




Case Study

Льем дейтинг на Румынию с пушей и ROI 90.8%




 **Оффер:** [#236 \[WEB+MOB\] iDates - PPL - RO - Mainstream Dating - SOI](#)

 **Источник:** [Push.House](#)


 **Расходы:** \$23.89

 **Доход:** \$45.60

 **Слив:** 18 июня 2021 – 21 июня 2021

 **Партнерка:** [Traforce](#)

 **Гео:** Румыния

 **ROI:** 90,87%

 **Profit:** 21,71\$

С чего всё началось:



В «одном чатике» я всем уши прожужжал на тему своего любимого ГЕО – Румынии. Привлекает оно меня низкой стоимостью клика, понятным менталитетом населения и, немаловажно, схожим с нами часовым поясом, что позволяет тестировать креативы и офферы прямо на лету, в реальном времени

Поскольку я всегда лью дейтинг, на любимой мной партнёрке Traforce был выбран для теста оффер #236, который никогда не подводил и всегда отливался в плюс, практически без лишних телодвижений. Прелесть его в том, что это мейнстрим знакомства, под которые легко пилить креативы и обходить модерацию. Также на на руку SOI-модель оплаты и простое флоу при регистрации «клиента»

Креативы

На тест я запустил три кампании с простыми и надежными как часики креативами:

1. Немного нюдсов для затравки, текстовка на румынском и крючок в виде номера телефона в заголовке (всегда работает). Номер телефона румынский, соответственно. Текст: Ты мне нравишься, давай узнаем друг друга

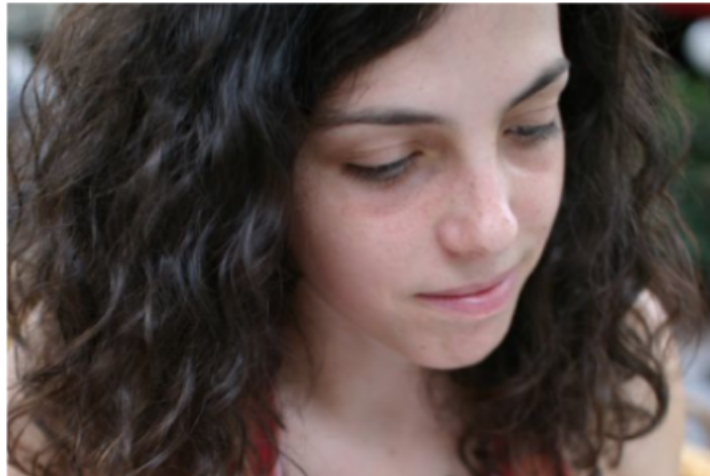
 **Alice: +40 72 918...**
 Îmi place de tine. Hai să ne cunoaştem...



2. Более простой крео с конопатой барышней. Есть мнение, что такие более популярны у румынских мужчин. Иконка телефона для затравки. Текст: Кристина оставила вам свой номер телефона

+40312297***

Christina ți-a dat numărul ei de telefon...



3. Креатив с барышней немного старше предыдущих. Фото в рабочей обстановке, снимается блок «постановочности» изображения, добавляет траста. Текстовая часть аналогична второму креативу: Кристина оставила вам свой номер телефона

+40312297***

Christina ți-a dat numărul ei de telefon...



Настройка РК

Кампании создавались стандартно, без изысков. Использовались следующие настройки:

ГЕО: Румыния

СРС: 0,0070 (минималка)

Устройства: Mobile

Версия ОС: Android 8, 9, 10

Язык браузера: Romansh, Romanian

Название

RO-TF-NEW копия 2

Ссылка

{site} ID источника трафика {camp} ID объявления {pdpid} ID подписки

{price} Стоимость клика {feed} Фид {country} Страна {city} Город

{os} Операционная система {lang} Язык браузера {browser} Браузер

{format} Рекламный формат

Группа

Группа

Страны и ставки

Страны

Румыния (RO)

Город

Все

Исключить выбранные

CPC

0,0070

▼ мин. 0.007\$ ▲ макс. 0.0175\$

Устройства

Очистить параметры

Устройство

Mobile

Возраст подписки (дней)

Все

Версия ОС Android

Android 10 Android 9

Android 8

Язык браузера

Romansh Romanian

Создание объявления

Заголовок

30 символов

+40312297***



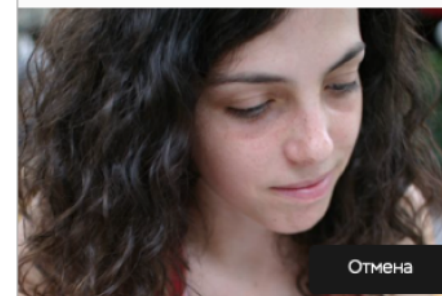
Текст

45 символов

Christina ți-a dat numărul ei de telefon..



Отмена



Отмена

Готовые
объявления



Также было выставлено адекватное расписание показов в соответствии с самыми «горячими» часами в данном GEO. С 7:00-23:00 с промежутками в час-два и на полный день в воскресенье:

Расписание кампании

Все дни Вкл Выкл

<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/> Понедельник	07:00	08:00	09:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00
<input checked="" type="checkbox"/> Вторник	07:00	08:00	09:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00
<input checked="" type="checkbox"/> Среда	07:00	08:00	09:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00
<input checked="" type="checkbox"/> Четверг	07:00	08:00	09:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00
<input checked="" type="checkbox"/> Пятница	07:00	08:00	09:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00
<input checked="" type="checkbox"/> Суббота	07:00	08:00	09:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00
<input checked="" type="checkbox"/> Воскресенье	07:00	08:00	09:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00

* Время показа по МСК

Фиды не использовались, минимальный «блок» – 1000 кликов на кампанию (который потом был увеличен до 2000), уникализация по домену и возрастное ограничение 18+

Лимит рекламы

Общий бюджетный лимит в \$?

Дневной бюджет в \$?

Общий лимит кликов ?

Ежедневный лимит кликов ?

Аудитория

Тип IP

Список IP ?

Тип ID

Список ID ?

Ретаргетинг

Список ID подписок ?

Уникальность кампании по

Объявлению Ссылке Домену

Показ считается уникальным для всей кампании и объявления из нее мы больше не показываем пользователю




Остановить
после модерации

Объявление 18+ ?

Да Нет

Разрешить фиды ?

Для теста была установлена минимальная стоимость клика – 0,0070\$. Можно попробовать поднять для большего количества трафика, но практика показала, что в этом нет необходимости – ctr у креативов вполне позволял выходить на хорошие позиции в аукционе. Примерно через час после старта были такие показатели:

∞	0.0070	8	 RO	22 443	56	0.25%	0.39 \$
∞	0.0070	6	 RO	22 607	57	0.25%	0.40 \$
∞	0.0070	7	 RO	34 925	88	0.25%	0.62 \$

Итоги + вывод

Три кампании открывались три дня. В итоге было выяснено, что **креатив №3** имеет лучший ctr и конверсию. Соотношение 15/35/50 на креативы соответственно. Как и ожидалось, нюдовый крео дал худшие показатели на мейнстримный оффер

За время слива было получено:

У.ВИЗИТЫ	ВИЗИТЫ	КОНВ.	CR	ДОХОД	РАСХОД	ROI
2,283 % OF TOTAL: 100.00% 2,283	3,413 % OF TOTAL: 100.00% 3,413	48 % OF TOTAL: 100.00% 48	1.406% TOTAL: 1.406%	\$45.60 % OF TOTAL: 100.00% \$45.60	\$23.89 % OF TOTAL: 100.00% \$23.89	90.87% TOTAL: 90.87%

Самый стабильный «залёт» – вечернее время, с 19:00 до 00:00, что в целом обычно и ожидаемо

Оптимизацию кампаний можно и нужно проводить по типам устройств и ID площадок, хотя в моем случае этого не требовалось - конвертило отлично и так. Связку ни разу не удалось загнать в минус

При необходимости, можно увеличить количество рекламных кампаний, чтобы выбрать большее количество трафика

Данный кейс написан для Traforce. Эта связка отливается давно и уверенно с разных источников трафика. Выборка в три дня сделана специально для этой статьи. Всем любви, добра и счастья

Трафорс, дружба, жвачка. Ваш @aksholt

Дейтинг партнерка для новичков и профессионалов, которая увеличит ваши доходы

 [youtube_traforce](#)  [@traforce](#)  [@dating_traf](#)