



Видеоблоги в эпоху карантина

Как меняется потребление, основные тренды, перспективы и барьеры

Yoola

Карантин – время больших возможностей

- Любой кризис таит в себе скрытые возможности. Сейчас мы переживаем небывалый этап в истории, в котором очень важно не потеряться и постараться максимально использовать его потенциал. Несмотря на падение в ряде экономик (спорт, туризм, общепит, гостиничный бизнес, ивенты и концерты), многие компании и бизнесы получают дополнительные возможности для роста - кому то удастся перестроить свою модель на ходу (например доставка для ресторанов), другие изначально сделали ставку на дистанционные продукты (развлекательные сервисы, онлайн кинотеатры, обучающие программы) и видят сейчас огромный рост.
- В данный момент YouTube переживает небывалый **всплеск активности и просмотров**, так как большинство людей по всему миру не выходят из дома, и у них много свободного времени. У каждого автора появилась **возможность роста**. Впервые с момента изобретения интернета большинство людей по всему миру сидят дома и находятся онлайн. Это возможность охватить новую аудиторию и расширить свои сообщества. Сейчас отличное время экспериментировать с форматами и реализовать новые идеи. Особенно стали актуальны **прямые трансляции**.
- Этот период открывает отличные возможности для блогеров и их рекламодателей

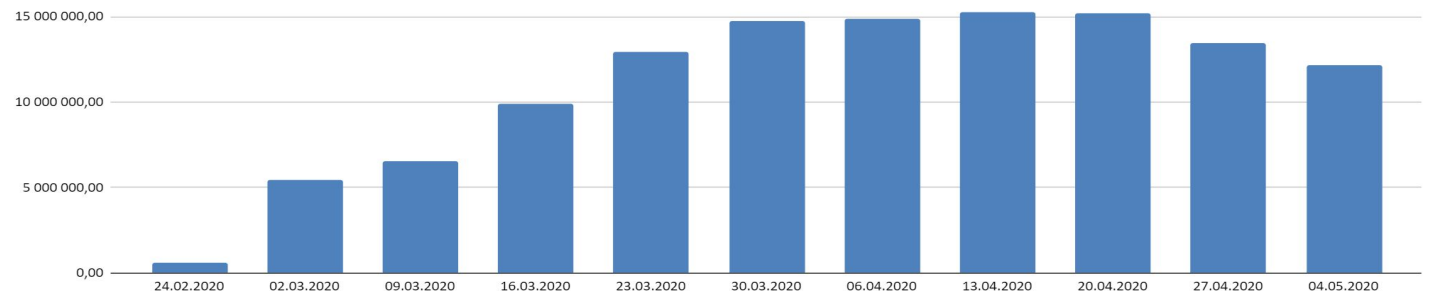
Медиа

В России в последнюю неделю марта случился рост аудитории ТВ. 30–31 марта — в понедельник и вторник «карантинных каникул» — количество зрителей **выросло на 30%** по сравнению с другими буднями марта, причем во всех возрастных группах. Аудитория новостных программ в последние дни марта увеличилась **на 50%**. В начале марта россияне смотрели новости в среднем **17 минут в сутки**, а в последние дни марта — 26 минут. Рост обусловлен еще и тем, что многие операторы платного ТВ с началом самоизоляции предоставляют бесплатный доступ к своему контенту.



YouTube

- Общее количество просмотров в русскоязычном YouTube с февраля 2020 года выросло на 11%, а время просмотра — на 15%*.
- Также растет просмотр YouTube контента в Яндекс Эфир - прирост почти 70%



*данные Yoola PRO, показывают статистику каналов входящих в систему

Как изменилось смотрение в карантин



- За первые **5** месяцев **2020** просмотры в YouTube **выросли на 30%**, а само время просмотров — **на 40%**. В России зрителей YouTube стало **больше примерно на четверть**, чем было в прошлом году.
- Прошлой весной пользователь **смотрел 20 видео** на YouTube, а сейчас — **24**.
- Уникальных пользователей было меньше до карантина (февраль-март) — в апреле-мае их число **выросло на 21%**. Это может быть связано также с тем, что люди стали использовать больше девайсов (телефон, планшет, рабочий компьютер).
- Изменилась и популярная тематика видео: **вместо тревел-блогеров и фитоняшек, пришли DIY-блогеры и науч-поп**
- Комментарии **стали оставлять чаще на 15%** — это связано с тем, что у зрителей появилось больше свободного времени и большая потребность в общении.

Тренды YouTube



Зарядка со звездой (Ляйсан Утяшева, Павел Воля)
https://www.YouTube.com/channel/UCcQv51doHKYQg9_1soCYGOQ

Большое число межканальных коллабораций - уникальный обмен трафиком с центром на одной выбранной площадке/канале.

Большие и средние креаторы общаются по видеосвязи с коллегами по индустрии в домашней непринужденной обстановке. Такой формат коллабораций позволяет креаторам разного масштаба привлекать на свой канал более крупных мейкеров и артистов БЕЗ длительных коммуникаций с их менеджментом (time to market минимальное)

Значимость для брендов: уникальная возможность интегрироваться в контент креаторов небольшого масштаба с косвенным привлечением аудитории более крупного креатора/артиста / селебрити.

Коммуникационная кампания с большим числом блогеров на ОДНОЙ площадке.

Тренды Digital контента



ПРОДУКТОВЫЕ СТРИМЫ С БЛОГЕРАМИ

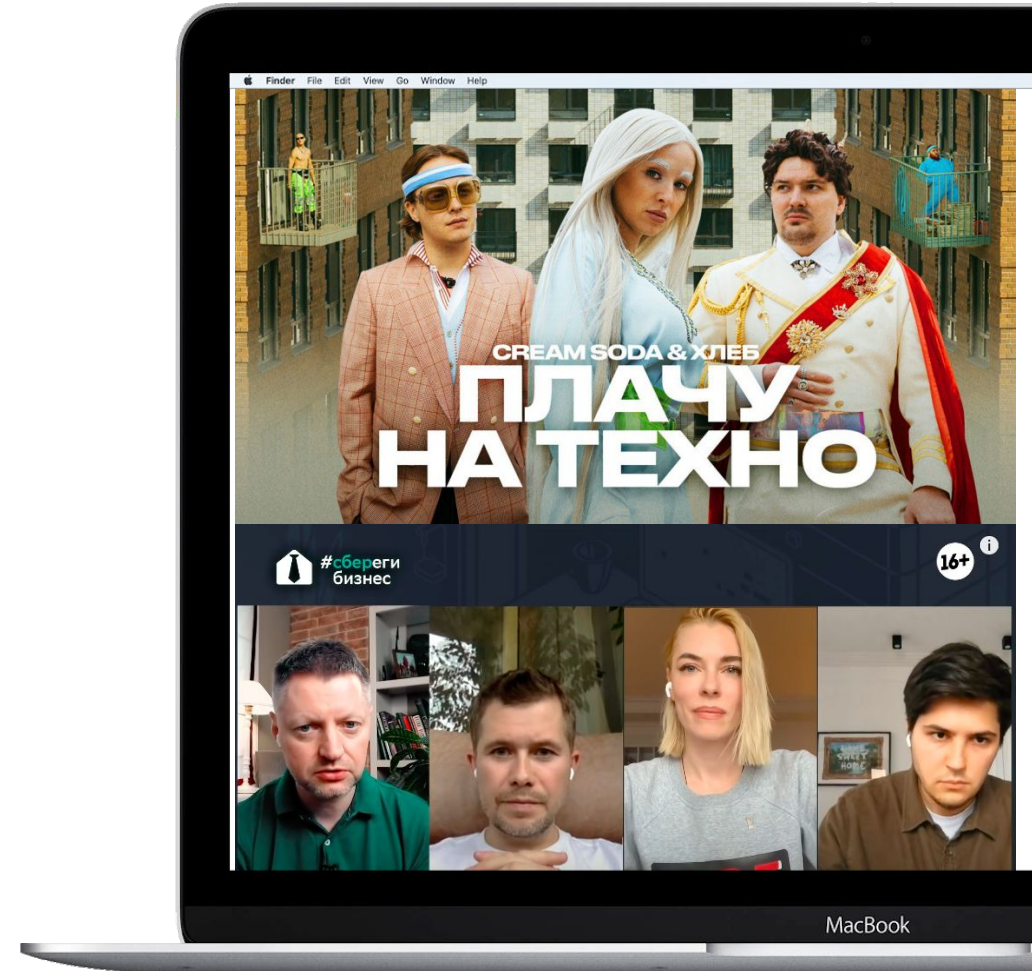
ПРИВЛЕЧЕНИЕ АУДИТОРИИ БЛОГЕРА К ПЛОЩАДКЕ БРЕНДА

УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ В ПРЯМОМ ЭФИРЕ ЗА СЧЕТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТОВАРОВ БЛОГЕРОМ В ЕГО ДОМАШНЕЙ ОБСТАНОВКЕ (МАКСИМАЛЬНАЯ НАТИВНОСТЬ)

ЛОЯЛЬНЫЕ ЦЕНЫ НА ПРОИЗВОДСТВО (ОТСУТСТВИЕ ЗАТРАТ НА СТУДИЙНЫЕ СЪЕМКИ, ПОСТ-ПРОДАКШН И ТД)

Тренды Digital контента

- Команда **«Чикен Карри»** при поддержке компании **«ПИК»** представила свою версию адаптации к новой реальности: вместе с группой Крем Сода они записали кавер версию песни Плачу на Техно (Хлеб), которая вышла еще в 2017 году. Клип полностью снят на балконах жилого комплекса Мещерский, адополнительный колрит придает участие танцора из песни UNO (Little Big). на сегодня клип собрал 22 млн просмотров.
- Бизнес на удаленке: **Сбербанк** и **Leo Burnett Moscow** запустили антикризисное YouTube-шоу снятое в жанре screenlife (zoom эфир)



Интеграции у блогеров

1. Растут просмотр и вовлеченность
Увеличивается конверсия и средний чек (для digital продуктов)

2. Часть рекламодателей уходит и перераспределяет бюджеты, высвобождая слоты у известных блогеров

3. Продакшн становится дешевле из-за отсутствия студий и локаций
Контент становится более нативным (все снимается и монтируется дома)



Сеть из более чем 4500 мейкеров



Топовые имена (Дудь, Ивлеева, Дневник хача и другие)



Самый большой российский канал в мире (Like Nastya) *

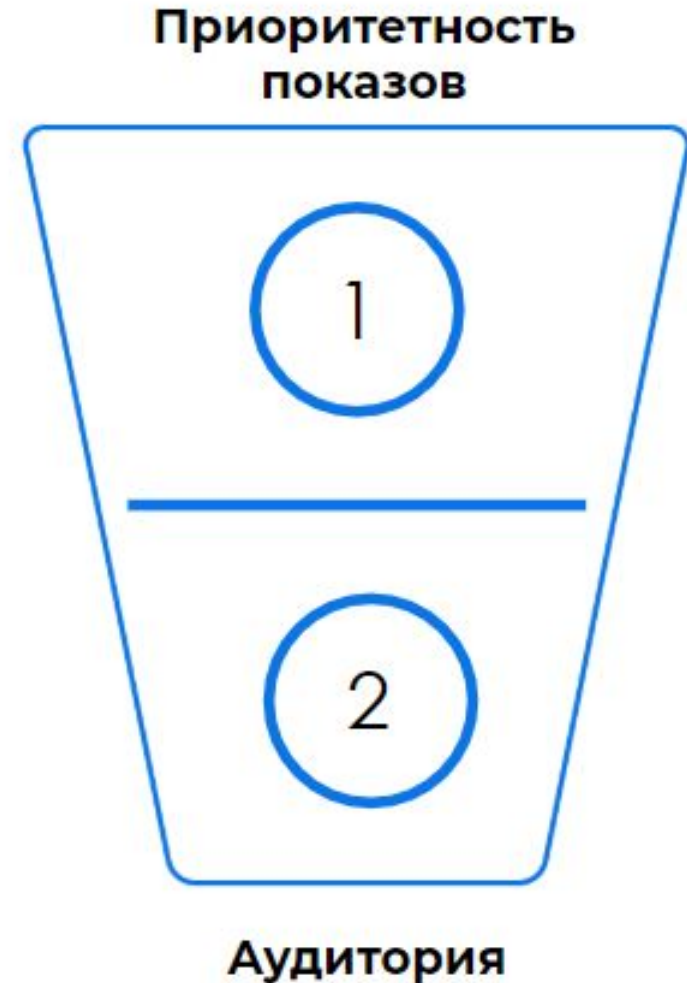


Самая большая сеть геймерских каналов (2500)

*Forbes 2020 год,
54, 3 млн. подписчиков

Закупка рекламы по модели Video Reserve

- модель закупки рекламы на каналах блогеров минуя аукцион по уникальной цене
- сеть из более чем 10 млрд просмотров контента в месяц
- доступны все рекламные форматы YouTube
- фиксированная цена размещения, на любой период независимо от аукциона
- наивысший приоритет в распределении показов
- возможность полного (100% SOV) выкупа инвентаря на выбранном канале или отдельном ролике



Запуск спецпроектов



СОЗДАНИЕ СПЕЦПРОЕКТА
ПОД КЛЮЧ С УЧАСТИЕМ
БЛОГЕРОВ ВХОДЯЩИХ В
НАШУ СЕТЬ
(4 500 БЛОГЕРОВ, БОЛЕЕ
1,5 МЛРД ПОДПИСЧИКОВ, 9
БРИЛЛИАНТОВЫХ И 200 +
ЗОЛОТЫХ КНОПОК)



РАЗРАБОТКА DIGITAL
СТРАТЕГИИ 360 С
ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ВСЕГО
ИНВЕНТАРЯ YOOLA



СОБСТВЕННАЯ
ПРОДАКШН СТУДИЯ ДЛЯ
ПРОИЗВОДСТВА
КОНТЕНТА ЛЮБОЙ
СЛОЖНОСТИ



КОМПЛЕКСНОЕ
ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПО
РАЗРАБОТКЕ И ЗАПУСКУ
YouTube КАНАЛА
(СРЕДИ РЕАЛИЗОВАННЫХ
ПРОЕКТОВ QIWI,
NETSTALKERS, ВПИСКА)

СПАСИБО

ads@yoola.com

Yoola