

Автоматические кампании с оплатой за заказы

[Что такое автоматическая кампания с оплатой за заказы](#)

[Принцип работы автоматической кампании по модели CPO](#)

[Условия показа](#)

[Создание и запуск кампании](#)

[Настройки кампании](#)

[Резервирование бюджета](#)

[Участие в других типах продвижения](#)

[Статистика](#)

Что такое автоматическая кампания с оплатой за заказы

Автоматическая кампания по модели CPO (cost per order) — это возможность отображаться выше в результатах выдачи и оплачивать только фактические заказы продвигаемого товара.

Принцип работы автоматической кампании по модели CPO

В рамках выбранной вами категории система сформирует список товаров для участия в продвижении. Продвижение с оплатой за заказы может быть доступно не для всех товаров. Список формируется автоматически и регулярно обновляется.

В автоматических кампаниях действует бустер. **Бустер** — это механика, которая позволяет улучшить позицию товара в результатах выдачи, относительно органической позиции товара. Оплата будет списана только за фактический заказ продвигаемого товара.

В кампании может участвовать от 1 до 100 товаров.

Условия показа

Товары, продвигаемые в рамках кампаний с оплатой за заказы **не должны участвовать в автоматических кампаниях с оплатой за показы (CPM)**. В данном случае кампания CPO не сможет работать, и товары будут продвигаться в рамках кампании по модели CPM. В интерфейсе кампании появится подсказка о приоритете продвижения товаров по модели CPM.

Ставка в автоматической кампании с оплатой за заказ наряду с другими факторами ранжирования формирует выдачу в режиме реального времени.

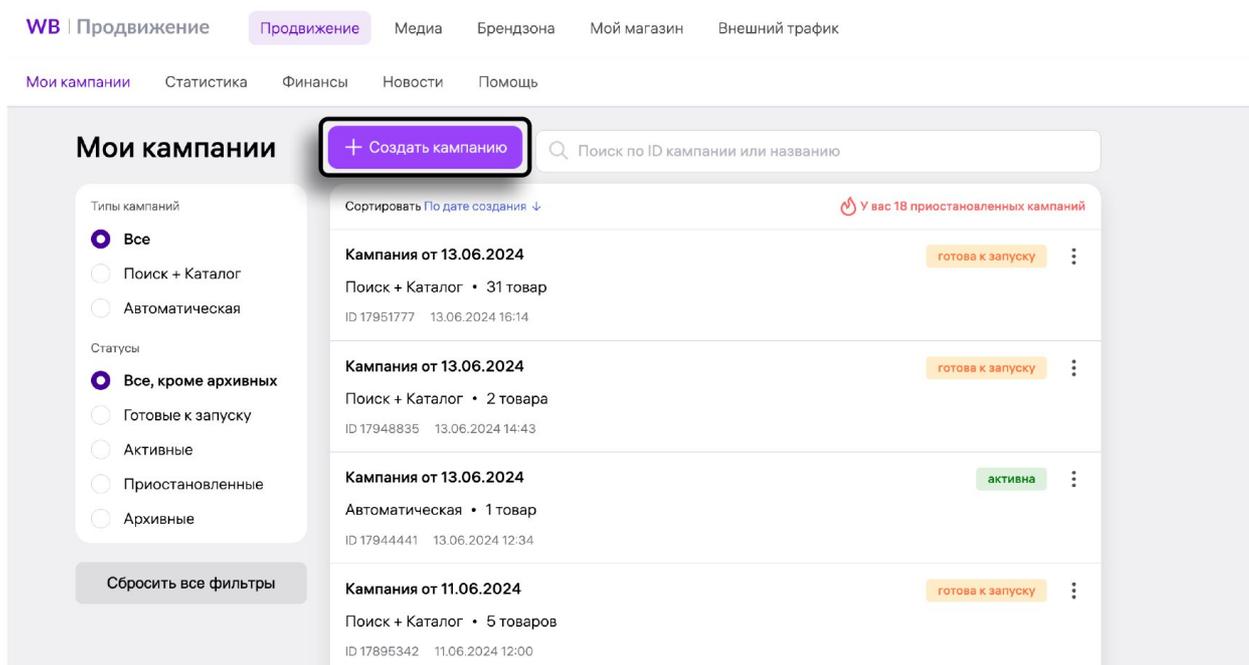
К основным факторам ранжирования относятся:

- объем продаж;
- конверсия в заказ;
- расстояние и скорость доставки;
- текстовая релевантность запроса товару и т.д.

Рекомендуем ознакомиться [с остальными критериями ранжирования товаров](#).

Создание и запуск кампании

1. Перейдите на страницу [ВБ.Продвижение](#) и нажмите **Создать кампанию**.



2. Выберите тип продвижения **Автоматическая кампания**.
3. **Отредактируйте название кампании**, нажав на . Выберите название, по которому вам будет удобно идентифицировать кампанию в личном кабинете. После изменения названия нажмите .
4. **Выберите модель оплаты кампании За заказ (CPO)**.
Оплата за заказ в рамках продвижения по модели CPO будет списана в случае, если пользователь увидит продвигаемый товар в выдаче, кликнет по нему и оформит заказ в течение 7 дней.

Создание автоматической кампании

Кампания от 26.12.2022 [↗](#) [Инструкция](#)

Модель оплаты
За заказ (CPO) [▼](#) Вы платите за один заказ

Категория товаров
Головные уборы [▼](#)

Бюджет кампании, ₽
 * 30% бюджета будет заморожено ?
4600 ₽ - минимальный бюджет

[Запустить 96 товаров](#) [Настроить вручную](#)

Если для участия в кампании с оплатой за заказы нет доступных товаров, на странице появится подсказка.

- 5. Выберите категорию товаров**, которая будет участвовать в продвижении.
В автоматическую кампанию можно добавить товары, принадлежащие только к одной категории.
- 6. Установите бюджет** кампании. Минимальный размер бюджета равен 10 размерам максимальной ставки на товар в кампании.

Например, самая высокая ставка на товар в кампании составляет 250 рублей. Минимальный размер бюджета будет равен 2500 рублей.

Создание автоматической кампании

Кампания от 26.12.2022 [↗](#) [Инструкция](#)

Модель оплаты
 [▼](#) Вы платите за один заказ

Категория товаров
Головные уборы [▼](#)

Бюджет кампании, ₽
 * 30% бюджета будет заморожено ?
4600 ₽ - минимальный бюджет

[Запустить 96 товаров](#) [Настроить вручную](#)

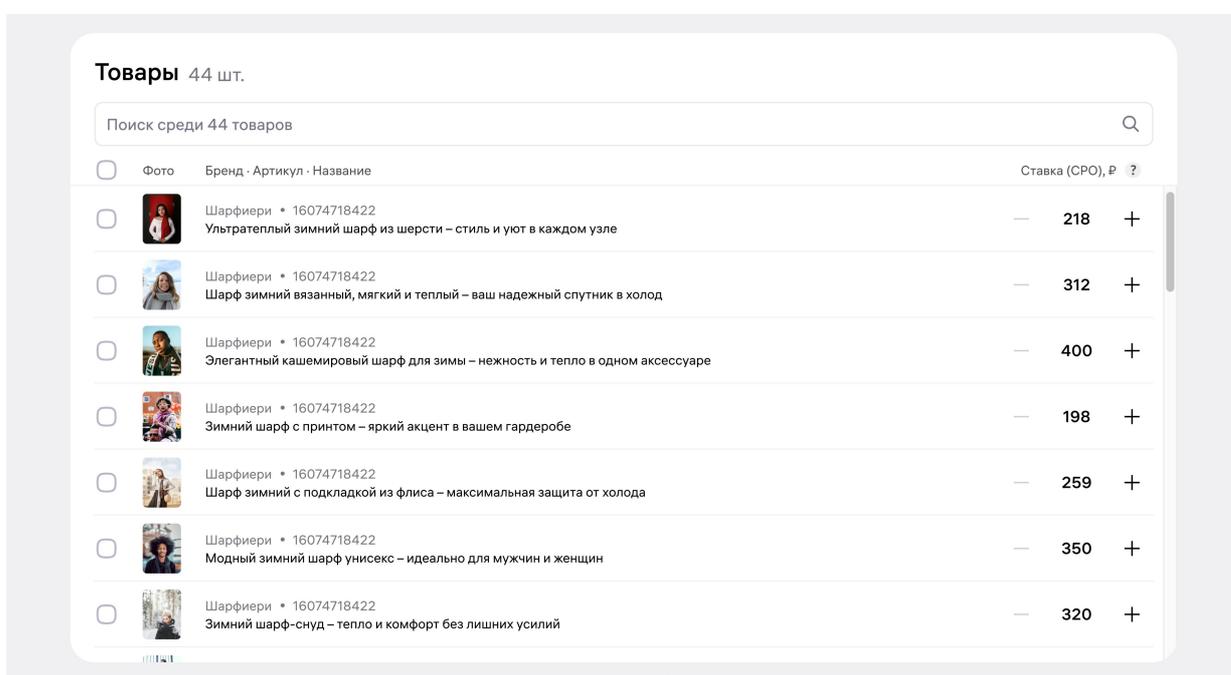
30% бюджета кампании будут заморожены. Остальные 70% будут расходоваться по мере осуществления заказов. После расходования 70% бюджета кампания перейдет в статус «Приостановлена». Если товары из продвижения закажут в течение 7 дней

после того, как кампания перешла в статус «Приостановлена» или «Показы завершены» — спишем оплату за эти заказы из замороженных средств по установленной ставке. Если за 7 дней после завершения кампании заказов будет совершено на сумму меньше замороженной, то неизрасходованный остаток вернётся на источник пополнения.

30% бюджета кампании замораживаются для оплаты заказов в период 7 дней после ее завершения или приостановки.

7. Нажмите кнопку **Настроить вручную**. Выберите:

- **товары**, которые будут участвовать в кампании;
- **размер ставки** за 1 заказ. На каждый товар автоматически будет установлено минимальное значение ставки. Оно формируется индивидуально на основе истории заказов и цены товара. Вы можете установить ставку выше минимального размера для того, чтобы улучшить позицию товара и иметь возможность получить больше заказов.



При изменении ставки в запущенной кампании списание за заказ произойдет по той ставке, которая была активна в момент перехода пользователя на карточку продвигаемого товара.

После завершения настроек, нажмите кнопку **Запустить**. Кампания перейдет в статус **Активна**.

Выберите источник списания средств:

- **Счёт** — форма оплаты, при которой вы предварительно осуществляете пополнение денежных средств на расходы кампаний. Пополнить счёт можно в разделе [Финансы](#);
- **Баланс** — форма оплаты, которая подразумевает удержание средств из ваших будущих продаж (взаимозачет);
- **Бонусы** — форма оплаты, которая подразумевает расходование бонусных начислений Wildberries;
- **Промо-бонусы** — форма оплаты, которая подразумевает расходование промо-бонусных начислений Wildberries.

При пополнении бюджета кампании со **Счёта** или с **Баланса**, вы можете воспользоваться промо-бонусами. **Промо-бонусы** — это бонусные начисления за участие в акции по продвижению товаров. Промо-бонусами можно оплатить до 50% от суммы пополнения бюджета кампании.

Для оплаты кампании промо-бонусами, поставьте галочку в ячейке рядом с надписью «**Списать промо-бонусы**» и укажите количество списываемых промо-бонусов в появившемся окне. Если вы укажете большее значение, либо промо-бонусов окажется недостаточно, система автоматически отобразит доступное количество для списания.

Настройки кампании

Чтобы изменить настройки или статус кампании, а также просмотреть статистику, перейдите на страницу автоматической кампании.

В созданную автоматическую кампанию по модели СРО нельзя добавить товары. Необходимо создать новую кампанию и выбрать товар из списка доступных для продвижения. Вернуть удаленные товары в запущенную кампанию также не получится.

На странице созданных кампаний вы сможете пополнять бюджет и изменять размер ставок.

Автоматическая ID 1304655 Создана 18.05.2023 **запущена** [Инструкция](#)

Кампания от 26.12.2024 [✎](#)

Приостановить Завершить

Бюджет ? 10 500 * 4 500 ? Модель оплаты За заказы (CPO) Категория товаров Головные уборы Товаров в кампании 44 (max 100)

Товары 44 шт.

Поиск среди 44 товаров

<input type="checkbox"/>	Фото	Бренд · Артикул · Название	Ставка (CPO), Р ?
<input type="checkbox"/>		Шарфиери • 16074718422 Ультратеплый зимний шарф из шерсти – стиль и уют в каждом узле	700 +

При изменении ставок на товары в кампании, бюджет кампании должен составлять не менее десяти размеров новой максимальной ставки. На странице появится подсказка, если текущей суммы бюджета недостаточно для применения настроек.

В автоматических кампаниях с оплатой за заказы блок **Ключевые фразы** на странице кампании отображаться не будет.

Настройка исключений в рамках автоматических кампаний с оплатой за заказы недоступна.

Алгоритм определит оптимальные места показа и релевантные запросы пользователей, по которым можно получить наибольшее количество заказов в рамках заданной ставки. Продвижение товара может быть приостановлено из-за низкого значения показателя CR. CR отражает процент пользователей, которые совершили целевое действие — заказали продвигаемый товар. Для возобновления показов необходимо скорректировать размер ставки на товар.

У вас есть возможность изменить ставки сразу всех товаров с низким CR до допустимого значения:

1. нажмите на знак CR в правом верхнем углу раздела **Товары**;
2. нажмите кнопку **Изменить ставки**.

Товары 44 шт. CPM - 2 CR - 2

Поиск среди 44 товаров

Фото	Бренд · Артикул · Название	Ставка (CPO), P ?
	Шарфиери • 16074718422 CR Ультратеплый зимний шарф из шерсти – стиль и уют в каждом узле	Повысить ставку для возобновления показов ? 550 P 350
	Шарфиери • 16074718422 Шарф зимний вязанный, мягкий и теплый – ваш надежный спутник в холод	— 312 +
	Шарфиери • 16074718422 CPM Элегантный кашемировый шарф для зимы – нежность и тепло в одном аксессуаре	— 400 +
	Шарфиери • 16074718422 Зимний шарф с принтом – яркий акцент в вашем гардеробе	— 198 +
	Шарфиери • 16074718422 CPM Шарф зимний с подкладкой из флиса – максимальная защита от холода	— 259 +
	Шарфиери • 16074718422 CR Модный зимний шарф унисекс – идеально для мужчин и женщин	Повысить ставку для возобновления показов ? 240 P 125
	Шарфиери • 16074718422 Зимний шарф-снуд – тепло и комфорт без лишних усилий	— 320 +

Резервирование бюджета

В рамках Автоматических кампаний с оплатой за заказы 30% от суммы каждого пополнения кампании будет заморожено. Если в течение 7 дней после приостановки/завершения кампании будут совершены заказы товаров из продвижения, спишем оплату за эти заказы из замороженных средств по ставке, которая была активна на момент контакта покупателя с карточкой в продвижении. Неизрасходованные средства после завершения кампании вернутся на источник пополнения.

Если на бюджете кампании есть активные (незамороженные) средства, то оплата за заказы будет списываться с них.

Участие в других типах продвижения

Продвигаемые по модели CPO товары могут также участвовать в кампаниях «Поиск+Каталог». Система покажет товар в рамках той кампании, которая позволит занять более высокую позицию в выдаче. Если после перехода на продвигаемую карточку по модели CPO и перед совершением заказа покупатель повторно перейдет в эту карточку в рамках кампании «Поиск+Каталог» и оформит заказ, то оплата за продвижение в рамках автоматической кампании по модели CPO списана не будет. Такой заказ будет атрибуцирован к кампании «Поиск+Каталог».

Продвигаемые по модели CPO товары не должны участвовать в автоматических кампаниях с оплатой за показы (CPM). В таком случае кампания CPO не будет работать, и товары будут

продвигаться в рамках кампании по модели CPM. На странице кампании появится соответствующая подсказка.

Товары 44 шт. CPM - 2 CR - 2

Поиск среди 44 товаров

Фото Бренд · Артикул · Название Ставка (CPO), Р ?

<input type="checkbox"/>		Шарфиери • 16074718422 CR Ультратеплый зимний шарф из шерсти – стиль и уют в каждом узле	Повысить ставку для возобновления показов ?	550 Р	350
<input type="checkbox"/>		Шарфиери • 16074718422 Шарф зимний вязанный, мягкий и теплый – ваш надежный спутник в холод		–	312 +
<input type="checkbox"/>		Шарфиери • 16074718422 CPM Элегантный кашемировый шарф для зимы – нежность и тепло в одном аксессуаре		–	400 +
<input type="checkbox"/>		Шарфиери • 16074718422 Зимний шарф с принтом – яркий акцент в вашем гардеробе		–	198 +
<input type="checkbox"/>		Шарфиери • 16074718422 CPM Шарф зимний с подкладкой из флиса – максимальная защита от холода		–	259 +
<input type="checkbox"/>		Шарфиери • 16074718422 CR Модный зимний шарф унисекс – идеально для мужчин и женщин	Повысить ставку для возобновления показов ?	240 Р	125
<input type="checkbox"/>		Шарфиери • 16074718422 Зимний шарф-снуд – тепло и комфорт без лишних усилий		–	320 +

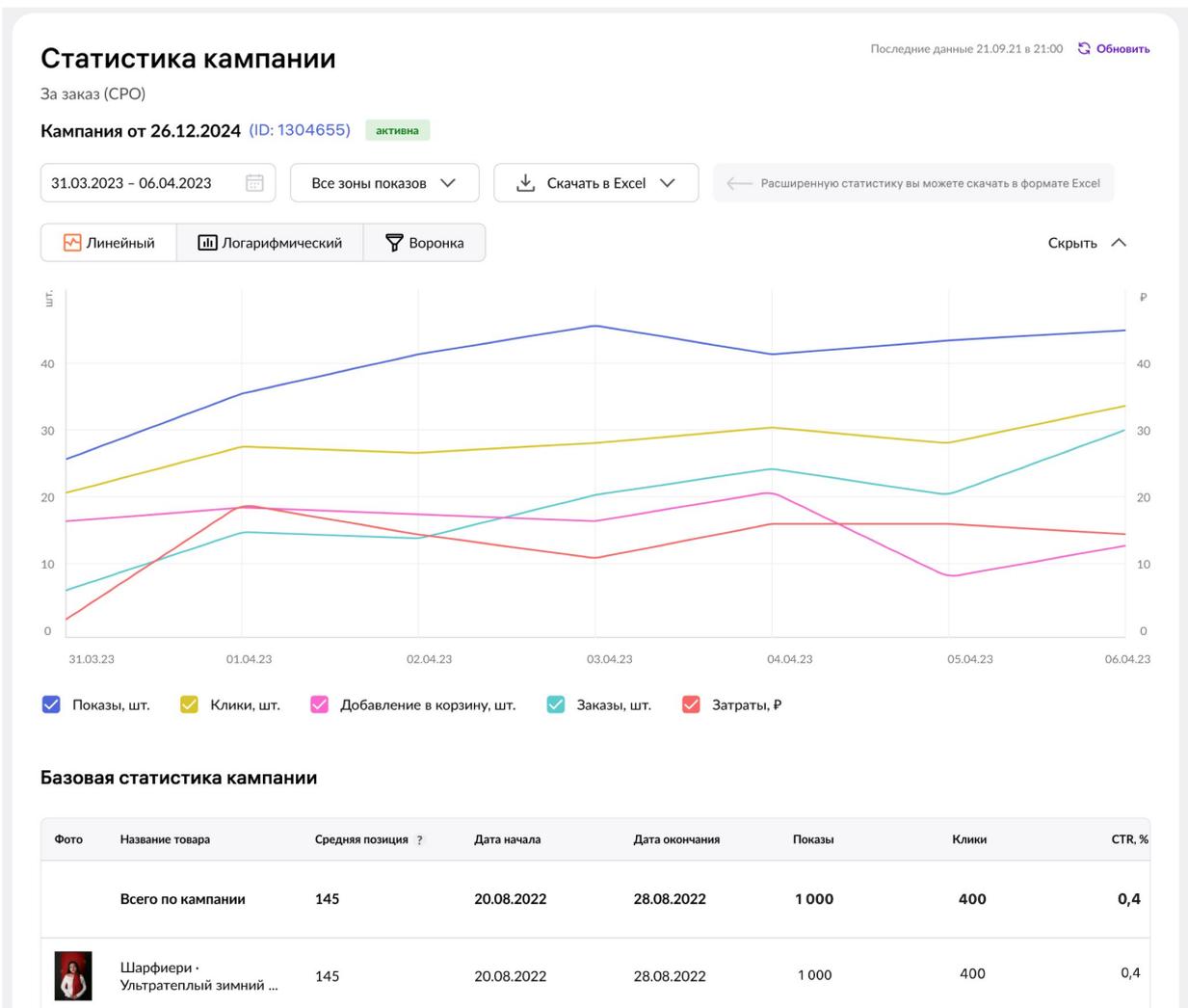
Статистика

На странице **Статистика кампании** вы можете просматривать данные в виде линейного и логарифмического графика или построить воронку.

В нижней части страницы данные будут отображены в виде таблицы. В таблице также будет отображаться значение показателя **Средняя позиция**, который позволит узнать, на какой позиции выдачи в среднем находился ваш артикул в рамках продвижения. Проанализировав значение показателя Средняя позиция, вы можете скорректировать размер ставки, чтобы иметь возможность отображаться на более высокой позиции в выдаче.

Данные могут быть представлены как за весь период работы кампании, так и за заданный промежуток времени. Вы можете фильтровать данные по временным периодам и месту показа.

Чтобы скачать расширенный отчет, нажмите **Скачать в Excel**. Вы можете скачать статистику за весь период работы кампании или за выбранный интервал времени.



В Excel-отчете, на листе **Статистика** представлены метрики эффективности по товарам, участвующим в продвижении.

На листе **Статистика бустинг** представлена информация о том, на какой позиции в среднем находился ваш товар в рамках кампании.

Ассоциированные конверсии в рамках кампаний по модели CPO не рассчитываются.

В отчете доступны следующие метрики:

- Просмотры — метрика, отражающая, сколько раз пользователи увидели продвигаемый товар;
- Клики — количество переходов на карточку товара;
- CTR — метрика, отражающая отношение числа кликов к числу показов продвигаемого предмета;
- CPO — метрика, отражающая фактическую стоимость одного заказа.
- Добавление в корзину — метрика, отражающая количество добавлений продвигаемого товара в корзину;
- CPC — метрика, определяющая стоимость одного клика;

- Заказанные товары, шт. — количество заказанных товаров;
- Заказов на сумму — стоимость заказанных товаров;
- Сумма затрат — сумма, потраченная на продвижение товара;
- CR — метрика, позволяющая определить процент пользователей, которые совершили целевое действие - заказали товар.

Рекомендуем регулярно анализировать динамику изменения показателей эффективности в рамках кампаний по продвижению товаров.