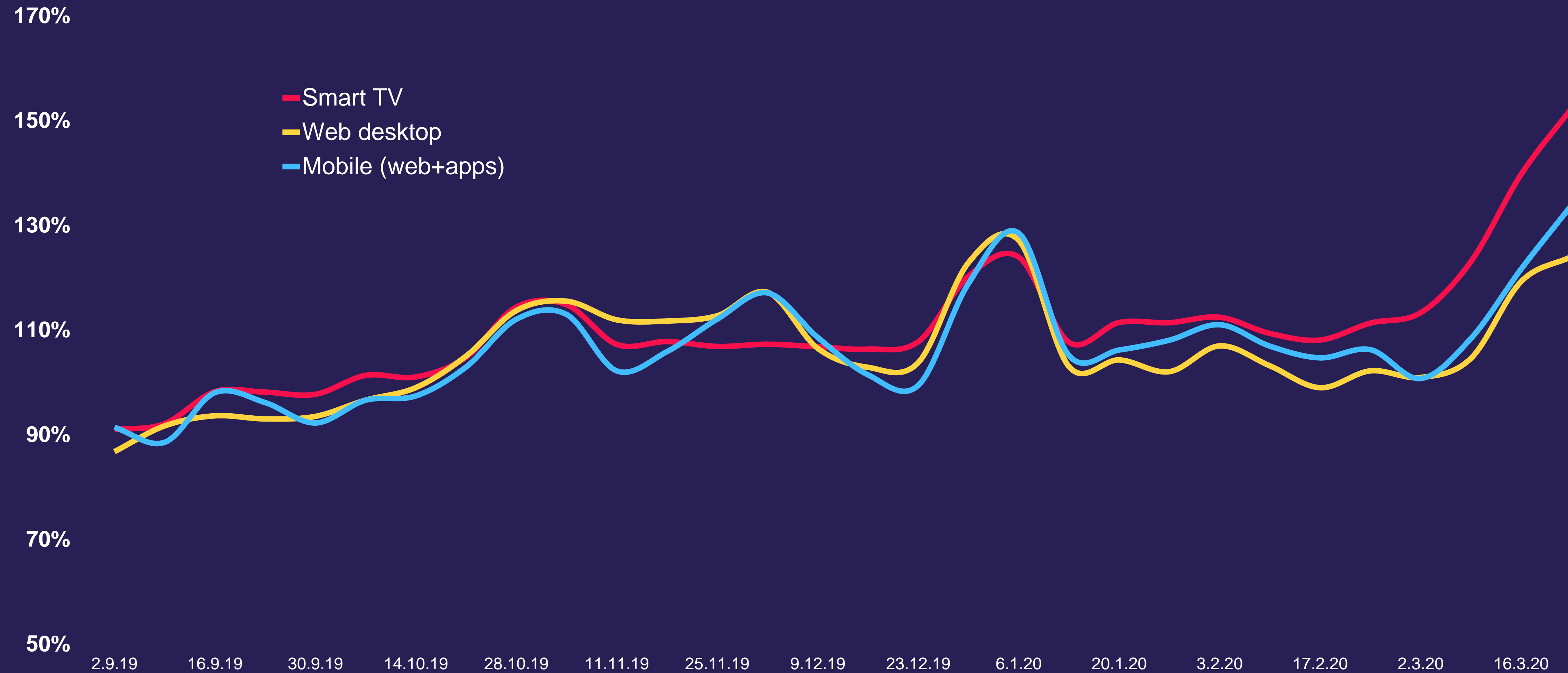


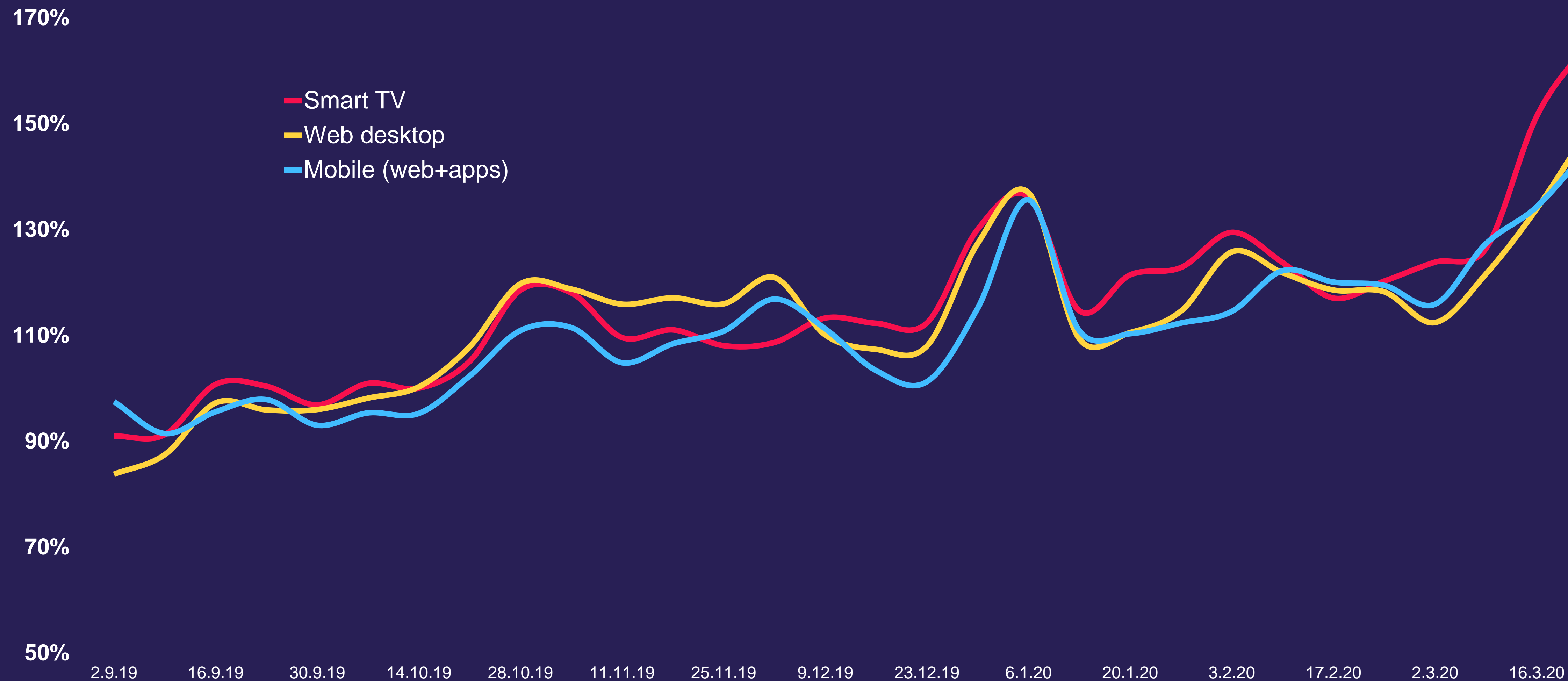


# Трансформация потребления онлайн-видео

# Недельная аудитория iVi выросла на конец марта в среднем на 37%

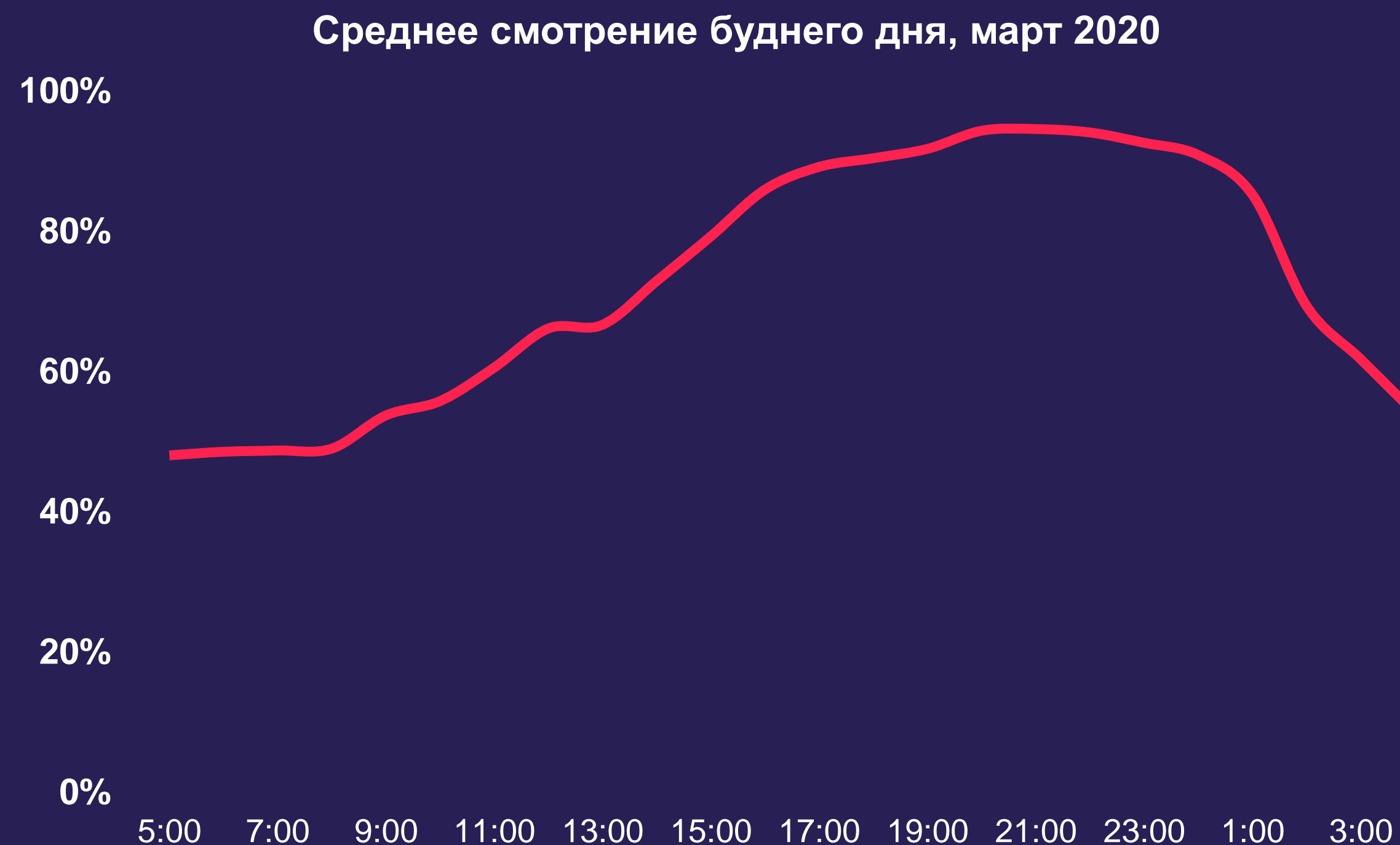
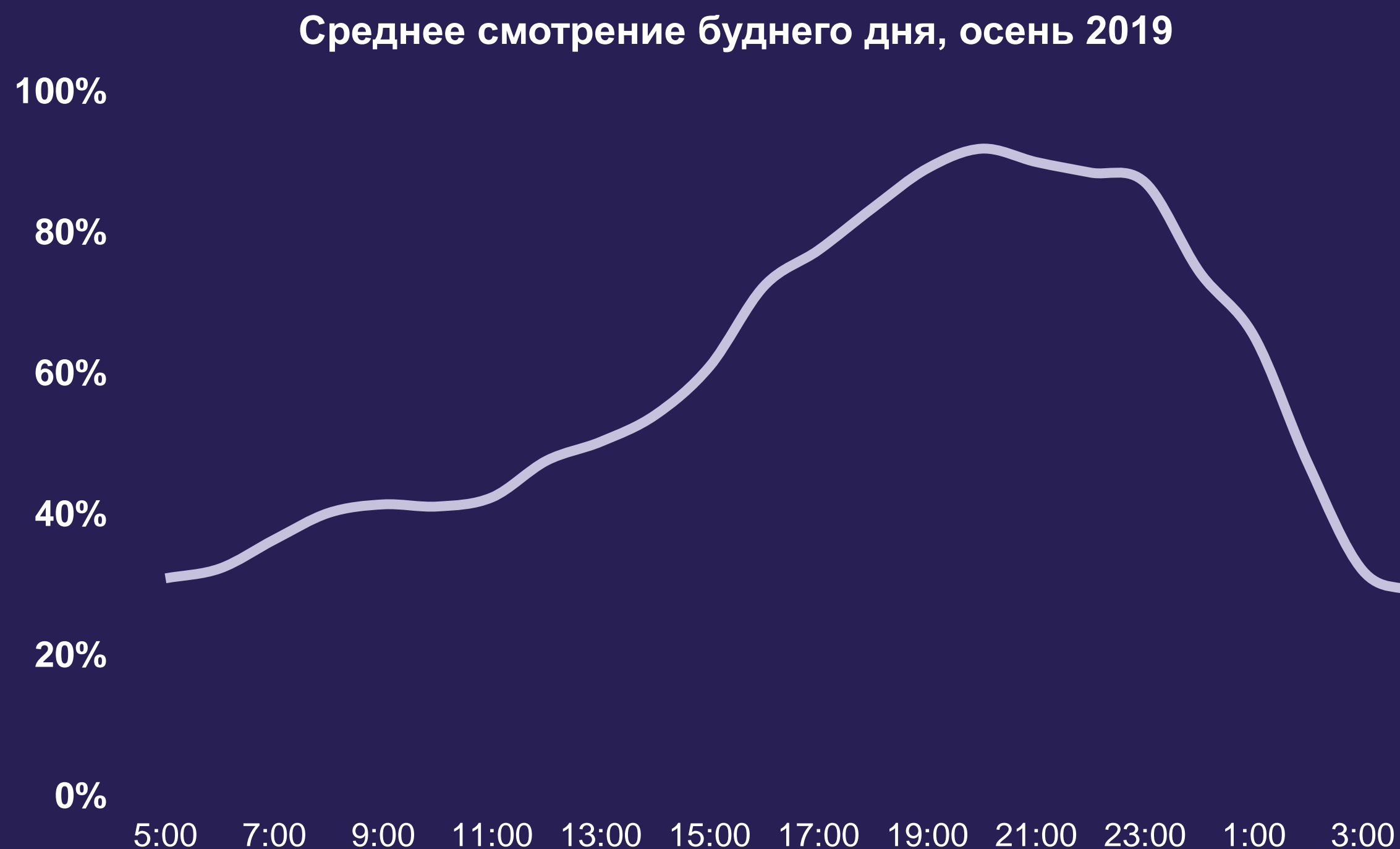


# Длительность просмотра ivi (в часах) выросла на конец марта в среднем на 53%



# В течение марта паттерн суточного просмотра буднего дня сравнялся с выходным

## Прайм-тайм теперь — весь день



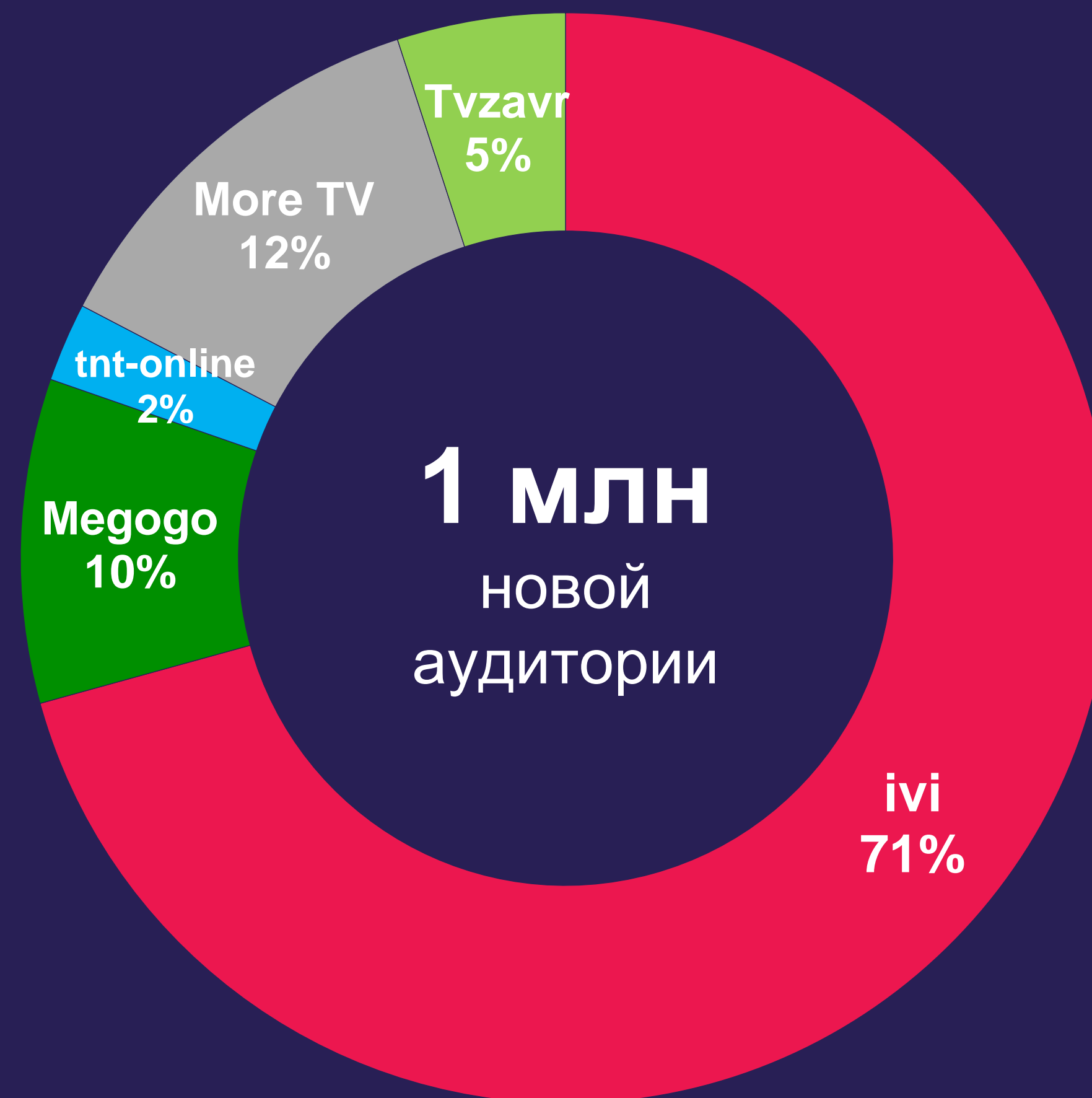
# Доли игроков в приросте новой дневной аудитории

7 марта

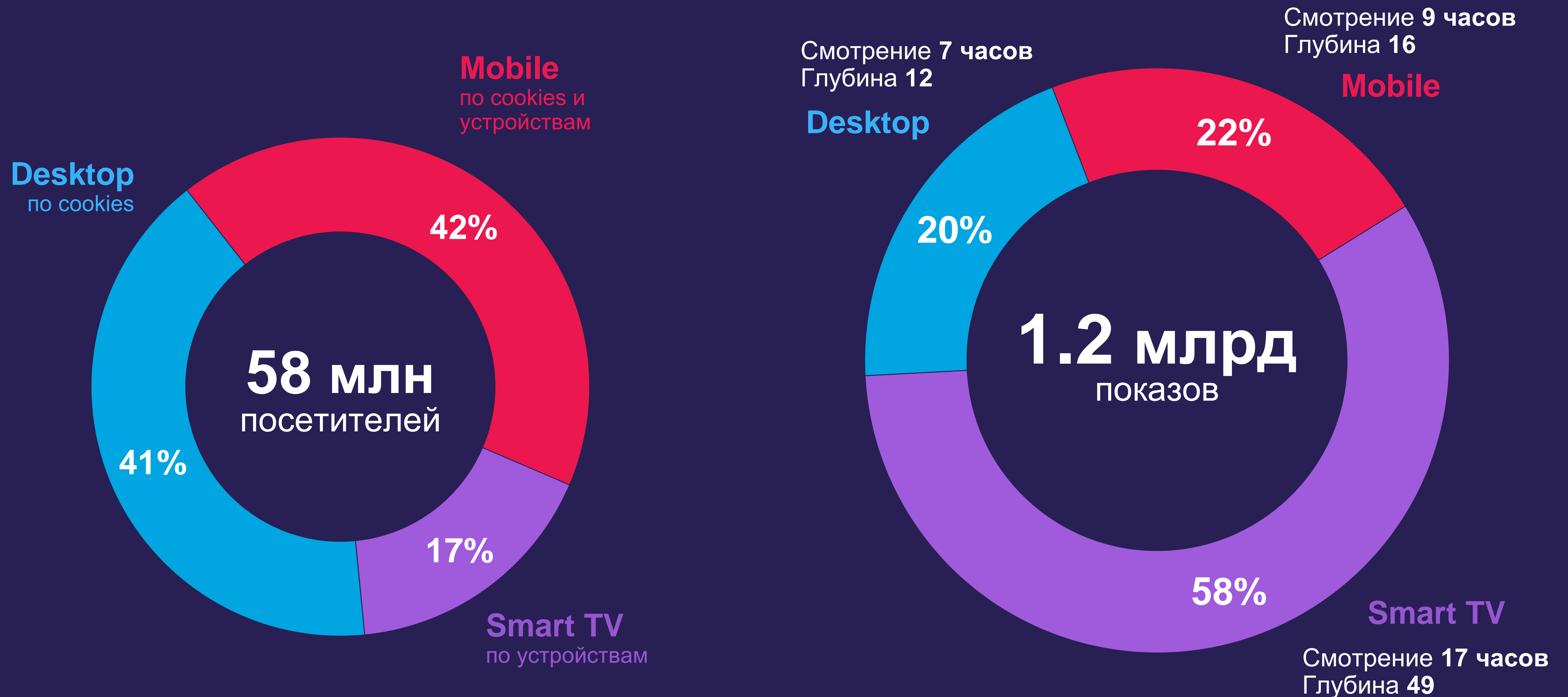
**2 млн**

3 апреля

**3 млн**



# Аудитория и инвентарь ivi в месяц



# ivi — лидер среди VOD-сервисов по частоте использования

Услугами каких онлайн-кинотеатров вы пользуетесь в настоящее время



**55%**

пользователей онлайн-кинотеатров в России отдают предпочтение ivi



**Что выбирают  
пользователи**



# Настало золотое время для сериалов — НОВЫХ И ОТЛОЖЕННЫХ

**72%**

Рост времени просмотра категории «Сериалы»

# Наиболее востребованы фильмы и сериалы «на злобу дня»

Аудитория ищет контент на тему эпидемий и изоляции

Фильм «Заражение» занял 6 место в топе просмотра на конец марта

## Не выходи из комнаты

Фильмы в период изоляции от **BADCOMEDIAN**

[Показать подборку](#)



# Информация — это базовая потребность

Документальные фильмы, посвященные коронавирусу, входят в топ-10 смотрения с начала марта и до сих пор

Более **100 часов** смотрения еженедельно



Передачи про коронавирус

COVID-19

[Показать подборку](#)



# Коммуникация в НОВЫХ УСЛОВИЯХ



# Быть ближе к пользователю, разделять его настроение и потребности

Спонсорство и внедрение бренда в анонсирование актуального контента (фильмы, сериалы, концерты) и использование редакционных форматов позволяет разделить ценности пользователя и быть ему полезным

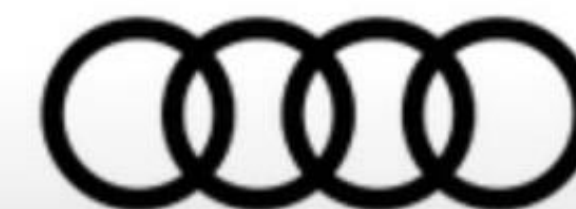
**Фильмы  
для самоизоляции**

[Показать подборку](#)



KEEP YOUR DISTANCE

Соблюдайте дистанцию



STAY TOGETHER

Оставайтесь вместе

# Продолжать имиджевую коммуникацию

Удержание Share of Voice и уровня знания бренда позволит остаться в Top of Mind и не строить заново с низких позиций

# Внедрять performance-механики

Видеореклама может генерировать продажи, если обогатить ролик performance-механикой:

- Call-to-action на интерактивной кнопке
- микросайт с формой заявки

# Применять поведенческие аудиторные таргеты

Поведенческий таргет лучше, чем демографический, позволит найти покупателей продукта

Внедрение сообщения в релевантные ситуации по контенту поможет «поймать» пользователя в нужном настроении для покупки





**Спасибо**