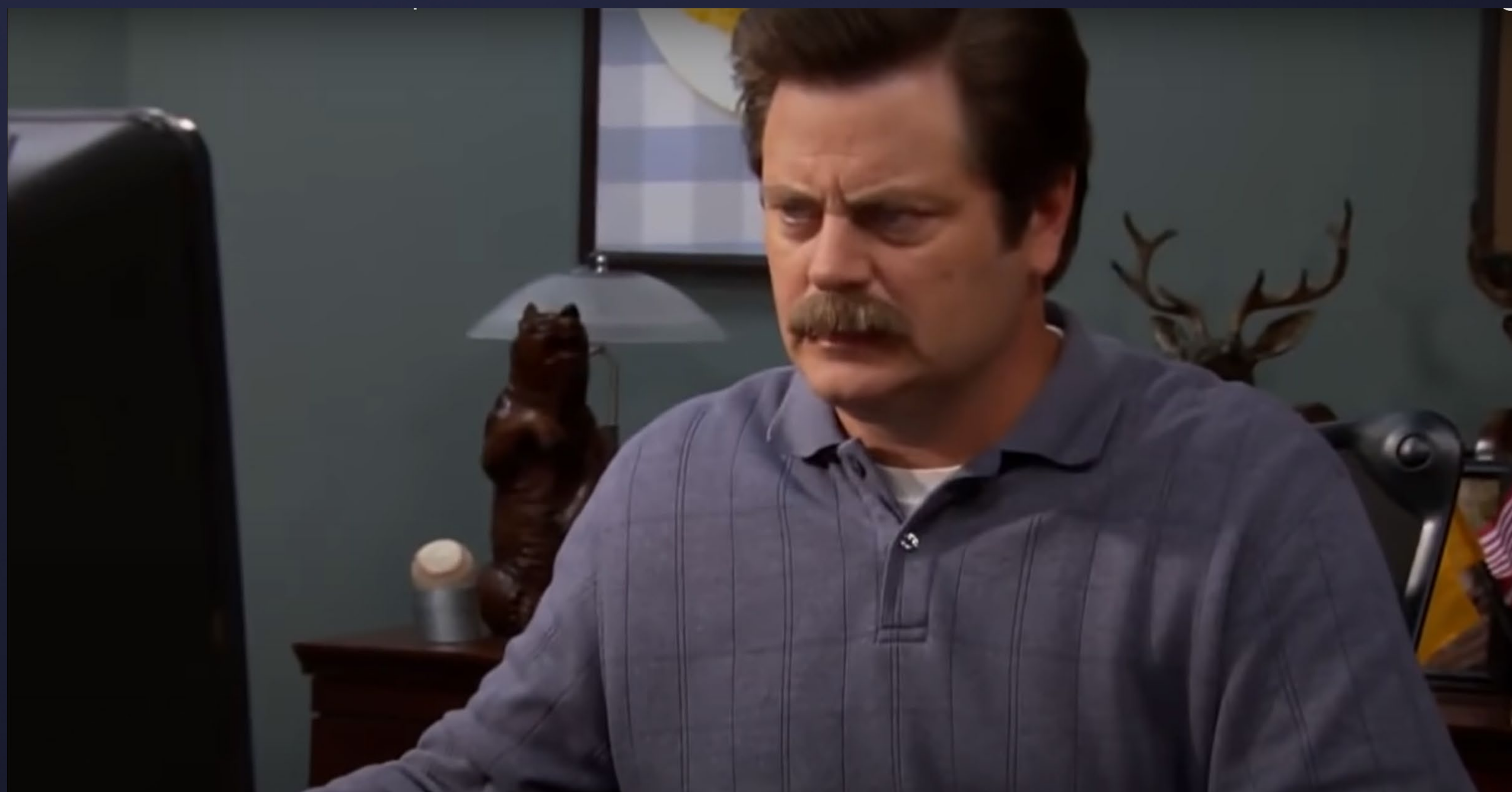




Открытие STV Канала для Перформанс Маркетинга

Очень
много
проблем



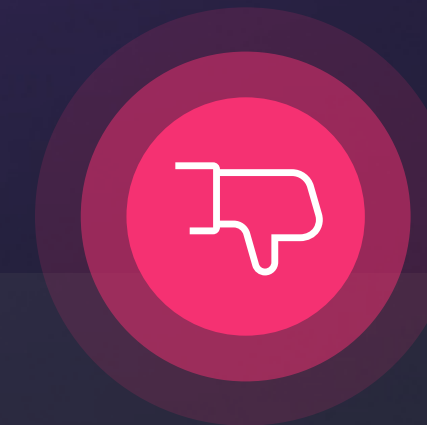
Основные Проблемы



Реклама на традиционном ТВ очень дорогая



Неизмеримость никаких метрик традиционного ТВ

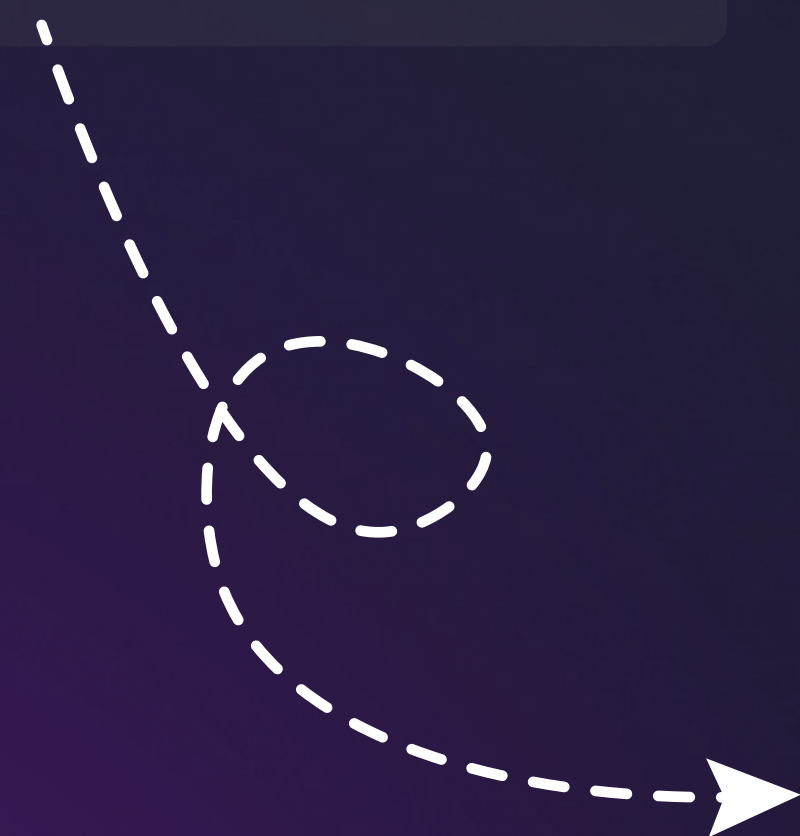


Ограничение рекламных форматов



Решение

CTV



Проблем нет



Что такое CTV?



Connected TV устройства

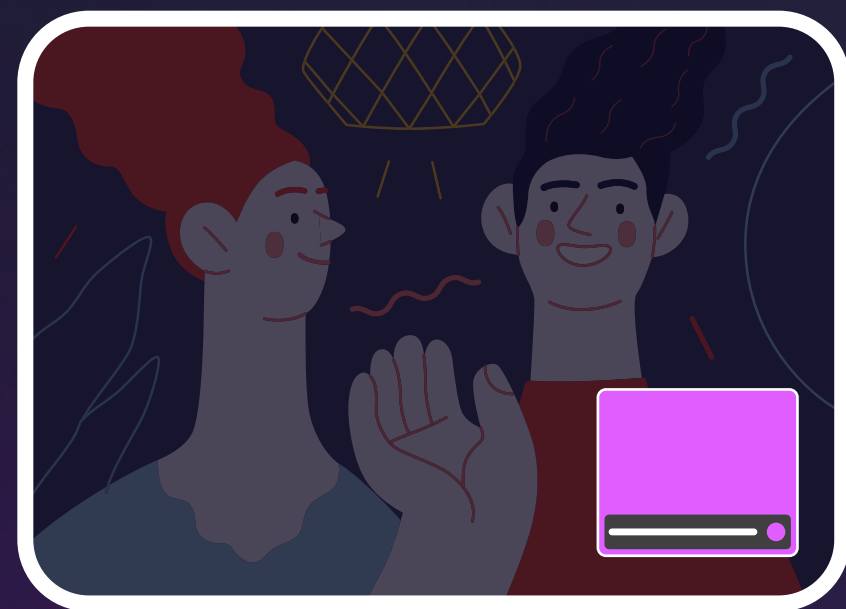
- Roku TV
- Apple TV
- Fire TV
- Chromecast
- PlayStation
- XBOX
- SMART TV
- androidtv

Over the top media

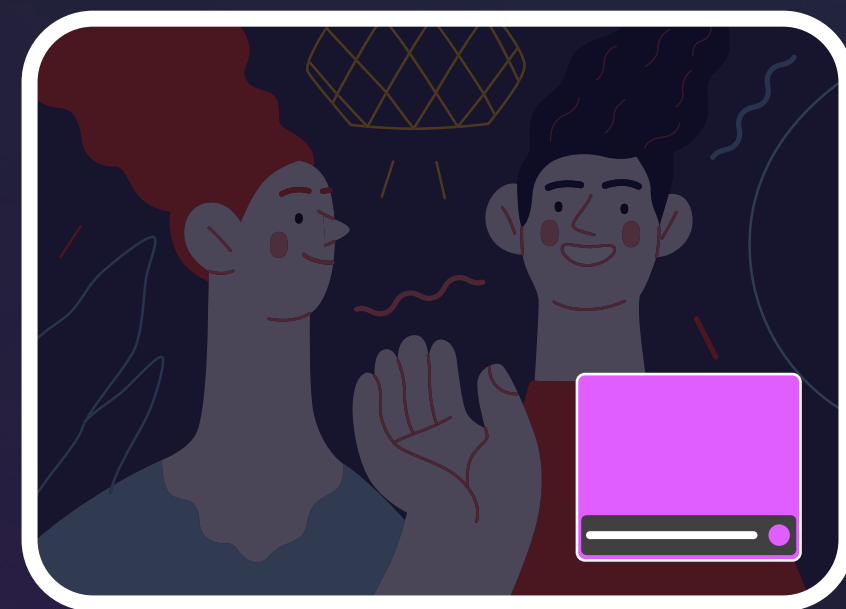
- NETFLIX
- PlayStation.Vue
- tubi
- YouTube TV
- hulu
- SHOWTIME
- HBO NOW
- sling
- PLUTO TV
- Disney+
- fuboTV
- prime video
- MOVIES & TV -
- VUDU
- vimeo
- FX+
- ESPN
- COMEDY CENTRAL
- Discovery

Форматы рекламы на СТВ

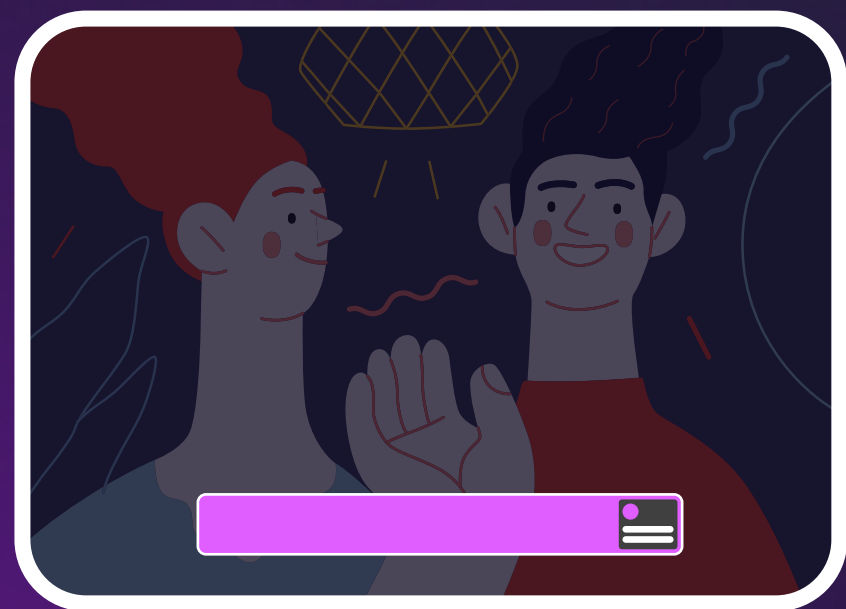
Banner



300x250



336x280

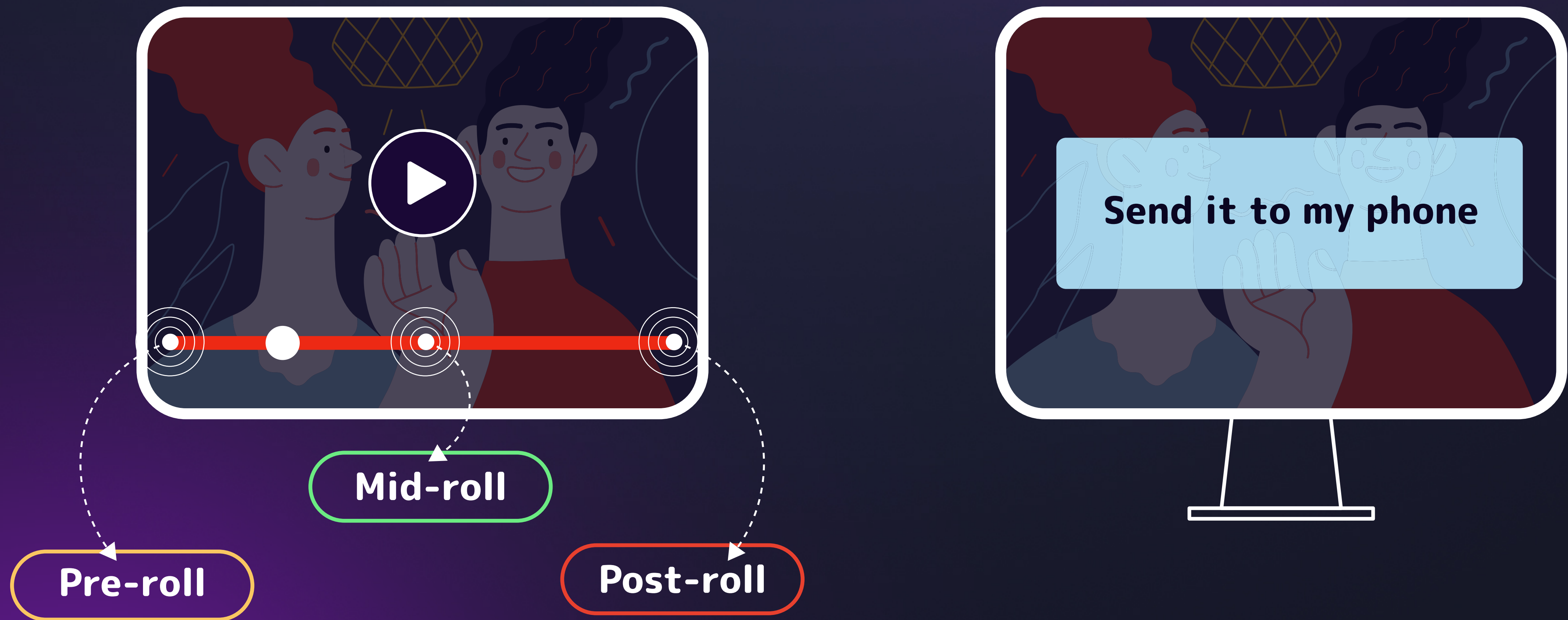


728x90

TV screen saver: full page of banner



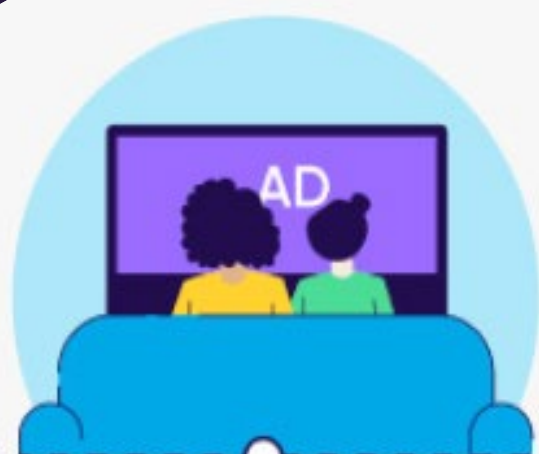
Форматы рекламы на СТВ



Атрибуция

Мобильная

К одному объявлению на CTV можно отнести одну или несколько установок.



Реклама, показанная на CTV

URL-адрес показа отправляется в MMP



Приложения установлены и открыты

События первого запуска отправляются в MMP



Атрибуция

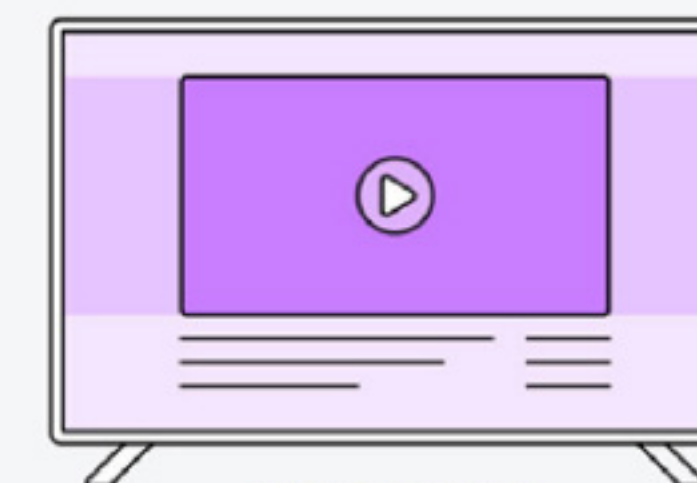
Количество установок и показов в паре CTV присвоено

Первое касание

Вся ценность конверсии, которая первоначально привлекла зрителя к бренду или продукту присваивается первому взаимодействию.



Рекламный идентификатор, данные вероятностного соответствия, временная метка

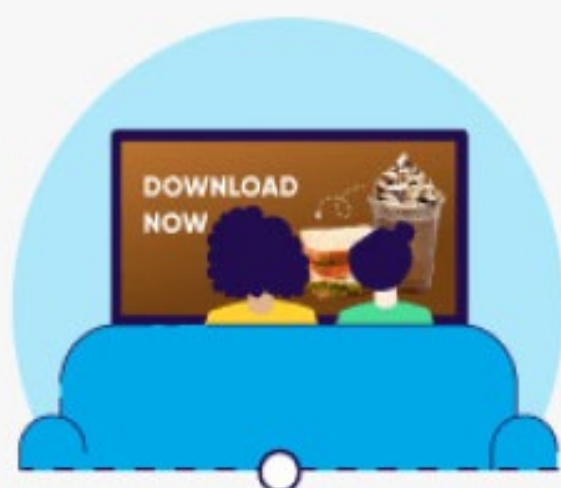


CTV приложение

Атрибуция

Бытовая

При одинаковом IP-адресе и пользовательском агенте, CTV рекламе можно приписать более одной установки.



Реклама приложения кофейни показана на CTV



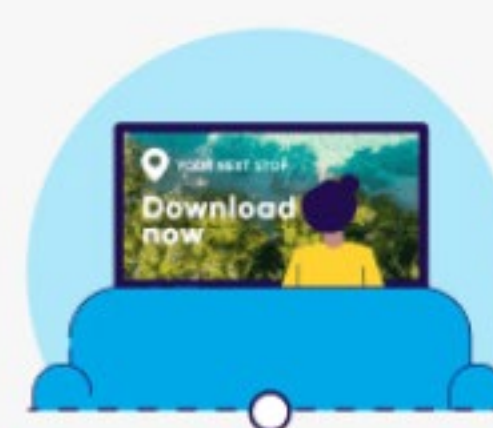
Приложение ДомКофе установлено и открыто



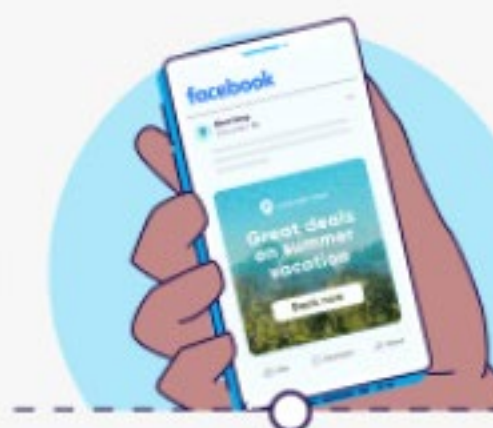
Установка в сочетании с показом CTV; атрибуция присвоена CTV

Мульти-касание

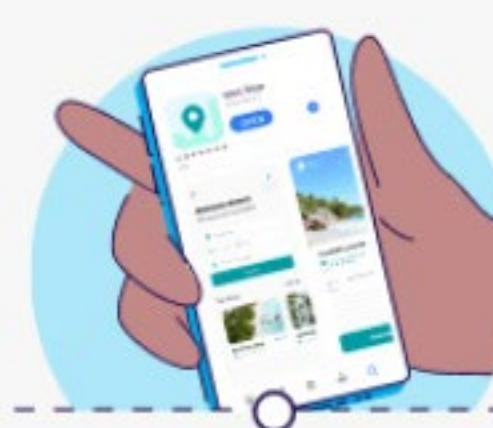
Изначально зритель не взаимодействует с рекламой, но позже он щелкает по рекламе на другой платформе и устанавливает приложение.



Реклама приложения для путешествий показана на CTV



Реклама приложения для путешествий показана на Фейсбуке



Приложение установлено и открыто



Установка в сочетании с кликом и показом; атрибуция присвоена Фейсбуку и CTV получает контрибуцию

Преимущества СТТ



Доступ к
растущей
аудитории.



Улучшенная
видимость и
измеримость.



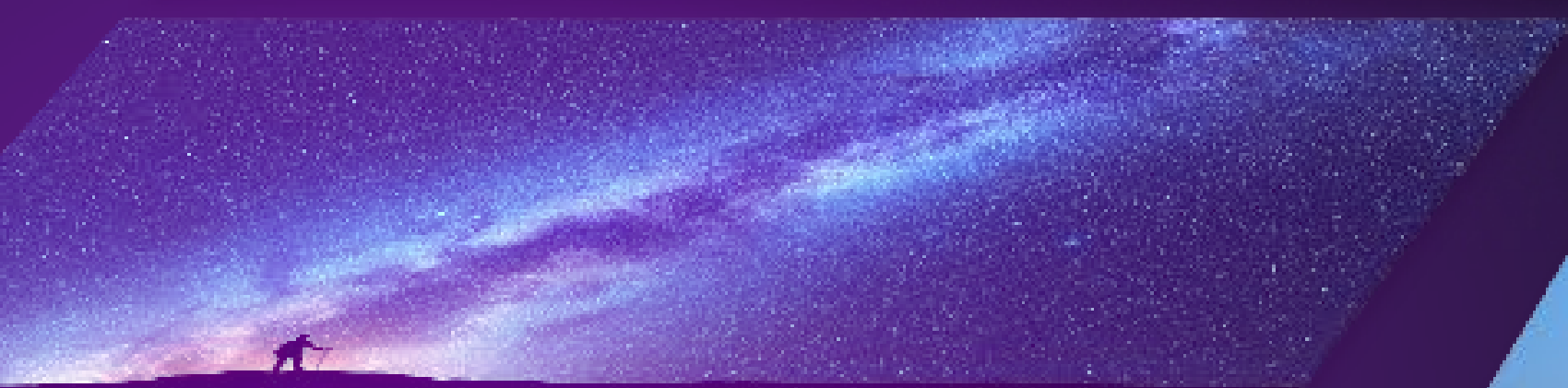
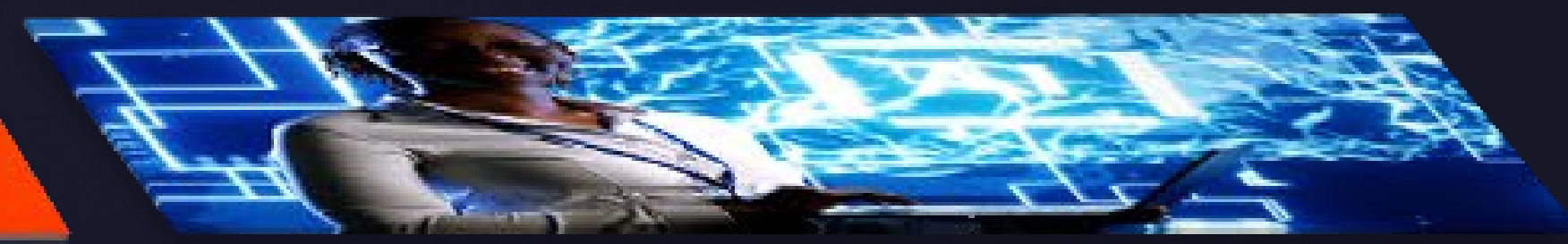
Перформанс
канал с
традиционными
телевизионными
и интернет-
функциями



Прозрачность
и качество
пользователей



Бюджетность и
возможность
таргетинга.



Статистика CTV в Мире



42M

Рынок CTV вырастет до 42,44 миллиарда долларов США к 2027 году.

86%

86% потребителей потокового вещания используют несколько сервисов, из них как минимум один с рекламной поддержкой.

22%

CTV реклама наименее раздражительная (22%) по сравнению с социальными сетями (23%), веб-сайтами (26%) и мобильными играми (30%).

78%

78% используют мобильное устройство во время просмотра CTV, из них 31% чтобы исследовать показанные продукты, и 33% для их покупки.

Тенденции и Будущее Рекламы на CTV в России



86% пользователей CTV пользуются множеством стриминговых сервисов



33% пользователей делают покупки после того как увидели это на ТВ



78% пользуются мобильным девайсом когда смотрят ТВ



Тенденция CTV приложений переходит в рекламо-поддерживаемый формат



Рост направления в ближайший 1-2 года, Российские стриминговые компании работают над внедрением этой технологии

Как Превратить CTV в Канал Роста?



Рекламирывать ваш бренд
в прайм-тайм на CTV



Сегментировать аудиторию и
использовать программную рекламу



Измерять и оптимизировать
ваш ROI



Взаимодействовать с клиентами через
связку CTV-мобильное устройство





Кейс Mobupps

Проведение Рекламной Кампания
для Ведущей Криптовалютной Биржи

Основные Цели Клиента

1

Привлечь новых пользователей для приложения криптовалютного трейдинга.

2

Снизить цену за действие и поднять коэффициент конверсии при линейном росте бюджета

3

Найти каналы, которые могут выделить бренд и в то же время еще не захвачены конкурентами

Работа Команды Mobirps



Медиапланирование для подбора самых релевантных каналов по тематике бренда



Настройки персональных правил автооптимизация для эффективного распределения бюджета



Оптимизация для снижения цены клика за установку и увеличения объема продаж

Результат Рекламной Кампании по СТᄒ

45%

ROI СТᄒ рекламы на 45% больше чем мобильной рекламой.

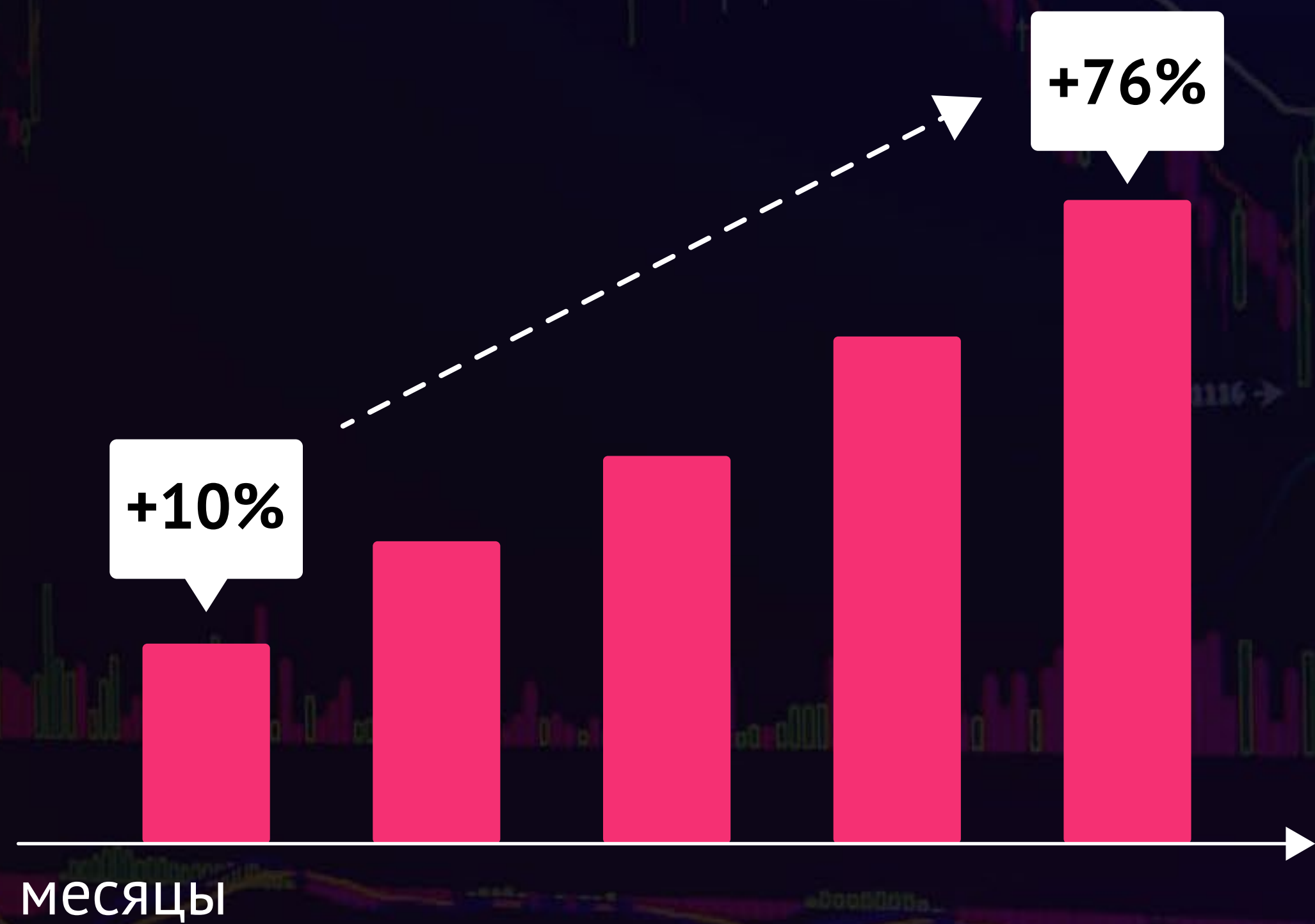
99%

Сокращение более чем на 99% фрода в диджитал рекламе.

x5

Увеличение вовлеченности и охватов в 5 раз.

Подведем итоги



Объем продаж



Медиа бюджет

YOU'RE BREATHTAKING!

