

ЭКОНОМИКА ВНИМАНИЯ

 СБЕР СЕЛЛЕР ×  perfluenc ×  ЦИФРОВОЙ
BRAND
DAY 2026

ВНИМАНИЕ

жизненно необходимый
ограниченный ресурс
для развития любого бизнеса

и главная валюта медиарынка

Цена взаимодействия
растет, **а отдача — нет**

Источник: исследование E-Promo Group_ 2025 vs 2024 гг; Экспертная оценка ТОП медиа групп в РФ 2025

+6,8%

CPC: 2025 vs 2024

+27,5%

CPA: 2025 vs 2024

+16%

медиаинфляция
в Digital

Парадокс эпохи информационного шума:

Мы говорим всё громче, а нас слышат всё хуже

Россия

x1,7

рост стоимости конверсии
обгоняет инфляционный рост

Мир

~20%

дефицит эффективности
рекламных инвестиций
в покупательские намерения



Кто управляет вниманием,



тот развивает бизнес

Интернет

ключевая точка касания с пользователем

Технические метрики качества контакта:

- Видимость по стандарту MRC – 50% площадки в 1-2 секунды
- Досмотр – взаимодействие с рекламой до окончания ролика
- Клики – количество заинтересованных контактов взаимодействия с рекламой

Viewability



визуальный контакт

Исследуемые метрики:

- Плотность взглядов = кол-во взглядов внутри области / кол-во взглядов на всей тепловой карте * size
- Доля взглядов = кол-во взглядов внутри области / кол-во взглядов на всей тепловой карте * 100%
- Спонтанная запоминаемость
открытый вопрос на запоминаемость баннеров
- Запоминаемость с подсказкой
аналогичный вопрос со множественным выбором

Визуальный контакт



или



запоминаемость?

Исследование внимания

ТЕХНОЛОГИЯ АЙ-ТРЕКИНГА

4 800

респондентов

18-44

возраст
аудитории
исследования



54

исследуемых
брендов

ТОП

новостные
площадки
Рунета

LENTA.RU

ЧЕМПИОНАТ

Рамблер/

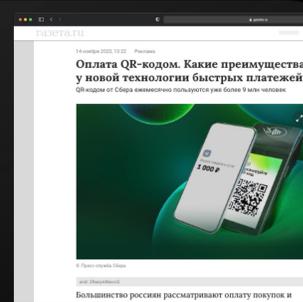
@ mail

ЯРБК

спортс

72

макета



103

рекламных
креатива

23

рекламных
места

7

распознаваемых
эмоций

грусть
спокойствие
счастье
удивление
страх
гнев
отвращение

Теперь мы знаем



На что смотрит
респондент



Как он смотрит



Что он чувствует

И самое главное

Внимание ≠ Запоминание

и что нужно сделать,
чтобы он запомнил ваш бренд

ЗАПОМИНАЕМОСТЬ +
ВНИМАНИЕ



СИЛА
БРЕНДА



СИЛА
ФОРМАТА



СИЛА
РЕКЛАМНОГО МЕСТА

ТИП КОНТЕНТА

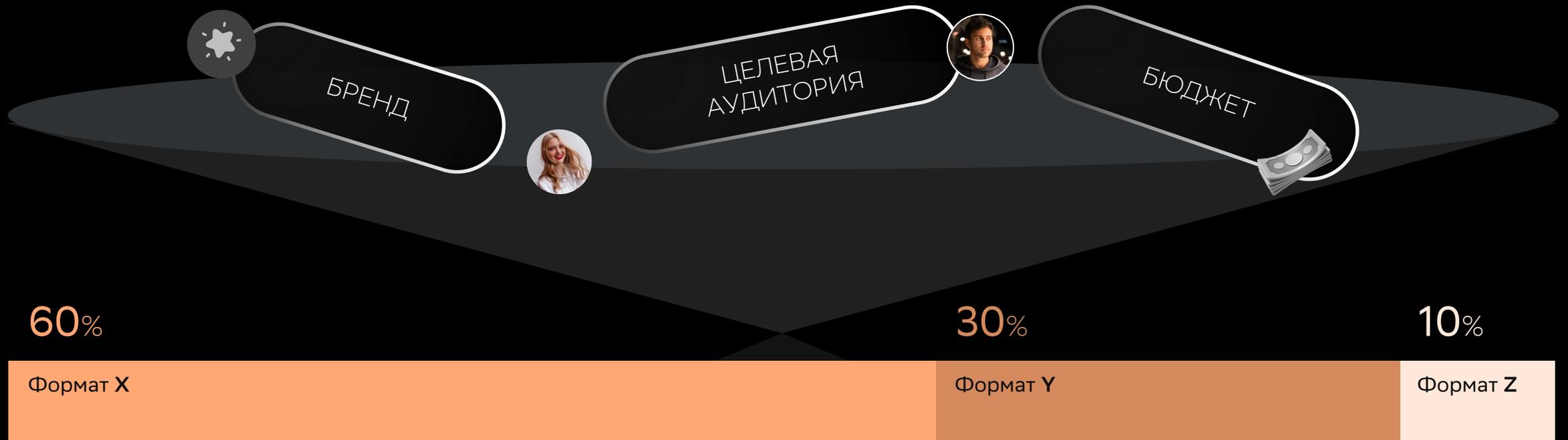
КРЕАТИВ

ЭКРАНЫ

ЦЕЛЕВАЯ
АУДИТОРИЯ



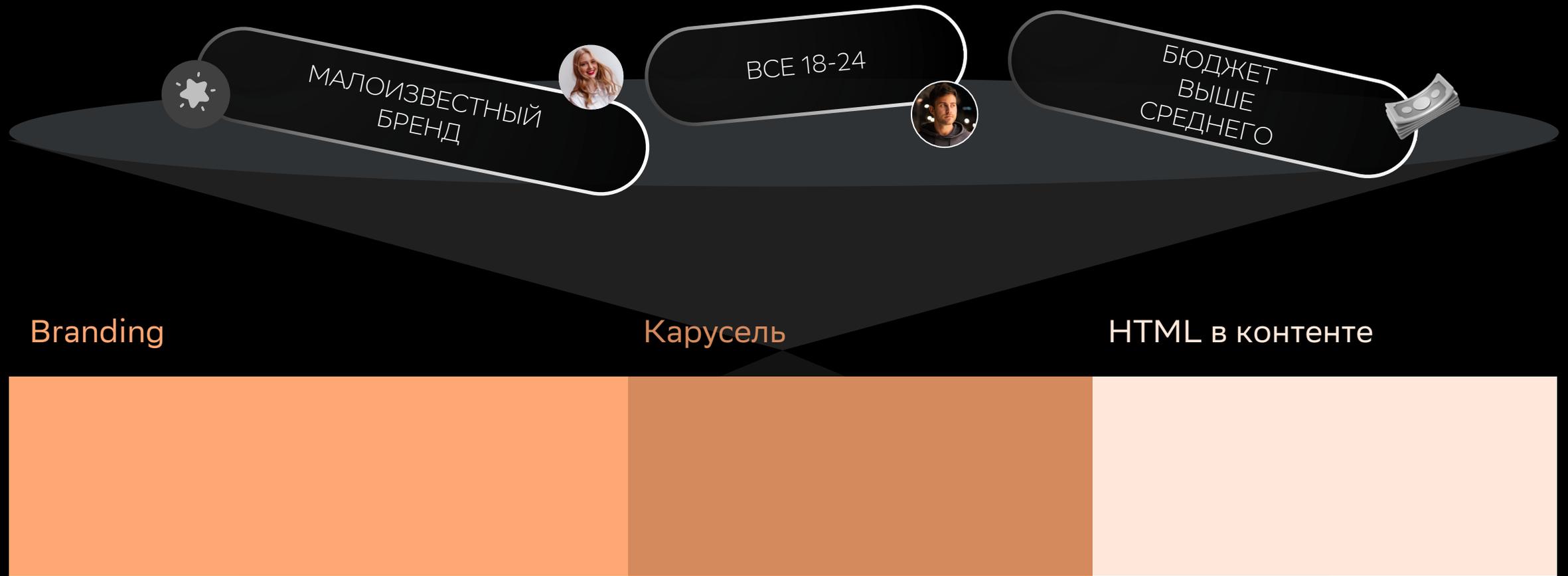
Новая система рекомендаций – новый рыночный подход



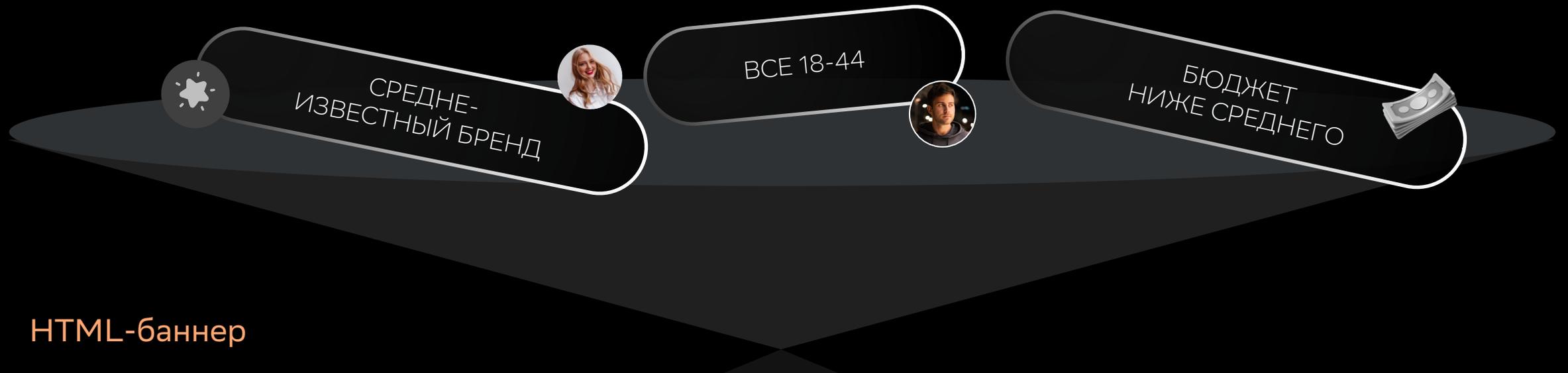
- Рекомендации по использованию якорей внимания в креативах
- Доступ к инструменту «НейроВзгляд»



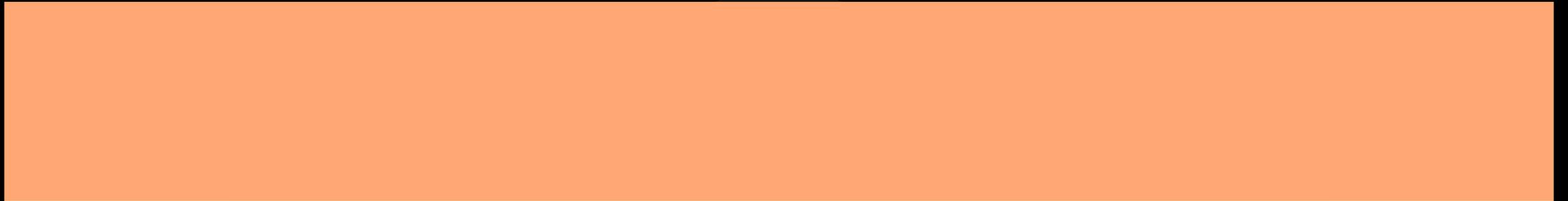
Новая система рекомендаций – НОВЫЙ РЫНОЧНЫЙ ПОДХОД



Новая система рекомендаций – новый рыночный подход

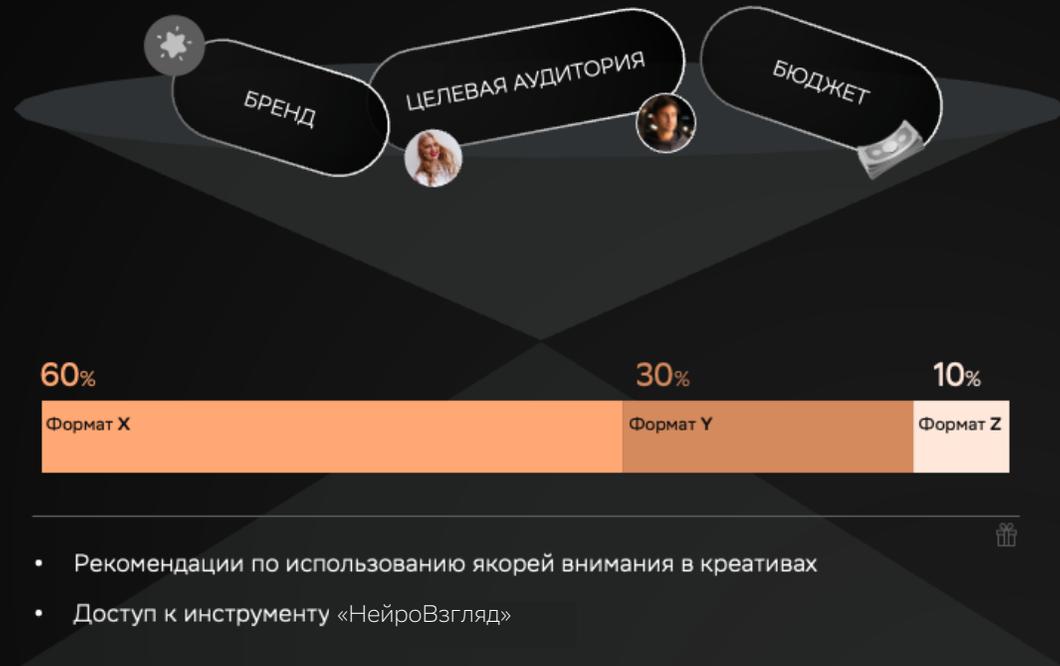


HTML-баннер



Что дальше?

Система рекомендаций форматов



Данные о запоминаемости и плотности с ориентиром на бюджет для подбора оптимального сплита форматов

Калькулятор эффективного сплита



Данные о конкурентной активности для подбора оптимального SOV внутри категории

СберСеллер

Вашу рекламу не только увидят

ЕЁ ЗАПОМНЯТ