

bidease

Как проверить DSP на «чёрный ящик»



Иван Кирюхин
Операционный директор,
Bidease Brand Division



Боль



Рекламодатель запускает кампанию, деньги уходят, приходит отчёт с миллионами показов или установок



Но непонятно, кто эти люди, где была реклама и почему алгоритм потратил бюджет именно так



Клиенты ждут прозрачности и понятных стандартов — это реальная боль рынка

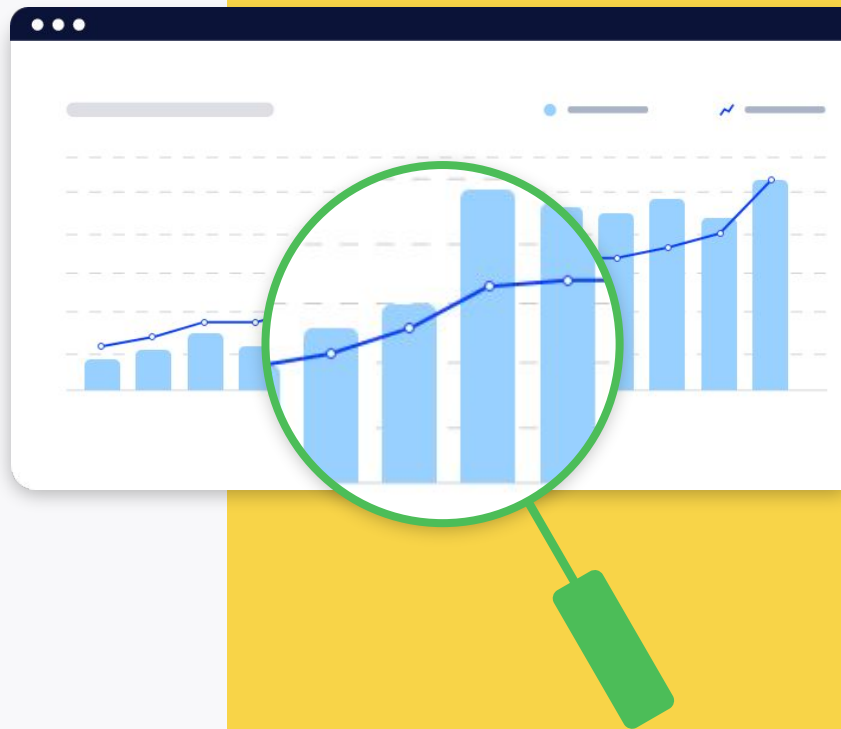


Именно из-за этого DSP считают «чёрным ящиком»

Разворот

Сегодня это уже не так

Прозрачность DSP можно проверить до старта:
и в медийных, и в перформанс-кампаниях



Одна платформа — вся воронка



4 вопроса к DSP до старта кампании



Видно ли, где именно была реклама?

Отчёт до приложения, плейсмента и биржи



На чьих данных учится алгоритм?

На данных и событиях клиента, а не только на статистике рынка



Кто проверяет результат?

Независимые верификаторы и трекер клиента



Когда отсекается фрод?

На пребиде, до ставки, а не в отчёте постфактум

Прозрачность



Отчёт вплоть до
приложения,
плейсмента и биржи



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



Разрезы по
креативам,
устройствам и
событиям: никакого
«мобильный трафик»
одной строкой

Верификация

Данные проверяются независимо: верификаторами
и трекером клиента

AD RIVER

ADJUST

AppsFlyer

W B O R A M A

ADSERVING

myTracker

TargetADS

AppMetrica

singular

bidease



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.
- Рекламодатель платит за реальных людей и реальные целевые действия.



Источник: [Komersant](#)

Трафик проходит 8 уровней автоматической фильтрации

1 Источник трафика

Блокируем bundle, где CPA выше среднего в 1,8 раза

4 Низкие установки

Отфильтровываем bundle с загрузками ниже 10 тыс. в день

7 Доля отклонённых установок

Отключаем источники, где отклонений больше нормы в 3 раза

2 Кластеры источников

Исключаем группы приложений с высокой CPI, даже без прямых конверсий

5 Блок-лист кампании

Система добавляет target_bundle в блок-лист, когда CPA превышает допустимый порог. Список обновляется раз в неделю.

8 Установки без целевых действий

Отсеиваем источники, которые не доводят пользователей до цели

3 Низкая активность

Блокируем bundle с DAU ниже 5 тыс. на Android и 850 на iOS

6 Плейсменты

Убираем плейсменты с CPI выше среднего в 2,5 раза

Списки обновляются раз в час. Ручные блок-листы кампаний обнуляем каждую неделю — их постепенно заменяет автоматика.

Автоматизация без потери контроля



Рекламодатель задаёт KPI, цену целевого действия, бюджет и вайтлисты



Алгоритм выбирает ставку для каждого показа и распределяет бюджет внутри дня



Автопилот отключает слабые модели и масштабирует сильные, свежие данные их переобучают

Автопилот управляет закупкой без ручных настроек

Система одновременно запускает доступные модели, сравнивает их вклад в KPI и масштабирует сильнейшие

1 ЭТАП

Запуск: все доступные модели начинают работу

2 ЭТАП

Модели конкурируют внутри продукта

3 ЭТАП

Менее эффективные модели отключаются, а сильные модели масштабируются

4 ЭТАП

Переобучение: свежие данные автоматически обновляют стратегию

AI Playable за 1 день

По бенчмаркам рынка playable даёт +30–50% конверсий к статике и видео

1 день

вместо нескольких
недель ручного
продакшна

0 ₽

для клиента: креатив
делает команда
Bidease

5 событий

трекаются внутри
креатива: видно, где
пользователь уходит
до конверсии

AI Video

Видеокреативы из готовых ассетов клиента: без отдельного продакшна и бесплатно

- Видео собирается прямо в интерфейсе Videase из брендбука или других референсов
- Больше вариантов креатива — больше выбора для ML: алгоритм тестирует их и масштабирует лучшие

Креатив — тоже часть ML-оптимизации



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



+40% кампаний за год



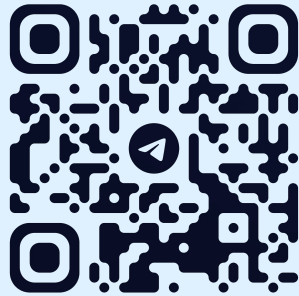
Крупнейшие бренды: E-Commerce, Finance, FMCG и др.



Медийные и перформанс-кампании

bidease

Спасибо за внимание!



@KIRYUKHINPOETRY



@BIDEASEDSP