



Konfiguracja pierwszej kampanii.





Pulpit



Kampanie



Pomoc



example.go.pl

Podgląd

Feedy

Produkty

Kody

Listy

Reklamy

Grupy reklam

Statystyki (RTB)

Statystyki (MAIL)

Konwersje

Wysyłki: Szablony

Wysyłki:

Konfiguracje



Kampania została utworzona.



Podgląd kampanii

Edytuj

Usuń

Konfiguracja

ID 3388, dadd533d-4d42-40ac-a28b-6912b516dece

Nazwa example.go.pl

URL http://example.go.pl/

Logo —

Kraj Polska

Waluta PLN (zł)

Status **WYŁĄCZONA**

Włącz

Wydzielony budżet brak

Ustaw

Całkowity budżet brak

Dzienny budżet brak

Powiadomienia e-mail powiadomienie o zbyt niskim CPC: **TAK**

Google Analytics utm_source = go.pl
utm_medium = cpc

Marketing Automation **NIE** ⓘ

Flagi

Środki

Produkty

Listy

Reklamy

Wyswietlanie

Po utworzeniu kampanii i pomyślnej implementacji kodów trackingowych (więcej o integracji: go.pl/integracje) przechodzimy do zakładki feedy (**zaznaczone kolorem czerwonym**).



Pulpit



Kampanie



Pomoc



example.go.pl

Podgląd

Feedy

Produkty

Kody

Listy

Reklamy

Grupy reklam

Statystyki (RTB)

Statystyki (MAIL)

Konwersje

Wysyłki: Szablony

Wysyłki:

Konfiguracje

Feedy

+ Utwórz



Informacje na temat pobierania przez GO.PL feeda:

- pobierany jest okresowo, nie częściej niż raz na **3 godziny**
- jest pobierany z adresu IP **195.177.217.6**
- jako UserAgent używany jest ciąg **GoAdservicesFeed/1.0**
- obrazki są pobierane/aktualizowane raz na **30 dni**, w przypadku zmiany adresu URL obrazka/braku obrazka aktualizacja następuje do **30 minut**



Nie dodano jeszcze żadnych feedów.

W zakładce feedy znajdują się wszystkie udostępnione na potrzeby platformy GO.PL pliki produktowe w formacie XML lub CSV. Aby dodać swój pierwszy feed (plik produktowy można pobrać z panelu administracyjnego swojego sklepu), należy przejść do menu dodawania klikając przycisk utwórz (**zaznaczony kolorem czerwonym**).

Nowy feed

URL *

Sprawdź

Po wprowadzeniu adresu, użyj przycisku **Sprawdź**, aby wykryć pozostałe ustawienia.

Format *

Kodowanie *

UTF-8

Kompresja

wykryj

Jeżeli plik z feedem został wcześniej skompresowany wybierz zastosowaną metodę kompresji.
Jeżeli pozostawisz **wykryj** metoda kompresji zostanie automatycznie wykryta.

Anuluj

+ Utwórz

W menu, w pole **URL** wklejamy uprzednio skopiowany link do oferty produktowej. Wybieramy jego **format** oraz **kodowanie** (domyślnie UTF-8 - polskie znaki) oraz **kompresję** (w przypadku plików w formacie .zip/gzip). Możemy również po wklejeniu url'a skorzystać z funkcji automatycznego wykrywania, wystarczy po wklejeniu kliknąć przycisk **sprawdź**(zaznaczony kolorem czerwonym). Po wykryciu/ustawieniu formatu feeda zapisujemy zmiany przyciskiem **utwórz**(zaznaczone kolorem zielonym).

Feedy

+ Utwórz

Informacje na temat pobierania przez GO.PL feeda:



- pobierany jest okresowo, nie częściej niż raz na **3 godziny**
- jest pobierany z adresu IP **195.177.217.6**
- jako UserAgent używany jest ciąg **GoAdservicesFeed/1.0**
- obrazki są pobierane/aktualizowane raz na **30 dni**, w przypadku zmiany adresu URL obrazka/braku obrazka aktualizacja następuje do **30 minut**

FORMAT (KOMPRESJA)

URL

STATUS

DATA OSTATNIEGO POBRANIA

OPERACJE

XML: Ceneo (gzip)

https

console/integration/execute/nam...

Włączony

2019-07-09 09:08:47

Edytuj

Po zapisaniu, zostajemy ponownie przeniesieni do zakładki feedy, gdzie (po około 30 minutach) będziemy mogli sprawdzić czy nasz feed został pobrany poprawnie. Po poprawnym pobraniu przechodzimy do zakładki **produkty** w celu zweryfikowania cen, zdjęć produktowych, nazw i adresów URL.

Po rozwinięciu menu operacje możemy przejść (**zaznaczone kolorem czerwonym**) do raportu historii pobierania.

Opis flag:

sukces - plik pobrał się poprawnie, produkty powinny pojawić się w zakładce produkty.

url - brak pliku XML pod wskazanym URLem. Sprawdź czy plik nie został przeniesiony lub usunięty.

xml - niepoprawny format feed'a, sprawdź format lub skontaktuj się z supportem.



Pulpit



Kampanie



Pomoc



example.go.pl

Podgląd

Feedy

Produkty

Kody

Listy

Reklamy

Grupy reklam

Statystyki (RTB)

Statystyki (MAIL)

Konwersje

Wysyłki: Szablony

Wysyłki:

Konfiguracje

Produkty

Filtruj




Statystyki

Kategorie

Operacje

Filtry zostały ukryte. Naciśnij przycisk **Filtry** aby je zobaczyć.

« 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ... 36 37 »

KOD	P	W	NAZWA	OBRAZEK	CENA (ZŁ)	STATUS	OPERACJE
42	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Bokserki męskie 3 pak		49,00	dostępny	Zobacz w sklepie
46	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Męska bluza z zamkiem FA Hoodie Jacket 01 Melange...		149,00	dostępny	Zobacz w sklepie
65	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Męska czarna bluza ZIP z kapturem		99,00	dostępny	Zobacz w sklepie

W zakładce produkty mamy wgląd w aktualną ofertę pobieraną ze sklepu. Możemy również promować konkretne produkty zaznaczając checkbox pod **literką P (zaznaczone kolorem czerwonym)**, dzięki czemu wybrany produkt wyświetlał będzie się z większą częstotliwością lub wykluczyć z wyświetlania zaznaczając checkbox pod literką W (**zaznaczone kolorem zielonym**). Poza kodem, nazwą, ceną, zdjęciem i url'em produktu mamy tu również informację o dostępności produktu (**pod statusem zielona flaga**) jego braku na stanie (**pod statusem czerwona flaga**) oraz produkcie niekompletnym (**pod statusem żółta flaga**). Produkty niekompletne to pozycje w których brakuje kluczowych do działania kampanii parametrów: ceny, zdjęcia, url'a lub nazwy. Następnie przechodzimy do zakładki **Listy**.



Pulpit



Kampanie



Pomoc



example.go.pl

Podgląd

Feedy

Produkty

Kody

Listy

Reklamy

Grupy reklam

Statystyki (RTB)

Statystyki (MAIL)

Konwersje

Wysyłki: Szablony

Wysyłki:
Konfiguracje

Listy

[+ Utwórz](#)[Statystyki zależności](#)[Tagi](#)

NAZWA	TYP	STATUS	ROZMIAR LISTY			TAGI	OPERACJE
			7 DNI	30 DNI	CAŁA		
VISITOR	predefiniowana	aktywna	7545	22076	1001648	Kody śledzące	Edytuj
CLIENT	predefiniowana	aktywna	3089	9137	442062	Kody śledzące	Edytuj
CLIENT+	predefiniowana	aktywna	115	331	24196	Kody śledzące	Edytuj
SHOPPER	predefiniowana	aktywna	103	325	13068	Kody śledzące	Edytuj
BUYER	predefiniowana	aktywna	10	45	3647	Kody śledzące	Edytuj
SUGGESTED	predefiniowana	aktywna	—	—	—		Edytuj
SUGGESTED+	predefiniowana	aktywna	—	—	—		Edytuj
ADCLIENTS	predefiniowana	aktywna	39	53	1884		Edytuj
ALLEGRO	predefiniowana	aktywna	—	—	—	Podgląd	Edytuj

W tej zakładce znajdziemy informację o aktualnej ilości zebranych cookies. Zebrane przez kody trackingowe pliki zostają posegmentowane w zależności od podjętej akcji:

VISITORS - Odbiorcy, którzy weszli na stronę kampanii.

CLIENT - Odbiorcy, którzy weszli na stronę kampanii i zobaczyli co najmniej jeden produkt, a co najwyżej dwa produkty.

CLIENT+ - Odbiorcy, którzy weszli na stronę kampanii i zobaczyli co najmniej trzy produkty.

SHOPER - Odbiorcy, którzy weszli na stronę kampanii i umieścili produkty w koszyku.

BUYER - Odbiorcy którzy dokonali zakupu.

ADCLIENTS - Odbiorcy zainteresowani Twoimi reklamami.

Następnie przechodzimy do zakładki **reklamy**.

Reklamy

Sortowanie

Filtry

+ Utwórz

Aby utworzyć reklamę klikamy przycisk **utwórz** (**zaznaczony kolorem czerwonym**), a następnie wybieramy interesujący nas format (reklama display lub mail).

Wybierz szablon, na bazie którego zostanie utworzona nowa reklama. Szablony są pogrupowane wg. typu reklamy:

- **statyczna** - obrazek w różnych formatach, po którego kliknięciu klient jest przenoszony na określoną stronę
- **dynamiczna** - zawiera produkty, które można zakupić na Twoim serwisie - nasz system, będzie dopasowywał zaprezentowane produkty do preferencji klienta oglądającego reklamę
- **mieszana** - w zależności od sposobu zdefiniowania będzie przekształcona na statyczną lub dynamiczną reklamę

Szablon

dynamiczna

MailGO

NativeAds Dynamiczny

Push Dynamiczny

Responsywny 1

Responsywny 2

standardowy 1

Po wybraniu formatu przechodzimy do jego edycji, uzupełniamy (w przypadku mailGO) temat wiadomości oraz odbiorcę oraz ustalamy kolorystykę, zamieszczamy dodatkowy baner, dodajemy URL do strony głównej oraz włączamy interesujące nas formaty (w przypadku reklamy display). **Opis parametrów znajduje się bezpośrednio w edytorze.** Przechodzimy do zakładki **grupy reklam**.

Grupy reklam

▼ Filtry

+ Utwórz

Po przejściu do zakładki **grupy reklam** klikamy **utwórz** (zaznaczone kolorem czerwonym) i tworzymy grupę reklam odpowiedzialną za logikę wyświetlania reklam.

W otwartym oknie uzupełniamy pole **nazwa** oraz wybieramy urządzenia, na których będzie wyświetlać się reklama (desktop i mobile, tylko desktop lub tylko mobile).

W **aktywności** określamy kiedy grupa będzie aktywna (**od do**) oraz godziny jej aktywności.

W **geolokalizacji** ustalamy miasta, z których użytkownicy będą dostawać reklamy (parametr głównie do kampanii zasięgowych).

W **kategorii** określamy kategorię, z której produkty będą pobierane i wyświetlane w reklamach, pozostawienie pola pustego spowoduje korzystanie z całego asortymentu (**zalecane**).

W **rozliczeniu** wybieramy model rozliczeń przypisany do konkretnej grupy:

Optymalny CPM - model, w którym określamy maksymalną stawkę CPM i na jej podstawie system licytuje powierzchnię (RTB)[**ZALECANE**].

CPC - model, w którym określamy maksymalną stawkę CPC.

CPM - model, w którym określamy stawkę CPM, za którą system będzie licytował/kupował powierzchnię.

Reklama na domene (CPM) - model, w którym określamy stawkę CPM na podstawie której system licytuje/kupuje powierzchnię na wskazanej domenie.


MailGO(CPC) - model wykorzystywany w mailGO, służy do ustalania stawki za kliknięcie w otwartego maila.



MailGO(CPM) - model wykorzystywany w mailGO, służy do ustalania stawki za otwarcie wiadomości mailowej.

Po uzupełnieniu powyższych możemy zapisać grupę klikając przycisk **utwórz**. Po zapisaniu zostaniemy przeniesieni do edycji utworzonej grupy w celu jej ostatecznej konfiguracji.

Do poprawnego działania grupa reklam potrzebuje załadowania reklam oraz ustawienia logik oraz stawek wyświetlania dla konkretnej listy. Przechodzimy do sekcji reklama skąd z prostego menu wybieramy i załączamy konkretne, utworzone wcześniej **reklamy**:

Reklamy

 Wybierz reklamy, które mają być brane pod uwagę, podczas wyświetlania tej grupy reklam.

<input type="checkbox"/>	NAZWA	DATA MODYFIKACJI	SZABLON	FORMATY	STATUS
<input type="checkbox"/>	Mailgo 1	2019-07-05 17:15:35	MailGO [dynamiczna]	 1024x2048	włączona
<input checked="" type="checkbox"/>	Responsywny 1 rtbgo	2019-07-01 12:40:39	Responsywny 1 [dynamiczna]	 0x0	włączona

Anuluj Zapisz

Wybrane reklamy zapisujemy przyciskiem zapisz. Przechodzimy do sekcji **Listy dla użytkowników retargetowanych**.

Konfigurowanie kampanii w modelu optymalnego CPM

W sekcji Listy dla użytkowników retargetowanych ustalamy logiki oraz stawki dla poszczególnych list cookie. Po kliknięciu w przycisk **edytuj** przechodzimy do menu:

Listy dla użytkowników retargetowanych

Aby reklama została wyświetlona zretargetowanemu użytkownikowi, musi on należeć przynajmniej do jednej z list wyszczególnionych w tym zestawieniu.
Przybliżona liczba unikatowych użytkowników, które spełniają poniższe warunki z ostatnich 7 dni: **nieokreślona**.

LISTA	LISTA		ROZMIAR LISTY	CPM	CAP.	PRZEDZIAŁ CZASOWY				
	NAZWA	TYP				OD	DO			
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	VISITOR	predefiniowana	0					
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CLIENT	predefiniowana	0					
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CLIENT+	predefiniowana	0					
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SHOPPER	predefiniowana	0					
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	BUYER	predefiniowana	0					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SUGGESTED	predefiniowana	0					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SUGGESTED+	predefiniowana	0					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ADCLIENTS	predefiniowana	0					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ALLEGRO	predefiniowana	0					

Anuluj Zapisz

Z listy wybieramy listy użytkowników, do których chcemy dotrzeć z reklamą (**zaznaczając checkbox pod "jest w" zaznaczony kolorem zielonym**). Określamy stawkę zgodnie z wybranym modelem rozliczeń (**zaznaczone kolorem czerwonym**) w porozumieniu z **opiekunem handlowym** lub działem **Customer Success**. Dodatkowo określamy Capping (**ilość wyświetleń per cookie/dziennie, zaznaczone kolorem niebieskim**) oraz przedział czasowy (**uwzględniamy po jakim czasie od wizyty reklama ma się wyświetlać oraz przez ile dni będzie wyświetlana, zaznaczone kolorem fioletowym**).

Zmiany zatwierdzamy przyciskiem **zapisz**.

W sekcji reguły wyświetlania dla domen, określamy adresy www stron internetowych na których nie chcemy wyświetlać reklam. Ustalanie tego parametru przy tworzeniu pierwszej kampanii w GO.PL nie jest zalecane.

Konfigurowanie kampanii mailGO

W sekcji Listy dla użytkowników retargetowanych ustalamy logiki oraz stawki dla poszczególnych list cookie. Po kliknięciu w przycisk **edytuj** przechodzimy do menu:

Aby reklama została wyświetlona zretargetowanemu użytkownikowi, musi on należeć przynajmniej do jednej z list wyszczególnionych w tym zestawieniu.
Przybliżona liczba unikatowych użytkowników, które spełniają poniższe warunki z ostatnich 7 dni: 6366.

	LISTA	LISTA			CPC (MAX)		CPC (MIN)		CAP.	PRZEDZIAŁ CZASOWY	
		NAZWA	TYP	ROZMIAR LISTY						OD	DO
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	VISITOR	predefiniowana	9125	1,00 zł	1,00 zł				
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CLIENT	predefiniowana	2886	1,00 zł	1,00 zł				
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CLIENT+	predefiniowana	858	1,00 zł	1,00 zł				
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SHOPPER	predefiniowana	335	1,00 zł	1,00 zł				
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	BUYER	predefiniowana	0	1,00 zł	1,00 zł				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SUGGESTED	predefiniowana	0	3,00 zł					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SUGGESTED+	predefiniowana	0	3,00 zł					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ADCLIENTS	predefiniowana	25						
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ALLEGRO	predefiniowana	0	1,00 zł					

Z listy wybieramy listy użytkowników, do których chcemy dotrzeć z reklamą (**zaznaczając checkbox pod "jest w" zaznaczony kolorem zielonym**). Określamy stawkę zgodnie z wybranym modelem rozliczeń (**zaznaczone kolorem czerwonym**) w porozumieniu z **opiekunem handlowym** lub działem **Customer Success**. Dodatkowo określamy Capping (**ilość wyświetleń per cookie/dziennie, zaznaczone kolorem niebieskim**) oraz przedział czasowy (**uwzględniamy po jakim czasie od wizyty reklama ma się wyświetlać oraz przez ile dni będzie wyświetlana, zaznaczone kolorem fioletowym**).

Zmiany zatwierdzamy przyciskiem **zapisz**.

W sekcji reguły wyświetlania dla domen, określamy adresy www stron internetowych na których nie chcemy wyświetlać reklam. Ustalanie tego parametru przy tworzeniu pierwszej kampanii w GO.PL nie jest zalecane.

Grupy reklam

Filtry

+ Utwórz



Filtry zostały ukryte. Naciśnij przycisk **Filtry** aby je zobaczyć.

NAZWA	FLAGI				MODEL ROZLICZENIA	STATUS	OPERACJE
	S	L	R	✓			
Resposnywny 1 rtbGo	✓	✓	✓	✓	Optymalny CPM	Włączona	🔍 Zobacz ▾

Po pomyślnym utworzeniu grupy w zakładce wyświetli się informacja o jej stanie:

\$ - sygnalizuje stan środków (**zielony: ok, żółty: wymaga uwagi, czerwony: brak środków na koncie**).

L - sygnalizuje stan list (**zielony: ok, żółty: wymaga uwagi, czerwony: brak podpiętych list retargetingowych**).

R - sygnalizuje stan reklam (**zielony: ok, żółty: wymaga uwagi, czerwony: brak podpiętych reklam**).

“ptaszek” - sygnalizuje czy grupa wyświetla reklamy poprawnie.

Utworzoną grupę reklam należy również włączyć klikając na przycisk statusu (**zaznaczony kolorem czerwonym**).

Statystyki (RTB)

Filtry Ekspert

Niektóre filtry zostały ukryte. Naciśnij przycisk **Filtry** aby je zobaczyć.

Typ statystyk

Godziny **Dni** Miesiące Zakres

Przedział czasowy

2019-07

Grupowanie po

okresie

Filtruj Zeruj filtr

OKRES (DNI)	WYŚW.	KLIK.	CTR	CPC	KOSZT		KONWERSJE (KLIKNIECIA)		KONWERSJE (WYŚWIETLENIA)	
					MODEL CPC	MODEL CPM	LICZBA	WARTOŚĆ (ZŁ)	LICZBA	WARTOŚĆ (ZŁ)
1	13	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0	0,00 (0,00)
2	1 064	2	0,19	1,14	0,00	2,29	0	0,00	0	0,00 (0,00)
3	2 047	4	0,20	1,27	0,00	5,09	0	0,00	0	0,00 (0,00)
4	2 219	4	0,18	1,34	0,00	5,38	0	0,00	0	0,00 (0,00)
5	2 290	3	0,13	1,83	0,00	5,50	0	0,00	0	0,00 (0,00)
6	2 016	3	0,15	1,58	0,00	4,74	0	0,00	0	0,00 (0,00)
7	2 782	1	0,04	6,96	0,00	6,96	0	0,00	0	0,00 (0,00)
8	3 376	4	0,12	2,12	0,00	8,49	0	0,00	0	0,00 (0,00)
9	1 152	0	0,00	0,00	0,00	2,86	0	0,00	0	0,00 (0,00)
10	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

Po uruchomieniu kampani, jej efektywność możemy sprawdzić (w zależności od prowadzonych działań) w zakładce **Statystyki(RTB)** lub **Statystyki(MAIL)** które zawierają informację na temat ilości wyświetleń, kliknięć, osiągniętym CTR, średniej stawce CPC oraz ilości konwersji po kliknięciu (liczonej 30 dni od momentu kliknięcia w reklamę) oraz konwersji po wyświetleniu (liczonej 72h od momentu wyświetlenia reklamy - tak zwana konwersja wsparta). Przechodzimy do zakładki **konwersje**.

Konwersje

Filtry

Wykluczenia po ciasteczku

Wykluczenia po IP

Statystyki

Eksport



Filtry zostały ukryte. Naciśnij przycisk **Filtry** aby je zobaczyć.

« 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ... 86 87 »

DATA KONWERSJI	DATA KLIKNIECIA/WYSWIETLENIA	TYP	TYP	STATUS	IDENFIKATOR	WARTOŚĆ (ZŁ)	OPERACJE
2019-06-30 20:17:57	2019-06-01 15:55:02	kliknięcie	desktop	nowa	47001	240,90	Rozwiń
2019-06-24 20:54:31	2019-06-23 08:33:59	odslona	desktop	nowa	46472	93,79	Rozwiń
2019-06-24 18:35:00	2019-06-23 09:45:28	odslona	desktop	nowa	46458	103,79	Rozwiń
2019-06-23 21:01:23	2019-06-23 11:19:29	odslona	desktop	nowa	46369	308,09	Rozwiń
2019-06-23 20:20:06	2019-06-22 09:28:41	odslona	desktop	nowa	46364	2 245,99	Rozwiń
2019-06-23 18:45:05	2019-06-21 22:24:08	odslona	desktop	nowa	46354	78,90	Rozwiń
2019-06-23 00:44:55	2019-06-21 21:10:41	odslona	mobile	nowa	46322	101,78	Rozwiń
2019-06-22 14:32:28	2019-06-20 22:45:46	odslona	desktop	nowa	46305	207,90	Rozwiń

W zakładce **konwersje** widzimy wszystkie transakcje uzyskane za pośrednictwem platformy GO.PL z informacją o: dacie konwersji, dacie interakcji z reklamą (kliknięcie/wyświetlenie), typie konwersji (kliknięcie/odslona) jej typie (desktopowa/mobilna). Mamy tu również podany identyfikator konwersji oraz jej wartość.



W razie pytań lub wątpliwości, prosimy o kontakt pod adresem e-mail:

support@go.pl