

ДЕНЬ
БРЕНДА

SMART TRP — ЧТО ПОД КАПОТОМ?

ОЛЬГА ЗБОРОВСКАЯ

Руководитель службы рекламных продуктов

DIGITAL ALLIANCE

**DIGITAL
ALLIANCE**

SMART TRP. КЕЙС

DIGITAL
ALLIANCE

Период проведения РК:

Апрель 2025

Продолжительность ролика:

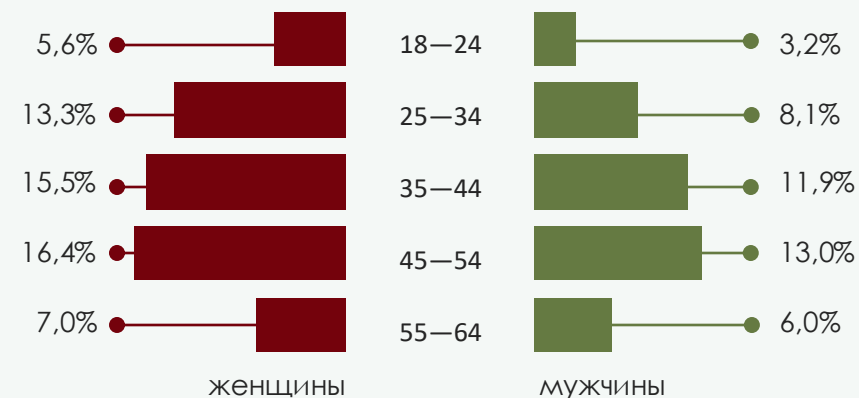
30 сек.

Инвентарь:

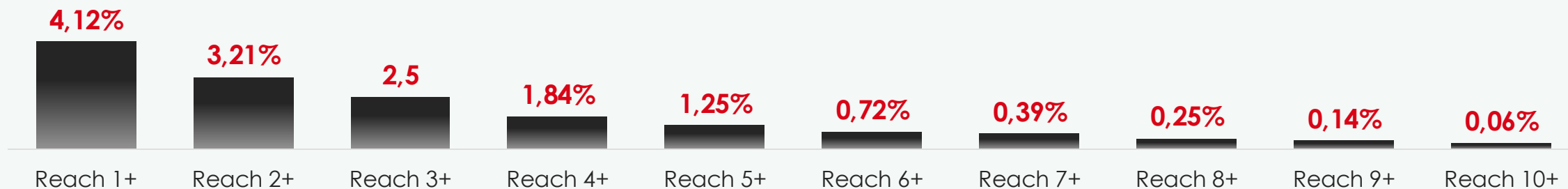
**Видеосеть Digital
Alliance (Smart TV)**



СТРУКТУРА ОХВАТА по полу и возрасту



ОХВАТ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ



SMART TV: УМНЫХ ТЕЛЕВИЗОРОВ СТАНОВИТСЯ БОЛЬШЕ

Источник: J'son& PartnersConsulting, Рынок SmartTV в России, 2025

DIGITAL
ALLIANCE

87%

доля Smart TV от числа
проданных устройств в 2024

78%

зрителей Smart TV совершали действия
после просмотра рекламы

Источник: «Комплексное исследование аудитории CTV», Visible и Data Insight, 2025

88%

Smart TV подключено к интернет

54,3 млн

устройств в России в 2024

88,3 млн

устройств — прогноз на 2029 г.

SMART TV: НОВАЯ ЭКОСИСТЕМА НА СТЫКЕ ТВ И DIGITAL

DIGITAL
ALLIANCE



- SMART TV **=** TV+digital
- 1 SMART TV **≠** 1 человек
- 1 SMART TV **➔** Много сценариев
потребления контента
-  Измеряются устройства,
а не люди 

ПРОЕКТ ПО ИЗМЕРЕНИЮ РЕКЛАМЫ НА SMART TV



DIGITAL
ALLIANCE



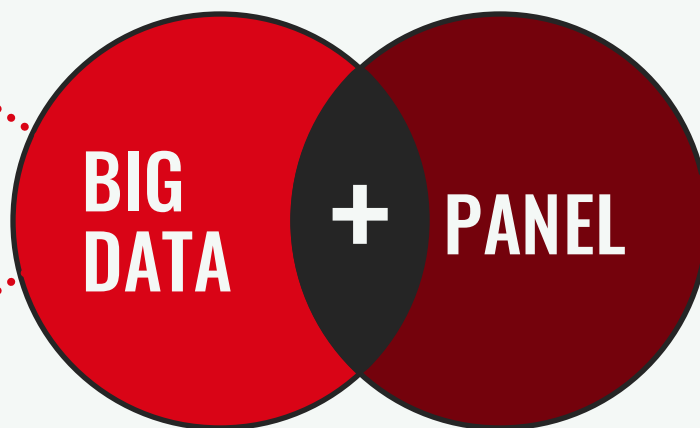
МИРОВАЯ ПРАКТИКА

DIGITAL
ALLIANCE

Nielsen — большие данные и панель: вместе лучше

45+ млн
ДОМОХОЗЯЙСТВ

75 млн
УСТРОЙСТВ



101 000

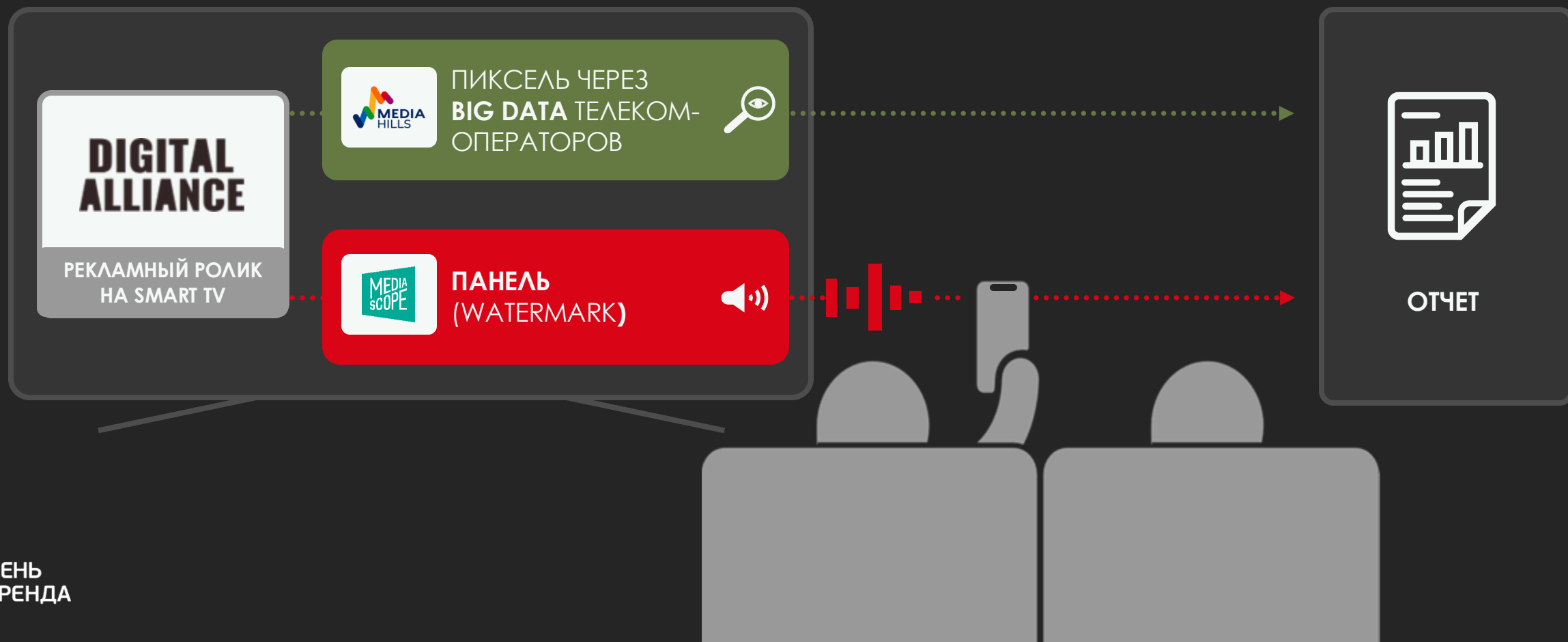
НАСТОЯЩИЕ
ПОЛЬЗОВАТЕЛИ
ОБЕСПЕЧИВАЮТ
РЕПРЕЗЕНТАТИВНОСТЬ
ВЫБОРКИ И КАЛИБРОВКУ

- РАСШИРЕНИЕ ОХВАТА
- МАСШТАБ
- СТАБИЛЬНОСТЬ

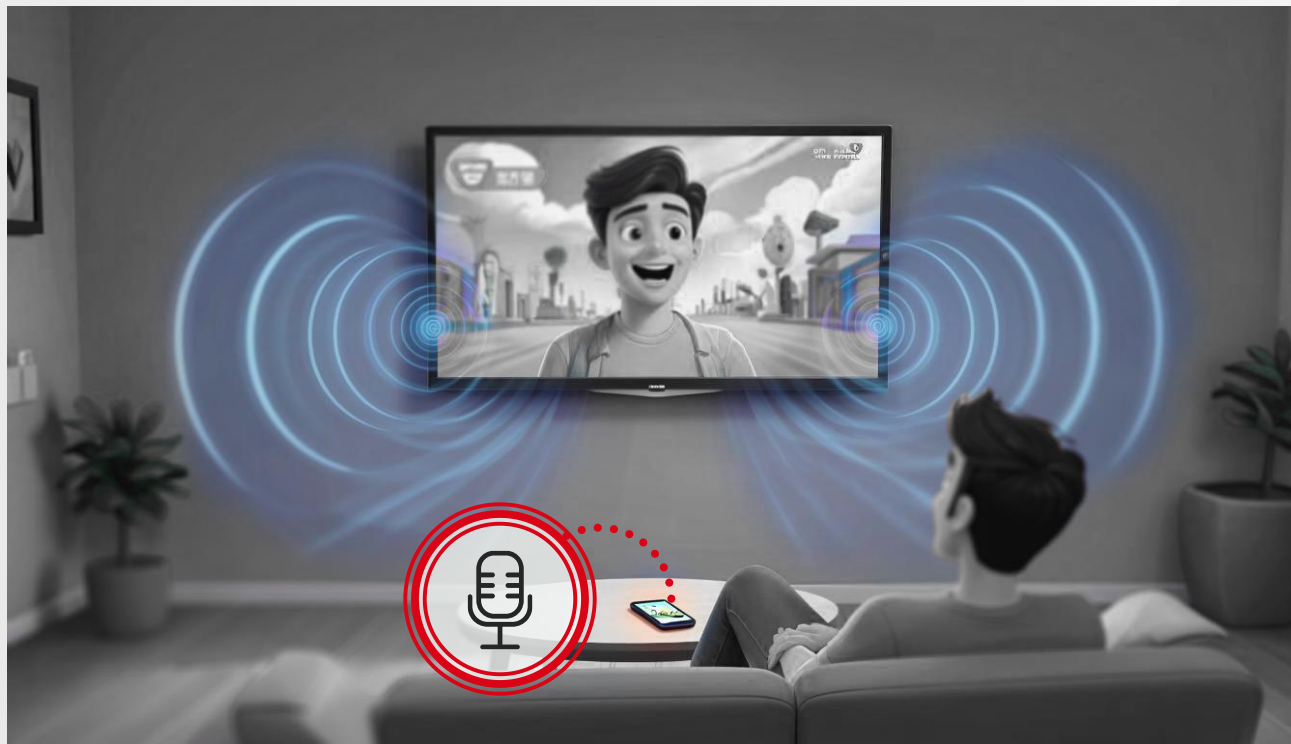


Аккредитация MRC
Масштаб и точность

MEDIAHILLS, MEDIASCOPE, DIGITAL ALLIANCE ПРЕДСТАВИЛИ ТЕХНОЛОГИЮ В РОССИИ



КАК РАБОТАЮТ WATERMARKS



ПРЕИМУЩЕСТВА:

- Подтверждение факта контакта с аудиторией
- Идентификация конкретного креатива
- Определение демографических характеристик аудитории

КАК СОБИРАЕТСЯ **BIG DATA**

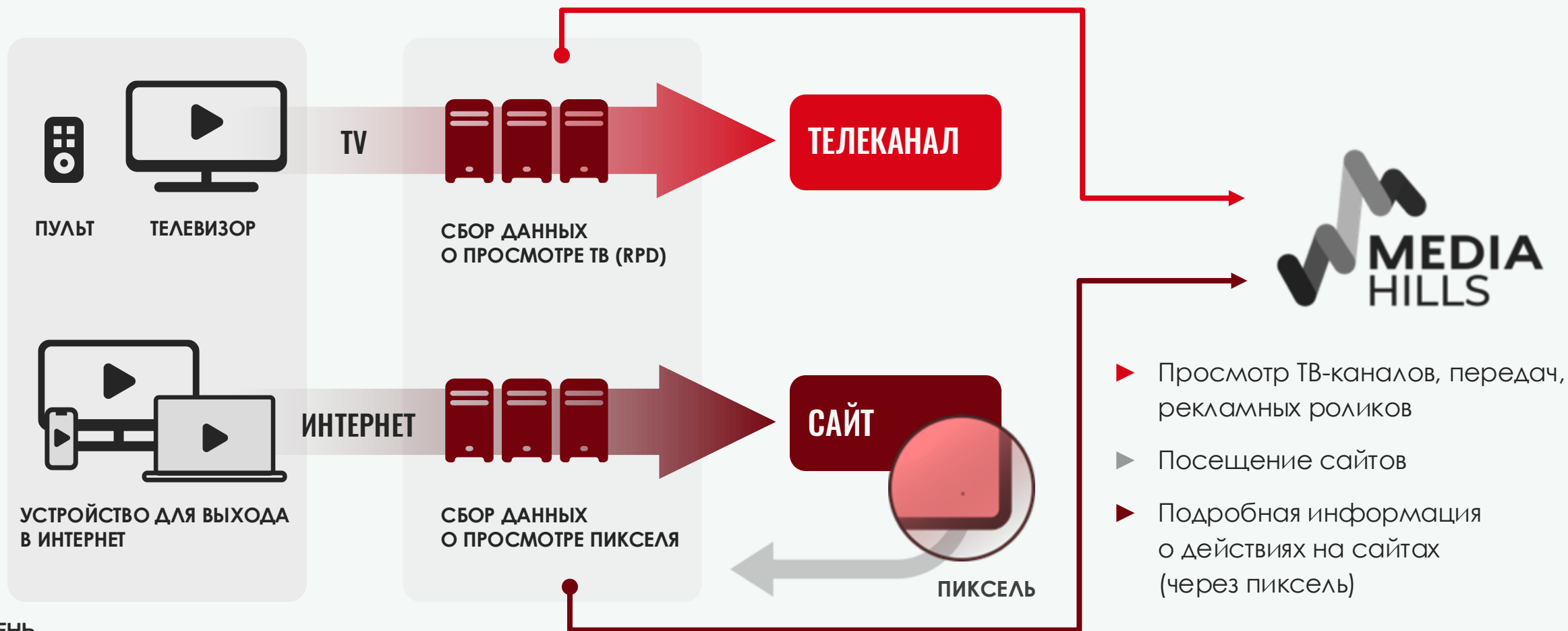
DIGITAL
ALLIANCE

ДОМОХОЗЯЙСТВО

9,2 МЛН

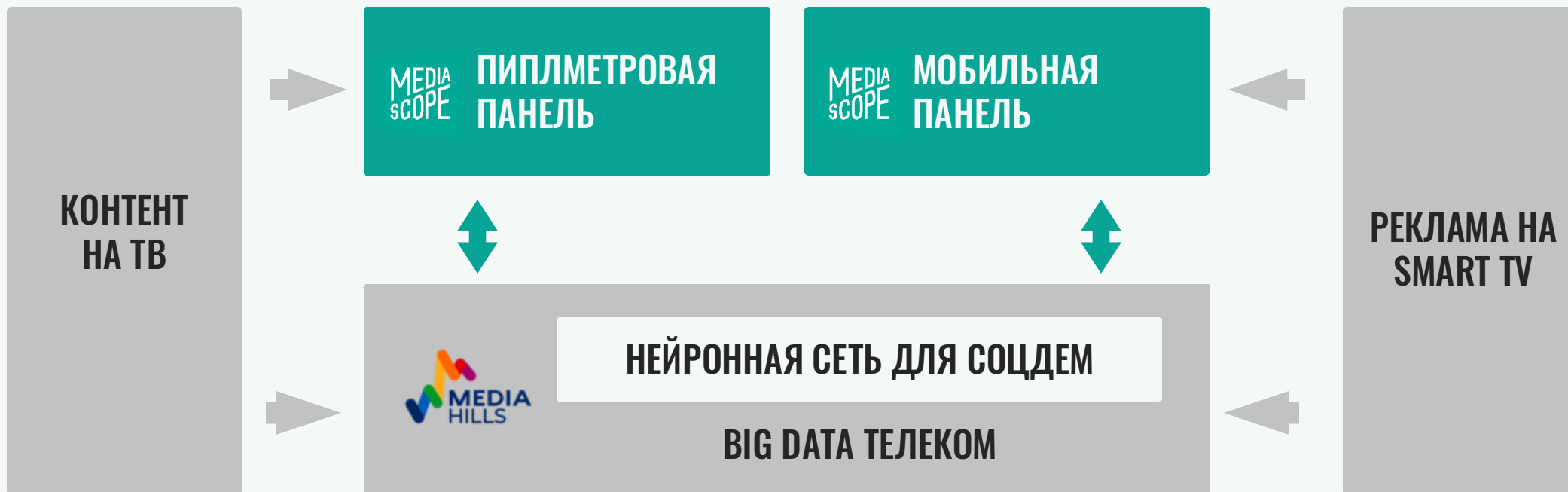
ОПЕРАТОРЫ

250+



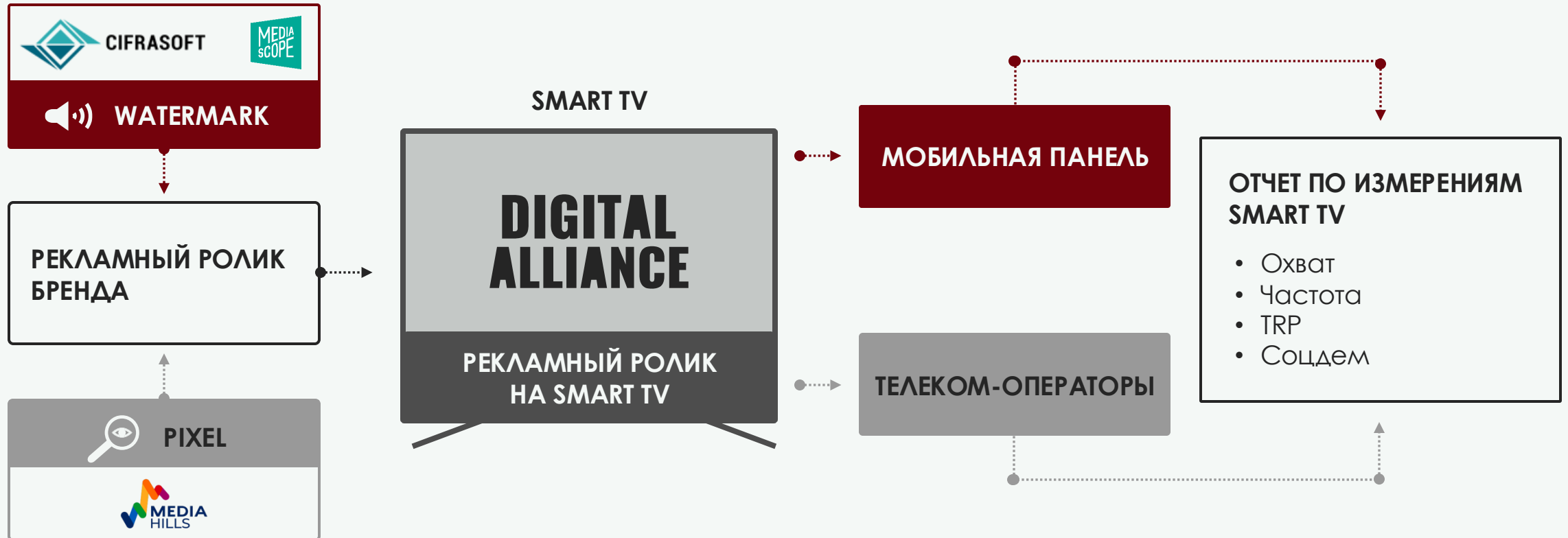
КАК ОБУЧАЕТСЯ МОДЕЛЬ

DIGITAL
ALLIANCE



МЕТОДИКА СБОРА ДАННЫХ И АНАЛИТИКИ НА ВСЕХ ЭТАПАХ

ОТ ПОКАЗА РЕКЛАМЫ ДО ФОРМИРОВАНИЯ ОТЧЕТА



ВЕРИФИКАЦИЯ И ЛЮДИ

DIGITAL
ALLIANCE

РЕАЛЬНЫЕ ЛЮДИ, А НЕ УСТРОЙСТВА

Smart TRP переводит измерения с уровня техники на уровень человека — считаем не включения, а реальные контакты с рекламой



ПРОЗРАЧНОСТЬ И ВЕРИФИКАЦИЯ

Охваты подтверждаются независимым верификатором — единые принципы измерения для всего рынка, сопоставимые с ТВ



ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ МЕТРИКИ ДЛЯ SMART TV

Результаты выражаются в привычных показателях — TRP и показы в людях, что делает данные сопоставимыми с классическим ТВ



® U S Б Р Е Н Д
АССОЦИАЦИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
ФИРМЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК



Adindex MEDIA SCOPE H:P:A

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



ОЛЬГА ЗБОРОВСКАЯ

Руководитель службы рекламных продуктов
DIGITAL ALLIANCE