



БАНК



DIGITAL  
BRAND  
DAY 2025

# Уход от устаревших методов оценки OLV-рекламы

Владимир  
Висков

21.03.2025

# Владимир Висков, Банк ДОМ.РФ

---

## Владимир Висков

руководитель цифрового маркетинга  
Банка ДОМ.РФ

ex. CMO YouDo



## Банк ДОМ.РФ

универсальный ипотечно-строительный банк

топ-10 по размеру активов

топ-4 по выдаче ипотеки

самый высокий показатель прироста портфеля  
вкладов за 2024 год



# Стандартные методы оценки OLV

**VTR   CTR   CPC   BR   AVG.TIME**

# Почему от них нужно уйти?

**VTR**

гарантия невидимости рекламы или отсутствия внимания

**CTR**

гарантия того, что человек промахнулся при закрытии рекламы

**CPC**

следствие того, что человек промахнулся при закрытии рекламы

**BR**

гарантия того, что человек не сразу пошел закрывать страницу рекламы

**AVG.TIME**

гарантия того, что клик был совершен по ошибке при попытке закрыть

# POST-CLICK

Post-click в OLV смотрят только потому, что не знают, на что еще обращать внимание и как сравнивать OLV между собой

# Расширенные методы оценки OLV

**VIEWABILITY**

**IVT**

**POST-VIEW**

# На что надо смотреть

## AUDIBILITY

процент слышимости рекламного креатива

## VA-CPM

стоимость за 1000 видимых и слышимых показов

## % TARGET

процент попадания в ЦА по возрасту, полу, гео и интересам

## % OUT-STREAM

доля показов в не in-stream контенте

## DOMAIN

сайты, где фактически показывается ваша реклама

# Слышимость

Средний бенчмарк на рынке — 50%

Programmatic — 10%, прямые площадки — 75%

Низкая слышимость — гарантия наличия  
out-stream в общем объеме





# Как померить Audibility

Full-верификация по коду через трекинг-системы:  
AdRiver, Weborama, Adserving.

В AdRiver метрика «Видимые и слышимые (VA) показы» доступна только во внутреннем PowerBI, который можно получить любой клиент.

# Топ площадок по слышимости

## Топ прямых селлеров

Площадка	VA
Roden Media	85%
ЭВЕРЕСТ	65%
Digital Alliance	49%

## Топ доменов (без привязки к селлеру)

Площадка	VA
Wink.ru	99,8%
Showjet.ru	99,2%
Okko.tv	97,6%
vesti.ru	96,2%
1tv.ru	96,1%
oper.ru	95%
Ntv.ru	94,1%

## Полный список доменов по QR-коду



# vaCPM

Формула расчета:

$$vaCPM = CPM \text{ площадки} / VA\%$$

	РК, когда не смотрели vaCPM	РК, когда начали мониторить vaCPM	РК, когда сделали vaCPM ключевой метрикой оценки
CPM	322 ₺	326 ₺	339 ₺
vCPM	406 ₺	383 ₺	374 ₺
<b>vaCPM</b>	<b>12 897 ₺</b>	<b>1 260 ₺</b>	<b>504 ₺</b>

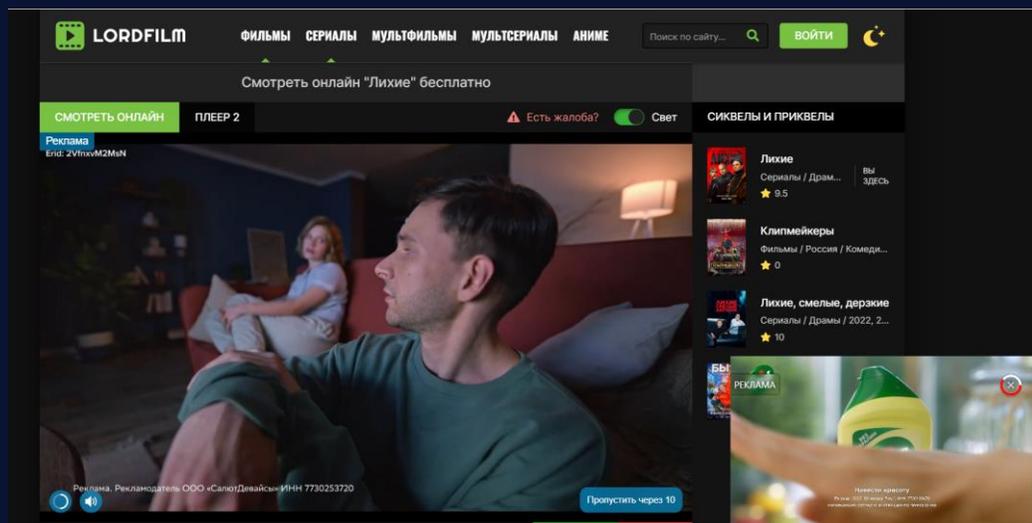
# % попадания по Яндекс Метрике для медийной рекламы

<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> med   1140   Mediasniper   Вклад   OLV   Приоритет 1   Интере...	325 516 4,36 %
<input type="checkbox"/> Не определено	117 560 36,11 %
<input type="checkbox"/> младше 18 лет	54 172 16,64 %
<input type="checkbox"/> 55 лет и старше	44 106 13,55 %
<input type="checkbox"/> 35-44 года	30 711 9,43 %
<input type="checkbox"/> 18-24 года	29 371 9,02 %
<input type="checkbox"/> 25-34 года	29 150 8,96 %
<input type="checkbox"/> 45-54 года	20 446 6,28 %

## Мы смотрим:

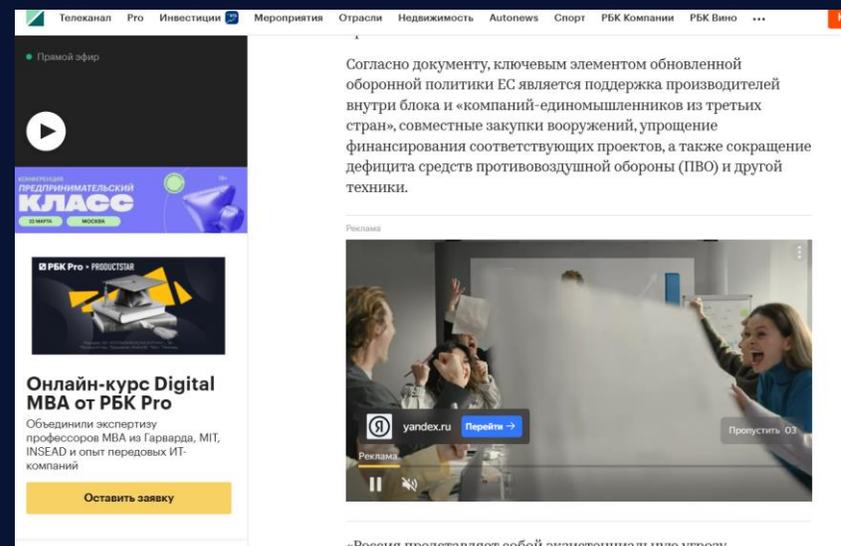
- попадание в соцдем | **>75%**
- попадание в гео | **> 85%**
- распознанный интерес «Банковские вклады» | **>10%**
- **положительную** аффинитивность к интересу «Банковские вклады» по Яндекс Метрике

# Out-stream



## Out-stream — это:

- показ рекламы вне зоны внимания
- искажение статистики
- высокая доля невидимых показов
- отсутствие слышимости всегда



# 23% того, что кажется in-stream, — это out-stream

**ADRIVER** Dashboard Vast\_Vpaid // BankDomRF

Измерение:  Размер плеера  Instream/outstream  Устройства  Webtype  Регион

Период: 27 фев - 12 мар  
Дата: Все время

Кампания: 807960 Банк ДОМ.РФ\_Вклады\_Media\_ФПК1\_25

Домен: Все

Размещение: Все

Устройства: Все

Абсолютные значения | Процентные значения | Клики / кварталы: Все | Видимые

Instream/outstream	Загрузка кода	Показы	Клики	CTR	Измеримые	Видимые	Видимость, %	Видимые и слышимые (VA)	VA, %
In stream On Page [с наведениями]							98,9%		69,3%
In stream Full Screen							95,1%		66,4%
In stream On Page [со звуком]							94,8%		94,6%
Непригодны для анализа (мало данных)							86,2%		29,4%
In stream On Page [без звука]							85,9%		30,6%
Оверлеи [без звука]							82,3%		0,3%
Sticky-плееры							79,6%		3,4%
Категория не определена							96,1%		23,5%
Native							72,5%		0,8%
Плееры, неадаптированные к экрану							80,8%		51,9%
Оверлеи [со звуком]							97,0%		7,5%
Расхлопы							81,9%		23,4%
Всего							93,1%		60,3%

# Аналитика доменов

- Обязателен единый Black List
- Чистка доменов — минимум 1 раз в неделю
- На входе всегда убираем: Домашние задания, Дорамы и Аниме
- Ручная проверка доменов с большой откруткой (а есть ли там вообще in-stream)
- Смотрим, чтобы не было перекоса в сторону 1-2 доменов
- Первая выгрузка доменов — через 1-2 дня после старта РК, чтобы убедиться в корректности
- Заранее выработать критерии отключения доменов — например, видимость <50%, слышимость <10% и т. д.
- Смотреть домены отдельно для десктопа, отдельно для мобайла

# Рейтинг OLV

Место	Площадка	Балл
1	Яндекс Директ	8,58
2	Иви SMART-TV	7,59
3	Roden Media	7,58
4	VK	6,79
5	RUTUBE (ГПМ)	6,58
6	Streaming Ads (ГПМ)	6,39
7	Buzzoola	6,38
8	ЭВЕРЕСТ	6,22
9	RedDigital	6,16
10	MediaSniper	5,79

Полная версия рейтинга, включая баннерные размещения и методологию, — по QR-коду





БАНК



DIGITAL  
BRAND  
DAY 2025

**Спасибо за внимание!**

**Делайте эффективную рекламу**