



MediaSniper

YOUR KPIS DELIVERED

MEDIASNIPEP СЕГОДНЯ

ОДИН ИЗ КЛЮЧЕВЫХ ИГРОКОВ РЫНКА
PROGRAMMATIC РЕКЛАМЫ В РФ



13

лет на рынке



3

года

лучшие 1st party данные:
крупнейший телеком и финтех



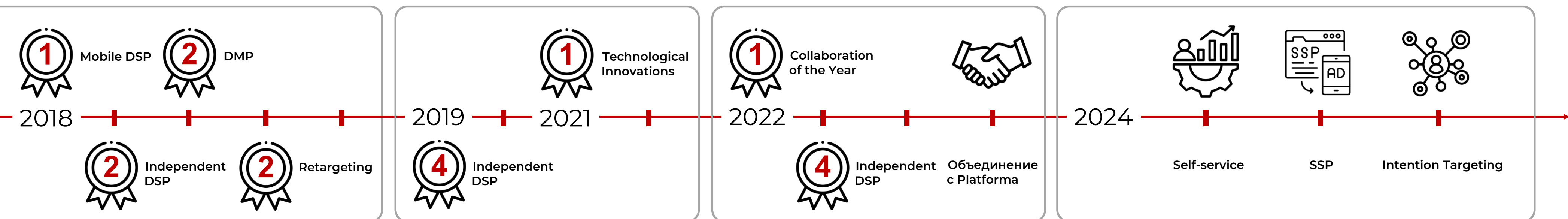
15+

наград



850+

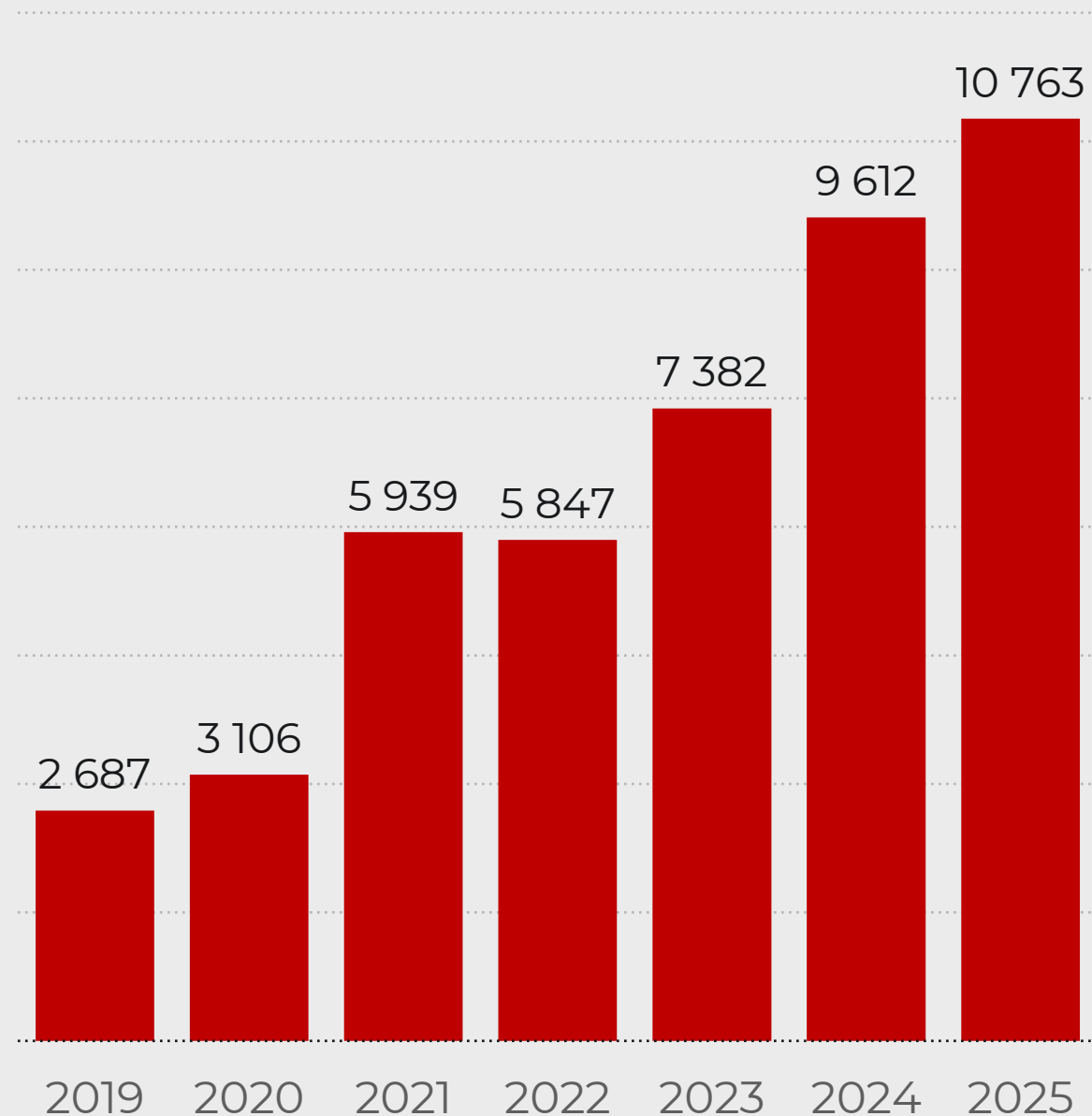
рекламных
кампаний
в месяц



ПОЧЕМУ MEDIASNIPER

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ **ЭКОСИСТЕМА** ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОЙ **РЕКЛАМЫ**

ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА
РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ



ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С PLATFORMA



*и других партнеров

50
АГЕНТСТВ

В 2025 ГОДУ
280+
КЛИЕНТОВ

150
КРУПНЫХ
БРЕНДОВ

ЗАДАЧИ, КОТОРЫЕ РЕШАЕТ **MEDIASNIPEP**

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К РЕКЛАМЕ: ОТ ОХВАТА К КОНВЕРСИИ

ТИП	ДОЛЯ*	МЕТРИКА	ИНСТРУМЕНТЫ
REACH	40%	ОХВАТ, ЧАСТОТА, CTR	ОХВАТНЫЕ СЕГМЕНТЫ LOOK-ALIKE BRAND LIFT
CONSIDERATION	35%	POST CLICK ПОКАЗАТЕЛИ**	КОНТЕКСТНЫЙ ТАРГЕТИНГ PERFORMANCE-СЕГМЕНТЫ DCO ALWAYS-ON
PERFORMANCE	25%	ЦЕЛЕВЫЕ ДЕЙСТВИЯ (CPA***, CPL И Т.Д.)	РЕТАРГЕТИНГ ТАРГЕТИНГ ПО КОНКУРЕНТАМ INTENTION TARGETING POST-VIEW КОНВЕРСИИ

* от общего количества рекламных кампаний

** показатель отказов, глубина просмотра сайта, время на сайте

*** CPA (cost per action) – цена за локальные действия на сайте; CPO (cost per order) – цена за заказ (положить корзину, совершить покупку и т.п.); CPI (cost per install) – цена за установку приложения, CPL (cost per lead) – цена за лид. Данные форматы закупки доступны после тестового размещения

НАША СТРАТЕГИЯ УСПЕХА СТРОИТСЯ НА СИНЕРГИИ ЭЛЕМЕНТОВ

ДАННЫЕ



ИНВЕНТАРЬ



КОМАНДА





МОБИЛЬНЫЕ АБОНЕНТЫ

АБОНЕНТЫ ДОМАШНЕГО ИНТЕРНЕТА

Data крупнейшего телеком
провайдера

КЛИЕНТЫ, СОВЕРШАЮЩИЕ ТРАНЗАКЦИИ

Data одного из ведущих
банков РФ

АБОНЕНТЫ ПЛАТНОГО ТВ

Data одного из лидирующих
операторов Ростелеком и
популярного онлайн-кинотеатра
Wink

STABLE ID

ДАННЫЕ

Уникальное решение
по обогащению
собственной DMP
MediaSniper
сегментами Platforma



250 МИЛЛИОНОВ +
пользовательских профилей

50 +
статистических срезов

20 ТЫСЯЧ
таргетируемых опций

* ПЛАТФОРМА БОЛЬШИХ ДАННЫХ (ЕДИНАЯ СИСТЕМА
С MEDIASNIPEP)

ИНВЕНТАРЬ MEDIASNIPEP

ОХВАТ **90%** ТРАФИКА РУНЕТА

HTML БАННЕРЫ

970x250 300x600 480x320 300x500

320x480 336x280 300x300 240x400

и другие

Native

Fullscreen

ВИДЕО

Instream video pre/mid/post-роллы

Outstream video In-read roll

Видео баннеры

Smart TV



■ Banners

■ Video

Подключение ко всем основным programmatic поставщикам



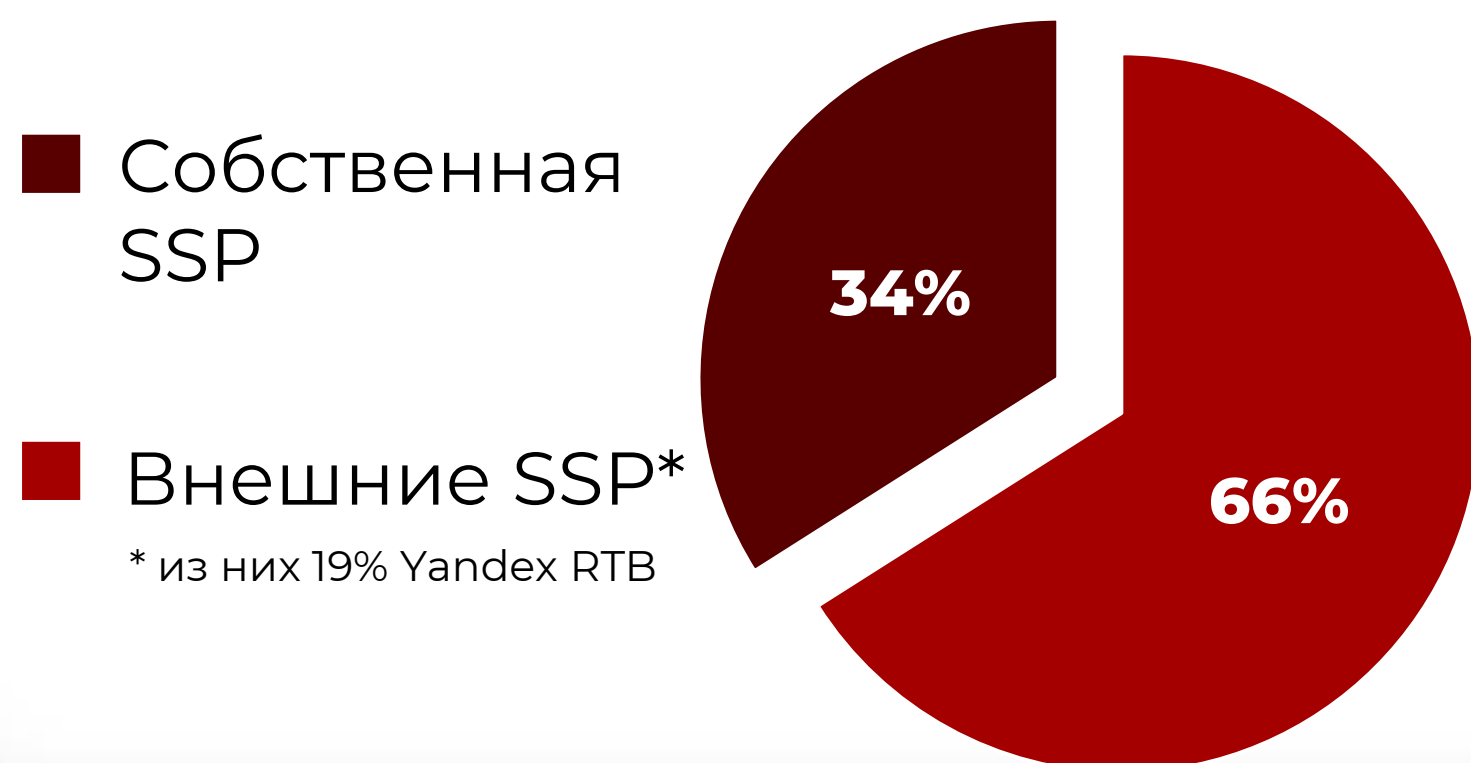
СЕРТИФИЦИРОВАННЫЕ ПАРТНЕРЫ



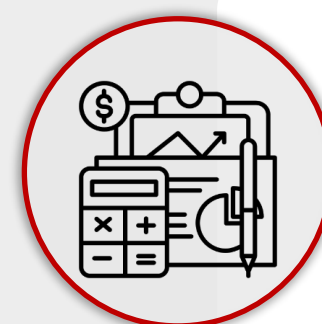
СОБСТВЕННЫЙ ИНВЕНТАРЬ

MediaSniper интегрирован с **3 500+ площадок**, что гарантирует **прямой доступ к инвентарю** и приоритетное размещение

ЗАКУПКА ИНВЕНТАРЯ В 2025 ГОДУ



Не возникает переплат за комиссии SSP, поскольку нет цепочки подрядчиков



Non-stop мониторинг **качества инвентаря**



Выкуп трафика на самых **выгодных условиях**

НАМ ДОВЕРЯЮТ

PHARMA



и другие

RETAIL



и другие

FINANCE



и другие

FMCG



и другие

FASHION



и другие

REAL ESTATE



и другие

AUTO



и другие

APPLIANCES



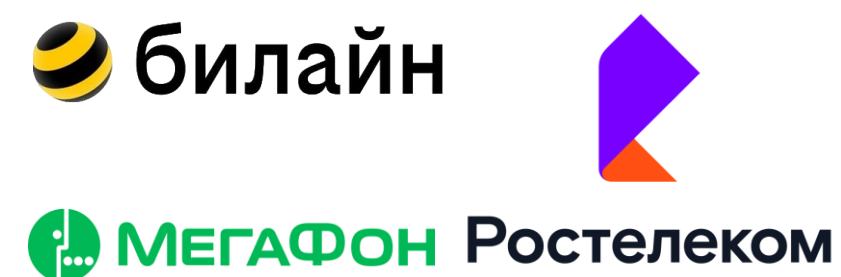
и другие

INTERNET SERVICES



и другие

TELECOM



и другие

DIY



и другие

MARKETPLACES



и другие

ТЕХНОЛОГИИ **MEDIASNIPE**R



АУДИТОРНАЯ ПРИЗМА



INTENTION TARGETING



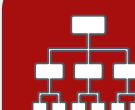
**DCO,
КОНТЕКСТНЫЙ
ТАРГЕТИНГ**



АНТИ-ТАРГЕТИНГ



**BRAND SAFETY,
ANTI-FRAUD**



**СТАТИСТИКА
В ONLINE РЕЖИМЕ
(ДОСТУП В ЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ)**

ВЕРИФИКАЦИЯ ТРАФИКА

BRAND LIFT

ПОДДЕРЖКА BLACK / WHITE LISTS

INTENTION TARGETING

В ЧЕМ СУТЬ?

Новый совместный с Platforma продукт, который позволяет таргетироваться на пользователей с высоким интересом к продукту/услуге

БЫЛО

Для построения портрета пользователя использовалась информация о посещении им только тех сайтов, где возможен показ рекламы.

Сайты магазинов, банков, государственные порталы и др.
были в слепой зоне



СТАЛО

Благодаря интеграции с Platforma слепые зоны ликвидированы.

Провайдер видит **весь цифровой след** своих абонентов.

Сегменты стали значительно более точными и релевантными.

БЫЛО

Ya.ru → Habr.com → Irecommend.ru → **Mvideo.ru** → **Marusia.vk.com**

СТАЛО

INTENTION TARGETING

КАК ЭТО РАБОТАЕТ?

Platforma анализирует цепочки переходов и присваивает пользователям интересы.

Для уточнения интереса дополнительно оценивается количество переходов на тематические ресурсы, вес этих переходов, частота обращений, соотношение интереса и его времени жизни.

АВТО

длительный интерес →

30 дней

РИТЕЙЛ

короткий интерес →

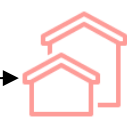
7 дней



ПРИМЕР МАРШРУТИЗАЦИИ ТРАФИКА

USER A; СЕССИЯ # 42

Avito.ru → Lada.ru → Chery.ru → Rolf.ru → 

Cian.ru → Fsk.ru → Samolet.ru → Sravni.ru → Primepark.ru → 

~~Pikabu.ru~~ → ~~VK.ru~~ → ~~Tass.ru~~ Не подходит

Rutube.ru → Tutu.ru → Anextour.ru → Aeroflot.ru → 

**СЕГМЕНТАЦИЯ НА ОСНОВЕ ДОСТОВЕРНЫХ ДАННЫХ,
И, ПРОЯВЛЕННЫХ В ДАННЫЙ МОМЕНТ ИНТЕРЕСАХ,
НЕ ДОСТУПНЫХ В ДРУГИХ ИСТОЧНИКАХ**

INTENTION TARGETING

ЧТО ЭТО ДАЕТ?



Дополнительная емкость
за счет горячего сегмента
с ярко проявленным интересом
к продукту/услуге

+



Фокусная коммуникация
моментальное рекламное
Касание пользователя
за счет сверхвысокой
скорости добавления **(1 минута)**
в сегменты

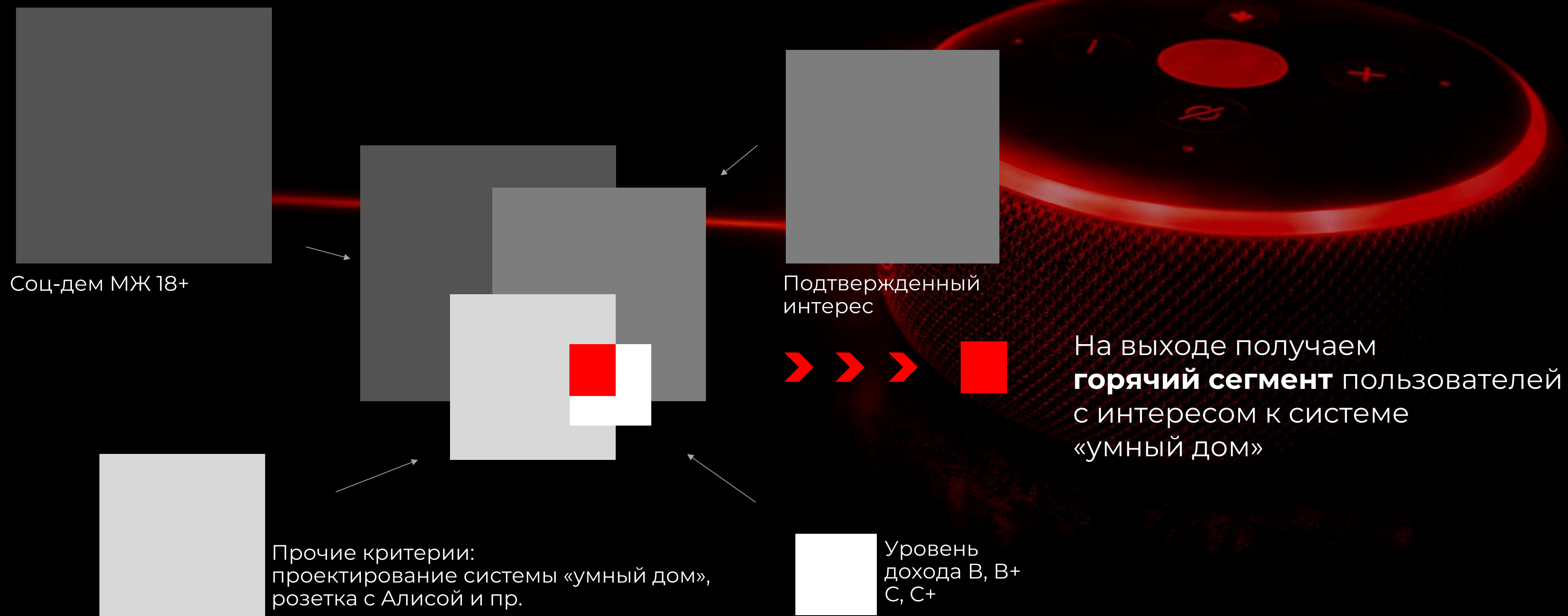


**Рост
brandformance
метрик**

В 2025 Intention Targeting использовали в 33% performance-кампаний

INTENTION TARGETING

КАК ЭТО РАБОТАЕТ?



КЕЙС МОЕХ INTENTION TARGETING

CPA для цели РЕГИСТРАЦИЯ*

Intention	0,71
Интересы	0,96
Programmatic в ср.	1,00

CPA для цели ОФОРМЛЕНИЯ ВКЛАДА*

Intention	0,66
Интересы	1,36
Programmatic в ср.	1,00

Intention Targeting эффективен для категории **Finance**, даже **несмотря на** традиционный для нее барьер: **запрет на установку трекинг-кода** на сайт из-за требований СБ.

Intention Targeting позволяет **достигать целей в BOFU**, превышая ожидания от programmatic в среднем



*Нормированное значение: средний CPA по programmatic приравнивали к 1. Из него высчитали индекс по Intention Targeting и стандартному размещению.
CPA Intention нормированный = CPA Intention/CPA средний, аналогично высчитали нормированный CPA для таргетинга по поведению



ЯНВАРЬ-ФЕВРАЛЬ 2025



39 828 909 ПОКАЗОВ



- ИТ-СПЕЦИАЛИСТЫ
- СПЕЦИАЛИСТЫ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ И АВИАЦИИ

- РАБОТНИКИ СФЕР ДИЗАЙНА И МАРКЕТИНГА
- ВЫСОКООПЛАЧИВАЕМЫЕ ВРАЧИ (СТОМАТОЛОГИ, ХИРУРГИ И ДР.)

КЕЙС ЛЕМАНА ПРО INTENTION TARGETING



ЗАДАЧА

Провести охватную кампанию
с продажами на сайте
и привлечением аудитории
в офлайн-магазины



РЕЗУЛЬТАТ

!! 138 р.

CPO POST-VIEW ТРАНЗАКЦИИ

Intention Targeting эффективно работает не только на **привлечение аудитории в офлайн-магазины**, но и на **онлайн-продажи**.
За счёт фокуса на реальных покупательских намерениях и **точного отбора целевой аудитории** удалось провести охватную кампанию с **измеримым бизнес-результатом**



ФЕВРАЛЬ-МАРТ 2025



3 500 000 ПОКАЗОВ



• ALL 25+

• ТОВАРЫ ДЛЯ УХОДА ЗА
РАСТЕНИЯМИ

• СЕМЕНА, САЖЕНЦЫ

• ГОРШКИ, ЕМКОСТИ

• ГРУНТЫ

• УДОБРЕНИЯ И ДР.

КЕЙС РЕНЕССАНС СТРАХОВАНИЕ

INTENTION TARGETING

ЗАПОЛНИТЬ АНКЕТУ
НА ОФОРМЛЕНИЕ КАСКО

План 100 шт

>1,8
раз

Факт

183 шт

CR POST-VIEW

План 0,0056%

+84%

Факт

0,0103%

Все вопросы¹⁶⁺
по полису
КАСКО 
решаются
онлайн



Intention Targeting оказался ключевым решением в условиях жёсткой конкуренции на рынке автострахования.

Технология позволила **существенно оптимизировать затраты** на привлечение клиентов — **стоимость лида снизилась почти в два раза.**



АПРЕЛЬ 2025



5 000 КЛИКОВ



- АВТОВЛАДЕЛЬЦЫ НОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ
- ИНТЕРЕСУЮТСЯ ПОКУПКОЙ НОВОГО АВТО

- СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ АВТОМОБИЛЕЙ НЕ СТАРШЕ 5 ЛЕТ
- АВТОКРЕДИТ, TRADE-IN И ДР.

КЕЙС АЛАБУГА INTENTION TARGETING

СРL ДЛЯ ЦЕЛИ
ПОДАЧА ЗАЯВКИ*

1,00

-66%

0,34

Intention

Programmatic
в ср.

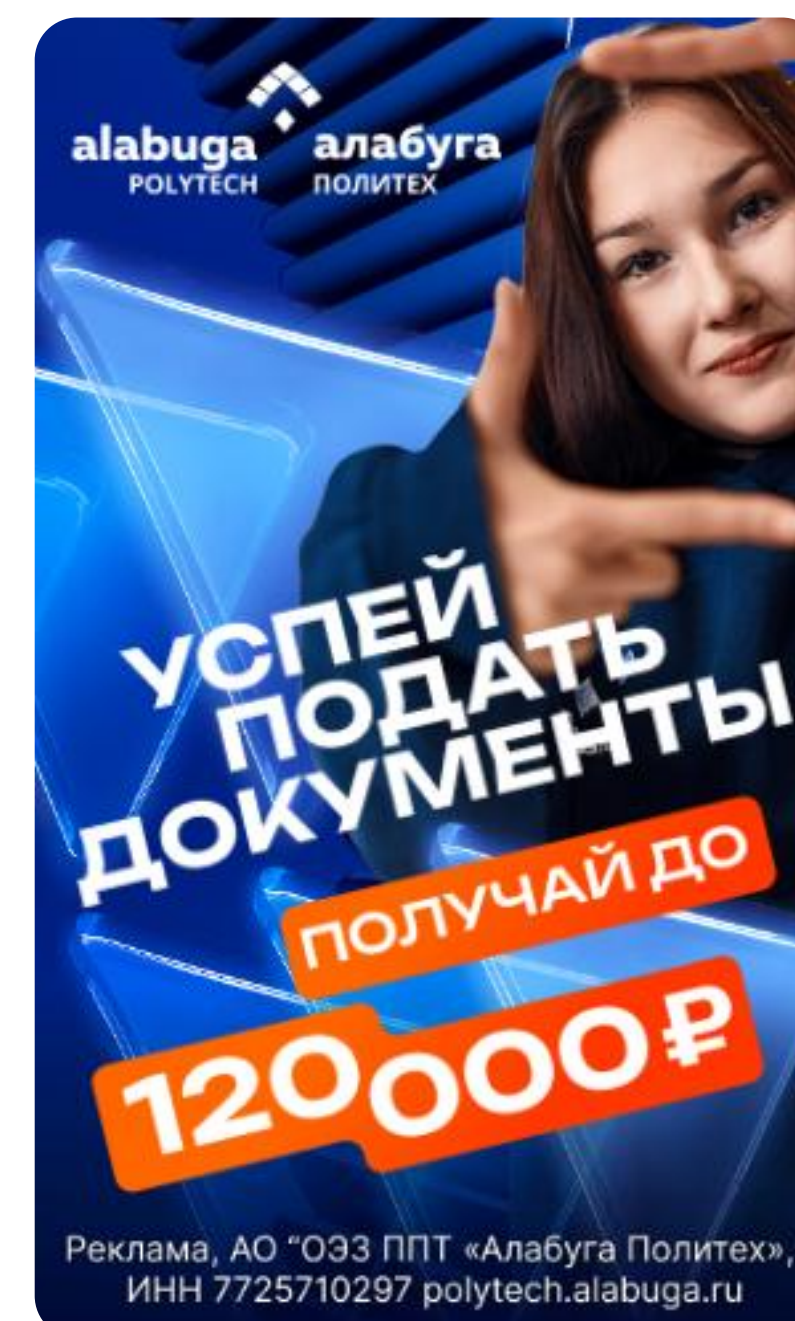
*Нормированное значение
среднего CPL по programmatic
приравнили к 1

РОДИТЕЛИ



МЖ 35-50 лет
детское обучение, образование,
выбор ВУЗа/колледжа,
репетитор для школьника,
подготовка к ОГЭ/ЕГЭ

ВЫПУСКНИКИ



МЖ 13-17 лет
образование, выбор ВУЗа/колледжа,
подготовка к ОГЭ/ЕГЭ,
профориентация

КЕЙС АЛАБУГА INTENTION TARGETING

ТЕСТИРУЕМЫЕ ГИПОТЕЗЫ

Для каждой целевой аудитории (Родители и Выпускники) тестировалось по 3 гипотезы, различающиеся частотой и периодом обращения к тематическим ресурсам.

ТИП	НОМЕР ТЕСТА	ТЕМАТИКА ОБРАЩЕНИЯ	ЧАСТОТА ОБРАЩЕНИЯ	ПЕРИОД ОБРАЩЕНИЙ	ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ НАСТРОЙКИ	РОДИТЕЛИ, CR в заявку	ВЫПУСКНИК, CR в заявку
Регулярные пользователи	test 1	высшее и среднее образование, поступление в ВУЗы/колледжи	от 3 до 5 раз	3 месяца		0,03%	0,02%
	test 2				подтвержденный повторный визит на тематические сайты хотя бы 2 раза за последний месяц	0,44%	0,00%
	test 4				уменьшение количества переходов на тематические сайты в цепочке с 5–7 шт. до 4 шт.	0,01%	0,04%
Реактивные пользователи	test 3	высшее и среднее образование, поступление в ВУЗы/колледжи	от 5 раз	последние сутки		0,04%	0,30%
	test 5		от 5 раз	3 месяца	в цепочке обязательно присутствуют сайты ВУЗов, колледжей, онлайн университетов + отзывы	0,00%	0,01%
	test 6		от 2 раз	3 месяца	в цепочке обязательно присутствуют сайты конкурентов Политеха Алабуга	0,00%	0,00%

КЕЙС АЛАБУГА INTENTION TARGETING

В РЕЗУЛЬТАТЕ ТЕСТИРОВАНИЯ ГИПОТЕЗ БЫЛО ВЫЯВЛЕНО ДВА СЕГМЕНТА-ЛИДЕРА ВНУТРИ КАЖДОЙ ИЗ ЦА: РОДИТЕЛИ И ВЫПУСКНИКИ

РОДИТЕЛИ

Тестовый сегмент 2

Стабильный и долгосрочный интерес к поиску учебного заведения для ребенка

Долгосрочные стратегии взаимодействия, направленные на укрепление доверия и демонстрацию преимуществ образования ребенка



Строгий стиль креативов с акцентом на перспективу, подчеркивающий **серьезность** и **надежность предложения**

ВЫПУСКНИКИ

Тестовый сегмент 3

Интенсивно начали интересоваться тематикой в последнее время

Активные акции, специальные условия поступления и быстрые способы подачи документов, стимулирующие **принять решение немедленно**

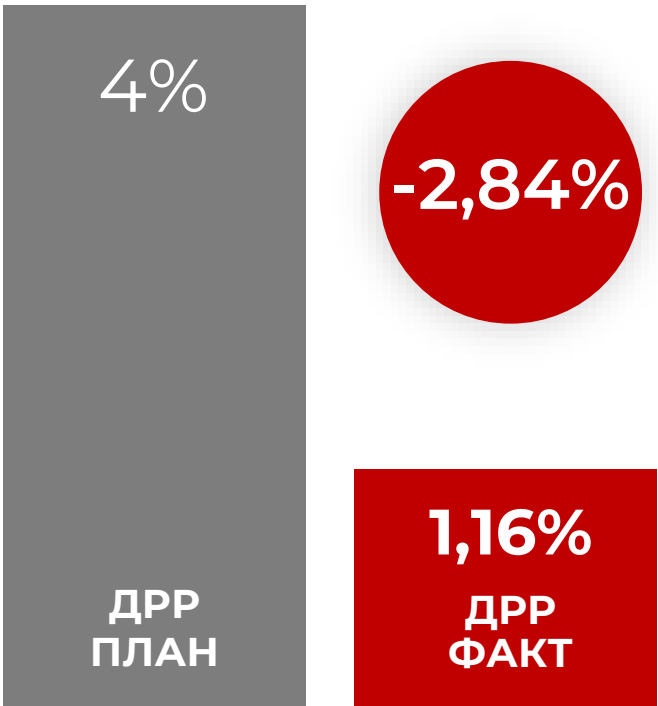


Стиль креативов близкий к современной молодежной культуре, что выражается через «вайбовый» образ — **непринужденный, энергичный и актуальный**

Технология Intention Targeting позволила точно идентифицировать и охватить действительно заинтересованную аудиторию пользователей, чье поведение в интернете свидетельствует об актуальном интересе к поступлению в учебное заведение

КЕЙС ФСК INTENTION TARGETING

КОЭФФИЦИЕНТ ЗАТРАТ НА ПРИВЛЕЧЕНИЕ СДЕЛКИ*



Замер результата проводился по методологии Шепли с применением расширенного окна атрибуции, охватывающего 7 месяцев после окончания рекламной активности

КВАРТИРЫ С ВИДОМ



CTR	0,24%
ДРР	0,48%

Было проведено тестирование с двумя типами креативов: эмоциональным и рациональным.

Эмоциональный подход («квартиры с видом») значительно превзошёл рациональный («рассрочка») по ДРР (0,48% против 1,98%), поскольку финансовая выгода является для покупателей, уже долго выбирающих квартиру, известным фактором, но недостаточным стимулом для выбора.

РАССРОЧКА



CTR	0,20%
ДРР	1,98%

КЕЙС ФСК INTENTION TARGETING

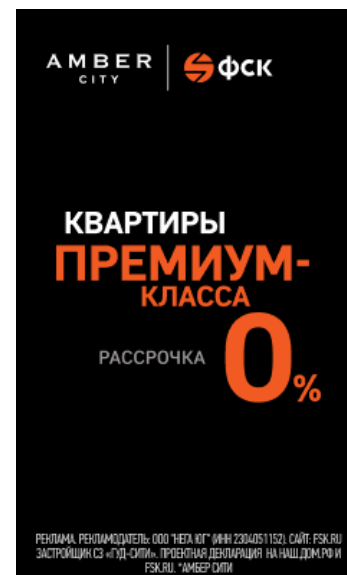
КВАРТИРЫ С ВИДОМ



98%

Доля дохода «опытных»
пользователей от общего
дохода в разрезе креативов

РАССРОЧКА



76%

Внутри каждого креатива тестировалось несколько **Intention** гипотез.
Самая эффективная аудитория – «**опытных**» пользователей

Интересуются
недвижимостью
≥1 раз в неделю

сохраняют интерес
6+ месяцев

имеют чёткие намерения
купить жильё

глубоко вовлечены
в процесс выбора

Intention Targeting помог ФСК **снизить ДРР** почти в **3 раза** (1,16% против 4%)

Кейс показал, что пользователи с долгосрочным интересом к покупке жилья приносят основной вклад в результат.

Технология **Intention Targeting** позволила сосредоточиться именно на такой аудитории и увидеть **измеримый эффект в ключевых бизнес-показателях**, включая стоимость привлечения сделки.

ТЕХНОЛОГИИ MEDIASNIPEP **IN-APP**

ПАРТНЁРЫ



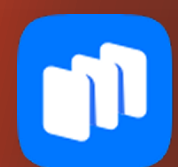
Sape



MOBIDRIVEN

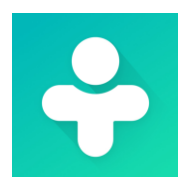
betwee

и другие



RuStore

ПЛОЩАДКИ



ДругВокруг



Security App



Futbin



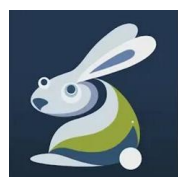
Picsart



Гости ВК



Swibe



Zay.Muzyka



Likee



wattpad

Wattpad



iCSee Cameras

iCSee
Cameras

и другие

450 млн

запросов
в месяц

42 млн

уникальных пользователей
в месяц

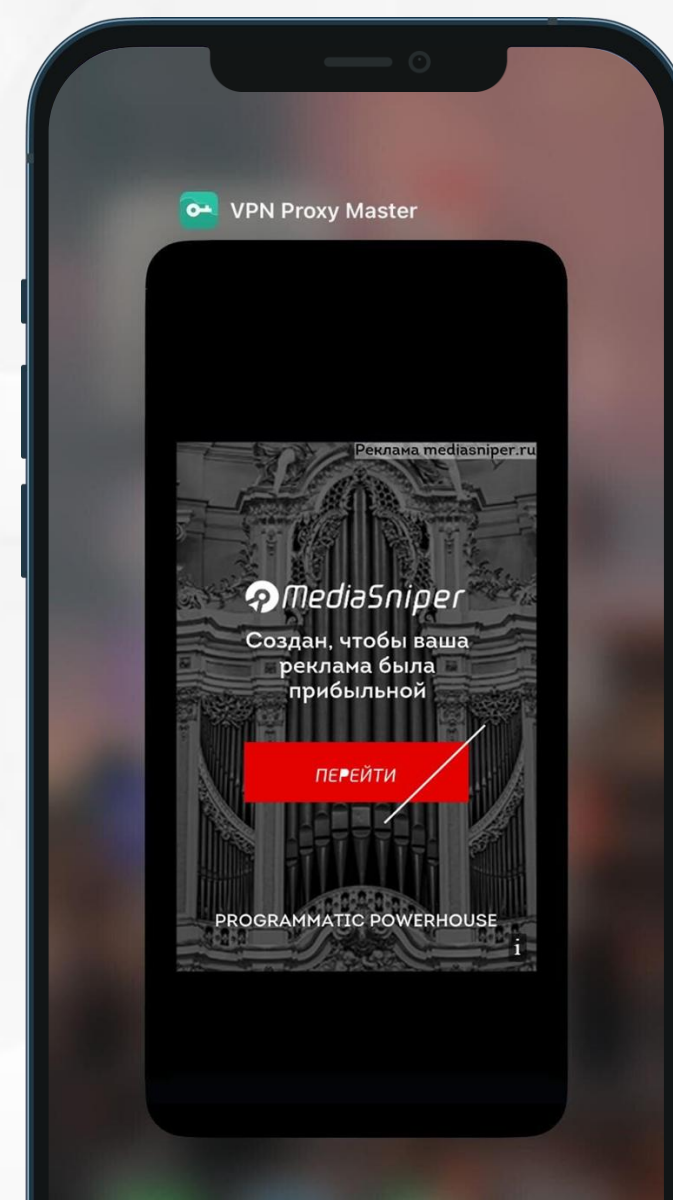
от 0,2%

CTR

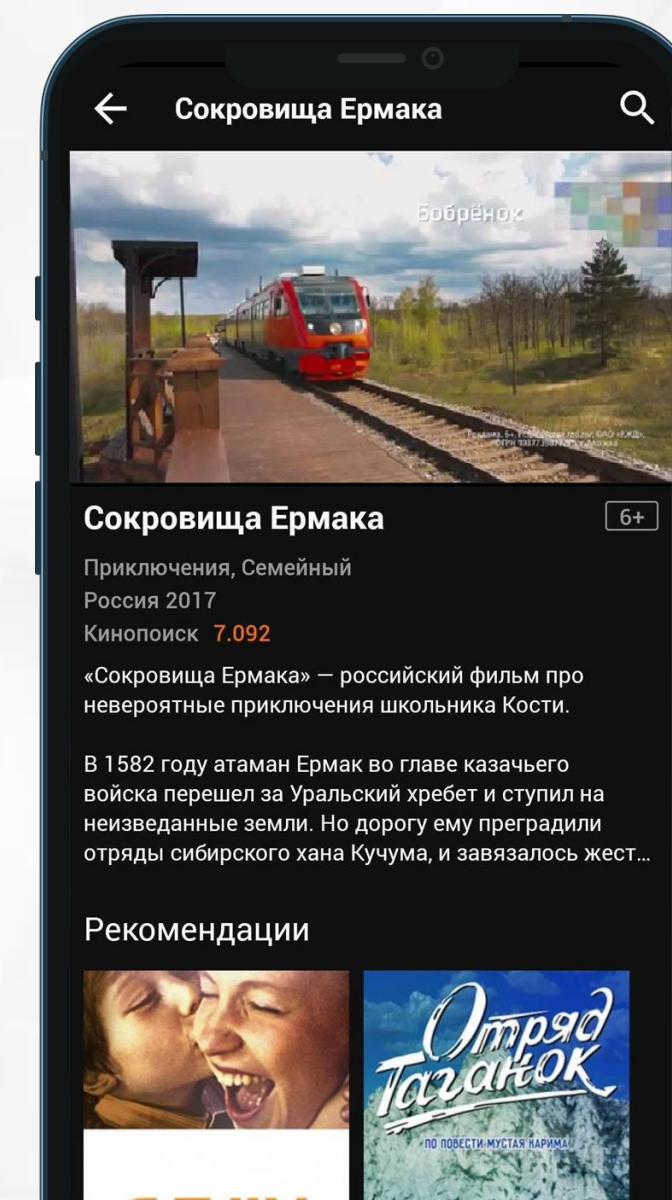
Интеграция с Adjust и AppMetrica

ФОРМАТЫ

БАННЕРЫ



ВИДЕО



КЕЙС ФИНАНСЫ MEDIASNIPEP

РОТАЦИЯ В APP RUSTORE

ПЛАН

Привлечение
инсталлов

CTR > 0,4%

ФАКТ

CR 3,33%
Установка 115
CPI 649 рублей

CTR = 0,42%



ИЮНЬ 2025



817 507 ПОКАЗОВ



МЖ 25-54

ИНТЕРЕСЫ: ФИНАНСЫ, ИНВЕСТИЦИИ

ТЕХНОЛОГИИ SMART TV

MEDIASNIPER

11 млн
активных
устройств

240 млн
запросов
в месяц

85%+
VTR

19 млн
уникальных
пользователей
в месяц



 MediaSniper

350+ приложений
в выкупе



20+ телевизионных
каналов



ПРЕИМУЩЕСТВА SMART TV

SMART TV ОБЪЕДИНЯЕТ СИЛУ КЛАССИЧЕСКОГО ТВ И ВОЗМОЖНОСТИ DIGITAL

Постоянный рост аудитории

68% городских домохозяйств в России используют Smart TV, что соответствует **более 54 миллионам устройств**

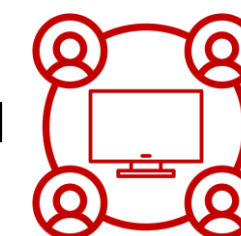
*данные J'son & Partners Consulting



Новый уровень взаимодействия с пользователем в TV

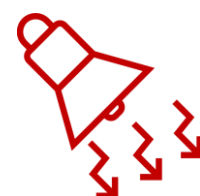
При просмотре рекламного ролика пользователь может вывести на экран **дополнительную информацию о продукте — и сразу перейти на страницу бренда.****

**отсутствие такой возможности в классической ТВ-рекламе



Низкий рекламный шум

Канал **не перегружен** рекламой



Высокая платежеспособность аудитории

63% аудитории Smart TV имеют **доход категории С** (выше среднего)

**Источник: Комплексное исследование аудитории CTV, Visible и Data Insight, 2025



Высокое качество рекламного сообщения на большом экране



ФОРМАТЫ SMART TV

ШИРОКИЙ ВЫБОР ДЛЯ ЛЮБЫХ РЕКЛАМНЫХ ЗАДАЧ

PATCH ROLL - показ рекламы **поверх** эфирного рекламного блока в OTT-сервисах

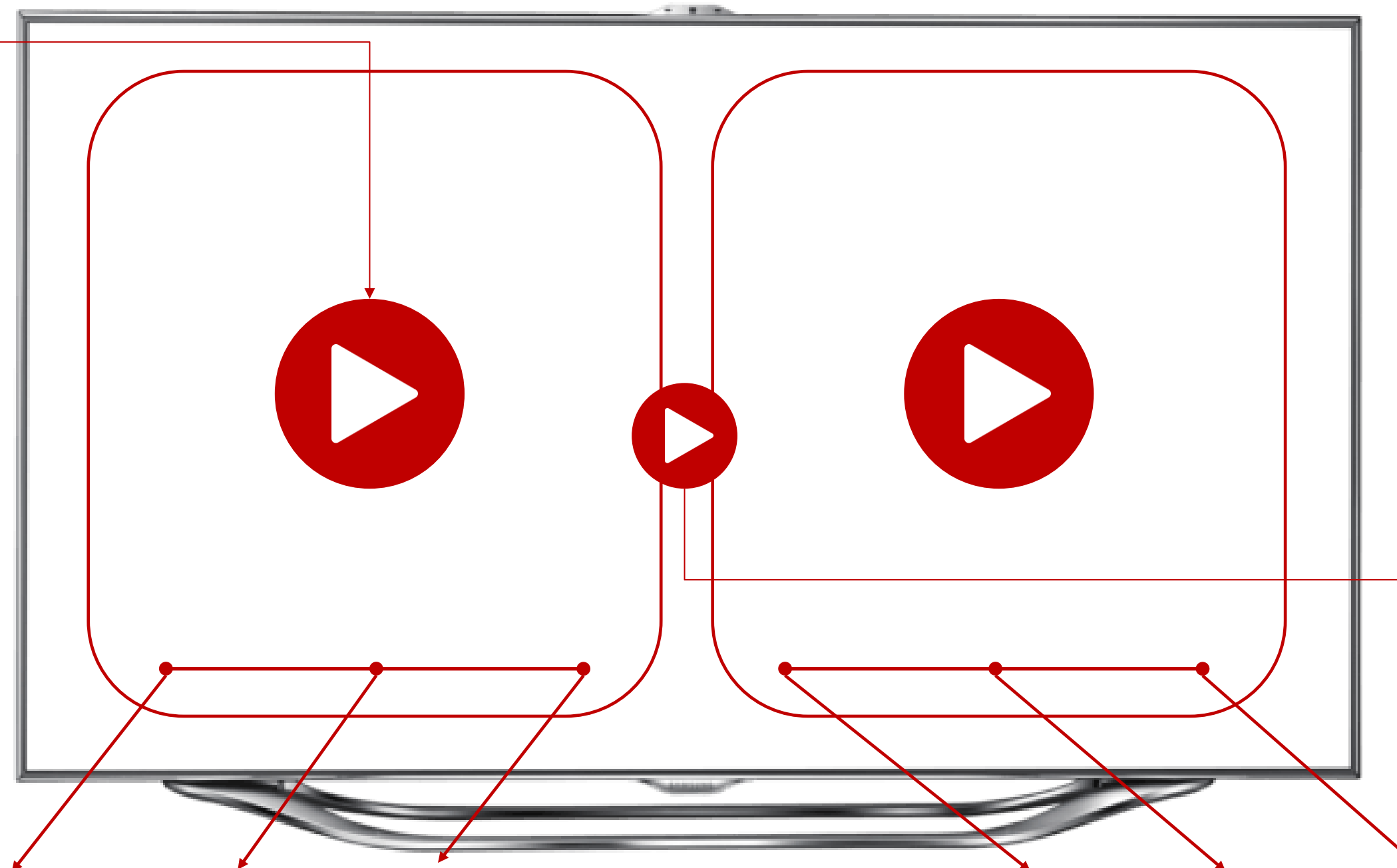
SWITCH ROLL – ролик демонстрируется **в момент включения** телевизора или **при переключении** на другой телеканал

PRE-ROLL MID-ROLL POST-ROLL

Форматы видеорекламы, которые показываются **в разные моменты просмотра** контента: перед началом, в середине и после завершения

MULTI-ROLL

Реклама показывается **в любой момент в течение** просмотра видеоконтента



ТЕХНОЛОГИИ MEDIASNIPEr **SELF-SERVICE**

КОМФОРТНЫЙ ИНТЕРФЕЙС для самостоятельной настройки рекламных кампаний

ДАННЫЕ

Обширный набор аудиторных таргетингов благодаря интеграции с **Platforma** и данным **собственной DMP**



ПРЕДОСТАВЛЯЕМ WHITE LABEL РЕШЕНИЕ



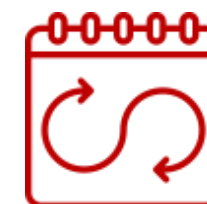
НАСТРОЙКИ

40+ параметров для эффективной оптимизации рекламных кампаний



ГИБКОСТЬ

Мы регулярно **совершенствуем личный кабинет**, опираясь на актуальные потребности клиентов



SUPPORT

Обучение и консультирование специалистами MediaSniper



ТРАФИК

Собственная SSP, которая объединяет **более 3,5 тысяч** проверенных площадок и генерирует **1 млрд+** запросов/сутки



20+ интеграций с внешними SSP

КОМАНДА MEDIASNIPEP

КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС

- Рейтинг клиентского сервиса **9,07** из 10*
- Команда профессионалов с опытом работы 3+ лет
- Отлаженные внутренние процессы для обеспечения быстрой коммуникации по всем вопросам со стороны клиентов
- Персонализированный подход к задачам клиентов

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

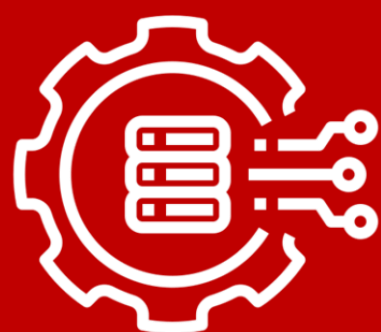
- Более 50% сотрудников – это программисты и аналитики
- Все продукты разработаны и поддерживаются собственной командой и могут быть кастомизированы под задачи клиентов



ОПТИМАЛЬНОЕ СОЧЕТАНИЕ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ
УСПЕШНЫХ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

MEDIASNIPEP РЕШАЕТ ВСЕ СПЕКТР ЗАДАЧ КЛИЕНТОВ

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К DIGITAL-ПРОДВИЖЕНИЮ БРЕНДОВ



ДАННЫЕ



ИНВЕНТАРЬ



КОМАНДА



- **ВЫПОЛНЕНИЕ КРІ**
- **ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ
УДОВЛЕТВОРЁННОСТИ
КЛИЕНТОВ**
- **ДОЛГОСРОЧНОЕ
СОТРУДНИЧЕСТВО**

MEDIASNIPER

ЗАПУСТИТЕ РЕКЛАМУ СЕГОДНЯ

PROGRAMMATIC POWERHOUSE

[MEDIASNIPER.RU](https://mediasniper.ru)



SALES@MEDIASNIPER.RU



[MEDIASNIPER.RU](https://mediasniper.ru)