειτουργικά συστήματα, συσκευές, προγράμματα περιήγησης ή τύπους σύνδεσης. Για παράδειγμα:

Διαθέσιμες τεχνολογίες			Επιλεγμένες τεχνολογίες	
- OS			Στοχευμένες	
+ iOS	Στόχευση	Αποκλεισμός	OS / Android	×
Linux	Στόχευση	Αποκλεισμός	OS / Chrome OS	×
+ Windows	Στόχευση	Αποκλεισμός	Αποκλεισμένες	
+ Windows Phone	Στόχευση	Αποκλεισμός	OS / OS X	×
- Συσκευή			OS / Other	×
Computer	Στόχευση	Αποκλεισμός		
Mobile	Στόχευση	Αποκλεισμός		
Other	Στόχευση	Αποκλεισμός		
Tablet	Στόχευση	Αποκλεισμός		
+ Browser				
+ Τύπος σύνδεσης				

24. Επιλέξτε το "**Χρονοδιάγραμμα**" αν θέλετε να καθορίσετε συγκεκριμένες ώρες ή ημέρες, που θέλετε να εμφανίζεται η διαφήμισή σας.

25. Επιλέξτε τη **Στόχευση ανά domain**, εάν θέλετε να προσθέσετε συγκεκριμένα domains στα whitelist/blacklist πηγών. Για την παρακολούθηση αυτών χρειάζεστε να χρησιμοποιήσετε ορισμένες μακροεντολές που αναφέρονται παραπάνω.

26. Επιλέξτε το **Στόχευση ανά IP**, εάν θέλετε να προσθέσετε τα συγκεκριμένα domains στο ip whitelist/blacklist.

27. Επιλέξτε τα **Φίλτρα ασφαλείας**, αν θέλετε να τα ενεργοποιήσετε, όπως το Forensiq, το Integral Ad Science ή το προηγμένο φιλτράρισμα in-house (προστασία απάτης βασισμένη σε IP).

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Υπάρχουν 3 επίπεδα ποιότητας στο Forensiq και 4 φιλτράρισμα εντός του IAS (Media Quality, Brand Safety, Viewability, IAB Contextual Segments), το κόστος των οποίων είναι 0.10 CPM. Ωστόσο, μπορείτε να επιλέξετε πολλά επίπεδα φιλτράρισματος IAS και το κόστος θα παραμείνει στα 0.10 CPM. Το ίδιο και για το Forensiq. Το in-house φιλτράρισμα είναι διαθέσιμο δωρεάν.

Λάβετε υπόψη ότι εγκρίνουμε το δημιουργικό σας μετά τη δημιουργία μιας καμπάνιας και μετά από οποιαδήποτε αλλαγή που κάνετε σε ένα δημιουργικό. Απαιτείται λόγω των κανόνων ασφαλείας μας. Επομένως, μπορείτε είτε να επικοινωνήσετε με τους διαχειριστές του λογαριασμού μας είτε να περιμένετε μέχρι 24 ώρες για να εγκριθεί το δημιουργικό σας.