Роман Кохановский

Топ-менеджер в рекламе, маркетинге и AdTech | Коммерческий директор AdRiver | Цифровые продукты, измерение рекламы, верификация и атрибуция

Москва, Россия | +7 985 761 22 74
roman@kokhanovskiy.com | LinkedIn | kokhanovskiy.com

Профессиональный профиль

Я - топ-менеджер в рекламе, маркетинге и AdTech с более чем 25-летним опытом.

Создаю и масштабирую продукты и бизнесы в цифровой рекламе с первых лет становления индустрии. За карьеру строил рекламные платформы и programmatic-технологии, занимался продуктовой разработкой, коммерческой стратегией и цифровым бизнесом: от запуска новых моделей монетизации и каналов продаж до руководства крупными рекламными продуктами и стратегическими партнёрствами.

Создавал продукты и команды с нуля, развивал бизнесы с выручкой в десятки миллионов долларов, руководил стратегическими рекламными инициативами в крупных технологических компаниях, запустил собственный бизнес в programmatic DOOH и приобрёл опыт в платёжных решениях и FinTech.

Сегодня основной фокус - AdTech, измерение рекламы, верификация, атрибуция и маркетинговая аналитика.

Опыт работы

AdRiver

Коммерческий директор

Октябрь 2023 - настоящее время

AdRiver - одна из компаний, стоявших у истоков российского рынка цифровой рекламы. Она основана в 1997 году, ещё до регистрации Google, и участвует в развитии индустрии практически с самого начала.

Я знаком с AdRiver с 1999 года, когда только начинал карьеру в цифровой рекламе. Присоединившись к компании в качестве коммерческого директора почти 25 лет спустя, я во многом почувствовал, что круг замкнулся.

Руковожу коммерческой стратегией AdRiver и работаю на стыке продукта, технологий, маркетинга и бизнеса. Моя зона ответственности:

- Разработка и коммерциализация продуктов для измерения, верификации и аналитики рекламы
- Верификация рекламы, качество трафика, IVT и борьба с рекламным фродом
- Маркетинговая атрибуция и оптимизация медиаразмещений на основе данных
- Измерения в CTV, онлайн-видео и кросс-канальные измерения
- Метрики внимания и аналитика на основе идентификаторов пользователей
- Стратегия вывода продуктов на рынок и стратегические партнёрства
- Работа с крупными рекламодателями, агентствами, издателями и AdTech-платформами
- Представление AdRiver в отраслевых комитетах, на конференциях и при разработке стандартов

За время моей работы бизнес сохранял двузначные темпы ежегодного роста, опережая рост рынка медийной рекламы примерно в 1,5 раза. После запуска новых продуктов и подходов к измерениям несколько сотен клиентов начали покупать услуги AdRiver.

Интервью AdIndex: качество трафика, атрибуция и CTV | Подкаст: атрибуция, внимание, антифрод

Независимая практика

Независимый консультант | Реклама, AdTech и цифровой бизнес

Декабрь 2022 - сентябрь 2023

Консультировал технологические компании и цифровые проекты по монетизации, продуктовой стратегии, стратегическим партнёрствам и выводу продуктов на рынок в рекламе, электронной коммерции, идентификации пользователей, платежах и FinTech.

Избранные проекты:

- HR Rocket - разработал и запустил пилот новой модели монетизации онлайн-рекрутмента
- Tinkoff ID - участвовал в развитии стратегических партнёрств с крупными цифровыми бизнесами
- Mitgo / Qbigtech / Admitad - участвовал в выводе на рынок нового продукта для онлайн-монетизации

VK Pay

Коммерческий директор

Ноябрь 2019 - декабрь 2022

Руководил коммерческим и продуктовым развитием VK Pay - финансовой экосистемы внутри VK с аудиторией более 20 млн пользователей.

- Создал новое предложение для торговых партнёров, объединив привлечение клиентов, лояльность, рассрочку и платёжные сервисы
- Выстроил партнёрства с крупными торговыми компаниями, включая MegaFon, AliExpress, Л'Этуаль, Delivery Club и Связной
- Как владелец продукта Smart Feed отвечал за персонализированный подбор товаров внутри VK Pay, направленный на повышение вовлечённости и частоты транзакций

> **Ключевой результат:** За время моей работы аудитория VK Pay превысила 20 млн пользователей; сеть магазинов-партнёров выросла втрое, число транзакций в рассрочку - в 3,5 раза, средний чек - вдвое. В 2022 году сервис обработал более 365 млн платежей в экосистеме VK.

VK: итоги 2021 года | VK: итоги 2022 года

VDOOH

Управляющий партнёр

Июнь 2018 - ноябрь 2020 | Частичная занятость

Создал и запустил VDOOH - programmatic-платформу цифровой наружной рекламы, объединяющую функции DSP, SSP и DMP.

- Развивал проект от концепции до коммерческого запуска: продуктовая стратегия, команда, бизнес-модель и вывод на рынок
- Выстроил партнёрства с крупными владельцами наружных рекламных носителей, поставщиками аудиторных измерений и покупателями рекламы
- Руководил созданием MVP и переходом к коммерческой эксплуатации

> **Ключевой результат:** Примерно треть представленных на рынке решений для закупки DOOH-рекламы по аудиториям работала на white-label-технологии VDOOH. Впоследствии компанию приобрёл крупнейший игрок рынка цифровой наружной рекламы.

Презентация платформы VDOOH

FreakOut Holdings, inc.

Директор по развитию бизнеса FreakOut Russia

Июль 2018 - июль 2019

Руководил выходом на российский рынок FreakOut - международной платформы нативной рекламы и AdTech с сильными позициями в Азиатско-Тихоокеанском регионе.

- Разработал стратегию выхода на рынок и организовал работу компании в России
- Выстроил партнёрства с ведущими издателями, рекламными платформами и агентствами
- Развивал отношения с крупными рекламодателями, включая Mail.Ru Group, ZeptoLab и Pixonic
- Руководил международным развитием бизнеса, помогая российским компаниям выходить на рынки Азиатско-Тихоокеанского региона через международную сеть FreakOut

> **Ключевой результат:** Обеспечил присутствие FreakOut и развитие бизнеса компании в России. Получил письменную рекомендацию высшего руководства компании в знак признания моего вклада.

Рекомендация руководства FreakOut

Yandex

Руководитель стратегических проектов коммерческого департамента

Март 2017 - июнь 2018

На новой позиции в коммерческом департаменте Яндекса руководил стратегическим развитием одного из крупнейших рекламных направлений компании: Рекламной сети Яндекса (РСЯ), платформенных партнёрств, B2B-маркетинга, привлечения рекламодателей и новых продуктов монетизации.

Моя зона ответственности охватывала всю экосистему РСЯ: более 20 000 внешних издателей и рекламную монетизацию собственных непоисковых ресурсов Яндекса. В совокупности на них приходилось около 40% рекламной выручки компании.

Ключевые достижения:

- Согласовал и подписал долгосрочное эксклюзивное соглашение о монетизации Яндексом поискового трафика Mail.Ru Group - знаковую сделку с прямым конкурентом и крупнейшее внешнее рекламное партнёрство Яндекса
- Определил и возглавил комплексную программу роста, охватывающую AdFox, динамическую монетизацию, онлайн-видео, рекламу в приложениях, anti-adblock-технологии и Турбо-страницы - решение Яндекса для быстрой загрузки мобильных страниц, аналог Google AMP
- Перестроил работу с партнёрами, выделив сегменты топ-10, топ-350 и остальных площадок и внедрив отдельные стратегии роста и монетизации для каждого
- Усилил систему обучения и сертификации партнёров Яндекса; число специалистов, сертифицированных для работы с рекламными продуктами компании, превысило 60 000
- Основал клуб издателей РСЯ и сделал его ежегодным отраслевым событием
- Руководил командой Yandex 42 и принимал ключевые управленческие решения по международной конференции, на которой Владимир Познер беседовал с нобелевским лауреатом Даниэлем Канеманом

> **Ключевой результат:** Усилил и диверсифицировал направление, обеспечивавшее около 40% рекламной выручки Яндекса, заключил важнейшее внешнее партнёрство компании в области монетизации и открыл новые возможности роста в медийной и видеорекламе, мобильной рекламе и технологиях для издателей.

Годовой отчёт Yandex, 2017 | Доклад: монетизация трафика в РСЯ

Mail.Ru Group

Руководитель рекламных технологий | Коммерческий директор myTarget

Декабрь 2010 - март 2017

Руководил созданием и коммерческим масштабированием myTarget - единой self-service рекламной платформы Mail.Ru Group для VK, Одноклассников и Моего Мира, превратив её из нового рекламного продукта в одно из ключевых направлений выручки группы.

Отвечая за разработку продукта, продажи и работу с клиентами, построил коммерческую систему платформы и организацию, необходимую для её масштабирования.

- С нуля создал коммерческую структуру: продажи, клиентский сервис, модерацию и поддержку; руководил командой из 60 человек
- Создал масштабируемый агентский канал продаж с обучением и профессиональной сертификацией; сертифицировано более 1 000 агентств
- Запускал новые рекламные продукты и коммерческие модели для разных сегментов клиентов
- Быстро расширял базу рекламодателей и на протяжении нескольких лет стабильно превышал планы продаж и выручки

> **Ключевой результат:** Превратил myTarget во флагманскую рекламную платформу Mail.Ru Group, на которую приходилось около 60% рекламной выручки группы и которая стала главным драйвером роста рекламной выручки в 2016 и 2017 годах.

Годовой отчёт Mail.Ru Group, 2016 | Годовой отчёт Mail.Ru Group, 2017

Begun

Директор по продажам и развитию бизнеса

Май 2008 - декабрь 2010

Руководил продажами и развитием бизнеса «Бегуна», который в то время был одной из ведущих российских платформ контекстной рекламы.

- Находил скрытые возможности роста и превращал их в новые источники выручки
- С нуля создавал каналы продаж и коммерческую инфраструктуру
- Развивал партнёрства с ведущими агентствами и запускал новые рекламные продукты для крупных клиентов

> **Ключевой результат:** За один год новое коммерческое подразделение достигло 25% оборота «Бегуна» - десятков миллионов долларов. В период моей работы Google подписал соглашение о приобретении «Бегуна» за $140 млн.

TechCrunch: соглашение Google о покупке «Бегуна»

Rambler

Заместитель генерального директора и медиадиректор Index20

Июнь 2003 - май 2008

Руководил рекламной монетизацией цифровых ресурсов Rambler Media Group, включая Rambler.ru, Lenta.ru, Ferra.ru и ICQ.

- Развивал рекламные продукты, ценообразование, управление инвентарём и модели монетизации медийной и контекстной рекламы
- Создал первое в Рунете специализированное подразделение нестандартных рекламных решений: спонсорство, брендированные проекты, игровые механики и BTL
- Руководил стратегическими отношениями с крупными рекламодателями и агентствами и командой из 45 человек

> **Ключевой результат:** Рекламная выручка росла существенно быстрее инвентаря, увеличивая выручку на пользователя. За время моей работы акции Rambler Media на площадке AIM выросли в шесть раз за два года, а оценка компании достигла примерно $450 млн.

ComNews: капитализация Rambler Media

Algorithm Group

Директор по развитию бизнеса

Декабрь 2001 - май 2003

Создавал и развивал A-Net - направление цифровой рекламы Algorithm Group.

- Развивал основную рекламную сеть компании, первоначально ориентированную на технологических клиентов, включая Intel, AMD и IBM
- Вывел бизнес за пределы IT-сектора, расширив работу на автомобильную отрасль и финансовые услуги
- Нанял и возглавил команду из 12 человек, руководил работой с ключевыми клиентами и закупкой рекламного инвентаря

> **Ключевой результат:** Превратил специализированную рекламную сеть в диверсифицированный бизнес цифровой рекламы, работающий с клиентами из разных отраслей.

System.Ru

Исполнительный директор

Июнь 2001 - декабрь 2001

Руководил System.Ru, одним из первых агентств интернет-рекламы: медиапланирование, закупка рекламы, ключевые клиенты и команда из 15 специалистов.

- В 2001 году разработал и внедрил стандартизированный шаблон медиаплана
- Руководил закупкой цифровой рекламы и работой с крупными клиентами, включая Microsoft, Евросеть и БКС
- Нанимал, обучал и возглавлял команду агентства

> **Ключевой результат:** Разработанный мной в 2001 году формат медиаплана стал фактическим отраслевым стандартом и по-прежнему широко используется агентствами и рекламодателями более двух десятилетий спустя.

Manifest Internet Advertising Agency

Директор по продажам и развитию бизнеса

Март 1999 - май 2001

На заре цифровой рекламы построил коммерческую структуру Manifest, одного из первых российских агентств интернет-рекламы, и участвовал в масштабировании его собственных рекламных платформ.

- С нуля создал отдел продаж, нанял и обучил команду из 14 человек и руководил ею
- Развивал и выводил на рынок собственные рекламные продукты агентства, включая InterReklama и BannerBank
- Руководил продажами и закупкой рекламы, работой с крупными цифровыми компаниями и рекламодателями, включая Яндекс и Mail.Ru
- Расширил BannerBank Virtual Banner Network до более чем 1 000 партнёрских рекламных сетей

> **Ключевой результат:** За несколько месяцев Manifest стал лидером рынка по выручке. За два года BannerBank вырос в крупнейшую рекламную платформу русскоязычного интернета по доступному инвентарю.

Teleport-TP

Менеджер по работе с корпоративными клиентами

Март 1998 - март 1999

Моя карьера в интернете началась с инфраструктуры - с провайдинга - ещё до того, как онлайн-реклама стала индустрией.

В Teleport-TP я продавал выделенный доступ в интернет корпоративным клиентам и координировал работу провайдеров последней мили. Сначала разобрался, как работает интернет, а уже потом начал строить на нём бизнес.

Там же познакомился с лучшим техническим директором, с которым мне доводилось работать: мы сидели в одном кабинете. Через двадцать лет он помог мне создать проект VDOOH.

Если вы дочитали до 1998 года - привет и спасибо. Теперь вы знаете, что я разбираюсь даже в технологиях доступа к интернету, а специализируюсь на AdTech и PayTech.

Образование

Московский институт электроники и математики (технический университет)

Электронные приборы и системы. Инженер, диплом с отличием. 1992 - 1998.

Ключевые навыки

Мобильная реклама · Партнёрский маркетинг · Веб-аналитика

Публикация

«Контекстная реклама. Настольная книга рекламиста»

Соавтор. Издательство «Питер», 2010. ISBN 978-5-4237-0079-9.

Награда

Благодарность министра связи и массовых коммуникаций Российской Федерации

За вклад в развитие связи и информационных технологий. Февраль 2018.

Документ о награждении в LinkedIn