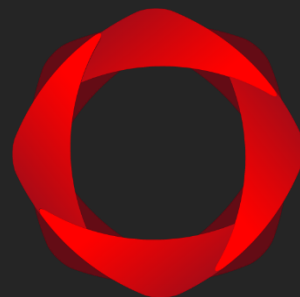


DIGITAL-ТРЕНДЫ 2025: НОВЫЕ ТОЧКИ РОСТА ЭФФЕКТИВНОСТИ

**КИРИЛЛ
ВЛАДИМИРОВИЧ**

Медиа Менеджер
АО МАЗ «Москвич»

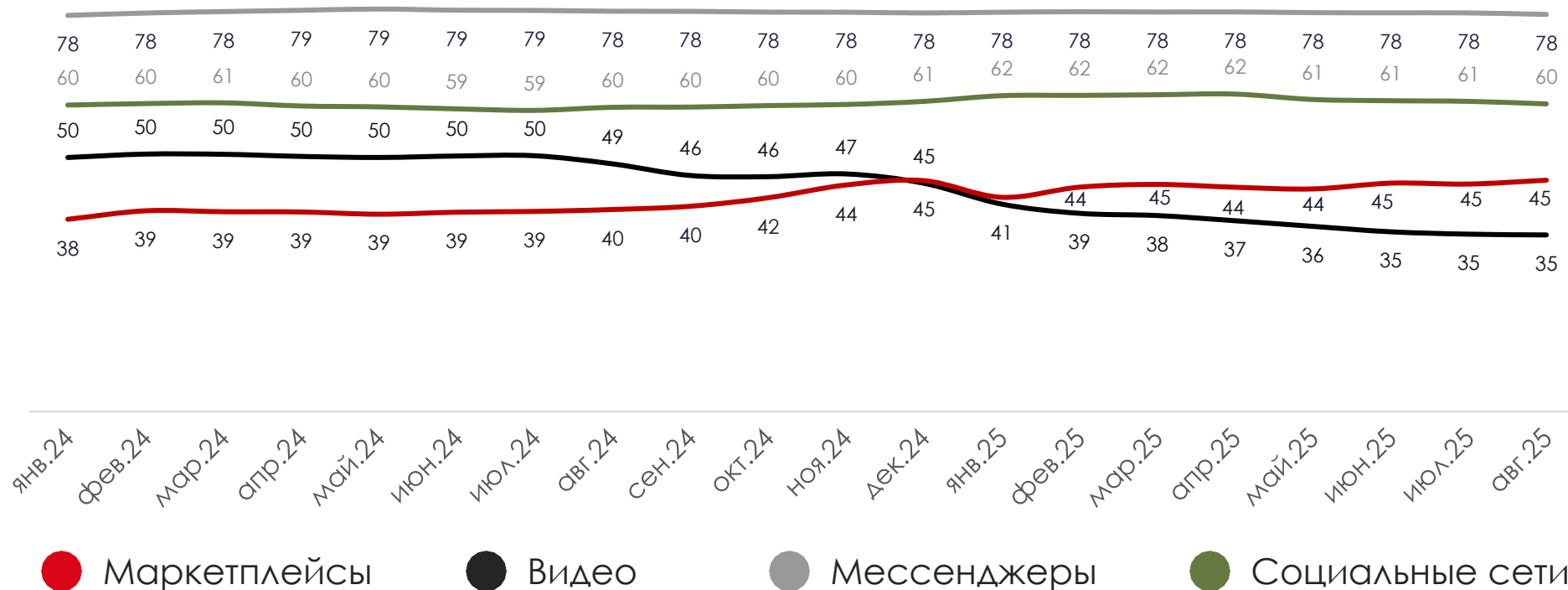


ДЕНЬ
БРЕНДА

ТРЕНД 1: КЛИК-АУТ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ – ОТ ОХВАТА К ДЕЙСТВИЮ

МАРКЕТПЛЕЙСЫ ОБГОНЯЮТ ВИДЕО ПО ПРОВОДИМОМУ ВРЕМЕНИ

ДИНАМИКА КЛЮЧЕВЫХ ТЕМАТИК ОНЛАЙН (ДНЕВНОЙ ОХВАТ, %)
по данным Mediascope CrossWeb



УСИЛЕНИЕ ПОЗИЦИИ МАРКЕТПЛЕЙСОВ В РЕКЛАМЕ



**РОСТ E-COM:
ПОКУПКИ =
ТРАФИК**

с 36% ДО 40%

достигнет доля продаж
в РФ через e-com к 2030 г.



**ЭТО ТОЧКА
КОНТАКТА С УЖЕ
ВОВЛЕЧЕННОЙ
АУДИТОРИЕЙ**

**Пользователи уже в
режиме покупки**

на e-com площадках люди
находятся в поисках товаров



**МЕНЬШЕ
БАННЕРНОЙ
СЛЕПОТЫ**

Реклама
интегрирована
в CJM пользователя,
что повышает CTR в 2-3 раза

*Источник: Яндекс и Партнеры

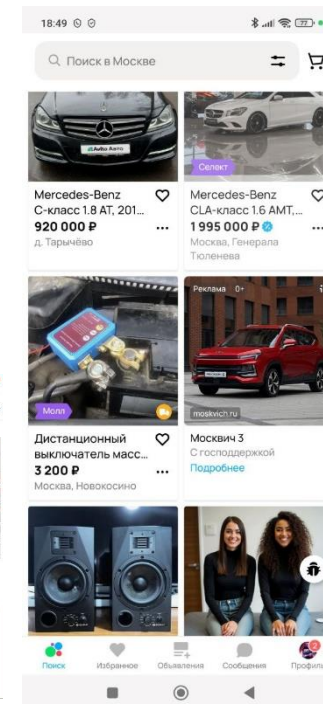
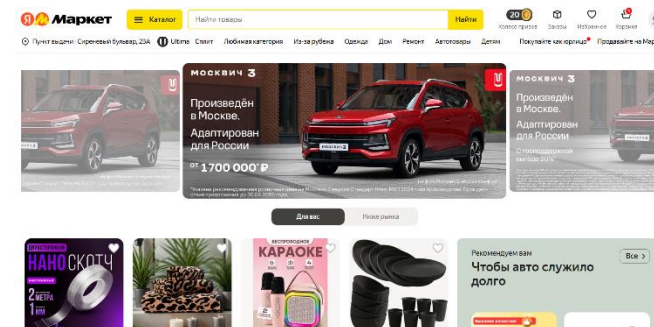
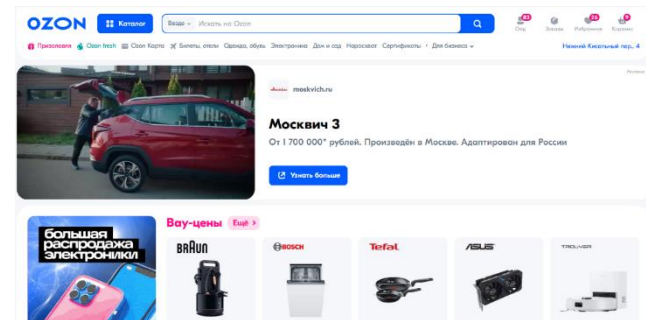
ПОЧЕМУ КЛИК-АУТ ЭФФЕКТИВЕН?

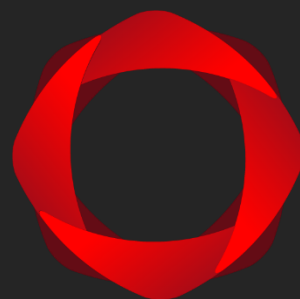
ФОРМАТ ОТВЕЧАЕТ ТЕКУЩИМ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИМ ПРИВЫЧКАМ –

современный пользователь привык к «быстрым действиям» и мгновенным переходам, и форматы с кнопкой «Купить» и «Подробнее» соответствует этой привычке

ФОРМАТ СОЧЕТАЕТ ОХВАТ И ПЕРФОМАНС:

размещение по широким (но целевым) интересам обеспечивает масштабное присутствие бренда. При этом, пользователи совершают осознанные клики и переходят на страницу к бренду с актуальным интересом, что повышает качество трафика и конверсионность





ДЕНЬ
БРЕНДА

ТРЕНД 2: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЕГМЕНТОВ НА БАЗЕ AI

ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ AI-СЕГМЕНТОВ



ТОЧНОСТЬ ВМЕСТО ОБЪЕМОВ

AI-сегментация позволяет выявлять узкие и релевантные аудитории с высокой вероятностью конверсии, анализируя сотни параметров одновременно



ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ В РЕАЛЬНОМ ВРЕМЕНИ

AI анализирует не только соцдем, но и реальные действия пользователей (контент, запросы, сайты) – реклама становится максимально контекстной и уместной



ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМНЫХ ЗАТРАТ

AI помогает сокращать «шум» данных, позволяет обеспечить больше качественных контактов и повышает ROI за счет более точного таргетинга

ЧТО УМЕЕТ AI-СЕГМЕНТАЦИЯ СЕГОДНЯ

● Анализ потребляемого пользователем контента и паттернов использования сайтов, приложений

● Сегментация по транзакциям и покупкам

● Анализ интересов, ценностей и стиля жизни (социальные сети, подписки, предпочтения и хобби)

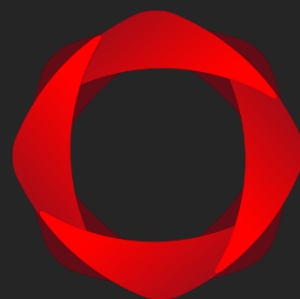
+90%

к конверсии при использовании AI-сегментов благодаря точности данных

*Источник: данные медиаплатформ

Поставщики, задействующие AI:





ДЕНЬ
БРЕНДА

ТРЕНД 3: РЕКЛАМА В TELEGRAM КАК КОНВЕРСИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ

ОБЩАЯ АНАЛИТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ TELEGRAM

74%

тех, кто хотя бы раз в
день заходит в Telegram

51%
населения

среднесуточный
охват

44 МИНУТЫ

в день проводит
пользователь в Telegram

*Источник: Mediascope CrossWeb, мобайл и десктоп

ВАЖНОСТЬ ПЛОЩАДКИ TELEGRAM ДЛЯ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

РОСТ АУДИТОРИИ. Telegram продолжает активно расти, включая более зрелую и платежеспособную аудиторию. Бренд получает доступ к пользователям, которых сложно найти в других соцсетях

ВЫСОКАЯ ВОВЛЕЧЁННОСТЬ. Подписчики активно читают каналы и открывают сообщения, а это означает больше кликов, переходов на сайт и взаимодействий с контентом

ТОЧНЫЙ ТАРГЕТИНГ ПО ИНТЕРЕСАМ И НИШАМ. Бренд может выбрать каналы по тематике, аудиторию по интересам и географии → привлекаются качественные лиды, готовые к действию

МЕНЬШЕ КОНКУРЕНЦИИ И ШУМА. В отличие от соцсетей, Telegram менее «перегружен» рекламой, поэтому бренд легче выделяется и остаётся заметным

ПОЧЕМУ TELEGRAM КОНВЕРТИТ ЛИДЫ НА УРОВНЕ КОНТЕКСТА

1

Аудитория находится в “контекстной среде”

Пользователи подписаны на каналы по своим интересам → реклама появляется там, где уже есть потребность или интерес

2

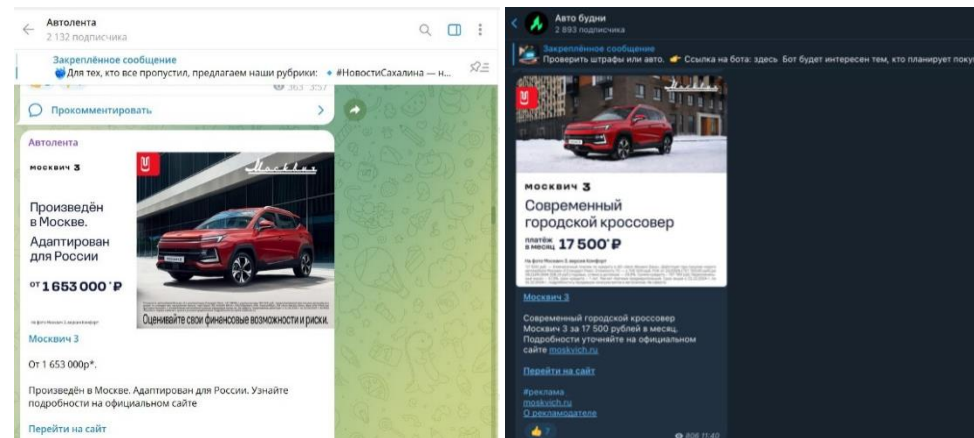
Сегментированный трафик = качественные лиды

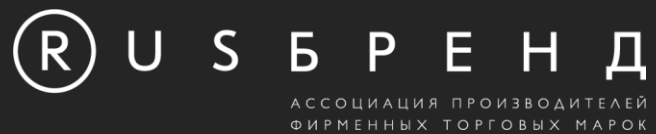
Чёткая сегментация по интересам и нишам позволяет приводить пользователей, реально готовых к действию, а не просто случайный охват

3

Прямой и быстрый путь пользователя к конверсии

Ссылка в посте или кнопка → мгновенный переход на сайт → меньше шагов до регистрации, заявки или покупки





СПАСИБО!

