

## Предлагаемый проект

Система рекламы для рекламодателей и площадок.

Проект уже работает, но не имеет детальной обработки трафика внутри системы.

Потенциально не обрабатываемый объем трафика 50м показов.

Это показатель планируется увеличить в 2 раз к сентябрю 2015 года.

В 4 раза к декабрю 2015 года.

На данном этапе стоит вопрос разумной системы ставок по форматам кликандер и баннер.

А так же, система анализа трафика и оптимизации рекламных кампаний внутри системы.

### Сейчас работает:

Геотаргетинг - "Страна" (будет расширена до "город")

Фиксированные - CPM ставки по url для кликандера.

Фиксированные ставки - CPM для баннера.

Отличаются условия для конкретных партнеров, что хотелось бы сохранить.

В проекты указаны данные, которые можно собирать, часть из которых уже собирается, но не обрабатывается.

В частности "портретирование пользователя" дополняет "исходные данные."

Не все партнеры нуждаются или имеют возможность в передаче части параметров, например, конверсии.

Поэтому система должна работать и при исключаящих характеристиках приводя данные в норму на основе тех данных, которые удается вычислить.

Конечный Вычислительный показатель - CPM.

---

# ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ

GEO - местоположение

CPM - цена 1000 показов

CTR - кол-во кликов/показы \*100

ClickPeer - цена клика

Conv - Конверсии

ConvPeer - Ценность конверсии

OneClick - ценность 1-клика ( из CPM)

ConvPay - цена конверсии

ConvPay2 - 2 шаг конверсии (и т.д)

ConvPeer2 - ценность 2-го шага конверсии

id рекламодателя

id ссылки

id партнера

id площадки

id потока

id позиции

SizeAdv - размеры баннеры

TypeBanner - html4,flash,img,richMedia

ActivTime - часы активности

ConvTime - часы конверсии

TimeConv - длина конверсии

ColConv - переходов до конверсии-для кликандера, показов для баннеров

## Виды конверсий:

Многоканальные

Площадка

---

---

## ДАННЫЕ ОБРАБОТКИ

Поток

### Портретирование пользователя:

Исходные данные обработки:

ip

device

OS

browser

Тип подключения wi-fi, 3g, lte

Провайдер (сегментирование типа подключения)

Интересы ( типы посещаемых площадок, клики по типу рекламы) 1-7 дней период обработки.

Конверсии пользователя по типу продукта.

Платящие пользователи, потенциально платящие.

Гендерные признаки пользователя (определение по площадкам)

### Типы пользователей:

Платящие пользователи

Потенциально платящие

Онлайн Байеры

И т.д.

---

---

# ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

## Цель

1. Тонкая настройка таргетингов для максимальной конверсии пользователя.
2. Прогнозирование
3. Настройка системы ставок для рекламы различного типа с максимальной выгодой в рамках сети, и с высоким показателем качества для рекламодателя. (два параметра не должны быть взаимоисключающими) 2-ой должен дополнять 1ый, достаточная оплата для партнеров.

## Задачи

Сегментировать исходные данные, сделать блок схему зависимостей. Выделить приоритеты зависимостей, организовать по типам таргетинга.

Алгоритм тестирования для создания новых типов таргетинга исходя из зависимостей.

## Решение

Анализ Вычислительных мощностей, емкости баз данных, скорости обработки.

## Структура проекта

### Виды рекламы:

Clickander

Banner

RichMedia

### Виды партнеров:

Вебсайты

Спец. формат (многоВебсайтовый)

Мобильные вебсайты

Мобильные приложения

### Виды рекламодателей.

Бренд (имеет 1 тип предложения, разные url)

Мультибренд (имеет несколько типов предложения)

Тип оплаты

СРМ

СРС

---

---

CPA  
CPL  
CPI

---