

Александр Кушнарев
Эксперт по развитию бизнеса медийной рекламы

© Реклама

Реклама, которая работает не на миллионных бюджетах

Brandformance!

Брендформанс...

Брендформанс?

Брендформанс?

Брендформанс...

Брендформанс...

Brandformance!

Брендформанс?

Брендформанс...

Brandformance!

64% знакомы с понятием
«брендформанс»

53% ▲13 п. п.

знакомы с подходом,
понимают его суть

85%

▲ 8 п. п.

представителей рынка
относят медийную рекламу
к брендформанс-формату



Какие преимущества брендформанс-подхода
выделяют представители рынка

60%

возможность комплексно
работать на всех этапах
воронки

57%

долгосрочный эффект



Каждый третий

▲ 9 п. п.

рост продаж и лидов

Источник: исследование Яндекс Рекламы,
опрос представителей рекламного рынка, 200 респондентов

Цели, которые ставят представители рынка перед брендформансом

73% ▲9 п.п. Рост знания
о бренде

68% ▲11 п.п. Рост поискового
спроса

47% ▲4 п.п. Рост
трафика

79% ▲18 п.п. Рост заявок
и продаж

▲XX п.п. Рост по сравнению с 2024-м

Источник: исследование Яндекс Рекламы, опрос представителей
рекламного рынка, 200 респондентов

Брендформанс — это недорого.
И эффективно

Умные медийные технологии Яндекса для решения бизнес-задач

	Стратегии	Порог входа	Эффективность	
Знание	Рост брендовых метрик	1 млн руб.	+55% знание бренда	×5,6% намерение совершить покупку ¹
Рассмотрение	Рост запросов в Поиске	Нет порога входа	+48% поисковых запросов ²	+80% визитов ²
	Рост запросов в Поиске	Нет порога входа		
Покупка	Рост целевых действий на сайте	Нет порога входа	+55% целевых действий ²	

¹ В сравнении со стратегией «Максимум показов по минимальной цене»
² Медианные значения, по данным исследований Search Lift, Visit Lift, Target Lift, H1 2025

Какой аудитории показывается промо



Не заинтересованы

Продвижение
подтолкнёт к покупке

Купят без рекламы

Какой аудитории показывается промо



Не заинтересованы

Продвижение
подтолкнёт к покупке

Купят без рекламы

Нет порога входа

Аукционная видеореклама на Smart TV через Яндекс Директ

Вы можете сами определять, какую сумму инвестировать в видеорекламу, и кому она будет показана

- Большое количество мест показа: онлайн-кинотеатры, внутри эфирного онлайн-ТВ, в веб-приложениях и сервисах видео по запросу (VOD)
- Таргетинг по соцдему и интересам, геотаргетинг
- Расширенная аналитика: Brand Lift, Search Lift, Visit Lift, Target Lift в Директе



100%
viewability

97%
VTR

Онлайн-сервис бронирования отелей увеличил конверсию в 2,3 раза благодаря видеорекламе на Smart TV

Visit Lift

×2

чаще посещали сайт сервиса

Search Lift

на 58%

чаще искали сервис в поиске Яндекса

Target Lift

+126%

бронирований отелей

«ОСТРОВОК!» × MEDIAPLAN

ИЮНЬ '25



5,2 млн

показы

4

частота

–25% CPM

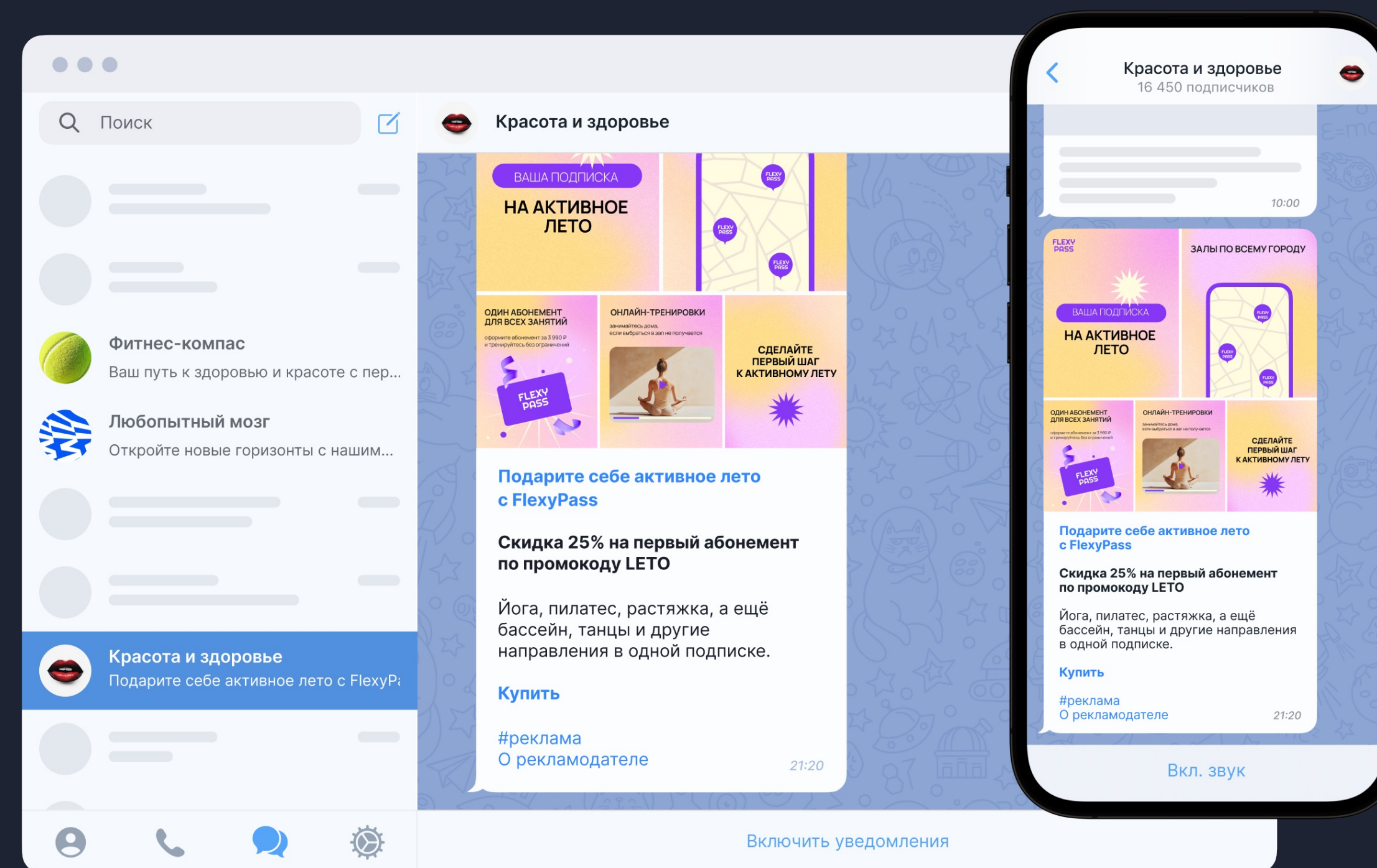
от среднего
по формату за Q2

Нет порога входа

Продвижение в Telegram через Яндекс Директ

Вы определяете бюджет на кампанию и способ закупки в зависимости от бизнес-целей

- Гибкая модель оплаты: за клики или просмотры
- Таргетинг по тематикам и регионам для закупки:
 - по кликам и по выбранным каналам
 - за просмотры
- Показы, в том числе пользователям с подпиской Premium
- Строгая модерация и Brand Safety



>19 тыс.

активных телеграм-каналов
подключено к продвижению в Telegram

Нет порога входа

Продвижение в Telegram через Яндекс Директ

Вы определяете бюджет на кампанию и способ
закупки в зависимости от бизнес-целей

- Гибкая модель оплаты: за клики или просмотры
- Таргетинг по тематикам и регионам
для закупки:
 - по кликам и по выбранным каналам
 - за просмотры
- Показы, в том числе пользователям с подпиской
Premium
- Строгая модерация и Brand Safety

>19 тыс.

активных телеграм-каналов
подключено к продвижению в Telegram

Продвижение в Telegram

Оплата за клики

0,20%
средний
CTR

107 руб.
средняя
CPC

Оплата за просмотры

16%
средний
ERR

1 руб.
средняя
CPV



Слушай, ну вот этот ваш
брендформанс — это ваши приколы
для молодых. Я в поствью не верю.
Бизнесу нужны реальные продажи,
понимаешь?

Юрий Борисов, российский актёр

Медийное
и перфоманс-
продвижение
работают
эффективнее
в синергии

	Снижение CPA	Снижение ДРР
Фарма и медицина	–33%	–31%
Продукты питания	–65%	–62%
Мебель	–23%	–62%
Одежда и обувь	–10%	–1%

Данные Яндекса, Q2 2025. Снижение ДРР и CPA по сравнению с показателями у тех людей, кто не видел медийной рекламы

Александр Кушнарев
Эксперт по развитию бизнеса медийной рекламы

© Реклама

**Доверяйте умным
технологиям —
и да пребудет с вами
эффективность!**

БОЛЬШОЕ СОБЫТИЕ ЯНДЕКС РЕКЛАМЫ



6 ноября

Москва

Офлайн и онлайн

