



Аудит рекламных кампаний в AdRiver

Октябрь 2017

AD RIVER

Adserver система

аудита и размещения
интернет-рекламы

DSP платформа

для programmatic-закупок
(self-service/ full-service)

SSP платформа

для продажи инвентаря
издателями и селлерами

DMP платформа

для продажи данных

Член ассоциаций:



AdRiver сертифицирован:

Google

MSN

Yahoo

Skype



[AdRiver в экосистеме
Digital-рынка](#)

Почему AdRiver?

ADRIVER

Создание кодов аудита,
консультирование и клиентская
поддержка на всех этапах
размещения кампании,
аналитика расхождений

Возможность интеграции
с исследовательскими панелями
и с CRM/ERP- системами
агентств и рекламодателей

Индивидуальные решения
(выгрузки, отчеты)

Дополнительный инструмент
планирования кампаний
и оценки затрат по каждой
рекламной площадке

Подробные данные для анализа
размещений. Postclick, postview,
VPAID, скоринг

Гибкое ценообразование,
индивидуальные пакеты услуг,
оперативная обратная связь

С 2001 года на рынке,
нам доверяют крупнейшие
агентства и рекламодатели

DIGITAL BBDO

dentsu AEGIS network

groupm



Услуги AdRiver для агентств и рекламодателей

На этапе планирования рекламной кампании



При создании медиаплана:

- Консультации по типам кодов статистики

Media Plan Customer: Digital_Media Advertiser: xxxxxxxx Campaign: ZZZ_sep2017 Brand: xxxxxxxx Product: xxxxxxxx Target audience: W25-55 Duration: 6 weeks * Start of campaign: 01 September, 2017 * Finish of campaign: 15 October, 2017 *									
September - October, 2017									
#	Ad Site	Domain (URL)	Ad Placement	Ad format, ad size *	Ad Pricing	Run Period	Unit Name	Gross Reach Fox	
OLV									
1	Vmeteo	wf.ru	Mobile: Main page after login, targeting by sex (W), age (25-55) and GEO (Moscow)	FullScreen with video	Dynamic	6 weeks*	1000 impr.	2 137 500	
2	JBP MRG / Desktop	MyTarget + site nets with placement based on Mail data	Desktop: All pages with video, targeting by sex (W), age (25-55) and GEO (RF), F=4 in a month	Pre-roll, FullScreen with video	Dynamic	6 weeks*	1000 impr.	1 125 000	
3	JBP MRG / Mobile	MyTarget + site nets with placement based on Mail data	Mobile: All pages with video, targeting by sex (W), age (25-55) and GEO (RF), F=4 in a month	Pre-roll, FullScreen with video	Dynamic	6 weeks*	1000 impr.	1 125 000	
4	Mail.ru / Desktop	ok.ru, vk.com, lady.mail.ru, auto.mail.ru etc.	Desktop: Odnoklassniki (UGC), V Kontakte, Moi Mir (UGC), Mail Auto, Mail Lady, Mail Hi-Tech, Mail Games, TA W 25-55 and GEO (RF), F=4 per month	Pre-roll, pre-loader	Dynamic	6 weeks*	1000 impr.	5 025 000	
5	Mail.ru / Mobile	ok.ru, vk.com, lady.mail.ru, auto.mail.ru etc.	Mobile: Odnoklassniki (UGC), V Kontakte, Moi Mir (UGC), Mail Auto, Mail Lady, Mail Hi-Tech, Mail Games, TA W 25-55 and GEO (RF), F=4 per month	Pre-roll, pre-loader	Dynamic	6 weeks*	1000 impr.	5 025 000	
Total:								14 437 500	

При создании креатива:

- Выдача тех. требований системы
- Проверка и адаптация креативов, консультирование
- Программирование баннеров html, js, flash, VAST 2.0, 3.0, VPAID, DAAST
- Хостинг видео и частей креатива

На этапе проведения рекламной кампании

ADRIVER

При проведении рекламной кампании:

- Настройка кампании в системе
- Выдача кодов размещений
- Мониторинг хода кампании в real-time
- Промежуточные отчеты

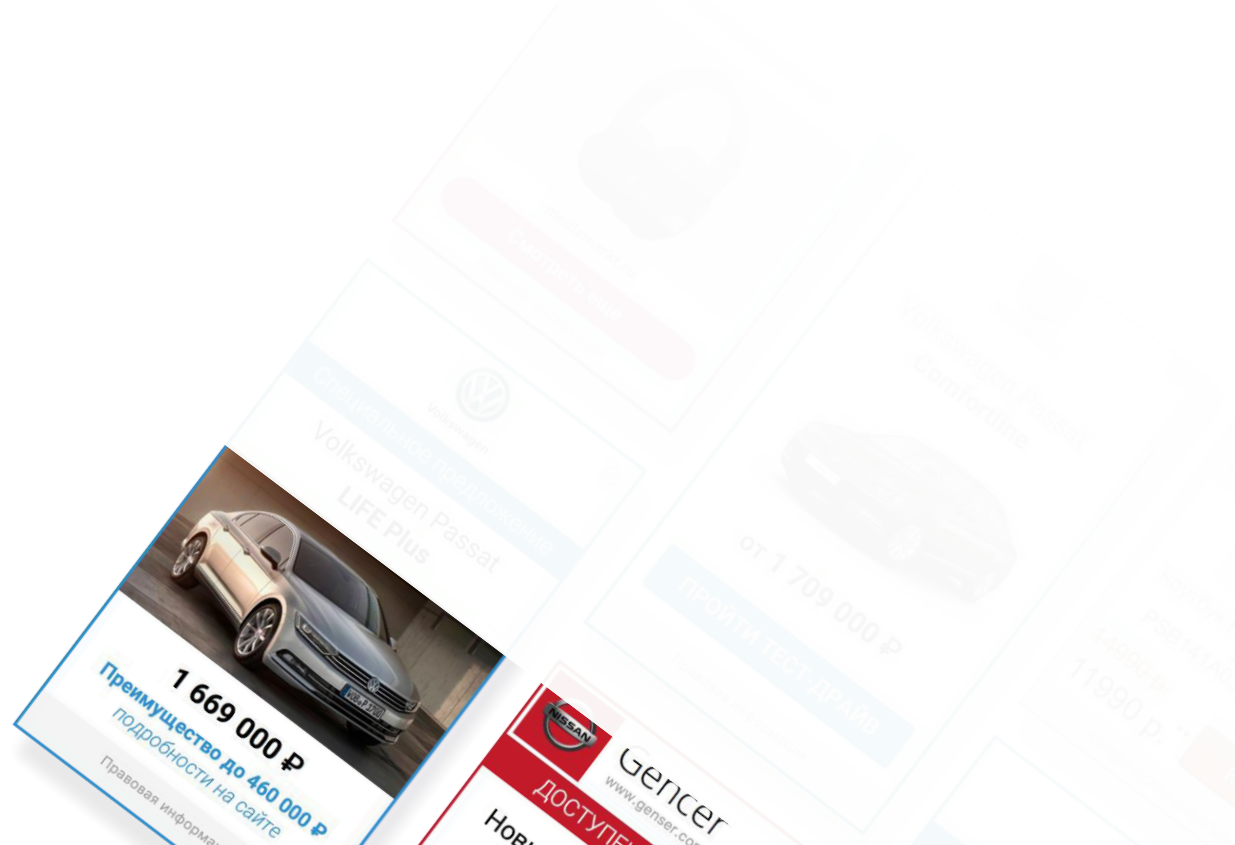
Для мониторинга сайта:

- Выдача кодов мониторинга
- Связи с другими системами (CRM, веб-аналитики, исследователями и др.)

Для посткампейна:

- Выдача кодов постклика
- Нарезка сайта на контрольные точки

Планирование → **Открытие** → Аналитика



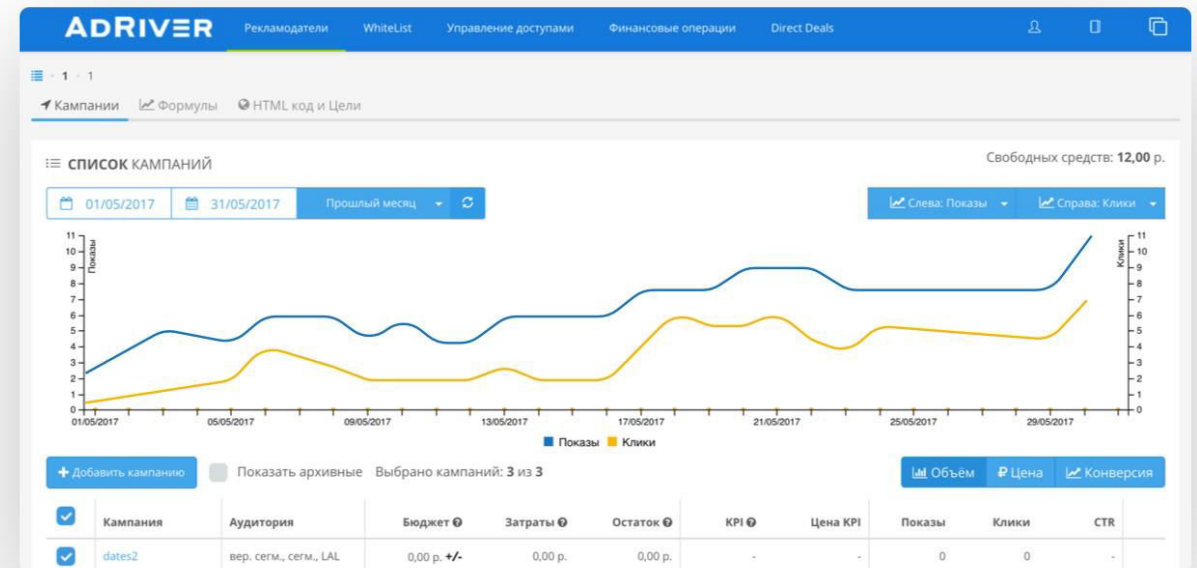
Аналитика рекламной кампании

При анализе РК:

- Выдача отчетов статистики
- Анализ отчетов с агентством, с клиентами (формирование гипотез, проверка, дополнительные отчеты)
- Хранение неагрегированных данных
- Работа с аудиторией сайта рекламодателя (сегментирование для ремаркетинга)

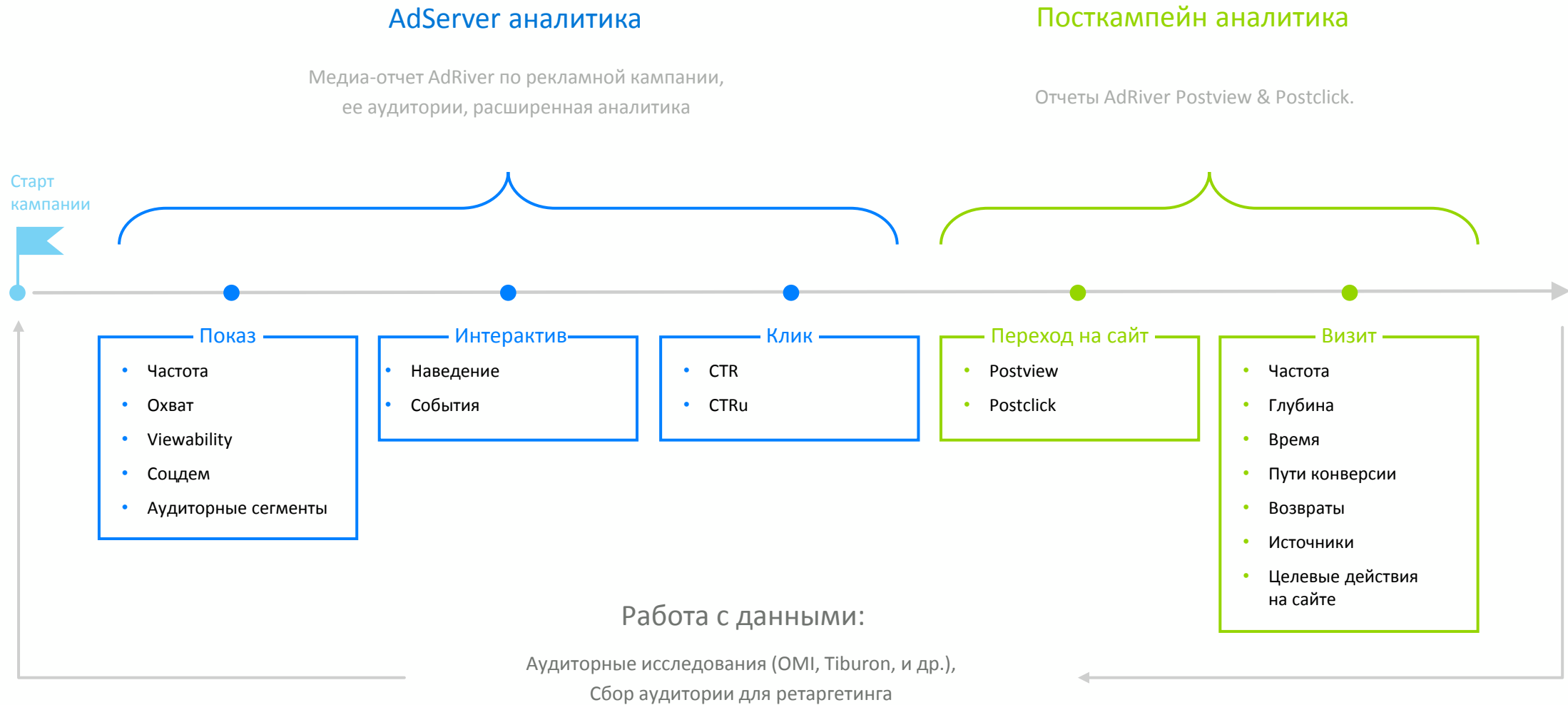
Для дашбордов, мониторинга, эконометрической аналитики:

- Выгрузки мета данных и статистики



Отслеживаем полный цикл рекламного сообщения

AD RIVER



Пиксель-аудит сайта клиента необходим для

ADRIVER

Анализа эффективности рекламных каналов в привязке к действиям на сайте рекламодателя

Постакампейн

- постклик и поствью
- сырная диаграмма
- эффект на вложенный рубль

Оценки потерей при переходе

Разнице между кликом и переходом на сайт рекламодателя

Внешнего мониторинга

Доступности сайта рекламодателя и оценки качества доступности

Анализа и увеличение отдачи от аудитории сайта рекламодателя

Аудиторного отчета и Ремаркетинга

- простой
- динамический

Связки с CRM-системой рекламодателя

Построение посетительско-потребительских срезов своей аудитории

Математического моделирования

Подбор похожей аудитории look-alike

Метрики и отчеты

Медиа: обычные баннеры, PR, спецпроекты, интерактивные баннеры, баннеры в мобильном вебе, приложения, программатик	VAST/VPAID: все форматы видео рекламы	Посткампейн: постклик и поствью для сайта рекламодателя трекерного сайта/приложения/спецпроекта
1. Показы 2. Клики 3. Охват 4. Уникальные клики 5. Частотное распределение (показы, события) 6. Эксклюзивная аудитория 7. Пересечение аудитории 8. Повторные показы 9. Средняя частота 10. CTR 11. CTRU (уникальный CTR) 12. События интерактива баннера/ видео события (Показы/Клики/Охват/Уникальные клики) 13. Viewability 14. Наведения на баннеры 14. Метаданные из медиапланов (бренд, название размещения, формат, тип открутки, объемы размещения и пр.) 15. Оценка качества трафика 16. Пол, возраст, интересы аудитория по показам и кликам 17. География по странам, городам	1. Показы/Клики 2. Выбран данный креатив 3. Начало /Окончание /Четверти просмотра 4. Звук: Вкл выкл 5. Пауза/Перемотка 6. Расхлоп/сворачивание рекламного блока 7. Подгрузка дополнительного блока 8. Закрытие рекламы 9. Полноэкранный режим/выход из полноэкранного режима 10. Пропуск рекламного блока 11. Просмотр определенной части ролика 12. IAB Viewability 13. Вкладка в фокусе 14. Реальные размеры плеера 15. Реальные урлы 16. Метрики для каждой секунды ролика и каждого домена размещения	1. Сайт Показы страниц и их групп 2. Сайт Уникальные показы страниц и их групп 3. Привлечено посетителей на сайт всего 4. Привлечено посетителей совершивших клик 5. Привлечено посетителей видевших рекламу и пришедших на сайт самостоятельно 6. Привлечено посетителей только по клику (контекст) 7. Коэффициент прохождения посетителей 8. Процент не дошедших посетителей 9. Взвешенный коэффициент интереса (iKI) 10. Средняя глубина просмотра сайта 11. Видели хотя бы две зоны сайта (в Google Analytics это показатель отказов) 12. Вернулись хотя бы один раз на сайт в разные дни 13. Среднее количество возвратов для вернувшихся 14. Пол, возраст, интересы аудитория посетителей

Наглядные отчеты по медийным кампаниям



Основные показатели: частотное распределение, доля эксклюзивной аудитории, данные по типам устройств и геоэонам

Размещение	Показы	Охват	Эксклюзивная аудитория	Клики	Уникальные клики	CTR	CTRU	Частота
0 Mail_ru_Главная_Главная_страница_ТГБ	2 297 151	850 412	313 477	1 218	1 147	0,05%	0,13%	2,70
1 Mail_ru_Главная_Главная_страница_ТГБ_Доступ_в_интернет	589 736	221 833	24 878	525	506	0,09%	0,23%	2,66
2 Rambler_ru_Главная_Главная_страница_блок_Рекомендации_второй_экр	1 127 989	271 107	149 523	513	469	0,05%	0,17%	4,16
3 Mail_ru_Почта_Внутренние_страницы_240x400	974 364	402 447	12 899	141	133	0,01%	0,03%	2,42
4 Mail_ru_Почта_Внутренние_страницы_240x400						0,03%	0,08%	2,99
5 Mail_ru_Почта_Внутренние_страницы_240x400						0,06%	0,19%	3,65
6 Facebook_Insta						0,00%	0,00%	0,00
7 Target_Mail_Ho						0,00%	0,00%	0,00
8 Target_Mail_Ho						0,00%	0,00%	0,00
9 Rambler_Mobil						4,40%	7,43%	2,09
10 OTM_Vce_стра						0,00%	0,00%	0,00
11 DCA_Vce_стран						0,00%	0,00%	0,00
12 m_RG_ru_Vce_						4,57%	7,35%	2,10
13 Yandex_RTB_Bc						0,05%	0,14%	3,25
14 Premium_Digita						0,06%	0,12%	2,75
15 RG_ru_Vce_стр								1,66
16 Avito_ru_Vce_c								5,20
17 Tass_ru_Vce_ст								1,75
18 Premium_Digita								3,35
19 Playground_ru_								4,86
20 Gmbox_ru_Hite								1,96
								4,22
Регион	Показы	Уникальные показы	Клики	Уникальные клики	Частота	Повторные показы		
Москва и Московская область	739 785	294 169	24 633	5 559	2,51	445 616	0,00%	0,00%
Санкт-Петербург и Ленинградская область	242 021	99 863	6 188	1 774	2,42	142 158	4,40%	7,43%
межрегиональные сети России	113 441	55 512	10 420	3 193	2,04	57 929	0,00%	0,00%
Краснодарский край (Краснодар)	74 581	37 770	3 689	1 221	1,97	36 811	0,00%	0,00%
Свердловская область (Екатеринбург)	71 199	31 661	2 464	720	2,25	39 538	4,57%	7,35%
Республика Башкортостан (Уфа)	49 594	25 699	1 305	454	1,93	23 895	0,05%	0,14%
Новосибирская область (Новосибирск)	43 743	18 831	1 472	406	2,32	24 912	0,06%	0,12%
Самарская область (Самара)								
Республика Татарстан (Казань)								
Нижегородская область (Нижний Новгород)								
Челябинская область (Челябинск)								
Ростовская область (Ростов-на-Дону)								
Красноярский край (Красноярск)								
Иркутская область (Иркутск)								
Севастополь и Республика Крым (Симферополь)								
Пермский край (Пермь)								
Приморский край (Владивосток)								
Неопределенный регион								
Воронежская область (Воронеж)								
Омская область (Омск)	19 860	9 414	727	198	2,11	10 446		
Саратовская область (Саратов)	19 600	9 918	761	239	1,98	9 682		
Тип устройства	Показы	Уникальные показы	Клики	Уникальные клики	Частота	Повторные показы		
Tv	6 335	2 885	10	9	2,20	3 450		
Tablets	1 491 087	395 030	9 561	7 449	3,77	1 096 057		
Mobile	3 634 479	1 419 386	108 947	83 287	2,56	2 215 093		
Desktop	22 207 403	4 670 272	14 018	10 982	4,76	17 537 131		
Unknown	12 162	3 540	303	207	3,44	8 622		
Всего	27 351 466	6 487 671	132 839	101 915	4,22	20 863 795		

Расширенные данные по аудитории

Аудитория по кликам

[< Вернуться к оглавлению](#)

Название сегмента	Возраст 12-24	Возраст 25-44	Возраст 45+	Три возраста	Женщины	Мужчины	Мужчины и женщины	Соцдем	Всего	Общий охват	Определяемая аудитория
Детские товары и услуги	63	404	62	507	521	17	534	547	553	24 422	2,26%
Родители	5	86	13	99	100	3	101	101	101	24 422	0,41%
Покупатели детских товаров	8	117	10	131	130	5	135	139	142	24 422	0,58%
Покупатели игрушек и игр	2	34	5	40	39	1	39	40	40	24 422	0,16%
Ищущие сказки	5	23									
влечённые воспитанием и развитием детей	13	136									
Подбирающие имя для новорожденного	18	128									
Будущие мамы	47	318									
Покупатели детского питания	1	35									
Домашние животные	31	163									
Любители домашних животных	4	16									
В поисках ветеринара	23	123									
Владельцы кошек	11	59									
и клубов и сообществ любителей животных	6	24									
Владельцы собак	13	95									
Покупатели товаров для животных	7	27									
Владельцы экзотических животных	0	0									
Животноводы	2	5									
Медицина	87	464	1								
и интересующиеся медицинскими услугами и лекарствами	9	67									
Посетители медицинских ресурсов	19	116									
Интересующиеся пластической хирургией	2	3									
Интересующиеся стоматологией	30	178									
Ищущие информацию о лекарствах	8	80									
Интересующиеся народной медициной	28	167									
Интересующиеся нетрадиционной медициной	17	148									
Интересующиеся диетами	45	221									
Недвижимость	24	126									
Интересующиеся рынком недвижимости	2	3									
Интересующиеся недвижимостью за рубежом	16	88									
Интересующиеся городской недвижимостью	13	54									
Интересующиеся загородной недвижимостью	5	22									
Интересующиеся коммерческой недвижимостью	1	4									
Образование	62	84									

Аудитория по показам

[< Вернуться к оглавлению](#)

Название сегмента	Возраст 12-24	Возраст 25-44	Возраст 45+	Три возраста	Женщины	Мужчины	Мужчины и женщины	Соцдем	Всего	Общий охват	Определяемая аудитория
Автомобили и транспорт	7 993	40 122	35 207	77 891	37 645	41 593	75 999	80 447	81 335	991 576	8,20%
Владельцы и фанаты Audi	407	4 199	4 070	8 034	1 960	6 364	7 999	8 196	8 218	991 576	0,83%
Владельцы и фанаты BMW	307	2 900	2 021	4 854	1 025	3 919	4 810	5 000	5 025	991 576	0,51%
Владельцы и фанаты Cadillac	0	1	5	5	1	3	4	5	5	991 576	0,00%
Владельцы и фанаты Chevrolet	435	4 142	3 565	7 542	2 072	5 797	7 523	7 691	7 704	991 576	0,78%
Владельцы и фанаты Citroen	0	4	2	6	2	4	6	6	6	991 576	0,00%
Владельцы и фанаты Ford	359	3 959	4 338	7 995	2 259	6 102	7 971	8 130	8 141	991 576	0,82%
Владельцы и фанаты Honda	31	165	86	259	91	166	248	267	272	991 576	0,03%
Владельцы и фанаты Hyundai	44	292	232	525	230	301	500	529	531	991 576	0,05%
Владельцы и фанаты Land Rover	389	2 644	4 287	6 795	2 575	4 530	6 795	6 909	6 918	991 576	0,70%
Владельцы и фанаты Mazda	8	15	12	33	15	20	34	36	37	991 576	0,00%
Владельцы и фанаты Mercedes-Benz	294	2 861	2 390	5 122	1 146	4 149	5 096	5 236	5 252	991 576	0,53%
Владельцы и фанаты Mitsubishi	169	1 249	1 186	2 440	959	1 570	2 406	2 485	2 494	991 576	0,25%
Владельцы и фанаты Nissan	353	3 750	3 936	7 458	1 987	5 740	7 403	7 579	7 599	991 576	0,77%
Владельцы и фанаты Opel	373	3 635	3 743	7 209	2 243	5 270	7 230	7 412	7 432	991 576	0,75%
Владельцы и фанаты Peugeot	5	19	9	29	12	20	31	33	33	991 576	0,00%
Владельцы и фанаты Porsche	7	61	39	97	20	75	92	98	98	991 576	0,01%
Владельцы и фанаты Renault	389	3 746	4 785	8 312	2 422	6 250	8 268	8 452	8 474	991 576	0,85%
Владельцы и фанаты Skoda	287	3 572	3 676	7 028	1 526	5 794	7 035	7 199	7 228	991 576	0,73%
Владельцы и фанаты Suzuki	5	76	59	130	45	97	133	136	137	991 576	0,01%
Владельцы и фанаты Toyota и Lexus	217	2 706	2 894	5 381	1 353	4 271	5 378	5 483	5 495	991 576	0,55%
Владельцы и фанаты Volkswagen	230	2 415	2 168	4 457	1 256	3 369	4 422	4 552	4 567	991 576	0,46%
Владельцы и фанаты Volvo	5	45	56	102	29	82	102	105	105	991 576	0,01%
Владельцы и фанаты VAZ	38	220	165	402	139	265	386	409	413	991 576	0,04%
Владельцы и фанаты ГАЗ	155	1 311	1 310	2 585	749	1 960	2 582	2 645	2 657	991 576	0,27%
Владельцы и покупатели отечественных автомобилей	734	4 817	6 192	10 849	3 142	8 266	10 800	10 973	10 990	991 576	1,11%
Автомобилисты	436	5 327	5 389	10 470	3 025	7 793	10 379	10 743	10 786	991 576	1,09%
Читатели автопресссы	532	5 249	2 686	7 986	1 802	6 229	7 780	8 355	8 514	991 576	0,86%
Участники автосообществ	982	4 374	6 001	10 454	4 073	6 909	10 407	10 584	10 594	991 576	1,07%
Изучающие ПДД	1 708	6 464	8 102	14 998	8 320	7 149	14 711	15 282	15 359	991 576	1,55%

Постанализ и оценка затрат

Сводный отчет по позициям рекламной кампании: post-click показатели

Позиция	Бюджет	UCLK	Посетителей	Коэфф. прохождения	CPV	Видели хотя бы 2 зоны		Средняя глубина
site1	40 000р.	145	109	0,75	366,97р.	22	20,18%	1,87
site2	50 000р.	89	57	0,64	877,19р.	25	43,86%	3,16
site3	30 000р.	347	294	0,85	102,04р.	85	28,91%	1,88
Всего	120 000р.	579	458	0,79	262,01р.	130	28,38%	1,78

Позиция	Rambler ru Main page Russia 100 x250 100	RBC F 3 week all pages of RBC Top RBC Daily RBC News RBC Spo	Lenta ru Package Reach 3000K 300x600	Lenta ru bonus Package Reach 3000K 300x600	Gazeta ru Package Reach 3000K 240x400	Gazeta ru bonus Package Reach 3000K 240x400	Rambler ru News All pages Russia 240x400	Gazeta ru auto Package Auto 240x400
Rambler ru Main page Russia 100 x250 100		13%	3%	1%	4%	2%	42%	
RBC F 3 week all pages of RBC Top RBC Daily RBC	5%		3%	1%	5%	2%	7%	1%
Lenta ru Package Reach 3000K 300x600	12%	26%		31%	9%	5%	14%	3%
Lenta ru bonus Package Reach 3000K 300x600	12%	28%	76%		10%	6%	14%	4%
Gazeta ru Package Reach 3000K 240x400	10%	30%	7%	3%		24%	17%	8%
Gazeta ru bonus Package Reach 3000K 240x400	10%	32%	9%	4%	55%		17%	15%
Rambler ru News All pages Russia 240x400	42%	17%	4%	2%	7%	3%		1%
Gazeta ru auto Package Auto 240x400	12%	35%	13%	6%	42%	32%	17%	

Анализ эффективности рекламной кампании:



Просто задайте контрольные точки и бюджет по каждому размещению

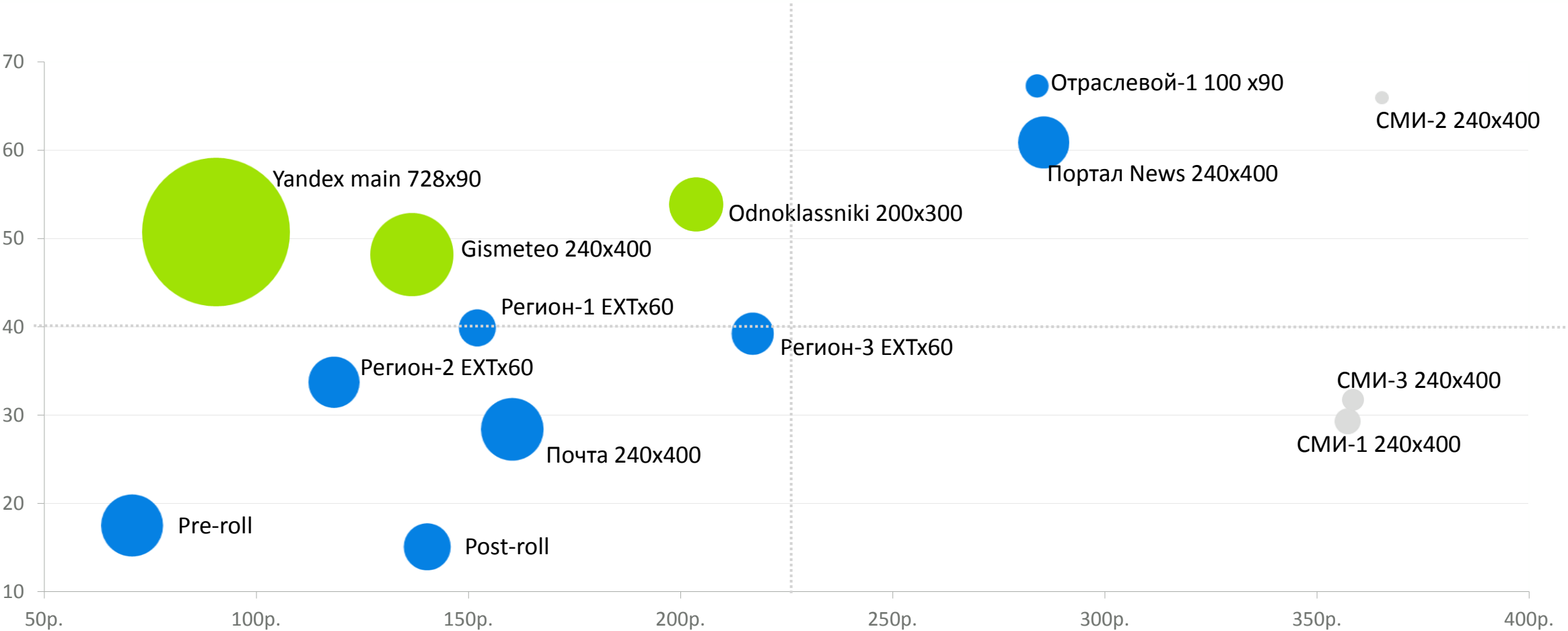
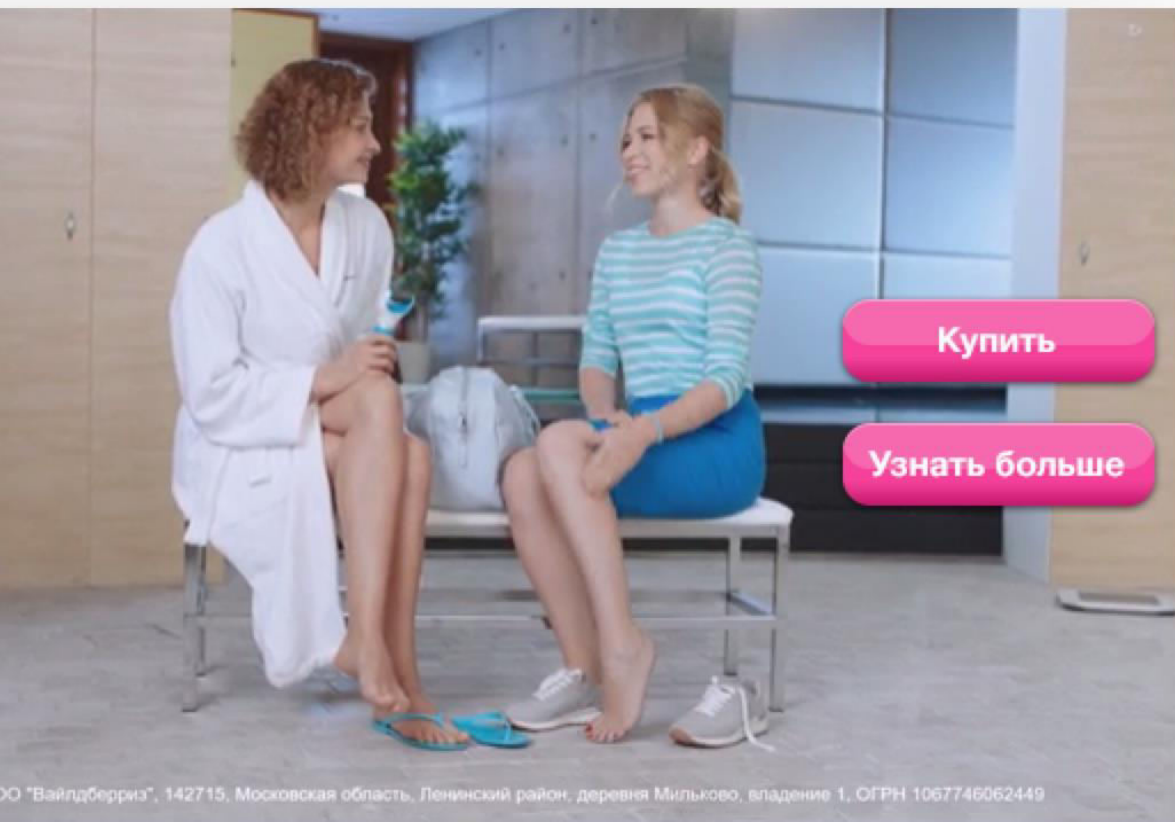


Диаграмма: коэффициент интереса iKI

Анализ видео-размещений

Основные возможности (при использовании формата VPAID):



Метрики для каждой секунды таймлайна ролика

- измерение viewability
- определение активности вкладки браузера
- определение уровня громкости плеера, mute, unmute
- показы, клики, ctr, наведения, отведения

Метрики для размещения без привязки к таймлайну

- размер плеера в целом по размещению и по доменам
- реальные урлы размещения + де-анонимизация размещений в эмбедах для части плееров
- IAB Viewability статистика по доменам размещения
- статистика по квартилям досмотра в зависимости от частоты

Пример отчета VPAID



IAB Viewability	Unviewable	Unviewable reason				Средняя громкость
		Вкладка не в фокусе	Площадь <50%	Время <2сек	Размер плеера <50px	
432 976	246 993	8 686	2 273	235 929	105	80%
304 946	196 295	8 213	1 951	186 540	97	80%

Время	Показы	Охват	Клики	CTR	Наведения	Отведения	Mute	Unmute	Средняя громкость	Средний процент видимости	Вкладка в фокусе
00:00	42 501	34 912	71	0,17%	859	510	32	14 732	99%	93%	96%
00:01	42 190	34 711	58	0,14%	350	260	7	0	95%	93%	96%
00:02	41 734	34 409	186	0,45%	404	193	14	1	95%	93%	96%
00:03	41 287	34 110	176	0,43%	260	142	21	0	94%	92%	96%
00:04	40 988	33 914	30	0,07%	109	100	13	0	95%	92%	96%
00:05	40 748	33 751	14	0,03%	99	90	17	0	95%	93%	96%
00:06	40 475	33 594	13	0,03%	80	83	8	0	95%	92%	96%
00:07	40 180	33 418	15	0,04%	74	53	9	2	95%	93%	96%
00:08	39 875	33 237	16	0,04%	64	52	5	1	95%	93%	96%
00:09	39 598	33 058	6	0,02%	69	52	4	0	95%	93%	96%
00:10	39 339	32 884	5	0,01%	55	50	6	0	95%	93%	96%

Дополнительные возможности

Скоринг



Отчет по качеству аудитории помогает выявлять накрутку и аномальную активность в размещениях

Период	01.05.2016 - 13.05.2016								
Оценка аудитории	Показы	Охват	Клики	Уникальные клики	Доля показов	Доля кликов	Частота	CTR	CTRu
Без кук	92 176		687		26%	72%		0,75%	
Аудитория без поведенческой информации	128 665	21 486	127	127	36%	13%	6,0	0,10%	0,59%
Недостаточно данных	64 848	26 831	85	75	18%	9%	2,4	0,13%	0,28%
Слабая поведенческая активность	31 265	12 853	21	18	9%	2%	2,4	0,07%	0,14%
Нормальная поведенческая активность	19 550	8 006	13	13	5%	1%	2,4	0,07%	0,16%
Отличная поведенческая активность	23 456	9 705	19	17	7%	2%	2,4	0,08%	0,18%
Всего	359 960	78 881	952	250			3,4		

Распределение трафика по устройствам	Показы	Охват	Клики	Уникальные клики	Частота	CTR	CTRu
Mobile	137 864	29 590	133	75	4,7	0,10%	0,25%
Desktop	222 096	49 291	819	175	4,5	0,37%	0,36%
Всего	359 960	78 881	952	250	4,6	0,26%	0,32%

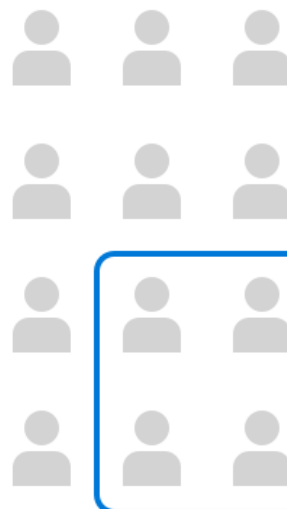
Интеграция с исследовательскими панелями

Данные о взаимодействии с рекламным сообщением в AdRiver можно интегрировать с популярными исследовательскими панелями (Tiburon, OMI, Online Interviewer). У них вы можете заказать любые опросы среди онлайн-панелистов из числа вашей аудитории.

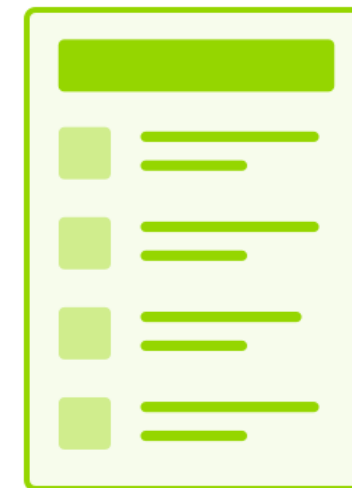
Исследовательская
панель



Аудитория РК



Ваш опрос



1. Данные о аудитории
отправляются
в исследовательскую панель



2. Панель определяет
пользователей, являющихся
панелистами



3. Панелисты участвуют
в исследовании

Медиадата. Как использовать?

ADRIVER

Аналитика

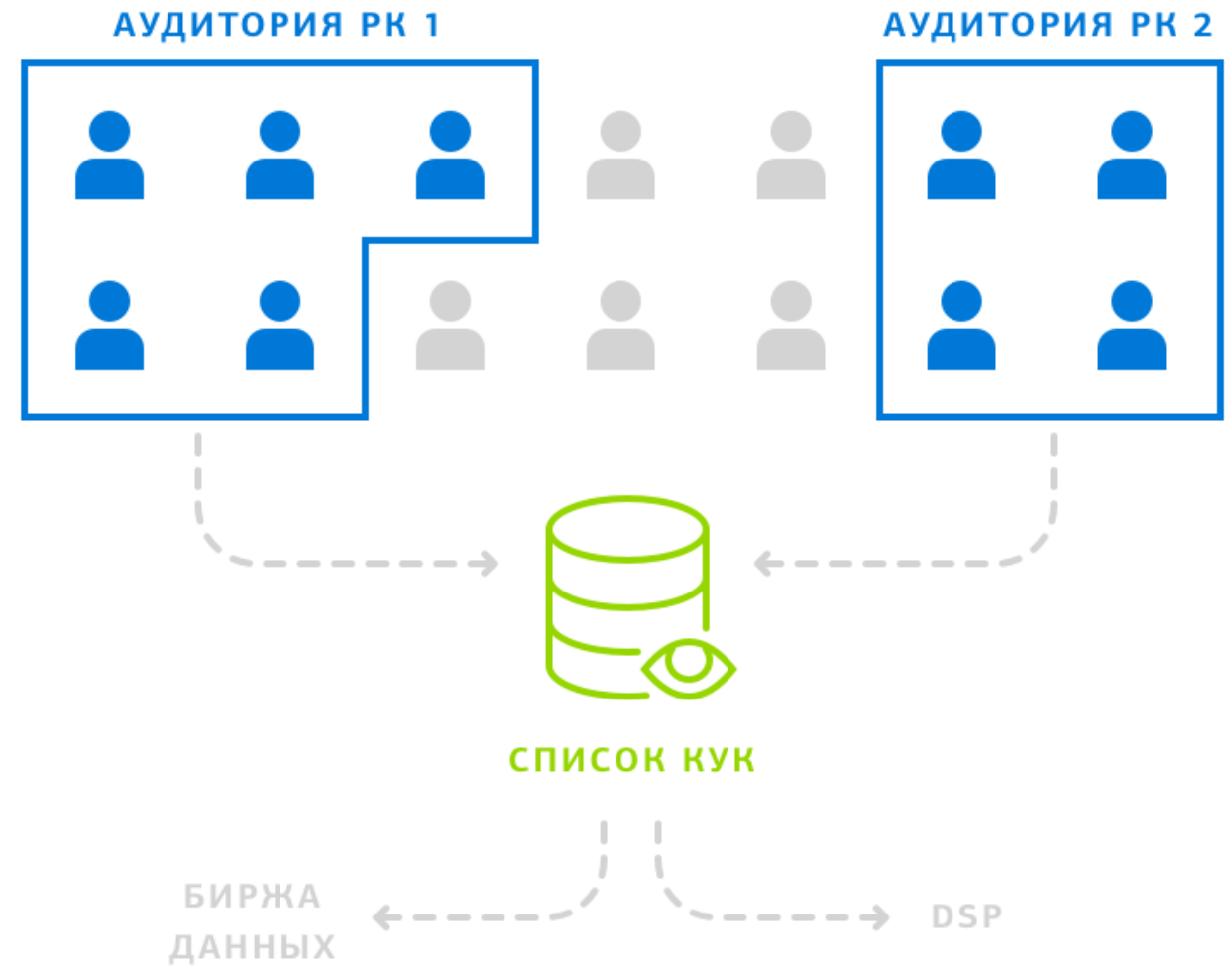
Загружайте медиаданные на биржу данных, комбинируйте с данными рекламодателя, обогащайте данными других поставщиков и получайте нужные сведения - например, о соцдем-характеристиках и affinity вашей аудитории.

Ретаргетинг

Запускайте ретаргетинговые кампании в AdRiver DSP или сторонней программатик-системе. Перед запуском вы можете дополнительно обогатить данные на бирже

Инкрементальный охват / добор частоты

Учитывайте данные о собранной аудитории в новых размещениях. Например, вы можете настроить в AdRiver DSP или сторонней программатик-системе рекламную кампанию таким образом, чтобы ее видели только те, кто не коммуницировал с рекламным сообщением ранее, или, наоборот, обеспечить заданную частоту контакта.



Клиентская поддержка

Для вас всегда в нашей системе:

- Личный менеджер
- Индивидуальные аккаунты (свой аккаунт под каждого клиента)
- Служба технической поддержки:
 - Консультируем
 - Корректируем баннеры, дописываем скрипты
 - Анализирует расхождения
 - Помогаем решать нестандартные задачи клиентов
 - Разрабатываем нестандартные отчеты с вашим брендированием
 - Делаем нестандартные выгрузки
 - Предоставляем серверную статистику
 - Проводим бесплатные обучающие семинары



Контакты



Отдел по работе с клиентами

Телефон: (495) 981-34-00
agency@adriver.ru

Техническая поддержка

Телефон: (812) 438-10-74
support@adriver.ru

Команда AdRiver всегда рада помочь в решении ваших задач!