



От контакта к конверсии: как связать рекламные каналы в единую систему

Валентина Тарадайко,
Директор по клиентскому опыту, VK



Кросс-канальность — не количество каналов, а качество связей

Единая система данных, контента и технологий помогает провести пользователя от первого контакта с рекламой до покупки.

Цель — сделать рекламу результативнее:



Точнее попадать
в интересы аудитории



Эффективнее
расходовать бюджет



Повышать
конверсию





Эффективная реклама начинается с удобных инструментов

Для рекламодателя

- ✓ Экспертный режим — полный контроль над настройками
- ✓ Быстрый запуск — простой старт для новичков

Под капотом

- ✓ ML-модели и ИИ
- ✓ Анализ данных и поведения пользователей
- ✓ Прогнозирование вероятности целевого действия

Технологии должны повышать эффективность, не усложняя запуск рекламы.



Discovery-платформа: больше данных — выше эффективность рекламы

Единая платформа VK объединяет рекомендательные системы, поиск и рекламу, учитывая интересы пользователей и их реакции на контент.

>50%

рекламных бюджетов —
на Discovery-платформе

+27,5%

конверсия из показа в клик

+45%

конверсия из показа в покупку

-18,5%

привлечение 1 покупателя

Результаты после интеграции VK Рекламы с Discovery-платформой.



Каждый контакт должен работать на общий результат

1 Рекламный контакт



2 Сайт или приложение
Пользователь совершает действие



3 Full Stream Attribution (FSA)
Передача событий напрямую в рекламную систему VK



4 Ретаргетинг и оптимизация
Релевантное предложение → конверсия

Кросс-канальность — это качество связей, а не количество каналов.

**Спасибо
за внимание!**