



**ADINDEX**

CITY CONFERENCE

Будущее Performance Marketing: ключевые тренды и  
нацеленность на результат



*MediaSniper*

Future of  
Programmatic Performance

# Три кита programmatic

*1. Real-time*

*2. Аукцион*

*3. Данные*

*Баннеры*



Десктоп и мобильные  
баннеры, включая rich-media

*Видео*



На различных устройствах,  
включая in- и out-stream, а так  
же видео-баннеры

*Native*



ТГБ и  
контент-роллы



В мобильных размещениях доступны web  
и in- app размещения, включая interstitial

# Основные темы

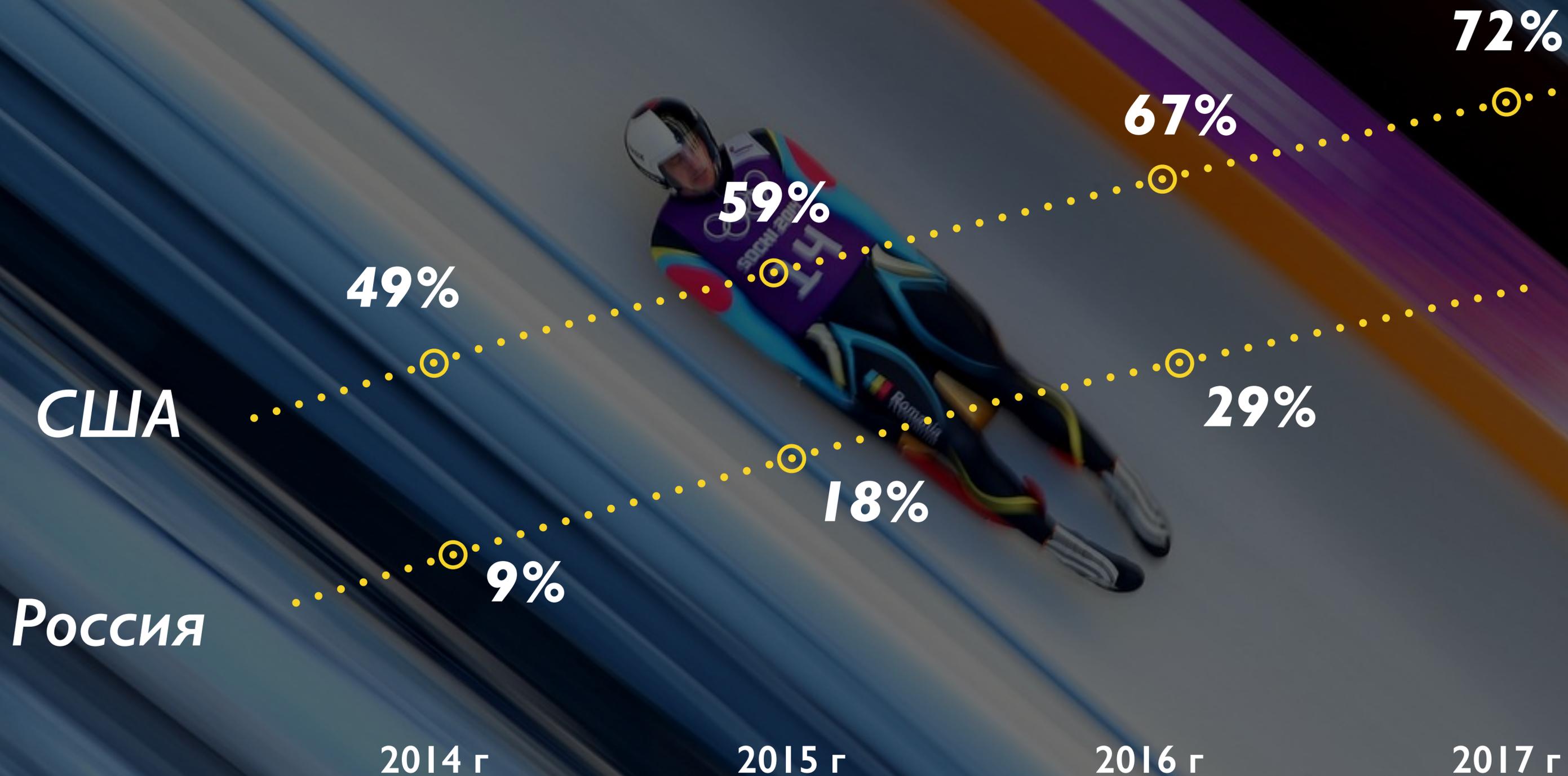
1. *Programmatic performance сейчас*
2. *Основные сложности использования 3rd party data*
3. *Будущее programmatic для performance закупок*
4. *Есть ли жизнь после brand safety*



*MediaSniper*

Programmatic performance сейчас

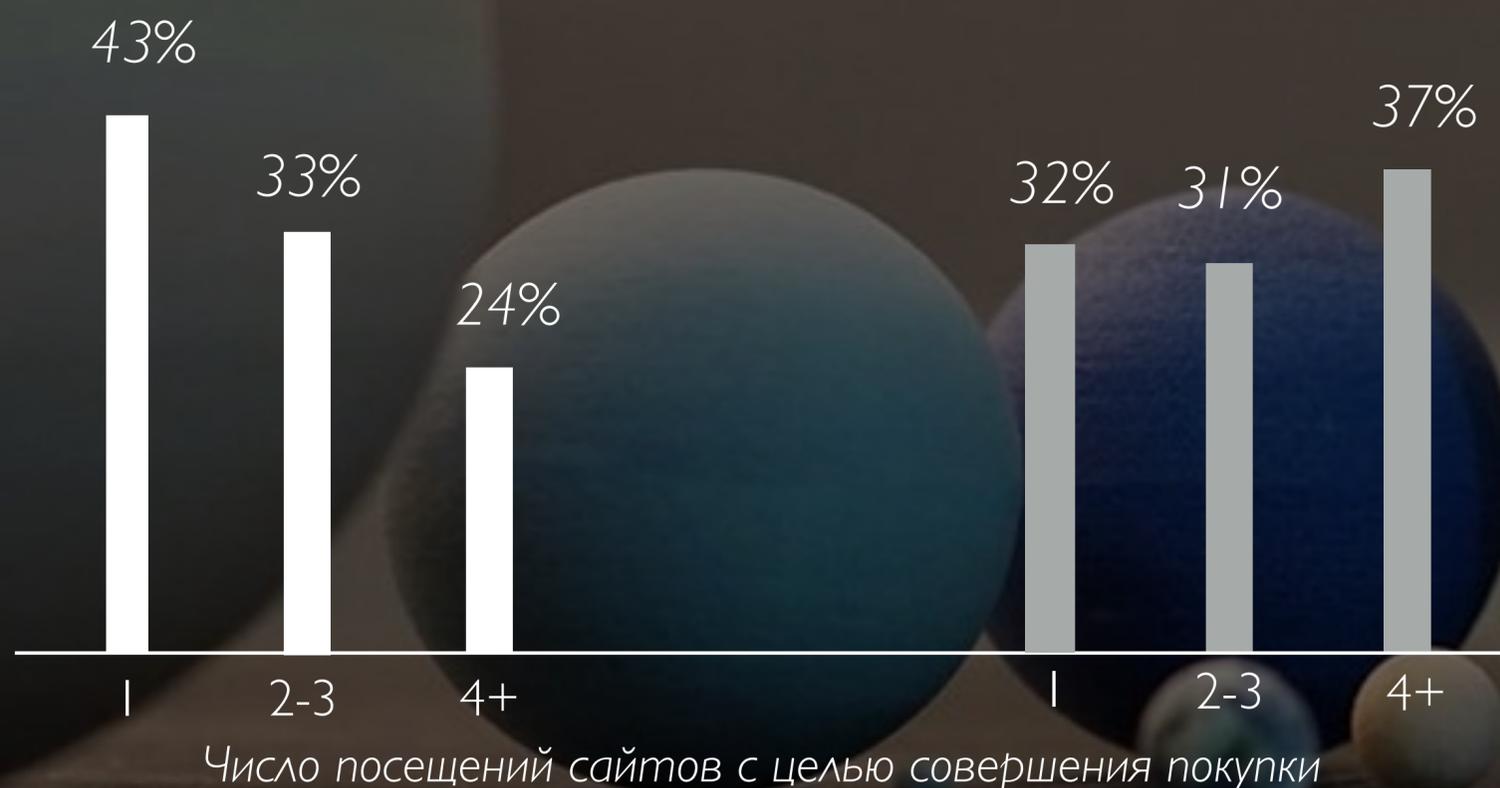
# Что с рынком?



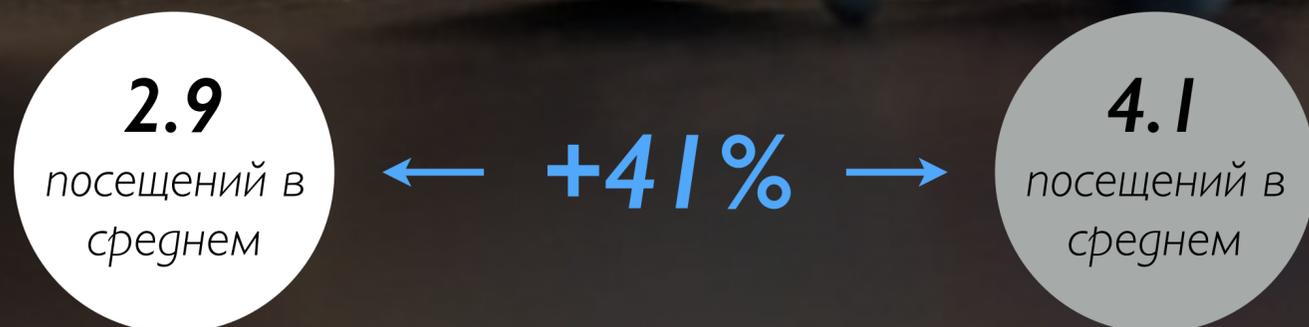
# Programmatic performance сейчас = использование 1st party

Распределение розничных электронных транзакций по числу посещений в США, IV квартал 2016г.

Принцип ориентированности на устройство

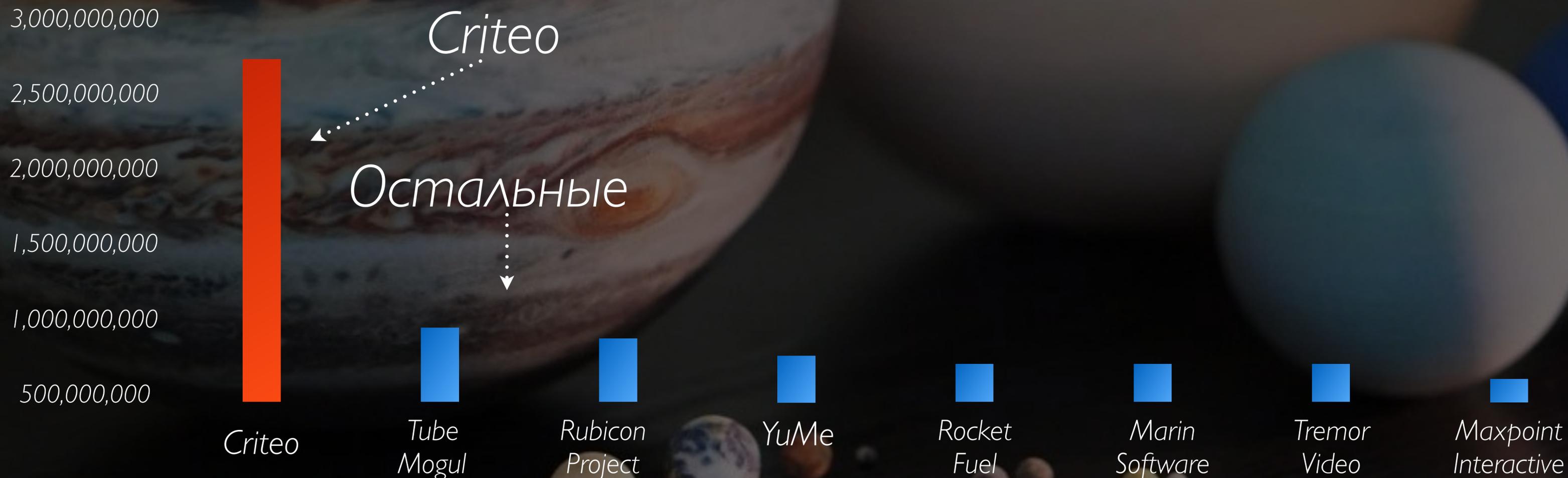


Ретаргетинг/Ремаркетинг (работа с собственной аудиторией) – наилучшим образом работающий инструмент для всех рекламодателей



# Programmatic performance сегодня = использование 1st party

Капитализация крупнейших публичных programmatic компаний, \$



Ожидания



*Невероятная точность таргетирования,  
позволяющая выбрать исключительно  
подходящих для бренда пользователей*

Реальность



*Недостаток охвата  
Слишком маленький CRM  
Посредственный пост-клик*

Programmatic - плоский круг

# DMP's secret



Ни в одной нет данных  
про 100% пользователей



Не понятна релевантность  
данных



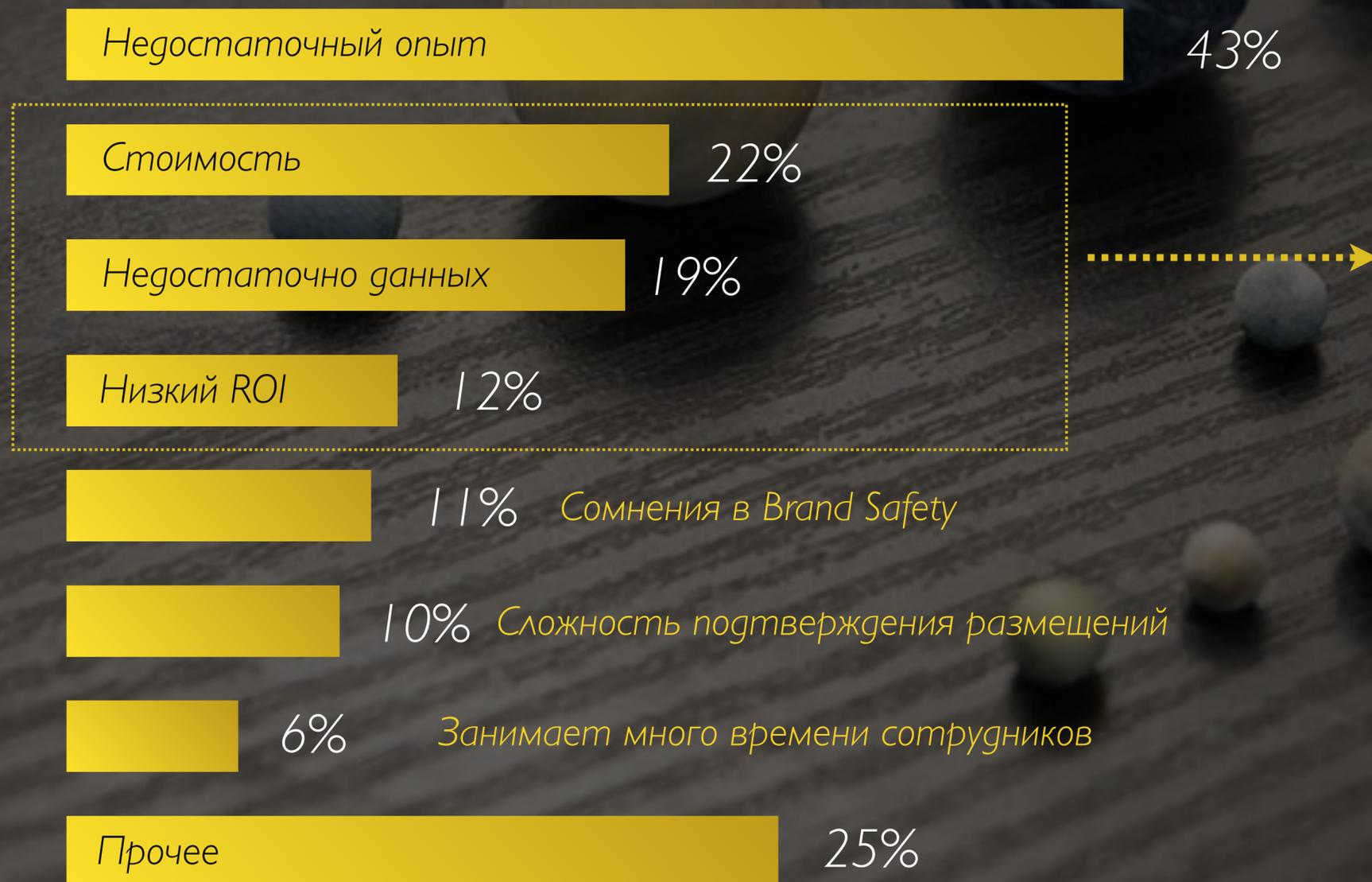
За эти данные ты конкурируешь  
со всеми, кто работает  
с этой DMP



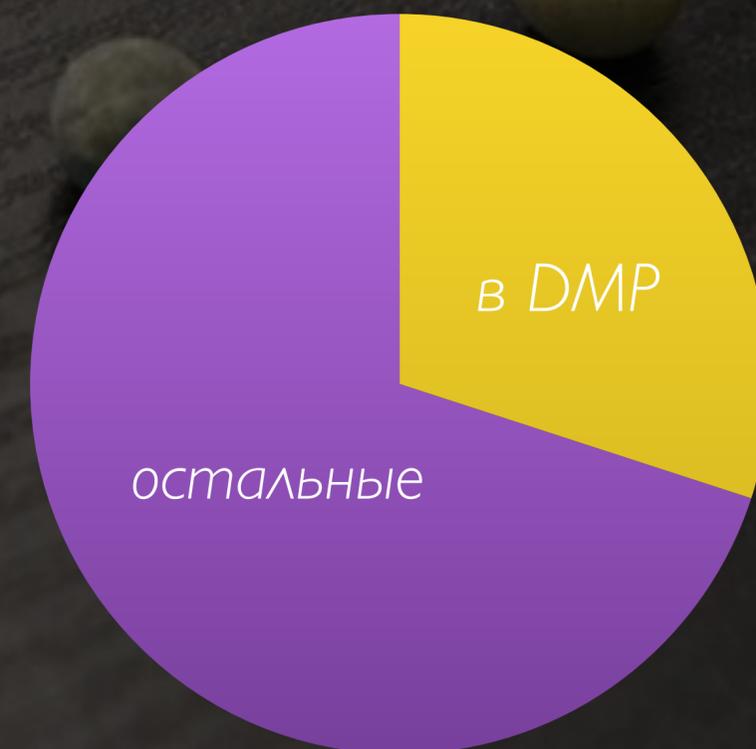
За эти данные платишь  
дополнительные деньги

# Основная проблема не-ретаргетинговых закупок

Барьеры использования programmatic в APAC



Как поймать ЦА  
об интересе которых  
не знает DMP?



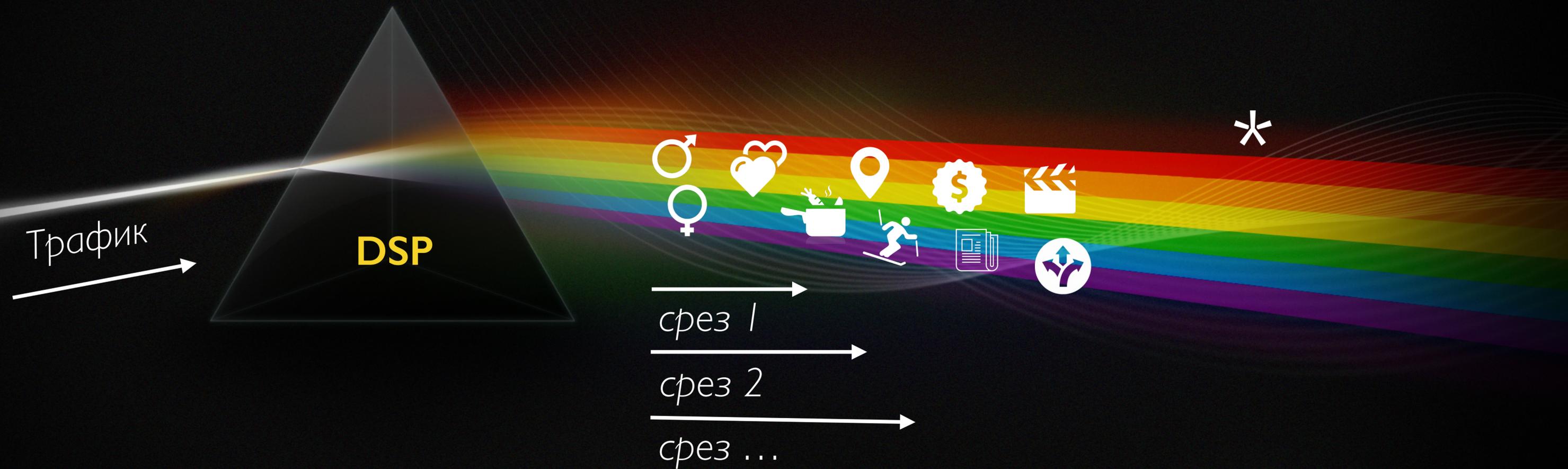


*MediaSniper*

Будущее Programmatic performance



# Аудиторная призма



\* это не пропаганда  
— это физика



3rd +



*3rd + 2nd party data =*



MediaSniper



# Неполный перечень неаудиторных таргетингов

1. По источнику трафика
  2. По городам
  3. По диапазону стоимости выигравшей ставки
  4. По URL
  5. По домену
  6. По дням недели
  7. По времени дня
  8. По номеру показа креатива юзеру
  9. По номеру показа кампании юзеру
  10. По номеру показа Клиента юзеру
  11. По номеру показа в рамках источника трафика
  12. По интернет-провайдеру
  13. По наличию матчинга (в разных SSP)
  14. По браузеру
  15. По ОС
  16. По позиции креатива в блоке (для ТГБ)
  17. По ядру посещаемых пользователем доменов
  18. По приватным сделкам
  19. По языку площадок
  20. По совершенным в рамках кампании действиям
  21. По видимости креатива по стандарту RTB
  22. По видимости блока из реквестов Google
  23. По позиции видео
  24. По языку браузера
  25. По номеру показа кампании юзеру в час
  26. По номеру показа кампании юзеру в день
  27. По номеру показа креатива юзеру в день
  28. По номеру показа креатива юзеру в час
  29. По взаимодействию с рекламой
  30. По активности пользователя онлайн в день
  31. По активности по дням недели
  32. По изменению провайдера/города
  33. По видимости пользователя
  34. По анкетному соц-дему
  35. По расчетному соц-дему
  36. По кластерам схожести пользователей
  37. По приложениям
  38. По кейвордам
  39. По мохнатости суслика
- и т.д.





MediaSniper

# Fifty Shades of Targeting



# Практическое применение

bin\_au: Группа активности по часам: максимальное количество часов активности в день юзера за последние 2 недели (1001)

Показать все

Показать настроенные

Развернуть все

Свернуть все

Очистить

BidRate

BidRateR

bid

Shows

Clicks

V\_Clicks

A\_Clicks

act6

CPC

CPA

CPM

CTR

Profit

Leads

Lead Sum

Win Sum

Accept

AcceptSum

Установить

Очистить

Применить фильтр

Не определены	<input type="text" value="1"/> <input type="text" value="0"/>	<input type="text"/>	0	0	0	0	0	0	0	-	-	-	-	0	0	0.00	0.00	0	0
▼ Определены	<input type="text" value="1"/> <input type="text" value="0"/>	<input type="text"/>	0.00	12 605 006	4 202 581	3 335	901	0	0	51.30	-	40.71	0.079%	-171 069.90	0	0.00	171 069.90	0	0
до 2 часов(1)	<input type="text" value="1"/> <input type="text" value="0"/>	<input type="text"/>	0.00	1 831 265	627 961	671	172	106	11	42.05	-	44.94	0.107%	-28 218.72	0	0.00	28 218.72	0	0
от 2 до 6 часов(2)	<input type="text" value="1"/> <input type="text" value="0"/>	<input type="text"/>	0.00	4 777 653	1 544 790	1 406	376	244	43	45.24	-	41.17	0.091%	-63 605.09	0	0.00	63 605.09	0	0
от 6 до 15 часов(3)	<input type="text" value="1"/> <input type="text" value="0"/>	<input type="text"/>	0.00	5 717 725	1 925 579	1 220	331	235	56	62.45	-	39.56	0.063%	-76 184.18	0	0.00	76 184.18	0	0
от 15 до 23 часов(4)	<input type="text" value="1"/> <input type="text" value="0"/>	<input type="text"/>	0.00	278 363	104 251	38	22	17	2	80.58	-	29.37	0.036%	-3 061.90	0	0.00	3 061.90	0	0
больше 23 часов(5)	<input type="text" value="1"/> <input type="text" value="0"/>	<input type="text"/>	0	0	0	0	0	0	0	-	-	-	-	0	0	0.00	0.00	0	0

# Практическое применение

bin\_au: Группа активности по часам: максимальное количество часов активности в день юзера за последние 2 недели (1001)

Показать все

Показать настроенные

Развернуть все

Свернуть все

Очистить

BidRate BidRateR bid Shows Clicks V\_Clicks A\_Clicks act6 CPC CPA CPM CTR Profit Leads Lead Sum Win Sum Accept AcceptSum

Установить

Очистить

Применить фильтр

Не определены	<input type="checkbox"/>		0	0	0	0	0	0	0	-	-	-	-	0	0	0.00	0.00	0	0
▼ Определены	<input type="checkbox"/>		0.00	12 605 006	4 202 581	3 335	901	0	0	51.30	-	40.71	0.079%	-171 069.90	0	0.00	171 069.90	0	0
до 2 часов(1)	<input type="checkbox"/>		0.00	1 831 265	627 961	671	172	106	11	42.05	-	44.94	0.107%	-28 218.72	0	0.00	28 218.72	0	0
от 2 до 6 часов(2)	<input type="checkbox"/>		0.00	4 777 653	1 544 790	1 406	376	244	43	45.24	-	41.17	0.091%	-63 605.09	0	0.00	63 605.09	0	0
от 6 до 15 часов(3)	<input type="checkbox"/>		0.00	5 717 725	1 925 579	1 220	331	235	56	62.45	-	39.56	0.063%	-76 184.18	0	0.00	76 184.18	0	0
от 15 до 23 часов(4)	<input type="checkbox"/>		0.00	278 363	104 251	38	22	17	2	80.58	-	29.37	0.036%	-3 061.90	0	0.00	3 061.90	0	0
больше 23 часов(5)	<input type="checkbox"/>		0	0	0	0	0	0	0	-	-	-	-	0	0	0.00	0.00	0	0

# Настоящая ценность — на пересечении срезов

## Кейс



CPA\* по DPM  
сегменту ~  
**7000** руб



Владельцы недвижимости

Показы - 945 930  
Клики - 643

Онлайн более  
2х часов/дн

Показы - 614 855  
Клики - 341

Онлайн менее  
2х часов/дн

Показы - 331 075  
Клики - 302

65% показов принесли  
53% кликов

7% показов, но уже  
**11%** кликов

Новости политики  
и экономики

Показы - 66 216  
Клики - 71



Новости спорта,  
технологий и  
культуры

Показы - 264 859  
Клики - 231

CPA\* по сегменту ~  
**932** руб



Brand Safety ~~и~~ и performance



MediaSniper

# Brand Safety Engine

фильтры



Исключение страниц,  
не отдающих достаточного  
числа данных в парсер



Кросс-валидация  
со списками пиратских  
и «взрослых» сайтов



Отсечение страниц,  
с содержанием опасных слов  
в адресной строке (URL)



Отсечение страниц с ошибками,  
несовпадающими кодировками,  
закрытые для индексации  
и прочие



Исключение UGC сервисов  
и таблоидов (список  
постоянно пополняется)

# Brand Safety Engine

механика



URL адреса из  
запросов на рекламу



Доступный инвентарь:

**13.5** млн URLs

BS сервис



Отфильтрованный инвентарь:

**5.4** млн URLs

Автоматический WL



# Brand Safety

НЮАНСЫ

Хороший BS — это:

1.



сокращение числа  
показов

2.



Рост среднего  
CPM



Performance



# Brand Safety

НЮАНСЫ

Ответственность провайдера:



Настолько  
близко к Real-  
time, насколько  
можно



Критерии  
отсечения и  
эвристики

Ответственность Клиента:



WL или BL?



Жесткость  
фильтрации

*1. Не будьте заложниками DMP сегмента, используйте косвенные принадлежности к сегменту*

*2. Пользователи сегмента не однородны, ценность – на пересечении срезов*

*3. Brand Safety – не приговор, если ответственность применения общая между провайдером и рекламодателем*



*MediaSniper*

Made to boost ad efficiency

[mediasniper.ru](http://mediasniper.ru)

<https://www.facebook.com/evgeniy.doronin>