

adventum.

Диджитал-маркетинг

# Точка зрения рынка /

Агентство года – Финтех



# Содержание /

1. Кратко о нас
2. Экспертиза в финтехе
3. Наш подход: аналитика как основа
4. Технологическое лидерство: dataCraft
5. Ключевые проекты и результаты
6. Признание и партнерства

adventum ●

# Adventum — маркетинговое агентство и консалтинг /

Объединяем маркетинг, аналитику и технологии, чтобы амбиции смелых превращались в выдающийся результат

**16 лет**

на рынке

**15**

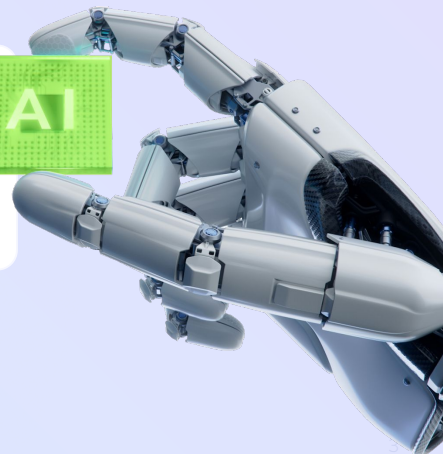
индустриальных  
вертикалей

**5 лет**

в среднем  
клиент с нами

**89%**

проектов  
с внедрением ИИ



# Диджитал 360

## МЕДИЙНАЯ РЕКЛАМА

увеличение узнаваемости бренда  
с помощью медийной рекламы:  
видео-реклама, программатик,  
баннерные форматы

## 360 АНАЛИТИКА

Маркетинговая и продуктовая аналитика,  
собственная AI-платформа dataCraft,  
предиктивная аналитика

## СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

разработка SMM-стратегии,  
продвижение с помощью блогеров

## ПРОДВИЖЕНИЕ В ИИ

Продвижение бизнеса  
в нейросетевых ответах  
с фокусом на performance

## ПЕРФОРМАНС

продвижение, нацеленное на  
получение продаж в каналах:  
контекстная, таргетированная  
реклама, CPA-сети

## КОНСАЛТИНГ

Комплексный маркетинговый  
консалтинг (стратегия + операционная  
эффективность)

## СТРАТЕГИЯ

разработка комплексной digital  
стратегии, коммуникационной  
и креативной стратегии

## МОБИЛЬНАЯ РЕКЛАМА

комплексное продвижение  
мобильных приложений  
с data-driven подходом

# Отвечаем за комплексный рост финтех компаний /



adventum●

**Обладаем  
обширным опытом  
и экспертизой  
в финтехе**



# Решаем сложные задачи для крупных компаний /

Ренессанс  
страхование

СБЕР

Райффайзен  
БАНК

отпбанк

ВТБ

РОСГОССТРАХ

открытие  
Банк

УБРИР

ТИНЬКОФФ

ЭТП  
ГЛВ

Ак Барс  
Банк

СБ

МКБ

За время сотрудничества Adventum зарекомендовал себя как надежный, клиентоориентированный партнер, нацеленный на эффективную работу и достижение поставленных KPI. Благодарим команду Adventum за клиентоориентированный подход, а также стремление к развитию и максимизации результатов. Готовы рекомендовать коллег в качестве агентства по ведению performance-каналов.

Майструк В. А. / менеджер по интернет-рекламе  
«Ренессанс Страхование»

В период сотрудничества агентство оказывало услуги по настройке и ведению контекстной, таргетированной и медийной рекламы, также услуги по веб-аналитике. Команда Adventum за все время сотрудничества реализовала поставленные задачи, помогала масштабироваться и развивать новые направления и продукты. Проектная команда за весь период сотрудничества быстро адаптируется к изменениям как в сфере, так и во внутреннем планировании и выходит за необходимые показатели. Благодарим Adventum за работу и готовы рекомендовать за слаженную работу, профессионализм и высокий уровень экспертизы в области маркетинга.

Строганова Ю. С. / директор департамента стратегии,  
инноваций и маркетинга ПАО «Ак Барс Банк»

# Показываем стабильно качественные результаты /



*ПАО КБ «УБРиР» благодарит коллектив агентства Адвентум Консалтинг за плодотворную работу по продвижению продуктов банка в инструментах медийной рекламы. Итогом работы в течение 2024 и 2025 года стало увеличение потока корпоративных клиентов и качества клиентопотока в интернет-канале. Выражаем уверенность в сохранении сложившихся дружеских и партнёрских отношений, надеемся на дальнейшее взаимовыгодное сотрудничество.*

**Аграницкая Л. Д. / Управляющий директор Центра продаж корпоративным клиентам Уральского банка реконструкции и развития УБРиР / УБРиР**

*С июля 2022 года Adventum является подрядчиком Сбербанка в области настройки аналитических инструментов для работы с большими данными. Команда агентства продемонстрировала глубокое понимание потребностей на проекте, что позволило повысить эффективность принятия бизнес-решений и оптимизировать ключевые процессы компании. Хотим отметить инновационный подход агентства к решению сложных задач, умение оптимизировать бизнес-процессы и находить точки роста на основе больших объемов данных. Рекомендуем агентство Adventum как ведущего и надежного эксперта в области.*

**Лукашин А.А. / Исполнительный директор – начальник управления рекламными каналами коммуникаций / Сбербанк**

Имеем экспертизу  
не только с российским,  
но и **зарубежным**  
**финтех-рынком** /



Bereke Bank

JUSAN BANK

Tenge Bank  
by Halyk Group

PashaPay

kaspi bank

ForteBank

centercredit

Payme

БАНК КОМПАЬОН®

# Регулярно получаем признание не только общей экспертизы....



.... **НО**  
**и признание**  
**экспертизы**  
**конкретно**  
**в финтехе /**



**Performance marketing**

Рейтинг агентств  
в сфере финансов,  
телекома, развлечений



**Performance marketing**

Рейтинг агентств  
в сфере фин. услуг  
и сервисов



**Performance marketing**

Рейтинг агентств  
в сфере фин. услуг  
и сервисов (качество)

# Подтверждаем и усиливаем экспертизу /

Yandex Cloud



Google Marketing Platform  
Sales Partner

Analytics  
Optimize

Tag Manager  
Data Studio



Petal Ads



AppMetrica

Hybrid



MAGNETTO  
.PRO

Метрика Про



getintent



Сертифицированное  
Агентство Яндекса



AMPLITUDE CERTIFIED

Reseller  
Partner



Сертифицированный  
ПАРТНЕР  
CoMagic



Сертифицированный  
партнёр

# Отвечаем на специфику финтех-маркетинга /

## Специфика

### Искусственный спрос и влияние макрофакторов

- Высокая ставка ЦБ → снижение спроса на кредиты.
- Высокая инфляция → рост интереса к инвестициям.
- Ставки и условия меняются часто, требуя постоянной адаптации кампаний.



## Как Adventum отвечает

**Гибкая стратегия:** оперативно перестраиваем каналы под актуальные продуктовые приоритеты (кредиты / вклады / инвестиции и т.д.).

## Репутационные и финансовые риски

- обязательные дисклеймеры
- строгая актуальность ставок
- репутационные и финансовые риски



**Строгие внутренние регламенты** согласования креативов и текстов с обязательным включением дисклеймеров.

**Мультиагентная ИИ-проверка** перед запуском: контроль ставок, условий, юридической корректности.

**Выстраиваем процесс** регулярной валидации рекламных материалов, чтобы не допускать долгой остановки РК.

## Сложность конкурирования

- одинаковые продуктовые линейки
- сильные лидеры рынка
- ограниченные возможности дифференциации



**Глубокая сегментация аудитории** и работа с уникальными УТП

Используем собственные исследования финтеха, чтобы находить инсайты

**Тестируем нестандартные каналы** для обхода высокой конкуренции в классических каналах.

**Работаем с full-funnel стратегией**

## Ограниченность данных для маркетинга

- нельзя передавать персональные данные
- отсутствует полный путь пользователя ограниченный ретаргетинг



**Выстроили модель работы на основе микроконверсий** для оптимизации.

Используем **мультиканальную атрибуцию** на агрегированных данных — без доступа к персональным данным, но с высокой точностью оценки вклада каналов. **Развиваем look-alike** модели на основе поведенческих данных, чтобы обходить ограничения по ретаргетингу.

**dataCraft** работает в закрытом контуре (on-premise), что позволяет подключать аналитику без передачи данных за пределы банка.

# Развиваем экспертизу индустрии /

adventum ●

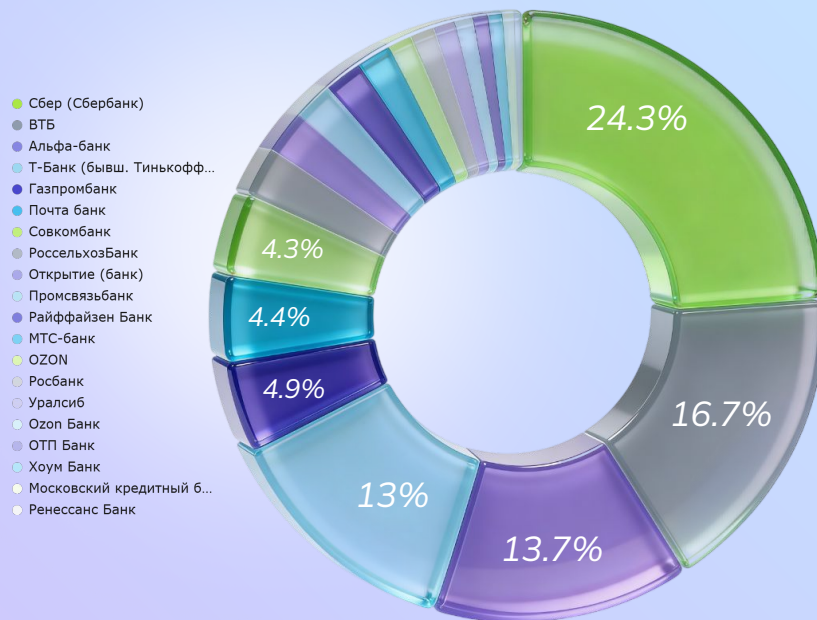
# Проводим собственные исследования как в маркетинге финтеха ....

Как банки влияют на наш выбор: исследование digital-рекламы

- Провели исследование поведения пользователей финтех-продуктов
- Проанализировали эффективность каналов привлечения
- Сформировали рекомендации для рынка
- Используем выводы в клиентских стратегиях

→ Исследование adventum

## ТОП-15 банков входят в перечень спонтанно упомянутых компаний



**Озон банк, как "молодой" игрок достаточно быстро вошел в ТОП-15 брендов,**  
которые спонтанно упомянула исследуемая аудитория

# .... так и комплексные стратегические исследования в финтехе /

## “Невидимый банкинг”

### Что исследовали:

Трансформацию восприятия банковских услуг — переход к «невидимой» технологической функции, встроенной в повседневную жизнь.

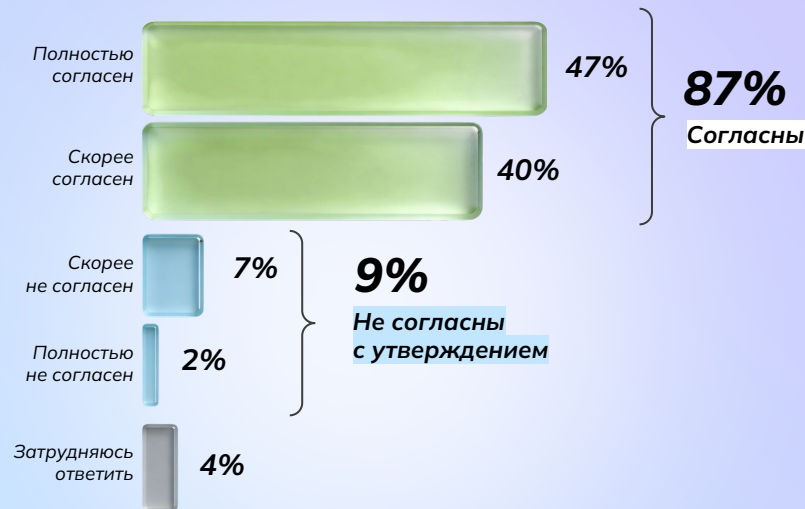
### Методология:

Репрезентативный онлайн-опрос населения России (18+), декабрь 2025 г. Сопоставление результатов с действиями банков

### Ключевой инсайт:

Банк перестает быть самостоятельным: клиенты воспринимают его как приложение и карту. Лояльность держится на интерфейсе и бонусах, а не на репутации. Экзистенциальный риск существования банков.

## Приоритетность в определении банка



# Делимся экспертизой /



# Выступаем с финтех кейсами /

## Global Tech Forum'2025

Команда Adventum совместно с Avito представила подход к трансформации маркетинговой аналитики в условиях роста стоимости трафика.

В центре выступления — предиктивная аналитика, использование ИИ для прогнозирования ключевых метрик и кейс **Kaspi.kz**.

Эксперты показали, как переход к data-driven модели помогает увеличивать продажи и эффективнее управлять маркетинговыми инвестициями.

## VK Digital Day'2025

Команда Adventum представила подход к продвижению мобильных приложений в финтехе с фокусом на глубинную оценку эффективности.

В выступлении был показан совместный кейс с **ОТП Банком и RuStore**, демонстрирующий использование data-driven аналитики для роста бизнес-метрик.

Основной акцент — переход от оптимизации трафика к анализу поведения пользователей, удержания и LTV.

## Матемаркетинг'2025

Команда Adventum выступила с докладами о применении AI и аналитики в финтехе.

Были представлены подходы к интеграции LLM-моделей с DWH и развитию аналитической инфраструктуры.

Совместно с **Росгосстрах** рассмотрен кейс перестройки продуктовой аналитики после ухода зарубежных решений и перехода на локальную data-инфраструктуру.

adventum●

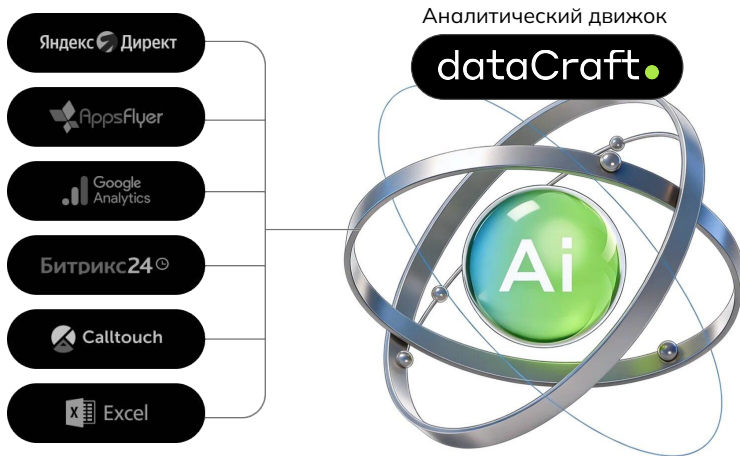
# Мы создали ИИ-технологии для маркетинга

с учетом специфики финтеха

# dataCraft

## ИИ-платформа для маркетинговой и продуктовой аналитики /

Не обычная сквозная аналитика → **а полноценная data-инфраструктура + AI**



- Собирает данные из 600+ количества источников (CRM, транзакции, рекламные системы, веб/апп, офлайн)
- Автоматически сводит и нормализует данные
- Считает мультиканальную атрибуцию (CPA, ROI, LTV)
- Анализирует полную воронку клиента — от клика до транзакции
- Автоматизирует отчетность и дашборды без разработки
- Работает в закрытых контурах (on-premise)

**ИИ-модуль dataCraft** строит отчеты и находит инсайты по запросу на естественном языке без SQL и BI, а система самопроверки гарантирует точность данных — это ускоряет решения, снижает потери и напрямую влияет на прибыль.

# ИИ платформа dataCraft отвечает особенностям финтех индустрии /

## 1 Работа с чувствительными данными, безопасность

- Соответствие требованиям ИБ (PSEE, внутренние политики)
- Возможность внедрения без доступа к данным извне
- Российское ПО, пройденная проверка от Минцифры

## 2 Глубина аналитики для анализа долгосрочного поведения

- Полная карта пути клиента учитывает необходимость долгосрочной аналитики в финтехе (важность кросс-продаж, метрик удержания, общего LTV)
- Модуль прогнозирования метрик для контроля долгосрочной окупаемости и бюджетов

## 3 Высокая точность финансовых метрик

- Учет миллионов клиентов и транзакций
- Снижение потерь данных (критично для банков)

## 4 Масштабируемость

- Обработка миллиардов событий (подходит для банков, страховых, финтех-продуктов)





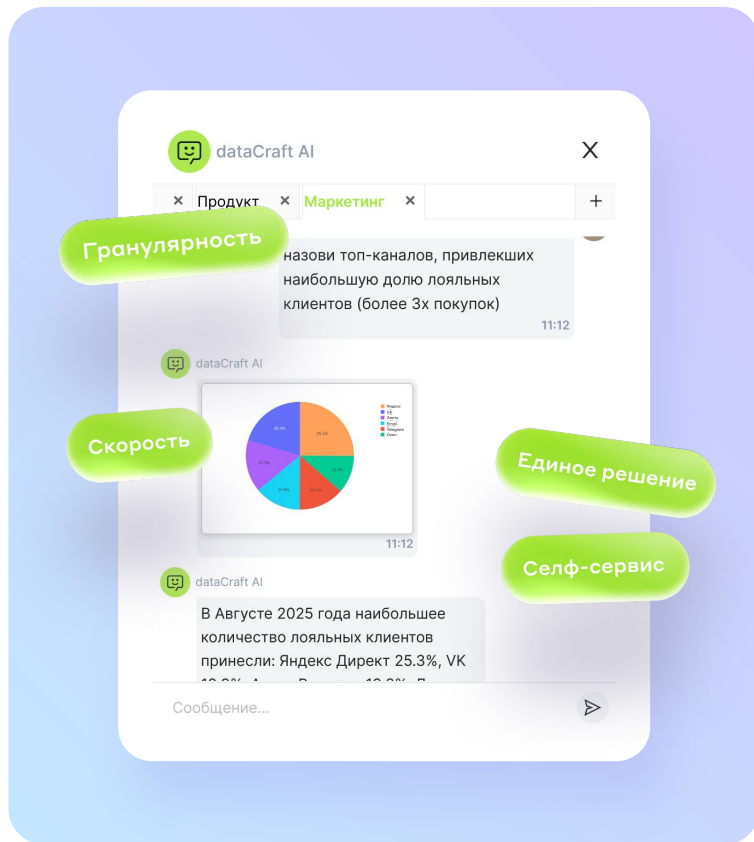
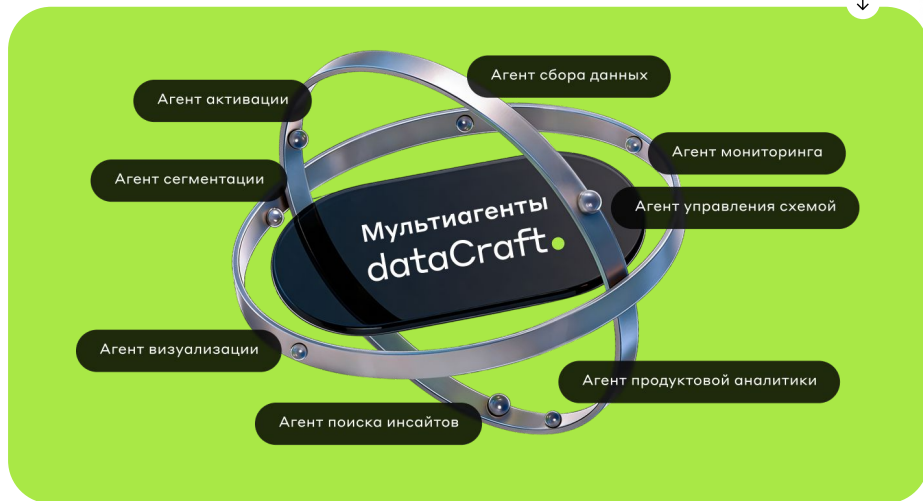
→ **SJM для финтеха становится инструментом глубокой аналитики роста:** в индустрии особенно важна долгосрочная юнит-экономика и метрики кросс-селла в смежные финансовые продукты из-за дорогой стоимости привлечения и долгой окупаемости

→ **Два режима анализа — от начальной точки и к ключевой конверсии — помогают понять как входящий поток, так и факторы, влияющие на результат.**

Сегментация пользователей прямо на графиках выявляет причины оттока и формирует гипотезы для улучшения сервисов внутри финтех приложений и сайтов.

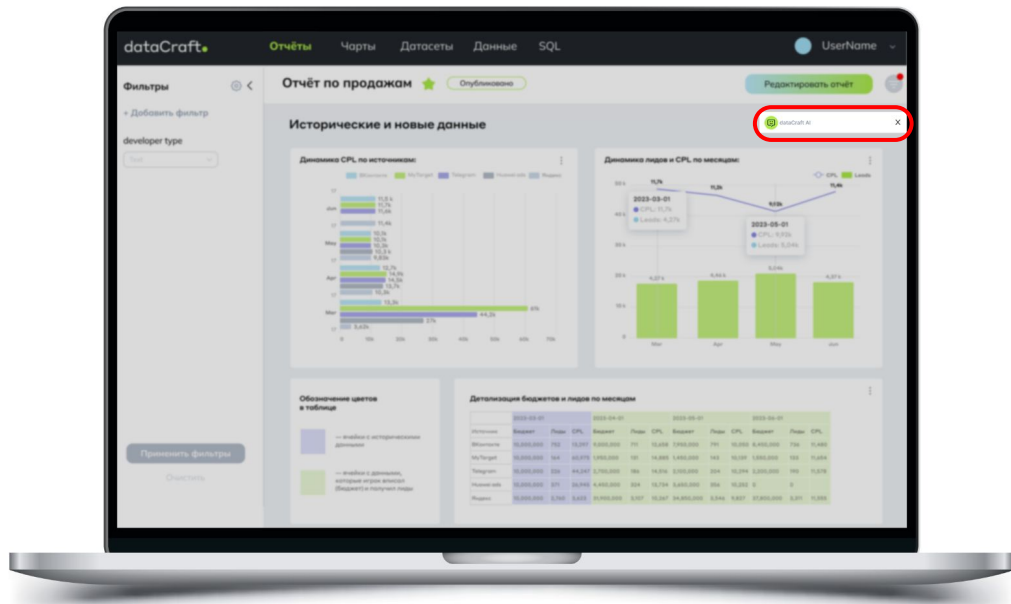
# Разработали мультиагентный ИИ модуль dataCraft/

→ Система позволяет получать ответы на бизнес-вопросы в формате диалога и автоматически формирует рекомендации на основе данных.



# Автообнаружение проблемы /

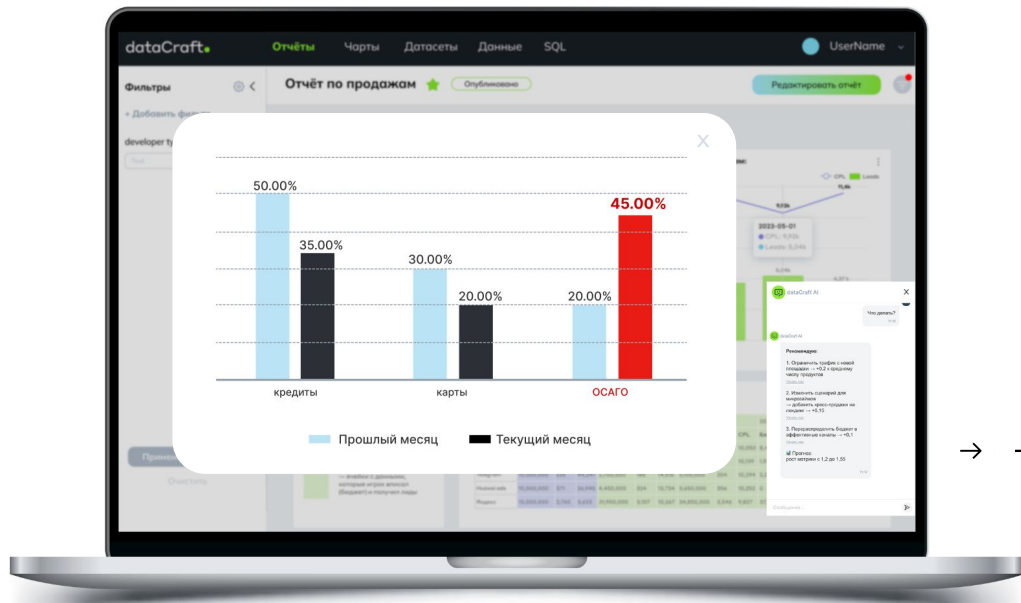
Система сама находит падение ключевой метрики



The chat interface shows the following notifications:

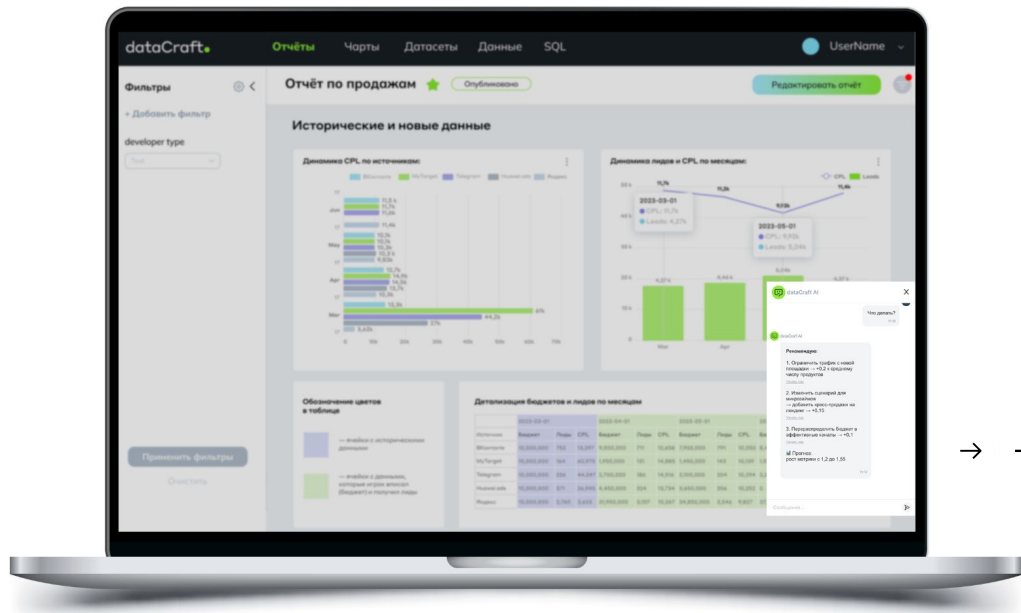
- dataCraft AI** 11:09: **Обнаружено отклонение**  
Среднее количество продуктов на клиента снизилось  
Было: 1,6  
Стало: 1,2  
Изменение: -25%  
Период: последние 6 мес
- dataCraft AI** 11:09:   
16 12 -25%
- dataCraft AI** 11:10: **Основной вклад:**  
Рост доли пользователей из сегмента OSAFO  
[Разобрать причину](#)

# Сегментация /



The chat interface shows a conversation with dataCraft AI. The user asks: "Почему снизилось количество продуктов на клиента?" (Why did the number of products for the client decrease?). The AI responds: "Нашел ключевую причину: Изменился состав аудитории: доля ОСАГО выросла с 20% до 45%". The AI also includes a small bar chart showing the data from the dashboard. The user then asks: "Качество аудитории ниже: — пользователи оформляют только 1 продукт — не доходят до кросс-продаж" (Quality of the audience is lower: — users only purchase 1 product — do not reach cross-sales). The AI provides links: "Показать поведение по сегментам" and "Найти причину".

# Рекомендации /



The chat interface shows a conversation with dataCraft AI:

- User:** Что делать? (11:16)
- AI Response:**
  - Рекомендую:**
    - Ограничить трафик с новой площадки → +0,2 к среднему числу продуктов  
[Узнать как](#)
    - Изменить сценарий для микрораймов → добавить кросс-продажи на лендинг → +0,15  
[Узнать как](#)
    - Перераспределить бюджет в эффективные каналы → +0,1  
[Узнать как](#)
  - Прогноз:** рост метрики с 1,2 до 1,55

# Ведем аналитические проекты в финтехе до конечного бизнес-результата /

## Примеры проектов

### Ренессанс Страхование

*Ведущая страховая группа России*

**Задача:** высокая стоимость лида, длинный цикл сделки, сложный для объяснения продукт.

**Решения:** внедрили аналитику воронки на базе dataCraft, проанализировали поведение пользователей при просмотре контента, оптимизировали каналы и точки входа в воронку.

**Результаты:** снижение CPL в 2 раза, рост конверсий  $\times 4$ , повышение эффективности контентных каналов.

### Qatar Insurance Company

*Один из лидеров страхового рынка Ближнего Востока*

**Вызов:** разрозненные источники данных, ручная отчетность в Google Таблицах, ошибки ввода и задержки в аналитике → замедление принятия решений и риски неэффективного маркетинга.

**Решения:** внедрили методологию dataCraft и in-house BI-систему, автоматизировали сбор и обработку данных, объединили все источники в единую платформу, настроили дашборды в реальном времени.

**Результаты:** +20% скорость принятия решений, экономия до 50 часов в неделю, +16% рост прибыли, переход к data-driven управлению маркетингом.

### Kaspi.kz

*Крупнейшее суперприложение в Казахстане*

**Задача:** падение конверсии новой карты, рост ошибок в оформлении, слабое понимание пользователей.

**Решения:** внедрили аналитику (Amplitude), выявили барьеры, улучшили UX и сценарии, провели A/B-тесты.

**Результаты:** рост конверсии, снижение оттока до -60%, подтверждение гипотез, переход к data-driven развитию продукта и маркетинга.

adventum ●

# Примеры наших кейсов



Кейсы

# Системное партнерство с доказанной эффективностью/

- [Кейс ОТП Банка и Adventum: запуск рекламы в Telegram через Яндекс Директ](#)
- [ИИ в маркетинге: кейс ОТП Банка и Adventum](#)
- [Как привлекали клиентов для дебетовой «ОТП Карты» через RuStore: кейс ОТП Банка и Adventum](#)
- [Кейс «ОТП Банка» и Adventum: как увеличить поисковый интерес и количество заявок](#)



**4** опубликованных кейса, зафиксировавших **кратный рост ключевых метрик:**

**+20% лидов**  
**-25% CPA**

при внедрении ИИ в генерацию текстов и креативов



**Расширение охвата**

через запуск рекламы в Telegram через РСЯ

**-79% стоимости выданной карты**

при тестировании RuStore vs Яндекс Директ

# Системное партнерство с доказанной эффективностью /

## Комплексная оптимизация

КАСКО, ОСАГО, Ипотека

**Задача:** протестировать новый формат и привести дополнительные лиды по продукту КАСКО

### Решение:

Укрупнили структуру РК  
Расширили семантику  
Персонализировали ретаргетинг  
Запустили новые форматы

### Итог:

- **x2,5** рост лидов
- **-54%** CPL

## Ручной ФИД

КАСКО

**Задача:** протестировать новый формат и привести дополнительные лиды по продукту КАСКО

### Решение:

Заполнение ручного ФИДа в формате CSV-файла  
Изображения взяли из общей базы согласованных креативов, в текстах акцентировали внимание на основных УТП продукта  
Использовали стратегию «Максимум конверсий» с оплатой за клики.

### Итог:

- привели лиды по CPL ниже плана на **-45%**

## Telegram через Я. Директ

КАСКО

**Задача:** протестировать рекламу в ТГ-каналах через Я. Директ по продукту КАСКО

### Решение:

Отбрали подходящие тематики ТГ-каналов  
Запустили по 2 варианта объявления с картинкой: с контентным наполнением и с акцентом только на УТП

### Итог:

- **+166** дополнительных лидов
- в **1,5** раза CPL ниже классических РСЯ и на **25%** ниже плана

## Промо Страницы

В2В ДМС

**Задача:** протестировать статьи как воронку для лидов — привлечь клиентов и увеличить количество оформленных корпоративных ДМС при стоимости, сопоставимой с Я.Директом.

### Решение:

Продвигали статьи через ПромоСтраницы  
Настроили таргетинг на В2В-аудиторию  
Тестировали обложки и заголовки

### Итог:

- **Стоимость лида в 2 р. ниже Директа**
- **СРС на поиске в 4 р. ниже**



Kaspi.kz

## Снижение оттока /

**Задача:** снизить отток пользователей

**Решение:**

- **Построили Retention** → увидели, что 27% закрывших карту возвращаются
- **Обзвон показал:** многие хотят уменьшить лимит В Amplitude подтвердили: «хочу открыть на меньший лимит» — почти половина
- **Сформулировали гипотезу:** дать возможность уменьшить лимит при закрытии

**Итог:** снизили отток на **60%** в сегменте

## Рост конверсии /

**Задача:** выявить проблемы после запуска нового продукта

**Решение:**

- **Обнаружили рост ошибок** после релиза «детской» карты
- **Разделили ошибки по причинам** → ошибка «Отказ по возрасту» выросла
- **Поняли:** дети 10–15 лет пытаются оформить «взрослую» карту (с 16 лет)
- **Гипотеза:** помочь детям рассказать родителям → увеличить конверсию

**Итог:** *срост конверсии в открытие продукта на* **10 – 15%**

Кейс

# Кейс

Системно значимый банк России **NDA**

май 24 - май 25

## Задача:

Протестировать таргетированную рекламу в **ВКонтакте** как источник качественного трафика для продвижения **банковского вклада** и повысить эффективность при ограниченном бюджете и KPI по микроконверсиям.

## Решение:

1. Перенесли оптимизацию кампаний на **микроконверсии** (калькулятор, взаимодействия, действия на сайте).
2. Протестировали новые форматы объявлений и выбрали наиболее эффективные.
3. Запустили **look-alike аудитории** на основе лояльных пользователей.
4. Использовали ретаргетинг для догрева аудитории и повышения качества трафика.

→ [Кейс](#)

**CPA снизился  
до 3-х раз**

по сравнению  
с предыдущими кампаниями

**Конверсии выросли  
в 5–6 раз**

**Отказы снизились  
на 20%**

**Глубина просмотра +50%**

**Время на сайте выросло  
в 1,5–2 раза**