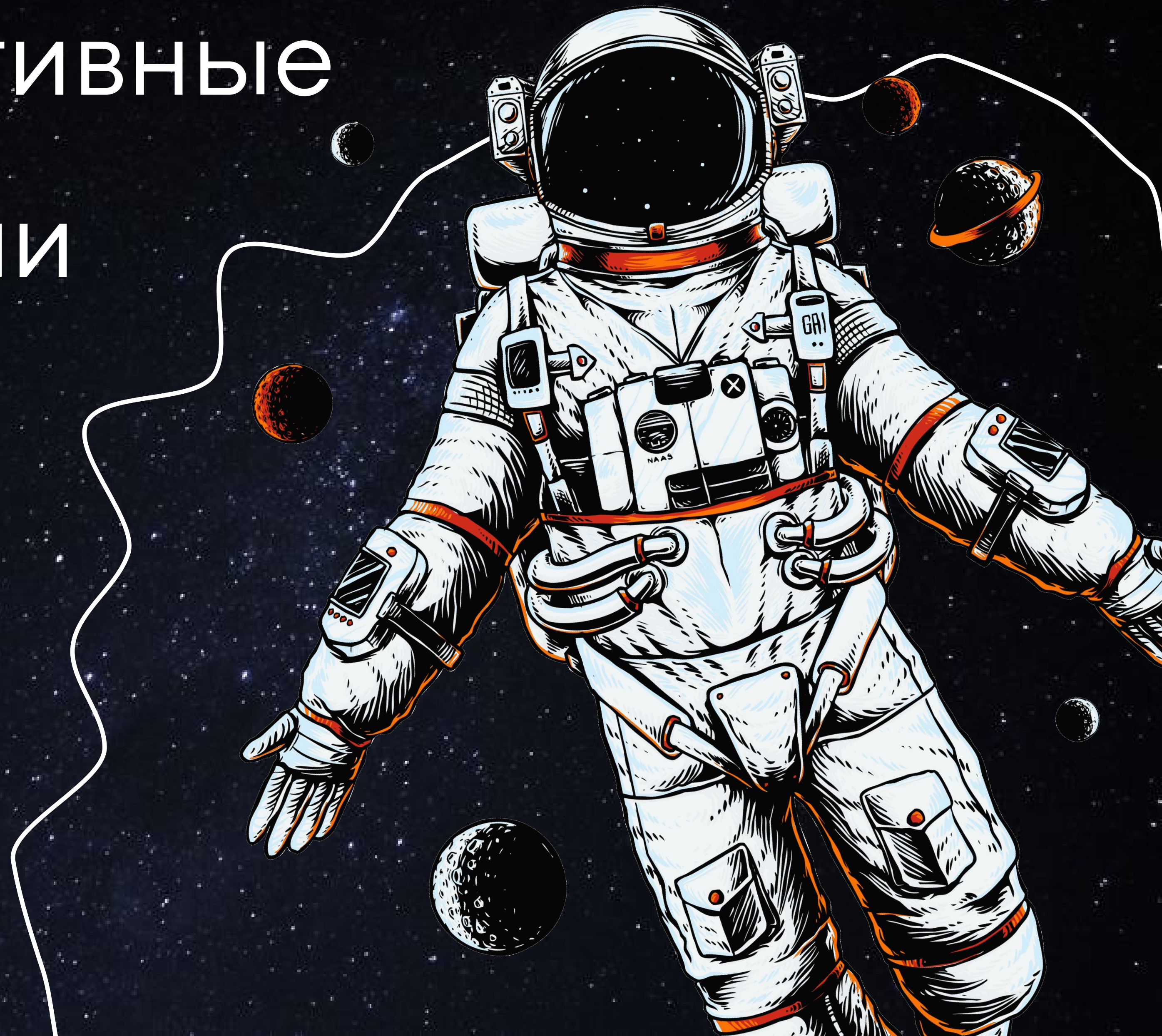


Как альтернативные
технологии
идентификации
помогут
**отправить
performance
в космос**

 | Resolution



Нам не удастся удержать performance-инфляцию

Рост стоимости конверсии
в digital 2022 vs 2023*

~45%

Экономические факторы

Дефицит инвентаря

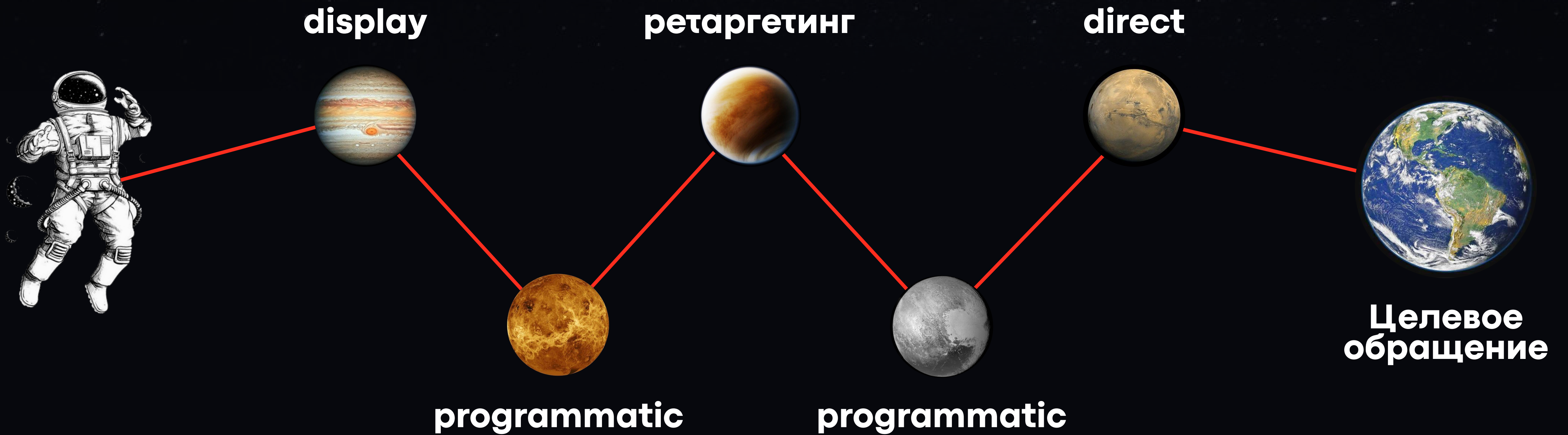
Что-то ещё?

34%

Браузеров уже
ограничивают
3P cookies



Путь пользователя до целевого обращения

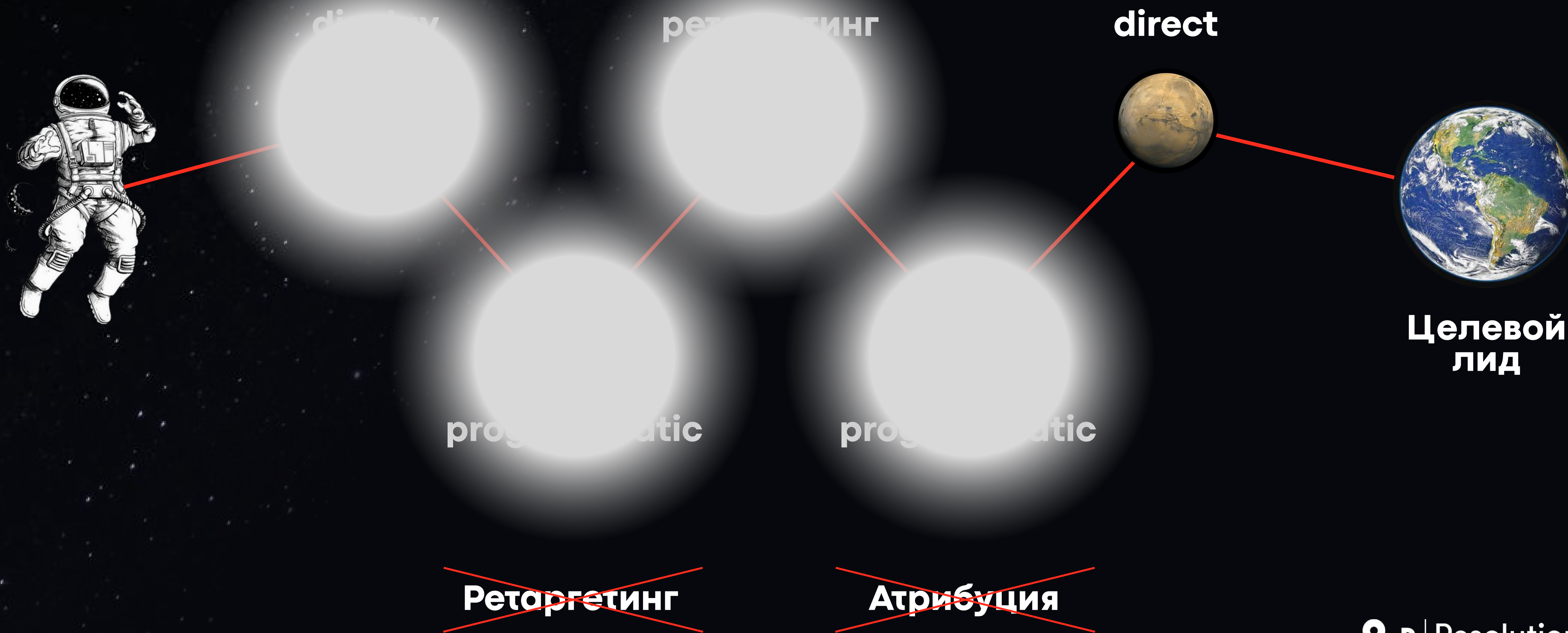


Сегмент:
недвижимость
бизнес-класса

50+ показов до целевого обращения (в отслеживаемых источниках — контекст, social, programmatic)

10+ посещений сайта из разных источников (рекламных и не рекламных)

Ограничения cookies оставляют в Customer Journey всё больше белых пятен



Потенциальный выход — Alternative ID



Stable ID

Продукт телеком-операторов, стабильный идентификатор = номер телефона



Fingerprinting

Снятие уникального слежка устройства пользователя по набору параметров. Технология в «серой» зоне — вендоры стараются блокировать сбор данных об устройстве, отечественные рекламщики находят способы обхода блокировок.



Другие alt. ID

- Кросс-паблишерские продукты
- Single ID от CDP и платформ аналитики
- И множество других решений

Тест технологии Fingerprinting от Aidata на инвентаре Buzzoola

Один сегмент, собранный в разных
идентификаторах — cookies и FP

8,6% vs 0,4%

Трафик в Safari и Я.Браузер
FP vs Cookies

-4 п.п.

IVT показов (Adriver)
на FP

**У меня для вас
две новости...**

**AI. ID
работают**



**Технологии
сложно
масштабировать**

Покрытие инвентаря
идентификаторами —
2-5%

Бюджетов нет,
так как..

Ресурсы на разработку и
внедрение должны покрываться
рекламными бюджетами

До внедрения alt. ID в качестве рыночного
решения — как до другой галактики.
Подбросим?





**DON'T
PANIC**

Спасибо!

OMP | Resolution