

Цель	Описание	Placement	Модель закупки	Ставка
Переходы	Interstitial banner (Fullscreen Banner)	In-app\Mobile Web	CPC	35 ₺
	Interstitial banner (Fullscreen Banner)	In-app	CPS (за визит)	50 ₺
Досмотры 100%	True View Video (Fullscreen Video)	In-app	CPV	0,80 ₺
	Instream Video	Desktop Web	CPV	0,80 ₺
Охват	Coverage Ads (Fullscreen Video)	In-app	CPM	500 ₺
	Instream Video	Desktop Web	CPM	500 ₺
	Coverage Ads (Fullscreen Banner)	In-app\Mobile Web	CPM	350 ₺
Вовлечение	Playable Ads	In-app\Mobile Web	CPM	400 ₺

Минимальный бюджет: 300 000 руб. до НДС

**\*Примечания:**

1. Указаны стоимости закупки, действуют с 01.01.2026 по 31.12.2026
2. Все стоимости указаны в рублях до НДС
3. Размещение рекламы происходит в мобильных приложениях и на сайтах сети YABBI SSP

Наценки	Таргетинг	Описание
-	<b>Базовый</b>	Базовые таргетинги: Гео, соцдем, операционная система, тип и модель устройства, язык, технические характеристики устройства (например, заряд батареи телефона).
-	<b>Интересы</b>	Интересы YABBI (базовая таксономия для широких сегментов)
-	<b>Супергео</b>	Таргетинг по супергео и истории посещений (посещение конкретных точек по историческим данным или прямо сейчас).
30%	<b>Телеком</b>	Кастомный таргетинг по телеком данным (интересы, поиск информации, использование конкретных сайтов и приложений).
30%	<b>Покупки</b>	Таргетинг по покупкам на данных касс Эвотор (покупки в категориях или конкретные списки брендов в несетевой рознице).
30%	<b>Family focus</b>	Family focus: таргетинг на беременных и родителей (на базе данных T2 и приложения МААМ)
30%	<b>СМС и звонки</b>	Таргетинг по СМС и звонкам (получатели входящих звонков и СМС от конкретных брендов, звонящие по номеру 8 800.. на сайтах конкретных брендов).
30%	<b>1st party</b>	Таргетинг по 1st Party данным рекламодателя (номера телефонов, email, MAID пользователей приложений или cookies с сайта, а также другие виды идентификаторов)
30%	<b>Мульти - Скриннер</b>	Мульти-скриннер - таргетирование при помощи данных ТВ-приставок Ростелеком, на аудиторию, видевшую ТВ рекламу бренда. Или показ digital рекламы тем, кто не видел ТВ рекламу бренда.
20%	<b>Аудит</b>	Использование стороннего кода (Adserver, Weborama, Adriver иное)
20%	<b>Трекинг</b>	Отслеживание событий на Playable ADS

	Услуга	Описание
по запросу	<b>Brand Lift Survey</b>	Brand Lift Survey - опрос аудитории, видевшей рекламу на YABBI.
по запросу	<b>Brand Lift Survey 360'</b>	Brand Lift Survey 360' - опрос аудитории, видевшей рекламу в Диджитал и ТВ источниках (т.е. не только на нас). Условия обсуждаем индивидуально, т.к. это кастомная задача.
по запросу	<b>Портрет аудитории</b>	Портрет аудитории по любой выборке пользователей - пол, возраст, уровень дохода, наличие детей, топ интернет-ресурсов, интересы и категории покупок.
по запросу	<b>Аналитика по переключению</b>	Аналитика по переключению - при помощи данных t2 о трафике сайтов и приложений, составим отчет о том, какая доля пользователей переключилась на сайт/приложение рекламодателя с конкурентов. Доля переключений будет отражена в % от MAU.
по запросу	<b>Sales Lift Survey</b>	Sales Lift Survey по данным касс Эвотор. Стоимость и условия обсуждаем по каждому запуску отдельно. т.к. они зависят от гео, объема кампании, самих SKU.

\*Доступно только при покупке через Digital Alliance

Цель	Описание	Placement	Модель закупки	Ставка
Охват	Coverage Ads (Fullscreen Video)	in-app \ Smart TV \ + SMS	CPM	500 Р

Минимальный бюджет: 500 000 руб. до НДС

**\*Примечания:**

1. Указаны стоимости закупки, действуют с 01.12.2025 по 31.12.2026
2. Все стоимости указаны в рублях до НДС
3. Размещение рекламы происходит в мобильных приложениях, в Smart TV и СМС-рассылках
4. Кол-во SMS сообщений для каждой рекламной кампании рассчитывается индивидуально

Наценки	Таргетинг	Описание
-	<b>Базовый</b>	Базовые таргетинги: Гео, соцдем, операционная система, тип и модель устройства, язык, технические характеристики устройства (например, заряд батареи телефона).
-	<b>Интересы</b>	Интересы YABBI (базовая таксономия для широких сегментов)
-	<b>Супергео</b>	Таргетинг по супергео и истории посещений (посещение конкретных точек по историческим данным или прямо сейчас).
-	<b>Телеком</b>	Кастомный таргетинг по телеком данным (интересы, поиск информации, использование конкретных сайтов и приложений).
-	<b>СМС и звонки</b>	Таргетинг по СМС и звонкам (получатели входящих звонков и СМС от конкретных брендов, звонящие по номеру 8 800.. на сайтах конкретных брендов).
30%	<b>Покупки</b>	Таргетинг по покупкам на данных касс Эвотор (покупки в категориях или конкретные списки брендов в несетевой рознице).
30%	<b>1st party</b>	Таргетинг по 1st Party данным рекламодателя (номера телефонов, email, MAID пользователей приложений или cookies с сайта, а также другие виды идентификаторов)
30%	<b>Мульти - Скриннер</b>	Мульти-скриннер - таргетирование при помощи данных ТВ-приставок Ростелеком, на аудиторию, видевшую ТВ рекламу бренда. Или показ digital рекламы тем, кто не видел ТВ рекламу бренда.
20%	<b>Трекинг</b>	Отслеживание событий на Playable ADS

	Услуга	Описание
по запросу	<b>Brand Lift Survey</b>	Brand Lift Survey - опрос аудитории, видевшей рекламу на YABBI.
по запросу	<b>Brand Lift Survey 360'</b>	Brand Lift Survey 360' - опрос аудитории, видевшей рекламу в Диджитал и ТВ источниках (т.е. не только на нас). Условия обсуждаем индивидуально, т.к. это кастомная задача.
по запросу	<b>Портрет аудитории</b>	Портрет аудитории по любой выборке пользователей - пол, возраст, уровень дохода, наличие детей, топ интернет-ресурсов, интересы и категории покупок.
по запросу	<b>Аналитика по переключению</b>	Аналитика по переключению - при помощи данных t2 о трафике сайтов и приложений, составим отчёт о том, какая доля пользователей переключилась на сайт/приложение рекламодателя с конкурентов. Доля переключений будет отражена в % от MAU.