

Mod 4-2 affilobook Advert & Affiliaz

Pg 45: Regole generali: pausa dei banner con 1200 impressioni e 0 click; banner con 5000 impressioni, tieni quelli con ctr da 0,2 in su; Crea e aggiungi nuovi banner fino di nuovo a 10; Crea variazioni dei banner buoni

Pg 29-32: Le misure piu usate nei banner sui cellulari

Creare il banner, due strade

Photoshop (consigliato)

Canva: <https://www.canva.com/>

Pixelmator, per lavori meno importanti (mac)

Oppure Prendi i banner esistenti ;) vedi video: <https://affilobook.wistia.com/medias/axekoun4cu>

Una volta che avrai deciso che strada percorrere dovrai essere in grado di creare banner che catturino l'attenzione.

Sequenza di creazione

Scegliere la misura e aprire il software di grafica

Scegliere uno sfondo

Aggiungere immagini, il logo dell'app o altro, testare

Inserire la CTA (Call To Action)

Scegliere bene i colori... Ma non troppo! Pg 35 esempi

Puoi fare anche dei banner animati. <http://gifmaker.me/>

Il prossimo passo è aumentare l'EPC

Pg 36, Landing page. Come ti dicevo prima infatti per ogni angolo dovrai fare 10 banner e una landing page.

Come usarla: Farai in modo, tramite Voluum (nel modulo 7 vedrai come), di mandare metà degli utenti che cliccano sul banner direttamente alla pagina dell'offerta, mentre l'altra metà la farai passare prima per la landing page.

Usare smile o foto di persone potrebbe in certi casi aumentare il tasso di conversione.

Pg 42: Aumentare L'EPC:

Ottimizzare il BID

Diminuire il CPC

Diminuirà quando diminuirà il CPM o aumenta il CTR

Test!

Eliminare i banner con ctr basso

Altre CTA

Test altri banner

Pg 38, matematica di una campagna

EPC: Earning per Click

Payout: € su azione

CVR: Conversion Rate, conversioni su visualizzazioni dell'offerta (non del banner!)

CTA, Call To Action

CPM, Cost per Mille

ROI: Return on Investment

PPC: Pay per Click

CPC: Cost per Click

Questo dato rappresenta la % di persone che dopo aver visto il banner ci clicca sopra e finisce sulla pagina associata. Click su visualizzazioni

CTR: Click trough rate

In pratica:

Quand'è che inizio a guadagnare? Facile, quando $EPC > CPC$, ovvero quando il guadagno medio che ottengo per ogni click sul mio annuncio è maggiore di quanto spendo per quei click.

Calcoliamoci i nostri EPC e CPC. Abbiamo detto che l'EPC è il guadagno per click, il Payout è la cifra che il merchant ci da ad ogni conversione. Per calcolare l'EPC usiamo questa formula:

Formula $EPC = (Payout \times CVR) / 100$ dove $CVR = (n^\circ \text{ di conversioni} / n^\circ \text{ di visualizzazioni dell'offerta}) \times 100$.

ESEMPLI: dati: 15€ Payout (per azione compiuta, non totale); 1300 visualizzazioni del banner; 140 visualizzazione offerta (click sul banner); 8 conversioni (scaricato app); 120€ Payout totale nel periodo di riferimento (15€ x 8 conv.); CPM (il bid, lo mostra il traffic source) 4€; CTR 0,9% (trafficsource o il meter)

$\%CVR = (n^\circ \text{ conversioni} / n^\circ \text{ visualizzazioni dell'offerta}) \times 100 = (8 / 140) \times 100 = 0,057 \times 100 = 5,7\%$

Formula $EPC = (Payout \times CVR) / 100 = (15€ \times 5,7) / 100 = 85,7 / 100 = 0,85€$

Infatti, se moltiplico 0,85€ di EPC x 140 click sul banner = 120€ di Payout totale

Ora bisogna calcolare il CPC (costo per click, i ricavi unitari sono gli EPC, ora servono i costi unitari, i CPC) e la formula è:

$CPC = CPM / (CTR \times 10) = 4€ / (0,9\% \times 10) = 4€ / 9 = 0,44€$

PS: Il CTR si moltiplica per 10 perchè il CPM è "per mille" ;) La campagna in questione è in stra profitto. EPC di 0,85€ e CPC di 0,44. Ora si può scalare e guadagnare sul serio