

Бенчмарки TargetADS

		Устройства	Формат	Видимость	GIVT	SIVT
2025		mobile	banner	58%	1,27%	1,14%
			video	81%	4,43%	3,63%
		desktop	banner	53%	1,90%	2,30%
			video	87%	2,89%	2,91%
			CTV	-%	1,46%	2,47%
2026	Q1	mobile	banner	67,70%	2,40%	3,10%
			video	86,30%	4,33%	3,50%
		desktop	banner	59,80%	2,30%	5,90%
			video	95,30%	3,20%	2,80%
				CTV	-%	1,50%
	Q2	mobile	banner	75,80%	3,20%	2,60%
			video	90,30%	4,82%	3,74%
		desktop	banner	63,50%	3,60%	4,80%
			video	98,00%	3,22%	3,99%
				CTV	-%	1,30%

Deterministic- ПОДХОД



высокая точность
атрибуции



можно использовать
для Brand Lift
исследований



окна атрибуции
от 1 дня



потеря данных при
мэтчинге



среднее покрытие —
до 25%

(не все провайдеры
готовы делиться
данными)



разные провайдеры —
разные типы
интеграций



не работает в
real-time

(проблемы
с регулярностью
обновления данных)



ценообразование

Решение – probabilistic-модель атрибуции



не требует твёрдых идентификаторов



легко масштабируется



окна атрибуции от 1 часа



кросс-канальность



требует теста для чистоты данных



чем больше окно атрибуции, тем меньше точность

Кейс Вкусвилл

Задача

Найти модель атрибуции, способную учитывать кросс-девайсный путь пользователя и отложенный спрос. Измерить эффективность источников с точки зрения вовлеченности пользователей и влияния на покупки

Подход

Для проекта команда TargetADS предложила probabilistic-модель атрибуции, которая позволяет оценивать влияние CTV-размещений даже в условиях ограниченного покрытия Stable ID

1 Подключили передачу целевых действий с мобильного приложения и сайта

2 Настроили транзакционные данные, включая ID заказа

3 Зафиксировали показы CTV-рекламы через пиксель

4 Собрали и структурировали данные

5 Разграничили массовые и резидентные сети при анализе

6 Настроили окно атрибуции и применили модель атрибуции

Результаты

Источник	Охваты	Уникальные покупки	CR	IVT
Источник 1	526 110	1 613	0,31%	3,16%
Источник 2	383 270	1 089	0,28%	0,80%
Источник 3	561 738	1 185	0,21%	2,38%
Источник 4	445 793	589	0,13%	4,19%