

Агентство года

Финтех

realweb
agency

Realweb – digital-агентство полного цикла

Realweb первый не по громкости, а по результатам. За каждым проектом — команда и подход, в котором креатив, технологии и стратегия работают как единое целое.

Мы делаем бренды запоминающимися и конвертируем решения в результат

27 лет
на рынке

200+
клиентов

2 офиса
в Москве
и Санкт-Петербурге

600+
сотрудников

32 награды
за 2025 год

70+
публикаций
за 2025 год

В составе группы RW+ создаём решения для достижения ключевых целей в digital

RWTECH

Разработка цифровых продуктов

realweb
agency

Digital-агентство полного цикла

centra

Маркетплейс рекламных сервисов и услуг

DataGo!

Платформа для объективной оценки эффективности digital-маркетинга

epic growth

Конференции, сообщества и образовательная подписка про рост продуктов и маркетинг



Нам доверяют крупные финтех-компании

Альфа Банк

Альфа Лизинг

 НСПК

 ВТБ

 ГАЗПРОМБАНК

и другие

Наша экспертиза подтверждена рейтингами и премиями

Adindex

Digital Index 2025

1 место

— Медиаподдержка и PR. Таргетированная реклама в соцсетях

— Talent Power Index. «Креатив и стратегия»

2 место

— «Полный цикл Digital-услуг». Знание

3 место

— «Медиазакупки». Знание

Рейтинг digital-агентств в сегменте «Финансовые услуги и сервисы» 2025

1 место

— «Креатив, спецпроекты, продакшен» (Интегральный рейтинг, Рейтинг сотрудничества)

— «Медиакомпании: PR, SMM, influence, медийная реклама (в т.ч. Telegram Ads)» (Рейтинг знания)

2 место

— «Performance-кампании» (контекст, SEO, CPI, CPA, таргетинг, Retail Media) (Рейтинг знания)

— «Медиакомпании» (Рейтинг качества)

XVII российский рейтинг агентств по объему медиазакупок в 2024 году

4 место

— «Интернет. Агентства»



Рейтинги 2025

1 место

— Кубковый рейтинг перформанс-агентств

— «Контекстная реклама»

— «Оmnikanальный маркетинг»

— «DOOH»



Комплексно планируем и управляем digital-кампаниями

Strategy & Research

Brandformance, performance, коммуникационные, креативные стратегии и их реализация

Go-to-market и выход на новые рынки



Production

Creative: от идеи до нестандартной реализации

Digital marketing 360: performance, media, mobile, retail, influence & SMM, DOOH

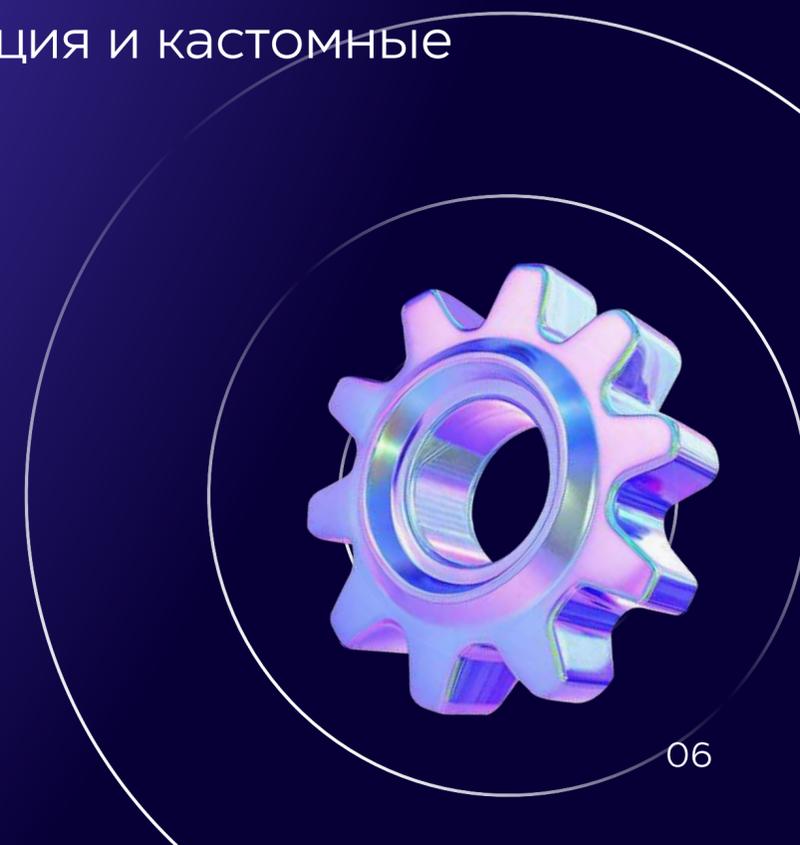
Analytics & Technologies

Сквозная аналитика и BI

Эконометрика, PVC-анализ, casual impact

Атрибуция и ROPO

Автоматизация и кастомные дашборды



Создаём стратегии, которые определяют будущее кампании

01

Находим барьеры, которые не дают достичь поставленных целей, и создаём стратегию их преодоления

02

Прогнозируем эффективность рекламной стратегии и динамику ключевых KPI бизнеса



03

Формируем медиасплит в разрезе продуктов, аудиторий и сезонности

04

Просчитываем варианты для масштабирования и оптимизации РК



05

Готовим тактику размещения под каждый рекламный канал

06

Устанавливаем способы замера эффективности рекламной кампании

За проектами стоит команда с подтверждённой экспертизой

Мы регулярно проходим сертификации у ведущих digital-платформ и получаем доступ к новым форматам и инструментам раньше других

>180

сертифицированных специалистов

3 года

средний стаж сотрудника

2 аттестации

каждый год

10

отраслевых вертикалей:
от финансов до фармацевтики

ozon
реклама

Calltouch

K*50

VK Реклама

Avito

Hybrid

Яндекс Реклама

programmatic
academy

CoMagic

Alytics

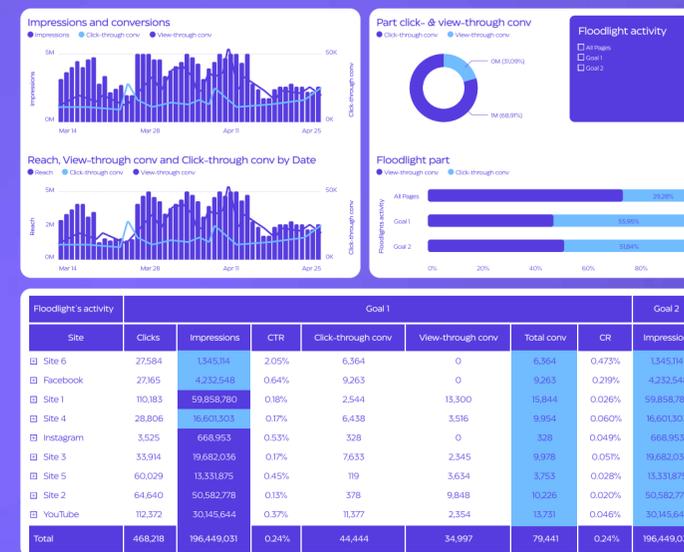


Клиентам не приходится следить за процессами — мы создали свои инструменты для автоматизации работы с данными



Технологическая платформа для автоматизации бизнес-процессов клиента

Позволяет выстраивать автоматизированную инфраструктуру в работе с медиапланами, расчётами и счетами



Платформа для управления рекламой и построения сквозной аналитики

Автоматически собирает данные со всех рекламных площадок в единое хранилище и строит систему сквозной аналитики в несколько кликов

Наши собственные технологические решения особенно востребованы в финтехе

RW AntiFraud

Комплексное решение для выявления и предотвращения фрода в performance-кампаниях

RFM-маркетинг

Сегментируем клиентскую базу с учетом частоты, давности и ценности транзакций

DOOH-агент

ИИ-агент, который самостоятельно читает бриф и формулирует медиаплан в формате таблицы и презентации

Умный ремаркетинг

Применяем ML-модели для выявления поведенческих триггеров в конверсионной базе и построения сегментов с высокой вероятностью одобрения

Нейрозумер

AI-модель синтетического респондента, снижает затраты на первичное исследование перед масштабированием кампаний

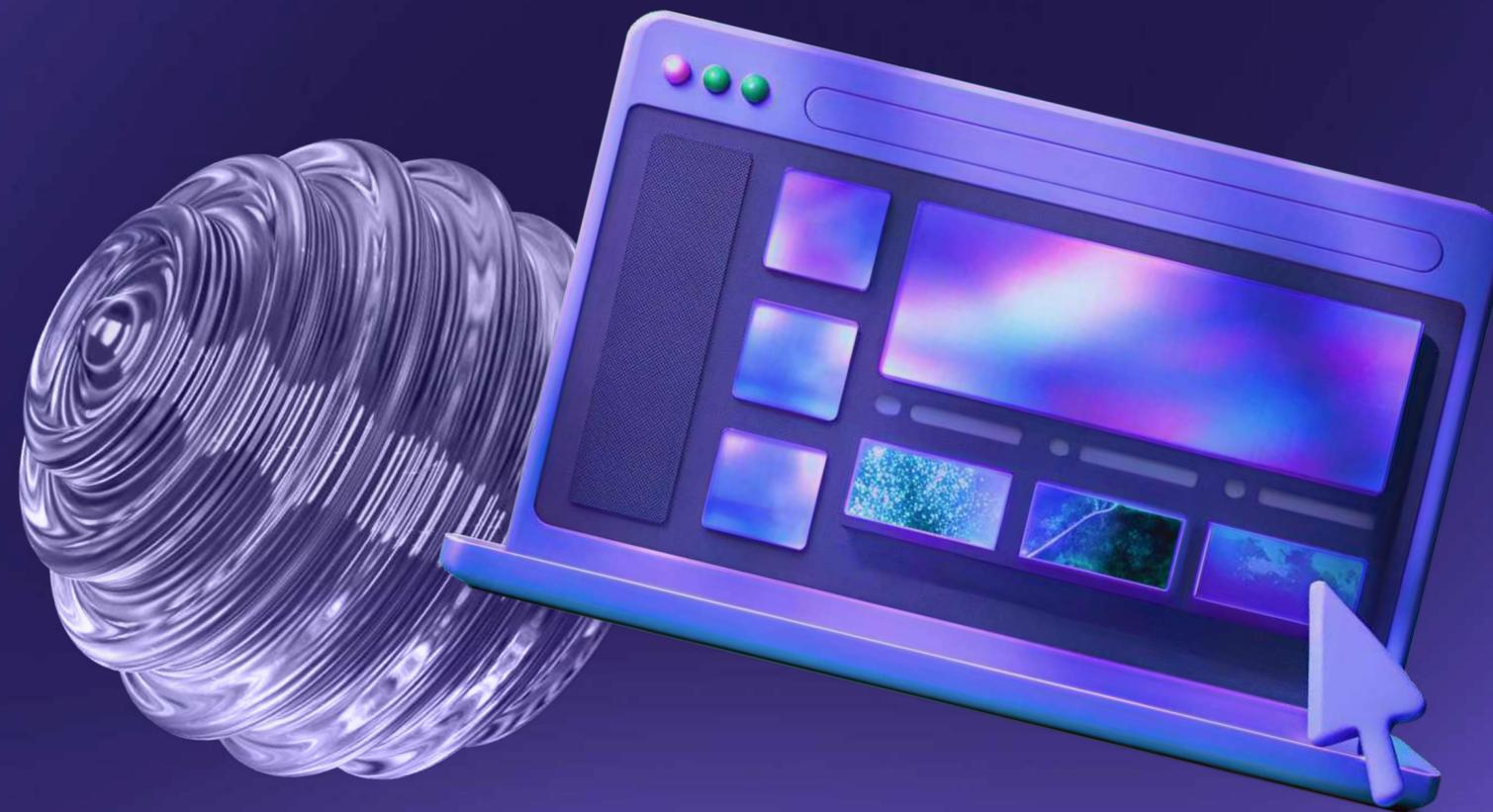
Разработки группы компаний RW+:

TrendFlow — AI-сервис раннего обнаружения трендов, который за 24-72 часа выявляет зарождающиеся культурные моменты и генерирует креативные концепции для их монетизации

AIV — Сервис мониторинга AI-видимости брендов в LLM-системах, позволяющий адаптировать стратегию присутствия брендов в ChatGPT, Claude, Gemini, Яндекс Алиса, Google SGE и др.



**Наши кампании обеспечивают
решение бизнес-задач**



Кейс Альфа-Банка: масштабировали кредитный продукт с длинным циклом сделки, снизив CPA

Задача

Масштабирование рекламной кампании. Нужно было увеличить объем выданных кредитов под залог в 5 раз; при этом удержать CPA, не позволив ему вырасти больше, чем в 2 раза.

Решение

Нам нужно было расширить небрендовую кампанию, чтобы получить больше данных для обучения автостратегии. Тогда мы объединили все кампании, которые у нас были (ремаркетинг; семантика по бренду конкурентов; небрендовый трафик) в ЕПК. Далее сфокусировали оптимизацию на приоритетной бизнес-цели и дали алгоритму больше свободы в подборе аудитории и инвентаря для масштабирования

Результаты

+69% рост конверсий

-32% снижение стоимости конверсии



Помогли оценить и спрогнозировать вклад медийной рекламы в конверсии: кейс Альфа-Лизинг / Альфа-Форекс

Задача

Оценка реального вклада медийной рекламы в конверсии для принятия решения по перераспределению бюджета. Сложность: стандартная атрибуция не учитывала влияние медийной рекламы на заявки и регистрации.

Решение

Провели анализ customer journey с применением модели Removal Effect (цепи Маркова):

- Собрали данные всех касаний пользователей;
- Смоделировали снижение конверсий при условном отключении каждого медийного канала;
- Рассчитали вклад каналов в первичные и финальные этапы воронки.

Результаты

Альфа-Лизинг:

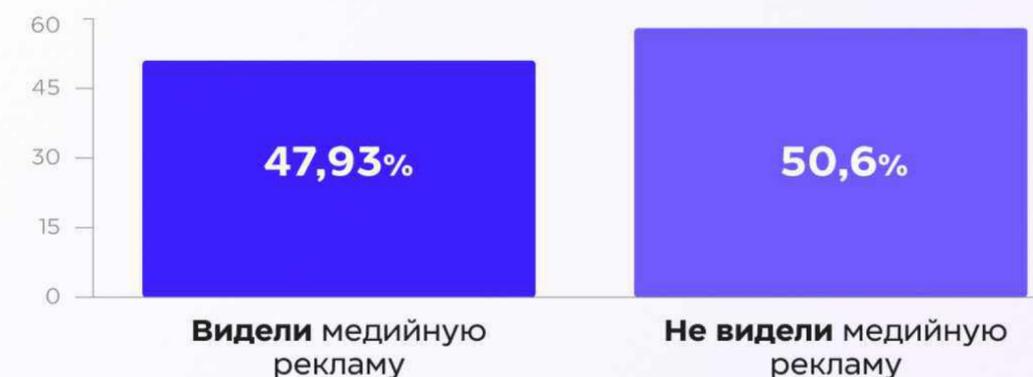
- 45% конверсионных пользователей взаимодействовали с медийной рекламой.
- Removal Effect MyTarget: 27% (первичный этап), 18% (качественные лиды).
- Рост CR ключевых действий: +41–44 п.п.

Альфа-Форекс:

- Суммарный вклад всех медийных каналов в регистрации — 46%.
- Потенциальная потеря при отключении — 257 регистраций (клиенты банка) и 113 (неклиенты)



CR в качественные лиды CRM



Кейс «Альфа-Лизинг»: спрогнозировали эффективность вложений в рекламу на год с учетом внешних факторов

Задача

Оценить влияние каждого рекламного канала в сплите на заявки «Альфа-Лизинга» и спрогнозировать бюджеты на рекламные каналы и отдачу от них на 2025 год

Решение

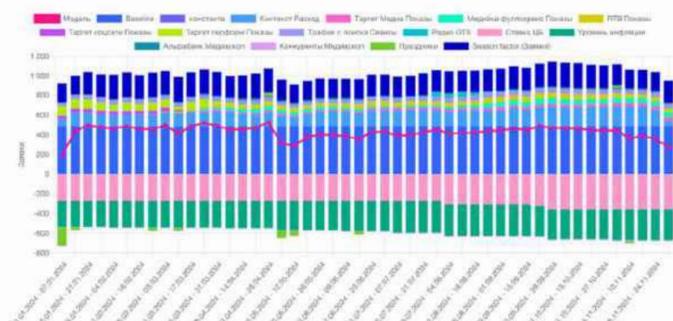
Построили эконометрическую модель с линейной регрессией, учитывающую:

- Рекламные активности (контекст, таргет, RTB);
- Внешние факторы (инфляция, ключевая ставка, сезонность, конкуренты, праздники);
- Ретроспективные данные за 11 мес. 2024

Результаты

Анализ отделил влияние рекламы от внешних факторов и показал, что реклама формирует **62% заявок**, при этом **35%** динамики объясняется рыночными условиями. Это дало клиенту инструмент прогнозирования объема заявок при изменении инвестиций и макроэкономики

Ключевые факторы, положительно повлиявшие на заявки



В категории лизинга спрос имеет сильную зависимость от рыночных факторов

Влияние оказывают не только фактически зафиксированные значения, но и ожидания от рынка

Репрезентативный показатель «тенденция рынка» рассчитан на основе математического показателя сезонности

Наиболее конверсионным рекламным каналом на рассматриваемом периоде была контекстная реклама

Доля привлеченных заявок

36%

Тенденции спроса на рынке

41%

Контекстная реклама

6%

Поисковый трафик

Оптимизация бюджетов на 12 месяцев

На примере одного канала – фулсервисных площадок

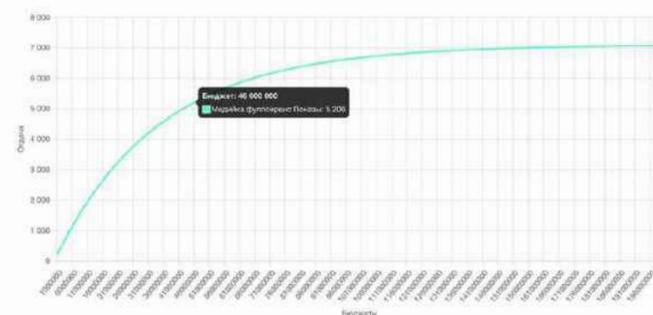
Оптимальный бюджет

8 835

CPL при рекомендуемом бюджете

≈22 336

CPL с учетом влияния негативных факторов



Плановое распределение для максимизации эффекта

Месяц в 2025	Плановый бюджет
Январь	1 700 606 Р
Февраль	1 899 748 Р
Март	1 774 147 Р
Апрель	2 137 185 Р
Май	2 328 963 Р
Июнь	2 315 392 Р
Июль	2 433 766 Р
Август	2 561 859 Р
Сентябрь	2 678 307 Р
Октябрь	2 794 755 Р
Ноябрь	2 561 859 Р
Декабрь	1 814 400 Р



2025 год в работе с финансовым сектором прошёл под сильным влиянием

макроэкономики: высокая ключевая ставка, снижение доступности кредитных продуктов и рост конкуренции за ограниченный платежеспособный спрос. Это привело к удорожанию привлечения и повышенным требованиям к эффективности маркетинга.

В таких условиях ключевым фактором успеха стала **гибкость**. Мы выстраивали стратегии, которые позволяют быстро адаптироваться к изменениям — оперативно перераспределять медиасплит, тестировать новые каналы и усиливать работающие инструменты. При этом нас отличает не только реактивность, но и **проактивный подход**: мы заранее учитываем возможные колебания спроса и закладываем сценарии под разные рыночные условия.

Такой подход позволил **сохранять и углубить управляемость результатов и поддерживать эффективность кампаний** даже в турбулентной среде, где стабильных решений практически не осталось. За это нас ценят наши клиенты из финансового сектора.

Екатерина Петрова,

аккаунт-директор



**Создаем проекты,
которые меняют рынок**



Объединяем бренды и людей в сообщества создавая возможности для нетворкинга, обмена экспертизой и коллабораций



Realvibe — Цикл мероприятий, где в неформальной обстановке лидеры индустрии обсуждают креативный маркетинг. За 2025 мы провели 4 мероприятия Realvibe совместно со спикерами из Самокат, Вкусно – и точка, Рокетбанк и другими. Суммарная аудитория мероприятий превысила 900 специалистов

Make it Real! — Сообщество для русскоговорящих digital-специалистов в Ереване. В 2025 было проведено более 12 мероприятий, в том числе мероприятия совместно с Aviasales и Ultima International. Получили серебро в номинации BEST EVENTS & CONFERENCES на международной премии ECDMA Global Awards



Активно взаимодействовали с другими участниками рынка:

Митапы с ONY,
ПИКЧА

Неделя контента
на канале MADS

Являемся членами
АРИР, АКАР

Партнеры E+
и ECOMWEEKEND

Исследования

Проводим количественные и качественные исследования, которые помогают понять аудиторию, проверить гипотезы и принять сильные маркетинговые решения

Поколение зумеров



Что ими движет и как с этим работать. Комплексное исследование паттернов поколения

[Перейти](#)

Аудитория элитной недвижимости



Кто наш покупатель. Качественное исследование аудитории элитной недвижимости в 2025 году

[Перейти](#)

Гейминг



Как брендам завоевать молодое поколение. Исследование рынка гейминга в России 2025

[Перейти](#)

Вкус поколения



Как в России выбирают безалкогольные напитки. Совместное исследование Realweb, Sidorin Lab и Tiburon Research

[Перейти](#)

Realweb School – бесплатный образовательный проект, благодаря которому можно комфортно начать работать в digital

Редкая возможность для начала карьеры в digital

С 2018 года

обучаем базовым digital-навыкам

Делаем оффер

на стартовую позицию ассистента тем, с кем случится мэтч

18 новых специалистов

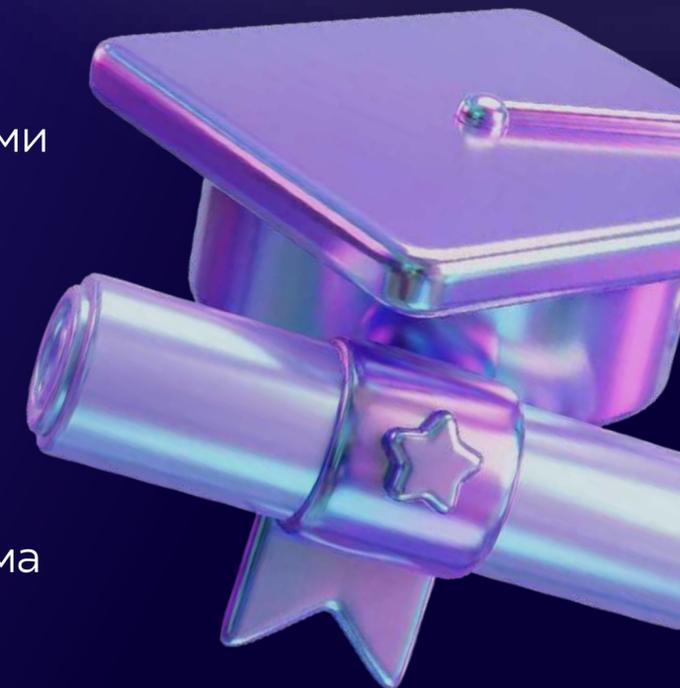
приняты в штат в 2025 году, они продолжают развивать свои навыки уже как сотрудники агентства

Общий стрим про маркетинг, 3 недели:

- Работа с KPI
- Маркетинг 360
- Инструменты digital
- Основные показатели медиапланирования
- Работа с разными этапами воронки

2 месяца глубокого погружения в направление по выбору:

- Продажи
- Работа с клиентами
- Контекстная реклама
- Медиапланирование
- Креативная команда
- Стратегическое планирование
- Таргетированная реклама
- Аукционная реклама
- Работа с ecom



Выступления и публикации



Опубликовали более 70+ экспертных материалов

в Forbes, РБК, Sostav, Cossa и др. — статьи, интервью, комментарии, кейсы

Рекламные агентства переходят от сервисных функций к сложным технологическим задачам

Красота и духота: как построить процессы в команде, чтобы креатив был эффективным

Покупки «на эмоции»: как тоска, ностальгия, предвкушение удовольствия помогают продавать в FMCG

В течение года мы поднимали актуальные темы, которые глобально влияют на индустрию

Наши эксперты принимали участие в HPФ, IZMENI SOZNANIE, Adindex City Conference, Domclick Digital Day и других

