

# Предиктивные технологии в performance-маркетинге



Екатерина Стрельникова

Product Lead Рекламных сервисов



# 2024 и вызов performance-маркетингу

- 1 Современная performance-реклама основана на непрерывной идентификации пользователя в интернете и должна подбирать для него оптимальную рекламу
- 2 Качество идентификации пользователя неуклонно падает, в этом году будет очередной переломный момент
- 3 Как рекламные технологии будут адаптироваться к новой реальности?



# Объём создаваемых данных в мире



По данным аналитического агентства IDC

# ML-предикторы

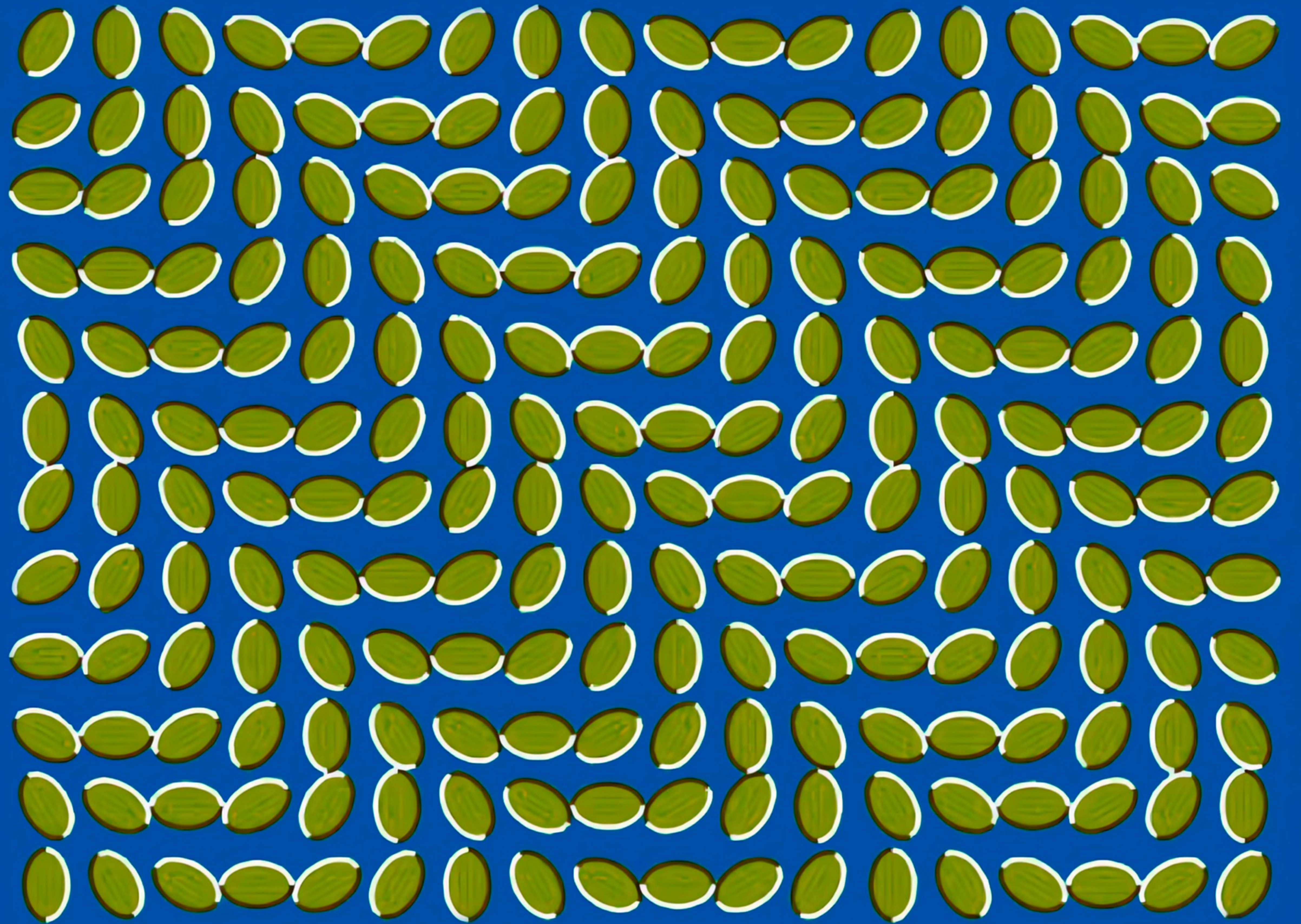
до **25%**

эффективнее использование  
маркетингового бюджета  
за счёт ML-технологий

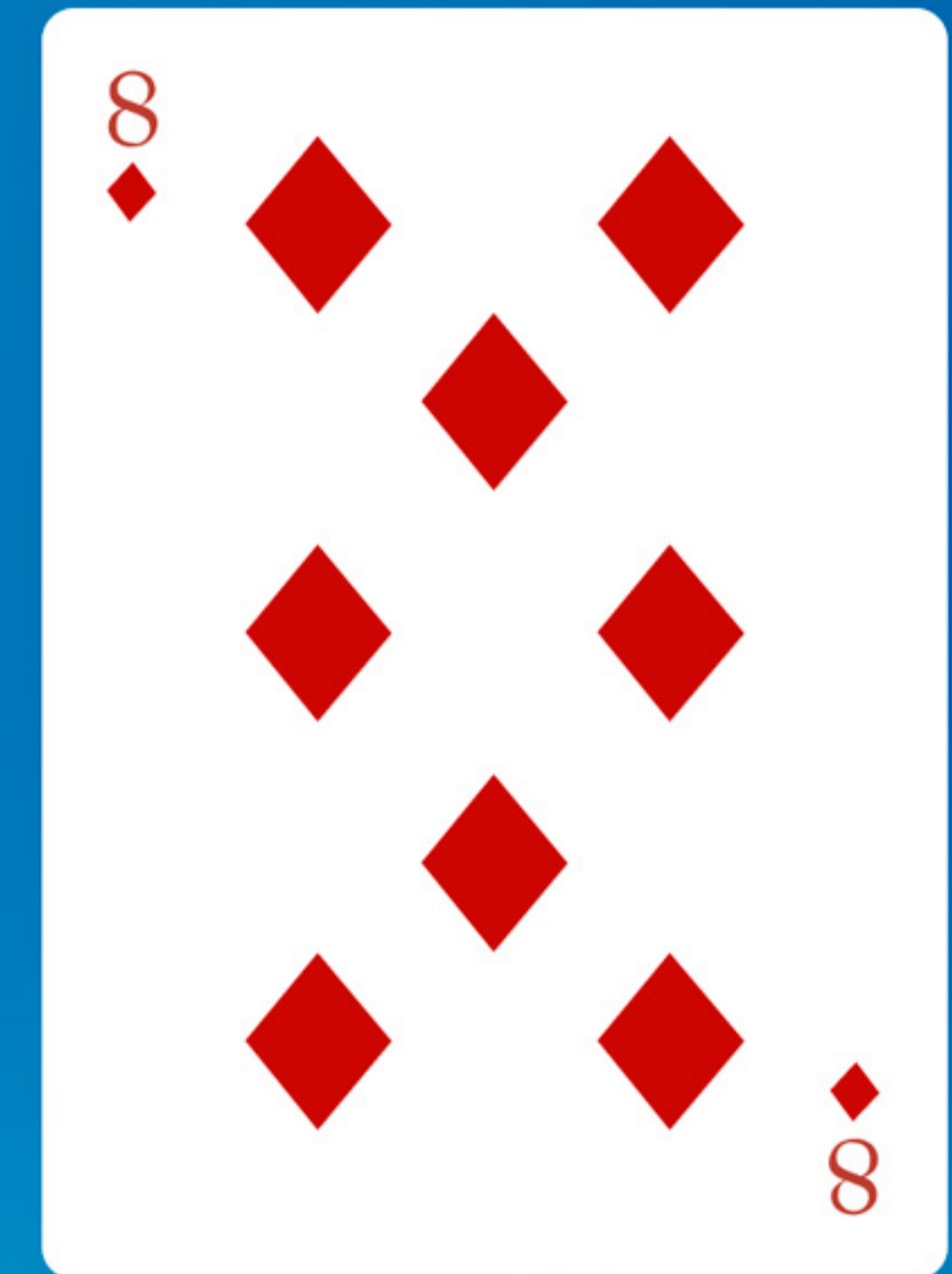
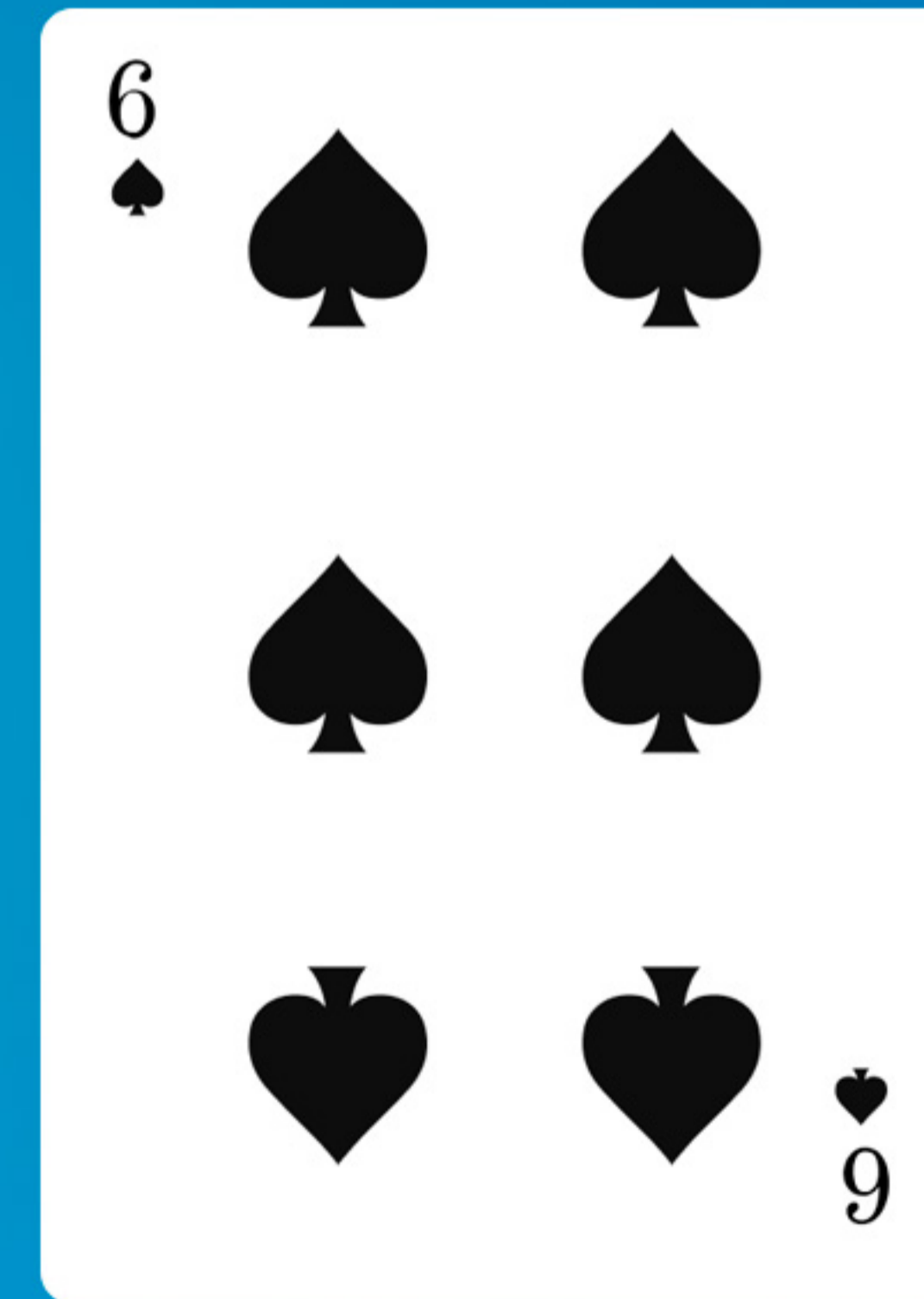
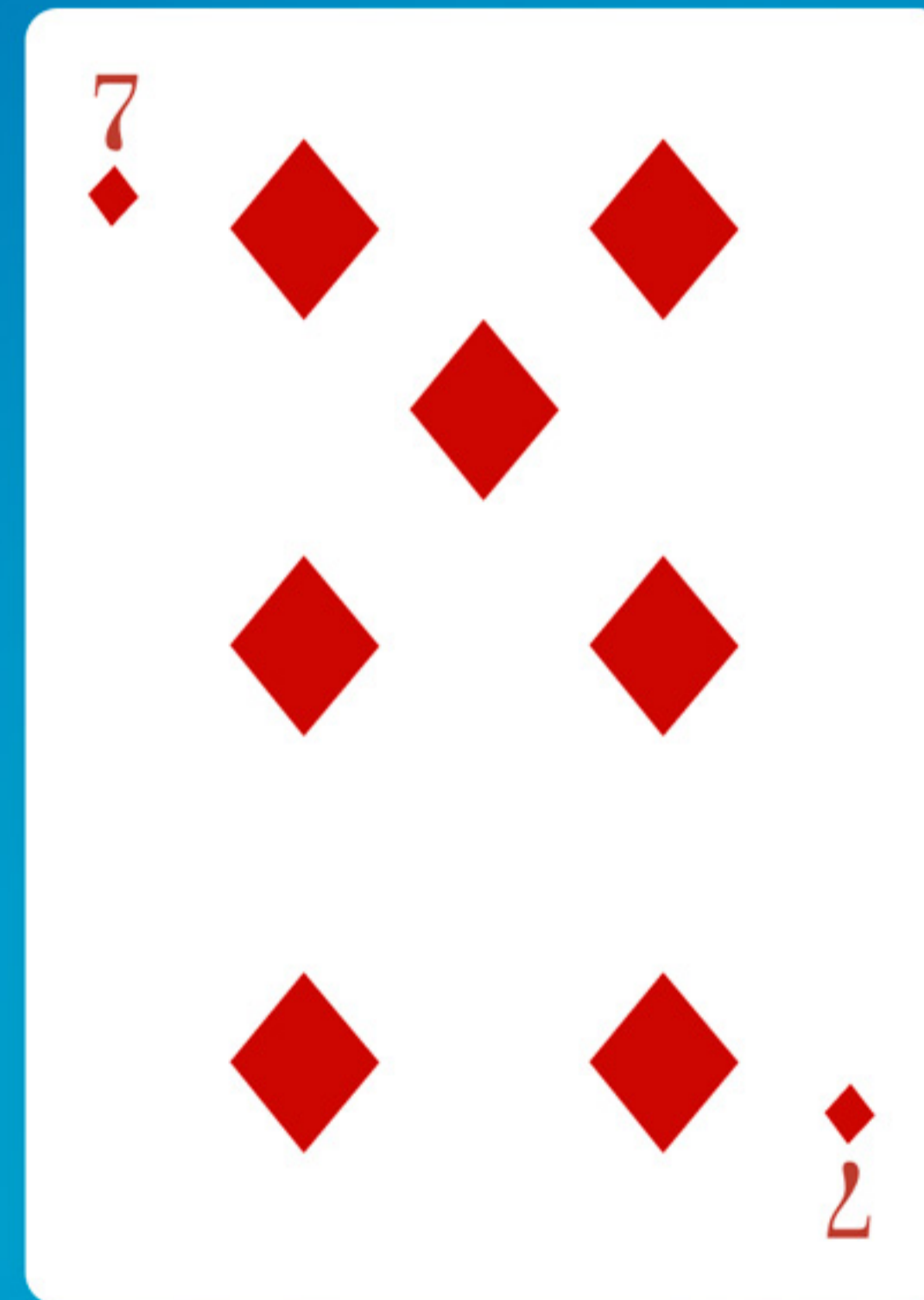
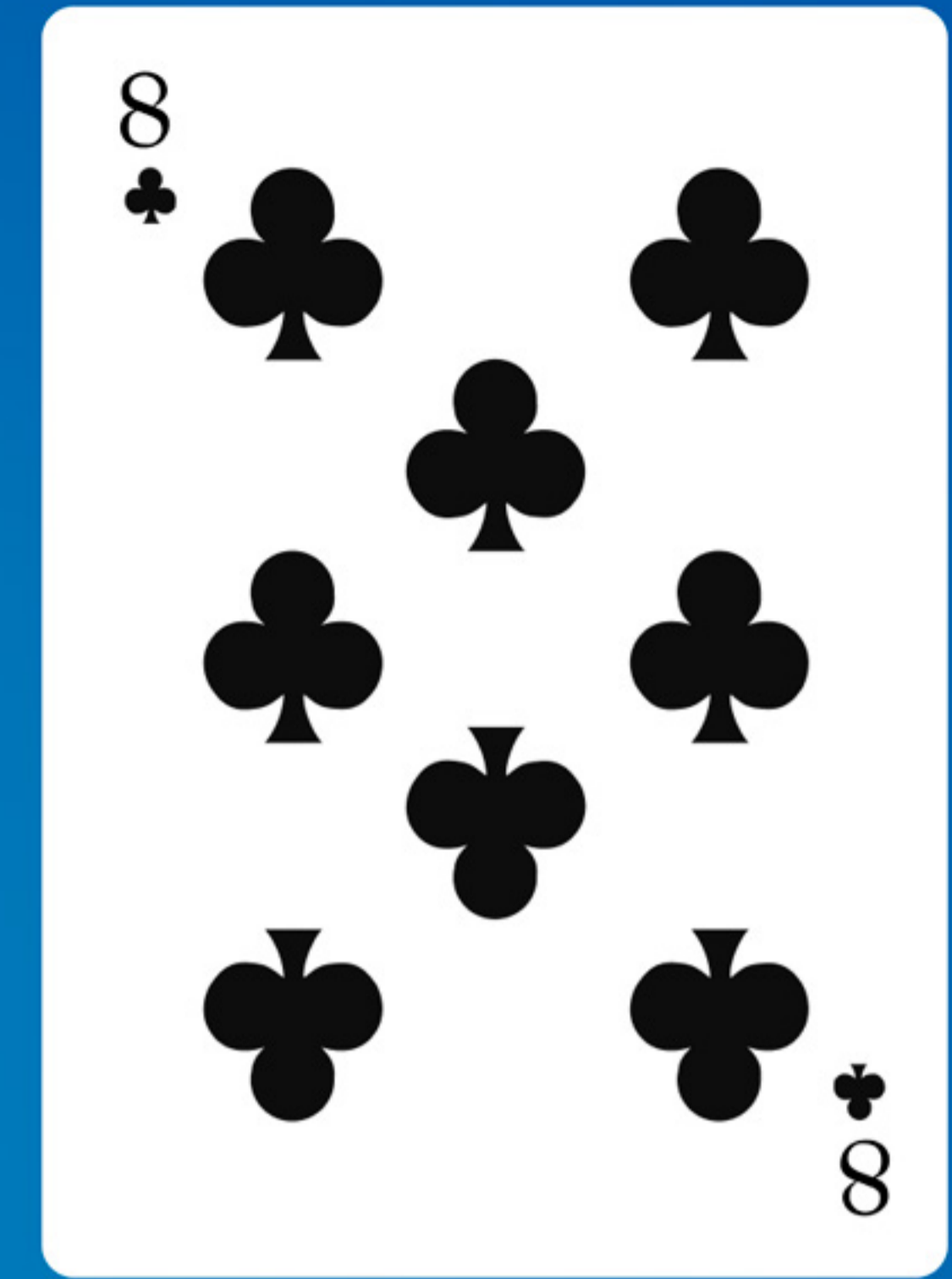
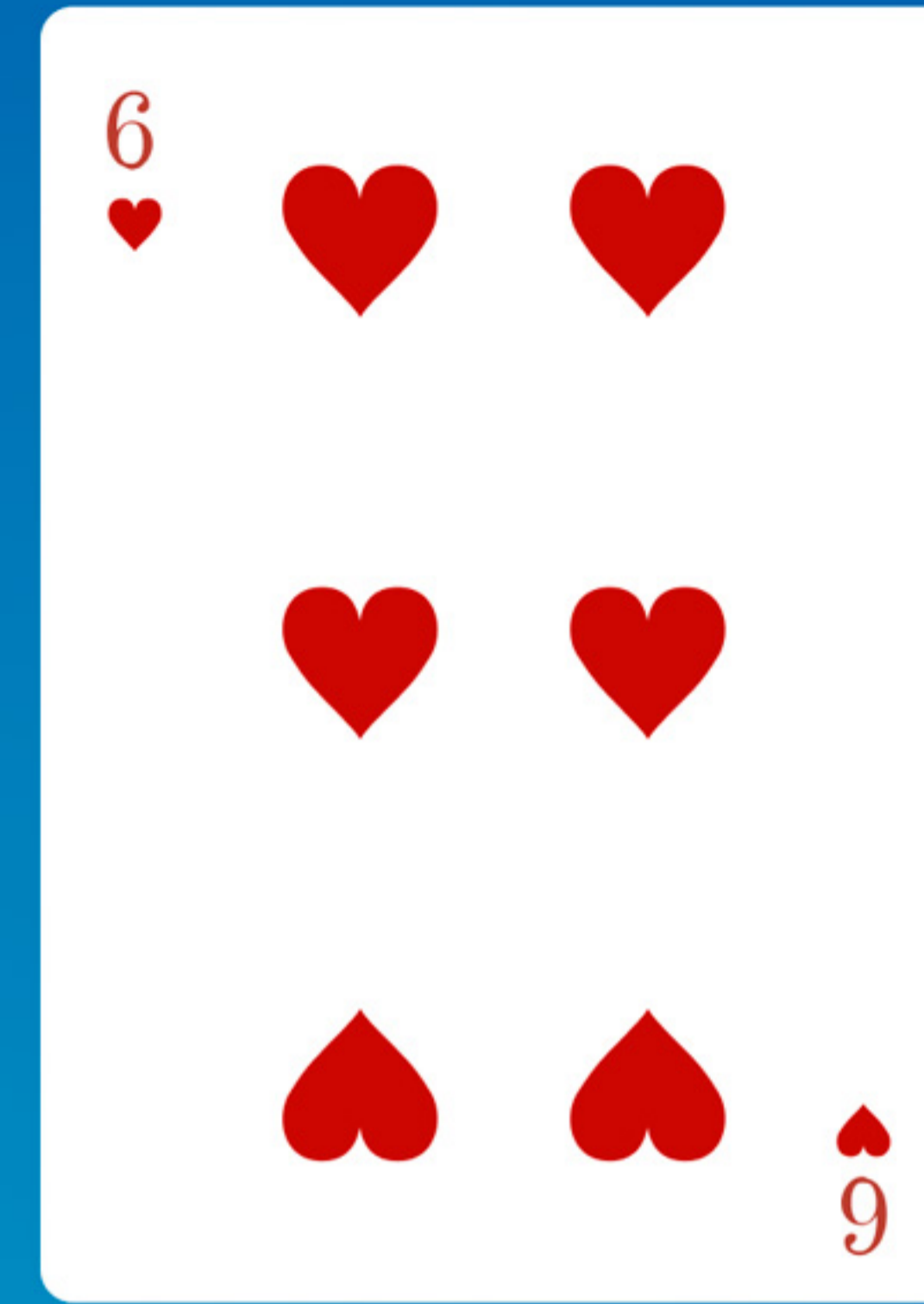
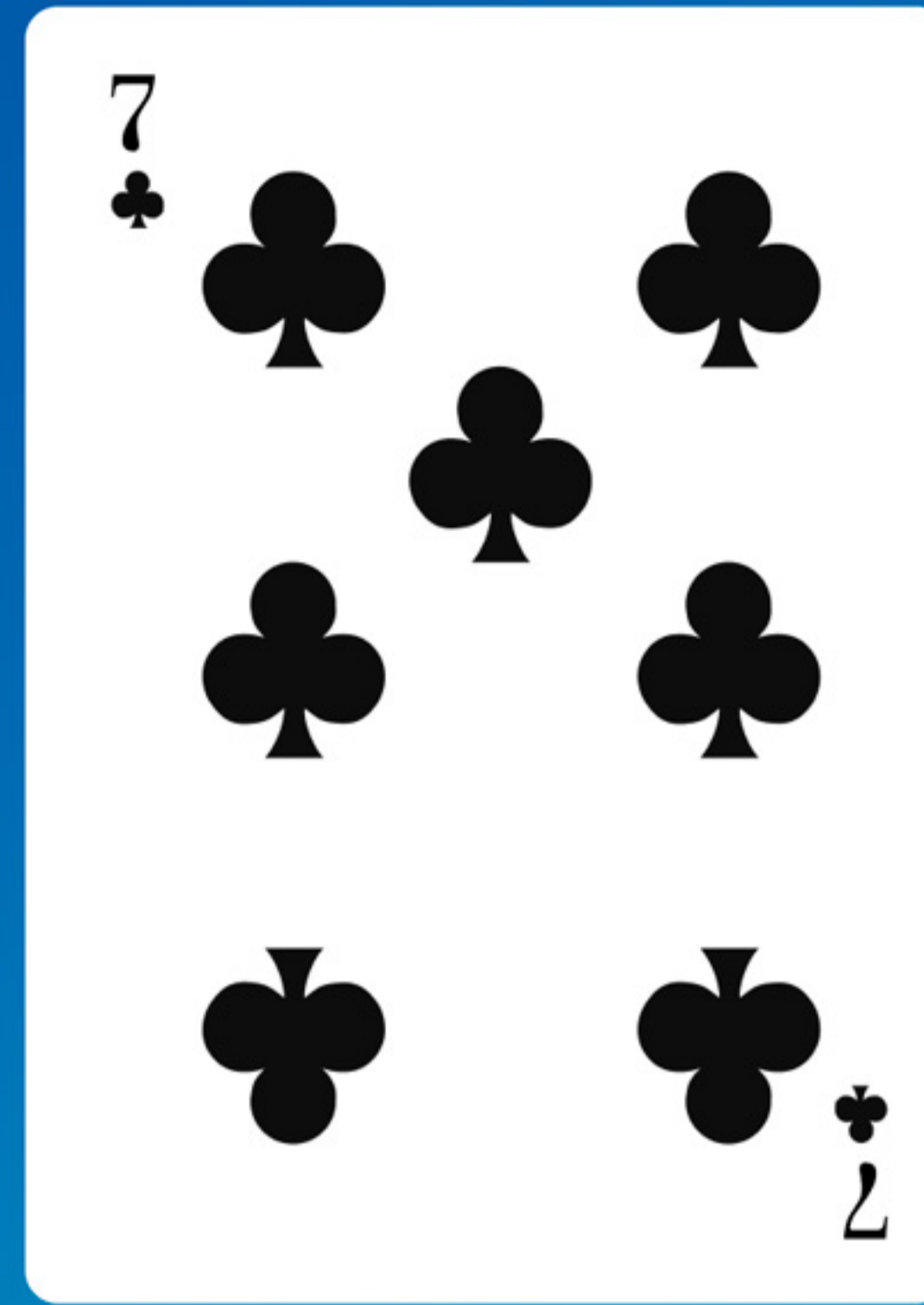
Появиться нужным  
людям **В НУЖНОМ**  
месте **вовремя**



**Мозг** — это  
предиктор

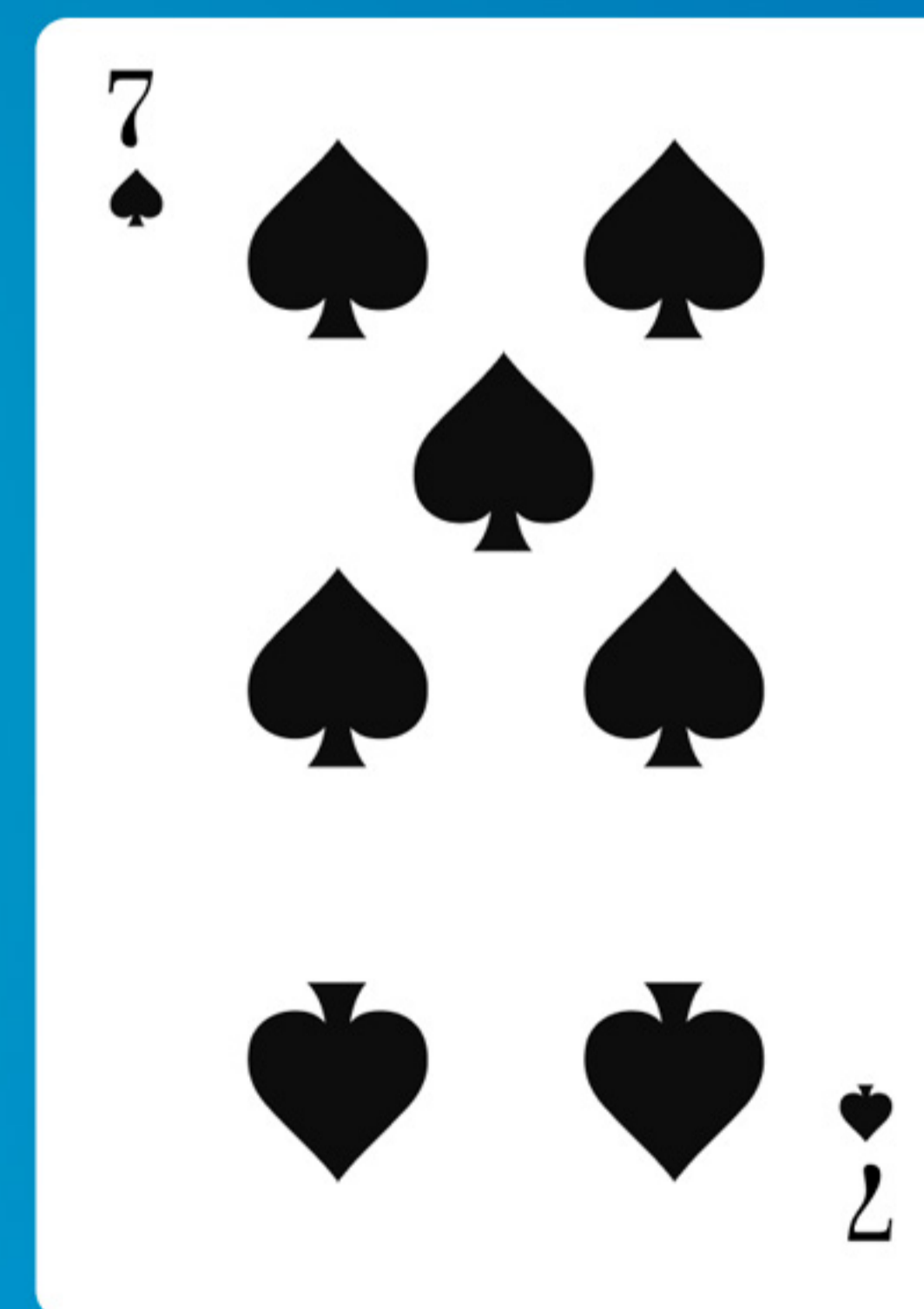
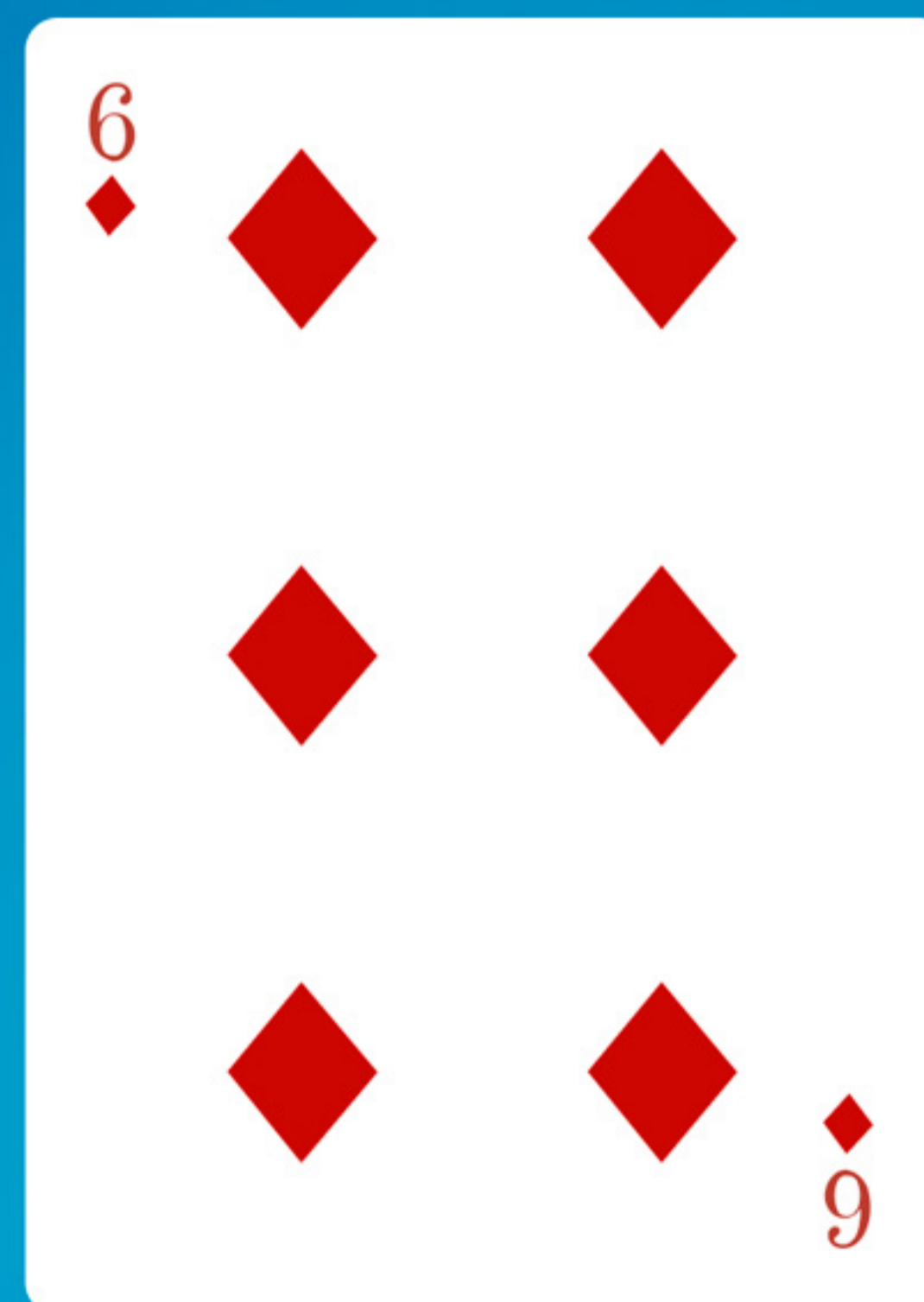
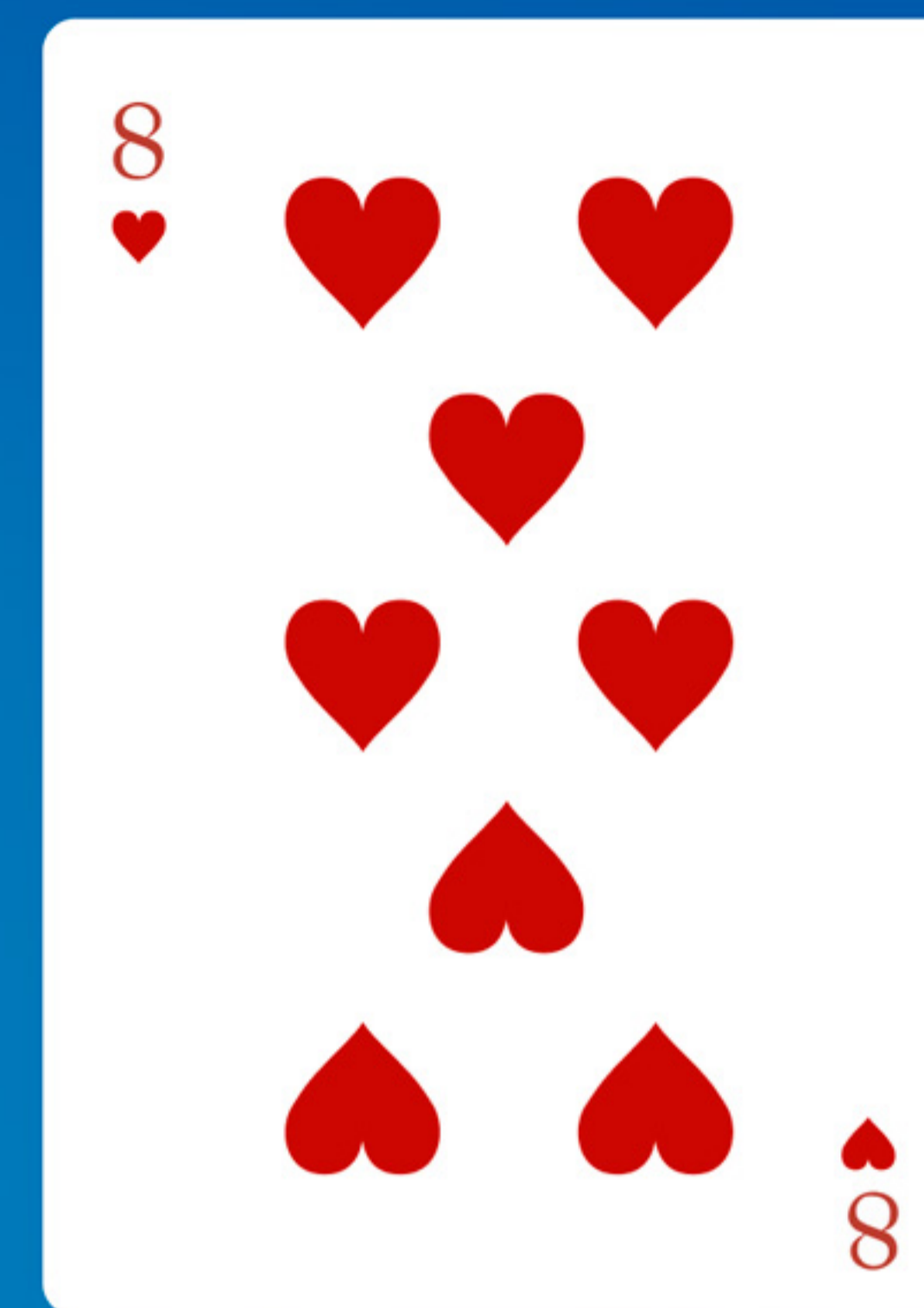
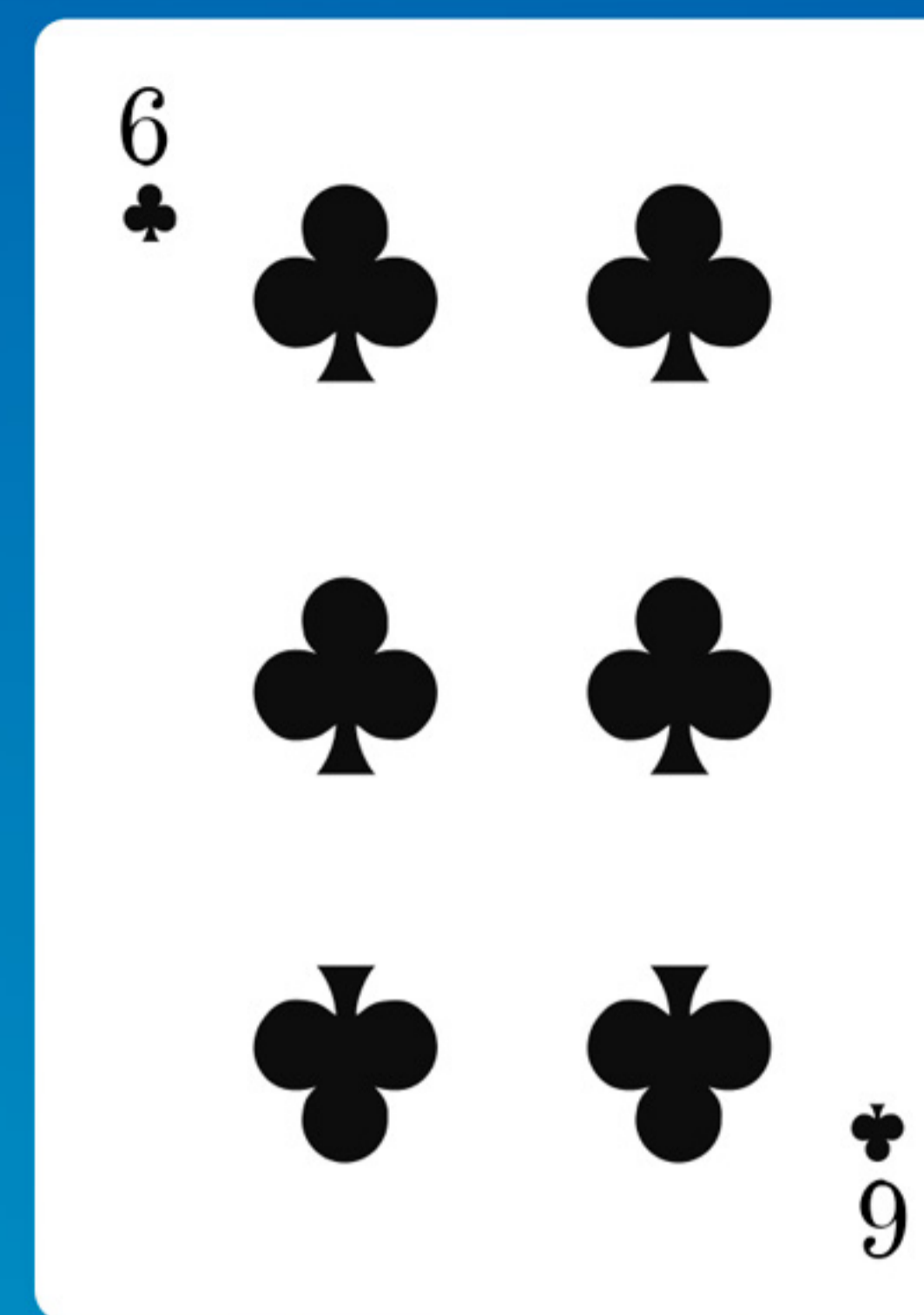
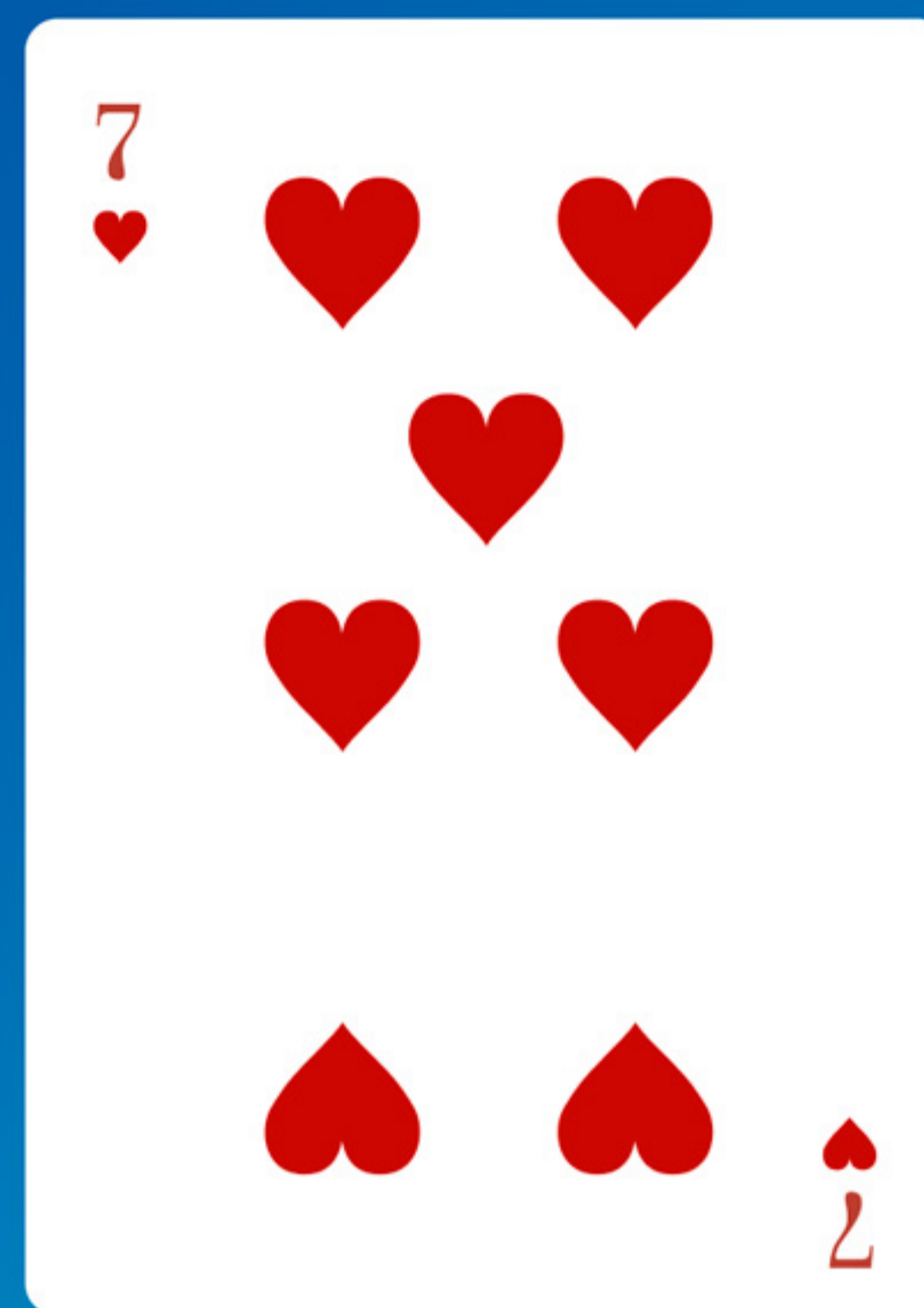


Выберите  
карту и  
запомните её



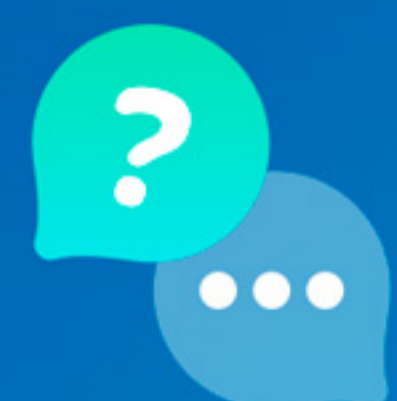


Вашей карты  
нет, верно?





Маркетинговые  
инновации, доступные  
каждому



[help@ads.sber.ru](mailto:help@ads.sber.ru)



Регистрируйтесь  
на [ads.sber.ru](https://ads.sber.ru)