



SELF-SERVICE:

Как совместить технологии и человеческий
подход для максимального результата



Наиболее востребованные инструменты



Cookies

Google сохранила их в Chrome, но альтернативы (Stable ID, контекст) уже в работе.

По исследованию IAB Europe, 2024 — 78% рекламодателей уже тестируют альтернативы

In-App

Исследование Go Mobile доля мобильной рекламы в digital-бюджетах 55%. По подсчетам к 2028 году 70% всех мировых рекламных инвестиций в диджитал будет направлено на мобильные платформы

Self-Service

За последние годы этот подход стал доминирующим на нашей платформе: например, в 2024 году 76% клиентов Getintent размещали рекламу через self-service

ИИ

Нейросети анализируют поведение, оптимизируют показы и даже предсказывают конверсии. 97% российских рекламных агентств применяют ИИ в своей работе (данные АКАР). 40% рекламодателей отмечают, что AI-советы в интерфейсах DSP снижают порог входа для новичков

Популярность self-service формата



Скорость

быстрое принятие
и исполнение решений

Прозрачность

полный контроль
над рекламными кампаниями,
источниками трафика
и данными

Гибкость

возможность управления
ставками, минимальные
пороги бюджета

Рост экспертизы

команды учатся работать
с инструментами напрямую



Ключ к успеху: баланс технологий и человеческого подхода



Мощная технология

для создания рекламных кампаний

Тонкая настройка

под специфику бизнеса

Экстренная поддержка,

когда нужно быстро решить проблему

Решения,

основанные на опыте

Высокая экспертиза

команды



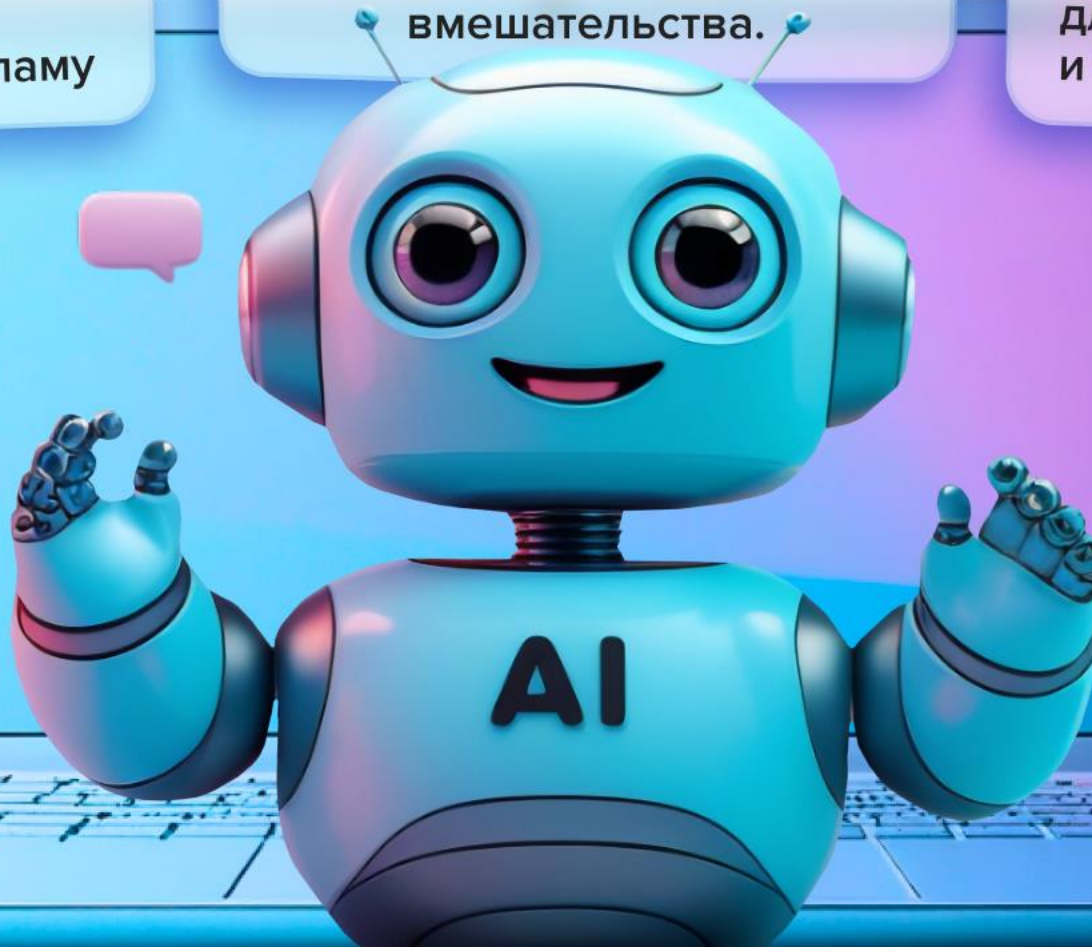
Тестирование ИИ-помощника для оптимизации кампаний



Обучается на реальных
рекламных кампаниях
автоматически
донастраивать рекламу

Переносит знания на другие
рекламные кампании,
улучшая их без ручного
вмешательства.

Подсказывает
оптимальные решения
для экономии времени
и бюджета клиента



 ГПМ РЕКЛАМА