



Новая жизнь ТВ

Поговорим о ТВ как о платформе

Эфир или Video on Demand — вопрос выбора типа контента, а не устройства для просмотра

Телевизор ждет второе рождение

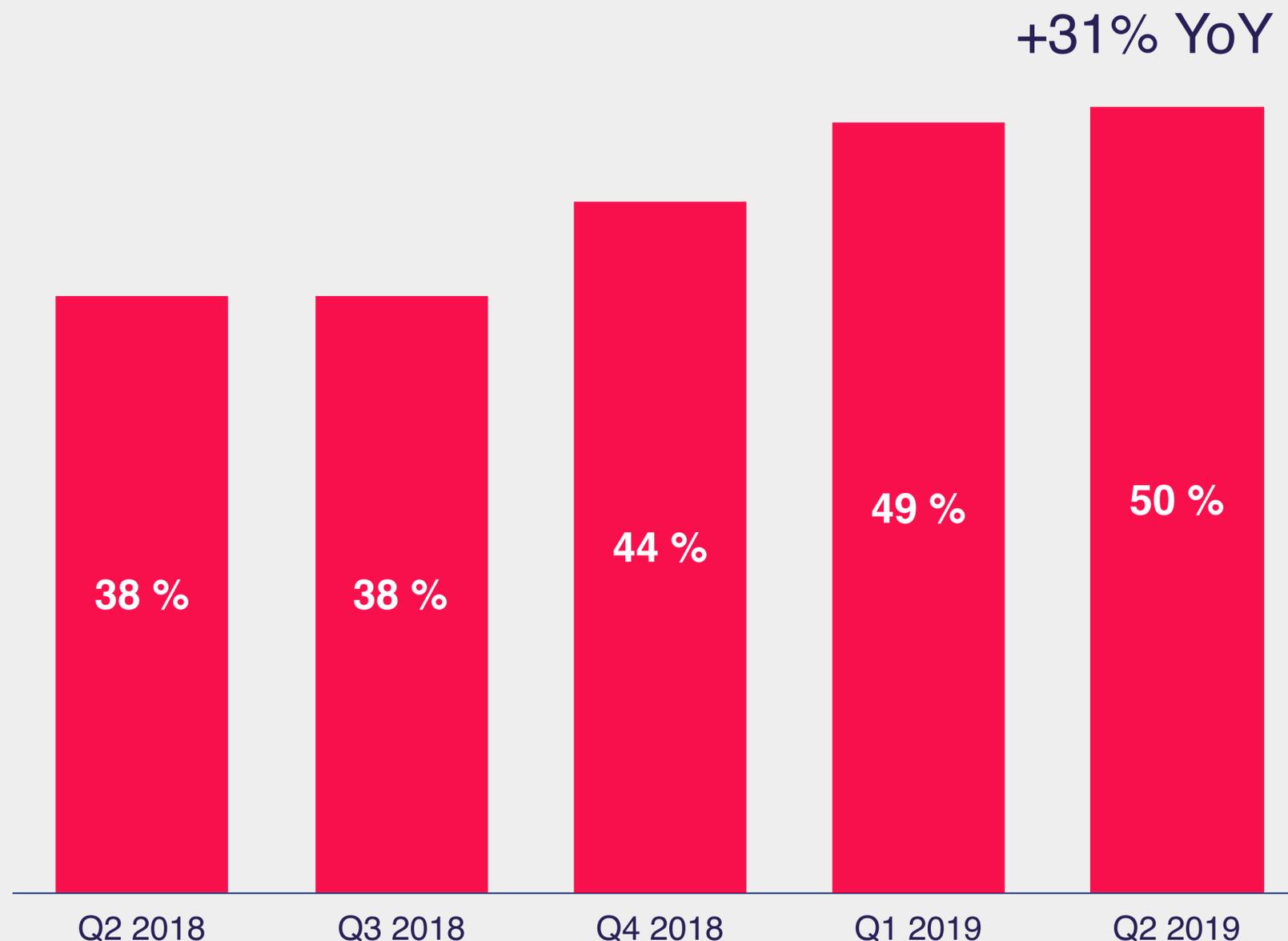


Кое-где второе рождение уже состоялось

Доля CTV в объемах видеорекламы

CTV поднялся до ключевого игрока рынка по числу показов видеорекламы в США

Рекламодателей привлекает не только объем аудитории, но и производительность рекламы



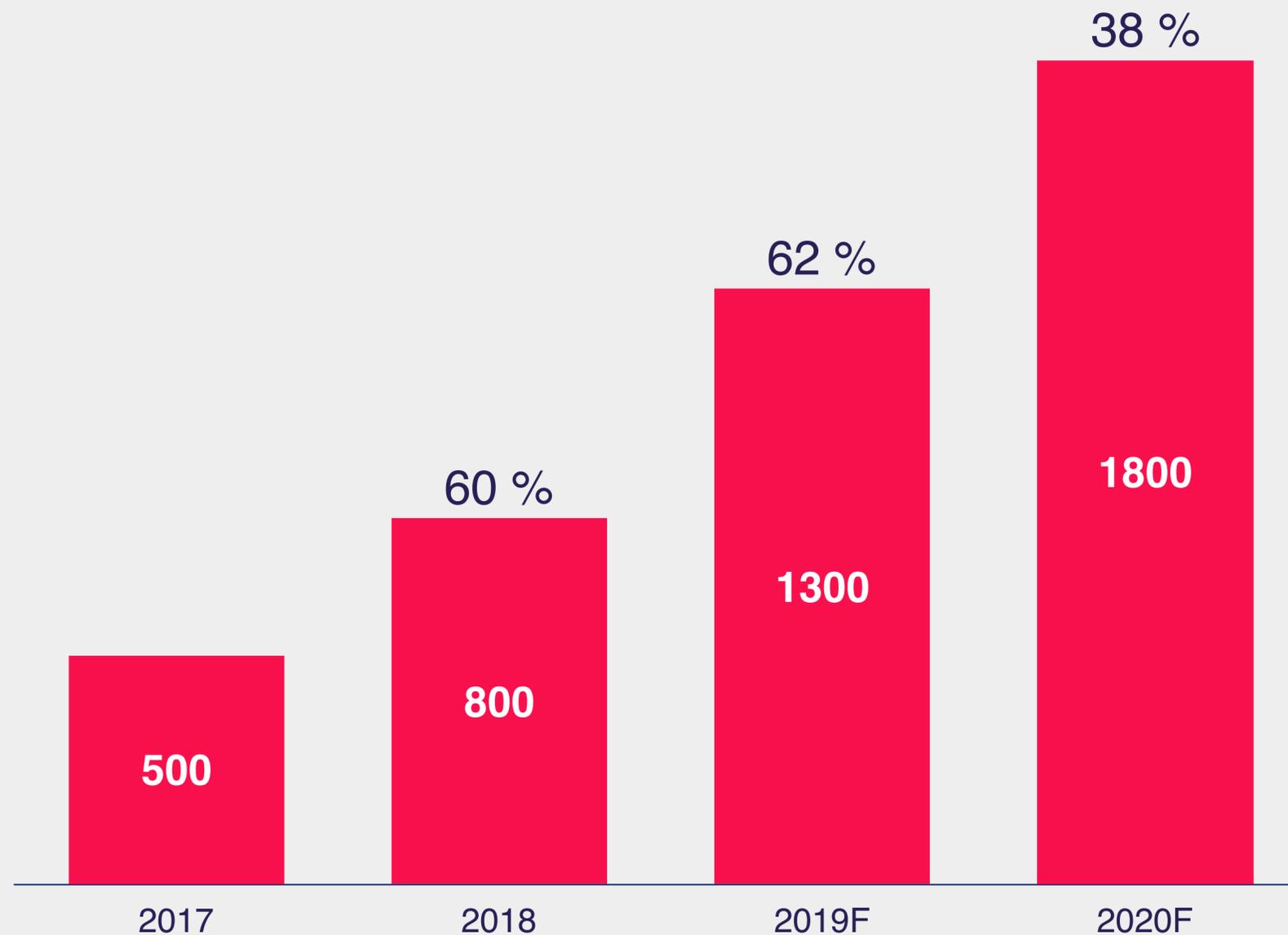
И в России все идет к тому

62%

составит рост рекламных бюджетов в сегменте Смарт ТВ к концу 2019

Текущий прогноз для всего рынка рекламы — 4,5%, для видеорекламы — 10%

Рекламные бюджеты в Смарт ТВ, млн руб





Почему так много?

Смарт ТВ — платформа на стыке ТВ и digital

Digital приносит технологии и возможности для модернизации ТВ-рекламы

- Управление частотой контакта
- Измеримость
- Аудиторные таргеты
- Высокие досмотры
- Премиальный инвентарь



Advanced TV

Клиент

TV

Новый комитет в IAB Russia

Выделение сегмента рынка

Карта экосистемы

Прогнозы роста

Наращивание компетенции и образовательные мероприятия

КОМИТЕТ ПО ADVANCED TV

Сопредседатели комитета



Дмитрий
Пашутин



Александра
Стрелкова



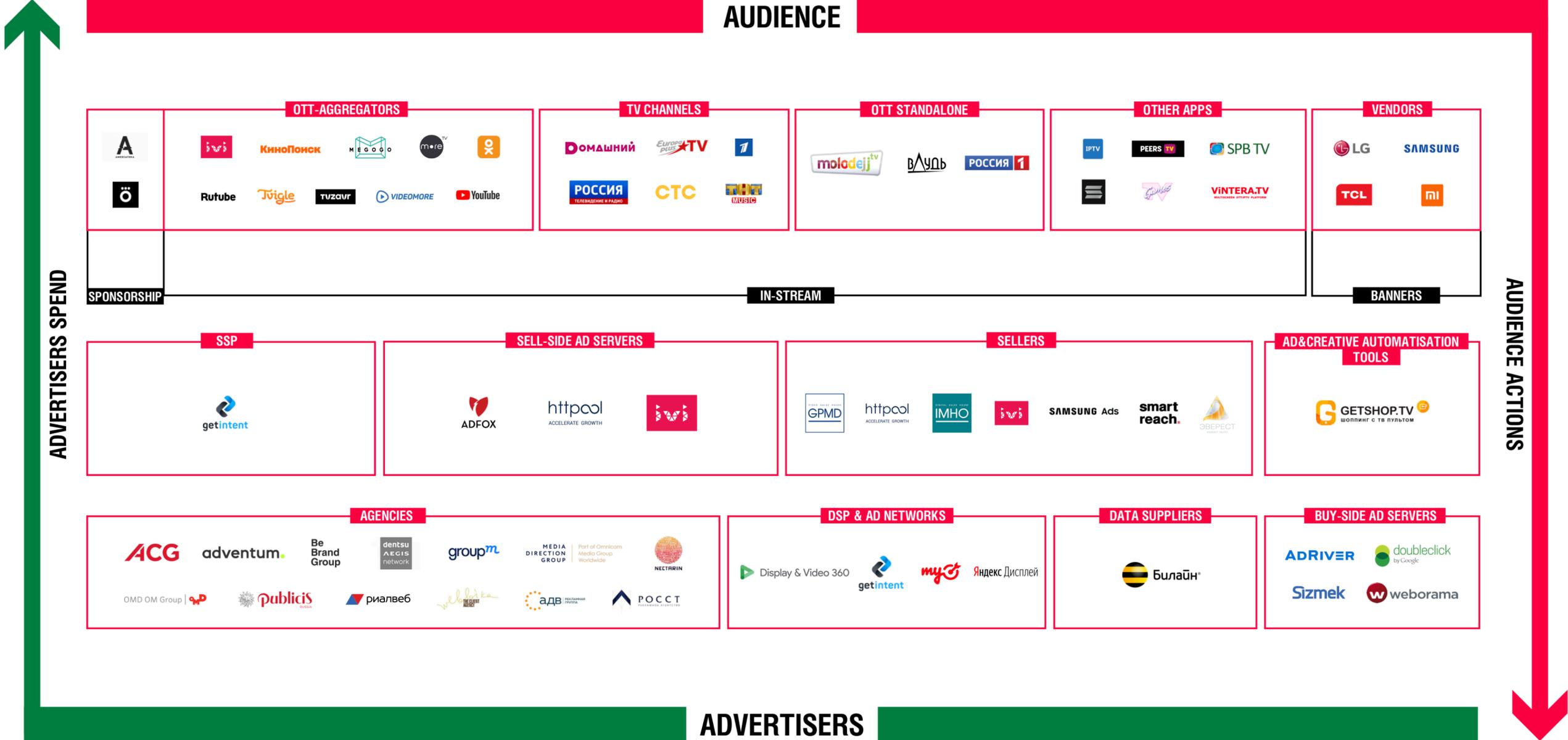
Дмитрий
Карманов



Выделение сегмента в экосистеме рынка

IAB Russia Smart TV Ecosystem

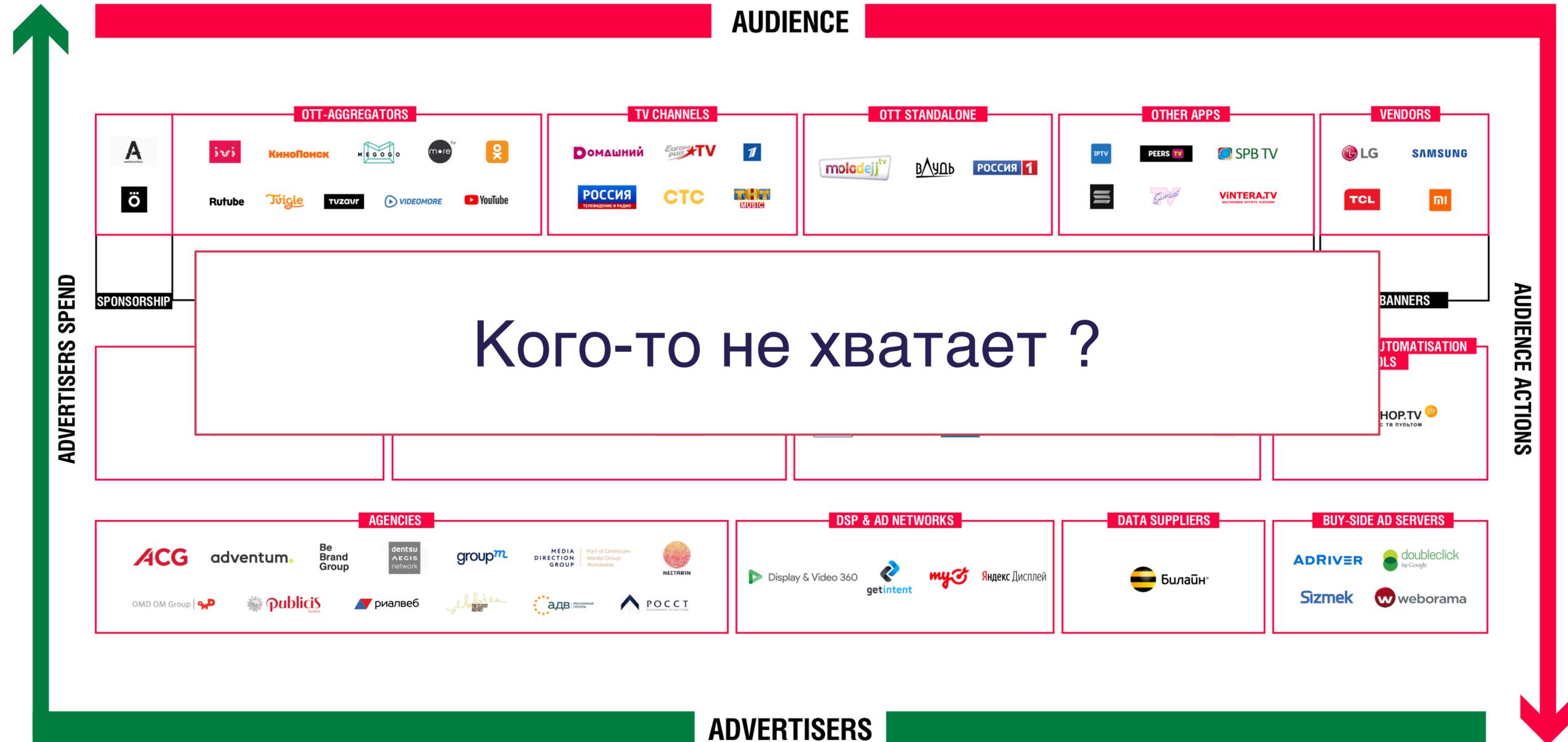
© 2019 IAB Russia v20190906 by Alexandra Strelkova



Выделение сегмента в экосистеме рынка

IAB Russia Smart TV Ecosystem

© 2019 IAB Russia v20190906 by Alexandra Strelkova



Аудиторные таргеты ivi

Собственные данные

+ ivi data

- Соц-дем (включая детей)
- Поведенческие
- Уникальные (платящая, таргет по смотрению, диагональ телевизора, провайдер связи, etc)

Сторонние данные

+ myTarget

- Соц-дем
- Self Service
- Верификация Mediascope

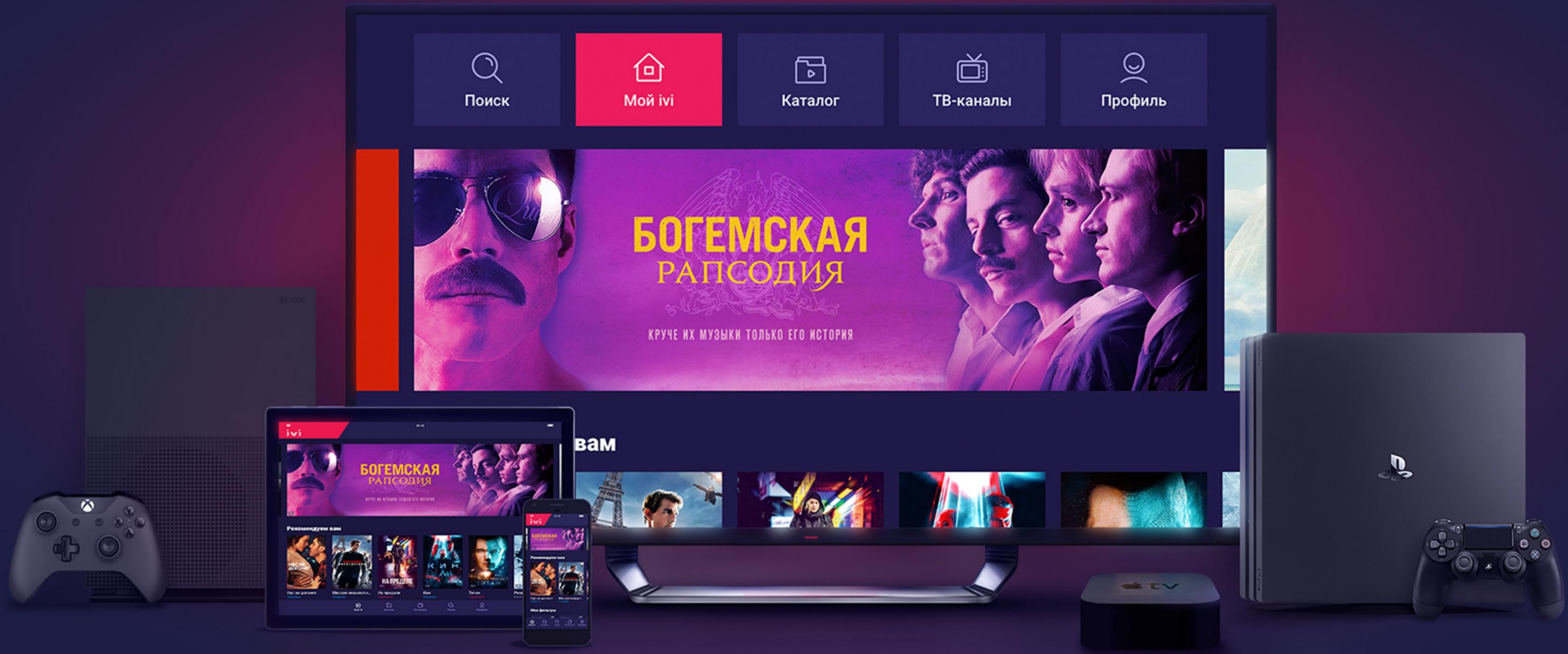
Аудиторные таргеты ivi

Q4 2019

+ Beeline

Q2 2020

+ Maxima Telecom



До встречи на iVi!