



Попадание в самое сердце

Как диджитал стал самым точным рекламным инструментом и при чем тут ритейл-медиа

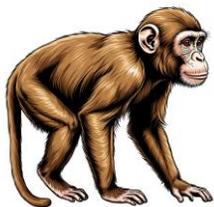


Media
Instinct
Group

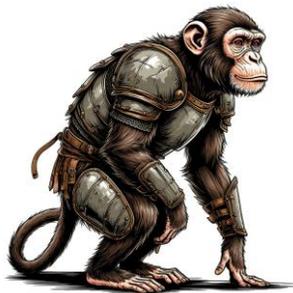
 Avito
Реклама



Диджитал прошел долгий путь, ОТТАЧИВАЯ ТОЧНОСТЬ



Закупка по
неделям



Cookie-based
таргетинги



Кастомные 3rd
party сегменты



Экосистемные
StableID

до 80%

Точности попадания в
ЦА сегодня может
обеспечить диджитал

Век Cookies подходит к концу *и не из-за Google*



Cookies

- 1 кука = 1 устройство
- Ограниченный срок хранения
- 60% интернет трафика не использует технологию кук
- Ограниченность хранимых данных

StableID

- 1 StableID = 1 человек
- Остается активным, пока активен пользователь
- Создает портрет на базе нескольких ресурсов экосистемы
- Детальные данные об интересах и паттернах поведения пользователя

И ритейл-площадки могут сказать **больше всех**



Такой детальный таргетинг позволяет найти баланс **между частотой и ценой**



Необходимая частота контакта

5+

Для OLV

17+

Для баннеров



Средняя стоимость целевого контакта

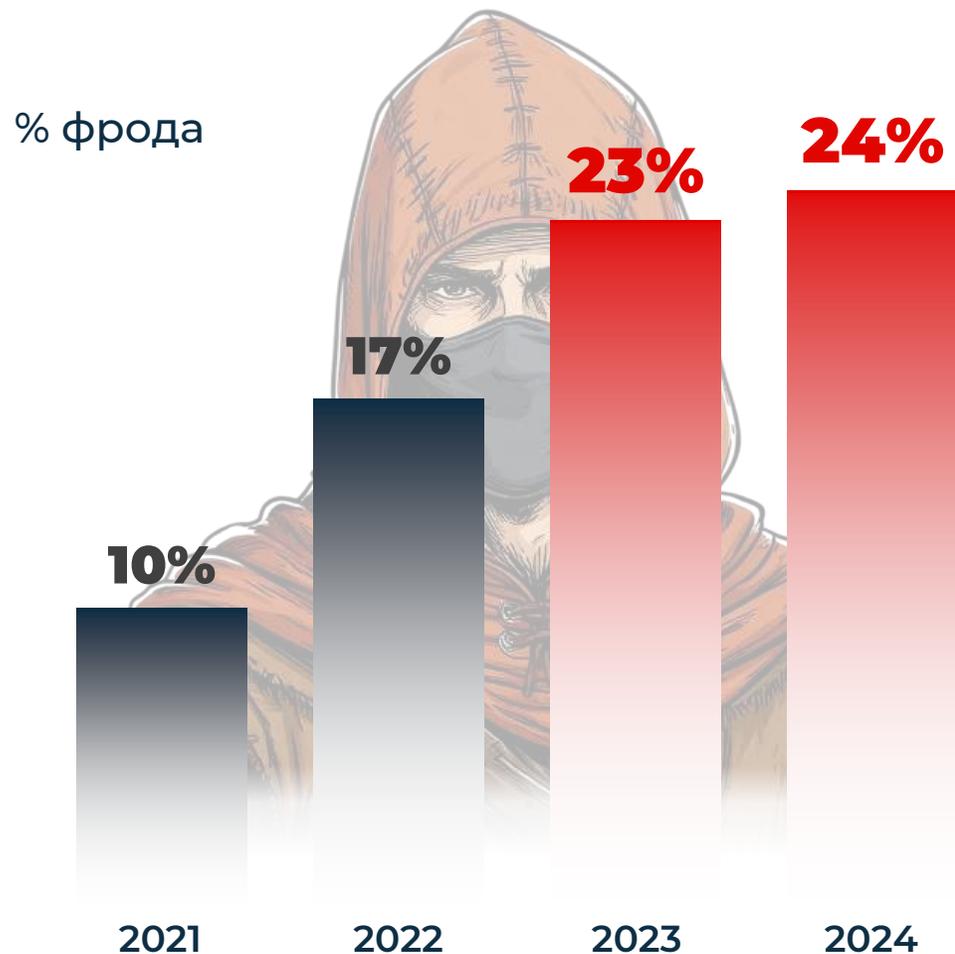
~6 руб

Для таргетинга на ALL

~2 руб

Для кастомных сегментов

А также дает доступ к **fraud-free** территории



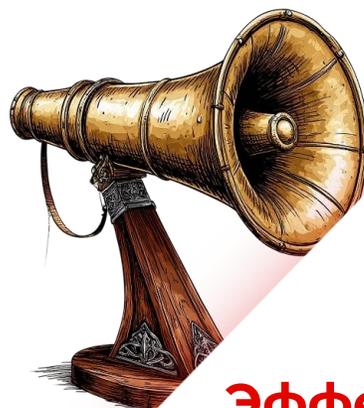
Четверть всего онлайн-трафика – фрод, но

Ритейл медиа защищены от некачественного трафика

Три заповеди эффективного диджитала



Точный таргетинг
по своей ЦА

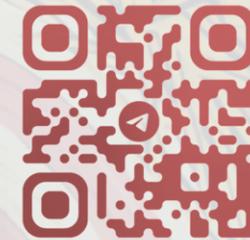


Эффективная
частота контакта



Максимальная
защита от фрода

**Точность – это
ясность в действии**



@NAFOMINA0403

Настя Фомина
Digital Strategy Director



MI Pulse

*Рассказываем, что
происходит в медиа
— в цифрах и фактах*

