



# Траты и алгоритмы

Татьяна Ковалевская, T2 AdTech

2026



# Почему средний потребитель больше не объясняет поведение

63,5%

рынка живёт  
в базовом режиме

36,5%

живут в других  
сценариях

База

Впечатление

Комфорт

Премиум

Новый объект анализа  
не “похожая аудитория”,  
а человек в конкретном  
состоянии и контексте

# Импульс — отклонение от личной нормы



Не сравниваем человека со “средним”



Сравниваем его сегодняшнее действие с его собственным привычным диапазоном



он сам  
вчера

Контрольная группа не “похожие люди”, а личная история поведения

# Как алгоритм видит отклонение



# Пять современных механик импульса



## Эмоциональный

Увидел —  
захотел — купил



## Апгрейд

Планировали,  
выбрали модель  
дороже



## Проектный

Доп. траты  
внутри ремонта,  
переезда,  
поездки



## Компенсаторный

Покупка ради  
быстрого  
изменения  
состояния



## Под давлением риска

Быстрое решение  
ради возврата  
контроля

Один человек может проявлять разные типы импульса  
Сообщение бренда тоже должно быть разным

# Где у импульса больше пространства

Дисперсия по стоимости



**Высокая неоднородность**  
встречается в эмоциональных,  
событийных, финансовых и  
технологических сценариях

**Импульс**  
может означать удовольствие,  
апгрейд, реакцию на угрозу или  
расширение большого проекта

# Что это меняет для бренда

01

Видеть  
отклонение

не средний чек,  
а личную норму

02

Распознать  
сценарий

эмоция, апгрейд,  
проект, риск

03

Выбрать  
действие

месседж, частоту,  
канал и момент

04

Ограничить  
риск

точность требует  
ответственности

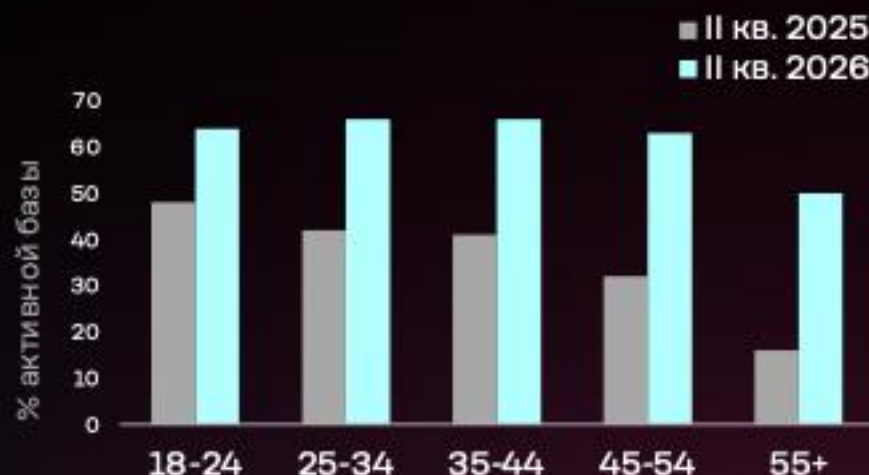
Сильная сегментация — не кто человек, а что с ним происходит прямо сейчас

# Цифровое поведение смещается от просмотра к решению задач

Изменение охвата категорий II кв. 2026 к II кв. 2025



Игры стали массовым сценарием для аудитории 45+



## Сегментация по миссиям

выбрать

купить

оформить

оплатить

доехать

разобраться

# Контекст важнее сегмента



Личная норма  
важнее среднего

Ищем не "типичного  
потребителя", а момент  
изменения поведения

Миссия  
важнее демографии

Один и тот же человек  
в разных задачах —  
это разные аудитории

Точный сигнал  
требует ответственности

Чем ближе мы к контексту  
человека, тем аккуратнее  
должна быть активация

---

Алгоритмы будущего будут не просто угадывать, кто перед ними  
Они будут точнее понимать, что с человеком происходит прямо сейчас



Спасибо  
за внимание