



iab.russia

# MOBILE AD

СЛОВАРЬ

**Ad inventory (Рекламный инвентарь)** — это совокупный объем рекламного пространства, доступного на ресурсе публишера (сайта), где происходит размещение рекламы.

**API (Application Programming Interface)** — интерфейс прикладного программирования, функционал, предоставляемый приложением или операционной системой, для использования во внешних программных продуктах.

**ATD (Agency Trading Desk)** — централизованная платформа закупки рекламы по различным рекламным моделям.

**Banner (Баннер)** — рекламный формат с графическим или видео изображением рекламного характера.

**Brand safety** — защита бренда компании от упоминаний (в первую очередь рекламных) в неблагоприятном контексте. Так называемая репутационная безопасность бренда - это защита бренда компании и её рекламных материалов от неблагоприятного информационного окружения.

**Branding Marketing** — тип рекламной коммуникации, направленный на повышение знания и лояльности к марке.

**Click (Клик)** — нажатие пользователем на рекламную ссылку или баннер.

**CPA (Cost-per-action)** — ценовая модель performance marketing, основанная на оплате за целевое действие на сайте в приложении рекламодателя.

**CPC (Cost-per-click)** — ценовая модель performance marketing, основанная на оплате за клик.

**CPL (Cost-per-lead)** — ценовая модель performance marketing, основанная на оплате за целевое действие.

**CPM (Cost-per-mille)** — ценовая модель, основанная на оплате за количество показов рекламы.

**Display (Дисплей)** — формат интерактивной рекламы, в котором в качестве носителя рекламного сообщения выступает баннер.

**DMP (Data Management Platform)** — платформа, которая позволяет организовать, сегментировать и анализировать массивы информации, применяемой для таргетирования рекламных сообщений, с целью доставки рекламы, наиболее востребованной и полезной каждому пользователю в конкретный момент.

**DSP (Demand Side Platform)** — платформа, которая позволяет агентствам и рекламодателям осуществлять закупки онлайн-рекламы через programmatic-инфраструктуру на различных рекламных биржах.

**Dynamic Creative (Динамические креативы)** — рекламные ролики, которые адаптируются под каждый из выбранных целевых сегментов заранее, или обладают способностью адаптироваться по запросу на основе заданных шаблонов. Такие шаблоны могут предполагать изменение фона, списка товаров, цен на них, цвета, размещения кнопок и т.д. Динамические креативы позволяют доставлять персонализированные рекламные сообщения до целевых сегментов, для достижения максимальной эффективности рекламной кампании.

**Fraud (Фрод)** — выполнение нужных рекламодателю действий (клики, установки, посещения сайта и т.д.) ботами или лицами, незаинтересованными в продукте. К такой мере могут прибегать рекламные площадки, агрегаторы и агентства для выполнения KPI по качеству/объемам трафика.

**KPI (Key Performance Indicator)** — метрика эффективности бизнес-процессов в компании.

**Lead (Лид)** — потенциальный клиент, отреагировавший на маркетинговую коммуникацию. Лидом называют еще контактные данные пользователя, добровольно оставленных на сайте или через мобильное приложение.

**Lead generation** — процесс получения лидов.

**Market place (Маркетплейс)** — сайт или раздел сайта, объединяющий предложения нескольких продавцов товаров / услуг / информации и сокращающий для продавцов и покупателей транзакционные издержки.

**Mobile application (Мобильное приложение)** - программное обеспечение для мобильных устройств, работающих на платформе IOS или Android.

**Mobile networks (Мобильные сети)** — размещения рекламы в мобильных сетях сайтов и мобильных приложениях.

**Native (Нативная реклама)** — формат интерактивной рекламы, при котором рекламные сообщения стремятся выглядеть как часть собственного контента сайта.

**Non-Performance** — реклама, нацеленная на результат, совершаемый на сайте, а затем в оффлайне.

**Offer (Оффер)** — вид рекламного сообщения, в котором пользователю предлагается материальное или нематериальное вознаграждение за совершение целевого действия. Это вид рекламной кампании, присутствующей в CPA-сети.

**Performance** — реклама, нацеленная на результат, совершаемый на сайте, а затем в оффлайне.

**Performance marketing** — концепция построения маркетинга на стороне рекламодателя, рекламного агентства и площадки, когда весь набор

рекламных инструментов и технологий направлен на результат в виде достижения конкретным пользователем целевого действия.

**Programmatic** — совокупность методов закупки рекламных возможностей в сети интернет с использованием автоматизированных систем и инструментов для принятия решений о сделке на основе данных о пользователях, имеющихся в распоряжении как площадки, так и рекламодателя.

**Programmatic Media Buying (Алгоритмизированные закупки медиа и аудиторных таргетингов)** — возможности покупки медийной рекламы по определяемой рекламодателем цене и целевой группе.

**Remarketing (Ремаркетинг)** — размещения, при которых учитываются предыдущие действия пользователя по отношению к рекламируемому продукту.

**SEO (Search Engine Optimization)** — комплекс мер по внутренней и внешней оптимизации для поднятия позиции сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей с целью увеличения сетевого трафика и последующей монетизации этого трафика.

**SSP (Supply / Sell Side platform)** — технологические платформы для веб-издателей, с помощью которых рекламные сети или отдельные сайты могут продать свои рекламные площади (Инвентарь). Чаще всего SSP обеспечивают продажу рекламного инвентаря через RTB, но также могут работать и по модели прямых продаж.

**Targeting (Таргетинг)** — рекламная технология, позволяющая выделять из всей аудитории интернета только пользователей с определенными характеристиками.

**Targeted advertising (Таргетированная реклама)** — реклама с использованием таргетингов.

**Targeted action (Целевое действие)** — желаемое для рекламодателя действие пользователя - потенциального клиента, совершенное на сайте Заказчика.

**Tracker (Трекер)** — аналитическая платформа для трекинга мобильных приложений. С помощью сервиса можно управлять несколькими кампаниями, сравнивать метрики и показатели, формировать и сравнивать отчёты по установкам мобильных приложений и действиям пользователей в приложении. Также существуют трекеры для работы с лидами (в том числе телефонными).

**Viewability (Видимость)** — это показатель, который отображает фактическую видимость рекламного сообщения для пользователей. Обычно видимым показ считается при нахождении 50% площади рекламного сообщения на экране пользователя в течение 1 и более секунд (в зависимости от стандарта).

**Аудитория** — группа пользователей, объединенная по какому-либо признаку (например аудитория сайта, целевая аудитория).

**Веб-аналитика, мобильная аналитика, кросс-канальная аналитика** — технологии изучения пути пользователя до целевого сайта и его поведения на сайте.

**Видеореклама** — формат интерактивной рекламы, в котором, в качестве носителя рекламного сообщения выступает видеоролик.

**Воронка продаж** — принятое на рынке performance marketing схематическое описание принципа распределения клиентов от первого контакта до заключения сделки.

**Ключевой запрос** — запрос пользователя в поисковую систему.

**Показ** — показ баннера.

**Целевой звонок** — качественные звонки от пользователей, пришедших в результате проведения рекламных кампаний, в действительности заинтересованных в услуге.



# 0 IAB Russia

The Interactive Advertising Bureau (IAB) Russia

## **Ассоциация развития интерактивной рекламы**

входит в международную сеть ассоциации IAB, основная задача которой – рост и развитие рынка интерактивной рекламы. Отделения IAB успешно работают в 43 странах на 4 континентах.

## **Приоритетными направлениями деятельности The Interactive Advertising Bureau (IAB) Russia являются:**

- Образовательная деятельность;
- Работа над формированием индустриальных стандартов, гайдлайнов и глоссария;
- Проведение отраслевых мероприятий, включая MIXX Conference и MIXX Awards;
- Проведение исследований в области интернет рекламы с учетом имеющихся международных методологии и практик в этой сфере.

## Контакты:

127018, г. Москва, ул. Полковная, д.3, стр. 3, этаж 4.

телефон/факс: +7 (495) 662-39-88

email: [add@iabrus.ru](mailto:add@iabrus.ru)

[www.iabrus.ru](http://www.iabrus.ru)





# MOBILE AD COMMITTEE

**IAB Russia Mobile Ad Glossary 2019**  
**выпущен в рамках комитета по Mobile Ad**

Председатель комитета IAB Russia по Mobile Ad:  
Михаил Цуприков, Директор по мобильным  
технологиям и продуктам Mediascope

Декабрь 2019

