

[Все коллекции](#) > [Рекомендации по работе с Hybe](#) > [Словарь терминов](#)

## Словарь терминов

В этой статье будут рассмотрены основные термины и сокращения, используемые в мобильном маркетинге.



Автор: Gennadiy Akulov

Обновлено больше недели назад

**RTB (Real-Time Bidding)** - это технология покупки дисплейной рекламы через программируемые онлайн-аукционы. RTB фокусируется непосредственно на показах для целевых посетителей, а не на планировании резервов рекламного пространства в определенных приложениях. Каждый показ выкупается за доли секунды - во время открытия приложения или при переходе на следующий уровень (если реклама показывается в игровом приложении) - система RTB мгновенно проводит аукцион. В результате лучшее предложение от рекламодателей оказывается перед глазами пользователя, который наиболее заинтересован в нем.

**DSP (Demand-Side Platform)** - это программное обеспечение, используемое рекламодателями для покупки мобильной, поисковой и видеорекламы на рынке, на котором издатели размещают рекламный инвентарь. Эти платформы позволяют управлять рекламой во многих сетях торгов в режиме реального времени, а не только в одной, как Google Ads.

**SSP (supply-side platform)** - это программная система, которая позволяет издателям предлагать имеющийся у них инвентарь рекламным биржам и платформам спроса (DSP). В данном контексте под предложением понимается предложение рекламного пространства, которое предлагает издатель. Издателем обычно является владелец сайта, но им может быть и разработчик приложений.

**SSP и DSP** - это две системы, участвующие в программной рекламе, которая автоматизирует процессы покупки и размещения рекламы с помощью торгов в режиме реального времени (RTB). На основе критериев, установленных рекламодателями и издателями, таких как каналы, характеристики аудитории и варианты покупки, RTB делает возможным предложение показов и торгов, а также размещение выигравшего объявления, и все это за то время, которое требуется для загрузки запрашиваемой пользователем страницы.

**Биржа объявлений** - это обмен рекламными местами. Платформа, обеспечивающая торги рекламными показами: выставляет на продажу показы посетителей сайтов издателей и рекламных сетей, принимает ставки от DSP и объявляет победителя. Рекламная биржа работает с экосистемой RTB и является частью технологического стека SSP.

**Рекламная сеть** - это компания, которая соединяет рекламодателей с веб-сайтами, желающими разместить рекламу. Ключевой функцией рекламной сети является агрегация предложения рекламы от издателей и сопоставление его со спросом рекламодателей.

**DMP (Data Management Platform)** - система управления данными, используемая агентствами, рекламодателями или издателями. Большинство данных от первых лиц управляются и интегрируются с данными третьих лиц для объединения информации и действий пользователей, а также для оптимизации медиазакупок.

**Сервер объявлений (рекламный)** - платформа, которая распространяет рекламу на конечные устройства (т.е. ваш компьютер или мобильный телефон) и фиксирует показатели эффективности.

**Рекламный инвентарь** - это количество рекламных мест, доступных издателю в его приложении.

**API - интерфейс программирования приложений** - обеспечивает подключение к внешним приложениям и позволяют передавать данные с нескольких платформ на единую приборную панель.

**CPI** - Cost Per Install. Формула:  
$$\text{CPI} = \frac{\text{Цена}}{\text{Общее количество установок}}$$

**CPA** - стоимость одного действия. Формула:  
$$\text{CPA} = \frac{\text{Стоимость медиа}}{\text{Общее количество действий}}$$

В терминах мобильного programmatic действие - это точное in-app событие, как *регистрация, покупка, первый депозит или т.п.*

**CPM (Cost Per Mille)** - Стоимость за 1000 показов. Формула:

$CPM = \text{Стоимость медиа} / \text{Общее количество показов} * 1000.$

**CPC (Cost Per Click)** - Стоимость за клик. Формула:

$\text{Цена} / \text{Общее количество кликов}.$

**IPM (Installs Per Mille)** - количество установок на 1000 показов. Формула:

$\text{Общее количество установок} / \text{Общее количество показов}.$

**CTR - Click Through Rate.** Формула:

$\text{Общее количество кликов} / \text{Общее количество показов} * 100\%.$

**CTI - Click To Install Rate.** Формула:

$\text{Общее количество установок} / \text{Общее количество кликов}.$

**CTIT - Click To Install Time.** Время между кликом пользователя по рекламе и установкой + открытием приложения.

**Bundle ID** - идентификатор приложения в AppStore или Google Play Store. Примеры: id1369521645, com.fugo.wow.

**Список включения** - список приложений, в которых должна быть показана реклама и нигде больше.

**Список исключений** - список приложений, в которых реклама не должна показываться, но может быть показана в любом другом месте.

**Запрос предложения** - запрос предложения происходит в среде торгов в режиме реального времени. Платформа SSP посылает сигнал DSP о том, что у них есть объявление на продажу, а также подробную информацию об этом объявлении.

**Ответ на предложение** - ответ на предложение происходит в среде торгов в режиме реального времени. Платформа DSP отвечает на сигнал запроса предложения, отправленный SSP, с указанием цены и, возможно, творческих характеристик.

**Ставка** - цена CPM или CPC, которая устанавливается для конкретной кампании.

**СТ-установки** - установки, которые были получены, когда пользователь произвел установку и открыл приложения после клика по рекламе (стандартный период окна атрибуции для кликов составляет 7 дней).

**VT-установки** - установки, которые были получены, когда пользователь совершил установку и открыл приложения после просмотра рекламы (стандартный период окна атрибуции для просмотров составляет 24 часа).

**Reach** - метрика, отражающая количество уникальных пользователей, которые видели рекламу в приложении.

**Выручка** - отчет о доходах показывает все деньги, которые ваша кампания принесла в течение отчетного периода.

**ROAS (return on advertising spend)** - расчет, измеряющий экономическую эффективность рекламных усилий. Он может помочь предприятиям и другим организациям понять, стоит ли их рекламная стратегия того или нет. Формула:  $\text{Выручка} / \text{Медиазатраты} * 100\%$ .

**События MMP** - события от Mobile Measurement Partner. Включают установки, регистрации и любые другие события, которые пользователь может совершить в приложении (например, завершение KYC, успех первого депозита и т.д.).

**First-Price Auction** (*Аукцион первой цены*) - программный аукцион первой цены происходит в режиме реального времени, когда побеждает самая высокая ставка за рекламный слот, независимо от суммы, представленной более низкими участниками торгов.

**Данные первой стороны** - данные первой стороны собираются разработчиком приложения и отражают поведение его посетителей в Интернете. Это наиболее ценные данные, поскольку они являются собственностью издателя или разработчика приложения и предоставляют точные и достоверные данные о его аудитории.

**Ограничение частоты** - это метод контроля того, сколько раз объявление будет показано конкретному пользователю. Он используется для того, чтобы целевая аудитория не раздражалась от рекламы.

**Bid floor** – устанавливается на уровне минимальной стоимости на аукционе второй цены. Это позволяет издателям получить весь свой потенциал дохода.

**Данные второй стороны** – это также данные, собранные о пользователях в Интернете, только они предоставляются внешним партнером и дополняют "собственные" данные. Обычно они приобретаются в рамках партнерских отношений, но могут быть и куплены отдельно у **DMP**.

**Аукцион второй цены** – происходит в режиме реального времени, когда торги завершаются по второй самой высокой цене плюс небольшая плата, обычно один цент.

**Данные третьих лиц** можно покупать в гораздо больших масштабах. Некоторые компании специализируются на покупке данных и покупают их у широкого круга издателей, что позволяет компаниям получить лучший обзор своего рынка. Противоположная сторона заключается в том, что конкуренты также имеют доступ к этим данным.

## Другие статьи по теме

Требования к креативам >

Управление рекламными кампаниями >

Hybe Insights – RU >

Настройка REST-API для передачи данных >

Нашли ответ на свой вопрос?



**HYBE**