

Измеримость/верификация/трекинг в mobile, что есть, опыт и т.д.

Существует две идеальные связки :

Аф+Протект 360+ Client CRM

Adjust +Frod Prevention + Client CRM

Эти две связки закрывают все потребности в мобильном perform, но у них есть основной минус - стоимость, не все готовы вываливать по 200-300к\$ в год.



Измеримость/верификация/трекинг в mobile, что есть, опыт и т.д.

Поэтому есть альтернатива на рынке, наши
отчетственные разработки, Appmetrica и MyTracker.
Данный инструментарий покрывает базовые потребности
клиентов в трекинге мобильных рекламных кампаний.
Но здесь важен глубокий анализ траффика со стороны
агентства, с помощью собственных anti-fraud решений,
чтобы максимально очищать трафик



Фрод, общая боль всех mobile размещений

Пока вы будете считать фрод болью - вы его не победите. Развитие мирового IT-сектора не стоит на месте, что приводит к постоянной эволюции типов фрода.

У агентства TopTraffic есть собственная DMP платформа, которая собирает все сырые данные по всем нашим рекламным кампаниям, анализирует на проходимость всех клиентских/внутренних KPI's, с точностью до 95% определяет все возможные виды фрода. Для постоянной калибровки точности отработки платформы, важна регулярная обратная связь от рекламодателя, для оценки реальности пользователей.



Как использовать mobile? Многие смотрят на него только как на perform инструмент

Мы тоже на него смотрим только как на perform инструмент.

Глядя на все мировые и наши тренды, мы понимаем, что Mobile - First. И в ближайшие 5 лет эта позиция только укрепится.

Но, на данном этапе эволюции, учитывая уход мировых игроков с рынка, довольно сложно использовать мобайл в охватных рекламных кампаниях, т.к. мало инструментов, которые умеют определять базовые характеристики пользователя, работать с построением охвата на эффективной частоте. Это вызвано в первую очередь тем, что они были созданы и заточены под конверсионные кампании

