

ВНИМАНИЕ НА

ЭКРАН



H:P:A



DIGITAL ALLIANCE

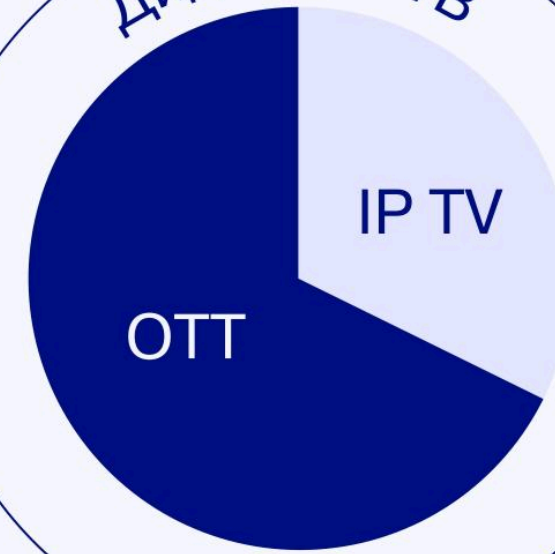


100+
Дистрибуция

20+
Селлеры



Диджитал ТВ



IP TV

OTT



200+
Контент

10+
Верификация
и исследования



Национальная Медиа Группа



ADRIVER

Adserving

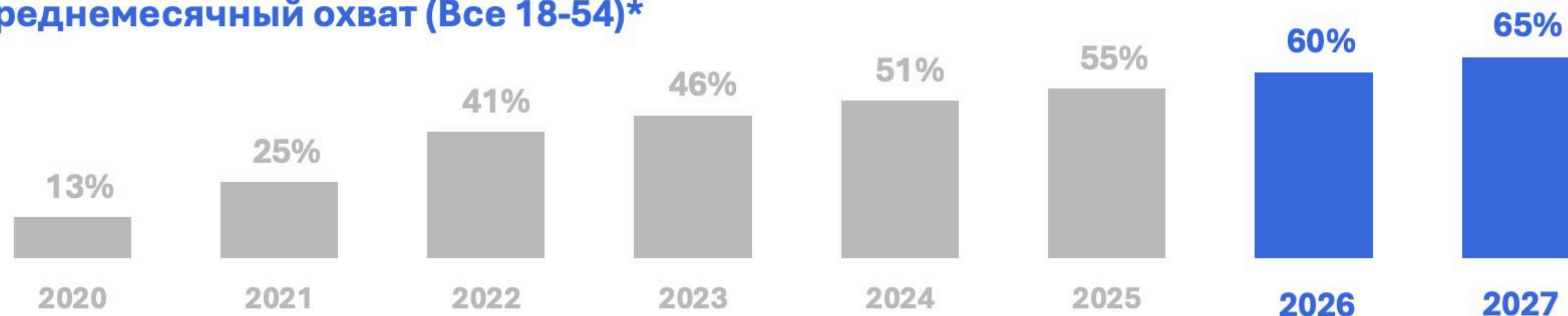
АКАР

*Представлен неполный список

ПРОГНОЗ РЫНКА ДИДЖИТАЛ ТВ

MEDIA
DIRECTION
GROUP

Среднемесячный охват (Все 18-54)*



Объем Диджитал ТВ рынка, млрд. руб

доля от ТВ рынка



Источники:

*IPTV: Абонентская база платного ТВ, Динамика изменения абонентской базы IPTV (J'son&Partners Consulting. «Рынок Smart TV в России. Итоги года 2024»)

OTT: Динамика наличного парка Smart TV, Динамика подключенных Smart TV, Динамика изменения абонентской базы OTT операторов (J'son&Partners Consulting. «Рынок Smart TV в России. Итоги года 2024»); Пользователи Онлайн кинотеатров (ICMR (ГФК-Русь) - Онлайн-кинотеатры России: рейтинг за IV квартал 2025); Исследование аудитории CTV 2025 | Visible & Data Insight; НСК «Телевидение глазами телезрителей, 2024.

Пересечение: Mediascore, отчёты по установочному исследованию; Исследование АРИР, ГПМ Реклама, Getads network, интерактивный опрос, сентябрь 2024; Экспертная оценка MDG (200+ рекламных кампаний) за 2025 год

** Экспертная оценка MDG (200+ рекламных кампаний) за 2025 год.

ПАРАМЕТРЫ МЕДИА

1

ОХВАТ

2

заметность
и внимание

3

адресный
показ

4

верификация

ПРОНИКНОВЕНИЕ ВИДЕО ПРОДУКТА



**ВИДЕО ПРОДУКТ SH ЭКРАН ОХВАТЫВАЕТ 43% НАСЕЛЕНИЯ РФ:
28,5 МЛН ДОМОХОЗЯЙСТВ / 62 МЛН. ЧЕЛОВЕК**

ЗАМЕТНОСТЬ

ВИДИМОСТЬ

ДОСМАТРИВАЕМОСТЬ

ВНИМАНИЕ

АДРЕСНЫЙ ПОКАЗ

ОХВАТ

ТАРГЕТИНГИ  MEDIA
HILLS



Частота



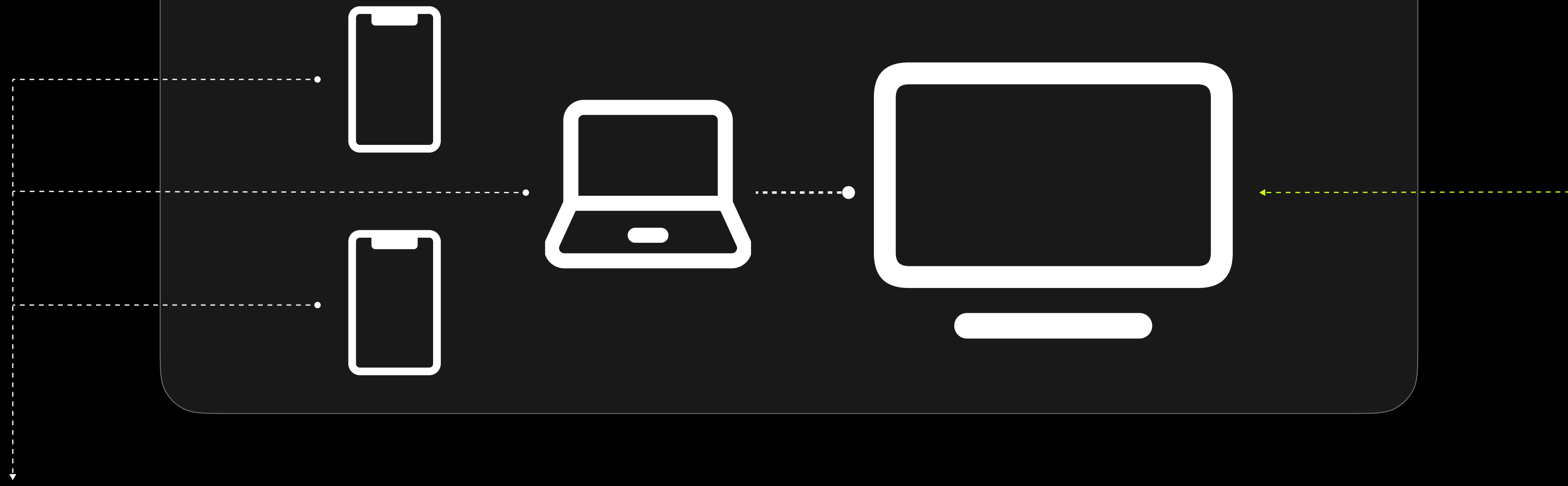
Геотаргетинг



Соцдем

КАСТОМНЫЕ АУДИТОРНЫЕ СЕГМЕНТЫ

Д/Х - АБОНЕНТ ДОМАШНЕГО ИНТЕРНЕТА «РОСТЕЛЕКОМ»



Platforma

Медиапотребление –
источник исходных данных
для формирования сегментов

ЭКРАН

Размещение РК
с таргетингом
на IPTV приставки,
указанные в сегменте

BRAND LIFT ORO

Более 40 исследований за 2025-2026 годы

- **СПОНТАННОЕ ЗНАНИЕ x2,5**
Бренд – таблетки для суставов
- **ПОДСКАЗАННОЕ ЗНАНИЕ +14%**
Бренд – лотерея
- **ЗАПОМИНАЕМОСТЬ РЕКЛАМЫ +47%**
Бренд – производитель мясных полуфабрикатов
- **УЗНАВАЕМОСТЬ x2**
Бренд – ресторан общественного питания



РЕЗУЛЬТАТЫ

КУПЕР

Сегмент Platforma
«Пользователи доставки продуктов и еды»

ORO

- Спонтанное знание +39% (40-54)
- Доля регулярных пользователей +61% (40-54)
- Запоминаемость рекламы +55%
- Доля тех, кто рассмотрит бренд в первую очередь, x7 (55+)

АСКОНА

Сегмент Platforma
«Товары для дома, мебель»

ORO

- Запоминаемость рекламы +26%
- Доля потребителей, готовых в первую очередь рассмотреть магазины, +50%
- Доля тех, кто готов серьезно рассматривать бренд для покупки, +14%

CHECK-UP

- Не считать, как классический digital
- Растить частоту
- Проверять источники инвентаря
- Не бояться тестировать теории
- Верифицировать

СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ!



КАТЯ БОГДАН