

bidease

Почему in-app – не «чёрный ящик»



Иван Кирюхин
Операционный директор,
Bidease Brand Division



Боль



Бренд запускает кампанию, деньги уходят, приходит отчёт с миллионами показов



Но непонятно, кто эти люди и в каких приложениях была реклама



Клиенты ждут прозрачности и понятных стандартов — это реальная боль рынка

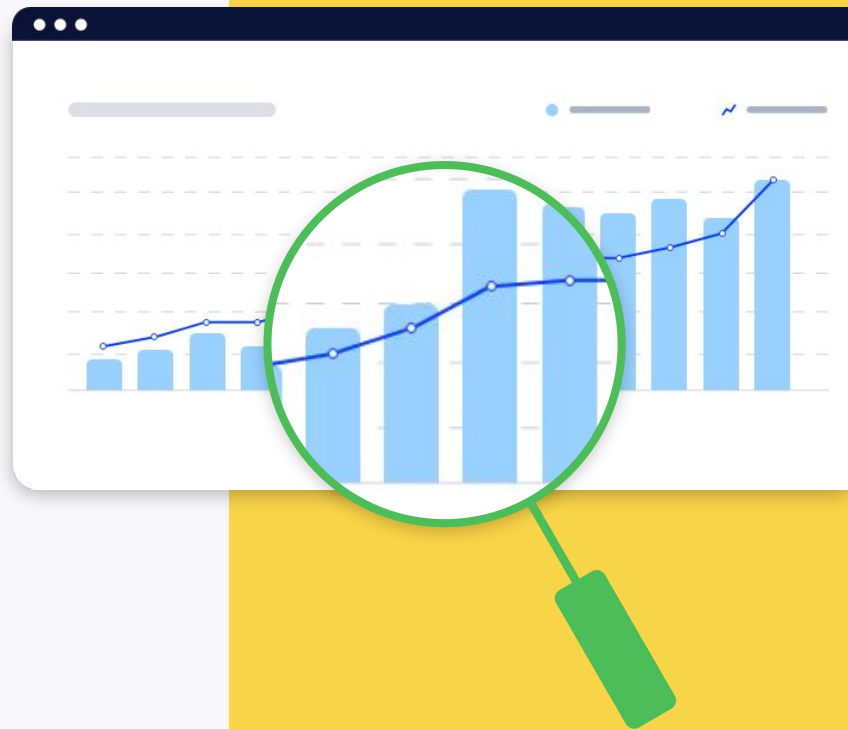


Именно из-за этого in-app считают «чёрным ящиком»

Разворот

Сегодня это уже не так

In-app — один из самых прозрачных и эффективных медийных каналов



Прозрачность



Отдаём данные вплоть до конкретного приложения



40 000 проверенных приложений в вайтлисте — бренд заранее знает, где будет реклама



Форматы и вайтлисты под каждый запрос: никакого «мобильный трафик» одной строкой

Верификация

Данные проверяются независимо

ADRIVER

W ■ B ● R ▲ M ▲

ADSERVING



Антифрод

Медиаинфляция в 2026 году составит не менее 28%.
Фрод делает качественный трафик ещё дороже.

- Блокируем мошеннический трафик на пребиде — до того, как ставка сделана и бюджет потрачен. Не постфактум в отчёте.
- Бренд платит за охваты на реальных людей.

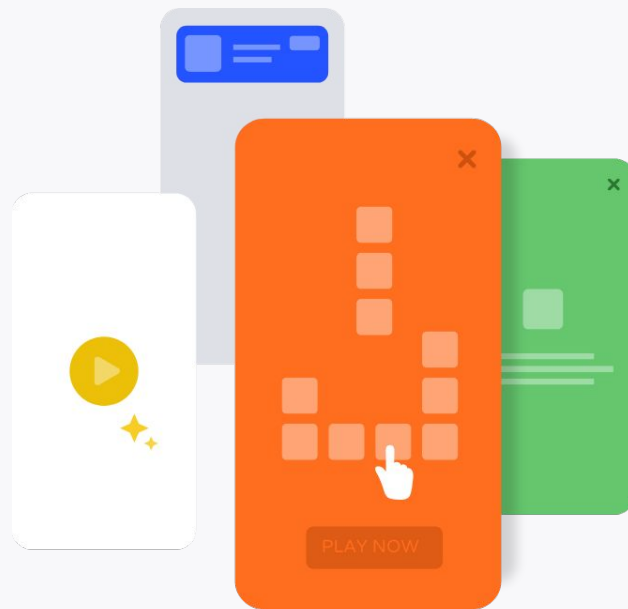


Источник: [Komersant](#)

Форматы

Тренд на видео только усиливается,
и мы — в этом тренде

- Rewarded
- Нативная механика в in-app. Человек смотрит рекламу осознанно ради награды в приложении и досматривает до конца.
- VTR Rewarded видео до 20 секунд — 95%. У обычного видео — 70%.
- CTR по медийным кампаниям — от 3 до 5%.



Контекст рынка

В 2025-м рынок замедлился (+8,5%) — деньги идут на эффективность и качество трафика

Реклама через мобильные устройства — прогнозируемый рост +21% в 2026

По данным AppMetrica, количество приложений, зарабатывающих на рекламе, за два года выросло почти в три раза



Это поле in-app

Источник: [Adindex](#), [Truesharing](#)

Bidease в цифрах

РФ + СНГ



100 млн уникальных пользователей в России



40 000 приложений



+25% кампаний за год



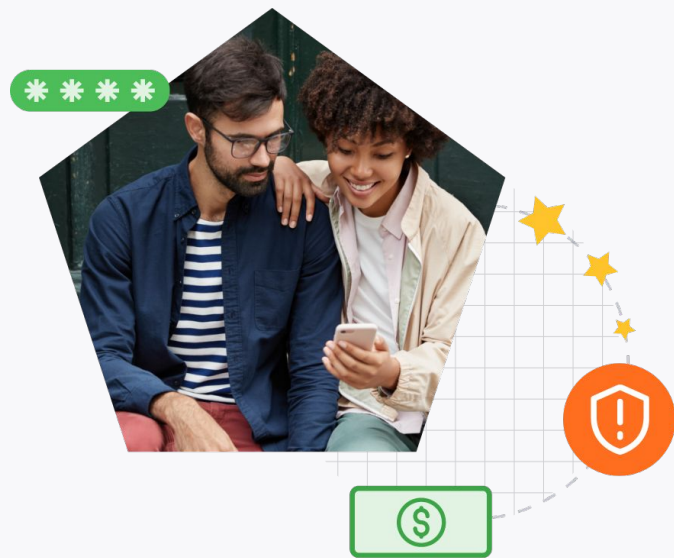
Крупнейшие бренды: E-Commerce, Finance, FMCG и др.

Тренды

Рынок смещается от агрессивного роста к качеству трафика и долгосрочной ценности пользователя.

- разворот от персональных данных к контексту: погода, жанр приложения, гео, время суток
- 53% рекламодателей отмечают тренд на омниканальность

In-app здесь в сильной позиции.



Источник: [Sostav](#)

В завершение

100 млн пользователей • Независимая верификация • Антифрод на пребиде
40 000 приложений VTR до 95%

Не «чёрный ящик» —
рабочий инструмент и
часть «медиапазла»



bidease

Спасибо за внимание!



@KIRYUKHINPOETRY



@BIDEASEDSP