

advertiser

Οδηγός δημιουργίας καμπάνιας Pops / Interstitial

Εισαγωγή:

Πρόκειται για **Αναδυόμενες διαφημίσεις (Pop-up)** πλήρους οθόνης που επικαλύπτουν το παράθυρο του browser σε μία ιστοσελίδα. Ο επισκέπτης πρέπει να τις κλείσει προτού συνεχίσει την περιήγησή του, οπότε βλέπει υποχρεωτικά το μήνυμά τους. Η Pop-up διαφήμιση παραμένει στις δημοφιλέστερες μεθόδους προσέγγισης επισκεπτών καθώς τα click τους είναι περισσότερα σε σχέση με άλλους τρόπους διαφήμισης.

Pop-under είναι ένα παράθυρο πλήρους οθόνης που εμφανίζεται πίσω από το παράθυρο του προγράμματος περιήγησης ενός ιστότοπου

Η **Interstitial** διαφήμιση είναι ένα landing page, το οποίο φορτώνεται για συγκεκριμένο χρόνο μεταξύ των σελίδων που επισκέπτεται ο χρήστης, καλύπτει ολόκληρη τη σελίδα και προβάλλεται προτού ο επισκέπτης μεταβεί στον τελικό προορισμό.

Επιλέξτε την παρακάτω επιλογή για να δημιουργήσετε καμπάνια **Pops / Interstitial**:



Pops / Interstitial

Διαφήμιση με pop-up, pop-under και interstitial.
750+ εκ. ημερήσιο διαφημιστικό απόθεμα.

**Άμεση αύξηση αριθμών εμφανίσεων και
προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών.**

Αποκτήστε Pop Traffic

advertiser

Βασικές Ρυθμίσεις:

[Πίσω](#) **Νέα καμπάνια**

URL Προορισμού*

Σύνδεση με Google Analytics

Κάντε κλικ [εδώ](#) για να δείτε τις διαθέσιμες μακροεντολές.

Τύπος παρακολούθησης Κανένας Pixel Εικόνα Postback

Μέγιστο CPV*

Προϋπολογισμός Απεριόριστος προϋπολογισμός

Προγραμματισμός Έναρξη καμπάνιας σήμερα Ημερομηνία έναρξης και λήξης

Στόχευση ανά τοποθεσία Ενεργοποίηση

Όνομα καμπάνιας*

Δημιουργία καμπάνιας

ή ενεργοποιήστε τις σύνθετες ρυθμίσεις

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 τον **τύπο παρακολούθησης**. Επιλέξτε μία από τις παρακάτω επιλογές:

- Pixel
- Εικόνα
- Αίτημα Postback

advertiser

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.

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

4. Ρυθμίστε το **μέγιστο CPV** (το ελάχιστο είναι 0.001€ αλλά το προτεινόμενο είναι μεταξύ 0,005€ - 0,008€ για καλύτερα αποτελέσματα).

5. 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.

6. 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

7. Ενεργοποιήστε τη **Στόχευση ανά τοποθεσία** και επιλέξτε την χώρα και περιοχή.

α. Αρχίστε να πληκτρολογείτε το όνομα της περιοχής που θέλετε να προσθέσετε στο πλαίσιο **Αναζήτηση**.

β. Επιλέξτε το αντίστοιχο πλαίσιο ελέγχου από τη λίστα περιοχών.

γ. Επιλέξτε την **περιοχή**, εάν χρειάζεται.

8. Εισάγετε το **όνομα της καμπάνιας** σας.

Κάντε κλικ στην επιλογή **Δημιουργία καμπάνιας** για να δημιουργήσετε μια νέα καμπάνια. Μπορείτε επίσης να ενεργοποιήσετε πρόσθετες ρυθμίσεις κάνοντας κλικ στις **σύνθετες ρυθμίσεις**.

advertiser

Σύνθετες ρυθμίσεις:

Λάβετε υπόψη ότι η ακατάλληλη χρήση αυτών των ρυθμίσεων ενδέχεται να μειώσει σημαντικά τον όγκο κλικ. Καθορίστε τον τύπο επισκεψιμότητας. Για καλύτερα αποτελέσματα, ενεργοποιήστε όλα τα πλαίσια ελέγχου.

Τύπος διαφήμισης	<input checked="" type="checkbox"/> Interstitial / Fullscreen
	<input checked="" type="checkbox"/> Pop-under
	<input checked="" type="checkbox"/> Pop-up

9. 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

10. 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.

advertiser

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

Επισκέψεις ανά πηγή	<input type="text" value="0"/>	ανά	<input type="text" value="publisher_id"/>	ανά	<input type="text" value="1 ημέρα"/>
Εμφανίσεις	<input type="checkbox"/>	Χωρίς περιορισμό			
Εμφανίσεις ανά χρήστη	<input type="text" value="0"/>	ανά	<input type="text" value="1 ημέρα"/>		

12. Επιλέξτε εάν θέλετε να στοχεύσετε συγκεκριμένα λειτουργικά συστήματα ή προγράμματα περιήγησης.

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

14. Καθορίστε τα **Φίλτρα ασφαλείας** που θέλετε να χρησιμοποιήσετε. Γενικά, όσο περισσότερα φίλτρα ενεργοποιείτε, τόσο λιγότερα θα είναι τα κλικ.

<input type="checkbox"/>	Exclude known malicious bots
<input type="checkbox"/>	Exclude datacenter IPs
<input type="checkbox"/>	Exclude anonymizing VPN services
<input type="checkbox"/>	Exclude public proxies
<input type="checkbox"/>	Exclude web proxies
<input type="checkbox"/>	Exclude TOR exit nodes
<hr/>	
<input type="checkbox"/>	Ενεργοποίηση Forensiq Risk Score

Συμβουλή: Για να διατηρήσετε τον όγκο των κλικ, αυξήστε την προσφορά ή / και αυξήστε την τιμή στο πλαίσιο "**Εμφανίσεις ανά χρήστη**".

Συμβουλή: Προτείνουμε επίσης να αυξήσετε τον ημερήσιο προϋπολογισμό της καμπάνιας σας. Σε αυτή την περίπτωση, το σύστημά μας θα στέλνει περισσότερες προσφορές οι οποίες θα βοηθήσουν στην αύξηση του όγκου των κλικ. Μπορείτε να εισάγετε τον ημερήσιο **προϋπολογισμό** σας στο πλαίσιο προϋπολογισμού.

15. Επιλέξτε τη **Στόχευση ανά domain**, εάν θέλετε να προσθέσετε συγκεκριμένα domains στα whitelist/blacklist.

16. Επιλέξτε το **Στόχευση ανά IP** Εάν θέλετε να προσθέσετε τα συγκεκριμένα domains στο ip whitelist/blacklist.