



ЦИФРОВОЙ
BRAND
DAY

Конвергенция видео рекламы

ВЛАДИЛЕН СИТНИКОВ

Директор по продуктам

UMG.team

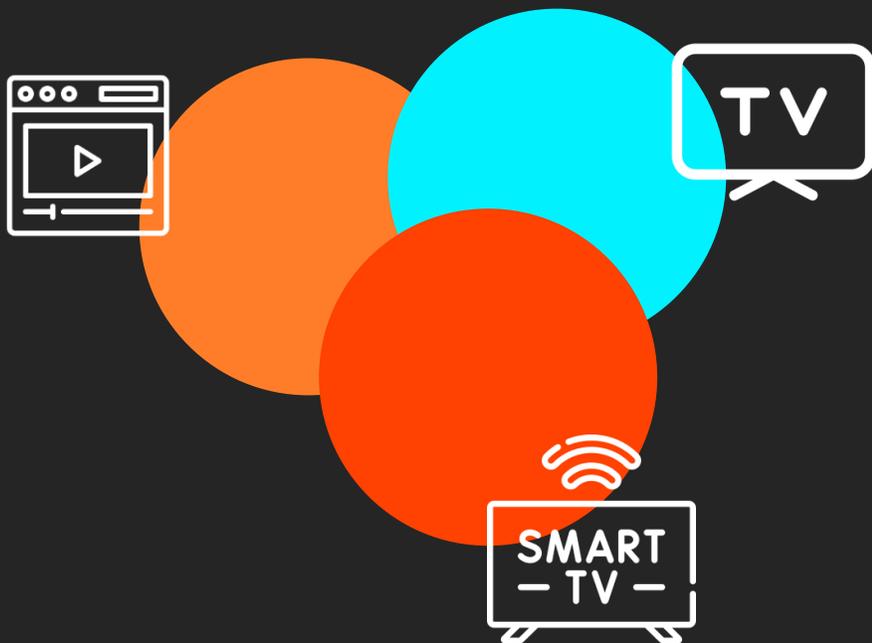
Конвергенция видеорекламы



Конвергенция видеорекламы, это процесс слияния и взаимопроникновения различных форматов, технологий и площадок, которые раньше существовали отдельно.

Другими словами Конвергенция видеорекламы это когда границы между «традиционным ТВ» и «интернетом» стираются, превращая видео в единый интерактивный инструмент.

Конвергенция ТВ и Digital (Линейное ТВ + Smart TV + Web)



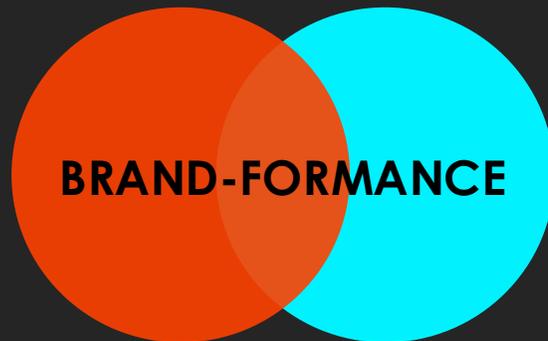
Раньше реклама на Первом канале и реклама в YouTube были разными мирами.

Сейчас они объединяются в Advanced TV.

- Зритель смотрит сериал на большом экране через Smart TV, а реклама подбирается ему индивидуально (таргетинг), как в браузере.
- Один и тот же ролик «догоняет» пользователя на всех устройствах, а охват считается суммарно (Кросс-девайс).

Конвергенция Брендинга и Перфоманса – Brand-formance

PERFORMANCE



BRANDING

Раньше видео делали «для имиджа» чтобы построить знание, а баннеры «для продаж» чтобы купили.

- Современное видео становится Shoppable (интерактивным). В ролик встроены QR-коды или кнопки «Купить прямо сейчас».
- Красивый эмоциональный ролик (имидж) мгновенно превращается в продажу (перфоманс).

Конвергенция Данных и Креатива



Раньше видео делали один раз и на долго, теперь его создают на лету постоянно.

- Использование данных ритейла (что человек покупал в магазине) для автоматического изменения видеоролика.
- Технология (DCO — Dynamic Creative Optimization) позволяет показать миллиону людей миллион разных версий одного ролика, где товар, цена или фон адаптированы под каждого.

Retail Media на технологии UMG

Выход Кокос Group на рынок Retail Media -- как запустить сложный продукт в e-com без многолетней разработки «с нуля»?



Решение – Использование готовых продуктов SSP и DSP от UMG. Автоматизация кабинетов для рекламодателя и издателя. Снижение операционных издержек через алгоритмы.

Результаты

- 1 месяц - запуск MVP (Time-to-market).
- 4 месяца - выход на окупаемость.
- 0 на разработку собственного технологического стека.

Two more things ...

1

Конвергенция — это не будущее, а текущий стандарт эффективности.

2

Гибкость в выборе технологий определяет скорость захвата рынка.



ЦИФРОВОЙ
**BRAND
DAY**



СПАСИБО!