

Накрутки в рекламных системах



Накрутки в рекламных системах родились немногим позже самых рекламных систем. По большому счёту, такого рода обман экзистенциален и естественен для большого числа интернет-юзеров, которые азартны и рискованны по своей природе, стремятся к лёгким деньгам, но почти всегда расплачиваются за свои «шалости».

Любой легальный рекламный сервис хочет, чтобы все его участники (и партнёры в том числе) зарабатывали честно и по правилам этого сервиса. Любые попытки обойти систему рано или поздно вычисляются — поползновения мониторятся специальными штатными «агентами», которые

вычисляют злоумышленников и применяют к ним специальные санкции.

Тизернеты не исключение. У каждого тизерного сервиса существует набор гласных политик в отношении партнёров-накрутчиков. Если бы не эти политики, процент накруток в общем объёме трафика рекламных сервисов был бы очень велик — не средние 1-5%, а намного больше.

Давайте рассмотрим данные политики на примере рекламно-информационного сервиса тизерного формата Directadvert (доля «кликфрода» в общем объёме трафика — 1%).

- Все накрутки очень быстро становятся явными, ибо трафик регулярно проверяется. Посему любители «покликать» по собственным ссылкам не получают деньги за свой недобросовестный (пусть и старательный) труд. При этом всё «накликанное» вернётся рекламодателю.
- Сразу встаёт вопрос — можно ли обойти алгоритм, заложенный внутри системы — той самой, которая вычисляет «кликфрод»? Здесь всё довольно непросто, ибо алгоритм сложный — засекреченное ноу-хау, о котором знают 1-2 человека. Но никакого секрета нет в том, что главный индикатор, который указывает на природу трафика — это поведенческие особенности юзеров на сайте. Нормальные пользователи и «накликанные» пользователи ведут себя на сайтах рекламодателей совершенно по-разному. Первая категория — активная, интересуется содержанием разделов, услугами, ценами и прочим. Вторая категория — секундные посетители, которые исчезают почти сразу после перехода.
- Аккаунт накрутчиков блокируется сразу, когда факт накрутки становится очевидным. То есть простыми извинениями типа «я больше не буду», «простите, я случайно, я не знал» не отделаться. Более того, сервис оставляет за собой право не вступать в диалог с накрутчиком, даже если тот встаёт перед монитором на колени или грозит выбраться из окна. В такой ситуации комментарии от системы в официальном порядке возможны только в случае судебного разбирательства, если вдруг накрутчик решит отправить свою вымученную жалобу в Прокуратуру, Президенту РФ или ещё куда-нибудь, и из этих органов придёт соответствующий запрос в адрес системы.



- Бывают ситуации, при которых накрутки случаются не из злого умысла, то есть партнёр не хотел применять данный нелегальный инструмент, но так вышло, что инструмент был применён без его ведома. Такое теоретически может быть в случае покупки некачественного автоматического трафика на сайт. Кроме того, трафик может быть «скликан» злобными конкурентами. В данной ситуации накрутчик поневоле всё равно считается накрутчиком со всеми вытекающими блокировками аккаунта, возвращением денег рекламодателям и так далее. Единственная рекомендация — тщательней следите за источниками своего трафика. Вы в полном ответе за трафик, который попадает на ваш сайт, и не должны пытаться делить эту ответственность с кем-либо ещё.

Почему вообще тема «кликфрода» такая злободневная? То есть для чего нужны все эти строгие политики?



нежелательный исход, как вы понимаете.

Важно понимать, что любая рекламная сеть теоретически может получать доход от «скликаных» переходов на ресурс рекламодателей. То есть гипотетически прямого убытка от «кликфрода» рекламный ресурс нести не должен. Однако же в данном вопросе ключевая сторона — клиентская сторона. Ключевой вопрос — эффективность объявлений рекламодателей. Последующий вопрос — репутационные риски рекламного сервиса. Если все объявления окажутся тупо «скликанными», и рекламодатель не получит реальных целевых переходов и последующих конверсий — кому всё это тогда надо, друзья? В итоге рекламный сервис окажется банкротом — это крайне

Поэтому любой уважающий себя рекламный сервис стремится к тому, чтобы обеспечить рекламодателю наиболее качественное обслуживание. Если партнёры системы ведут себя плохо — это ответственность и риски для системы перед рекламодателем, прежде всего.

В заключение хочется сказать, обращаясь ко всем реальным и потенциальным партнёрам — друзья, не стоит никого дурить. Любой, даже самый маленький обман — это пятно на вашей «интернет-карме», и большая неприятность для рекламной сети лично. Лучший способ сгенерировать [интернет-заработок](http://agentprivata.at.ua) — быть последовательно честным, системно улучшать контент на сайте, быть креативным и чётким в плане выбора источников ЦА для сайта.

Честным быть выгодно. Это правило работает в любом бизнесе, если он планирует быть долгосрочным.

© Материал взят с сайта – partner.directadvert.ru ©

© Copyright by – Bibop, сайт – agentprivata.at.ua актуален на 2019 год ©

РАБОТА ДЛЯ ВСЕХ	✓ без понедельника
Внимание!!! Разыскиваются все желающие	✓ без начальника
заработать деньги!!!	✓ без будильника