

Биохимия фрода: как глубокий анализ помогает экономить рекламный бюджет

Воробьев Богдан

Руководитель Digital Media & Brandformance направлений Банка ДОМ.РФ



VK CXhub



VK Predict



my
tracker

ADRIVER

Воробьев Богдан, Банк ДОМ.РФ

Руководитель Digital Media & Brandformance направлений
Банка ДОМ.РФ



Банк ДОМ.РФ

- Универсальный ипотечно-строительный банк
- Топ-10 по размеру активов
- Топ-4 по выдаче Ипотеки
- Самый высокий показатель прироста портфеля Вкладов за 2024 год



Источник: dom.rf/analytics/ объем выдачи ипотеки за 2024, banki.ru/banks/ratings/ рейтинг банков по размеру активов – февраль 2025, Frank RG – портфель вкладов, прирост в относительном выражении +89% YtY

Запуск медийной кампании в Банк ДОМ.РФ



Аудит
верификатор

[01]



Adriver
(Full-верификация)

[02]



Яндекс метрика
(пиксель на показ)

[03]

Full-верификация Adriver

Кабинет



ГЕО



Распределение по часам



Частота



Доля устройств

Дашборд



Слышимость



Видимость



Домены



Формат показа рекламы



IVT

Пиксель на показ Яндекс метрики для медийной рекламы



Попадание
в GEO

[01]



Попадание
в соц-дем

[02]



Доля попадания
в релевантный
интерес

[03]

Digital-рынок эволюционирует, как и фрод



1

Боты стали умнее: имитация живого поведения, поэтому верификаторы трафика не всегда срабатывают

2

Фрод может быть распределённым, маскирующимся под качественный трафик

Как выглядит «идеальный» фрод



Высокая
глубина
просмотра

[01]



Низкий
показатель
отказов

[02]



Высокий
Аффинити-индекс

[03]



Большое
количество
целевых действий

[04]

Чек-лист параметров по борьбе со скрытым фродом

1 Пол + возраст

2 IP адреса

3 Целевые действия

4 Браузеры

5 Устройства

6 Источники трафика и домены

7 Вебвизор

8 Города

9 Операционная система (детально)

10 Визитов в истории

Кейс: кампания по вкладам в Банке ДОМ.РФ

1

Подозрение:
микроконверсии есть —
заявок нет

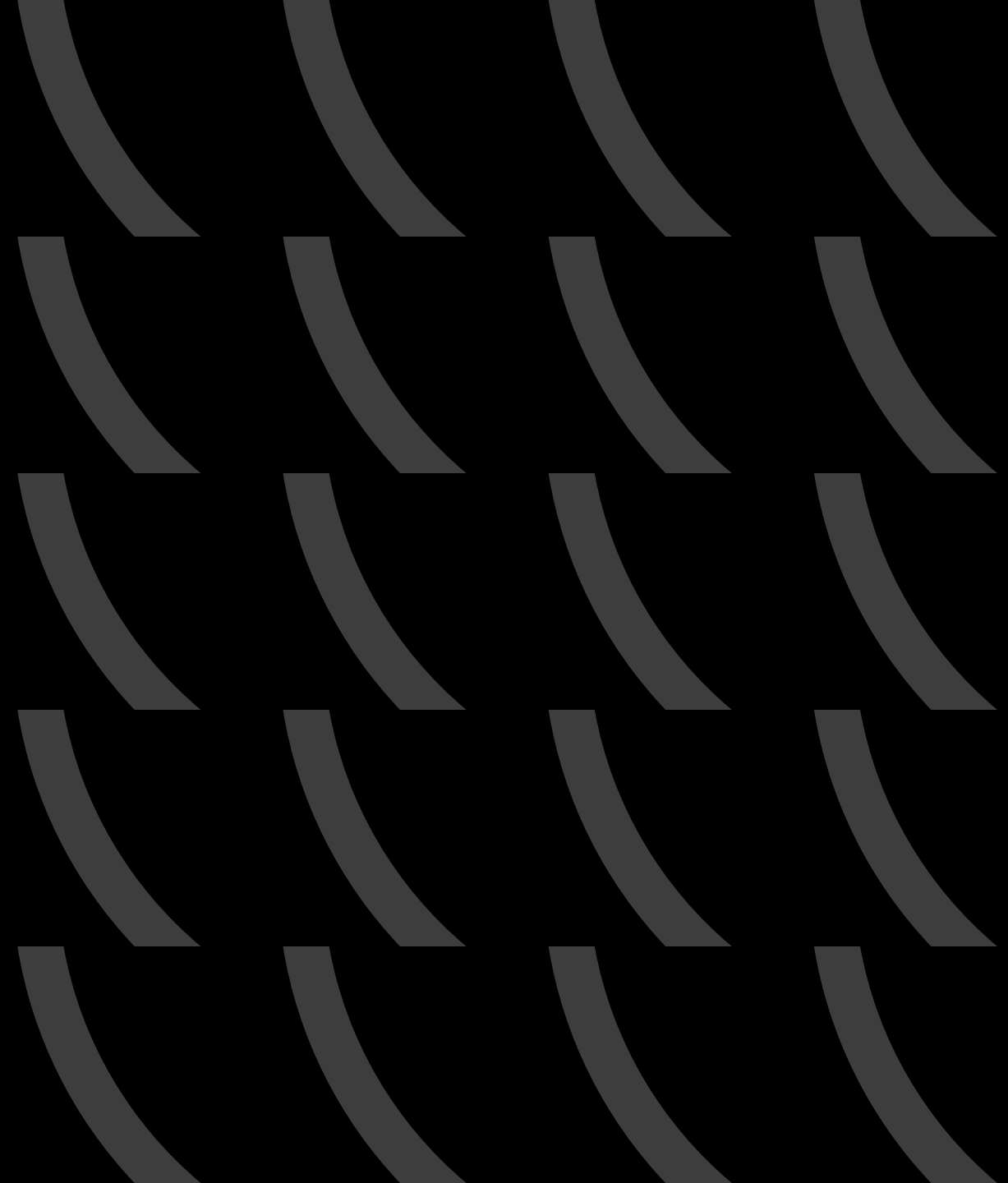
2

Статистика:
слишком хорошая — post-click,
аффинити-индекс

3

Сравнение с другими
источниками:
резкий переко

Как мы
копали
глубже?



Показатели выглядели практически «идеальными»

Высокая глубина просмотра

Уровень отказов ниже среднего

Большое количество целевых действий

UTM Source, UTM Content, Пол, Источник трафика (льно), Дата визита, UTM Campaign, Возраст	Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Конверсия Сквозная - Клик - Меню	Конверсия Вклад - Клик - Открыть вклад/с…	Конверсия Вклад - Клик - Взаимодействие…	Конверсия Вклад (промокод) - Клик - Кноп…
	  	  	 	 	 	 	 	 	 
Итого и средние	97 768	92 089	47,1%	1,35	4:27	1,51%	0,08%	0,05%	1,92%
	14 325	13 896	45,3%	1,39	3:23	2,23%	0,08%	0,03%	2,02%
	11 384	10 320	53,2%	1,41	4:29	0,33%	<0,01%	0,07%	0,47%
Источник с аномалиями	10 440	9 506	38,2%	1,78	9:17	8,29%	0,5%	0,14%	6,4%
	10 431	10 134	44,3%	1,34	4:20	1,48%	0,04%	<0,01%	2,66%
	10 004	9 962	34,1%	1,3	1:13	0,25%	0,03%	0,03%	1,3%
	9 884	9 421	61,4%	1,2	4:41	0,01%	0,03%	0,01%	0,18%
	9 183	8 566	67,5%	1,14	3:06	0,01%	0%	0,02%	0,19%

Источник: подозрительный ADX Proxy

Среднее время
на сайте превышало

21 минуту

✔ UTM Source, UTM Content, Пол, Источник трафика (детально), Дата визита, UTM Campaign, Возраст		Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Конверсия Сквозная - Клик - Меню	Конверсия Вклад - Клик - Открыть вклад/скайп	Конверсия Вклад - Клик - Взаимодействие	Конверсия Вклад (проход) - Клик - Ютуб/пейр
Итого и средние		10 440	9 506	38,2%	1,78	9:17	8,29%	0,5%	0,14%	6,4%
+ support.20_V__adx_proxy_44984		2 277	1 963	30,1%	1,94	21:46	20,2%	1,45%	0,09%	12,7%
+ support.20_A_NULL		2 208	2 197	39,6%	1,99	1:51	0,68%	0,09%	0%	0,54%
+ support.20_A_NULL_94		1 352	1 345	42,8%	1,8	3:39	0,52%	0%	0%	0,22%
+ support.20		577	574	35%	1,39	2:12	0,52%	0,35%	0%	10,4%
+ support.20_V_v5.realnye-pacany-lordfilm.com_...		78	76	26,9%	1,96	11:27	28,2%	0%	0%	12,8%
+ support.20_V_kino.gig-life.ru_44984		69	67	34,8%	1,86	10:06	29%	0%	0%	11,6%
+ support.20_V_prisonbreak.top_44984		52	50	28,8%	2,81	50:37	48,1%	0%	0%	7,69%
+ support.20__adx_proxy_44740		51	51	37,3%	1,33	0:41	5,88%	0%	0%	19,6%
+ support.20_V_razdelenie-lordfilm.ru_44984		49	48	55,1%	1,55	3:25	20,4%	0%	0%	8,16%
+ support.20_R_domashniy.ru_45097_41		47	42	27,7%	1,4	20:08	0%	0%	0%	2,13%
+ support.20_R_www.ivi.ru_45097_41		44	41	40,9%	1,55	12:46	0%	0%	0%	0%
+ support.20_V_nasledie-lordserial.ru_44984		40	37	27,5%	1,88	19:44	32,5%	0%	0%	15%
+ support.20_V_pozharnye-chikago-v-ogne-lordse...		37	37	29,7%	1,84	4:11	27%	2,7%	0%	5,41%
+ support.20_V_lordfilm-pikabu.ru_44984		34	33	41,2%	1,91	8:02	17,6%	2,94%	0%	14,7%

Конверсия
в целевое действие

>12%

Конверсия в «цели-призраки», которых нет на странице, достигала

20%

Расслоение по браузерам и IP: критически важные сигналы

Разрез по браузерам:
версия Chrome 134 с 20% конверсией

Анализ IP-адресов: концентрация
трафика в ограниченном числе подсетей

Группировки	Метрики	Выберите цель	Нет избранных целей
UTM Source, Полная версия браузера	Визиты	Посетители	Отказы
Итого и средние	10 440	9 506	38,2%
Источники с аномалиями	10 440	9 506	38,2%
Google Chrome 133.0	3 752	3 605	36,9%
Яндекс Браузер 25.2	2 285	2 202	44,3%
Google Chrome 134.0	1 301	1 168	36,7%
Google Chrome 132.0	868	864	23,2%
Opera 117.0	712	666	30,5%
Chrome Mobile 134.0	234	228	46,2%
Chrome Mobile 133.0	232	223	47,4%
Яндекс Старт: мобильное приложение 25...	159	158	53,5%
Яндекс Браузер 24.10	109	103	56,9%
Mobile Safari 18.3	54	54	44,4%
Chrome Mobile 132.0	41	41	36,6%

UTM Source, IP-адрес, UTM Campaign, Область, Роботность	Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Конверсия	Конверсия	Конверсия	Конверсия
Итого и средние	9 001	8 544	45,9%	1,25	6:22	0,22%	0%	1,11%	0,44%
Другой источник с аномалиями	9 001	8 544	45,9%	1,25	6:22	0,22%	0%	1,11%	0,44%
91.233.245.xxx	742	742	0,13%	1,06	0:48	0%	0%	5,93%	0%
91.233.244.xxx	430	430	0%	1,06	0:23	0%	0%	5,12%	0%
176.59.166.xxx	27	25	37%	1,48	1:32	0%	0%	0%	0%
176.59.160.xxx	25	24	64%	1,28	0:32	0%	0%	0%	0%
176.59.162.xxx	25	19	36%	1,76	12:57	0%	0%	0%	0%
176.59.42.xxx	25	25	48%	1,28	0:20	0%	0%	0%	0%
176.59.43.xxx	25	24	48%	1,24	4:55	0%	0%	0%	0%
176.59.54.xxx	25	23	64%	1,36	14:36	0%	0%	0%	0%
176.59.168.xxx	24	24	66,7%	1,13	14:17	0%	0%	0%	0%

Что мы сделали

1 Подтвердили подозрения

2 Передали данные площадке

3 Отключили источник

4 Сохранили бюджет

5 Перераспределили бюджет на эффективные каналы

Итоги и выгоды от глубокого анализа



Экономия бюджета



Рост прозрачности



Улучшение перформанса
в медийной кампании



Развитие внутренней экспертизы



Фрод нельзя «отдать»
только верификатору



Автоматизация — не панацея



Побеждает тот, кто анализирует

Спасибо за внимание!



ADRIVER