



ОЕМ-ИНВЕНТАРЬ В СТВ: НОВАЯ ТОЧКА ОТСЧЁТА

AdIndex City 2026



ДМИТРИЙ НИКОНОВ

Коммерческий директор,
член совета директоров Haier CIS

Haier



OEM инвентарь в CTV: почему это отдельный разговор

Smart TV интерфейс – не OTT-контент и не web/app inventory

- 1** CTV сегодня – это не только OTT-видео, но и рекламные возможности в интерфейсе Smart TV
- 2** Первым экраном в CTV часто управляет OEM-вендор
- 3** Для OEM-размещений пока меньше общих правил измерения, чем для OTT

“

Первый экран CTV – **это тоже медиа**, а не только точка входа

”





Что нужно рынку для OEM-размещений

Не web-метрики, а стандарт измерения большого экрана



Smart TV – это большой экран в домохозяйстве: считать нужно households, а не только devices



Контакт на ТВ нужно связывать с действием на персональном устройстве в рамках домохозяйства: cross-device / multi-touch attribution



Для OEM inventory важны также brand lift, sales lift и новые форматы вроде shoppable ads как направление развития

CTV не нужно дотягивать до web

Для CTV нужно доработать стандарт измерения большого экрана

ell

