МЕДИА ИЗМЕРЕНИЯ СЕГОДНЯ И ЗАВТРА

КАК МЫ ЭТО ДЕЛАЕМ И О ЧЕМ ГОВОРЯТ РЕЗУЛЬТАТЫ

МИХАИЛ РАЙБМАН, MEDIASCOPE

mediascope
powered by TNS

российский медиа измеритель

ИСТОРИЯ И ТЕКУЩИЙ СТАТУС

mediascope
powered by TNS

Разделение группы компаний TNS Россия

TNS

Q3 2016

KANTAR TNS

MD Евгений Попов

Custom business

100% WPP



mediascope powered by TNS

MD Руслан Тагиев

(Mediascope + AdFact)

Media business:

все проекты + вся команда

20% WPP + 80% ВЦИОМ-Медиа



Как разделились проекты и направления

Media business

- Телеизмерения (TV Index и др.)
- Web Index
- NRS
- Radio Index
- TGI (продажи агентствам)
- Media Intelligence
- Custom media

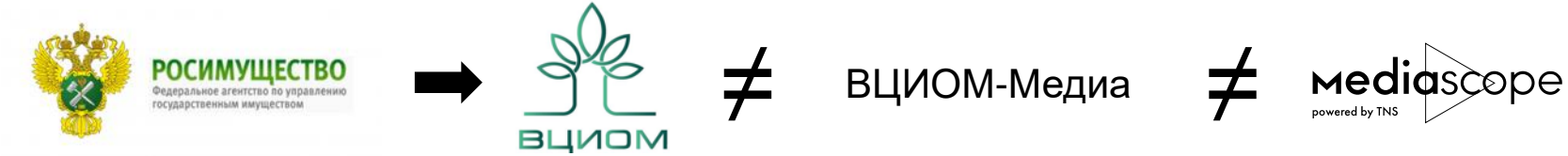
Вся команда, занимавшаяся медиа проектами, осталась в Mediascope

Custom business

- Заказные проекты
- TGI (продакшн, продажи рекламодателям)
- Поля Mediascope

АО «Медиаскоп» - не госкомпания

- Мы не получаем дотации из бюджета
- Мы – коммерческая компания, которая зарабатывает сама
- Мы – компания с участием государственного капитала через три юридических лица



Управление компанией Mediascope

- Компанией Mediascope в оперативном режиме управляют генеральный директор Руслан Тагиев и топ-менеджеры, состав которых не изменился
- Все стратегические решения принимает Совет директоров



Анжело Кодиньони

Председатель Совета директоров



Руслан Тагиев

CEO Mediascope



Алексей Малинин

Генеральный директор ВЦИОМ-Медиа



Лада Кудрова

Представитель WPP



Наталья Яковлева

Независимый директор

от ТелеВидения к ТоталВидео

ТЕКУЩИЙ СТАТУС И
СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТЕЛЕИЗМЕРЕНИЙ

mediascope
powered by TNS

Охват ТВ

Россия 100k+, возраст 4+

За месяц

99%

За неделю

91%

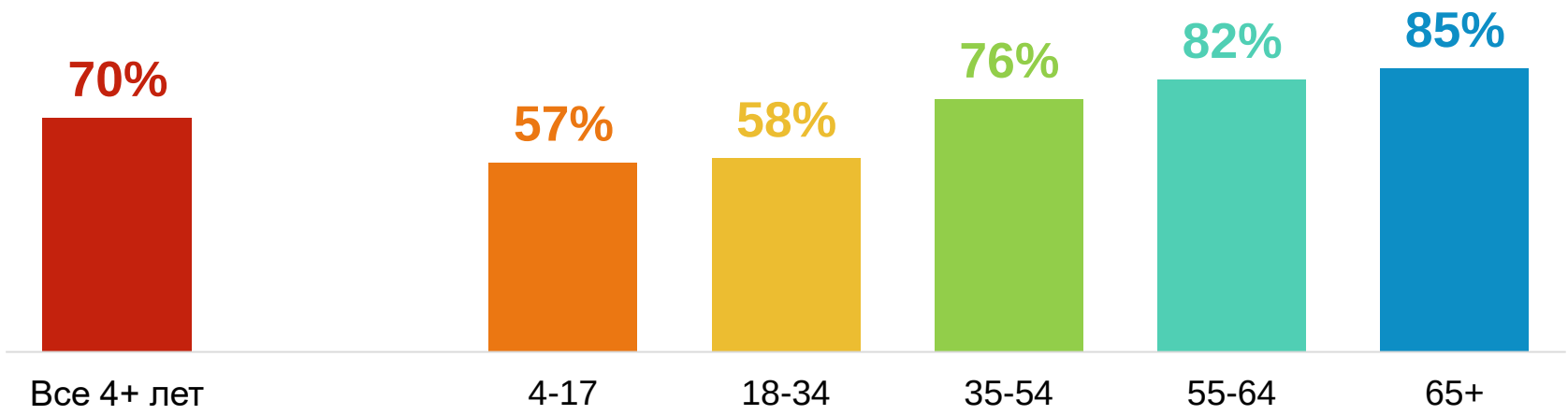
За сутки

70%

TV Index, Россия 100k+, аудитория 4+, 5:00 – 29:00, 1-минутный охват (% населения) в месяц, неделю, сутки. 2016 год (по 12 декабря)

Среднесуточный охват ТВ в возрастных группах

Россия 100k+, в % от населения указанного возраста



TV Index, Россия 100k+, 5:00 – 29:00, 1-минутный охват (% населения указанного возраста) в сутки. 2016 год

Среднесуточные показатели телепросмотра

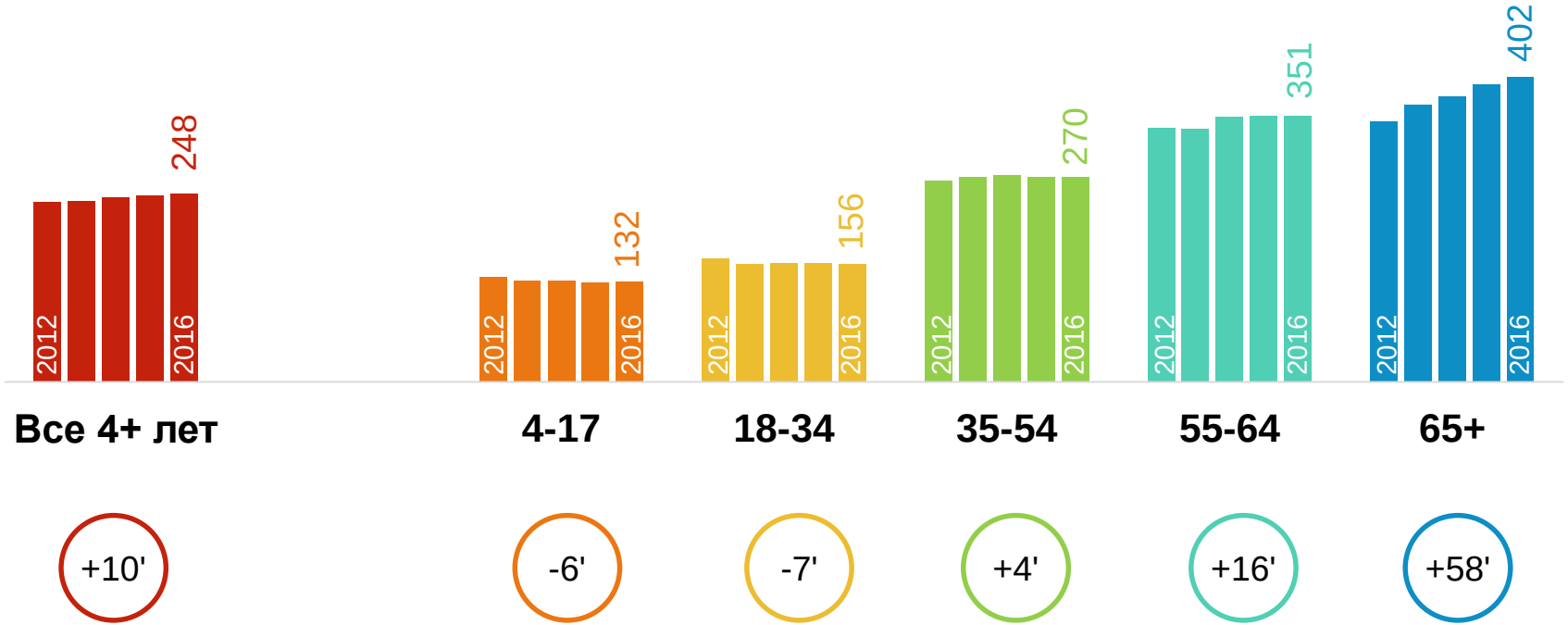
Россия 100k+, возраст 4+

	Охват	Время просмотра
Среди населения	70%	248мин
Среди телезрителей	100%	353мин

TV Index, Россия 100k+, аудитория 4+, 5:00 – 29:00, 1-минутный охват (% населения) в месяц, неделю, сутки. 2016 год (по 12 декабря)

Время телепросмотра среди населения, 2012-2016

Россия 100k+, в минутах, динамика 2016 vs. 2012



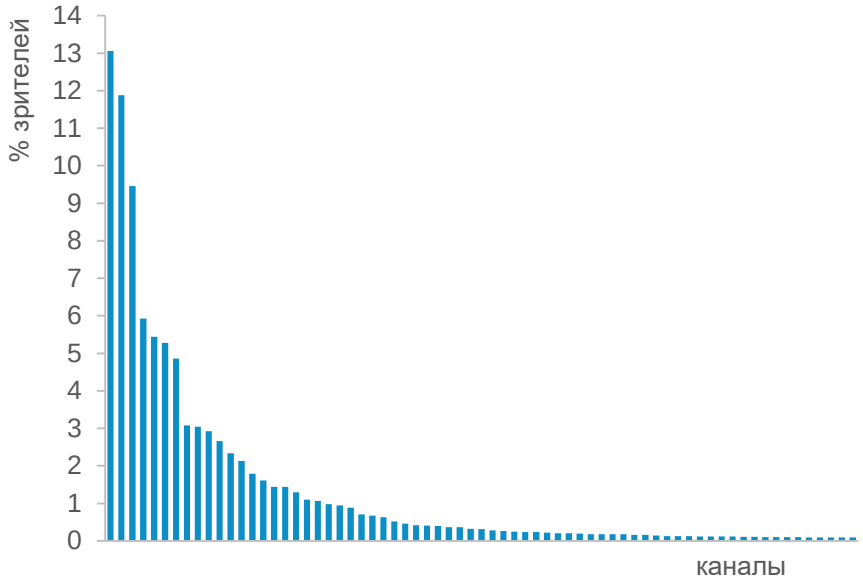
DAN Spring Sessions 2017

Россия 100+, 5:00 – 29:00, время просмотра ТВ среди населения указанного возраста в минутах, 2012-2016, динамика 2016 vs. 2012

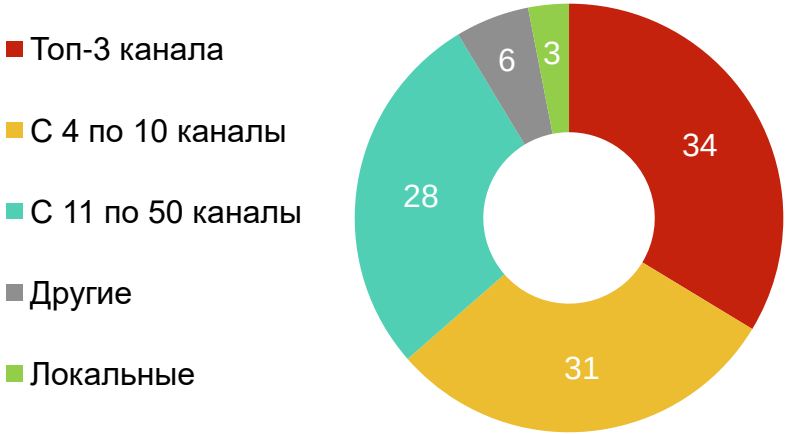
Фрагментация аудитории

Россия 100k+, 4+, доля каналов, в % от зрителей

Доля отдельных каналов, %



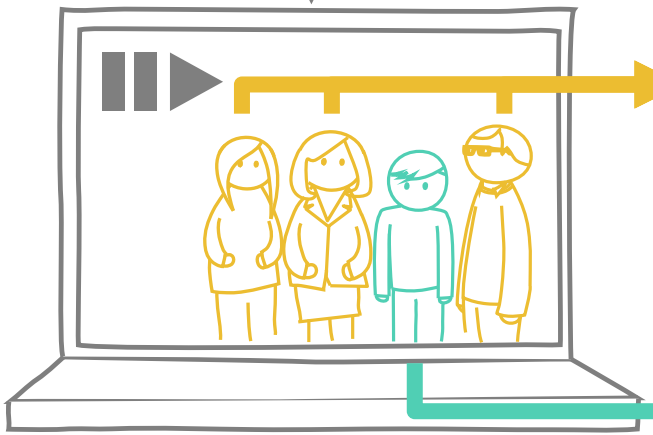
Суммарная доля, %



Просмотр ТВ-контента на десктопах

Проект Big TV Rating - комбинация технологий

КАНАЛ
встраивает счетчик Heartbeat в контент и передает информацию о нем перед размещением на сайте



ИНТЕРНЕТ-ПАНЕЛЬ

12 500 человек

Теги по технологии Heartbeat

ТВ-ПАНЕЛЬ

13 500 человек

Audio Matching

VIRTUALMETER-ПАНЕЛЬ

2 500 человек

Теги Heartbeat
+ Audio Matching

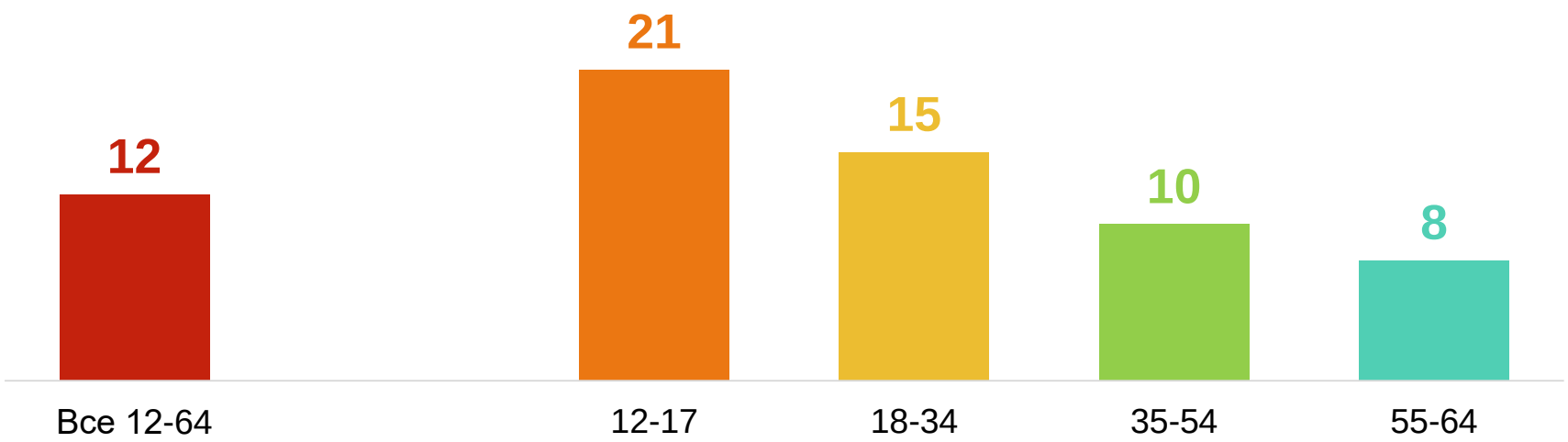
Big TV Rating: как это посчитано

- За сентябрь - ноябрь 2016 контент тегировали 11 каналов
- Они могли тегировать не весь свой контент
- Глубина просмотра контента – 28 дней с даты выхода на ТВ
- Расчеты по программам сделаны без учета рекламных блоков

	Прямой эфир в интернете	Отложенное смотрение (VOD)
Домашний	-	1
Матч ТВ	1	1
НТВ	1	1
Рен	1	0
Россия 1	0	1
Россия 24	0	1
Россия К	0	1
СТС	-	1
СТС Love	-	1
ТНТ	-	1
Че	-	1

Охват тегированного ТВ контента на десктопе за месяц

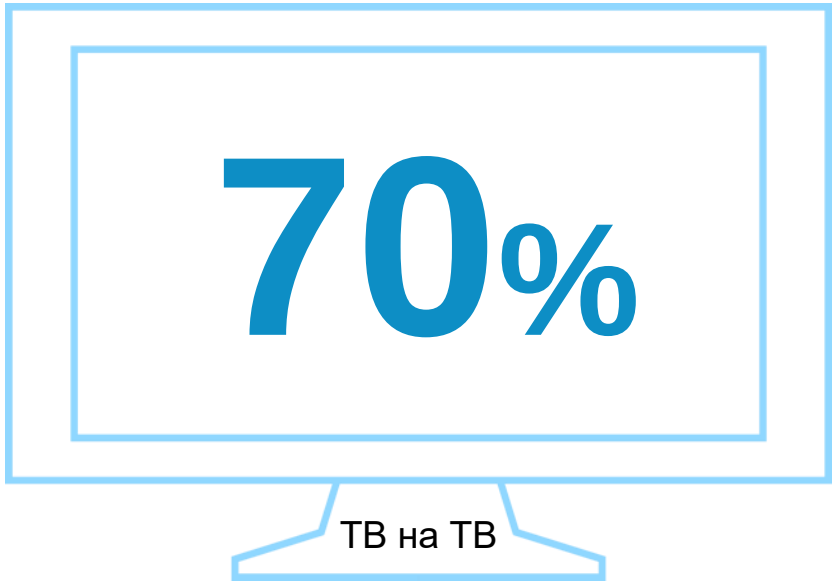
Россия 100k+, осень 2016, 11 каналов, в % от населения указанного возраста



Big TV Rating, Россия 100k+, сентябрь-ноябрь 2016, 5:00 – 29:00, 1-мин охват тегированного ТВ-контента за месяц (%) на 11 каналах

Охват тегированного ТВ-контента на десктопе за сутки

Россия 100k+, осень 2016, 11 каналов, в % от населения 12-64 лет

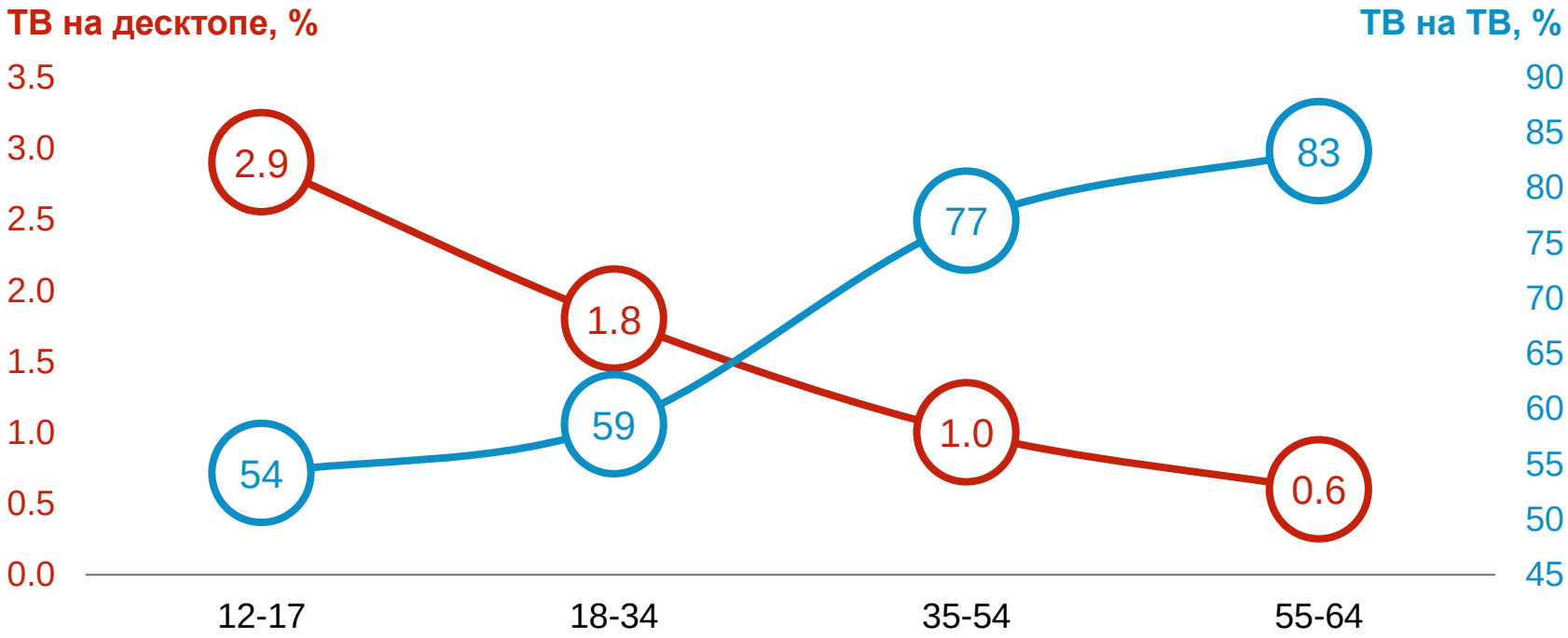




Big TV Rating, Россия 100+, 12-64, сентябрь-ноябрь 2016, 5:00 – 29:00, ТВ: 1-минутный суточный охват Тотал ТВ. Десктоп: 1-мин охват тегированного ТВ-контента за сутки (%) на 11 каналах

Суточный охват тегированного ТВ-контента на десктопе

Россия 100k+, осень 2016, 11 каналов, в % от населения указанного возраста

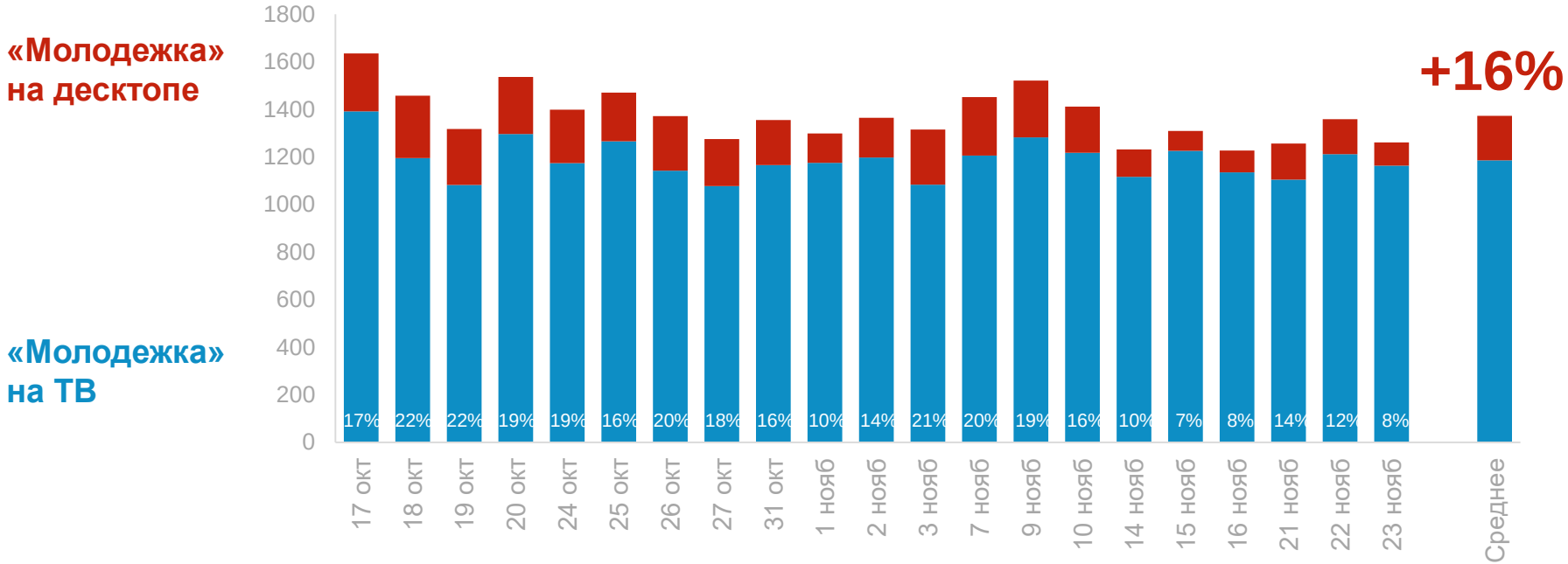


DAN Spring Sessions 2017

Big TV Rating, Россия 100k+, сентябрь-ноябрь 2016, 5:00 – 29:00. ТВ: 1-минутный суточный охват Тотал ТВ. Десктоп: 1-мин охват тегированного ТВ-контента за сутки (%) на 11 каналах.

Сериал СТС «Молодежка-4»

Россия 100k+, осень 2016, 12-45, аудитория в тысячах человек, прирост рейтинга

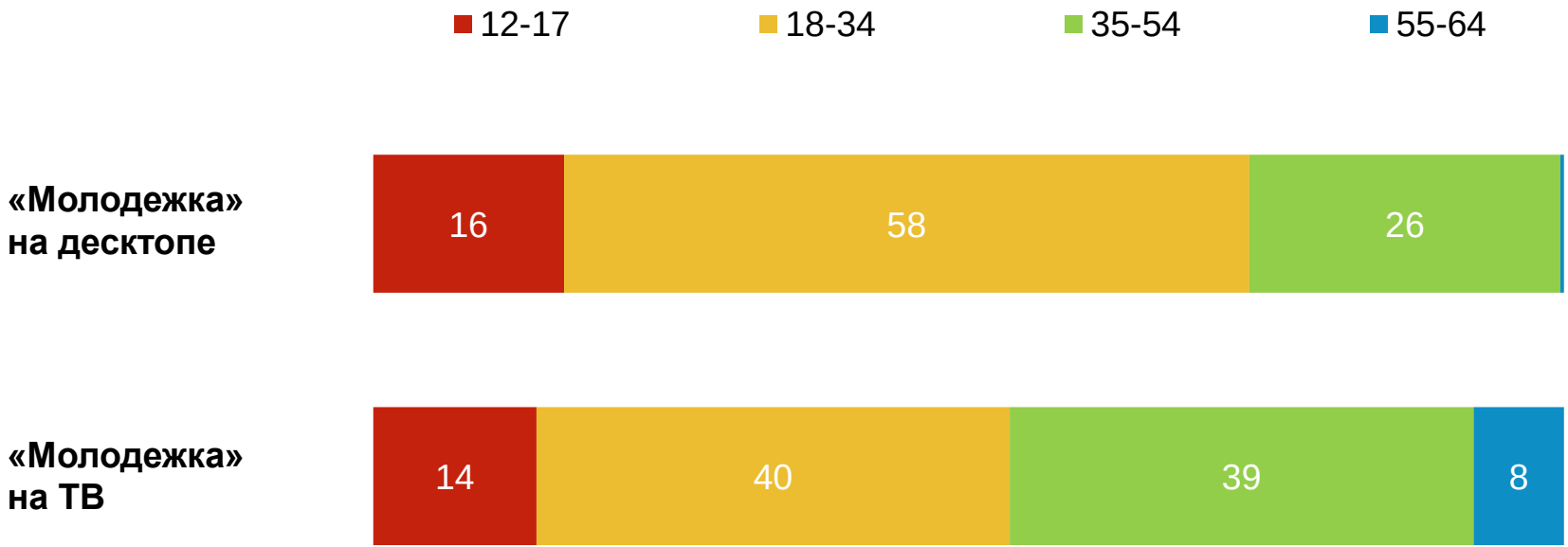


DAN Spring Sessions 2017

Big TV Rating, Россия 100k+, аудитория 12-45 в тысячах человек, оригинальные выпуски т/с «Молодежка» (17 окт – 24 ноя, будни, кроме эпизодов от 8.11, 17.11 и 24.11). Показатели: Рейтинг (000), прирост рейтинга (000) на десктопе к рейтингу (000) на ТВ. Без учета внутренних рекламных блоков.

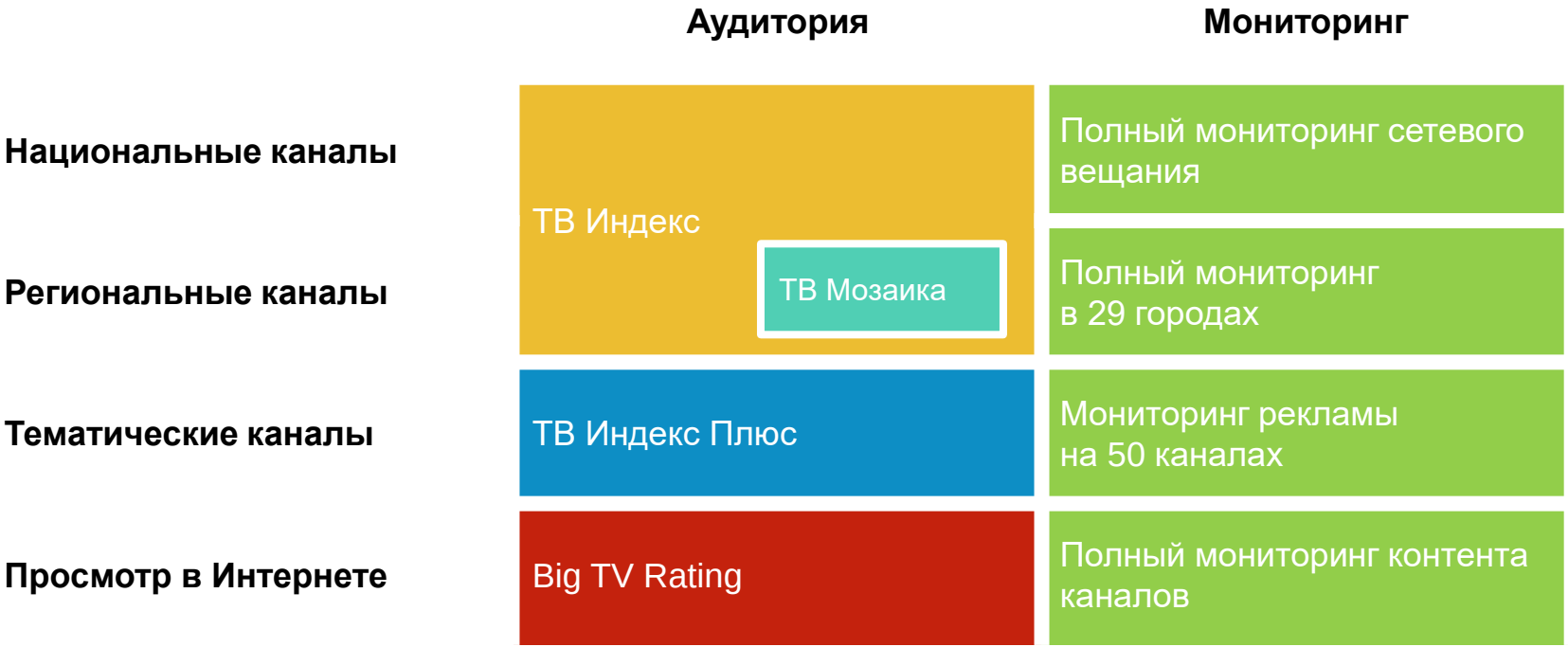
Сериал СТС «Молодежка-4»: структура аудитории

Россия 100k+, осень 2016, за 100% принята аудитория сериала на указанном носителе в возрасте 12-64



Big TV Rating, Россия 100+, оригинальные выпуски т/с «Молодежка» (17 окт – 24 ноя, будни, кроме эпизодов от 8.11, 17.11 и 24.11).
Показатели: структура аудитории. Без учета внутренних рекламных блоков.

Телеизмерения: текущее состояние



Телеизмерения: текущее состояние

ПАНЕЛЬ	МОНИТОРИНГ	ДАННЫЕ	ТЕХНОЛОГИИ
города **100 000+** **5 400** домохозяйств **13 500** человек **77** городов в выборке **29** с локальной отчетностью **40 000** интервью Установочного исследования в год	**> 15 000 000** событий в месяц **29** каналов - полный мониторинг (орбиты+города) **50** тематических - мониторинг рекламы **автоматическое** распознавание + обработка редакторами	на **следующий** день по Москве; на **2** день по России и городам; **ежемесячно** по нишевым каналам **29** каналов в ТВИ, **200** каналов в ТВИ+	пиплметр **TNS 5000** с системой **Audio Matching** **Big TV Rating** – просмотр ТВ-контента в Интернете

Возможные направления развития телеизмерений

1. Расширение / оптимизация панели
2. Внедомашнее смотрение
3. Тотал видео
4. Интеграция и гибридность измерений

Возможные направления развития ТВ-панели

Конфигурация проекта определяется совместно с индустрией

География	Россия 100k+ Города 0+ Вся Россия 0+
Размер и состав панели	Национальная панель Локальные панели Новые города
Оптимизация выборки	Увеличение Перераспределение

Возможности измерения телепросмотра вне дома

НА ДАЧЕ

Комбинация методик:

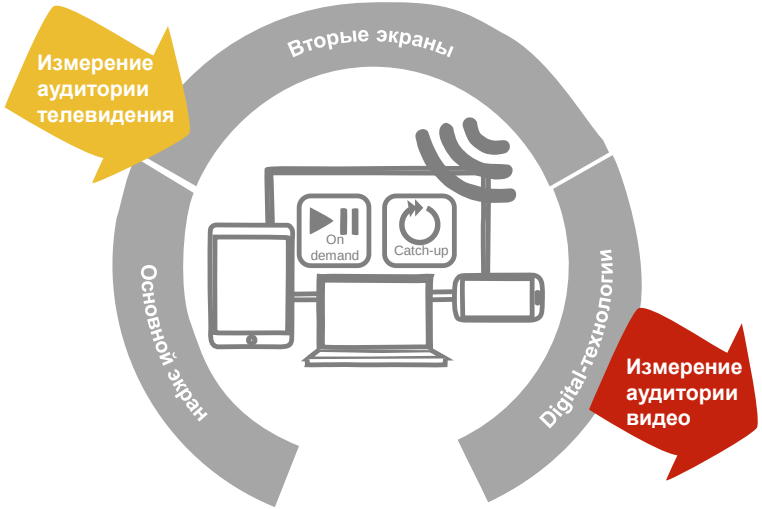
- Return-Path-Data спутникового оператора
- Rapid Meter – «облегченная» версия пиплметра

В ДРУГИХ МЕСТАХ

Варианты:

- PPM
- Выборка заведений и приборы с технологией распознавания взгляда (для баров, etc.)

Тотал видео: текущий статус и планы



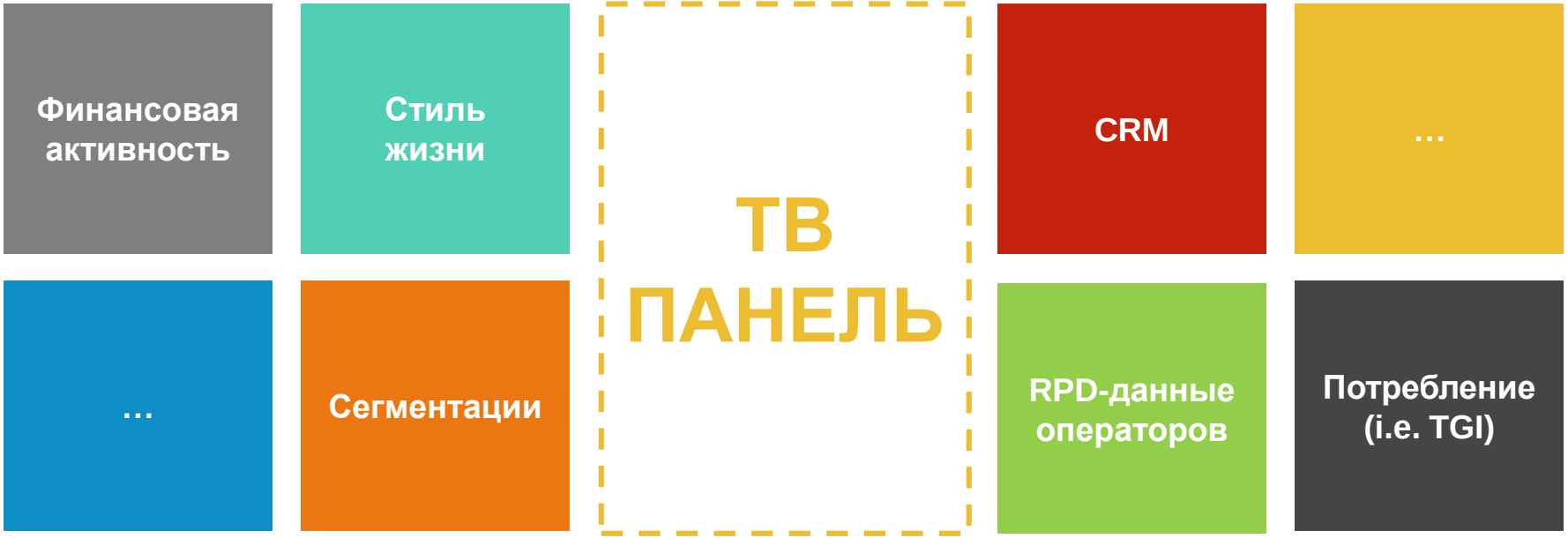
2016

- Запущен проект Big TV Rating
- Измерение просмотра ТВ-контента на десктопе
- Поставка данных участникам проекта

2017+

- Старт измерения просмотра ТВ-контента на мобильных экранах (смартфоны, планшеты)
- Тотал Видео Рейтинг
- Конфигурация проекта определяется совместно с индустрией

Интеграция и гибридность измерений



Приоритеты развития: 1 – mobile, 2 – video

ТЕКУЩИЙ СТАТУС И СТРАТЕГИЯ
РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-ИЗМЕРЕНИЙ

mediascope
powered by TNS



WEB INDEX

Аудитория сайтов и приложений

Мобильная
Десктопная
Кросс

DAN Spring Sessions 2017



WEB INDEX

Post-campaign

Тотал аудитория РК (tv+web)
Попадание в таргетинги

DAN Spring Sessions 2017



WEB INDEX

Мониторинг рекламы

In-stream и out-stream video
Спецпроекты
Стандартные баннеры

Аудитория Интернета на всех устройствах

Россия 0+, 12+

87 млн. чел.

71% от населения

+2% у-о-у



Источник: WEB-Index УИ, Россия 0+, Окт'16-Мар'17, прирост Окт'16-Мар'17 к Окт'15-Мар'16. Все 12+ лет, Monthly reach, все устройства

Аудитория Интернета на мобильных устройствах

Россия 0+, 12+

66 млн. чел.

54% от населения

+9% у-о-у



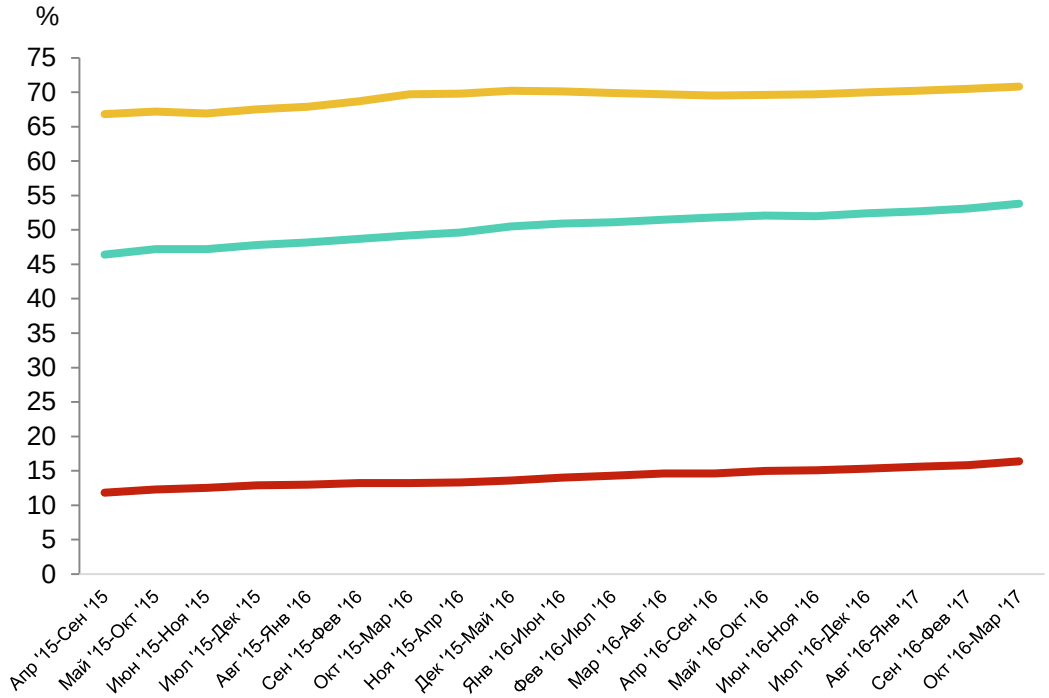
3/4

пользователей выходят в интернет через мобильные устройства

Источник: WEB-Index УИ, Россия 0+, Окт'16-Мар'17, прирост Окт'16-Мар'17 к Окт'15-Мар'16. Все 12+ лет, Monthly reach, все устройства

Аудитория Интернета

Россия 0+, 12+



Весь интернет **+2%** за год

Мобильный **+9%** за год

Пользуются только мобильным **+24%** за год

DAN Spring Sessions 2017

Источник: WEB-Index УИ, Россия 0+, Окт'16-Мар'17, прирост Окт'16-Мар'17 к Окт'15-Мар'16. Все 12+ лет, Monthly reach, все устройства

Быстрее всего растет аудитория на смартфонах

Россия 0+, 12+



-4%

54%



+15%

46%



- 8%

19%

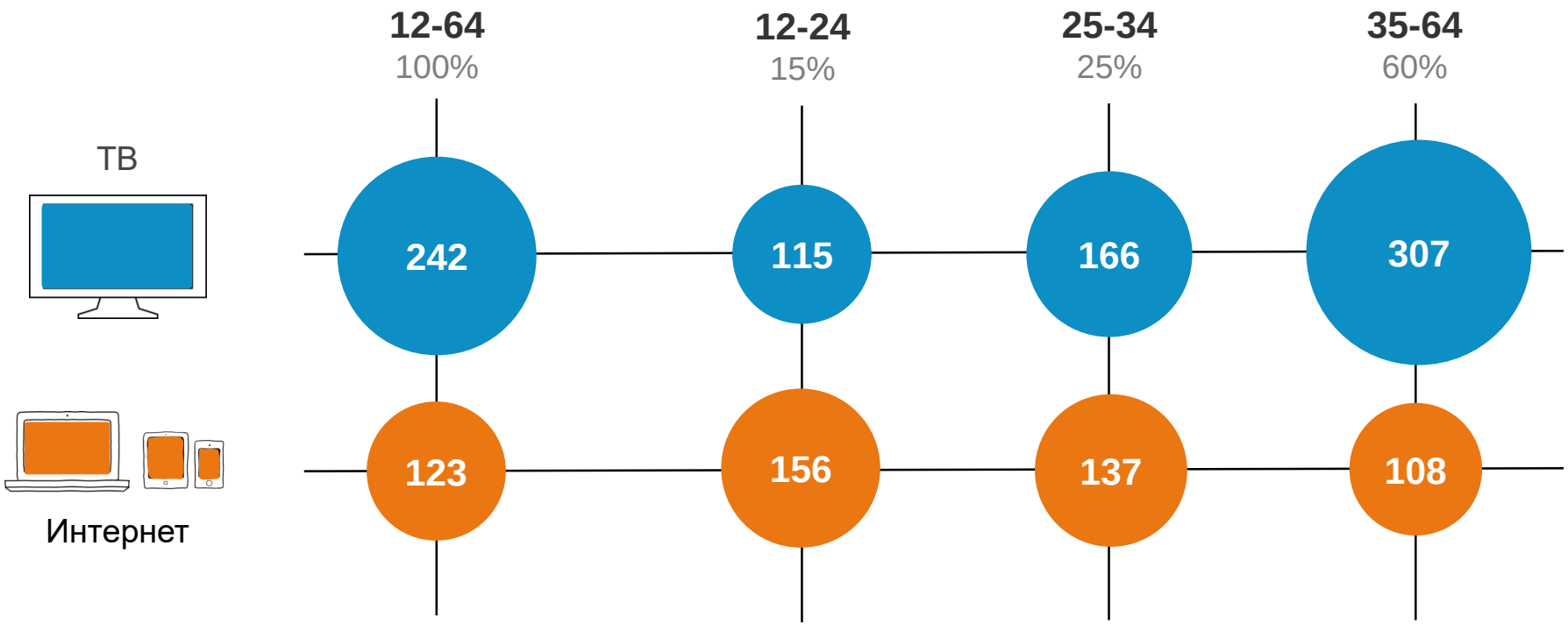


+14%

10%

Затраты времени на ТВ и на интернет в столицах

Мск+СПб, среднесуточное время просмотра/использования (минуты), в населении указанного возраста

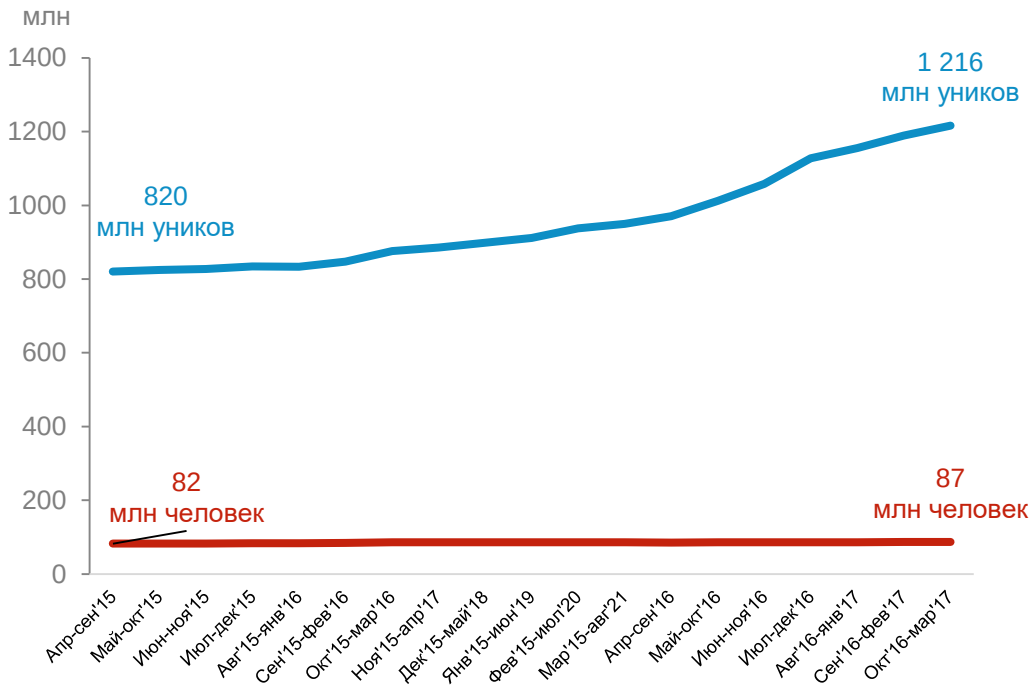


DAN Spring Sessions 2017

TV-Index, WEB-Index, Москва и С.-Петербург, февраль 2017, среднесуточное время потребления медиа среди населения указанного возраста.
Интернет: десктоп и мобильный App. Данные по мобильному интернету без учета времени, проведенного в «оффлайновых» тематических группах.
Москва в TV-Index = Большая Москва. Размер ГС, включая Большую Москву, около 15 млн.чел.

Уники не люди

Россия



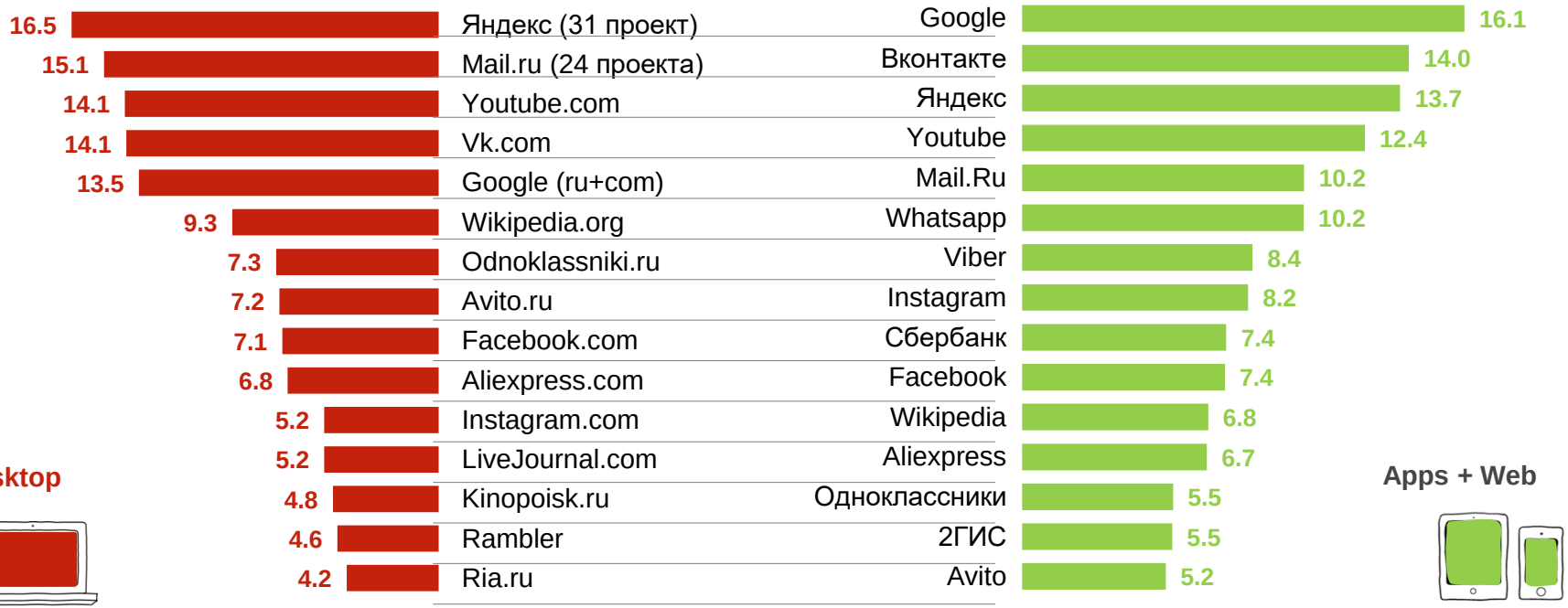
На 1 человека в месяц приходится около 14 уникальных посетителей

На десктопные устройства приходится около 6

Источник: WEB-Index УИ, Россия 0+, Окт'16-Мар'17, прирост Окт'16-Мар'17 к Окт'15-Мар'16. Все 12+ лет, Monthly reach, все устройства

Крупнейшие ресурсы: desktop vs. mobile

Россия 700k+, 12-64, Февраль 2017, Monthly Reach, млн. человек



Источник: WEB-Index, Россия 700k+, Февраль 2017, 12-64 лет, Monthly Reach, млн.чел., прирост к Февралю 2016. Данные по Google без учета Google // Play, по Яндексу без учета Яндекс // Store.

Топ мобильных ресурсов: приложения vs. мобильный веб

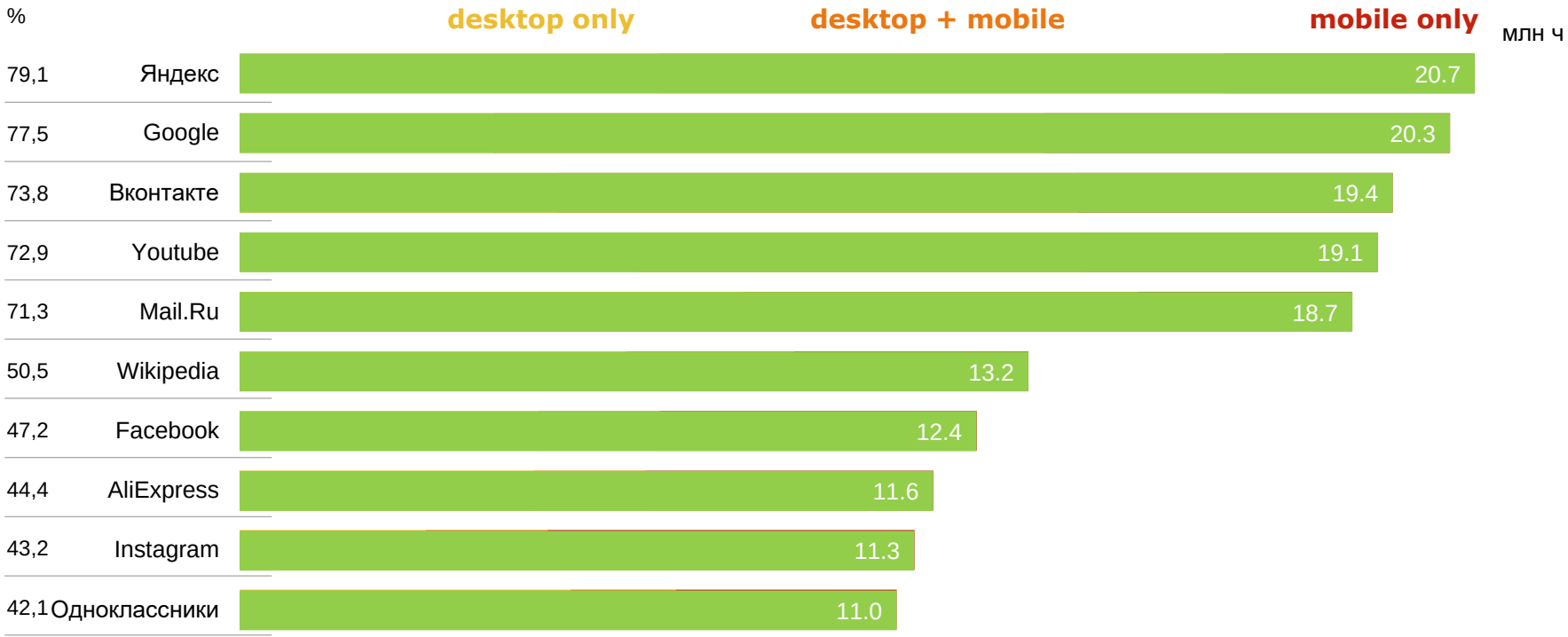
Россия 700k+, 12-64, Февраль 2017, Monthly Reach, млн. человек



Источник: WEB-Index, Россия 700k+, Февраль 2017, 12-64 лет, Monthly Reach, млн.чел., прирост к Февралю 2016. Данные по Google без учета Google // Play, по Яндексу без учета Яндекс // Store.

Топ ресурсов: desktop + mobile

Россия 700k+, 12-64, Февраль 2017, Monthly Reach, в % и млн. человек



Источник: WEB-Index, Россия 700k+, Февраль 2017, 12-64 лет, Monthly Reach, млн.чел., % от населения, учтена аудитория и десктопная, и мобильная (приложения и браузеры), Total = аудитория ресурса на всех устройствах. Данные по Google без учета Google // Play, по Яндексу без учета Яндекс // Store

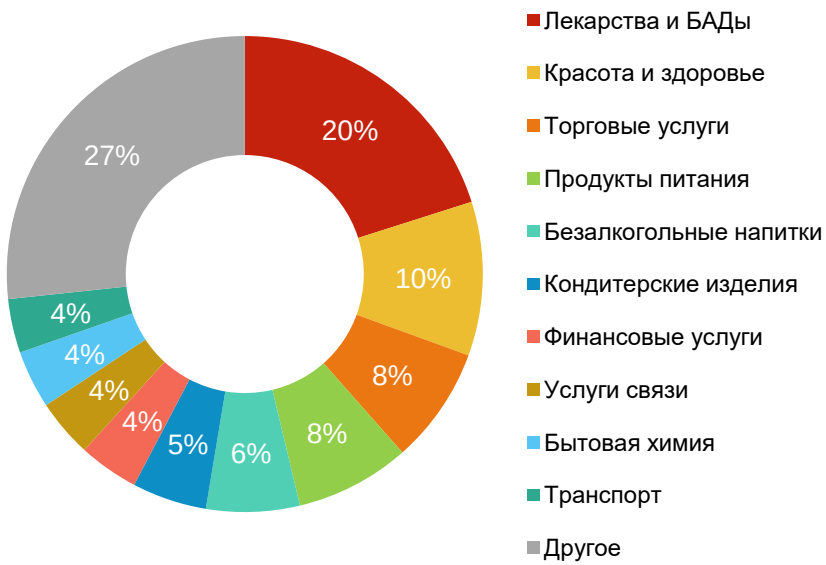
Доли товарных категорий в видеорекламе

Апрель-декабрь 2016

IN-STREAM ВИДЕО



ТЕЛЕВИДЕНИЕ



Источник: Mediascope. In-stream: Россия, показы, все сайты, desktop, Апрель-Декабрь 2016, 12-64 лет.
TV Index Россия 100k+, Апрель-Декабрь 2016, коммерческая реклама, национальное размещение, GRP 30" по баинговым аудиториям телеканалов

Видеореклама, топ-10 рекламодателей, апр-дек 2016

	IN-STREAM ВИДЕО		ТЕЛЕВИДЕНИЕ
1	MARS-RUSSIA	1	RECKITT BENCKISER
2	PROCTER & GAMBLE	2	PROCTER & GAMBLE
3	NESTLE	3	MARS-RUSSIA
4	RECKITT BENCKISER	4	NESTLE
5	MON'DELEZ INTERNATIONAL	5	UNILEVER
6	L'OREAL	6	PEPSI CO
7	UNILEVER	7	ОТИСИФАРМ
8	COCA-COLA	8	GSK CONSUMER HEALTHCARE
9	PEPSI CO	9	L'OREAL
10	WALT DISNEY	10	SANDOZ FARMA

Источник: Mediascope. In-stream: Россия, показы, все сайты, desktop, Апрель-Декабрь 2016, 12-64 лет.
TV Index Россия 100k+, Апрель-Декабрь 2016, коммерческая реклама, национальное размещение, GRP 30" по баинговым аудиториям телеканалов

Данные Mobile: текущий статус



Любые сайты, любые приложения



Города России 700k+



Single-source панель desktop+mobile





Смартфоны и/или планшеты на базе Android, iOs

RealityMine
real life, revealed

ПО компании Realitymine на устройстве + VPN профиль

Мобильное измерение в P100k+: выбор подхода

Сравнение app-centric и user-centric подхода



Аудитория мобильных приложений Mail.ru

12-64, Monthly Reach, в % от населения



Источник: WEB-Index, декабрь 2016, 12-64 лет, Monthly Reach, % от населения

WEB-INDEX Mobile: что дальше?

Q3 2017	Расширение до городов 100k+
1 HY 2017	Подгрузка данных в софт для медиа планирования
2 HY 2017	Ускорение поставки данных

Измерение видео: что дальше?

2017+ Предоставление аудиторных данных (без тегирования) по видеоплеерам

2017+ Обогащение мониторинговых данных по видеорекламе информацией об охваченной аудитории

2017+ Расчет соц/дем профиля аудитории видеорекламы

спасибо за внимание

WWW.MEDIASCOPE.NET