



Мобайл в медиамиксе

2026

Антон Кудашов

генеральный директор
MobX Agency

Карта точек контакта с пользователем в РФ

Экосистемы и платформы



Retail Media/маркетплейсы



Поиск и контекст



Соцсети и контентные платформы



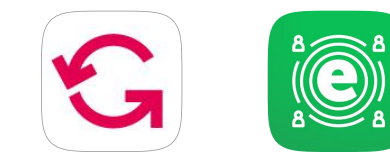
Публишеры и медиа



Видео / CTV / OTT



Инфлюенсеры



CRM / owned media



DOOH / indoor

Offline / events

Мобайл инвентарь

DSP



OEM



ASO



Offerwall



In-app

Web2app

Managed in-app

Канал важен
не сам по себе

Важно, какую роль
он играет в связке
и можно ли доверять
сигналам, которые
он возвращает

Mobile event должен быть пригоден не только для mobile-отчета, но и для

общей аналитики

4 фильтра mobile-трафика перед масштабированием

(01)

Ритм установок

Что смотреть	install time по часам суток в локальном времени гео
Норма	трафик «дышит»: ночь ниже, день/вечер выше
Сигнал	установки ровно +/- 10% 24/7

(02)

Край окна атрибуции

Что смотреть	распределение установок внутри окна атрибуции
Норма	пик в первые часы/сутки после клика
Сигнал	горб на 6–7 дне при 7-дневном окне
Риск	click flooding, перехват органики
Ориентир	если больше 10% установок приходится на последний день окна → проверка источника

(03)

Post-install поведение

Что смотреть	интервалы между событиями после установки
Норма	разные интервалы и разные сценарии
Сигнал	одинаковые шаги: +30 сек, +60 сек, повторяющиеся цепочки
Доп. сигнал	одинаковые/круглые revenue-события

(04)

Техническая логика параметров

Что смотреть	user agent, device model, OS, app version, SDK
Норма	параметры совместимы между собой
Сигнал	невозможные комбинации

Контроль качества – это не просто антифрод-отчет

До запуска

события и postback

окна атрибуции

структура источников и субисточников

доступ к данным

правила риск-сигналов

Во время кампании

ритм установок

край окна атрибуции

post-install события

технические параметры

расхождения между MMP, платформой
и аналитикой клиента

сверка mobile-событий с другими
медиа и бизнес-данными

Канал ≠ результат

3 шага, чтобы собрался управляемый медиапазл,
а не просто красивый отчет

01

собрать фрейм
по работе с мобильными
источниками и валидностью
мобайл ивента

02

интегрировать
мобайл-данные в общую
базу данных и аналитику

03

встроить в единый
медиамикс с пониманием
роли в CJM