

МЕДИА ИЗМЕРЕНИЯ СЕГОДНЯ И ЗАВТРА

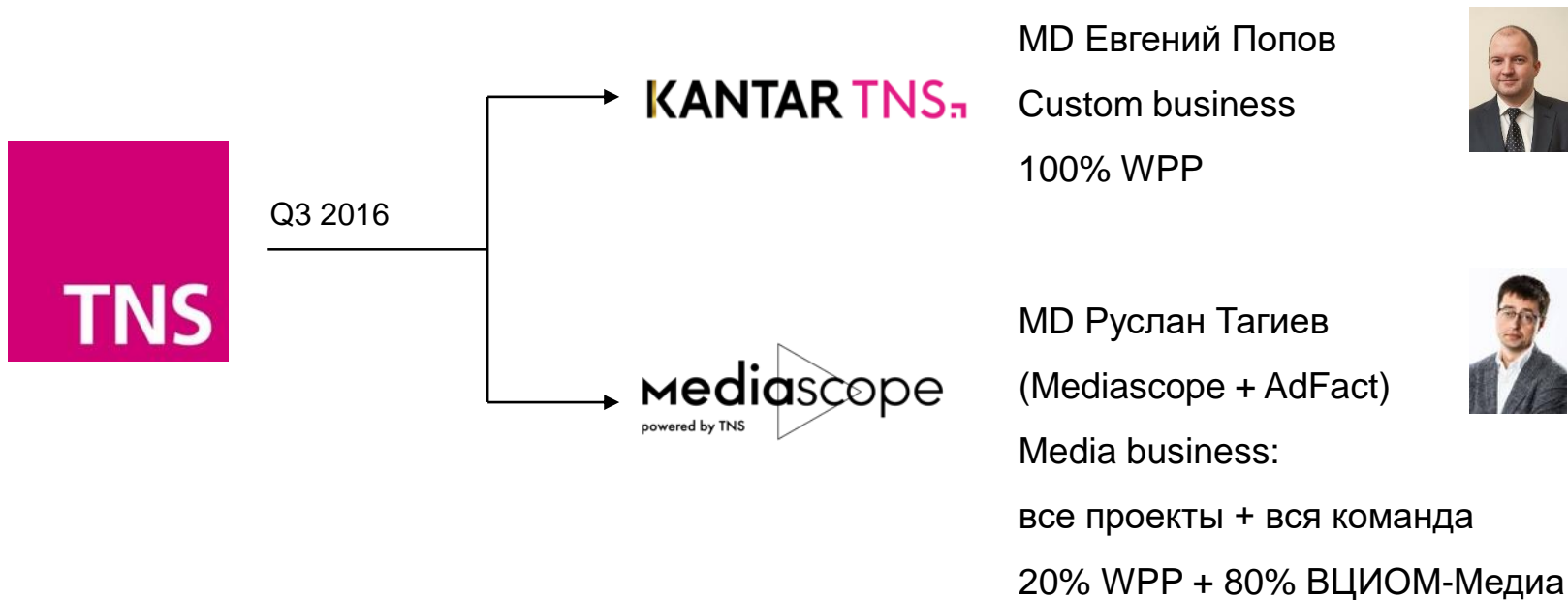
КАК МЫ ЭТО ДЕЛАЕМ И О ЧЕМ ГОВОРЯТ РЕЗУЛЬТАТЫ

МИХАИЛ РАЙБМАН, MEDIASCOPE

российский медиа измеритель

ИСТОРИЯ И ТЕКУЩИЙ СТАТУС

Разделение группы компаний TNS Россия



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

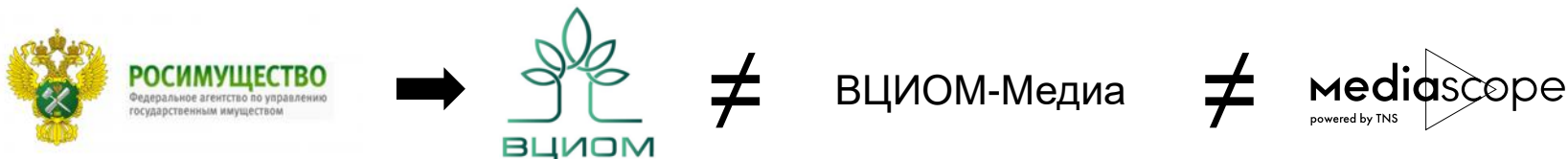


Custom business

- 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

Охват ТВ

Россия 100k+, возраст 4+

За месяц

99%

За неделю

91%

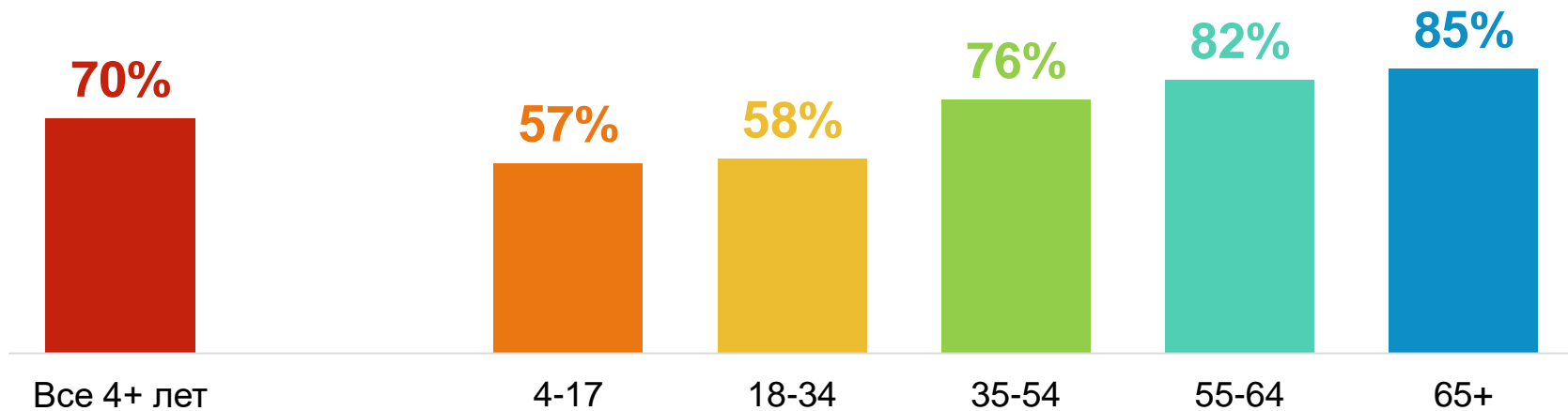
За сутки

70%

DAN Spring Sessions 2017

Среднесуточный охват ТВ в возрастных группах

Россия 100к+, в % от населения указанного возраста



DAN Spring Sessions 2017

Среднесуточные показатели телепросмотра

Россия 100k+, возраст 4+

Охват

Время просмотра

Среди населения

70%

248_{МИН}

Среди телезрителей

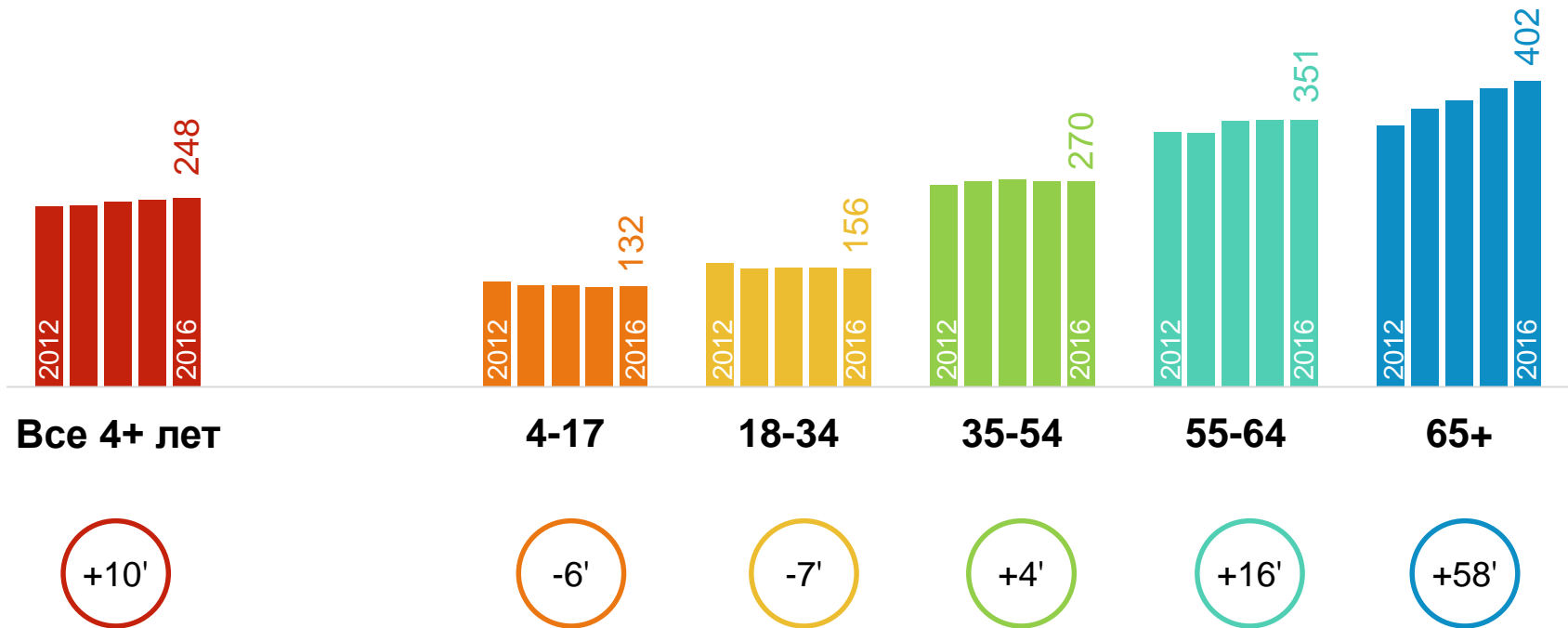
100%

353_{МИН}

DAN Spring Sessions 2017

Время телепросмотра среди населения, 2012-2016

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

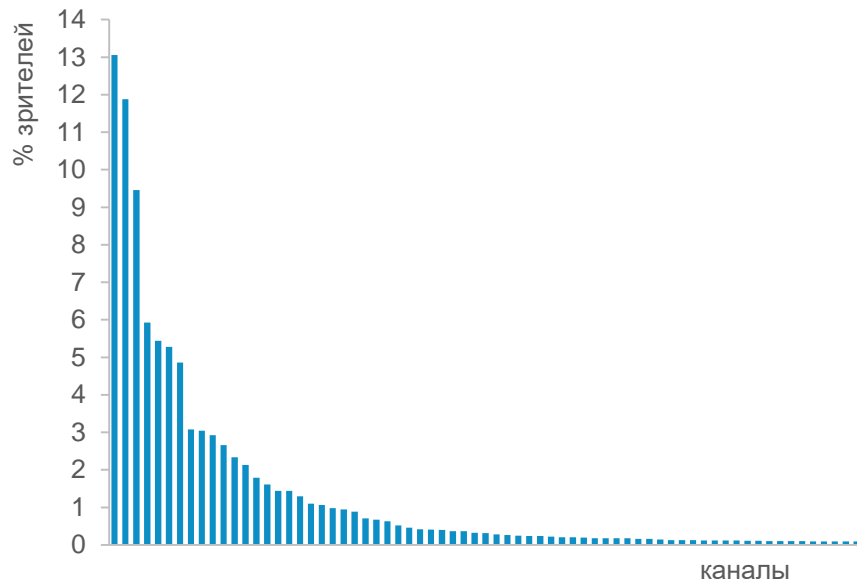


DAN Spring Sessions 2017

Фрагментация аудитории

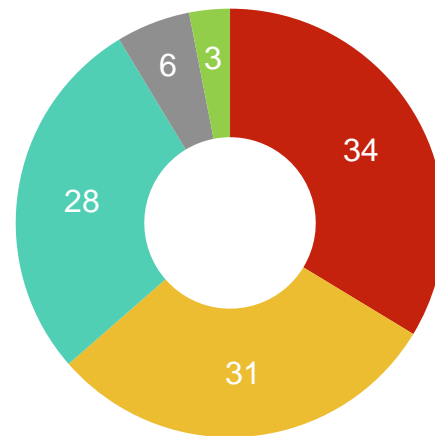
Россия 100k+, 4+, доля каналов, в % от зрителей

Доля отдельных каналов, %



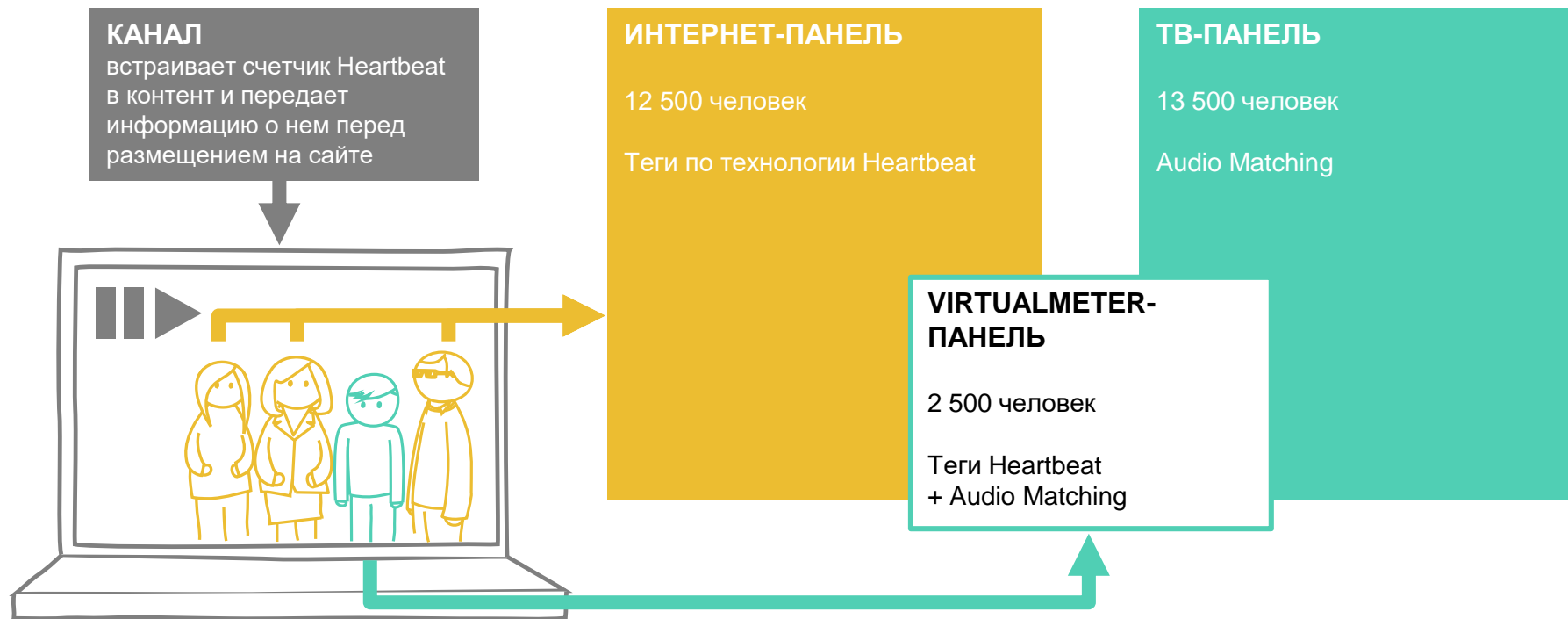
Суммарная доля, %

- Топ-3 канала
- С 4 по 10 каналы
- С 11 по 50 каналы
- Другие
- Локальные



Просмотр ТВ-контента на десктопах

Проект Big TV Rating - комбинация технологий



DAN Spring Sessions 2017

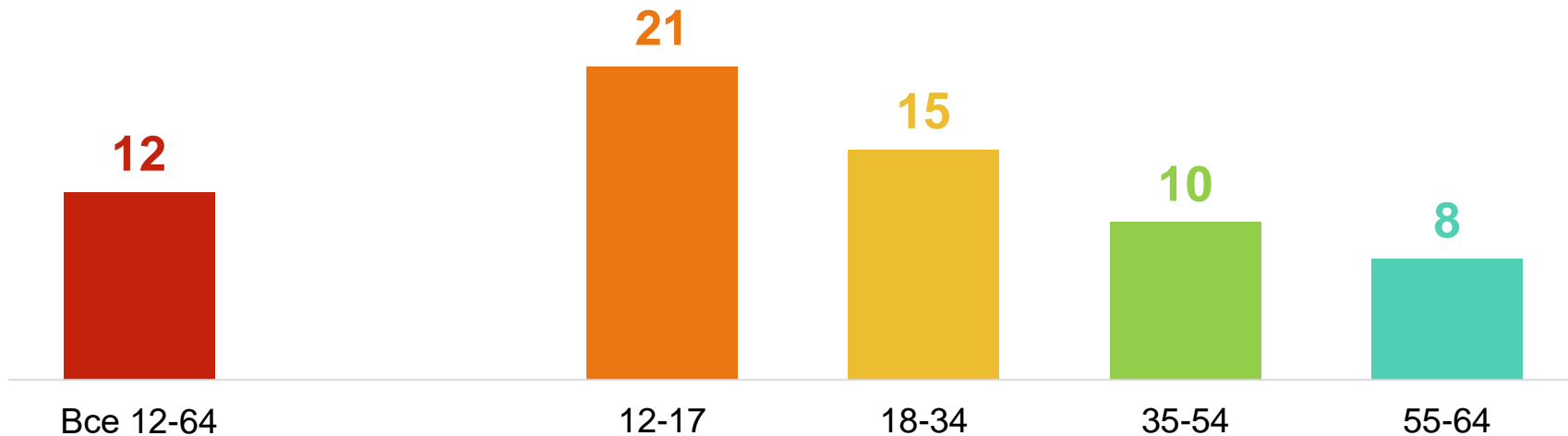
Big TV Rating: как это посчитано

- ▶ 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

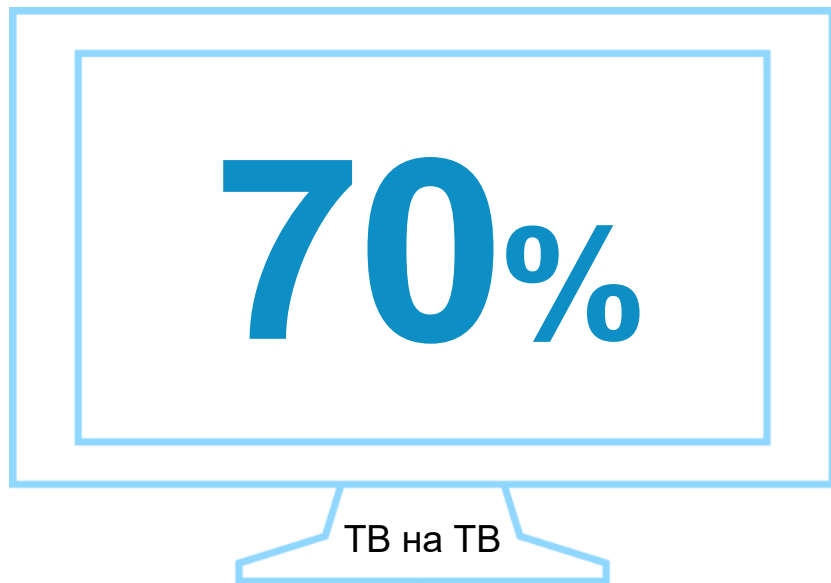
Россия 100k+, осень 2016, 11 каналов, в % от населения указанного возраста



DAN Spring Sessions 2017

Охват тегированного ТВ-контента на десктопе за сутки

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



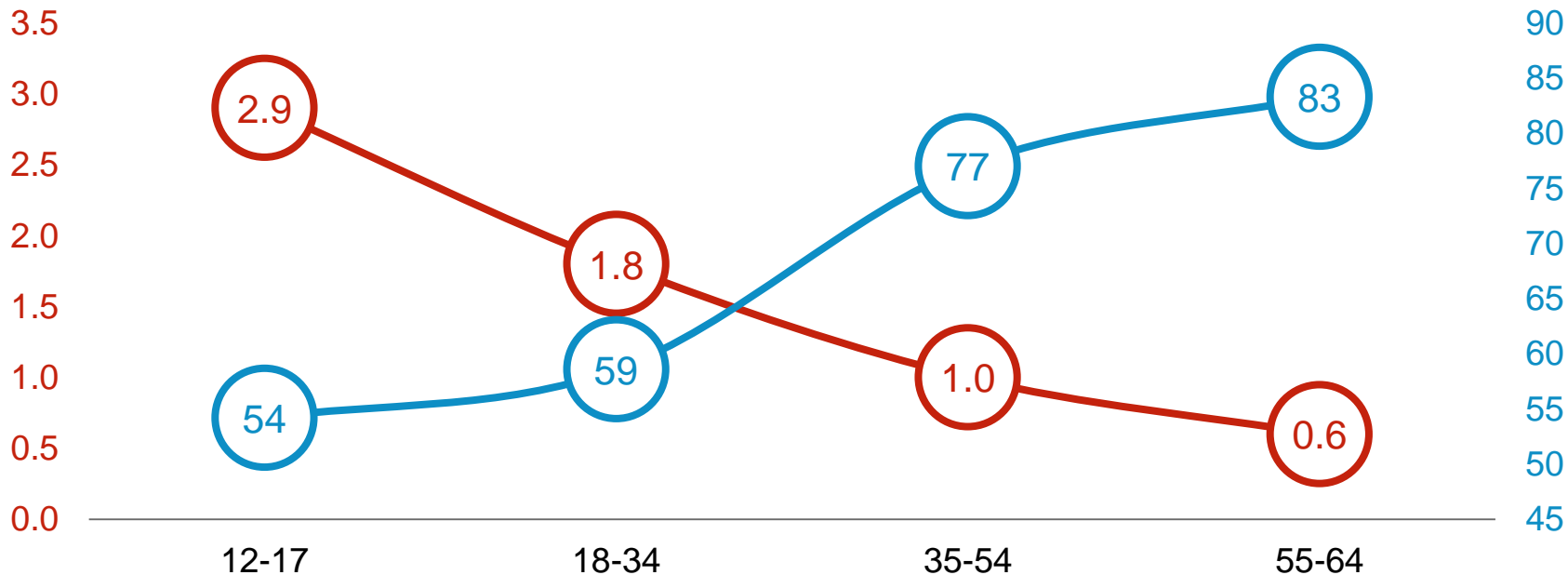
DAN Spring Sessions 2017

Суточный охват тегированного ТВ-контента на десктопе

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

ТВ на десктопе, %

ТВ на ТВ, %



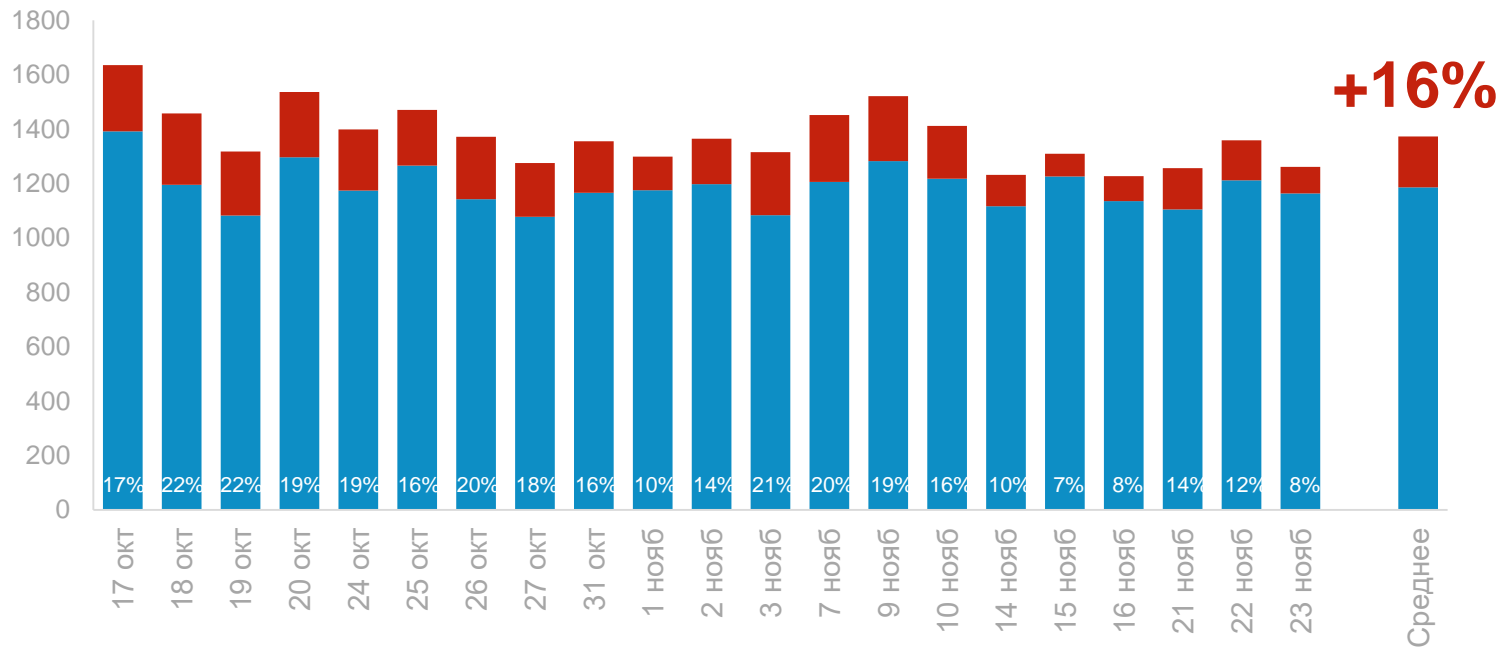
DAN Spring Sessions 2017

Сериял СТС «Молодежка-4»

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

«Молодежка»
на десктопе

«Молодежка»
на ТВ



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

■ 12-17 ■ 18-34 ■ 35-54 ■ 55-64

**«Молодежка»
на десктопе**



**«Молодежка»
на ТВ**



DAN Spring Sessions 2017

Телеизмерения: текущее состояние

Аудитория

Мониторинг

Национальные каналы

ТВ Индекс

Полный мониторинг сетевого вещания

Региональные каналы

ТВ Мозаика

Полный мониторинг в 29 городах

Тематические каналы

ТВ Индекс Плюс

Мониторинг рекламы на 50 каналах

Просмотр в Интернете

Big TV Rating

Полный мониторинг контента каналов

Телеизмерения: текущее состояние

ПАНЕЛЬ

города **100 000+**

5 400 домохозяйств

13 500 человек

77 городов в выборке

29 с локальной отчетностью

40 000

интервью Установочного исследования в год

МОНИТОРИНГ

> 15 000 000 событий в месяц

29 каналов - полный мониторинг (орбиты+города)

50 тематических - мониторинг рекламы

автоматическое распознавание + обработка редакторами

ДАННЫЕ

на **следующий** день по Москве;

на **2** день по России и городам;

ежемесячно по нишевым каналам

29 каналов в ТВИ, **200** каналов в ТВИ+

ТЕХНОЛОГИИ

пилметр **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

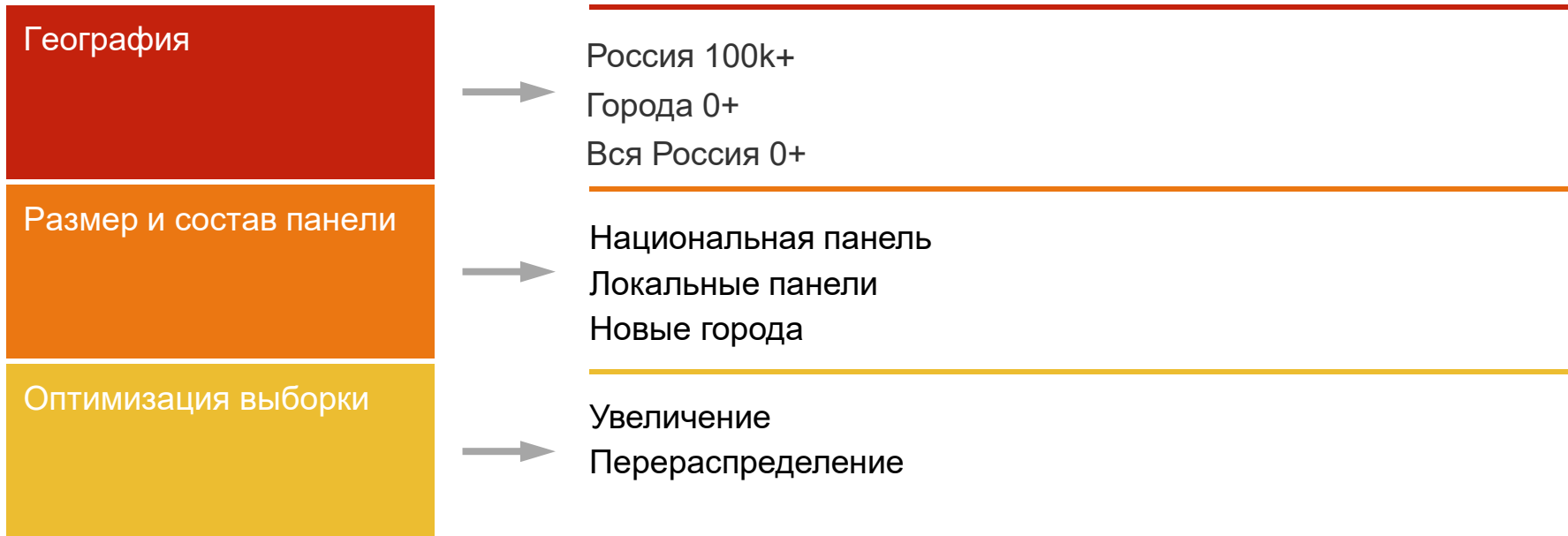
Тотал видео

4

Интеграция и гибридность измерений

Возможные направления развития ТВ-панели

Конфигурация проекта определяется совместно с индустрией



Возможности измерения телепросмотра вне дома

НА ДАЧЕ

Комбинация методик:

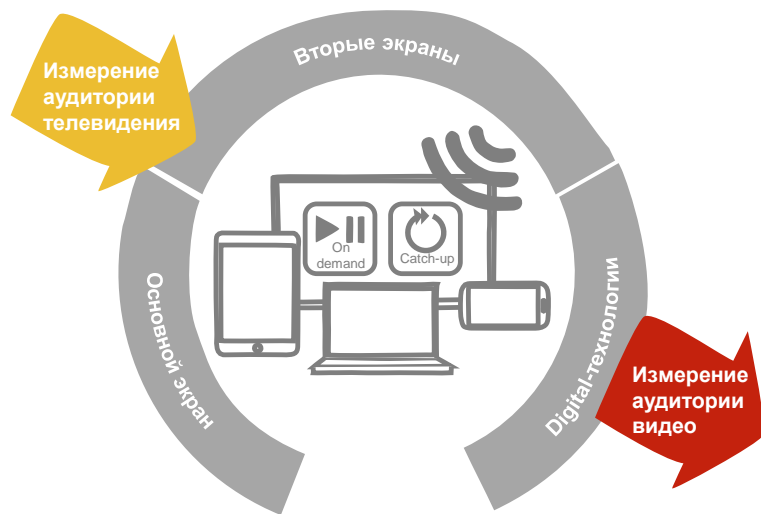
- ▶ Return-Path-Data спутникового оператора
- ▶ Rapid Meter – «облегченная» версия пиплметра

В ДРУГИХ МЕСТАХ

Варианты:

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

Тотал видео: текущий статус и планы



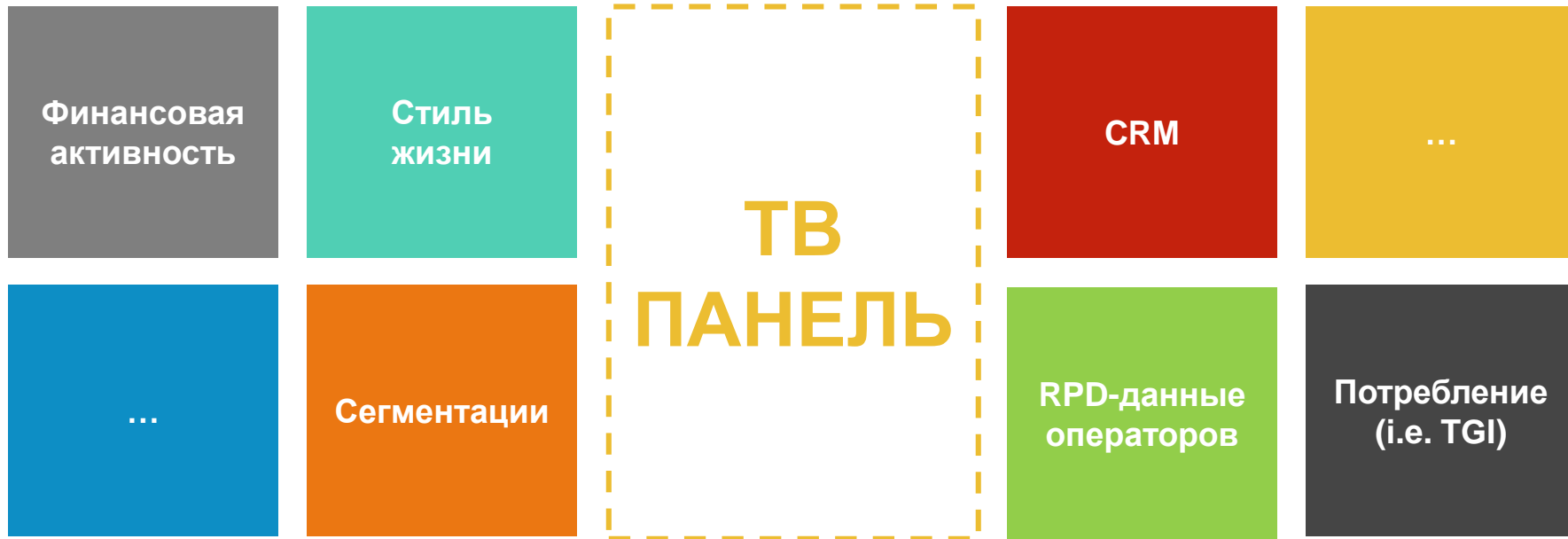
2016

- ▶ 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



WEB INDEX

Аудитория сайтов и приложений

Мобильная
Десктопная
Кросс



WEB INDEX

Post-campaign

Тотал аудитория РК (tv+web)
Попадание в таргетинги



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



Аудитория Интернета на мобильных устройствах

Россия 0+, 12+

66 млн. чел.

54% от населения

+9% у-о-у

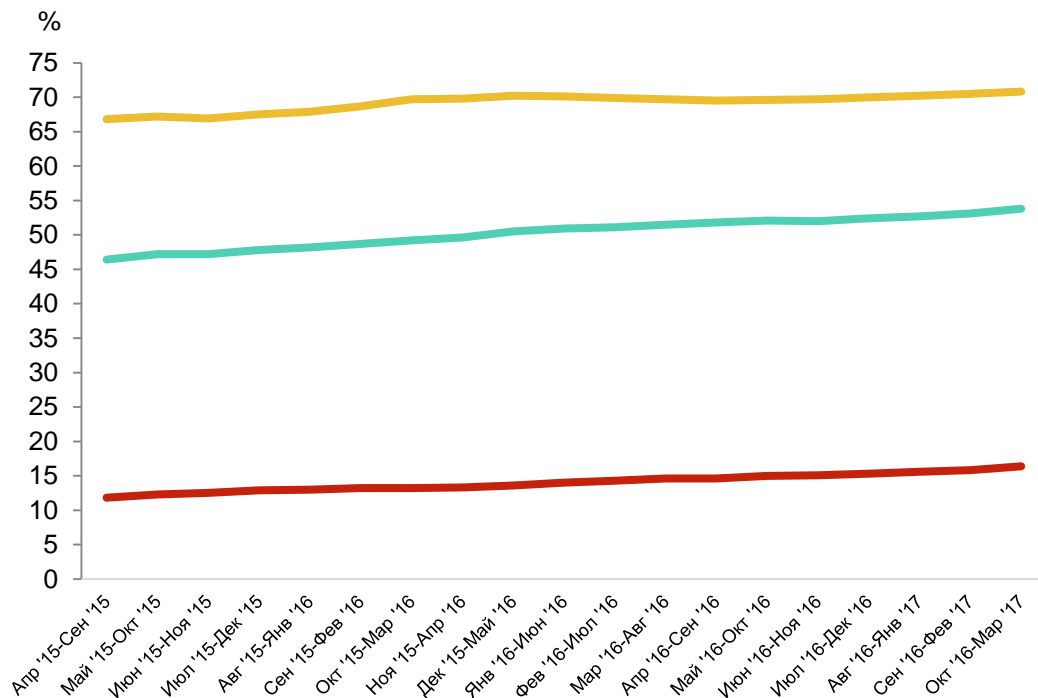


3/4

пользователей выходят
в интернет через
мобильные устройства

Аудитория Интернета

Россия 0+, 12+



Весь интернет **+2%** за год

Мобильный **+9%** за год

Пользуются только мобильным
+24% за год

DAN Spring Sessions 2017

Быстрее всего растет аудитория на смартфонах

Россия 0+, 12+



-4%

54%



+15%

46%



-8%

19%



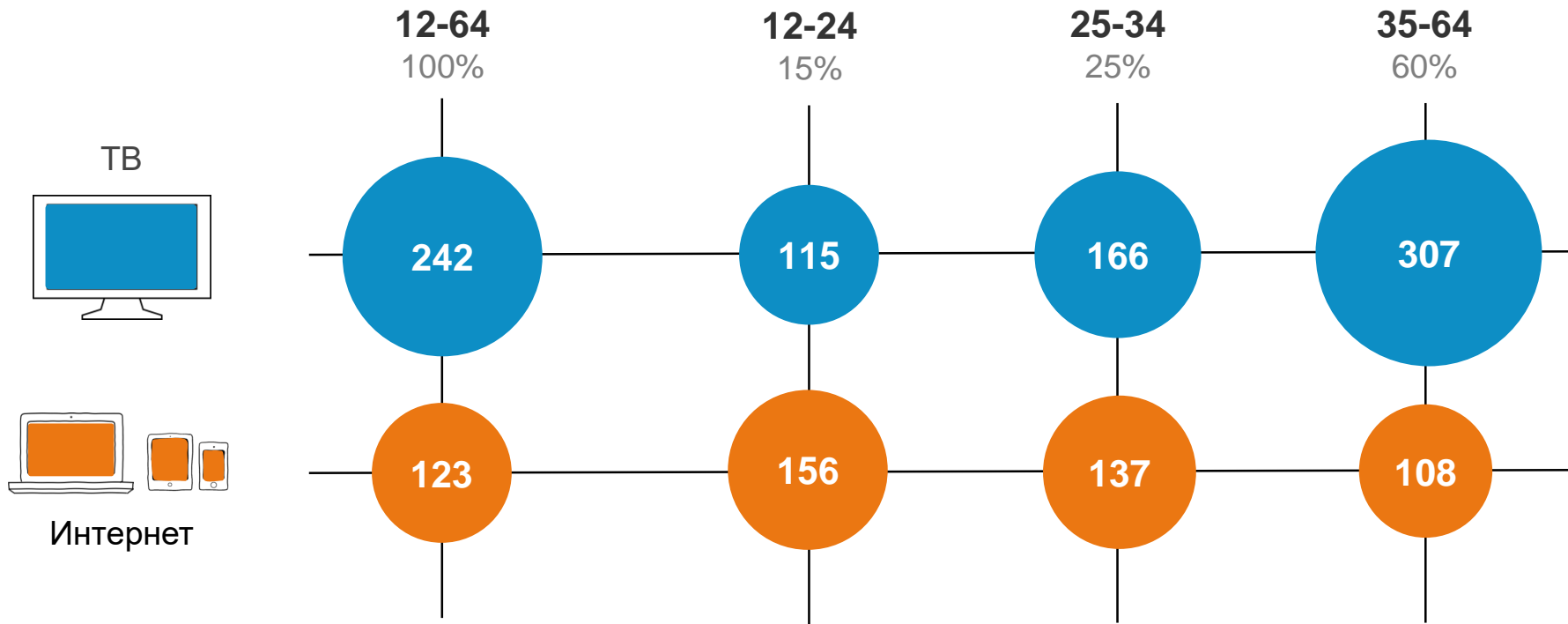
+14%

10%

DAN Spring Sessions 2017

Затраты времени на ТВ и на интернет в столицах

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



DAN Spring Sessions 2017

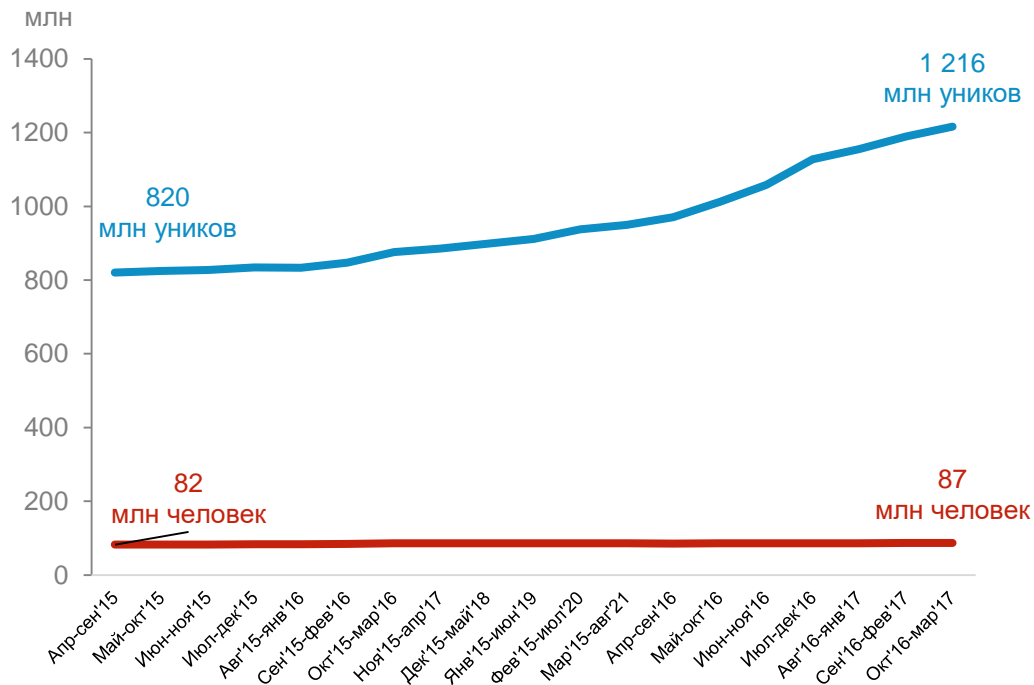
TV-Index, WEB-Index, Москва и С.-Петербург, февраль 2017, среднесуточное время потребления медиа среди населения указанного возраста.

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**

DAN Spring Sessions 2017

Крупнейшие ресурсы: desktop vs. mobile

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

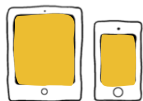


Топ мобильных ресурсов: приложения vs. мобильный веб

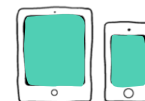
Россия 700к+, 12-64, Февраль 2017, Monthly Reach, млн. человек



Apps

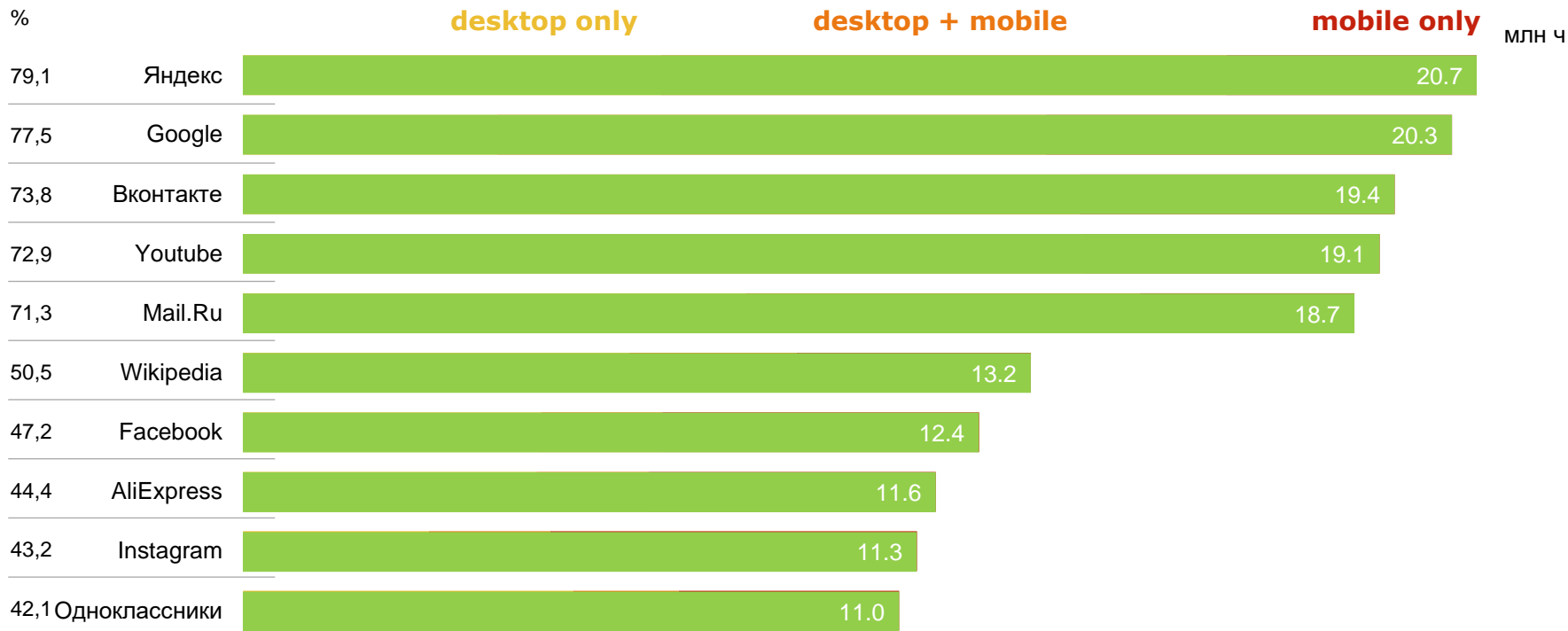


Web



Топ ресурсов: desktop + mobile

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



Доли товарных категорий в видеорекламе

Апрель-декабрь 2016

IN-STREAM ВИДЕО



ТЕЛЕВИДЕНИЕ



Видеореклама, топ-10 рекламодателей, апр-дек 2016

IN-STREAM ВИДЕО

1	MARS-RUSSIA
2	PROCTER & GAMBLE
3	NESTLE
4	RECKITT BENCKISER
5	MON'DELEZ INTERNATIONAL
6	L'OREAL
7	UNILEVER
8	COCA-COLA
9	PEPSI CO
10	WALT DISNEY

ТЕЛЕВИДЕНИЕ

1	RECKITT BENCKISER
2	PROCTER & GAMBLE
3	MARS-RUSSIA
4	NESTLE
5	UNILEVER
6	PEPSI CO
7	ОТИСИФАРМ
8	GSK CONSUMER HEALTHCARE
9	L'OREAL
10	SANDOZ FARMA

Данные Mobile: текущий статус



Любые сайты, любые приложения



Города России 700k+



Single-source панель desktop+mobile



Смартфоны и/или планшеты на базе Android, iOS



ПО компании Realitymine на устройстве + VPN профиль

Мобильное измерение в Р100к+: выбор подхода

Сравнение app-centric и user-centric подхода

USER-CENTRIC

И приложения,
и мобильный веб

Все измерение происходит
на устройстве панелиста

Больше

Весь рынок



ПОВЕДЕНИЕ

ПОДХОД

**НАГРУЗКА НА
ПАНЕЛИСТА**

РЕСУРСЫ

APP-CENTRIC

Данные только по приложениям

Требует дополнительных действий
со стороны измеряемой площадки

Меньше

Ограниченный список ресурсов



Аудитория мобильных приложений Mail.ru

12-64, Monthly Reach, в % от населения



DAN Spring Sessions 2017

WEB-INDEX Mobile: что дальше?

Q3
2017

Расширение до городов 100k+

1 H1
2017

Подгрузка данных в софт для медиа планирования

2 H1
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