

# КАК ЗАВОЕВАТЬ ВНИМАНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ?



INNOVATION LAB



tobii pro



INNOVATION LAB



tobii pro



# Кирилл Суриков

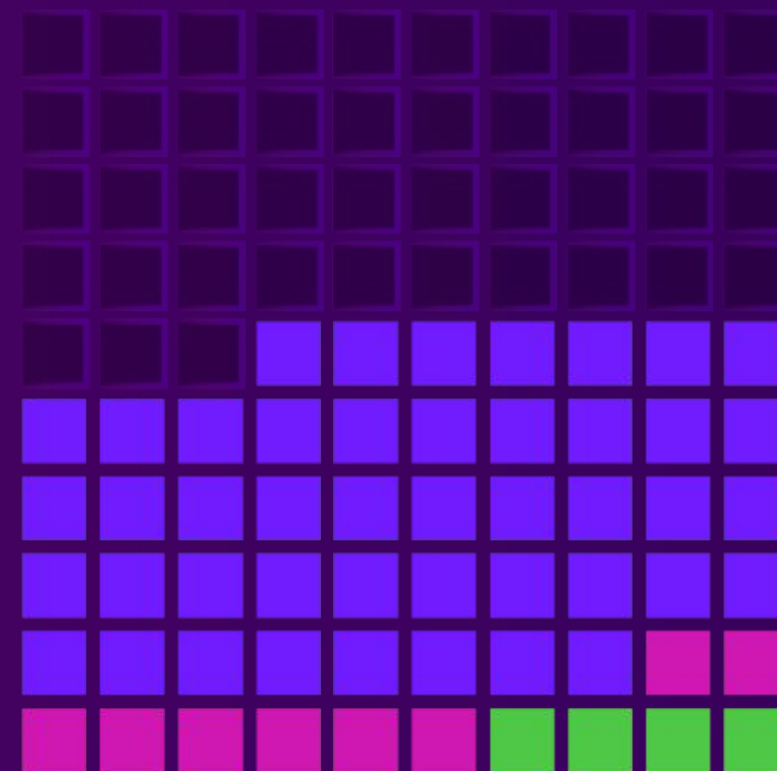
Директор по развитию  
**Mediatoday**

# ПРАВИЛО:

ONLINE-РЕКЛАМА НЕ РАБОТАЕТ, ЕСЛИ НЕ ПРИВЛЕКАЕТ ВНИМАНИЕ.



ИЗ ВЫБОРКИ В 100  
МЕДИЙНЫХ  
ПОКАЗОВ



**57\***

ВИДИМЫЕ (MRC STANDARD)

**12\*\***

ДЕЙСТВИТЕЛЬНО УВИДЕНЫ

**4\*\***

БЫЛИ В ЗОНЕ ВНИМАНИЯ  
БОЛЕЕ ОДНОЙ СЕКУНДЫ

\*Moat Analytics (UK, Q2, 2018)

\*\* Based on Lumen IR panel benchmarks (Sep, 2018)



INNOVATION LAB



tobii pro

СОЦИАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ  
ПОКАЗЫВАЮТ, ЧТО

ЧЕМ ДЛИТЕЛЬНЕЕ КОНТАКТ С ИНФОРМАЦИЕЙ,  
ТЕМ ВЫШЕ ВЕРОЯТНОСТЬ ТОГО,  
ЧТО ЧЕЛОВЕК ЕЕ ЗАПОМНИТ.

**Источник:** Научно-технические ведомости СПбПУ 3,2011, Экономические науки. Методы учета запоминаемости рекламы при расчете показателей медиапланирования, А.И. Климин



INNOVATION LAB



tobii pro




INNOVATION LAB



tobii pro

# ВОПРОС:

А КАКИЕ ФОРМАТЫ  
ДЕЙСТВИТЕЛЬНО  
ПРИВЛЕКАЮТ  
ВНИМАНИЕ?



# НА ПОМОЩЬ ПРИХОДИТ EYE-TRACKING

«**CATS**» совместно с «**INNOVATION LAB**»  
провели исследование с помощью  
**EYE-TRACKING TOBII PRO:**

Изучили в режиме реального времени, как  
пользователи считывают контент и замечают  
ли рекламу.



INNOVATION LAB



tobii pro

МЕТОДОЛОГИЯ

# ИССЛЕДОВАНИЯ

- 100 РЕСПОНДЕНТОВ НА КАЖДУЮ КАТЕГОРИЮ (БАННЕР, IN-IMAGE, SKIN)
- ВСЕ ГРУППЫ БЫЛИ СОБРАНЫ В ОДИНАКОВЫХ ПРОПОРЦИЯХ ПО ПОЛУ И ВОЗРАСТУ.
- МУЖЧИНЫ И ЖЕНЩИНЫ, 18-45 ЛЕТ

Применяемая технология: eye-tracking от tobii pro. Eye tracking выполняет важную задачу отслеживания внимания пользователя во время просмотра той или иной страницы.



INNOVATION LAB



tobii pro



# УСЛОВИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ:



INNOVATION LAB



tobii pro



**1.** ОДИНАКОВЫЙ ДИЗАЙН  
У ВСЕХ КРЕАТИВОВ.



**2.** ОДИНАКОВЫЕ ОПРАШИВАЕМЫЕ  
ГРУППЫ – М/Ж 18-45.



**3.** ОДИНАКОВОЕ ВРЕМЯ  
КОНТАКТА С САЙТОМ.



**4.** ОДИНАКОВОЕ ОКРУЖЕНИЕ  
У КРЕАТИВОВ.







INNOVATION LAB



tobii pro

В ИССЛЕДОВАНИИ  
ИСПОЛЬЗОВАЛИСЬ  
3 РЕКЛАМНЫХ

**ФОРМАТА:**

**-IN-IMAGE** ФОРМАТ  
(В ИЗОБРАЖЕНИИ)

**-SKIN** (НА ФОНЕ КОНТЕНТА)

**-КЛАССИЧЕСКИЙ БАННЕР**  
(240X400)

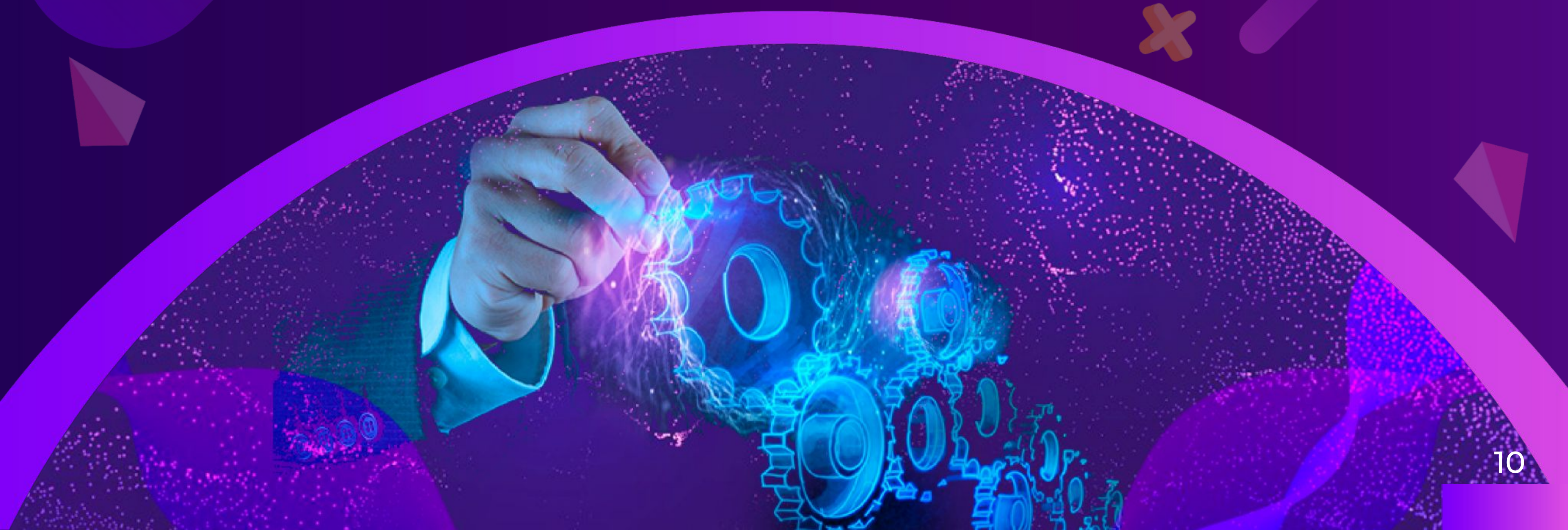


INNOVATION LAB



tobii pro

# РЕЗУЛЬТАТЫ



# БАННЕР

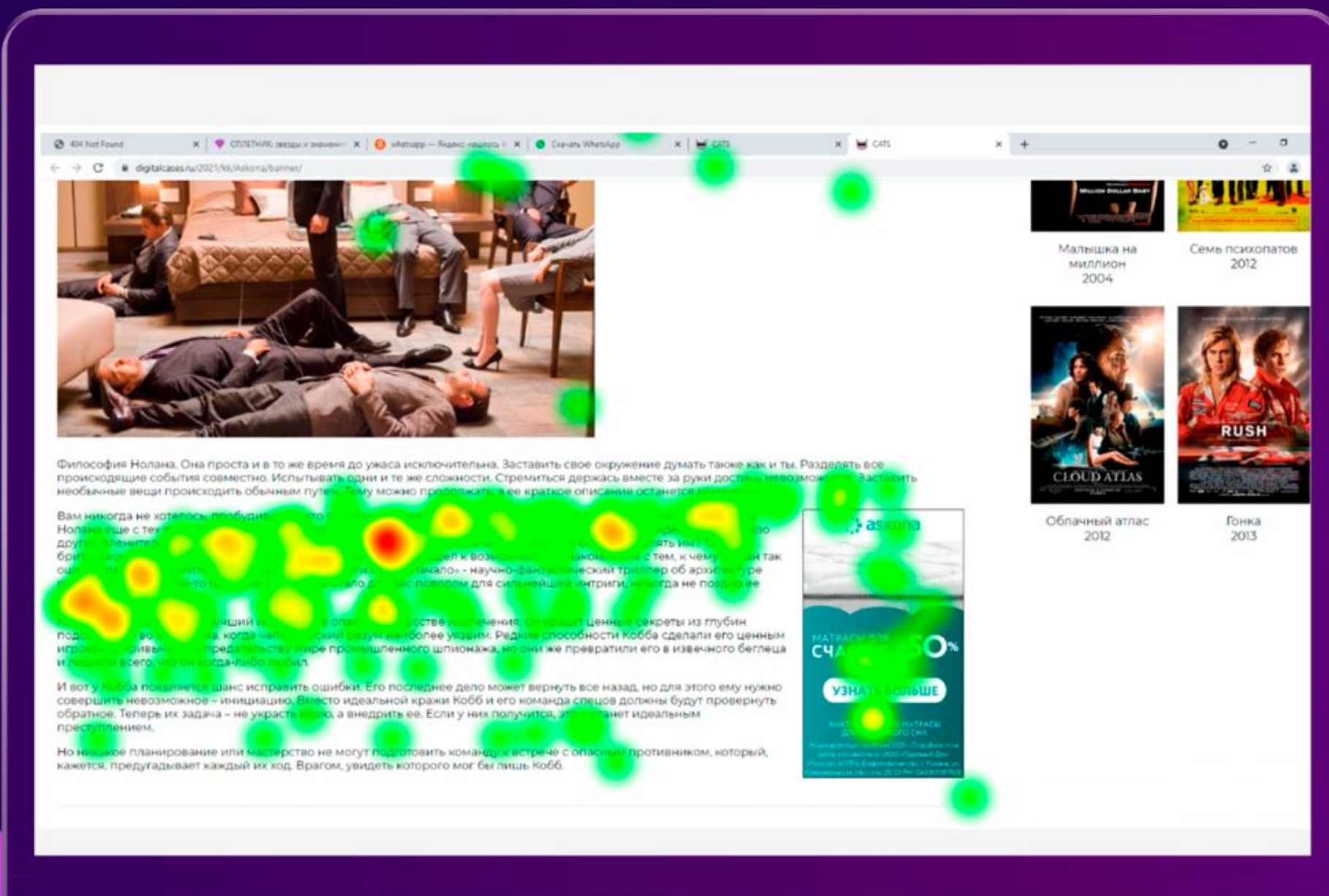
## НА ТЕПЛОВОЙ КАРТЕ ВИДНО, ЧТО НА КРЕАТИВ СМОТРЯТ



INNOVATION LAB



tobii pro



СРЕДНИЙ КОНТАКТ  
ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ:  
**0,67** СЕКУНДЫ



МАКСИМАЛЬНОЕ ВРЕМЯ  
КОНТАКТА С БАННЕРОМ:  
**1,98** СЕКУНД



**Banner**

# IN-IMAGE

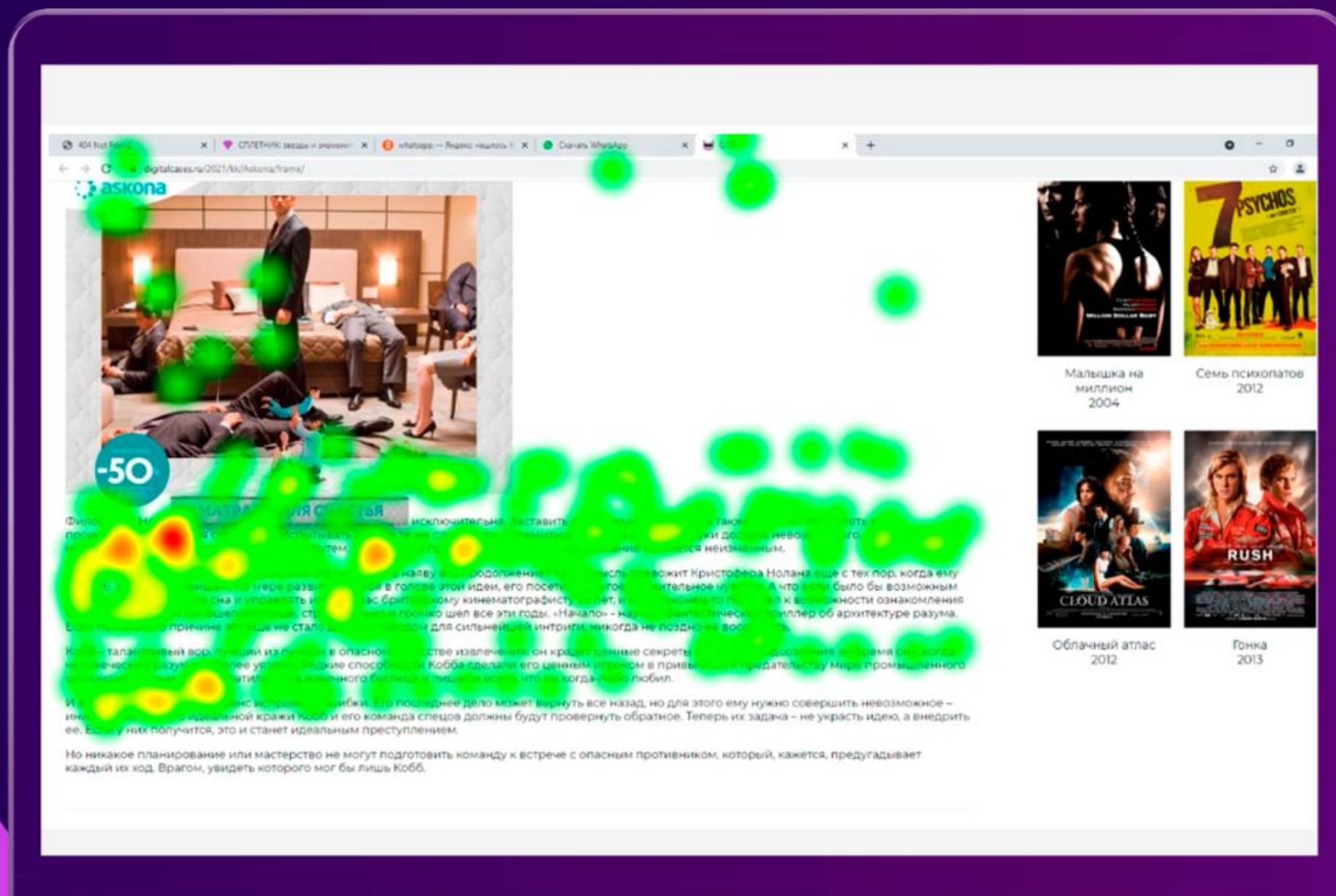


INNOVATION LAB



tobii pro

**ЗДЕСЬ МЫ ВИДИМ, ЧТО ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ ОБРАЩАЕТ ВНИМАНИЕ НА БРЕНД, СТА И КОММУНИКАЦИОННОЕ СООБЩЕНИЕ.**



**СРЕДНИЙ КОНТАКТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ: 1,83 СЕКУНДЫ**



**МАКСИМАЛЬНОЕ ВРЕМЯ КОНТАКТА С БАННЕРОМ: 5,01 СЕКУНД**

**IN-IMAGE ЭФФЕКТИВЕН, ТАК КАК ИЗОБРАЖЕНИЯ ПРИВЛЕКАЮТ ВНИМАНИЕ**



Frame

# SKIN

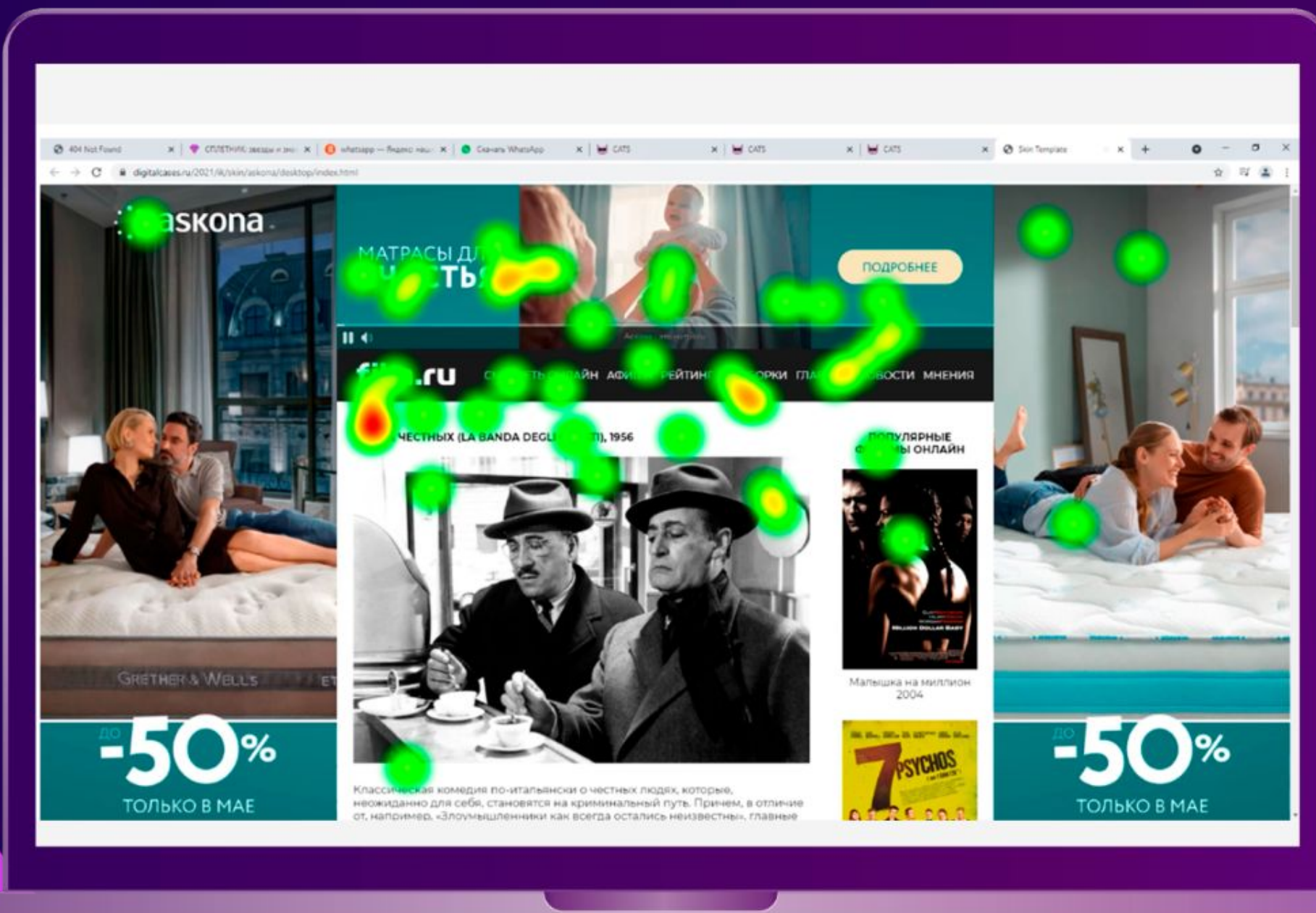
ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ХОРОШО ЗАМЕЧАЮТ КРЕАТИВ  
В ПЕРВОМ ЭКРАНЕ, ЭЛЕМЕНТЫ БРЕНДИРОВАНИЯ



INNOVATION LAB



tobii pro



СРЕДНИЙ КОНТАКТ  
ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ:  
**3,78** СЕКУНДЫ



МАКСИМАЛЬНОЕ ВРЕМЯ  
КОНТАКТА С КРЕАТИВОМ:  
**20,34** СЕКУНД



**Skin**



# ДИАГРАММА



INNOVATION LAB



tobii pro

10 сек

9 сек

8 сек

7 сек

6 сек

5 сек

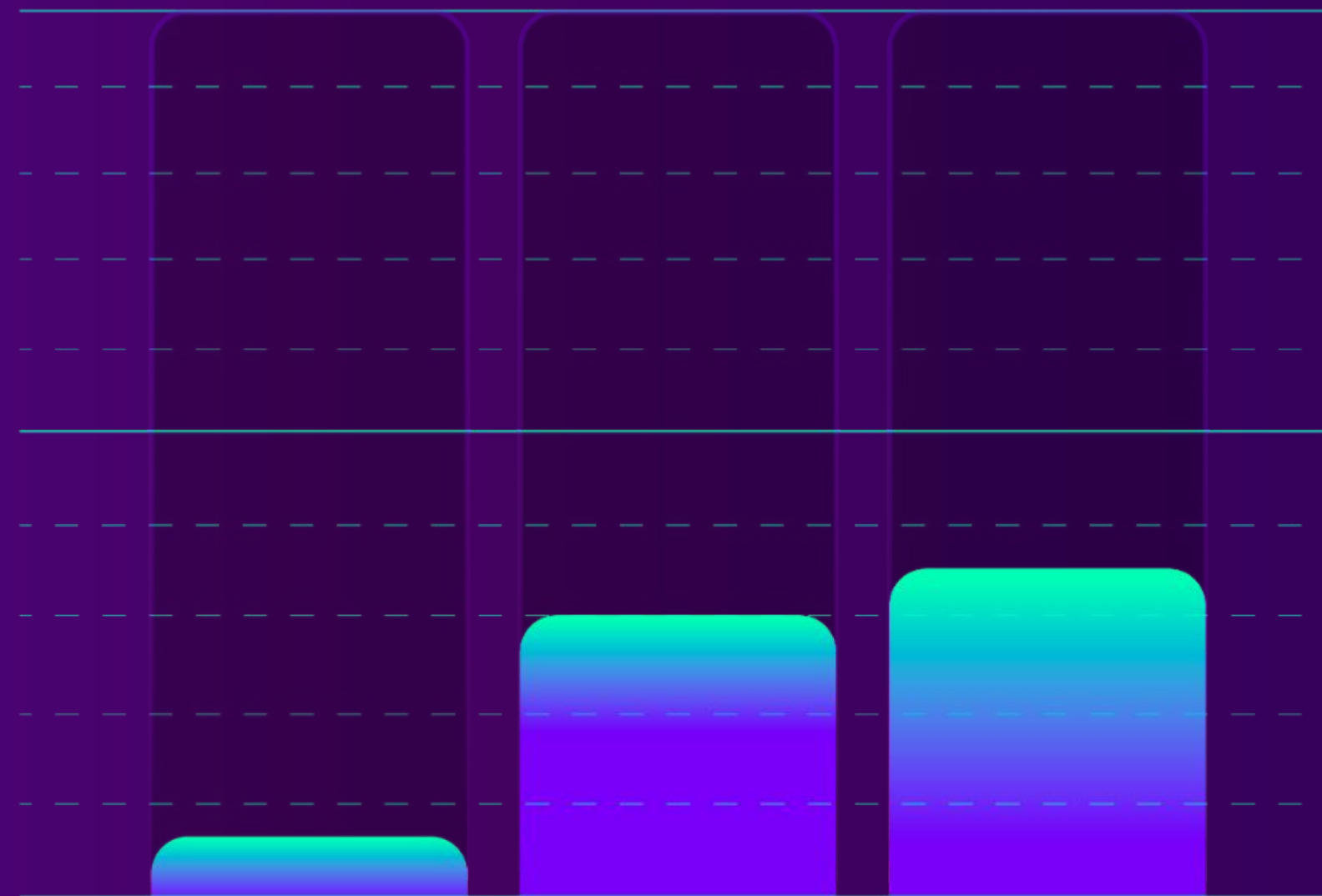
4 сек

3 сек

2 сек

1 сек

0 сек



BANNER

IN-IMAGE

SKIN



Среднее время  
контакта  
пользователя  
с креативом (сек.)

# ВЫВОДЫ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ:

РАЗНЫЕ ФОРМАТЫ ПО-РАЗНОМУ  
ВЛИЯЮТ НА ВНИМАНИЕ  
ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ. И ВО МНОГОМ  
ЭТО ОБУСЛОВЛЕНО ФОРМОЙ,  
РАЗМЕРОМ И МЕСТОПОЛОЖЕНИЕМ  
КРЕАТИВА.



INNOVATION LAB



tobii pro



# КОРРЕЛЯЦИЯ

# VIEWABILITY И ATTENTION

Форматы	Attention	Viewability	Attention Rate	CTR
Баннер	0,67 с	60%	0,402 с	0,15%
In-Image	1,83 с	90%	1,647 с	0,6-0,7%
Skin	3,78 с	90%	3,402 с	1,2-1,3%

Высокий процент **viewability** положительно влияет на финальный показатель **attention rate** и показатели рекламной кампании

# РЕКЛАМИРУЙТЕСЬ ЭФФЕКТИВНО



INNOVATION LAB



tobii pro