



New ad tech world. Trends for brands.

Сервисы и площадки, приостановившие свою работу/работающие с ограничениями на территории РФ

Технологии

Дата и аналитика

OWOX BI, Google, TEALIUM, ORACLE, emarsys (part of SAP), IBM, MOAT, IAS Integral Ad Science, DV DoubleVerify, Adobe Analytics, YOUSCAN, ClickHouse, Power BI, tableau

Размещение

Сетки

Google Ads, Display & Video 360

Видео & аудио

Spotify, MEGOGO

Социальные медиа

Twitter, Instagram*, Facebook*, TikTok, YouTube

Performance-ориентированные

e-katalog, Nadav, letyshops, Search Ads, criteo, RTBHOUSE =

Альтернативные сервисы и площадки, продолжающие свою работу на территории РФ

Технологии

Дата и аналитика

Logos of various data and analytics technologies including weborama, ADRIVER, mindbox, KONNEKTU, Sailplay, 1c, Bitrix24, MTC, VK Customer Experience Hub, amoCRM, Метрика, DataLens, matomo, ClickHouse, FIRST DATA, CleverDATA, and билайн.

Размещение

Сетки

Logos of various ad networks including Яндекс, VK, myTarget, DIGITAL ALLIANCE, MEDIADSKX INC, SCANNERS, Rocket10, and GOMOBILE.

Социальные медиа

Logos of various social media platforms including VK, Odnoklassniki, Telegram, Rutube, and Yappy.

Performance-ориентированные

Logos of various performance-oriented advertising platforms including VK, myTarget, Direct, @пульс, СБЕР МАРКЕТ, EAПТЕКА, OZON, Avito, CPA-сети, HUAWEI Ads, and Mobile-поставщики.



Cookieless и защита персональных данных

Работа с first-party

Contextual targeting

“No-mobile id’s” решения

Аналитика и измерения

Качество контакта

Предиктивная аналитика и моделирование

Атрибуция

Измеримость

E-retail

E-retail media –
новые DSP

E-retail ad tech

Social e-com

Live-commerce

Cookieless и защита персональных данных



49% рекламодателей назвали отказ от сторонних cookies основным челленджем **в 2021 году**.

94% потребителей хотят иметь контроль над данными, которыми они делятся с брендами.

60% маркетологов используют куки третьей стороны для измерений и атрибуции.

Примеры решений: Google Privacy Sandbox (из последнего – Topics API), Sparrow (Criteo), Unified ID 2.0, Interoperable Private Attribution (IPA) от Mozilla и Meta* и др.

Работа с first-party

88% маркетологов назвали сбор и хранение 1st party cookies своим приоритетом на следующий полгода-год.

Примеры решений: Data clean rooms, CDP и др.

Contextual targeting

70% пользователей считают, что реклама **должна соответствовать** контенту, который они потребляют.

Контекстуальный таргетинг является приоритетным решением для таргетирования в эпоху post-cookie.

Примеры решений: Double Verify и др.

“No-mobile id’s” решения

В 2021 Apple выпустила обновление iOS, которое ограничивает доступ брендов к IDFA, это вызвало перенос маркетинговых затрат к Android (+8-21%).

Примеры решений: SKAdnetwork и др.

Аналитика и измерения



Качество контакта

Рост мировых объемов Ad fraud.

Рост интереса к **attention metrics**. **98%** представителей брендов считают, что работа с показателями внимания в мобильной рекламе принесут пользу их организациям.

Примеры решений: Oracle Moat attention metrics, Appsflyer и др.

Предиктивная аналитика и моделирование

Факторы:

- Ограничения в контексте деприоритизации 3rd party cookies и рекламных mobile идентификаторов.
- Тренд на «**быстрый маркетинг**» (оценка результативности здесь и сейчас).

Примеры решений: Customer Experience Platform от Microsoft, вероятностная атрибуция от Appsflyer, Consent Mode в GTM И др.

Атрибуция

Атрибуция, в частности, кросс-девайс – второй по популярности «интерес» маркетологов.

Примеры решений: обновление GA4 и др.

Измеримость

Тренд на полную и точную измеримость размещений сохраняется, даже в тех направлениях, в которых ранее трекинг эффективности и качества контакта были проблематичны.

Примеры решений:

- Spotify: покупка инструментов для измерения рекламы в подкастах.
- Anzu.io и Oracle Moat: viewability внутриигровой рекламы.
- И др.

E-retail ad tech

Бренды используют рекламу с интегрированными e-com возможностями для сокращения пути пользователя от показа рекламы к непосредственно покупке.

Увеличивается роль рекламы товаров и брендов на e-retail медиа (маркетплейсов, прайс-агрегаторов, сервисов доставок и др.) в виду роста их доли и готовности монетизировать свой инвентарь не только для внутренних, но и внешних продавцов.

E-retail media – новые DSP

Amazon заработала на рекламе более \$31 млрд в 2021 году, и уже давно обогнала Google по поисковым запросам.

В России: Ozon и Сбермаркет разрешили размещаться сторонним продавцам на своей платформе.

E-retail ad tech

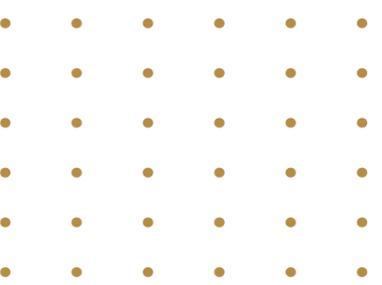
Новый продуктовый поиск от Google, развитие e-com форматов в TikTok, покупка предметов для дома в AR в Pinterest, AR Shopping в Snapchat, Retail Media от Criteo и др.

Social e-com

Покупка продуктов или услуг через социальные сети уже не является чем-то необычным.

Live-commerce

- К 2026 году live-commerce-продажи составят от **10%** до **20%** всего e-commerce.
- YouTube введет функцию телемагазина.





Спасибо за внимание!