

ДМИТРИЙ СОЛОПОВ

Генеральный
директор,

VISIBLE



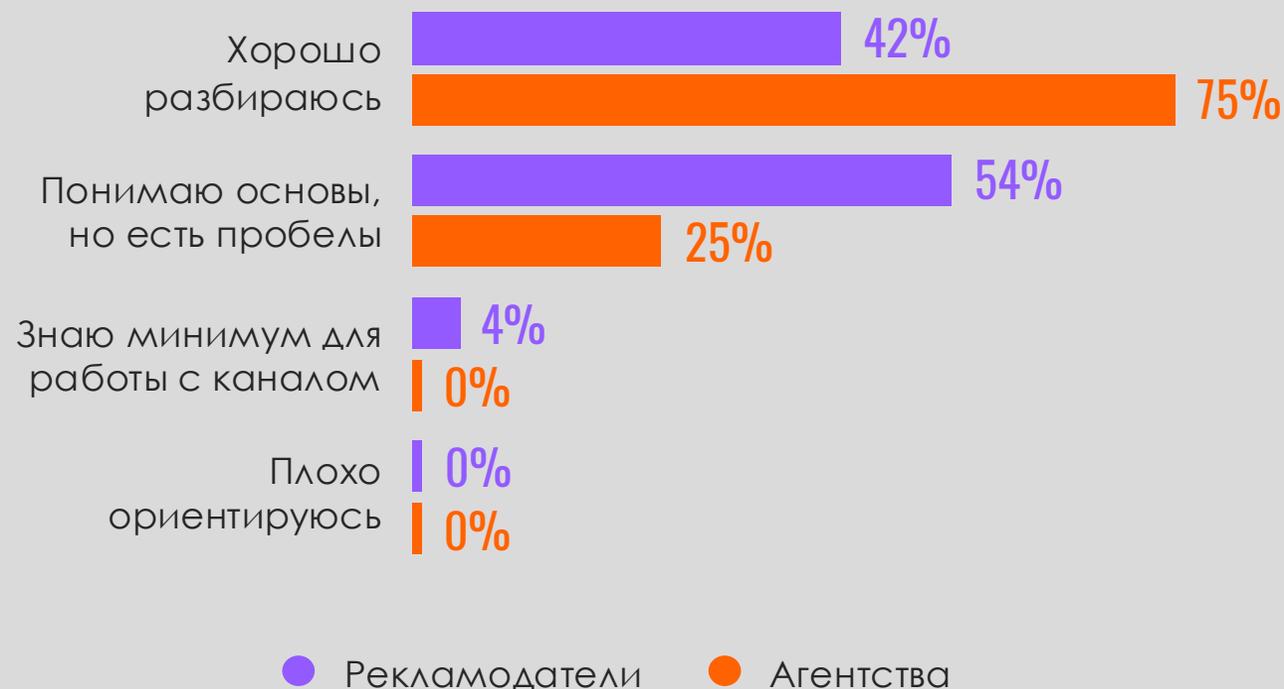
ЗОЛОТАЯ ЛИХОРАДКА СТВ

РЕАЛИИ

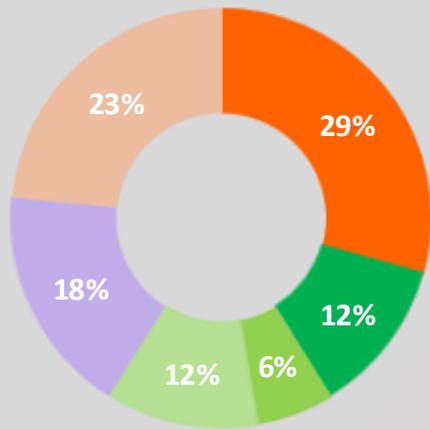
Мы еще не все знаем!



Насколько хорошо знакомы с возможностями и особенностями СТВ?

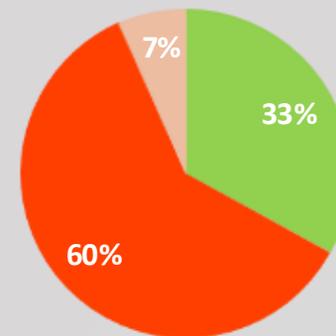


На сколько вы планируете изменить
ctv-бюджет в 2026 году?



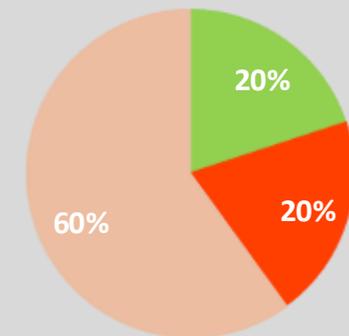
- Оставим как в 2025
- Увеличим > 50%
- Увеличим > 20%
- Увеличим < 20%
- Ещё не планировали
- Затрудняюсь ответить

Вы оценивали
инкрементальность ctv?



- Да
- Нет
- Затрудняюсь ответить

Довольны ли вы
Результатом?



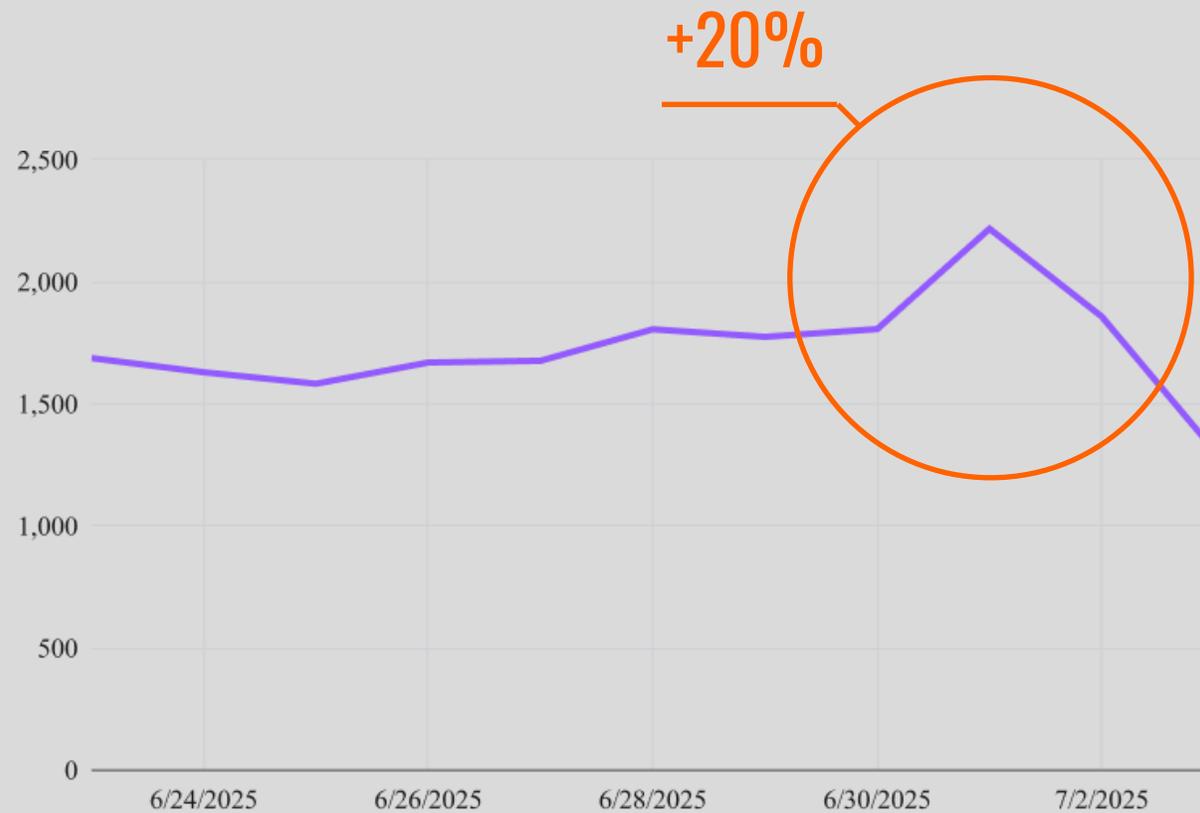
ТРУДНОСТИ

С какими трудностями сталкиваются при измерении эффективности CTV?



Кейс #1

ИНКРЕМЕНТАЛЬНОСТЬ



Organic & NonOrganic

Кейс #2 e-commerce / спорттовары

ВЛИЯНИЕ STV

УСЛОВИЕ

Сквозная
аналитика клиента

+18%

Конверсия в покупку
из STV трафика по
сравнению с органикой

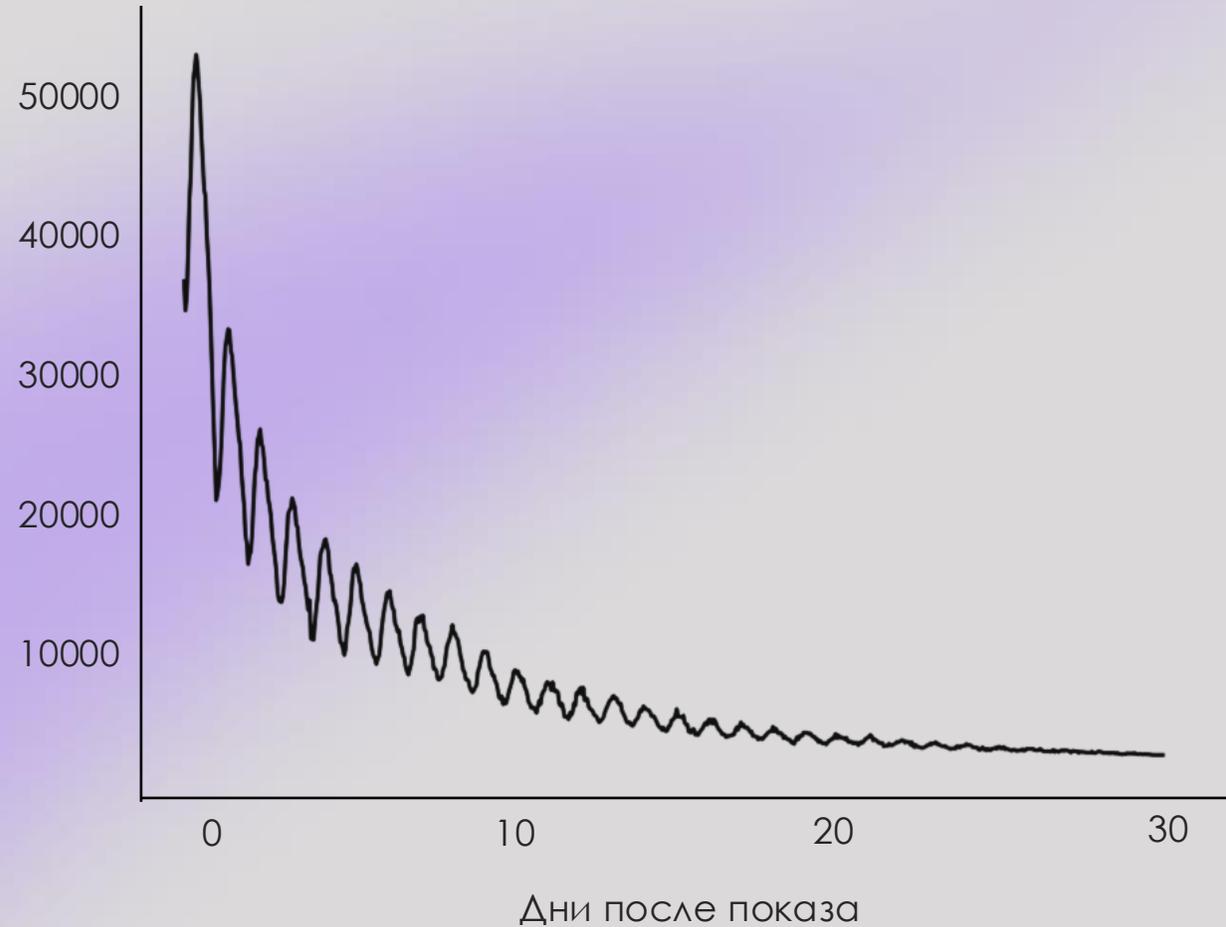
+47%

Конверсия в покупку из STV
трафика по сравнению
с платным трафиком

Кейс #3

ВЛИЯНИЕ НА ВЭБ

Визиты по времени, после
последнего показа рекламы



® U S B P E N D
АССОЦИАЦИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
ФИРМЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРК



Adindex MEDIA SCOPE H:P:A

visible⁺ ИНСАЙДЕРЫ
МОБИЛЬНОГО МАРКЕТИНГА

VISIBLE – ПРОЗРАЧНАЯ КОММУНИКАЦИЯ



ДМИТРИЙ СОЛОПОВ

Генеральный директор Visible



CTV PRO

Инсайты CTV

