

ИНВЕНТАРЬ

Retail media – платформа электронной коммерции, онлайн-магазин электронной торговли, предоставляющий информацию о продукте или услуге третьих лиц, чьи операции обрабатываются оператором маркетплейса.

Paid social platforms – платная таргетированная реклама в социальных сетях, позволяющая таргетироваться по данным из профиля пользователей.

Paid search platforms – платный поиск, относящийся к любому поисковому продвижению, результаты которого зависят от оплаты со стороны рекламодателей.

Telecom – реклама, основанная на данных сотовых операторов с использованием собственных технологий (операторов) или базирующаяся на них.

Classfields – ресурс с объявлениями от физических и юридических лиц с различными предложениями, сгруппированными по темам.

Доставка из магазинов и ресторанов – сервисы доставки еды, продуктов, non food из ресторанов и магазинов.

Farm retail – сервисы, реализующие фармацевтическую продукцию.

Pure player – игроки e-commerce сегмента, представленные только online, не имеющие offline розницы для потребителя, за исключением сервисной составляющей (ПВЗ и прочее).

OMNI – игроки e-commerce сегмента, сочетающие в себе мощные online и offline составляющую как в реализации, так и в маркетинговой стратегии.

Technologies – маркетинговые, аналитические технологии для e-commerce.

ТЕХНОЛОГИИ

Call Tracking – технология отслеживания эффективности digital-рекламы с помощью трекинга пользовательских звонков.

Retargeting – технология показа рекламных сообщений тем пользователям, которые уже были на сайте рекламодателя и видели повторное рекламное объявление.

CPA Networks – ценовая модель performance marketing, основанная на оплате за целевое действие на сайте\в приложении рекламодателя.

SSP – SSP-платформа – технологическая платформа или программное обеспечение, которое управляет количеством показов рекламы публишера на нескольких рекламных биржах.

DSP (Demand side platform) – DSP, автоматизированная система покупки – технологическая система организации аукциона для рекламодателей, которая торгуется с SSP (платформами для RTB-торгов со стороны площадок), управляет несколькими рекламными сетями (Ad Networks) и рекламными биржами (Ad Exchanges), обменивается прочими данными в интересах рекламодателя в цифровой экосистеме RTB.

Optimization tools – платформа для эффективного управления рекламой.

CPI Networks – модель ценообразования, при которой оплата за размещение или эффективность размещения определяются исходя из стоимости одной установки приложения.

АНАЛИТИКА

Analytics tools – инструменты для анализа трафика, позволяющие собирать данные и анализировать как трафик, так и инвестиции в маркетинг.

Mobile analytics – инструменты позволяющие изучить поведение пользователей мобильных устройств, проанализировать рекламные кампании, а также внутренние метрики приложений.

АГЕНТСТВА

Коммуникационные группы 360 – объединяют в своей структуре рекламные агентства различного профиля с целью предоставления полного спектра услуг рекламной коммуникации как offline, так online.

Independent Performance Agencies – диджитал агентства, цель которых – достижение конкретных, финансово измеримых бизнес-результатов в максимально короткие сроки. Концепция подразумевает интеграцию инструментов интернет-маркетинга в единую стратегию, исходя из целей и особенностей компании.

Digital groups – объединяет в своей структуре бизнес юниты online направленности с целью продвижения бренда посредством использования цифровых каналов коммуникации.