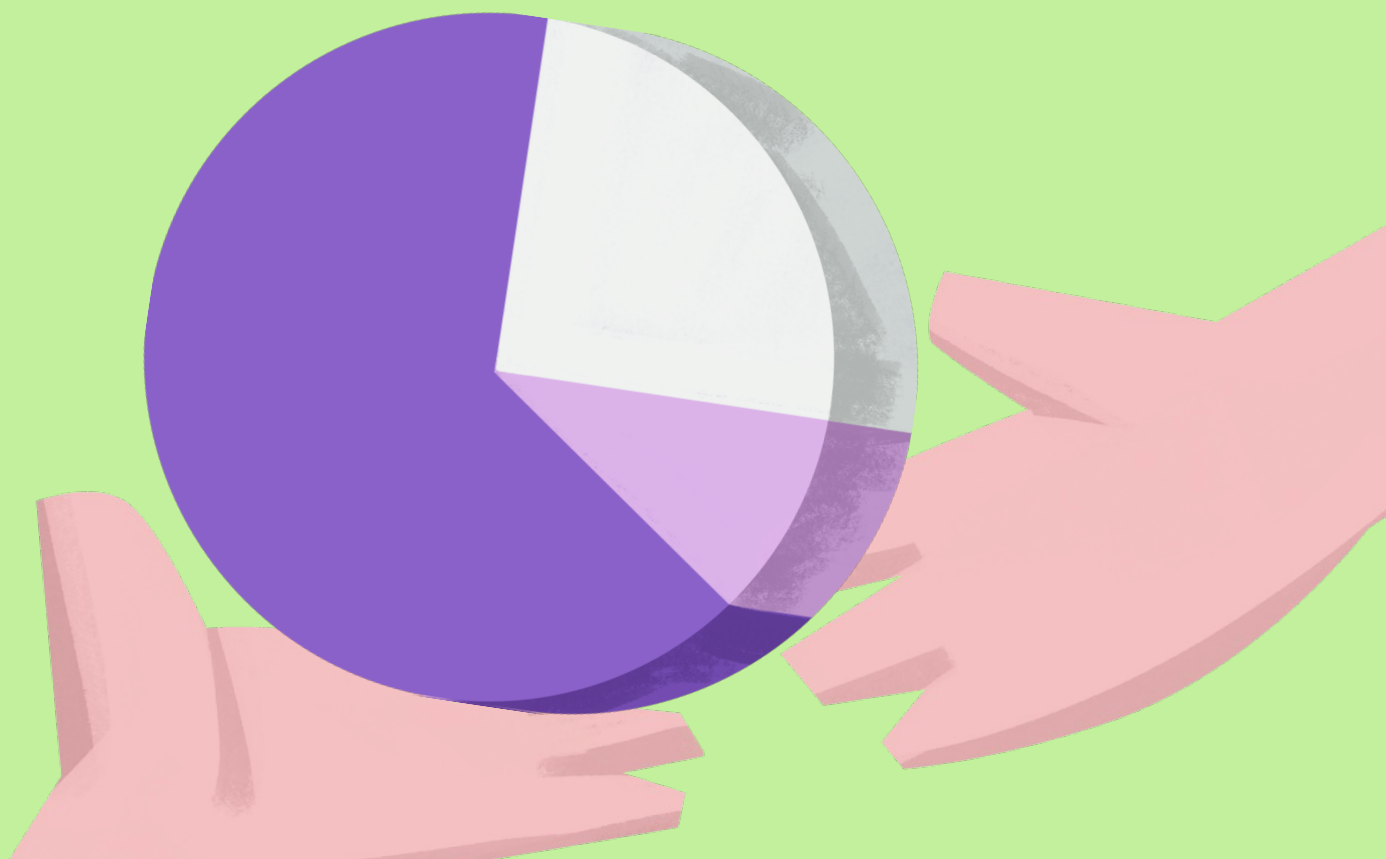


Мобильная атрибуция при омниканальной закупке

Мария Миткевич
Мегамаркет

мегамаркет



Приветствие

Мария Миткевич – руководитель
отдела продвижения приложения
Мегамаркет



/01

Мегамаркет – мультикатегорийный маркетплейс
экосистемы Сбера, 47 млн MAU

/02

Омниканальная закупка трафика: веб,
mobile, медийка, CPA

/03

Инструменты – Adjust, Adspire и
внутренняя CRM

Отличия веб и мобильной атрибуции

	Приложение	Сайт
Инструменты измерения	MMP – Adjust, Appsflyer, Appmetrica, MyTracker	GA, Яндекс.Метрика
Идентификация юзера	Device ID, fingerprinting	Cookie, device ID, IP
Атрибуты трекинга	Network, campaign, ad group, creative	UTM метки

Вопросы атрибуции и опыт Мегамаркета

/01

Ступени атрибуции и их количество

/03

Источник установки при атрибуции
покупки

/02

Учет нестандартных каналов

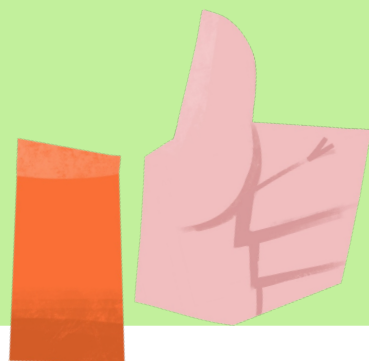
/04

Окна атрибуции ММР и
динамический ретаргетинг

Особенности омниканальной атрибуции на опыте Мегамаркета

Успешные практики

- Лучше трекинг iOS в CRM
- Экономия бюджет на CPA выплатах
- Отслеживание веб кампаний в Adjust



Сложности

- Костыльная прометка трекинг-ссылок
- Сложность с запуском ретаргетинга
- Сложность с отслеживанием мобильной органики и РК с долгим периодом атрибуции

Отвечу на ваши вопросы!



мегамаркет