

digital

Аудитория Digital Video

Инесса Ишунькина, Директор по интернет-исследованиям



Аудитория Интернета

Аудитория Рунета

90 млн. чел.

74% населения

+3% за год

WEB-Index УИ, Все устройства, Апр'18-Сен'18,
Россия 0+, 12+, Monthly Reach, млн.чел., % от
населения, прирост Апр'18-Сен'18 к Апр'17-Сен'17.

Мобильная аудитория обогнала десктопную и продолжает расти

Мобайл

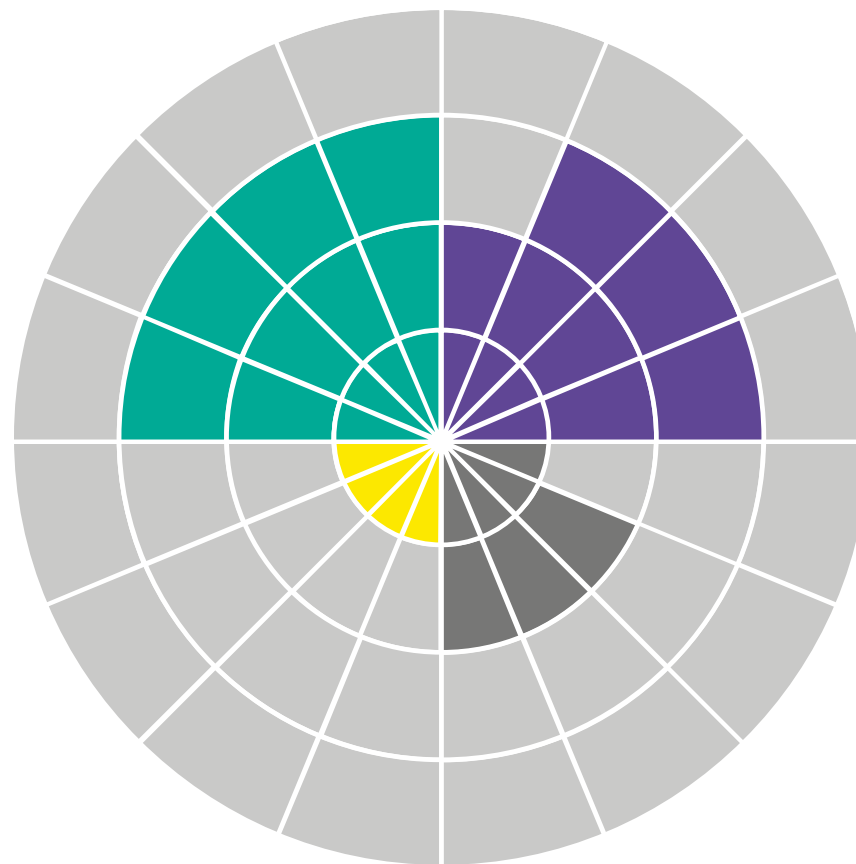
61%

+9% за год

Смарт ТВ

12%

+20% за год



Десктоп

51%

-2% за год

Не в сети

26%

-9% за год

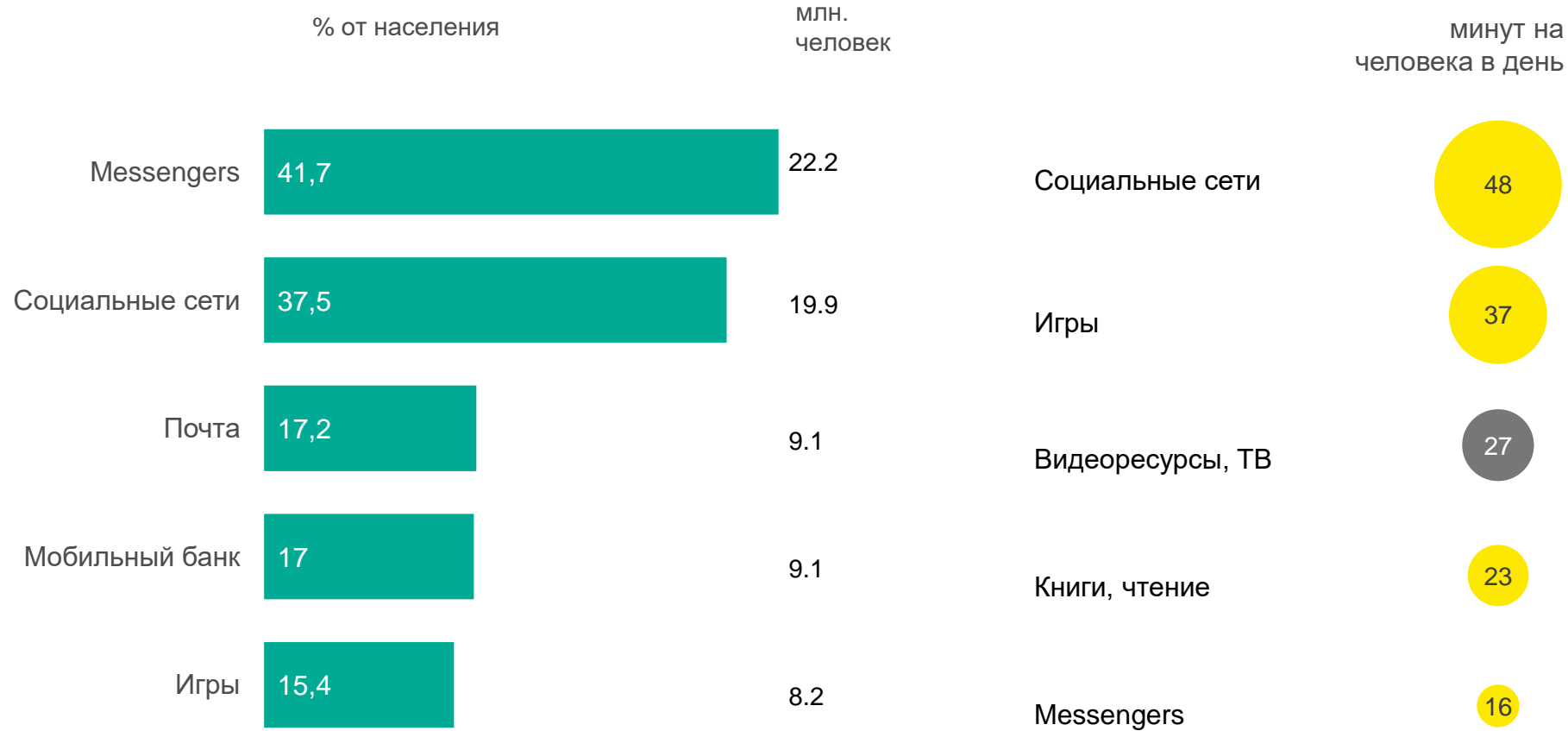
Web Desktop



WEB-Index, Web Desktop, Сентябрь 2018, Россия 100k+, 12-64, Average Daily Reach, млн.чел., % от населения, среднее количество минут в день в интернете

Национальный рекламный форум 2018

Mobile App



WEB-Index, Mobile App, Сентябрь 2018, Россия 100k+, 12-64, Average Daily Reach, млн.чел., % от населения, среднее количество минут в день в интернете, без учета времени, проведенного в «офлайн» тематических группах мобильных приложений

Национальный рекламный форум 2018

На что уходит время в Интернете

Россия 100 k+, 100%=время в десктопном/мобильном Интернете за месяц, топ-3

12-24

25-34

35-64



Соцсети

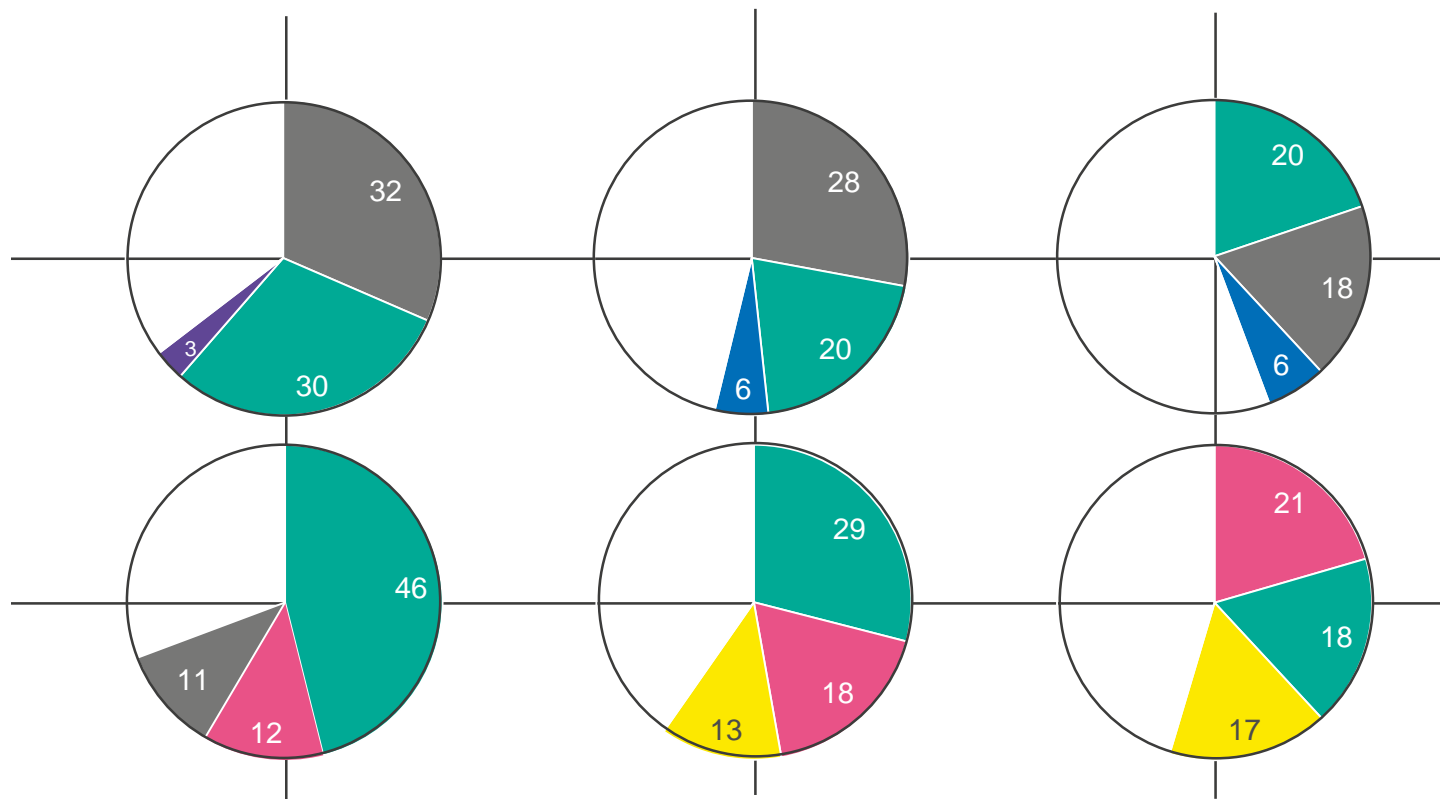
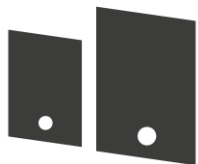
Видео

Почта

Браузеры

Messengers

Поиск



Видео в цифрах



В ДЕНЬ

26

роликов с
контентом
на пользователя в
десктопе

12 плееров в месяц
использует средний зритель

В МЕСЯЦ

13

зрителей смотрят видео
и через десктоп,
и через мобайл

дней в месяц средний
пользователь смотрит
видео

В МЕСЯЦ

80%

Видео мобильного трафика
- WiFi

по интернету в целом 66%
приходится на WiFi



Аудитория видео

Технология измерения аудитории плееров

USER-CENTRIC
ПАНЕЛЬ



ПЛАГИН

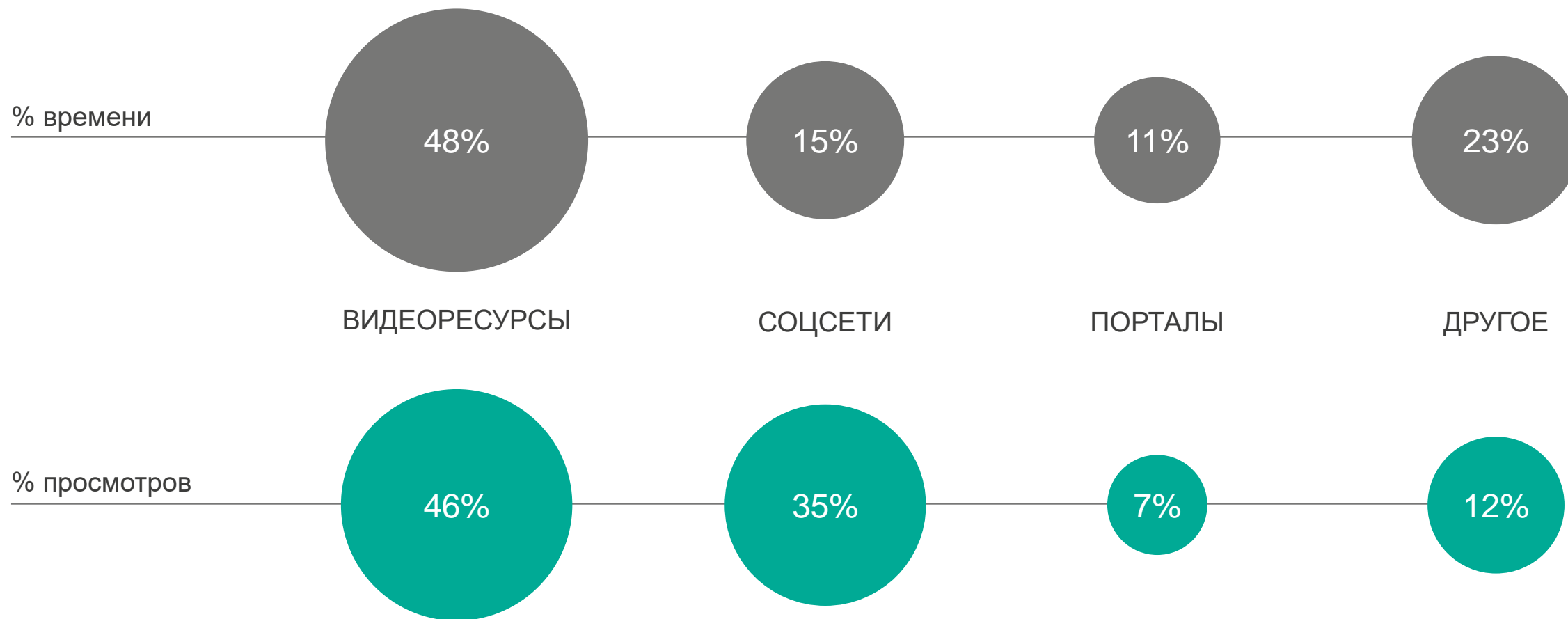
#1
Определяем
плеер

#2
Собираем длительность
просмотра на основе
событий плеера
(старт, пауза и т.д.)

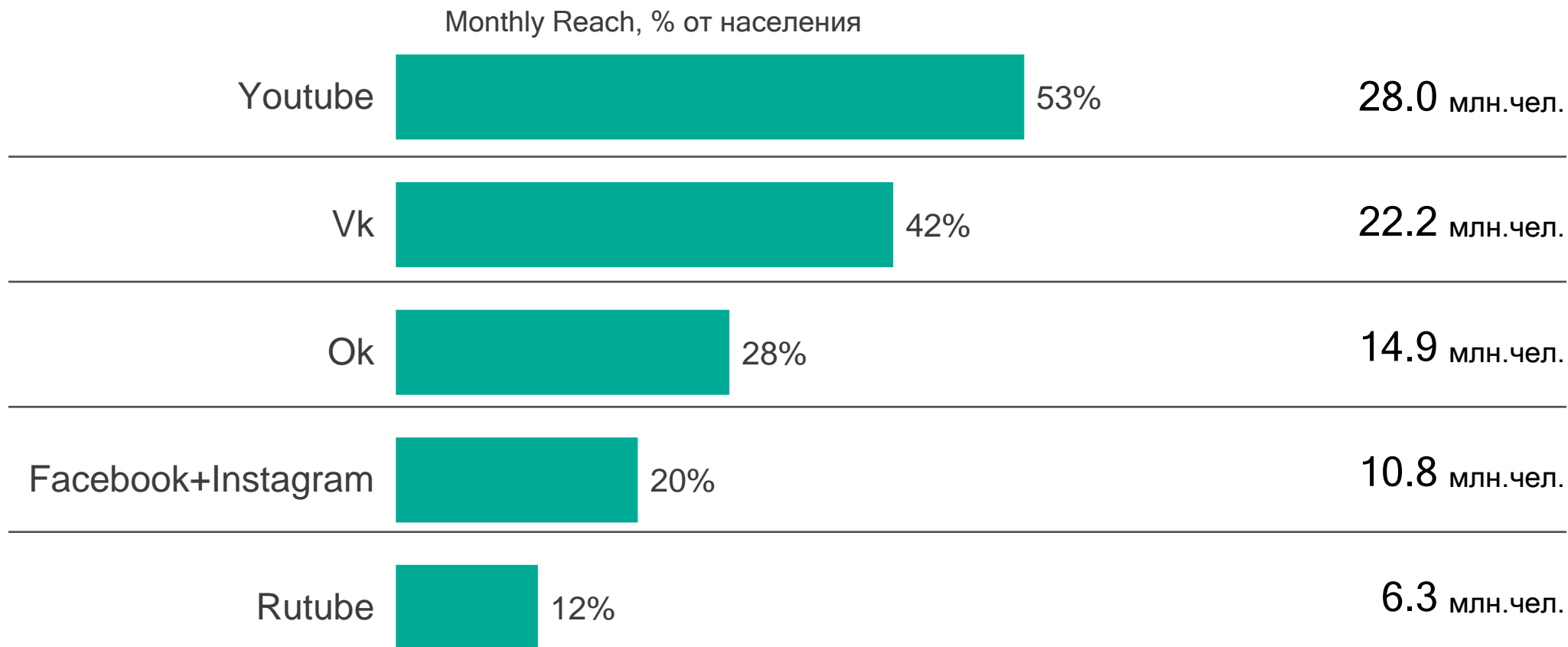
Пост
анализ
данных

#3 Собираем мета-данные от видео-плеера,
чтобы разделять рекламу и контент

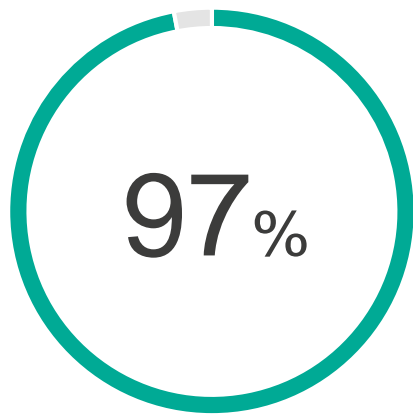
Где смотрят видеоконтент на десктопе



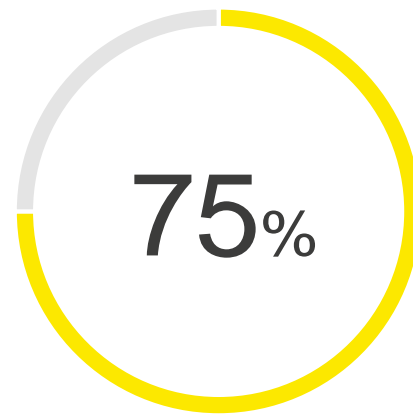
Топ плееров по аудитории



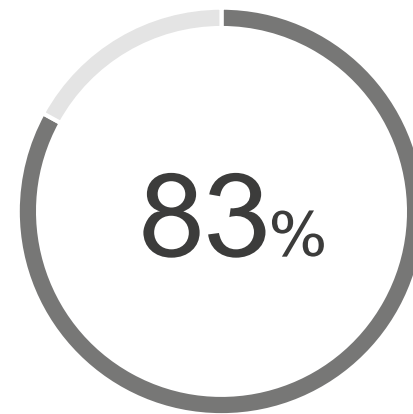
Крупнейшие плееры



Тех, кто смотрит видео

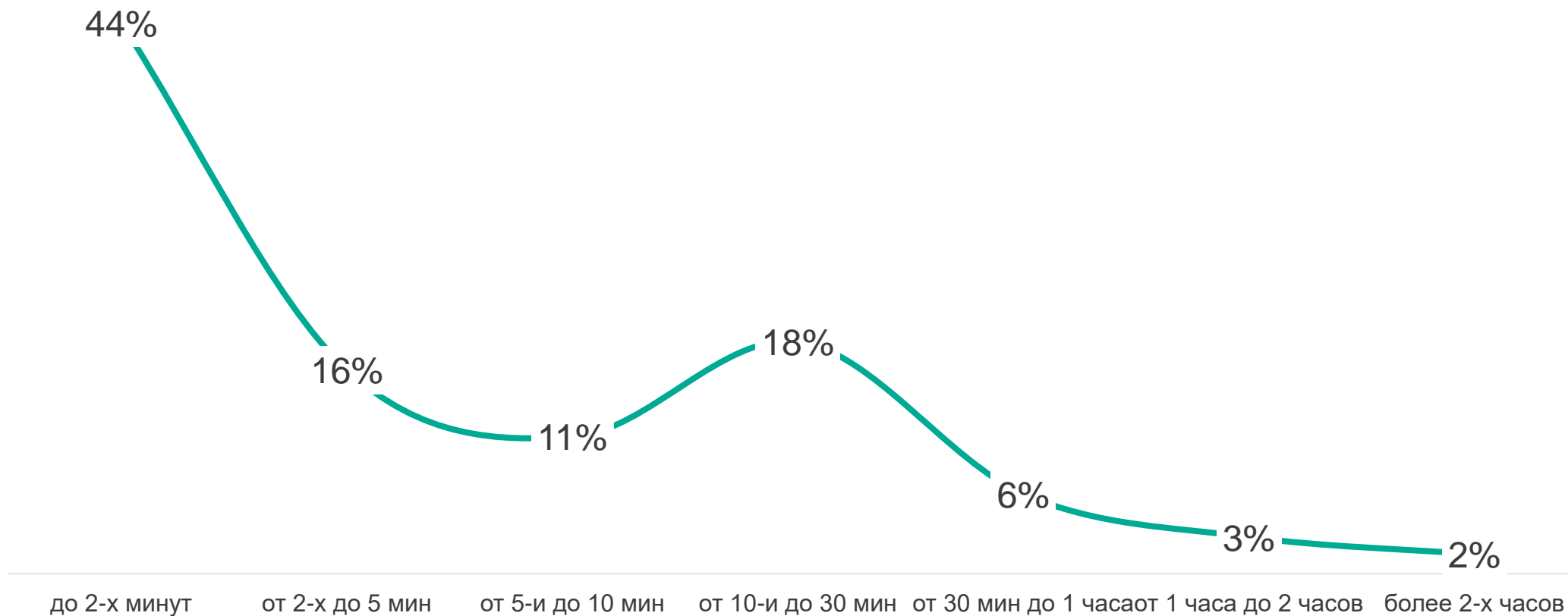


Просмотров
видео-контента

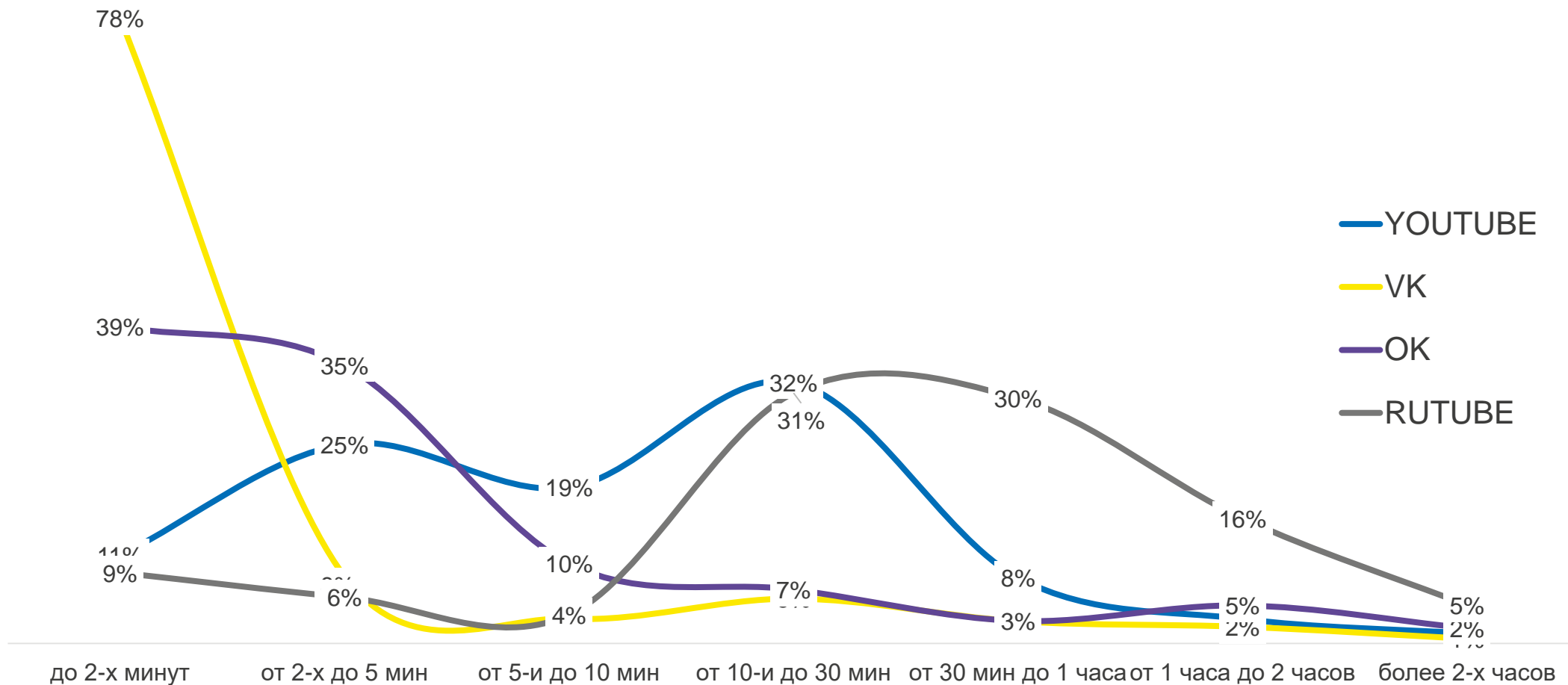


Времени просмотра

Только 11% просмотров приходится на ролики более 30 минут



Социальные сети лидируют по коротким видео



WEB-Index, Desktop, Август 2018, Россия 100k+, 12-64, OTS, % просмотров в зависимости от длины контента

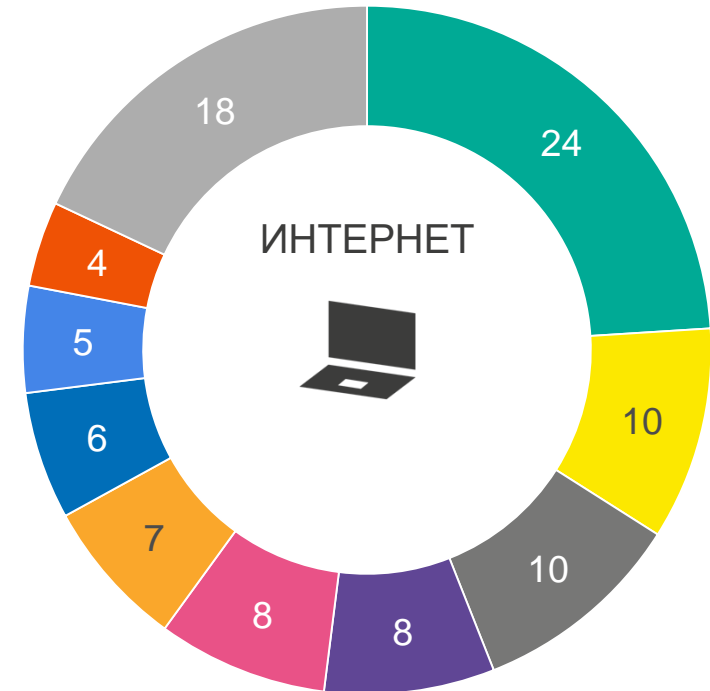
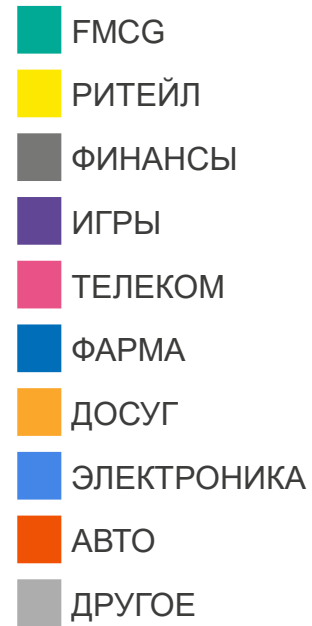
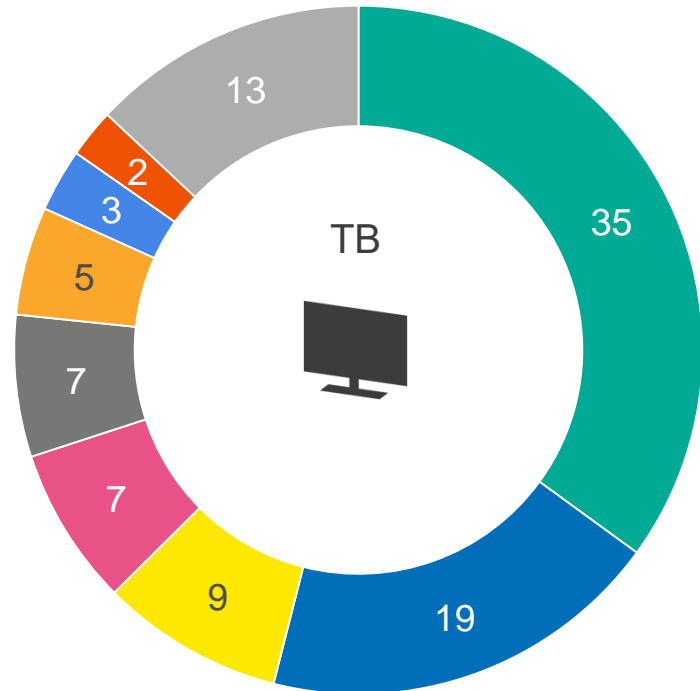


Национальный рекламный форум 2018



Мониторинг видео-рекламы

Доля просмотров, Q1-Q3 2018

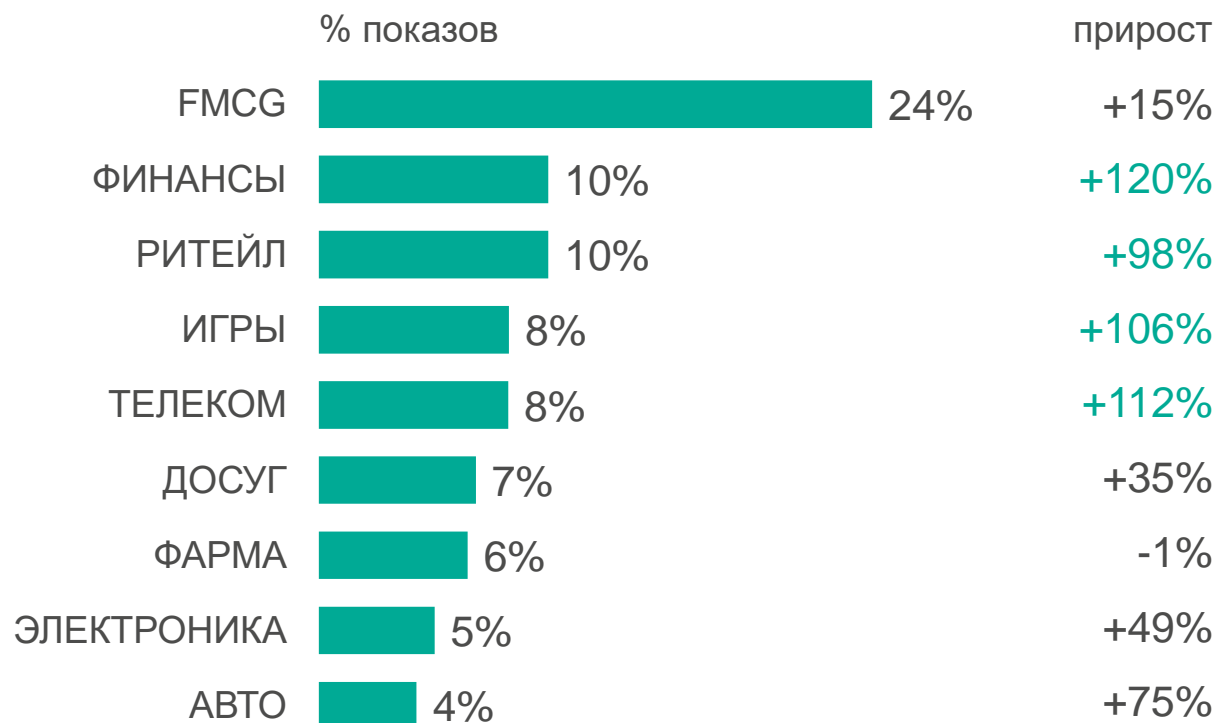


Динамика рынка

Прирост в тотал

+41%

показы видеорекламы
Q1-Q3 2018 vs. Q1-Q3 2017

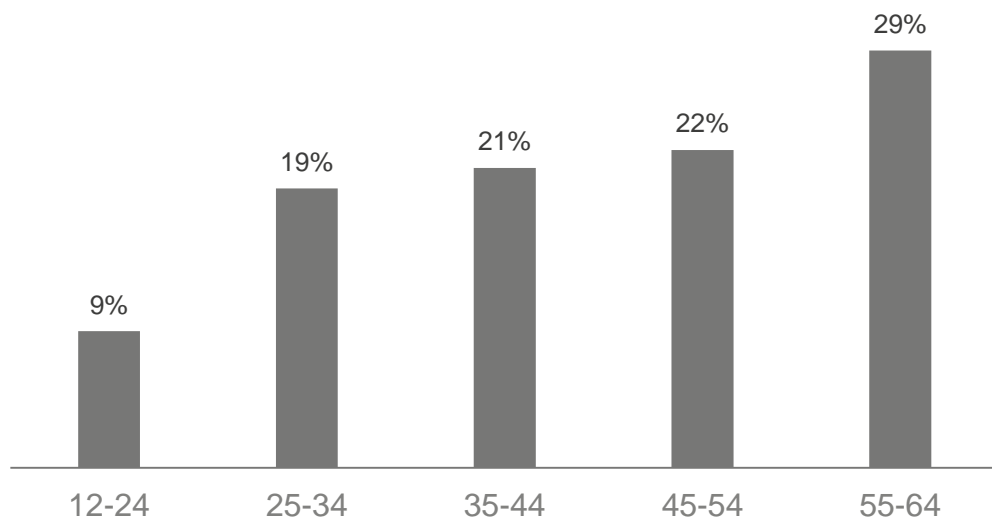


Топ-10 рекламодателей по in-stream рекламе, с учетом саморекламы

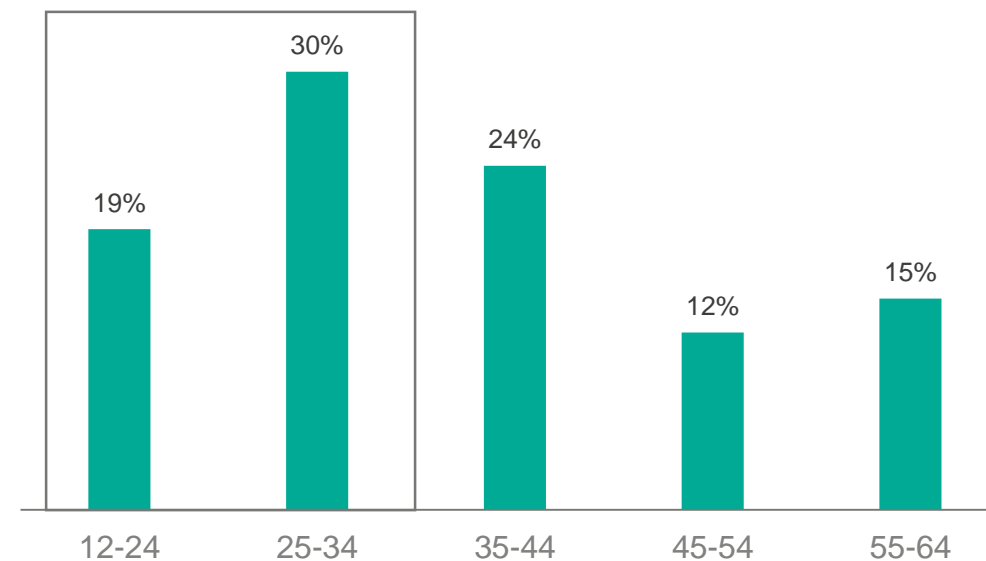
	SOV, % по показам	Охват, % от населения	Частота, ролика на человека
1 AZINO777.COM	6.3%	19.3%	9.7
2 PEPSI CO	3.4%	21.6%	4.7
3 DANONE	2.6%	15.9%	4.8
4 MARS-RUSSIA	2.5%	17.0%	4.4
5 БИЛАЙН	2.2%	14.2%	4.6
6 GOOGLE	2.0%	13.2%	4.5
7 MAIL.RU GROUP	1.9%	15.6%	3.6
8 NESTLE	1.8%	13.9%	3.9
9 ЯНДЕКС	1.7%	10.3%	4.9
10 UNILEVER	1.7%	14.1%	3.5

% показов на целевую, Q1-Q3 2018

ТВ



Интернет



спасибо!