

с 2014 года на
рынке

2000+
аудиторных
сегментов

Зорка агентство перформанс-маркетинга

Агентство года

200+ источников
трафика

137 экспертов

Зорка - агентство перформанс-маркетинга, специализирующееся на привлечении и монетизации пользователей для мобильных приложений и digital-продуктов.

Мы работаем на стыке данных, технологий и креатива, обеспечивая измеримый рост ключевых бизнес-метрик: **CPI, CPA, LTV и ROI.**

С 2014 года мы реализовали более 9 000 рекламных кампаний по всему миру:

СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА
2,125 КАМПАНИЙ

ЕВРОПА
2,350 КАМПАНИЙ

**БЛИЖНИЙ ВОСТОК
И СЕВЕРНАЯ АФРИКА**
950 КАМПАНИЙ

СНГ
1,250 КАМПАНИЙ

АЗИЯ
740 КАМПАНИЙ

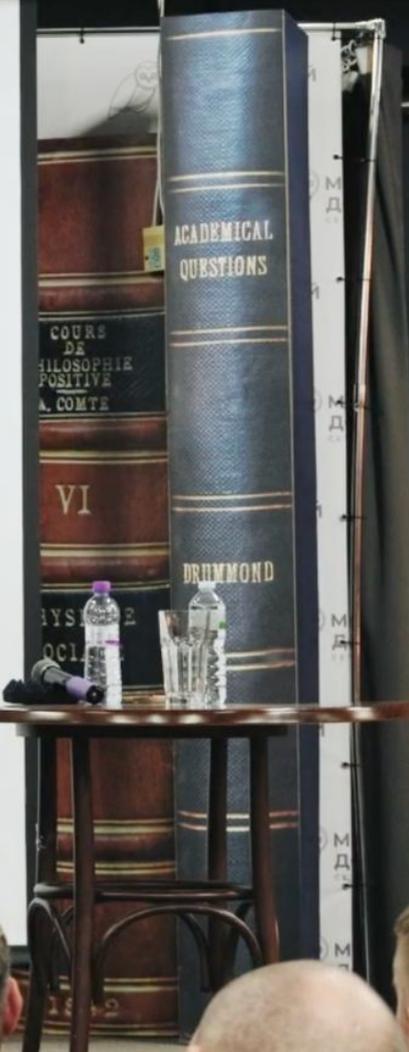
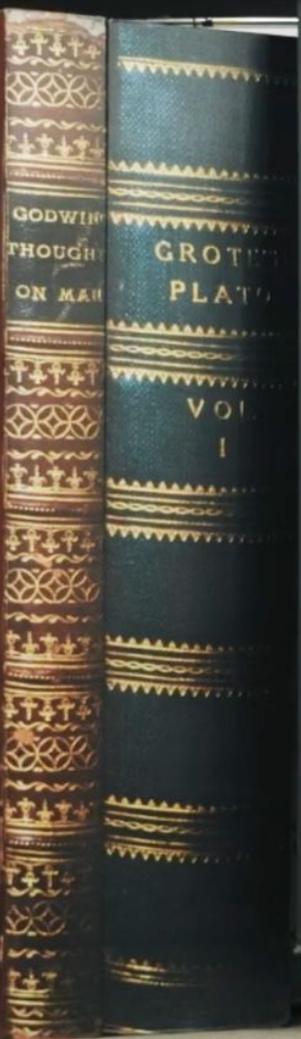
ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА
1,100 КАМПАНИЙ

Мы провели первый “Зорка.Митап” в
Москве, где спикер Альбина Джалиль
поделилась своей экспертизой в
маркетинге и креативе



ОТКРЫТОСТЬ НОВОМУ

Создано в 2019



**В 2025 году “Зорка” представила рынку новые инструменты для
повышения эффективности рекламных кампаний:**

Зорка.Предиктив

помогает понять платящих
пользователей и сделать
закупку трафика
эффективнее

Зорка.Баннеры

платформа, анализирующая
тысячи работающих баннеров и
видео, разбирает их на детали, и
подсказывает, какие решения
сработают для вас.

Зорка.Трафик

это собственный источник
трафика, который помогает
привлекать и ретаргетировать
пользователей с максимальной
точностью и контролем

Adindex

“Зорка” и “Ситидрайв”: эффективное привлечение пользователей с низким САС

97 млн показов и 237% ROAS: разбор рекламной кампании для игры на ПК

Кейс “Зорка”: как получить рост установок, который не ломает unit-экономику

Системно работали над **развитием экспертизы** на рынке перформанс-маркетинга

Кейс “Зорка”: как разогнать ROAS до 700%

Кейс “Зорка”: как повысить эффективность рекламы и удвоить конверсию

Привлечение пользователей для каршеринга: опыт агентства “Зорка” и Kayzen

Sostav

Говорили о том, о чем принято шептаться:

Хроники агентского ада: как мы дошли до СРА, в котором никто не зарабатывает

Честно о KPI и фроде, который все чаще превращается в иллюзию



“Я давно заметила: чем сложнее рынок, тем реже о нем говорят честно.

Особенно если речь идет о мобильном СРА-перформансе — серой зоне между KPI, фродом, «премиум-инвентарем» и вечным вопросом «почему нет конверсий». На публике эту тему часто обходят стороной. Слишком много неудобных вопросов, слишком мало простых ответов”.

Карина Васюкевич, директор по перформанс-маркетингу агентства «Зорка» поделилась с Sostav своим мнением.

И побеждали.

WINNER



DIGIDAY

MARKETING & ADVERTISING
AWARDS EUROPE

[Сайт]

↘ info@zorka.agency

[Линкедин]