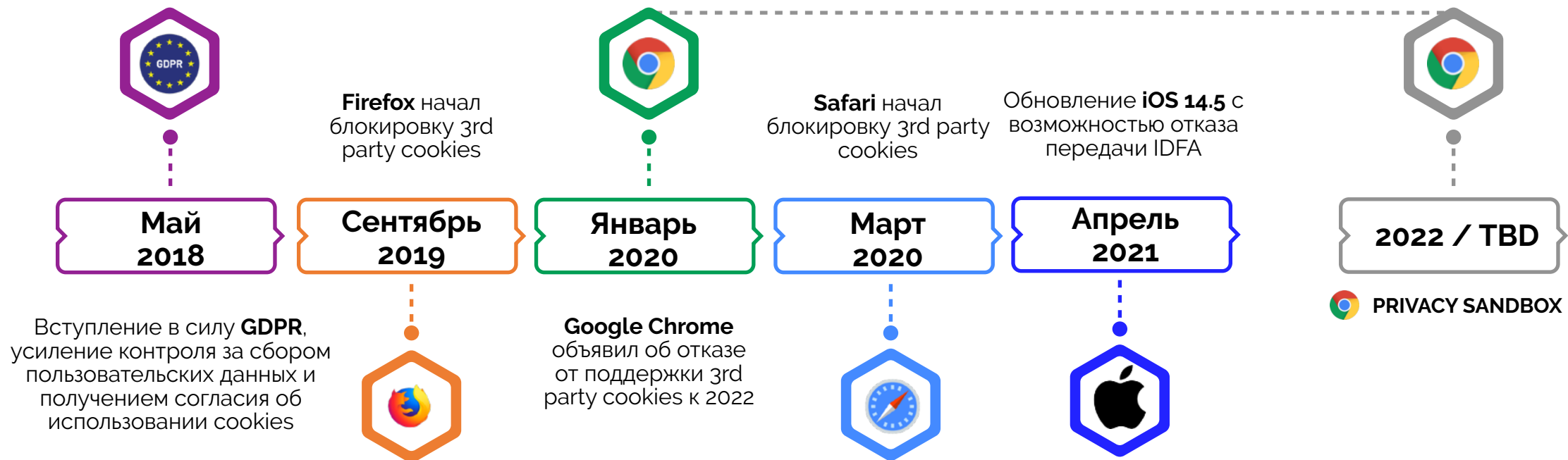


# НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА РАБОТУ С ДАННЫМИ

ЭЛЬВИРА САФАЕВА  
DATA DIRECTOR



# ВНИМАНИЕ К ТЕМЕ PRIVACY НА DIGITAL-РЫНКЕ



# НА ЧТО ПОВЛИЯЕТ ОТМЕНА 3RD PARTY COOKIES



AUDIENCE  
TARGETING



AUDIENCE  
ANALYSIS



MEASUREMENT

# КАКИЕ РЕШЕНИЯ ГОТОВИТ ИНДУСТРИЯ

1

КОГОРТЫ  
(FLOC)



2

UNIVERSAL ID



3

CONTEXTUAL  
TARGETING

*AI&DATA-DRIVEN*

4

1ST PARTY DATA

SWAN

(STORAGE WITH ACCESS NEGOTIATION)

SWAN

(SECURE WEB ADDRESSABILITY NETWORK)

5

CONVERSION MEASUREMENT API



AGGREGATED REPORTING API

# НА ЧТО ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ РЕКЛАМОДАТЕЛЯМ **СЕГОДНЯ**



ПЛАТФОРМЫ,  
ПОДДЕРЖИВАЮЩИЕ  
РАЗНЫЕ ТИПЫ ID  
(CDP)



СБОР 1ST PARTY DATA  
(HARD ID)  
+  
2ND PARTY DATA  
ПАРТНЕРЫ



ОБОГАЩЕНИЕ И  
ПОРТРЕТИРОВАНИЕ  
АУДИТОРИИ

ПОИСК 2ND PARTY DATA ПАРТНЕРОВ



КОРРЕКТИРОВКА  
МЕДИЙНЫХ  
СТРАТЕГИЙ



COOKIELESS VS  
COOKIE-BASED  
ТАРГЕТИНГ

КОНТЕКСТУАЛЬНЫЙ ТАРГЕТИНГ