

# Р

## РАЗВИТИЕ ОНЛАЙН ИНВЕНТАРЯ ВСЕЛЕННАЯ ОНЛАЙН ВИДЕО

**АЛЕКСЕЙ ГЕРЦИК**

DIGITAL MEDIA DIRECTOR, NECTARIN

**MATHIEU ROCHE**

GLOBAL BUSINESS DEVELOPMENT DIRECTOR, WEBORAMA

# Э

## ЭВОЛЮЦИЯ ОНЛАЙН-ВИДЕО



# К

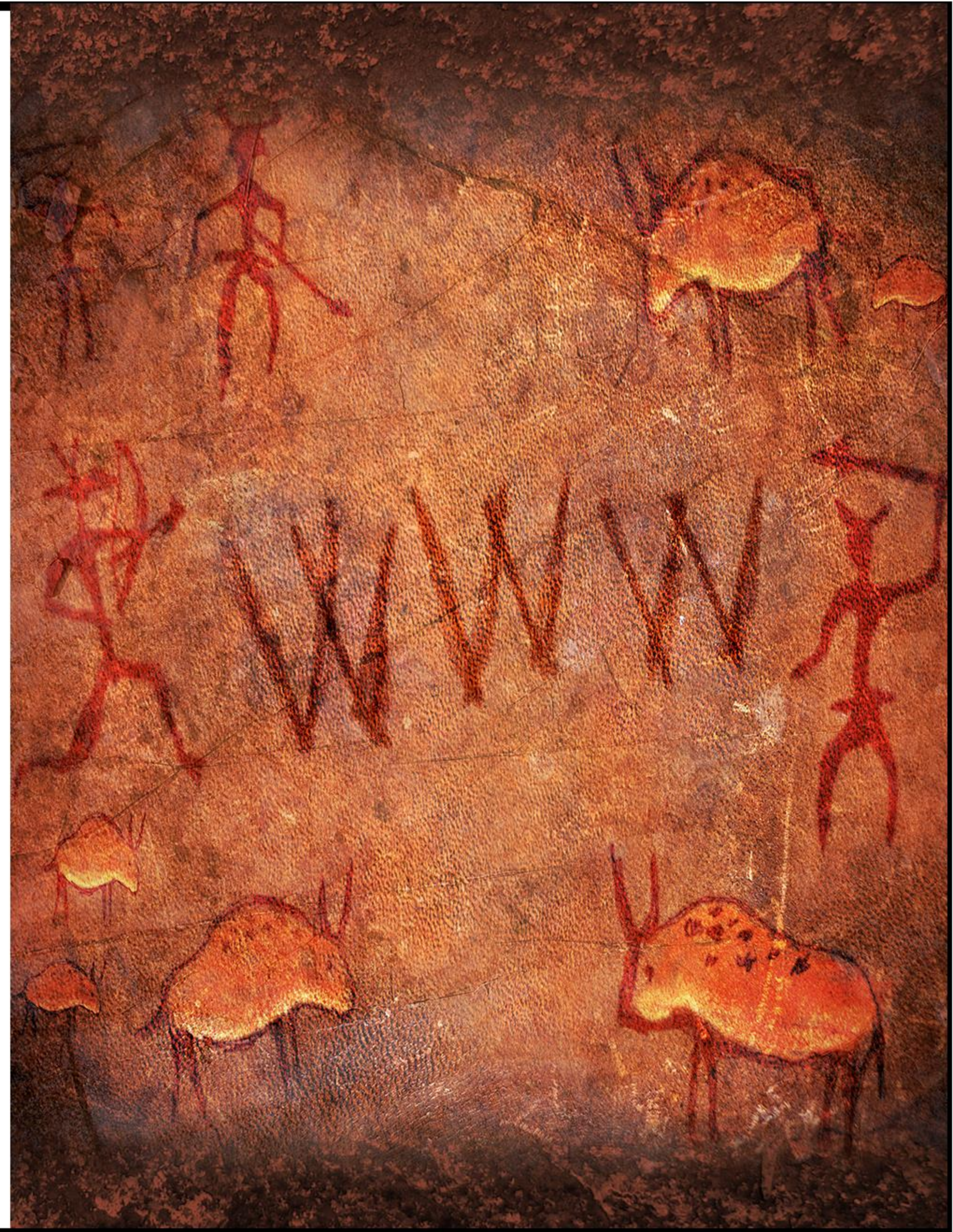
## КАМЕННЫЙ ВЕК

IN-BANNER

# 2007

ВПЕРВЫЕ В РУНЕТЕ

Инструмент добора видео-охвата  
на крупных порталах





# Б

## БРОНЗОВЫЙ ВЕК

IN-STREAM

### МАКСИМАЛЬНО ПОВТОРЯЕТ ТЕЛЕСМОТРЕНИЕ

Благодаря автостарту и расположению внутри контента (linear ad) всегда был и остается самым сильным по воздействию форматом





# Ж

## ЖЕЛЕЗНЫЙ ВЕК

VAST / VPAID

**ТОЛЬКО СОБЛЮДЕНИЕ СТАНДАРТОВ  
ПОЗВОЛЯЕТ ПОЛУЧАТЬ И ПОЛНУЮ И  
КОРРЕКТНУЮ СТАТИСТИКУ**

Рунет начал стандартизацию плееров и видео в 2012 году, и этот процесс длится до сих пор





# 3

## ЗОЛОТОЙ ВЕК

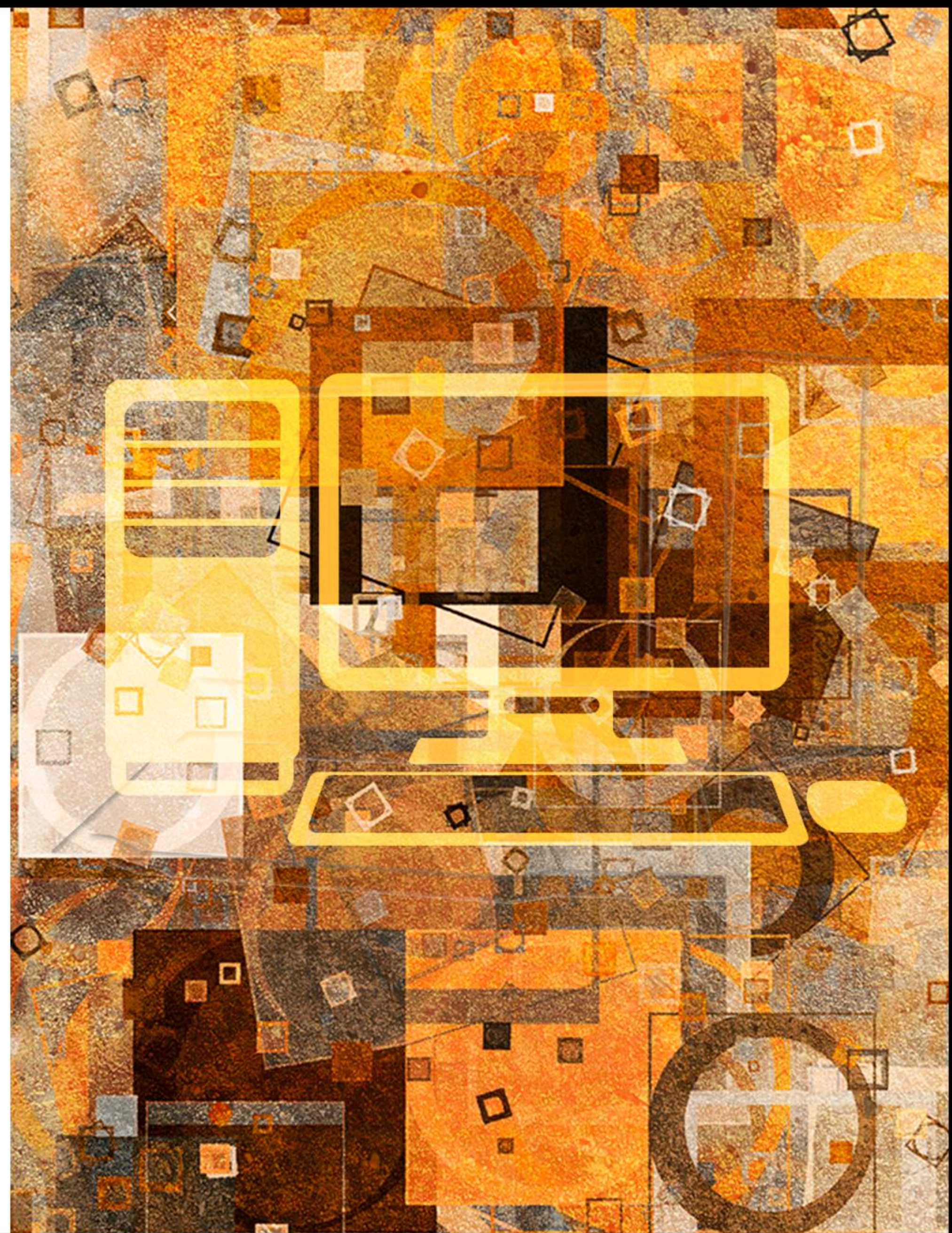


RICH MEDIA

# 2013

ВПЕРВЫЕ В РУНЕТЕ

Взаимодействие с креативом -  
уникальная возможность интерактивного  
видео, недоступная в традиционном ТВ





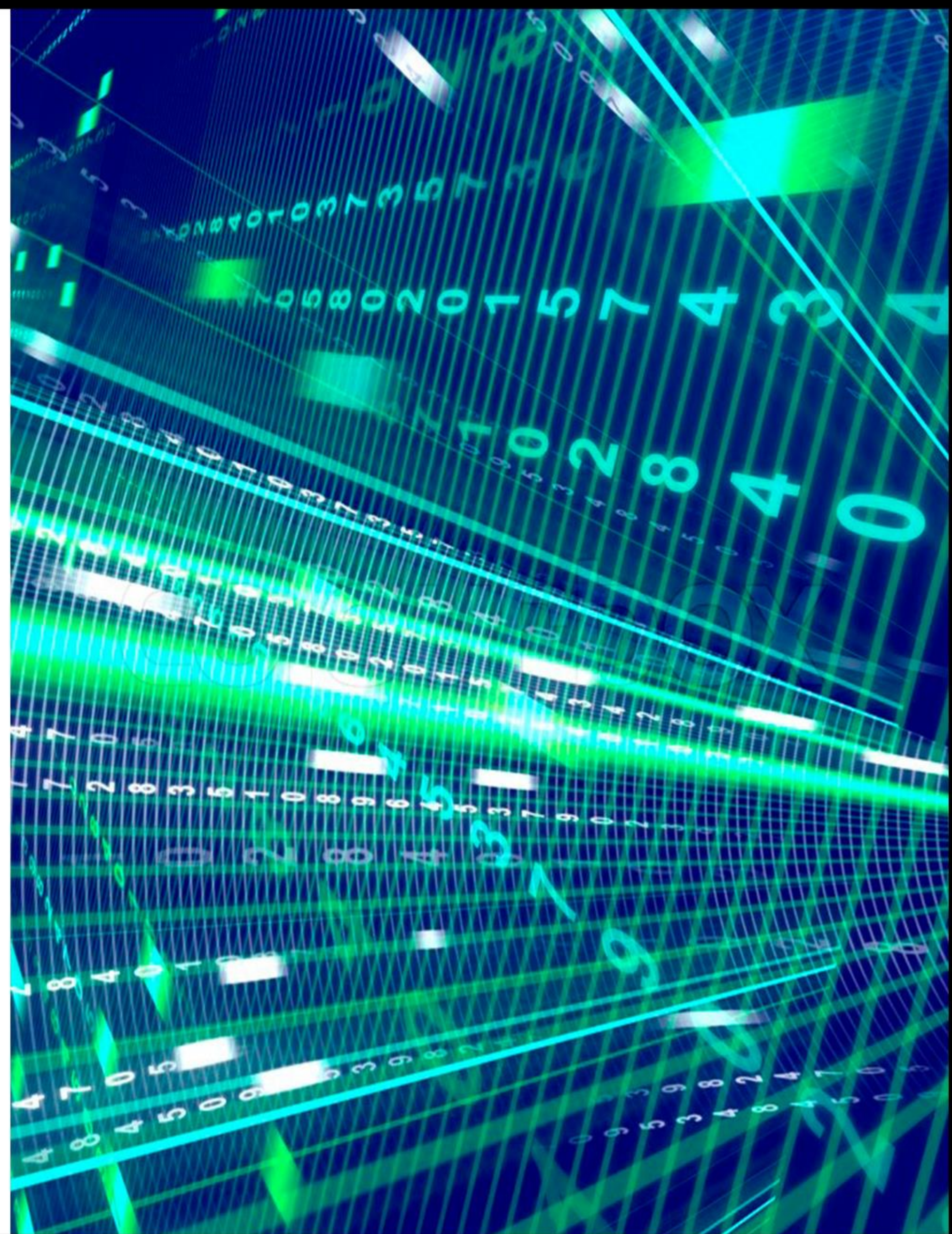
# НОВОЕ ВРЕМЯ

PROGRAMMATIC

## 2014

ВПЕРВЫЕ В РУНЕТЕ

Целевой охват: от пост-отчета к  
спланированному таргетированию





# В

## ВЕЛИКИЕ ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ОТКРЫТИЯ



SOCIAL / NATIVE

### ОТВЕТ РАСТУЩЕЙ «БАННЕРНОЙ СЛЕПОТЕ»

**+55%** рост проникновения в медиапланы  
рекламодателей в 2016 году







НОВЕЙШЕЕ ВРЕМЯ



OUT-STREAM

---

**НОВОЕ ПРОСТРАНСТВО ДЛЯ  
РАЗМЕЩЕНИЯ ВИДЕО КАК  
ОТВЕТ НА РАСТУЩИЙ СПРОС**

**+40%** рост объема размещений  
формата в 2016 году



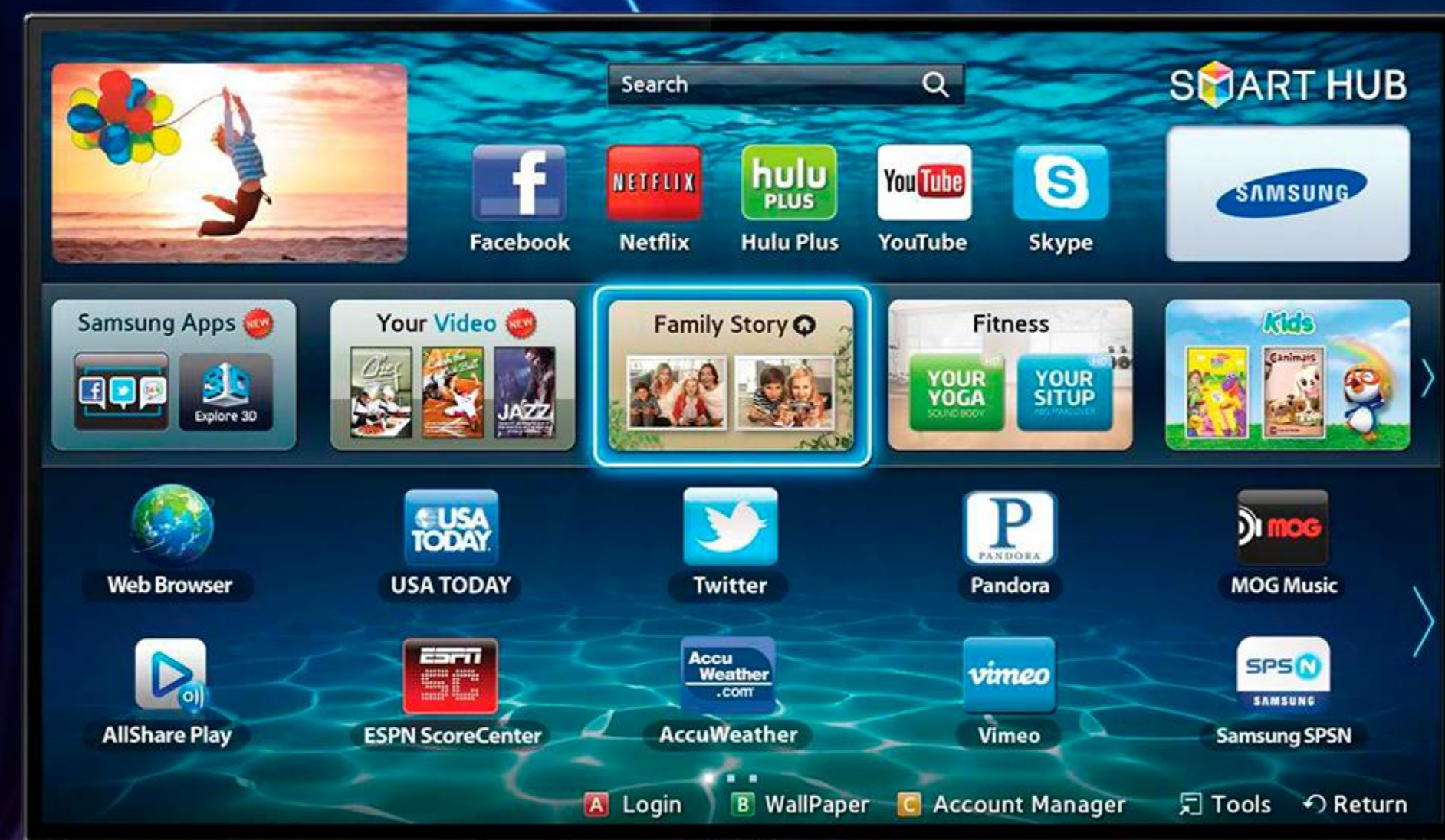


# ТЕХНИЧЕСКАЯ РЕВОЛЮЦИЯ

SMART TV

**ЭФИРНАЯ И ОНЛАЙН РЕКЛАМА  
В ОДНОМ УСТРОЙСТВЕ**

**> 22** устройств в России к концу  
**МЛН** 2017 года (прогноз)





## ИНДУСТРИАЛЬНАЯ ЭПОХА



MOBILE

МИГРАЦИЯ ТРАФИКА ВСЛЕД  
ЗА АУДИТОРИЕЙ

**66%** мобильная аудитория рунета в  
2017 году (десктоп - всего 52%)





# ПОСТИНДУСТРИАЛЬНАЯ ЭПОХА

## VIDEO BLOGGERS

**НОВЫЙ, НЕДОСТУПНЫЙ РАНЕЕ  
В ВИДЕО, УРОВЕНЬ ДОВЕРИЯ  
ЗРИТЕЛЯ К КОНТЕНТУ**

Блоггеры -  
селебрити XXI века



**(BadComedian)**





# НОВАЯ ЭРА

## SOCIAL STREAMING

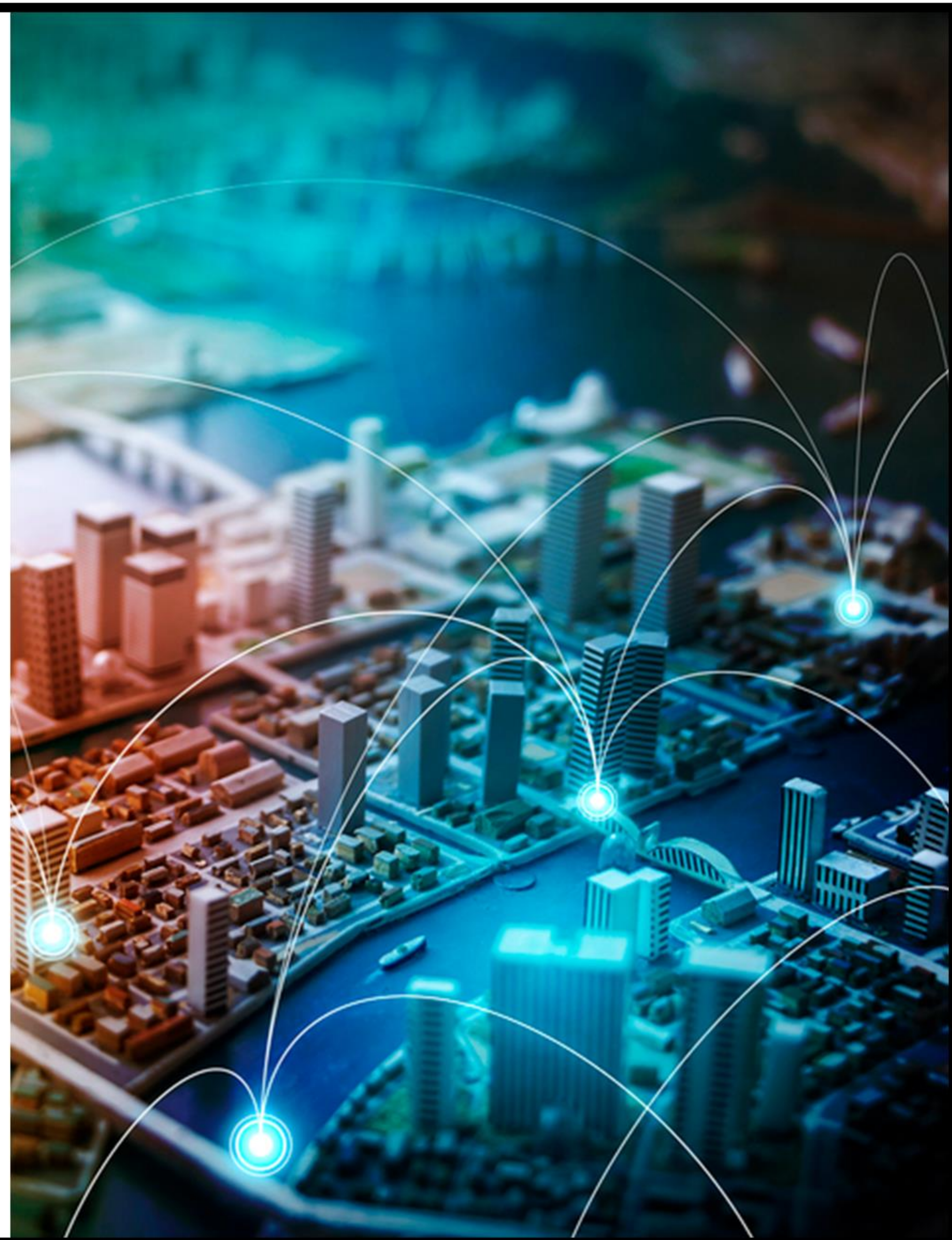


YouTube



twitch

- 1 Привлеките блоггера с необходимой аудиторией или используйте свой официальный паблик
- 2 Запускаем трансляцию с интегрированным брендом
- 3 Используйте реакцию пользователей и низкий уровень информационного шума
- 4 Получайте быстрый и вовлеченный контакт





# ВСЕЛЕННАЯ DIGITAL ВИДЕО

IN-STREAM

OUT-STREAM

SOCIAL NATIVE

MOBILE  
VIDEO

VAST VPAID

SMART TV

VIDEO  
BLOGGERS

IN-BANNER

SOCIAL STREAMING

PROGRAMMATIC

RICH MEDIA



**TRADITIONAL**

- IN-STREAM
- IN-BANNER
- OUT-STREAM

**USER CENTRIC TRADITIONAL**

- SOCIAL NATIVE
- PROGRAMMATIC
- MOBILE VIDEO



**ЭВОЛЮЦИЯ ТВ**

- RICH MEDIA
- SMART TV

**INTERACTIVE**

- SOCIAL STREAMING
  - VIDEO BLOGGERS
- USER GENERATED**



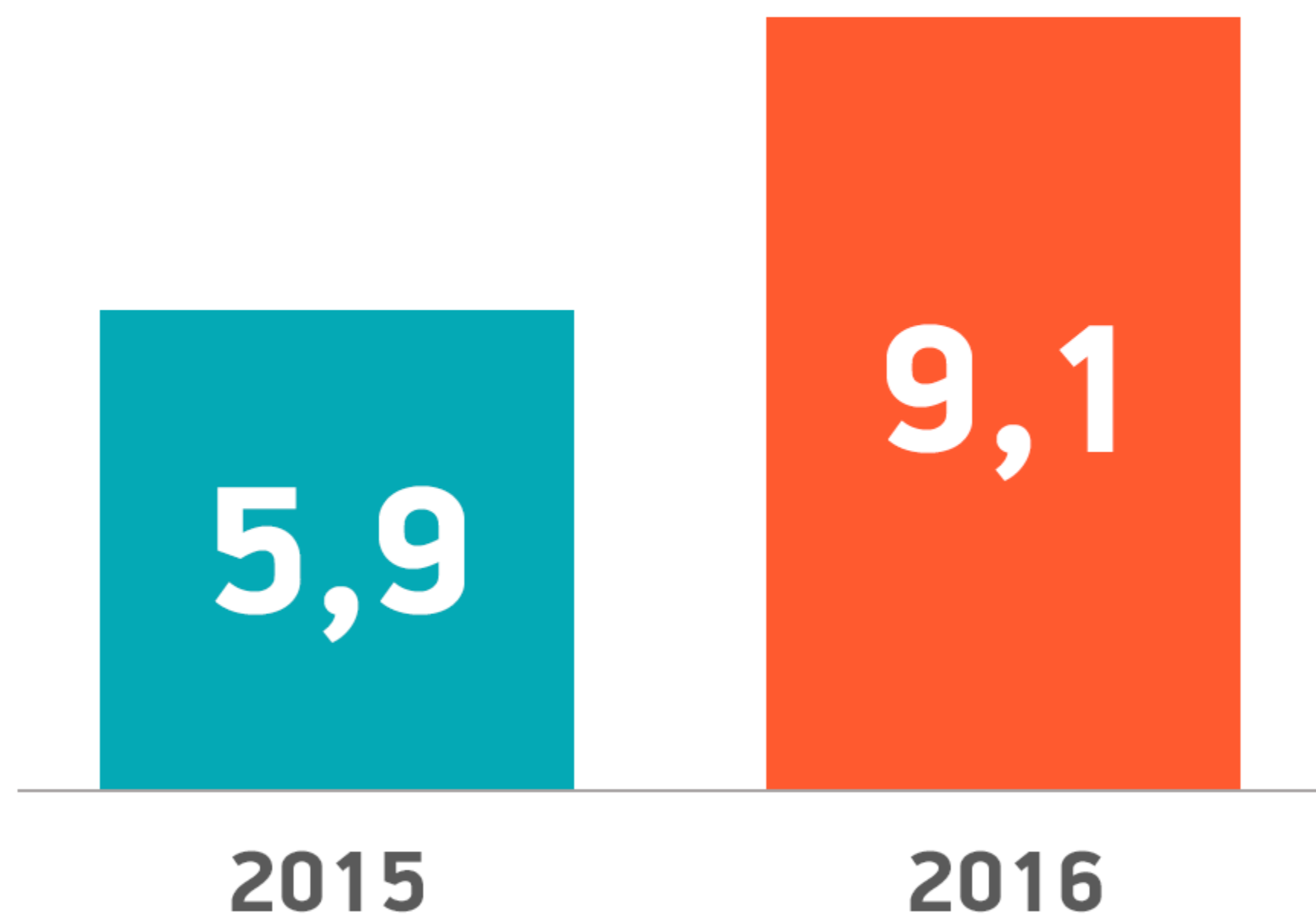
0

**ОБЗОР ГЛОБАЛЬНОГО И ЛОКАЛЬНОГО  
РЫНКОВ ВИДЕО-РЕКЛАМЫ**



# В МИРЕ

ОБЪЕМ РАЗМЕЩЕНИЙ ОНЛАЙН ВИДЕО (МЛРД. ЕВРО)

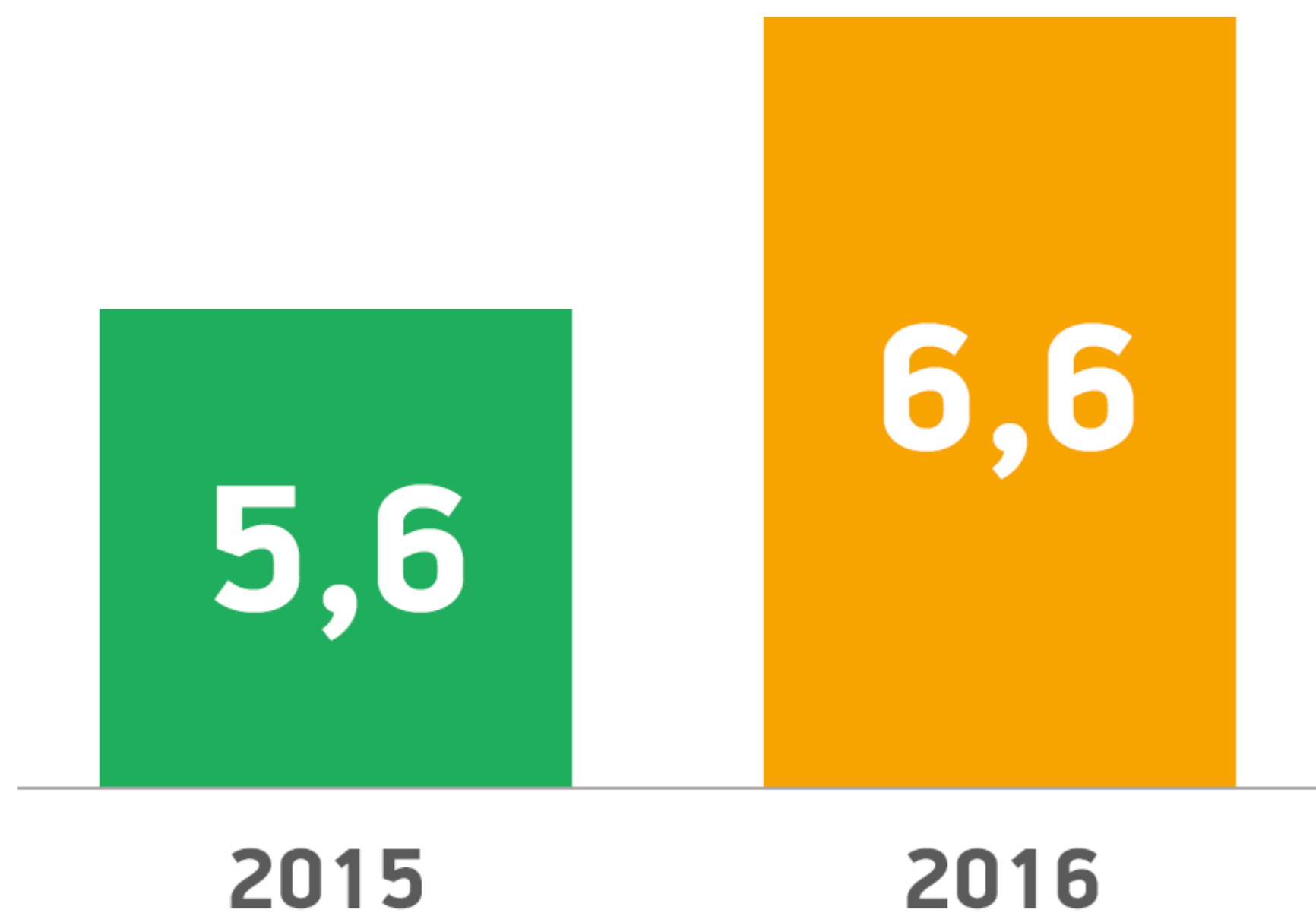


+53%



# В РОССИИ

ОБЪЕМ РАЗМЕЩЕНИЙ ОНЛАЙН ВИДЕО (МЛРД. РУБ)

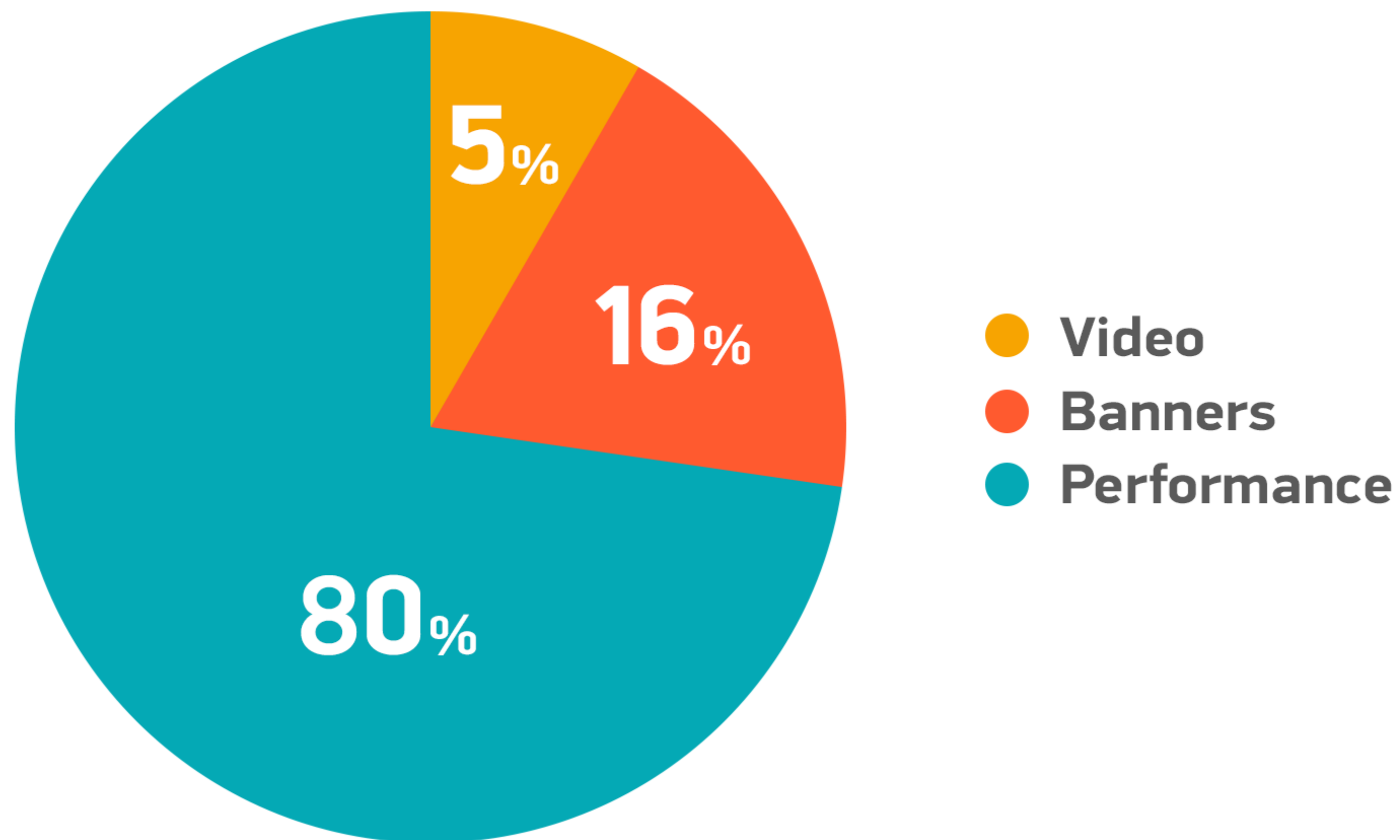


+ 19%



# ДОЛЯ ОНЛАЙН ВИДЕО

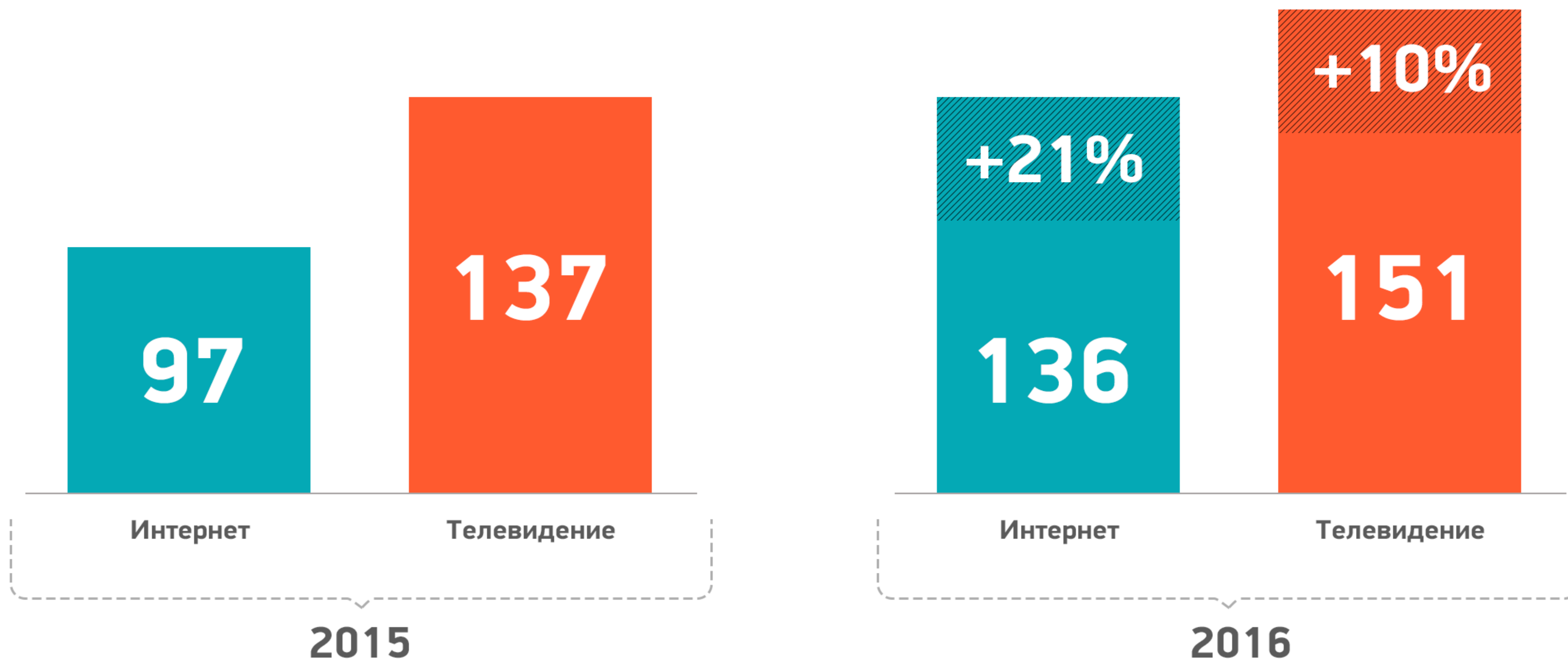
ОНЛАЙН ВИДЕО В ОБЩЕМ ДИДЖИТАЛ-ПИРОГЕ В РОССИИ





# ИНТЕРНЕТ И ТВ В РОССИИ

РЕКЛАМНЫЕ БЮДЖЕТЫ (МЛРД. РУБ.)





**ПРОГНОЗ**

**2018**

**ДОЛЯ DIGITAL  
В РУНЕТЕ  
СРАВНЯЕТСЯ  
С ДОЛЕЙ ТВ**



**T**

# **ТРАНСФОРМАЦИЯ ТВ КАК МЕДИЙНОГО КАНАЛА**

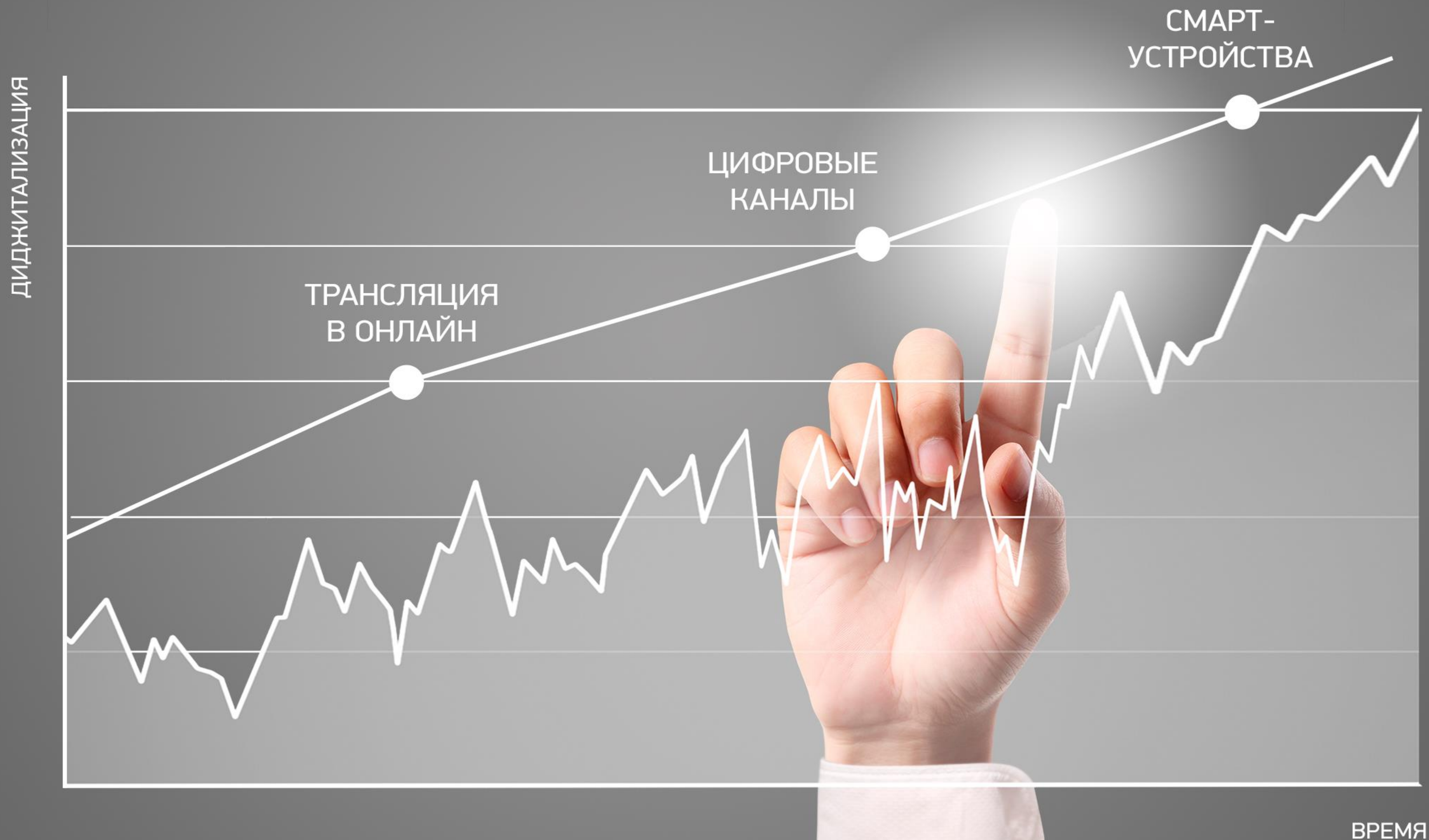


**ЭВОЛЮЦИЯ ТВ**

**ЭВОЛЮЦИЯ  
ДЛЯ ТВ =  
ДИЦИТЛИЗАЦИЯ**



# ЭВОЛЮЦИЯ ТВ





# ИЗМЕРИМОСТЬ КАНАЛОВ

## ОНЛАЙН ВИДЕО

- ОХВАТ И ЦЕЛЕВОЙ ОХВАТ
- ТВ РЕКЛАМА
- ДОСМОТРЫ ВИДЕО
- ВИДИМОСТЬ ВИДЕО
- АУДИТОРНЫЕ ОТЧЕТЫ
- КОНВЕРСИИ В ДЕЙСТВИЕ

## ТВ РЕКЛАМА

- ОХВАТ И ЦЕЛЕВОЙ ОХВАТ



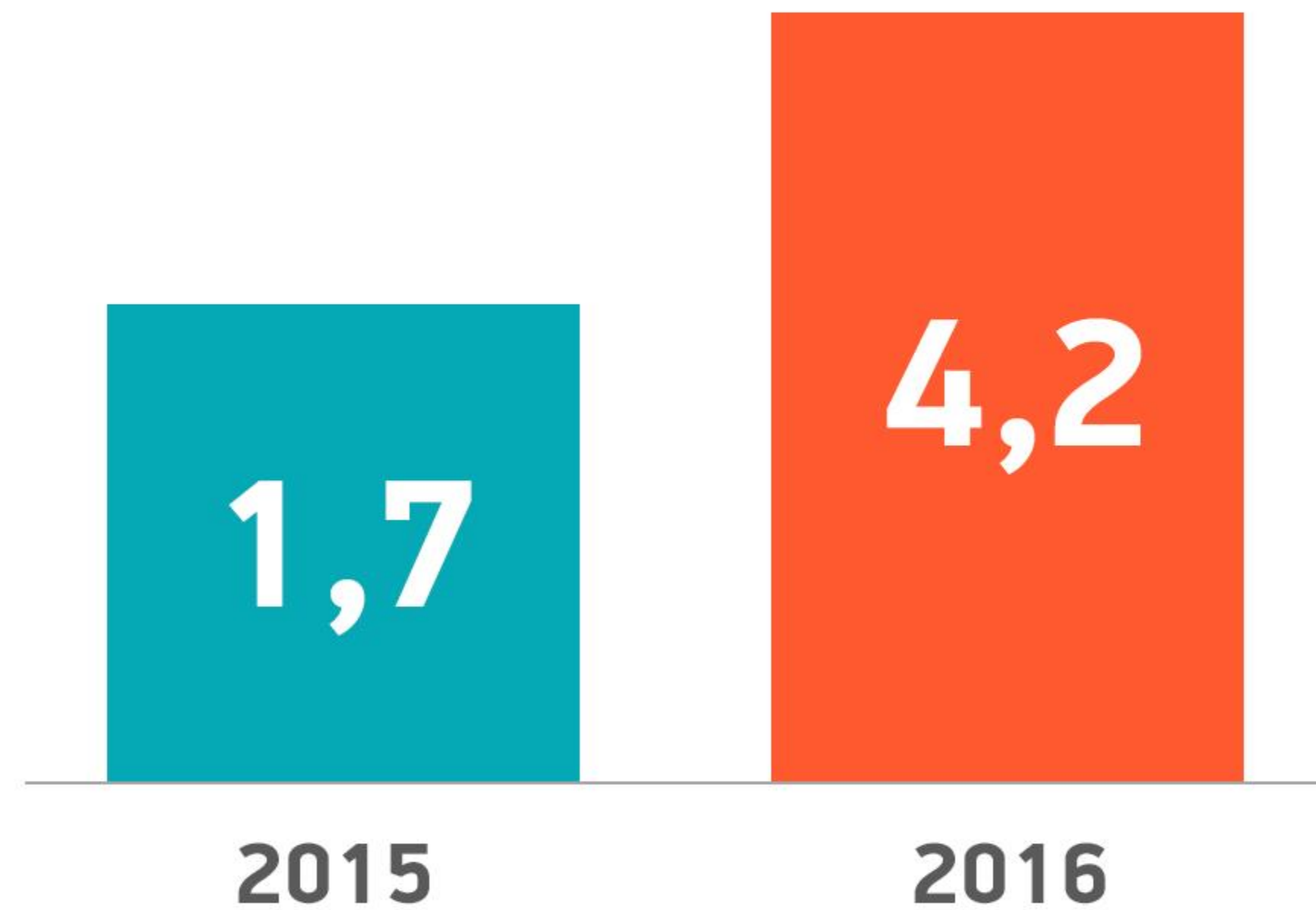
# К

## КРОСС-ДЕВАЙС ПОТРЕБЛЕНИЕ ВИДЕО-КОНТЕНТА



# СТРЕМИТЕЛЬНЫЙ РОСТ

ОБЪЕМ РАЗМЕЩЕНИЯ МОБАЙЛ ВИДЕО В МИРЕ (МЛРД. ДОЛЛАРОВ)



**+145%**



# НОВЫЕ ФОРМАТЫ

- Интерактивное видео с использованием возможностей смартфона (шейк, свайп, гироскоп)
- 360 видео
- Вертикальное видео
- Видео с субтитрами для просмотра без звука





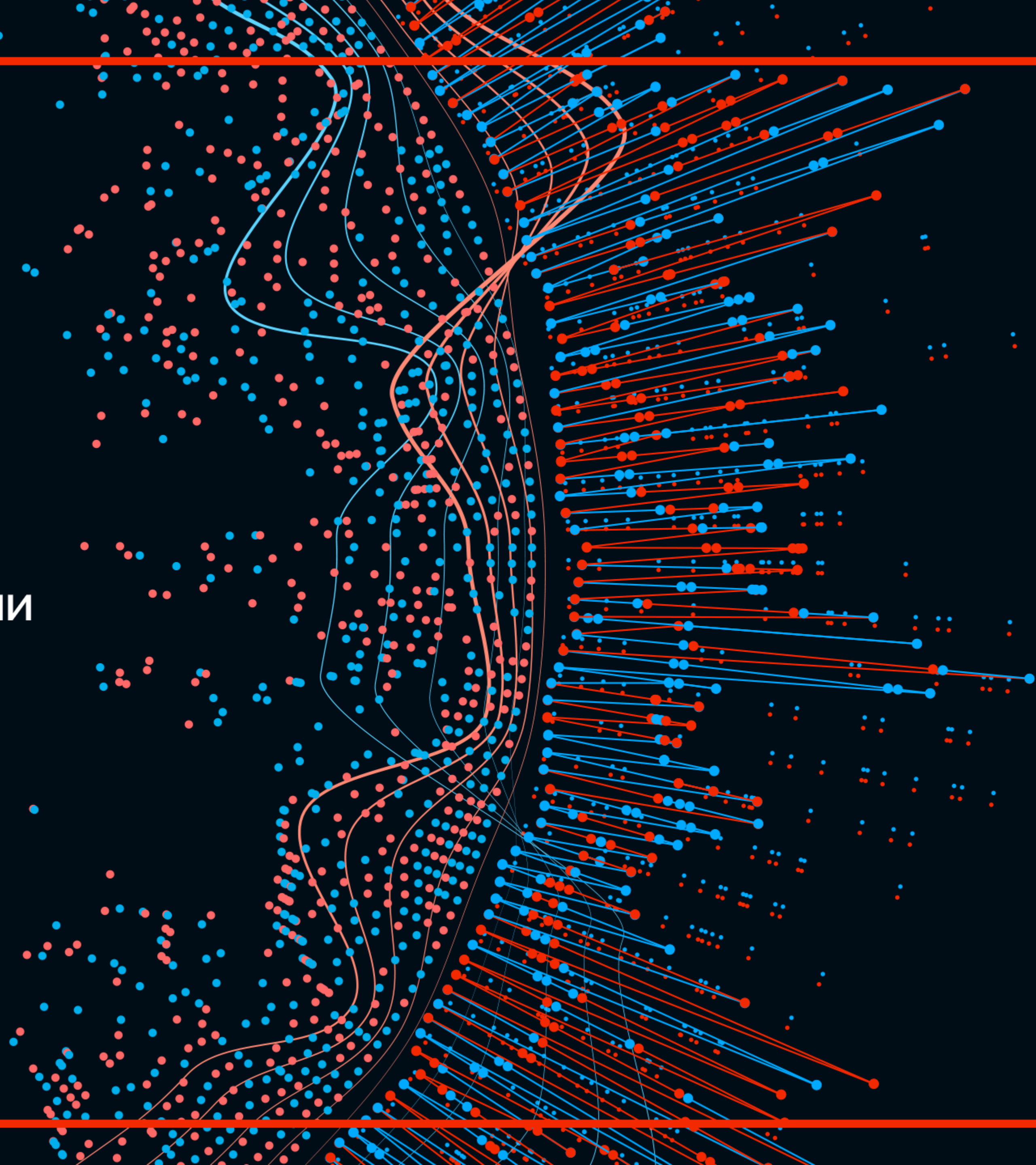
**D**

**DATA КАК ОСНОВА  
ВИДЕО-ПРОДВИЖЕНИЯ**



# НОВЫЙ ПОДХОД

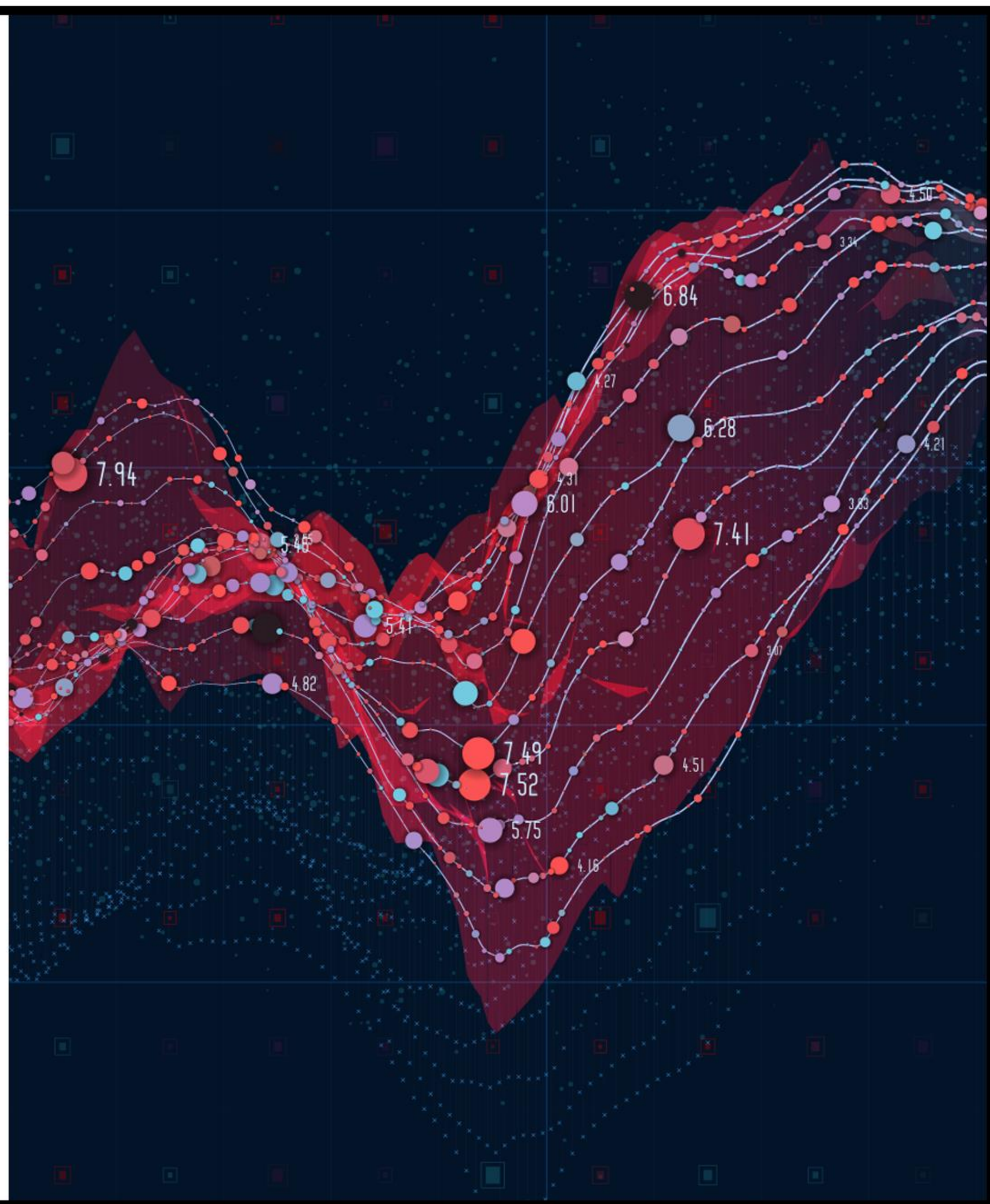
**АУДИТОРНЫЕ ДАННЫЕ**  
в центре маркетинговой стратегии





# ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ БРЕНДА

- Использование аудиторных данных дает видео-рекламе второе дыхание, увеличивая ее эффективность в performance-метриках
- Использование оффлайн-данных
- Построение собственной целевой аудитории
- Аттрибуционное моделирование
- Кросс-частота





# КЕЙС



## Задачи:

- завоевание новых клиентов
- удержание текущих клиентов



## Решение:

- анализ всей онлайн-аудитории и разделение ее на сегменты по поведенческим признакам
- создание видеороликов, кастомизированных под каждую из аудиторий
- запуск масштабной онлайн видео кампании с аудиторным таргетированием

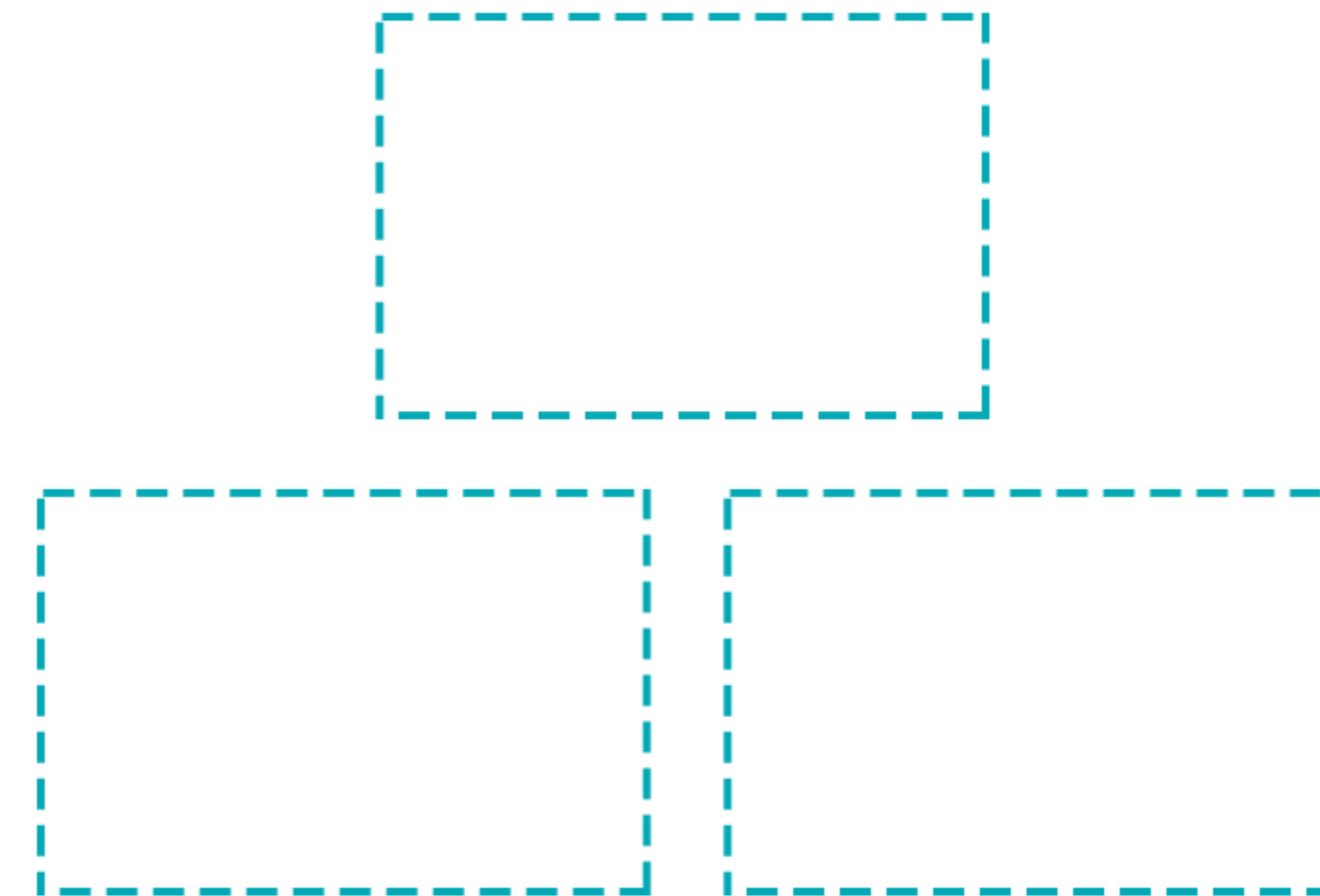




# КЕЙС



Сегментация и выделение аудиторий  
В том числе неэффективной для  
бренда аудитории для исключения ее  
из коммуникации



Набор кастомизированных  
видеороликов

Внутри всей аудиторной базы были выделены **9 сегментов**, к каждому из которых рекламодатель обращался с **кастомизированным видео роликом**



# КЕЙС

Построенные аудиторные сегменты были использованы для различных целей:

- performance
- branding
- awareness



**Audience-centric** подход к медиапланированию позволил повысить эффективность размещения за счет релевантного пользователю сообщения, а также оптимизировать медийный бюджет за счет исключения неэффективной аудитории из коммуникации



# WARNER BROTHERS HOME ENTERTAINMENT

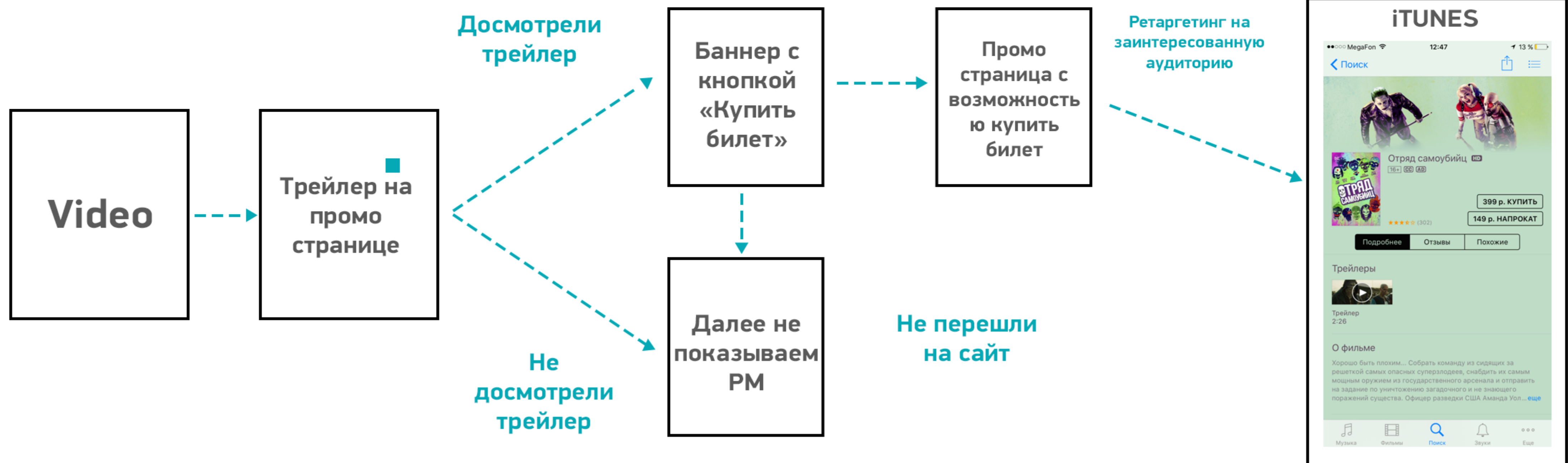
**Задача:** стимулирование продаж цифрового контента на iTunes

**Решение:** рекламная кампания с использованием собранных данных

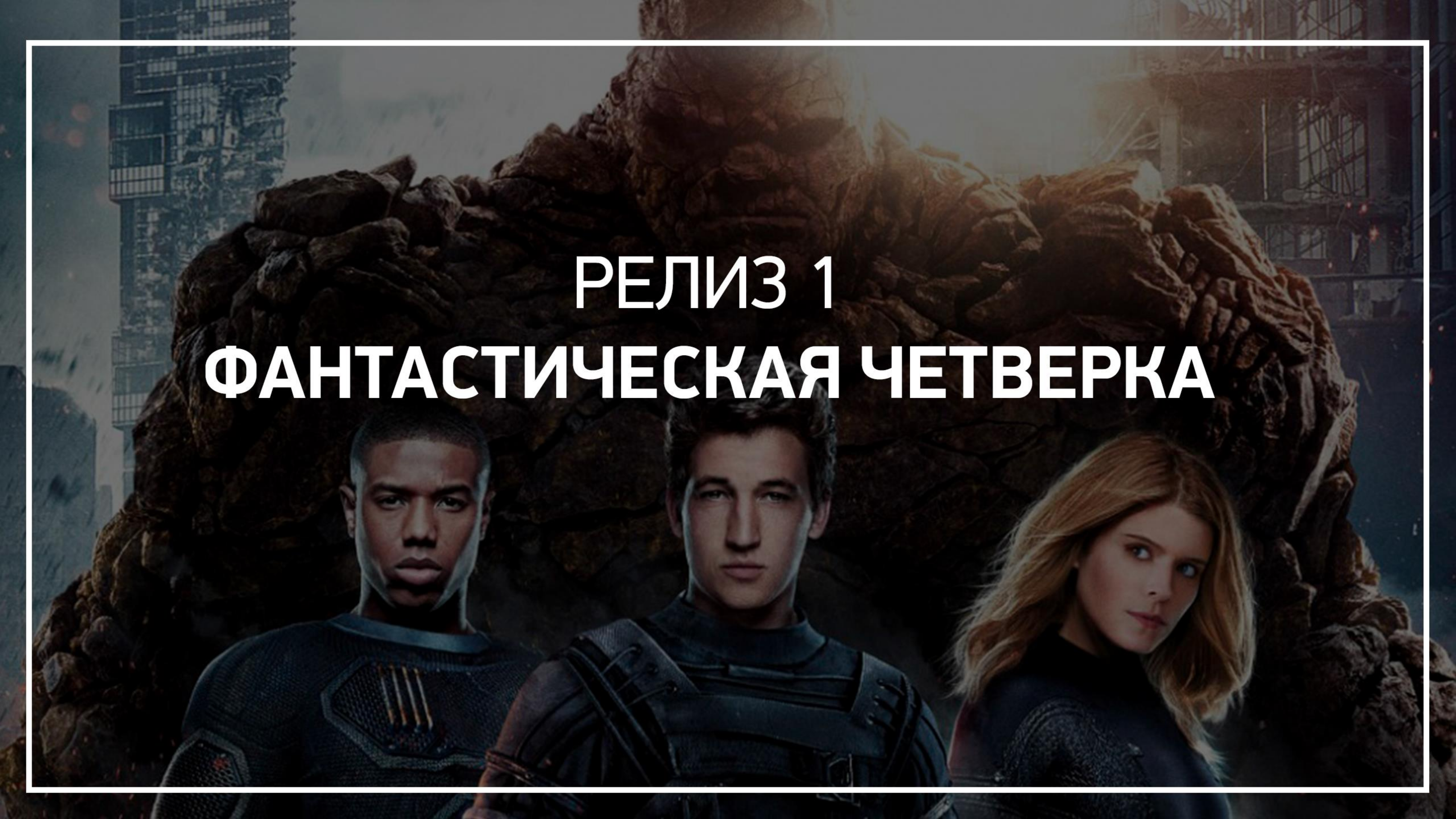
**Результаты:** конверсия в покупку релизов 5%

Продвижение кинотеатрального релиза

Выход цифрового релиза



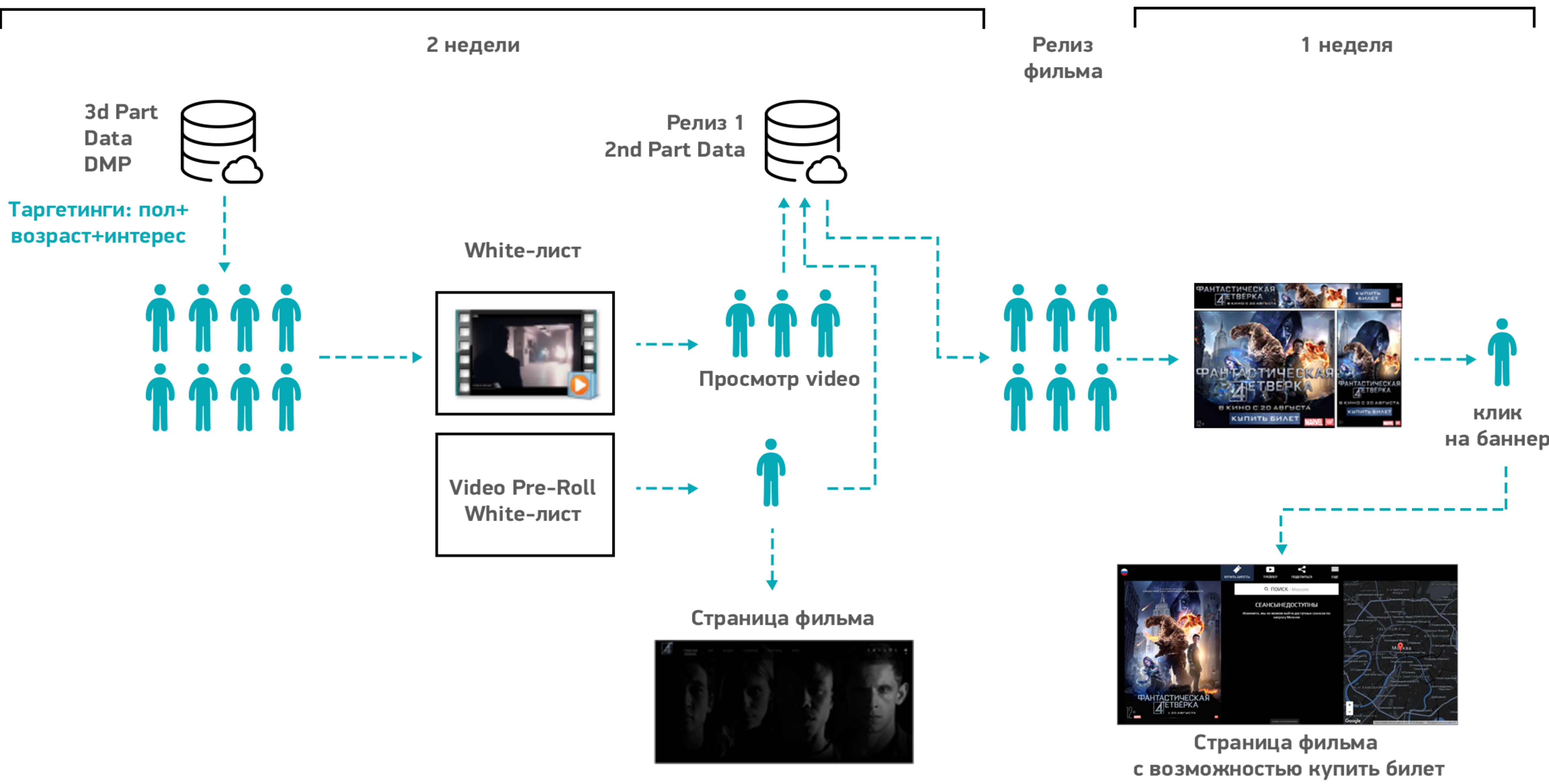




**РЕЛИЗ 1**  
**ФАНТАСТИЧЕСКАЯ ЧЕТВЕРКА**

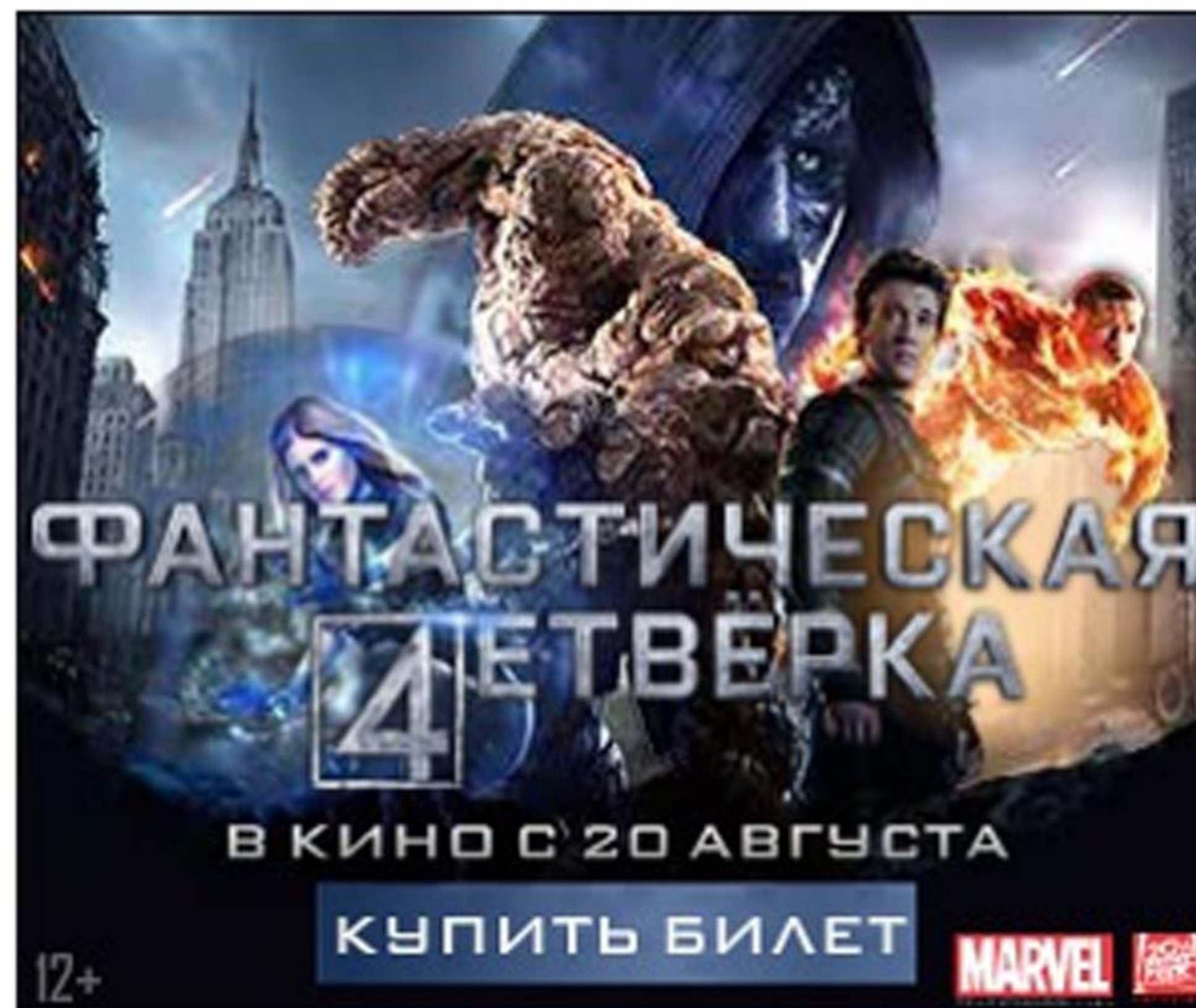
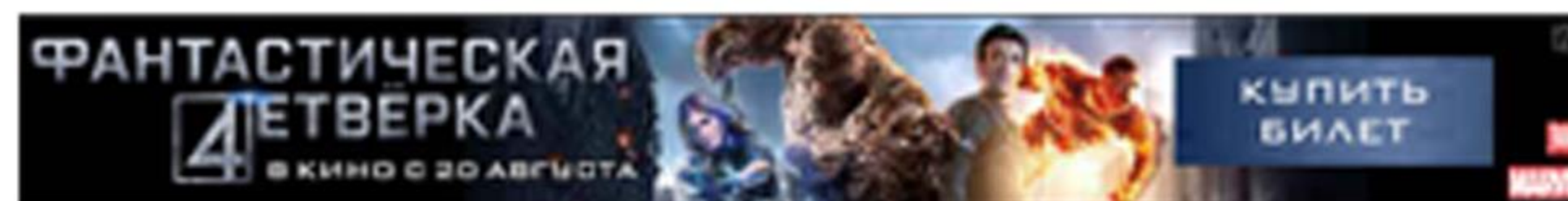


# ФАНТАСТИЧЕСКАЯ ЧЕТВЕРКА

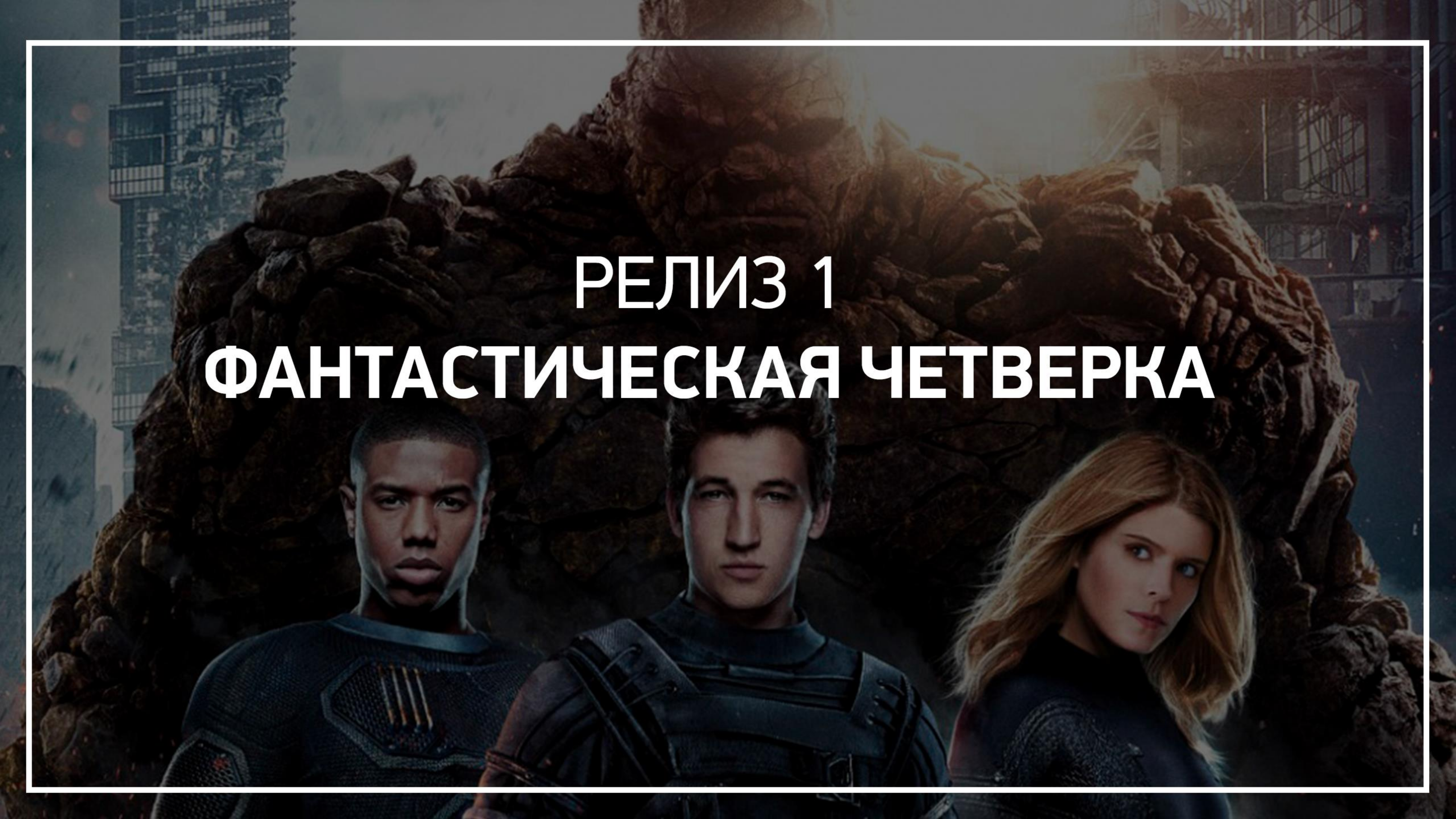




# ФАТАСТИЧЕСКАЯ ЧЕТВЕРКА. БАННЕРЫ



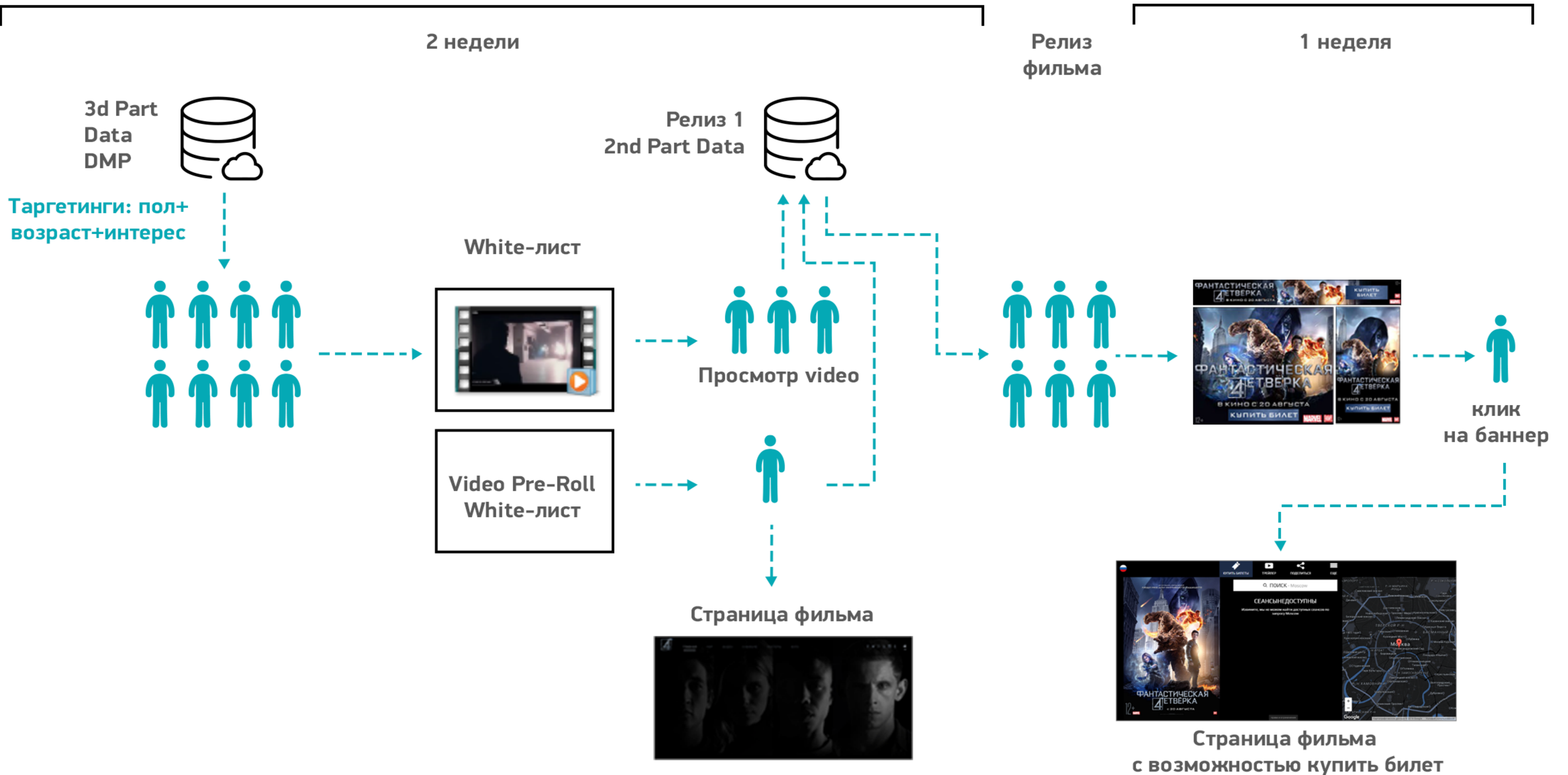




**РЕЛИЗ 1**  
**ФАНТАСТИЧЕСКАЯ ЧЕТВЕРКА**



# ФАНТАСТИЧЕСКАЯ ЧЕТВЕРКА





# ДЭДПУЛ. БАННЕРЫ

18+

# ДЭДПУЛ



**ДЕРЗКИЙ,  
КАК ПУЛЯ  
РЕЗКИЙ**

**В КИНО С  
11 ФЕВРАЛЯ**

**КУПИТЬ БИЛЕТ**

MARVEL FOX ©2016 TWENTIETH CENTURY FOX. ALL RIGHTS RESERVED.

18+

# ДЭДПУЛ

**ДЕРЗКИЙ,  
КАК ПУЛЯ  
РЕЗКИЙ**



**В КИНО С  
11 ФЕВРАЛЯ**

**КУПИТЬ БИЛЕТ**

MARVEL FOX ©2016 TWENTIETH CENTURY FOX. ALL RIGHTS RESERVED.

# ДЭДПУЛ



**В КИНО С 11 ФЕВРАЛЯ**

**КУПИТЬ БИЛЕТ**

MARVEL FOX ©2016 TWENTIETH CENTURY FOX. ALL RIGHTS RESERVED.

18+

# ДЕРЗКИЙ, КАК ПУЛЯ РЕЗКИЙ

# ДЭДПУЛ



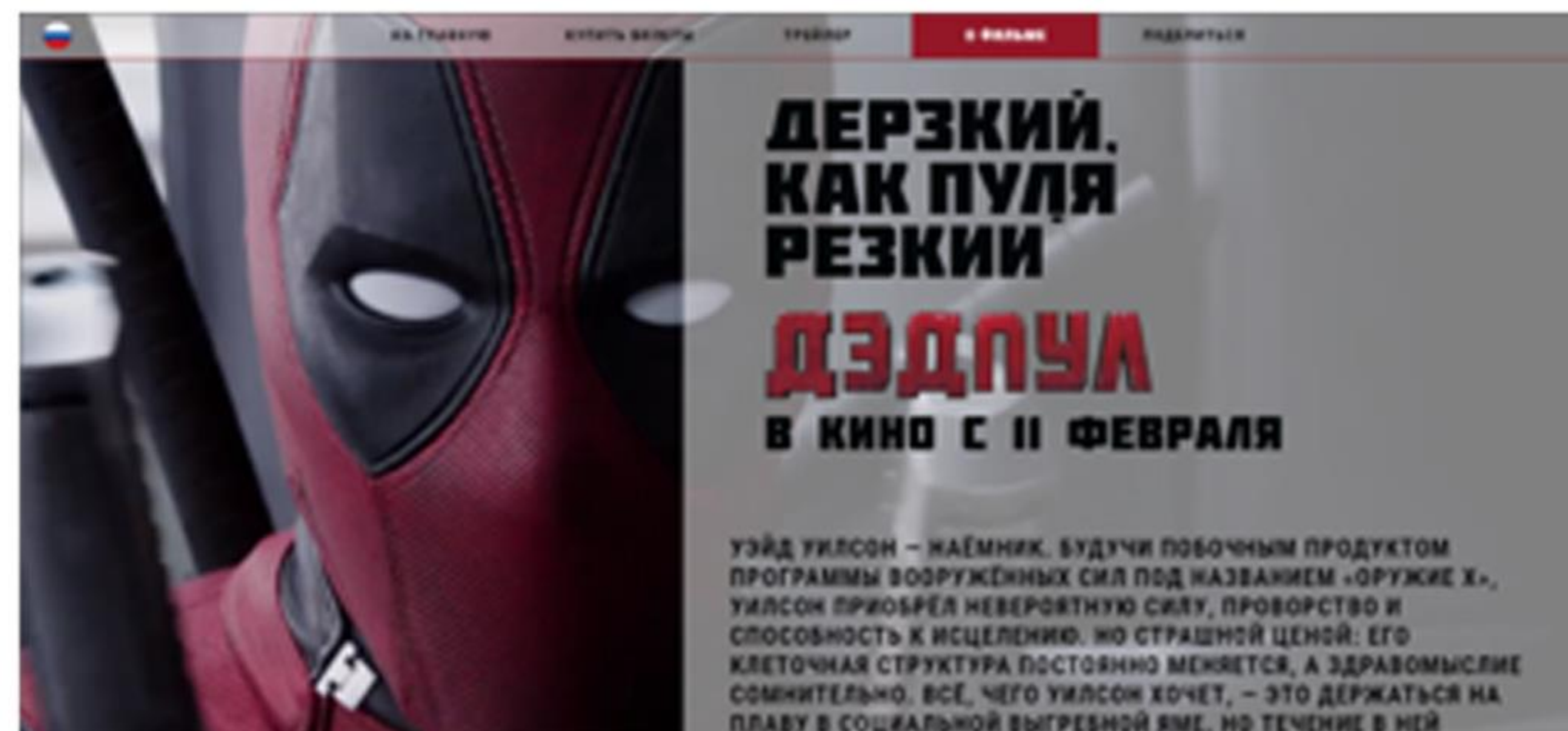
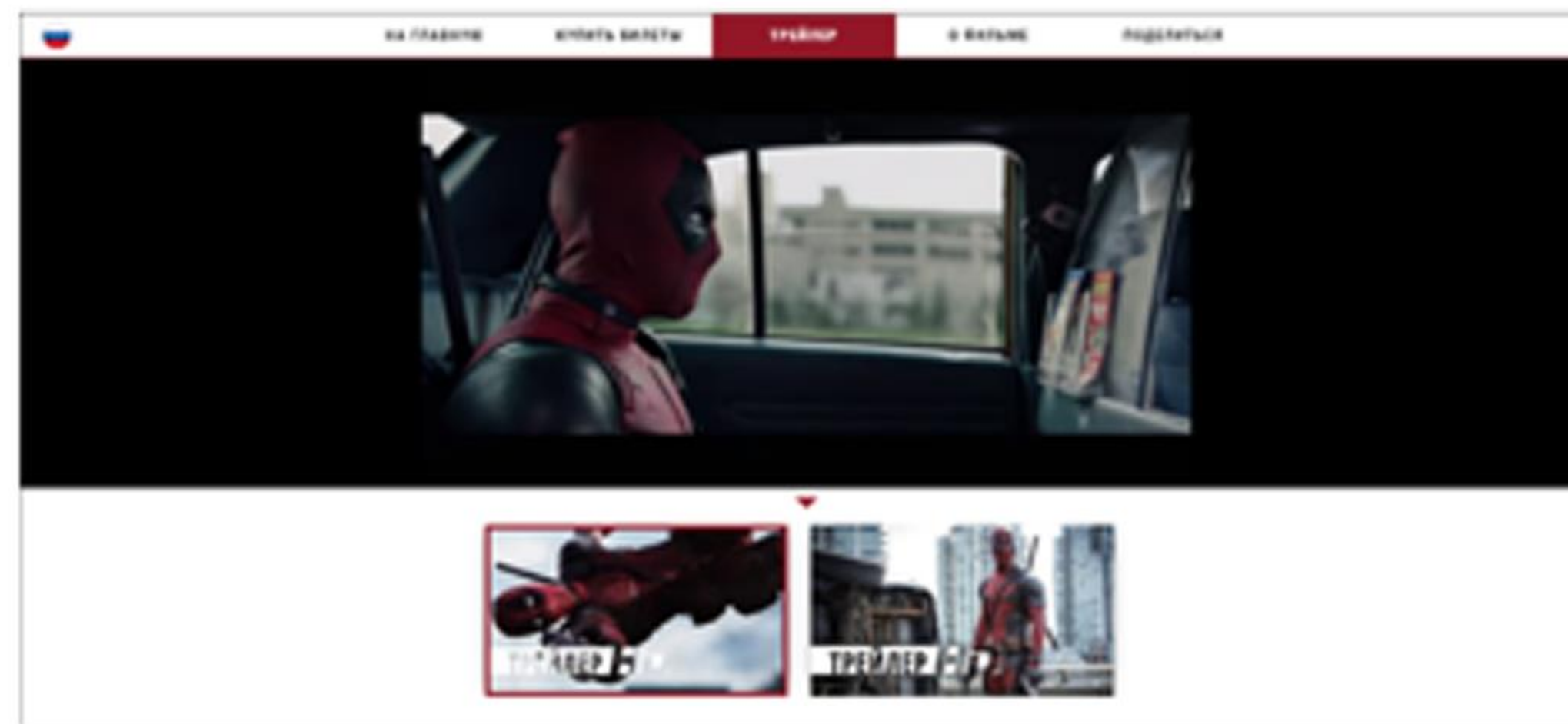
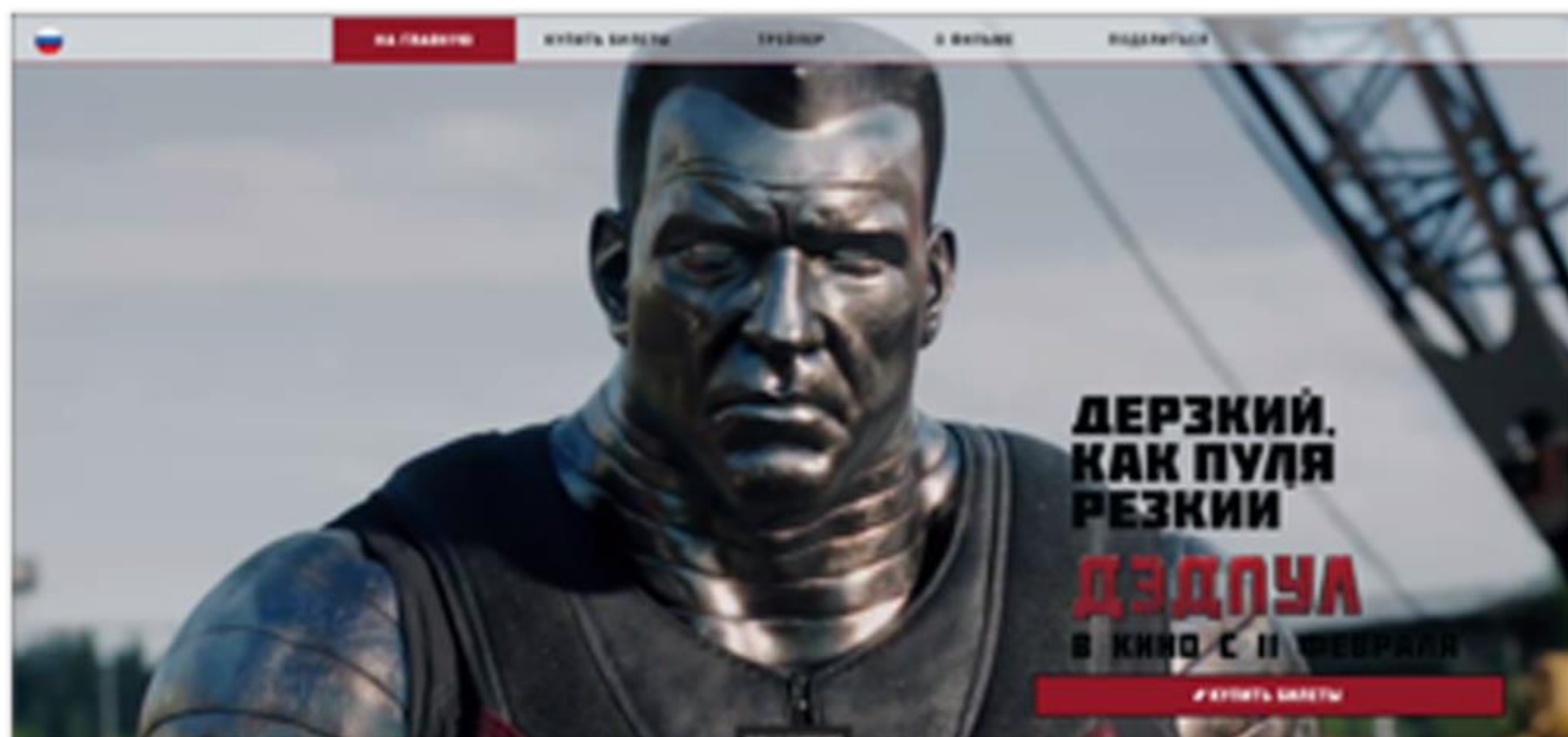
**В КИНО С  
11 ФЕВРАЛЯ**

**КУПИТЬ БИЛЕТ**


MARVEL FOX ©2016 TWENTIETH CENTURY FOX. ALL RIGHTS RESERVED.



# ДЭДПУЛ. LANDING PAGE



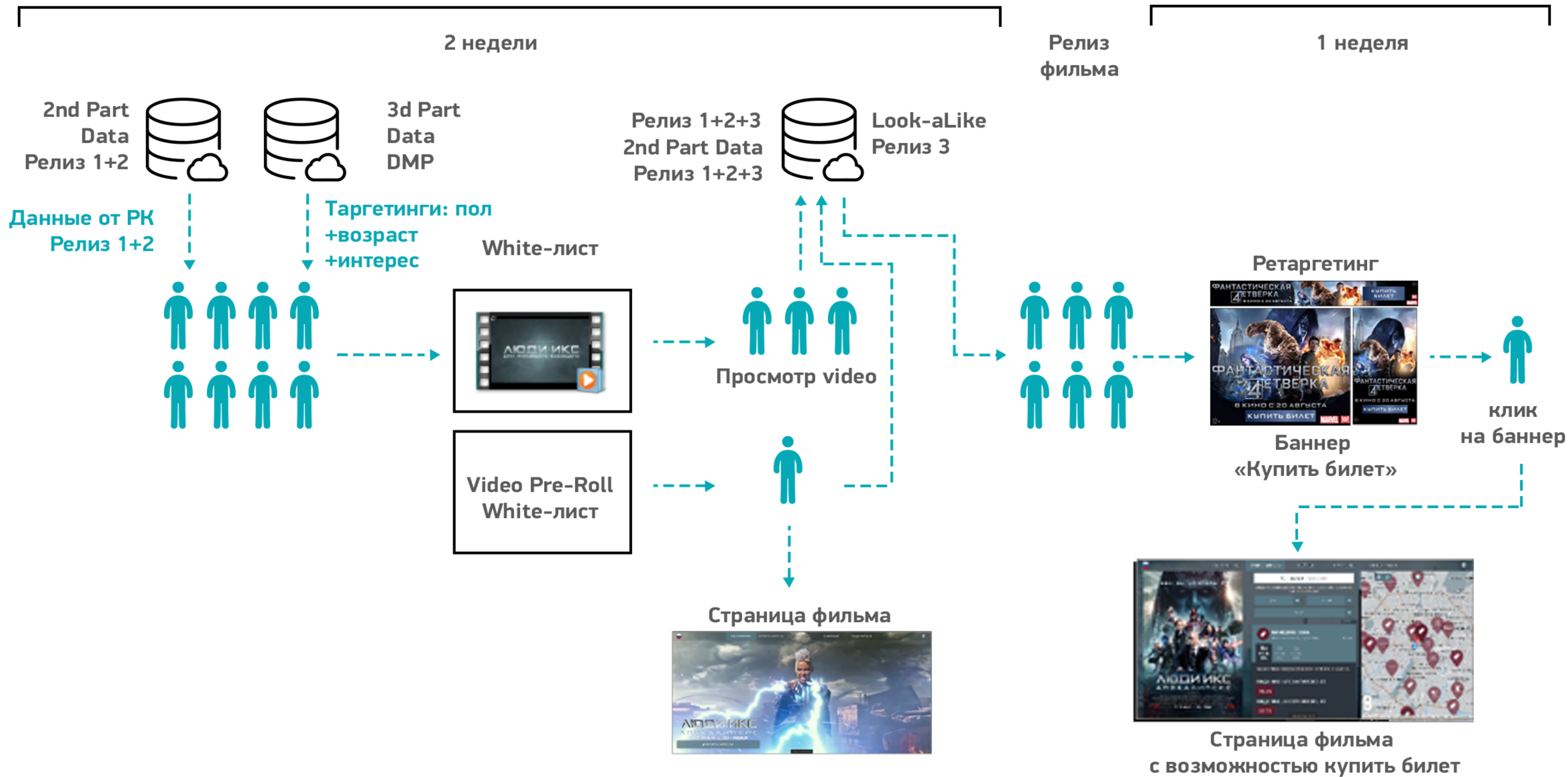




**РЕЛИЗ З  
ЛЮДИ Х: АПОКАЛИПСИС**



# ЛЮДИ X: АПОКАЛИПСИС



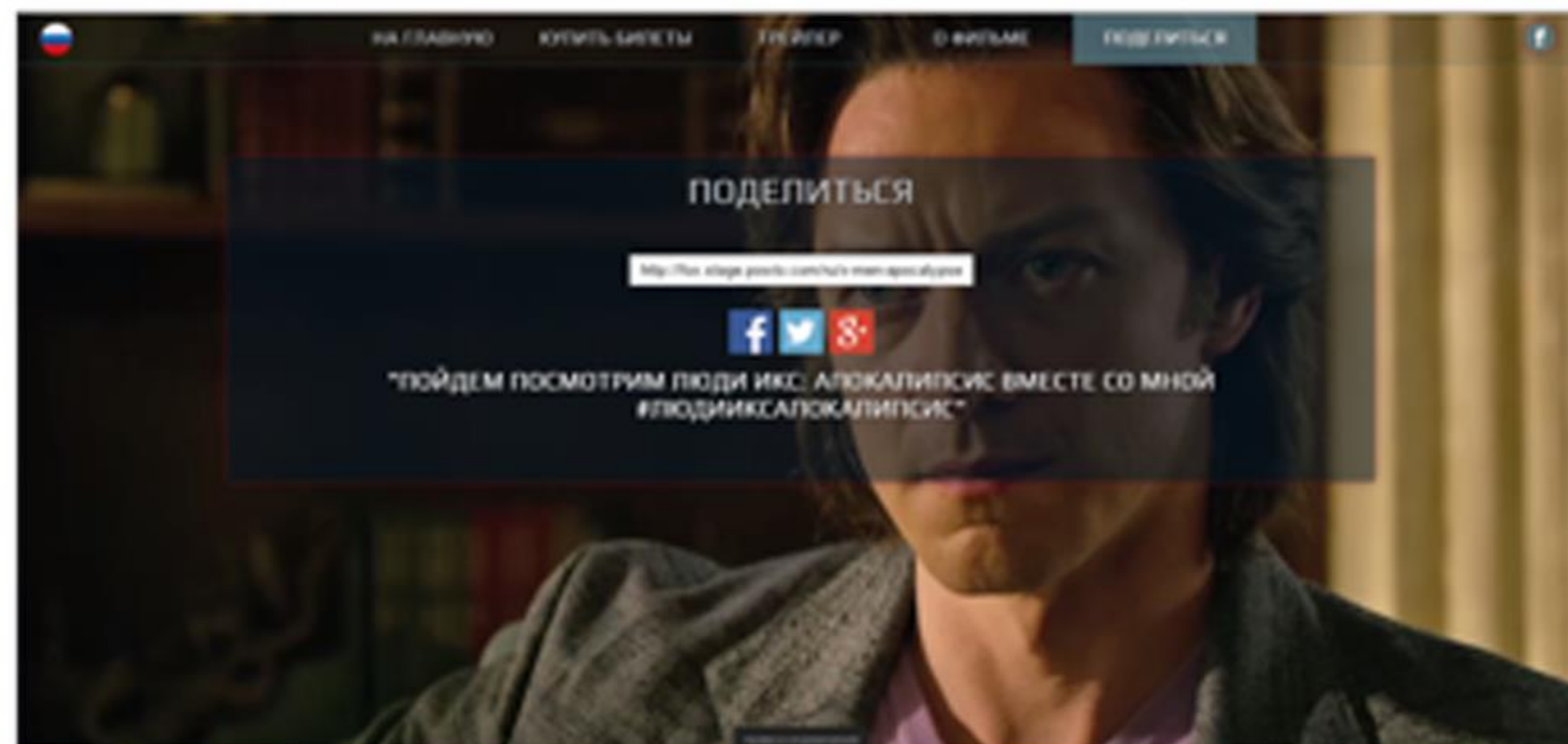
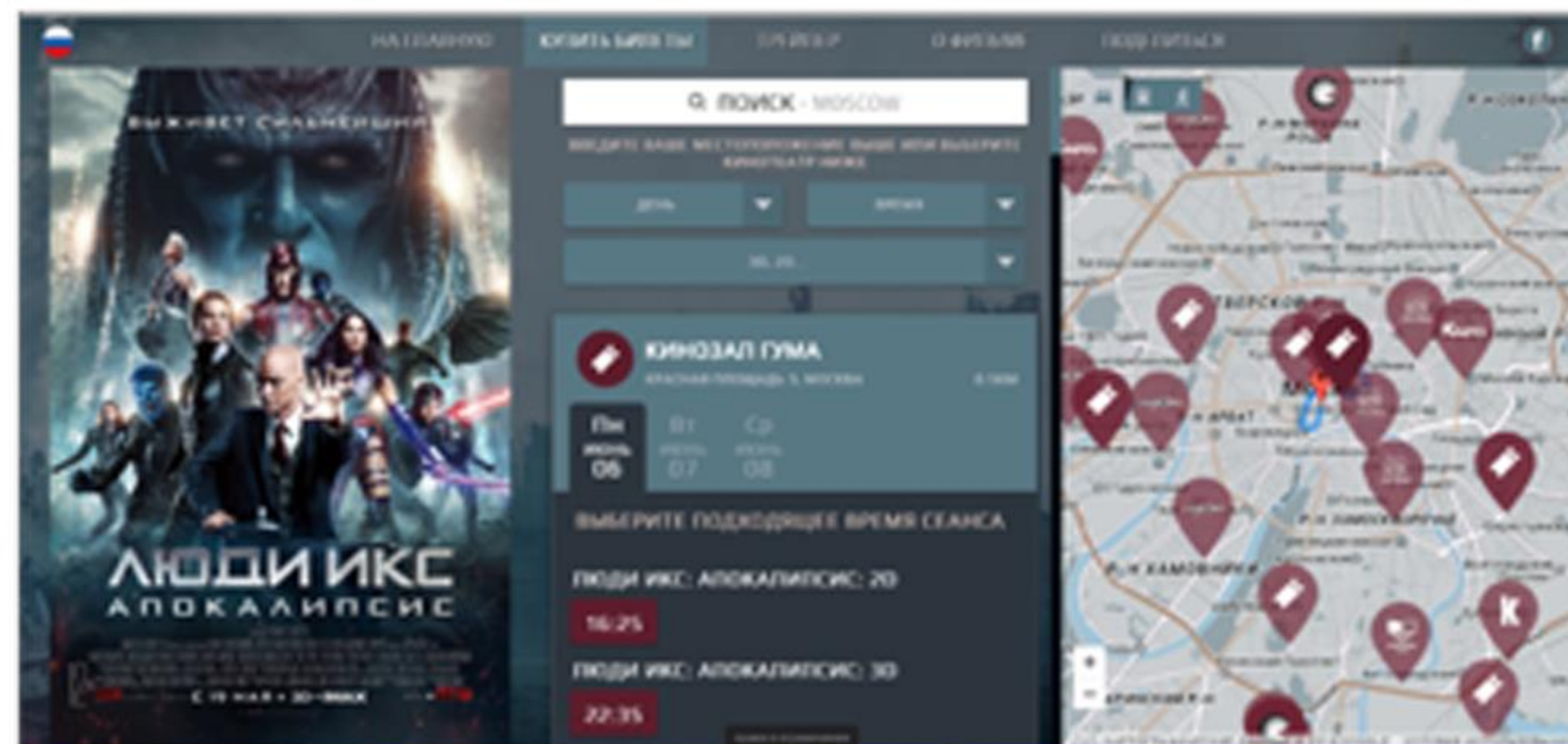
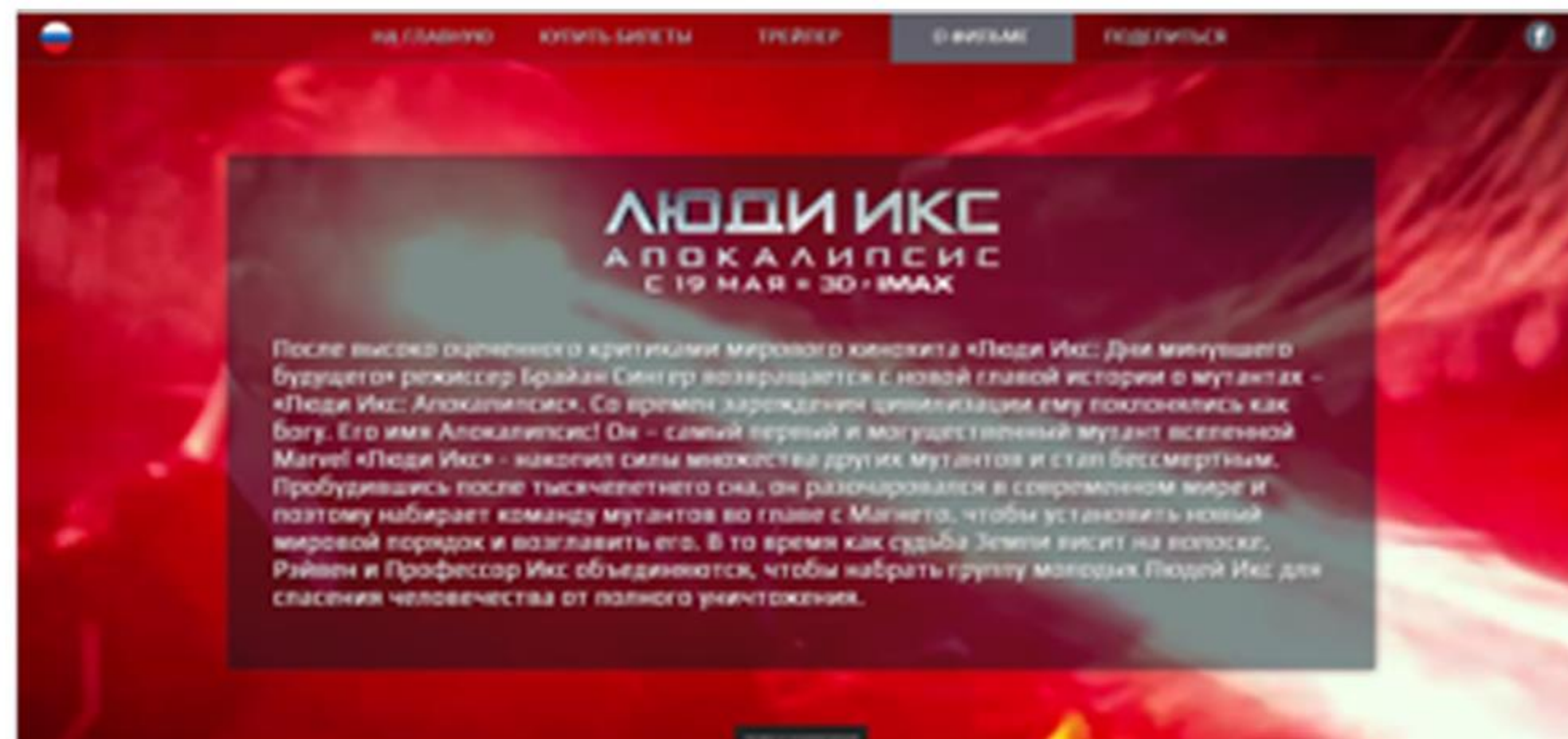


# ЛЮДИ X. БАННЕРЫ





# ЛЮДИ X. LANDING PAGE





# DATA-ПОДХОД К СОЗДАНИЮ КРЕАТИВА

- Рекламодатели снимают один ролик для ТВ и используют его же для онлайн-размещений
- Не учитываются особенности потребления видео в онлайн
- Не учитываются возможности аудиторного таргетирования в онлайн

## РАНЬШЕ

## В БУДУЩЕМ

- Рекламодатели адаптируют видео для онлайн-размещения
- На основе анализа своей аудитории рекламодатели обращаются адресно к каждому пользователю, учитывая и используя возможности диджитал-канала



**АЛЕКСЕЙ ГЕРЦИК**

DIGITAL MEDIA DIRECTOR, NECTARIN

**MATHIEU ROCHE**

GLOBAL BUSINESS DEVELOPMENT DIRECTOR, WEBORAMA

**THANKS**