

Медиаинфляция и кризис эффективности



Яков
Пейсахзон

Директор Авито Рекламы
и стратегических партнерств

yp@avito.ru

 Avito Реклама





Каждая

2-я

квартира продается
на Авито

65%

заказчиков услуг ищут
исполнителей на Авито



№1

по количеству объявлений
о продаже авто

№1

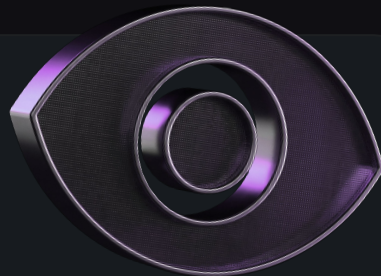
площадка по подбору
массовых профессий



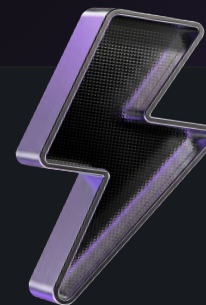
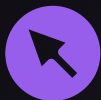
Рынок сломан. И дело не в бюджете



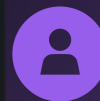
Каналов меньше,
аудитории меньше,
денег столько же



Алгоритм знает КТО,
но не знает КОГДА



Рынок застрял
в борьбе за момент
выбора



Все прыгали лицом к планке. Один развернулся спиной

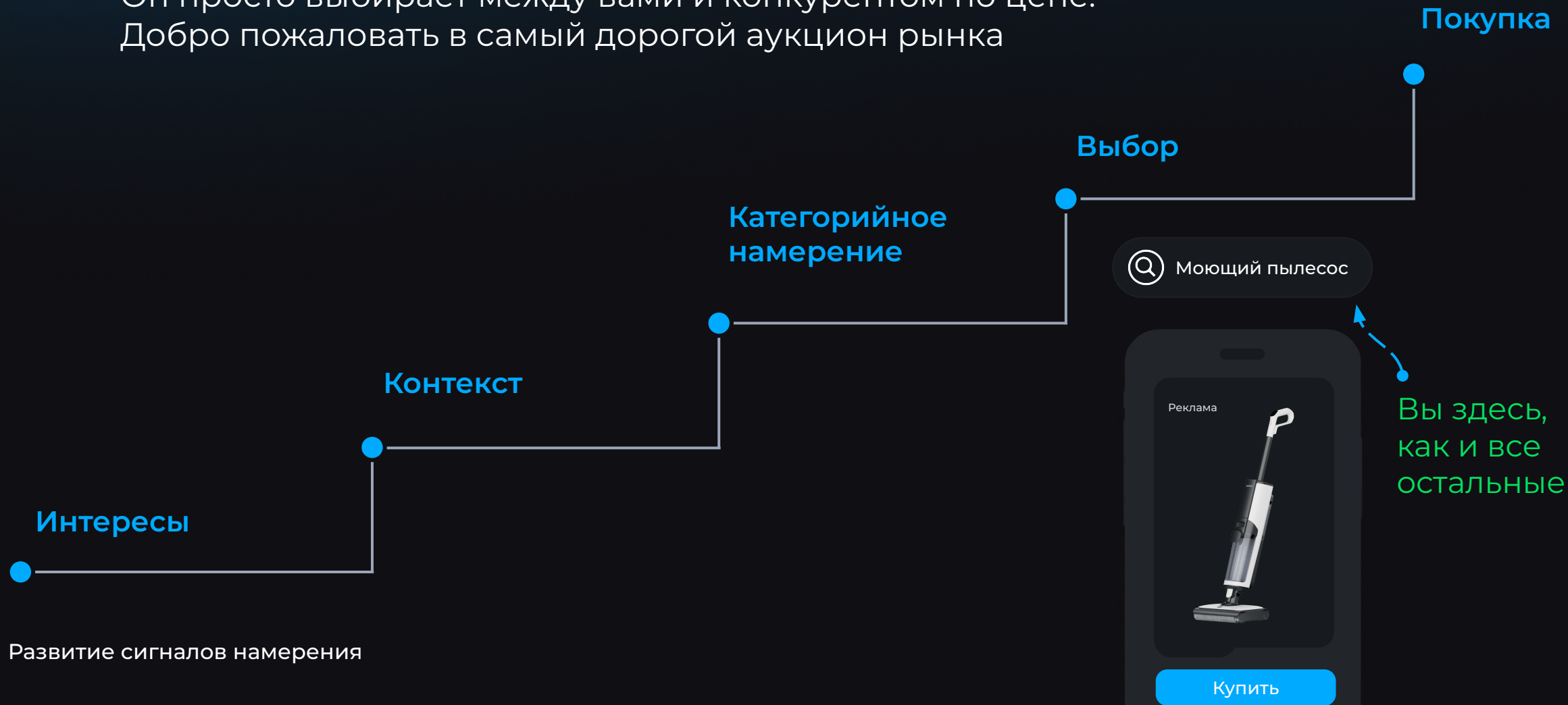
Дик Фосбери прыгнул спиной вперед.
Трибуны смеялись. Он взял олимпийское
золото.

Через восемь лет
так прыгали все



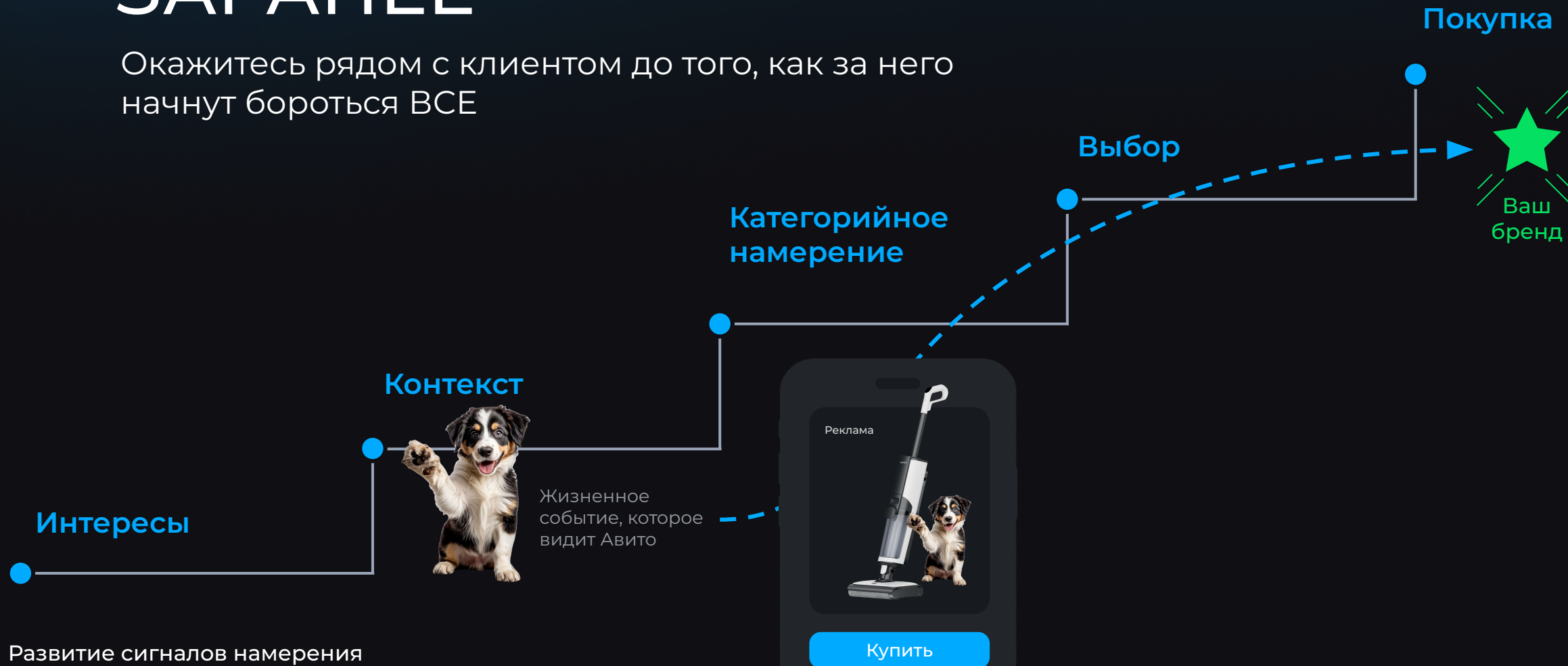
Клиент уже решил

Он просто выбирает между вами и конкурентом по цене.
Добро пожаловать в самый дорогой аукцион рынка



Понимаем, что понадобится клиенту ЗАРАНЕЕ

Окажитесь рядом с клиентом до того, как за него
начнут бороться ВСЕ



Есть момент ДО. После него — ТОЛЬКО скидка

Покупка авто

✗ Уже поздно:
записался на тест-драйв

✗ Почти поздно:
сравнивает модели в поиске

✓ Ваш момент:
разместил объявление о
продаже авто

Ипотека

✗ Уже поздно:
сравнивает ставки по ипотеке

✗ Почти поздно:
читает отзывы о банках

✓ Ваш момент:
ищет квартиру с фильтром
«Новостройки»

Детское питание

✗ Уже поздно:
сравнивает составы на сайте
бренда

✗ Почти поздно:
читает отзывы мам в группах

✓ Ваш момент:
ищет стульчик для кормления



1,2 млн

активных объявлений

65 тыс./мес

пользователей

187 тыс./мес

пользователей

Видим путь к покупке



Семейный апгрейд

15–20%

аудитории

Вместе с покупкой авто решает «квартирный вопрос»

Замена после аварии/выход из подержанного

10–15%

аудитории

Искал запчасти, потом — новую машину

Коммерческий покупатель

8–10%

аудитории

Искал работу водителем и грузовую/коммерческую технику

Импульсивная покупка/премиум-сегмент

5–8%

аудитории

Короткий цикл покупки. Высокая активность в разных категориях



Летний сезон нашими глазами

Зоо-
няня



1:1

Пользователи Avito ищут зоо няню так же часто, как няню для ребенка

Кото-
няня



50%

от всех запросов на передержку животных занимают котоняни

Обогреватель
в мае



На 49%

чаще дачники ищут обогреватель весной, чем осенью

До покупки
квартиры...



2-3 мес

между просмотром дач в мае и покупкой квартиры на вторичке

Люди сами сообщают нам, что происходит в их жизни

Это first-party сигнал — самый честный, который существует в digital



Продает



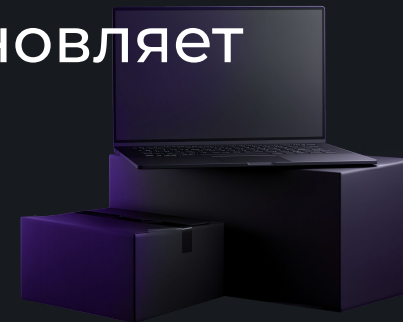
значит,
что-то заканчивается

Ищет



значит,
что-то начинается

Переезжает,
меняет,
обновляет



жизнь меняется



Продуктовые планы 2026

Q2

API

Пиксель *бета-тест*

Q3

Оптимизация конверсий




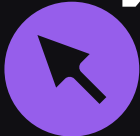



Контекстный таргетинг

Q4

Рекламная сеть

Таргетинг по жизненным событиям





Жизненные события —
причина покупки
и самый сильный сигнал
намерения

yp@avito.ru

 Avito Реклама