

digital

Измерение аудитории интернета

Инесса Ишунькина, Директор по интернет-исследованиям



1

Большой объем
независимых
данных



Количество и
состав
пользователей
Рунета



Аудитория
десктопных
сайтов

Счетчик

Аудитория
мобильных
приложений и
мобильных
сайтов



Аудитория
видеоплееров

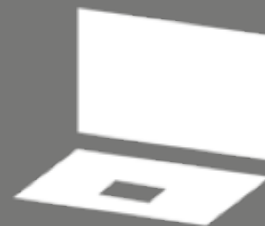


Мониторинг
спецпроектов

Профиль
кампании

Проверка
таргетингов

Мониторинг
видеорекламы



Мониторинг
баннерной
рекламы

Пересечение
десктопа и
мобайла

Что мы знаем об интернете





2

Аудитория
интернета

Аудитория Рунета



90 млн. чел.
73 % населения
+4 % за год

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



Клиентская конференция 2018

Это - люди.
Их 90 млн,
и они растут
на 4% в год



1:19

соотношение между людьми и
униками в месяц



А там уники.
Их 1.7 млрд,
и они растут
на 24% в год

Мобильная аудитория обогнала десктопную и продолжает расти

Мобайл

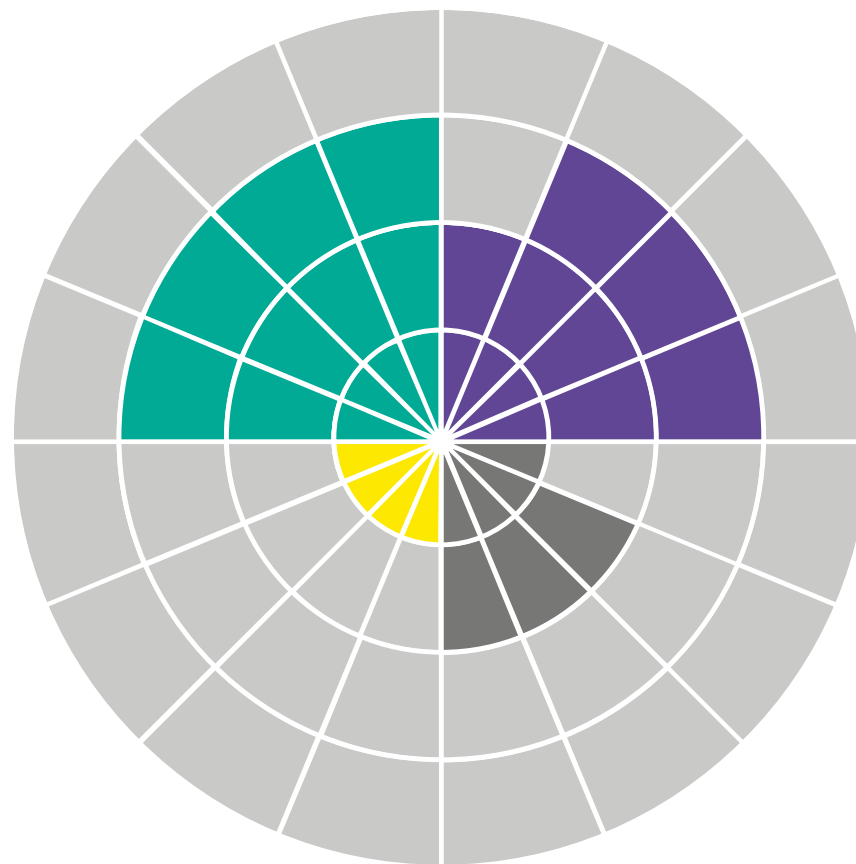
61%

+9% за год

Смарт ТВ

12%

+19% за год



Десктоп

51%

-2% за год

Не в сети

27%

-9% за год



3

Инструменты
и технологии

Как мы собираем данные

РЕСПОНДЕНТЫ

ТЕХНОЛОГИИ

SITE-CENTRIC PANEL	01	СЧЕТЧИК
USER-CENTRIC PANEL	02	RESEARCH BAR
EXCLUSIVE MOBILE PANEL	03	МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ
УСТАНОВОЧНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ	04	ТЕЛЕФОННЫЙ ОПРОС
-	05	РОБОТЫ

Как устроены наши панели

Все устройства

Все браузеры

Все операционные системы

SITE-CENTRIC PANEL

USER-CENTRIC PANEL

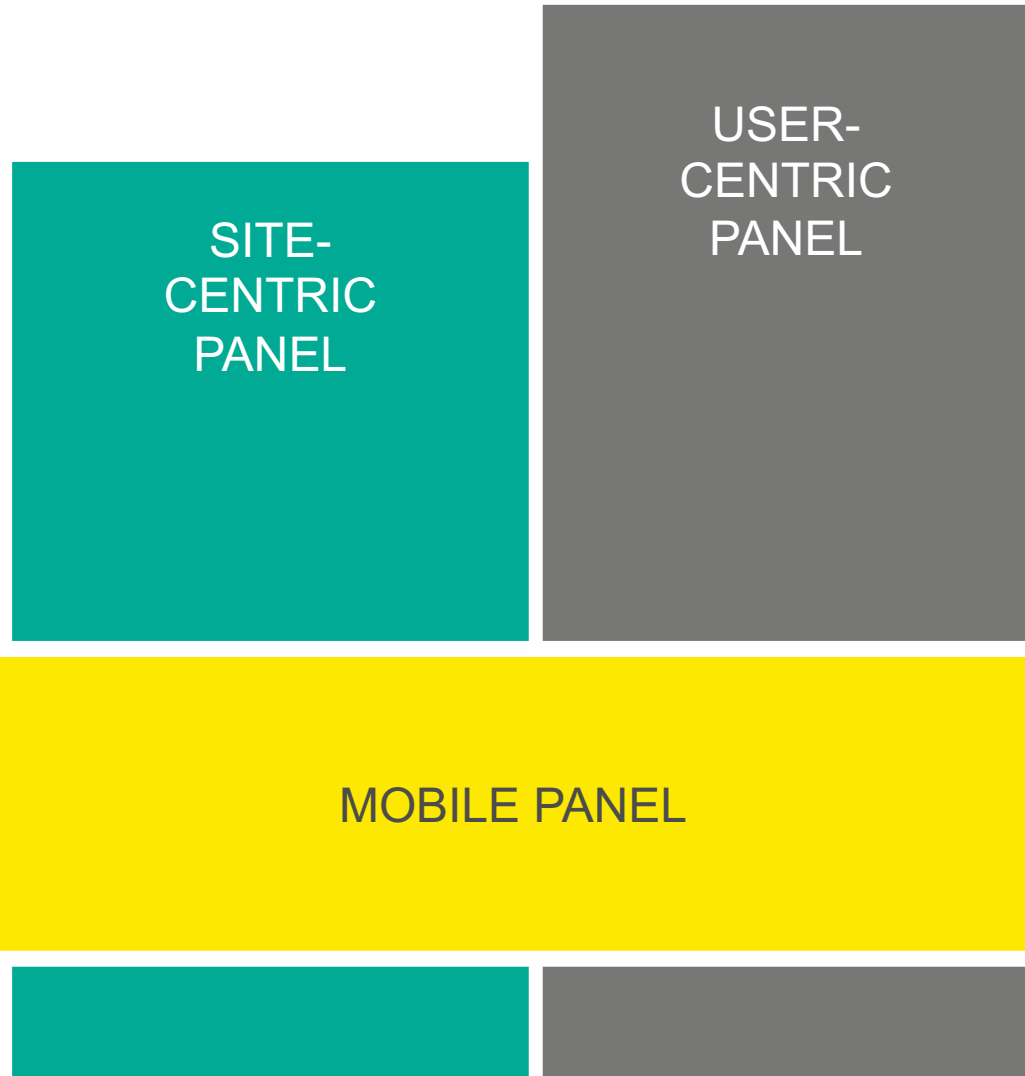
MOBILE PANEL



Как устроены наши панели

SITE-CENTRIC PANEL

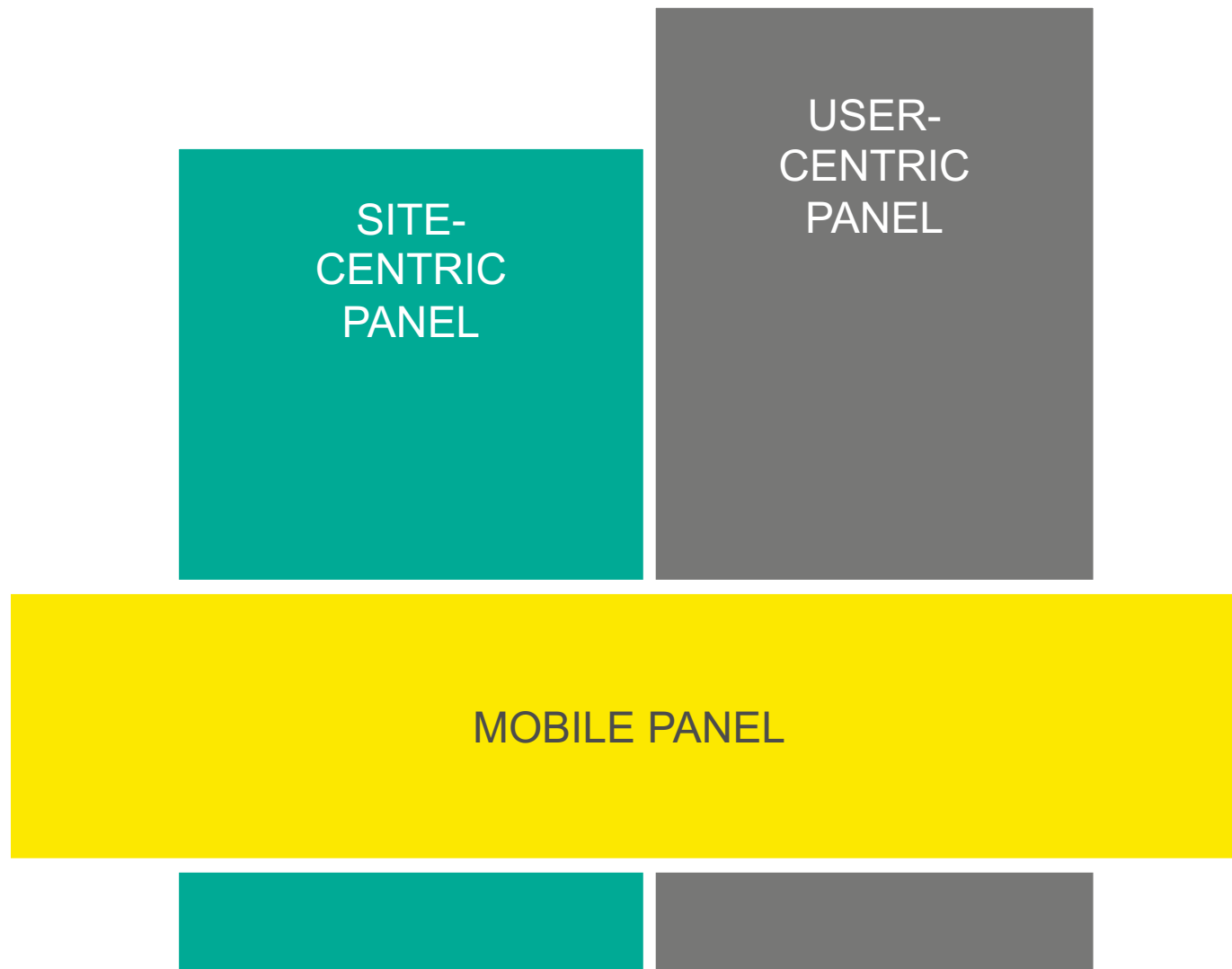
- 12 500 панелистов
- Кросс десктоп+мобайл
- Offline рекрутинг
- Офис и дом
- Ограниченный список сайтов
- Тегированные события (ПК и др.)



Как устроены наши панели

USER-CENTRIC PANEL

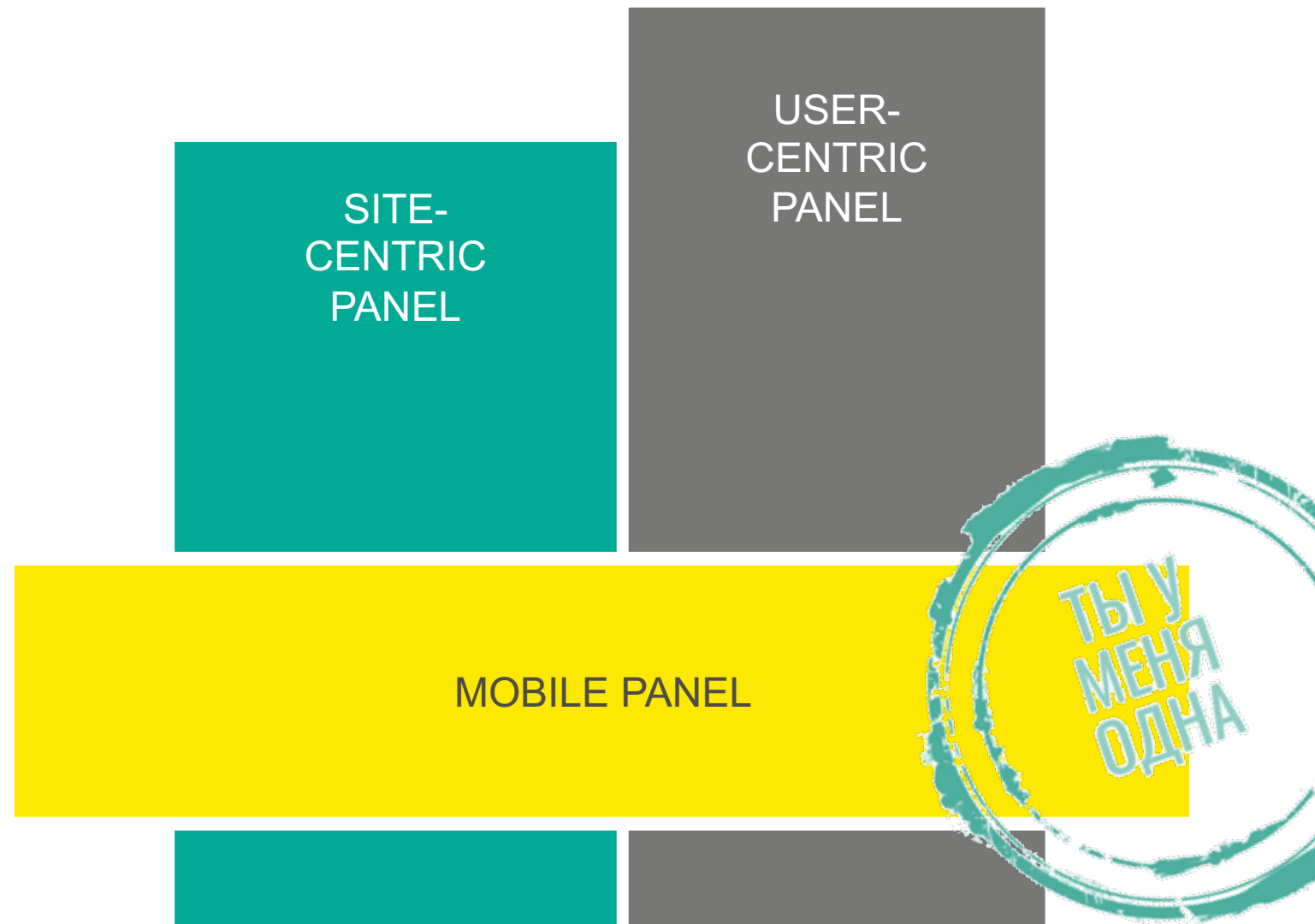
- 40 000 панелистов
- Кросс десктоп+мобайл
- ПО на компьютерах панелистов
- Все сайты и страницы с точностью до URL
- Данные по длительности



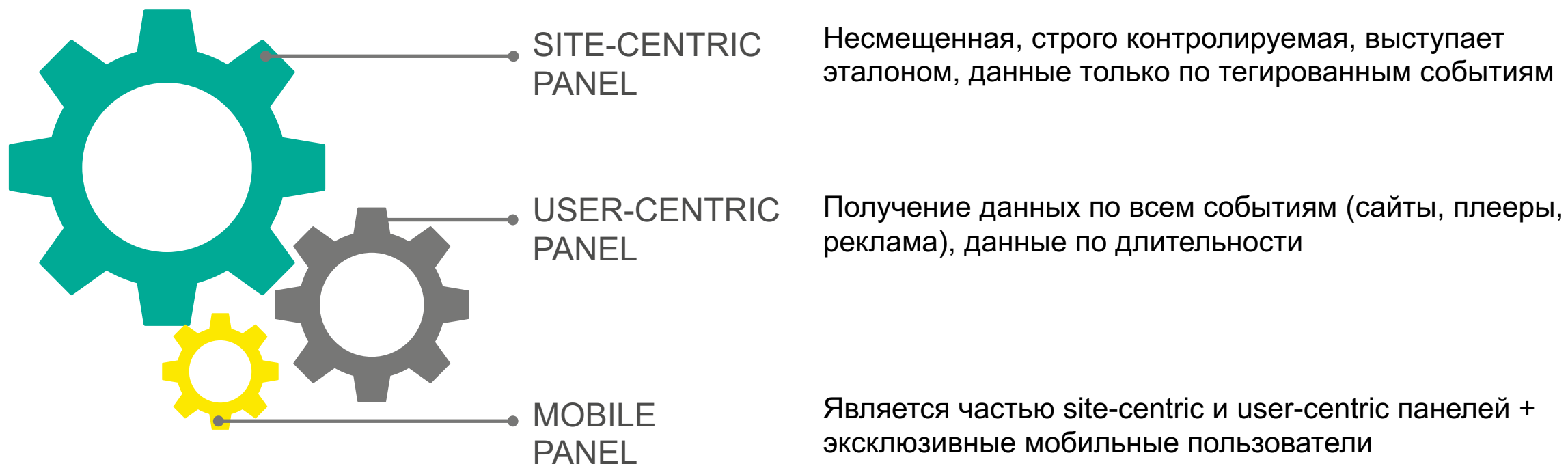
Как устроены наши панели

MOBILE PANEL

- 6 000 панелистов
- Кросс десктоп+мобайл + exclusive mobile
- Смартфоны/планшеты, Android и iOS
- Все мобильные сайты и приложения
- Тегированные события (ПК и др.)
- Россия 100k+



Fusion составляет данные всех проектов в единую полную картину





4

Мобильная
аудитория

Основной мобильный трафик идет через WiFi



87% пользователей

30% трафика

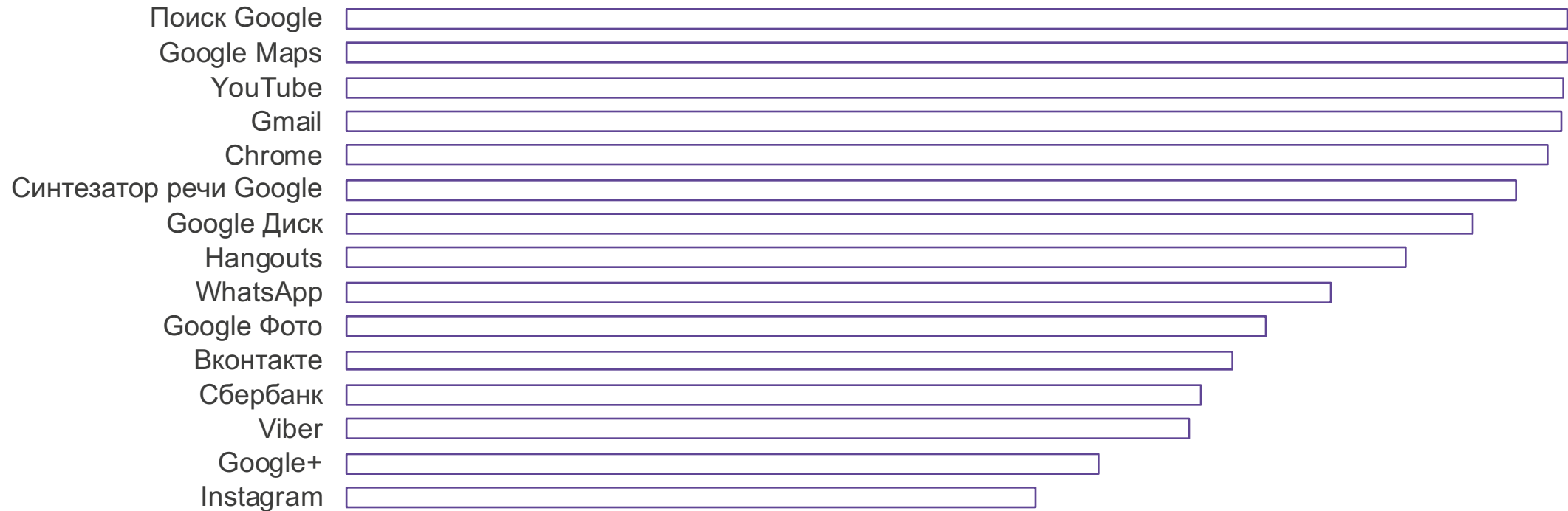


93% пользователей

70% трафика

Крупнейшие установленные приложения

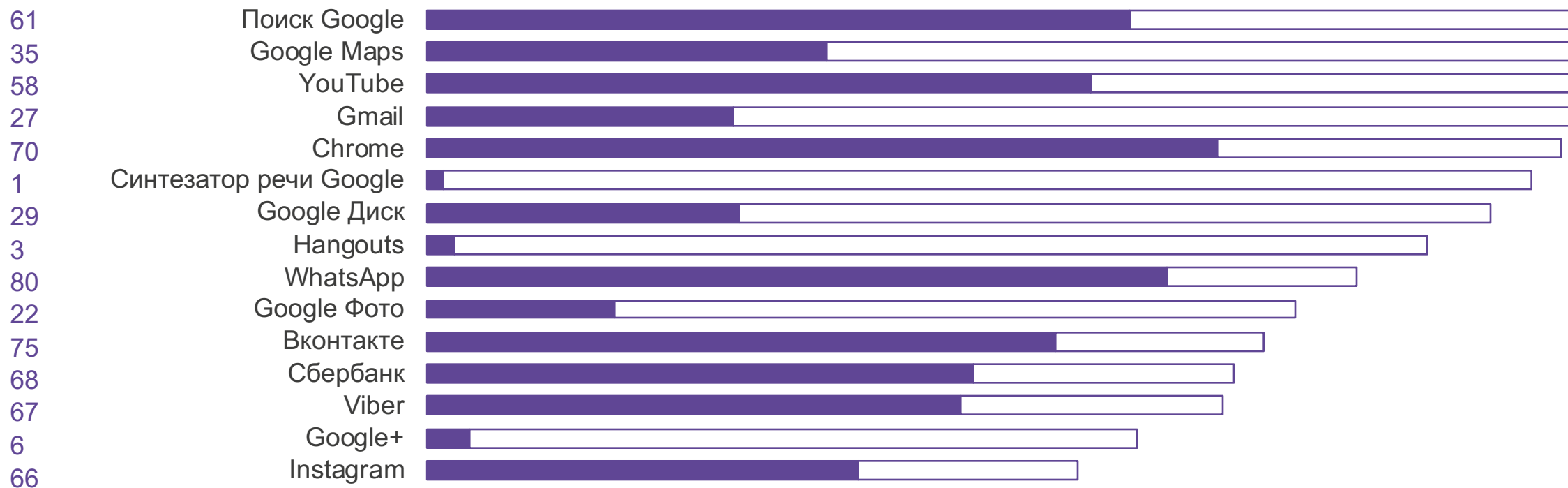
□ Установлено



Крупнейшие установленные приложения

% использования

■ Используют □ Установлено, но не используют



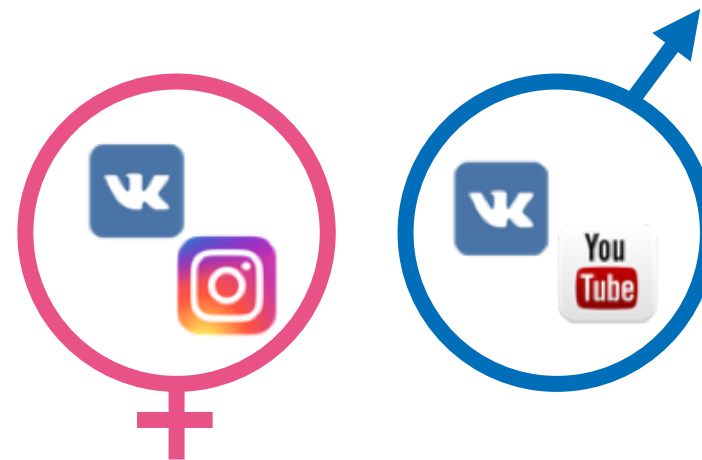
Крупнейшие мобильные ресурсы

	млн. человек	%
Вконтакте	14,4	27.1
Whatsapp	14,1	26.5
Google	12,2	22.9
Яндекс	11,3	21.2
Instagram	9,4	17.7
Viber	9,0	16.9
Youtube	8,2	15.5
Сбербанк	6,0	11.3
Mail.Ru	5,9	11.0
Одноклассники	3,8	7.1
Facebook	3,6	6.7
Aliexpress	3,4	6.3
2gis	3,0	5.6
Telegram	2,5	4.8
Avito	2,2	4.2



Первое приложение «съедает» половину времени

Россия 100к+, 12-64, 100%=время пользователя
в мобильных приложениях за месяц



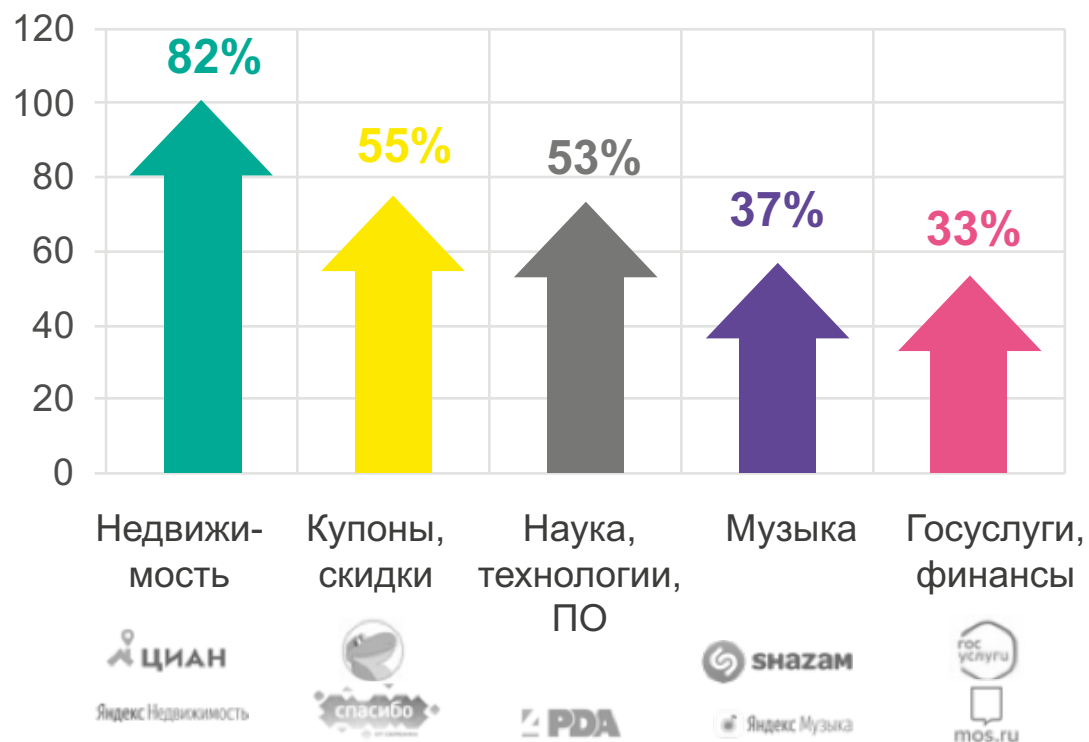
Женщины

Мужчины

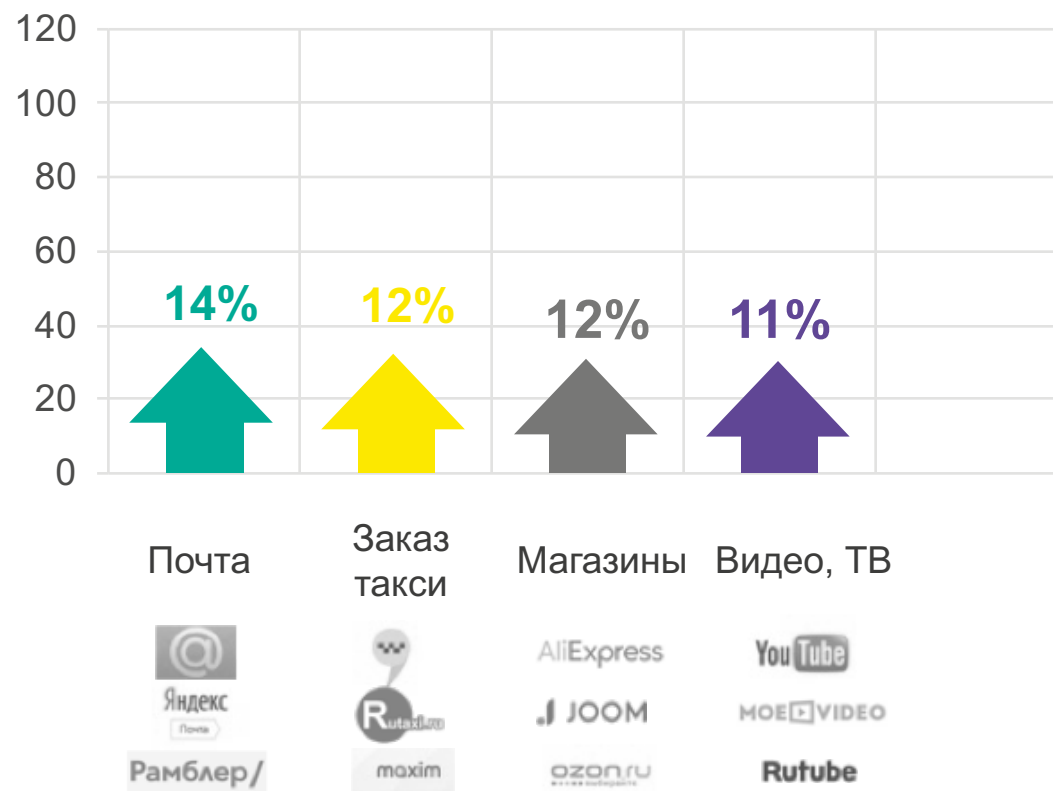
WEB-Index, Mobile Apps, Август 2018, Россия 100к+, % от общего времени каждого пользователя за месяц на мобильных устройствах, без учета «предустановленных» приложений

Растущие сервисы мобильного интернета

Растут быстрее других



Уже крупные, но продолжают расти



WEB-Index, Mobile (web & apps), Август 2018, Россия 100k+, 12-64, Monthly Reach, прирост к августу 2017, приведены топ сервисы

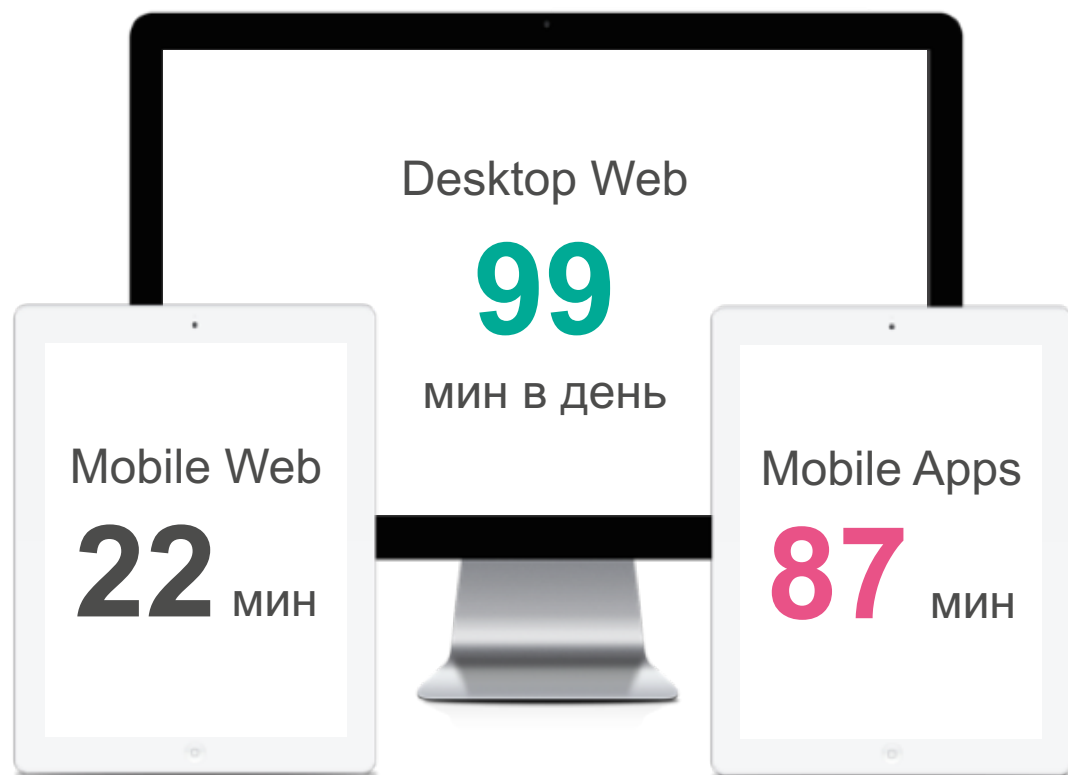
Клиентская конференция 2018



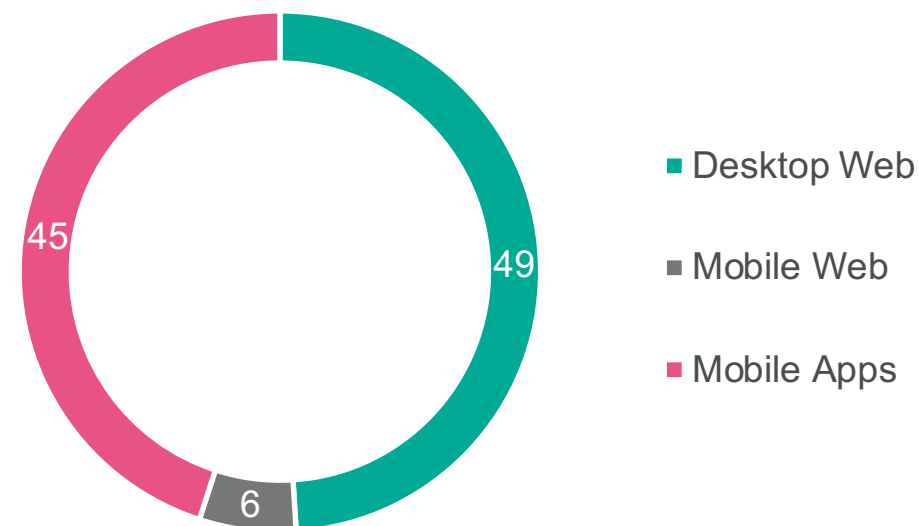
5

Multiscreen

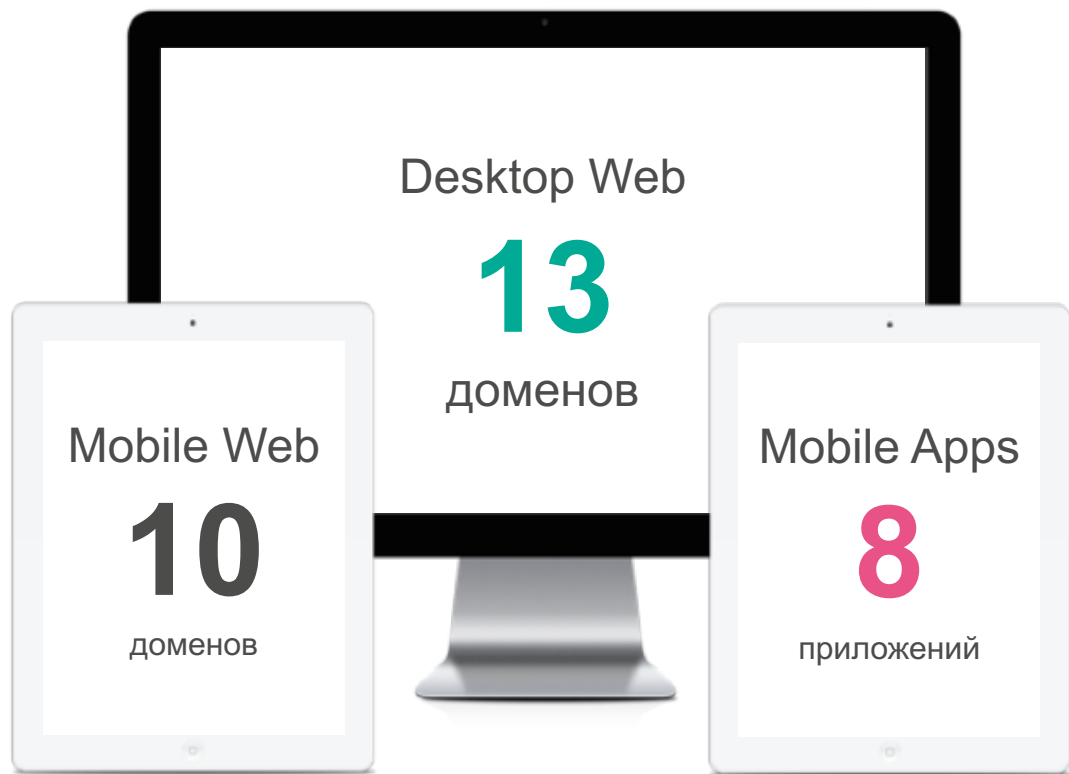
Как распределяется время по устройствам



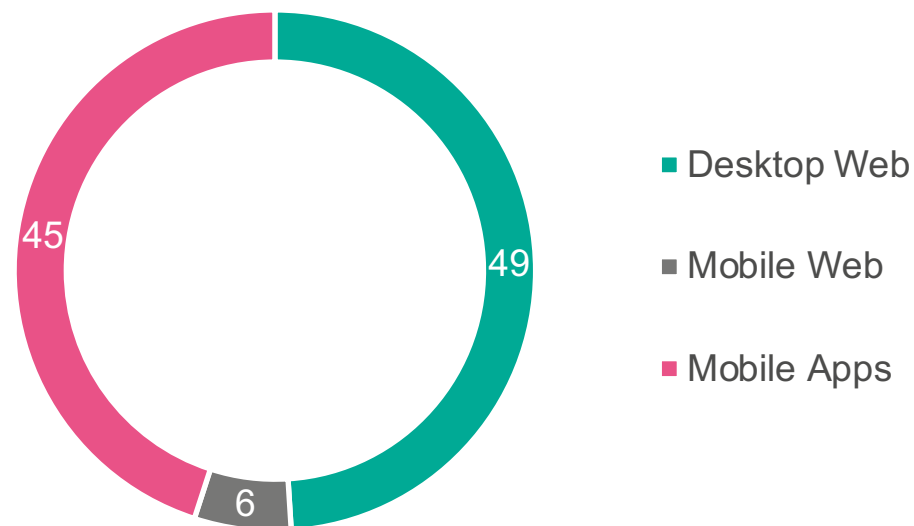
Average Daily Duration online, %



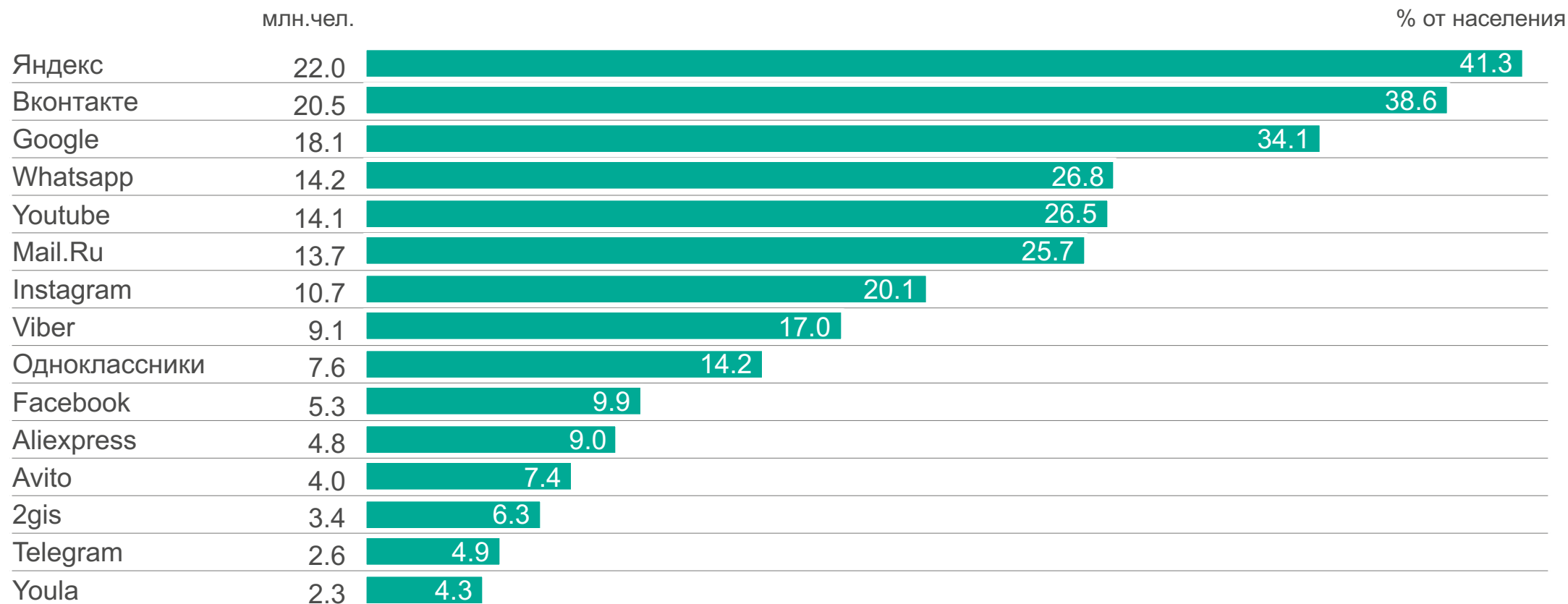
Как распределяется время по устройствам



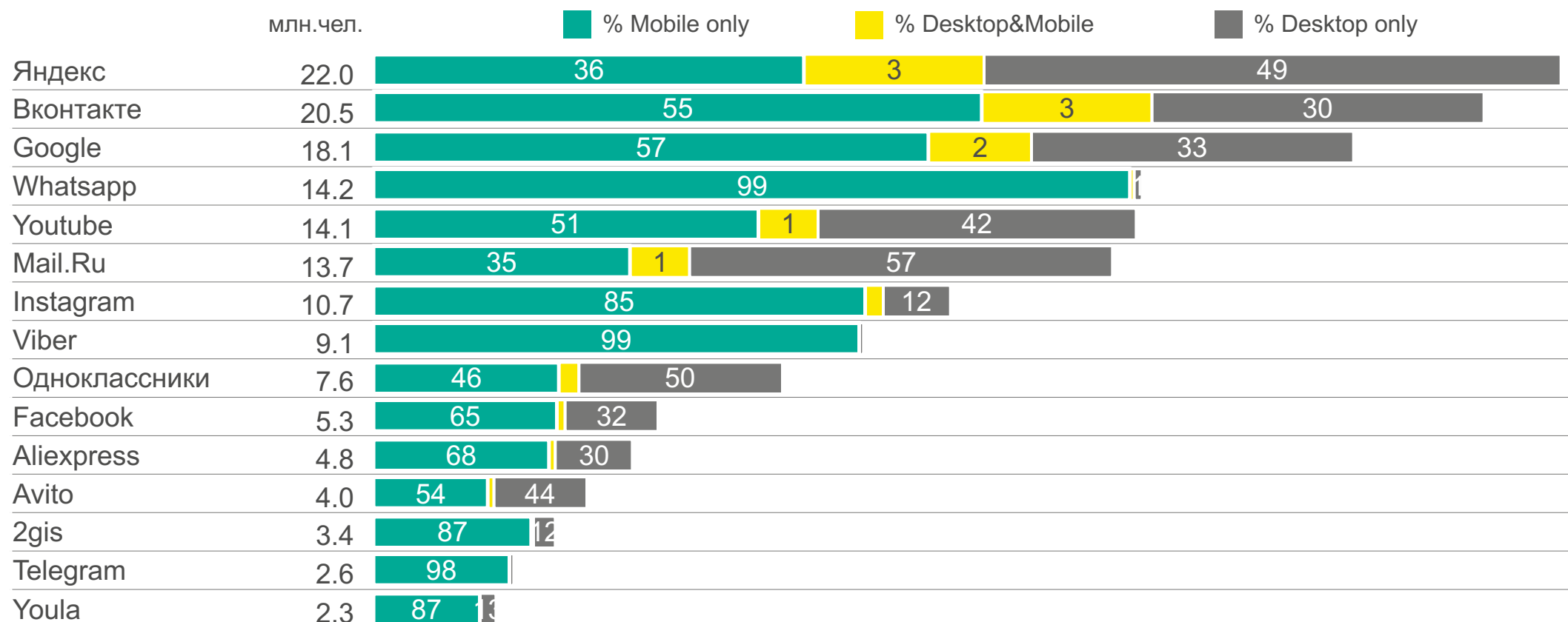
Average Daily Duration online, %



Крупнейшие ресурсы: десктоп & мобайл



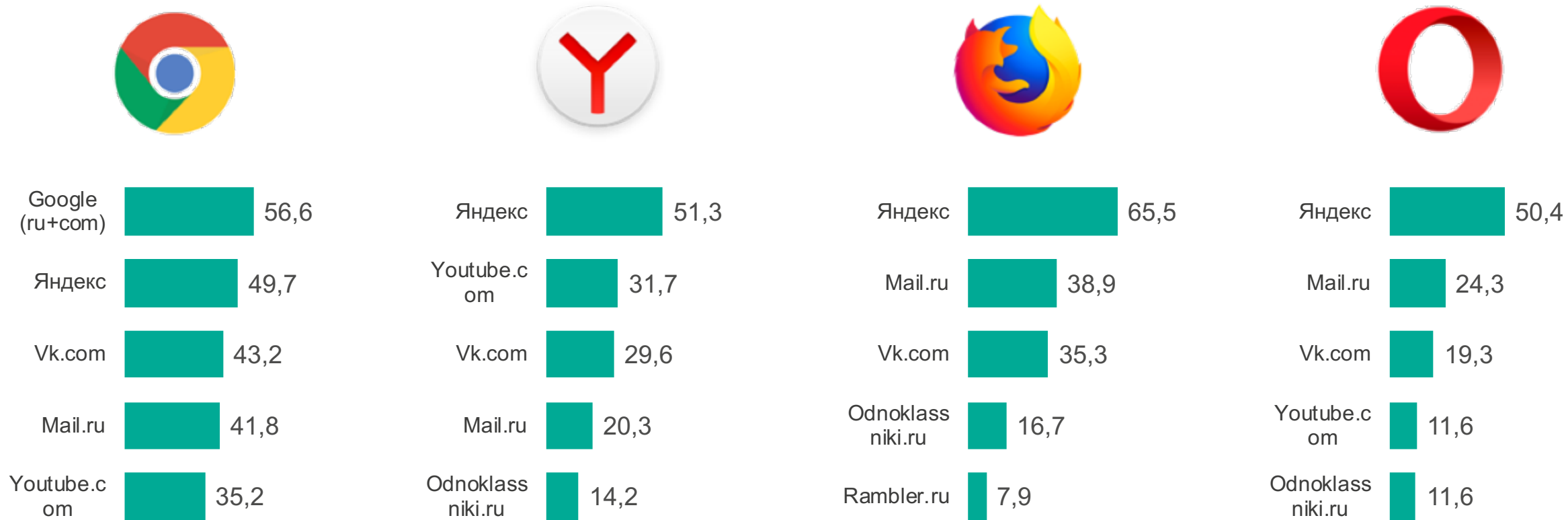
Структура пользователей по устройствам



Крупнейшие холдинги: десктоп & мобайл

	млн.чел.	%
Mail.Ru Group	27,3	51.4
Google	23,5	44.2
Яндекс	22,2	41.7
Facebook	20,0	37.6
Alibaba Group	4,8	9.1
Rambler&Co	4,1	7.7
АВИТО	4,0	7.4
Wikimedia foundation	1,9	3.6

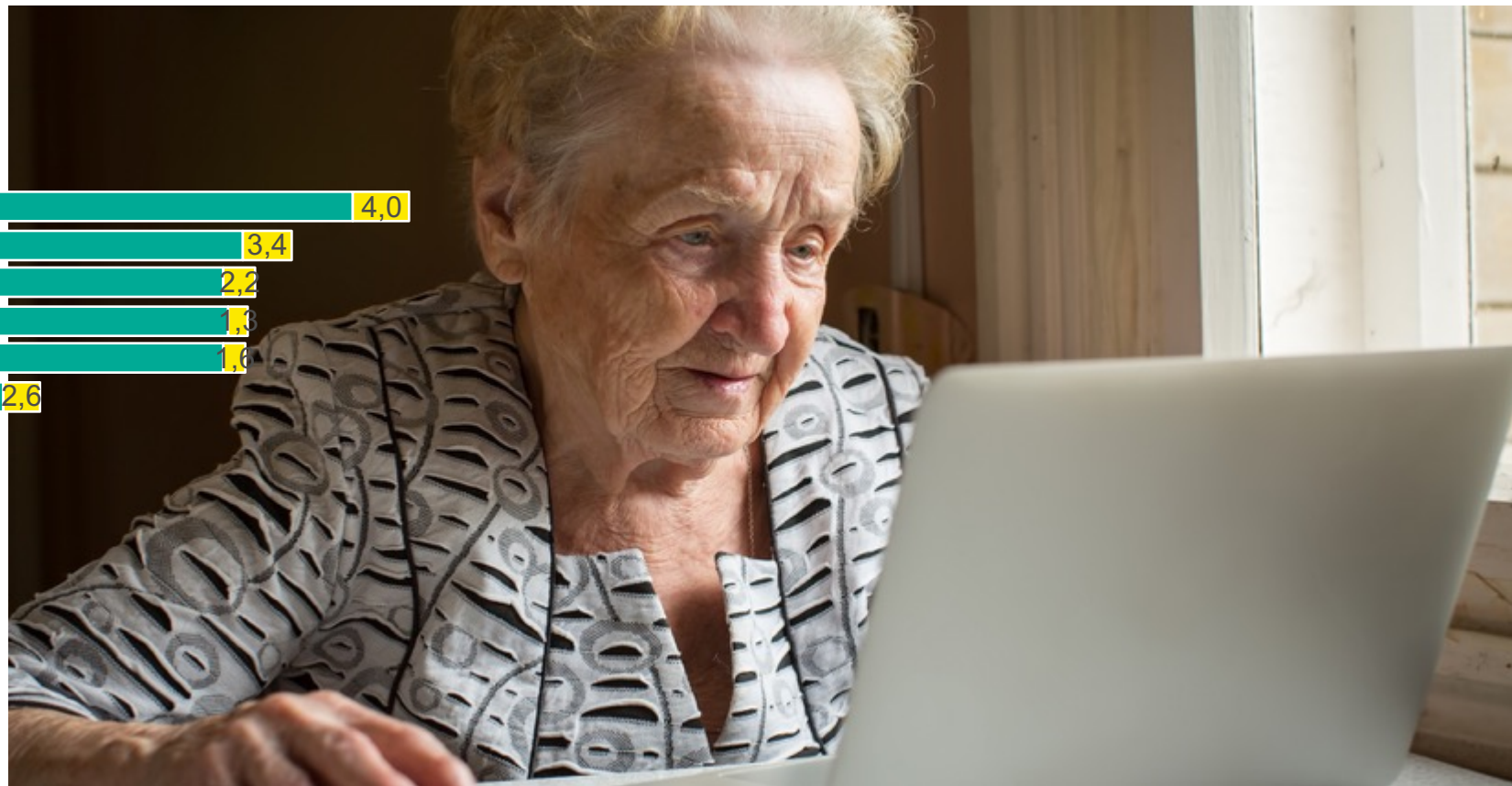
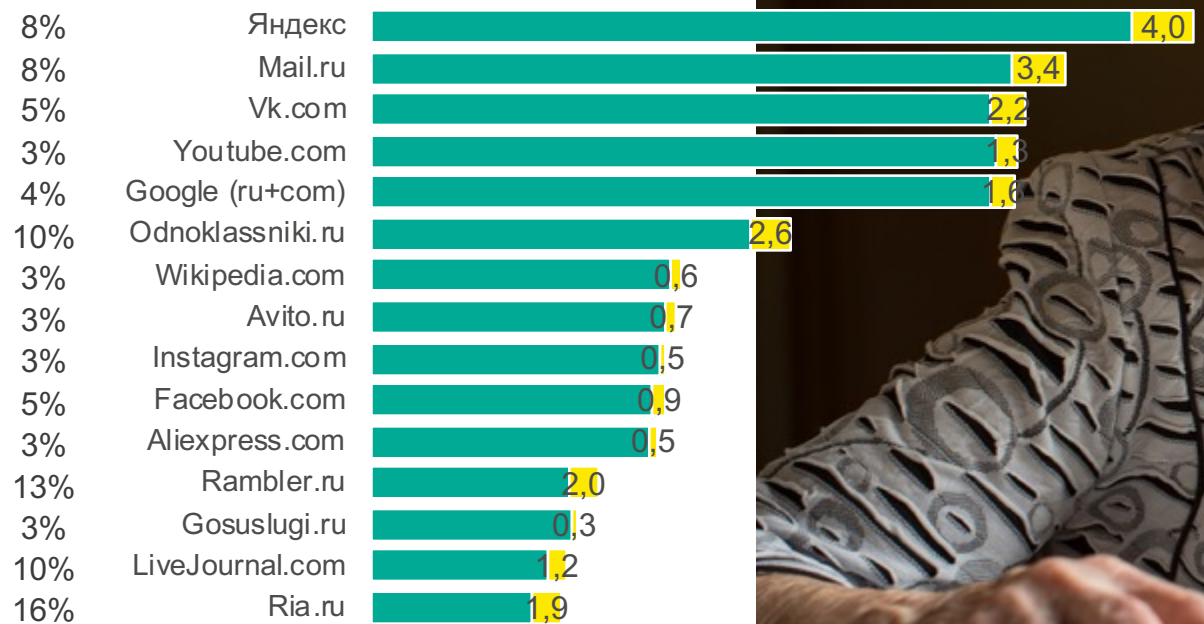
В разных десктоп браузерах разные лидеры, % от дневной аудитории браузера



65+, или вместо пенсии – в панель

Прирост за счет пожилой аудитории

■ 12-64 ■ 65+





6

Мониторинг рекламы

Мониторинг рекламы в интернете

1. Все сайты без ограничений
2. И видео, и дисплей
3. И in-stream и out-stream OLV
4. Единый классификатор с тв
5. Сравнение с конкурентами (охваты, соц.-дем. профиль, показы)
6. Пока только десктоп
7. Показы реальным людям

Регистрируемые параметры OLV

РАЗМЕЩЕНИЕ

Сайт

Плеер

Adsystem

Длительность ролика

Баннерная сеть

Тип файла

Pre-roll / mid-roll / post-roll

КРЕАТИВ

Рекламодатель

Бренд

Товарная категория

ID ролика на ТВ

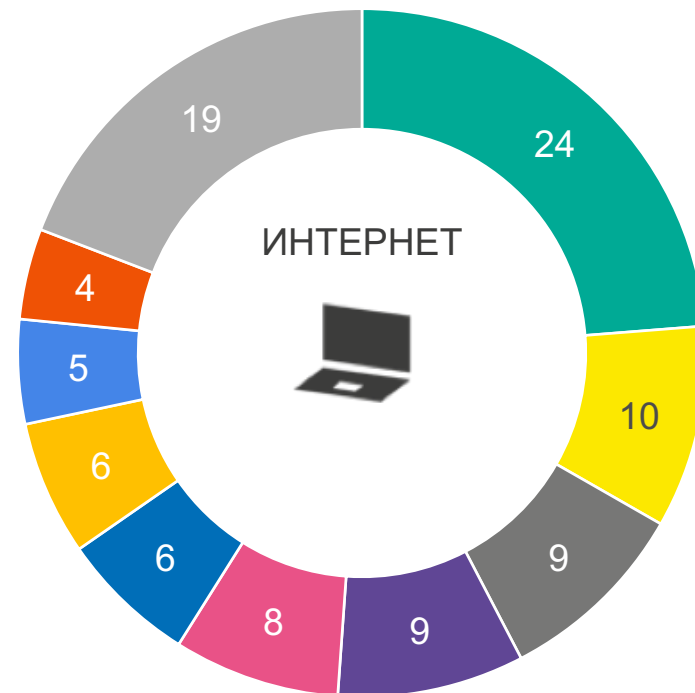
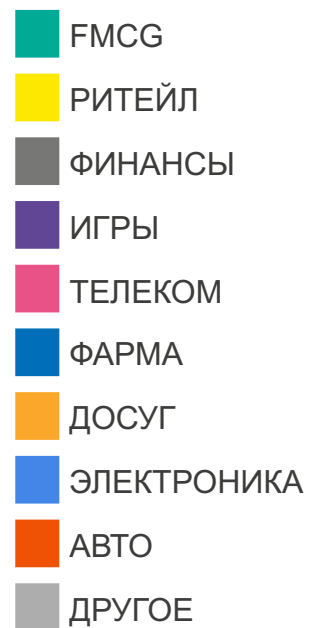
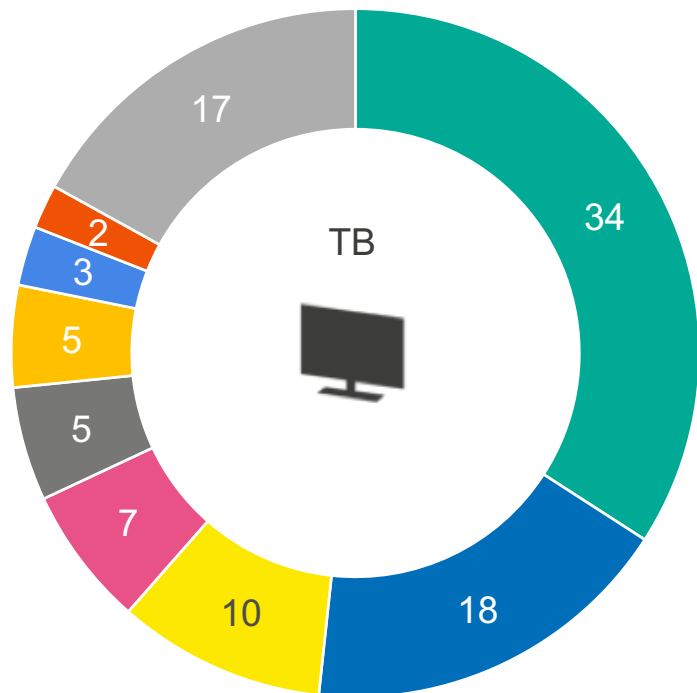
СТАТИСТИКИ

Факт выхода, показы

Охват

Частота

Доля просмотров, 1НУ 2018



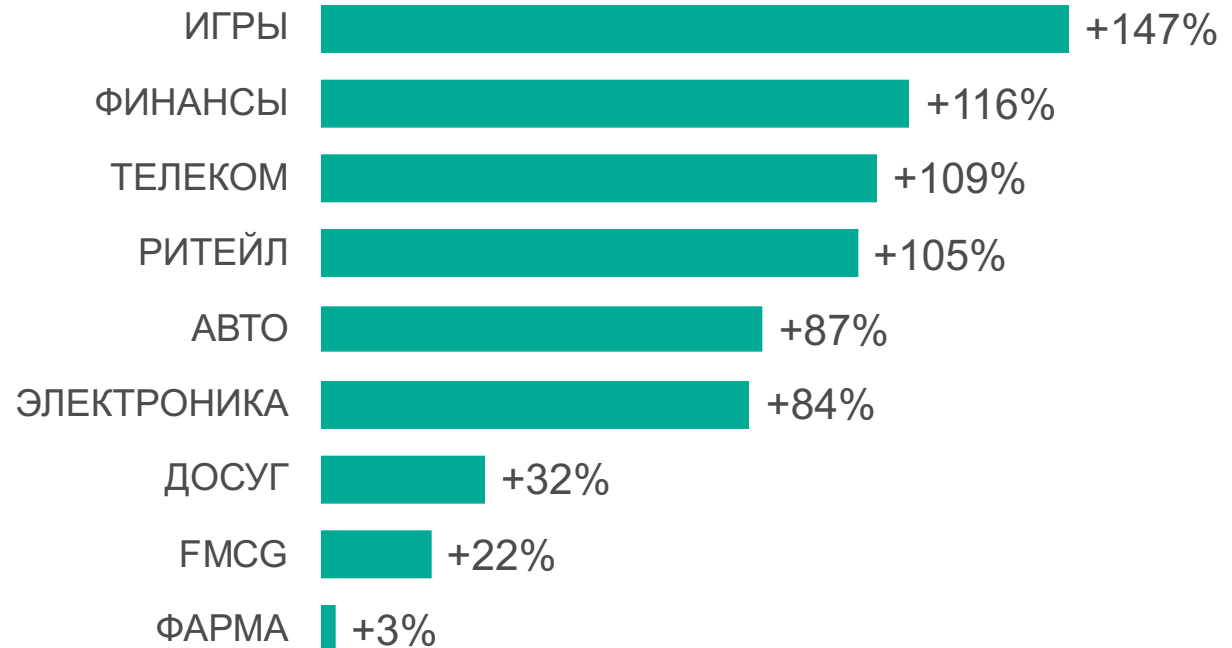
Динамика рынка

Прирост в тотал

+43%

показы видеорекламы
1НУ 2018 vs. 1НУ 2017

Прирост в топ категориях



всех просмотров
видеорекламы

24%

+22% прирост по
просмотрам к 1НУ 2017

+22%

охват за месяц
в населении

44%

в месяц видит средний
пользователь

22 ролика

FMCG

№1 среди товарных
категорий по показам и
бюджетам

Топ-10 рекламодателей в категории FMCG

		SOV, % по показам		Охват, % от населения	Частота, ролика на человека
1	PEPSI CO	10.9%		20,1	5,3
2	MARS-RUSSIA	9.5%		18,7	4,9
3	UNILEVER	8.9%		13,6	6,4
4	DANONE	7.5%	рост в >10 раз	13,7	5,4
5	NESTLE	5.8%		13,4	4,2
6	L'OREAL	5.5%		11,5	4,6
7	COCA-COLA	3.9%		12,5	3,1
8	PROCTER & GAMBLE	3.8%		10,7	3,5
9	COTY GROUP	2.7%		6,1	4,4
10	RECKITT BENCKISER	2.7%		7,3	3,5

Размещение рекламодателей категории FMCG, % показов видеорекламы

ПЛЕЕР РАЗМЕЩЕНИЯ

PEPSI CO

COCA-COLA

youtube.com

51

60

vk.com

rutube.ru

• 6

• 7

ivi.ru

tvzavr.ru

1tv.ru

videomore.ru

yandex.ru

• 9

другие плееры

44

33



Источник: WEB-Index. In-stream: Россия 100k+, все сайты, Desktop, 1H2018, 12-64 лет, размещения более 5% показов рекламодателя, категория FMCG

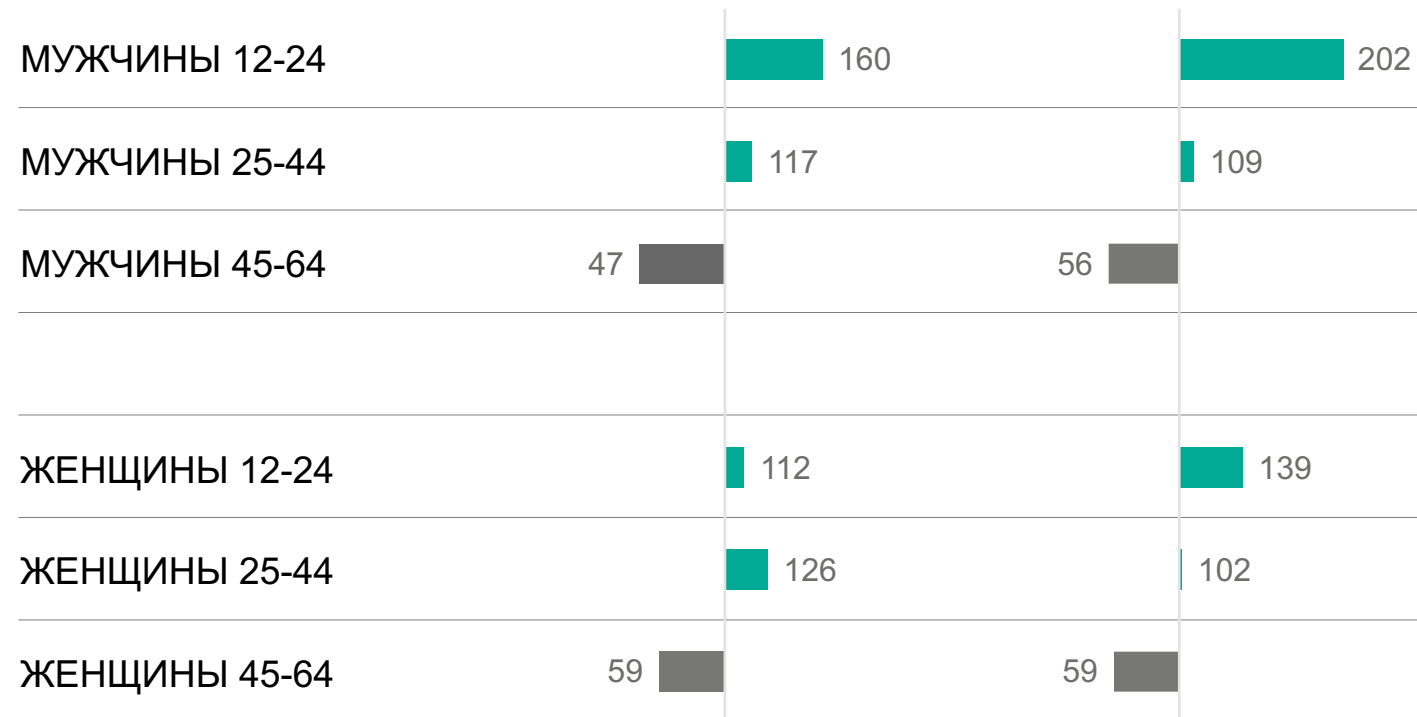
Клиентская конференция 2018

Проверка таргетинга кампании, категория FMCG

AFFINITY INDEX

PEPSI CO

COCA-COLA



WEB-Index. In-stream: Россия 100k+, 12-64, все сайты, Desktop, 1H2018, Affinity Index, категория FMCG

Клиентская конференция 2018

Проверка таргетинга кампании, бренды Procter&Gamble

AFFINITY INDEX

OLD SPICE

PAMPERS

ALWAYS

GILLETTE

МУЖЧИНЫ 12-24

288

132

66

191

МУЖЧИНЫ 25-44

189

104

51

169

МУЖЧИНЫ 45-64

75

62

26

97

ЖЕНЩИНЫ 12-24

25

154

295

107

ЖЕНЩИНЫ 25-44

42

89

153

63

ЖЕНЩИНЫ 45-64

39

101

80

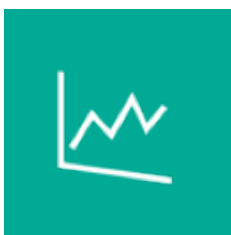
27



WEB-Index. In-stream: Россия 100k+, 12-64, все сайты, Desktop, 1H2018, Affinity Index, категория FMCG

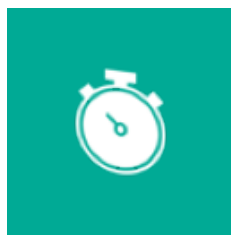
Клиентская конференция 2018

Возможности мониторинга



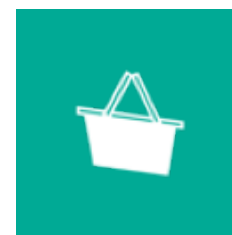
Динамика

Динамика рынка в целом,
товарных категорий,
конкурентов



Сравнение

Сравнение интернета с ТВ
и другими медиа



Конкуренты

Бренды внутри своей
категории
Бренды по целевой группе
Сайты / плееры
размещения Креативы
конкурентов
Объемы, охваты, частота
Соцдем профиль компаний



Качество

Проверка таргетинга
кампании
Сайты / плееры
размещения
Высокая частота на
отдельных сайтах /
плеерах
Размещение без видео-
контента (out-stream)

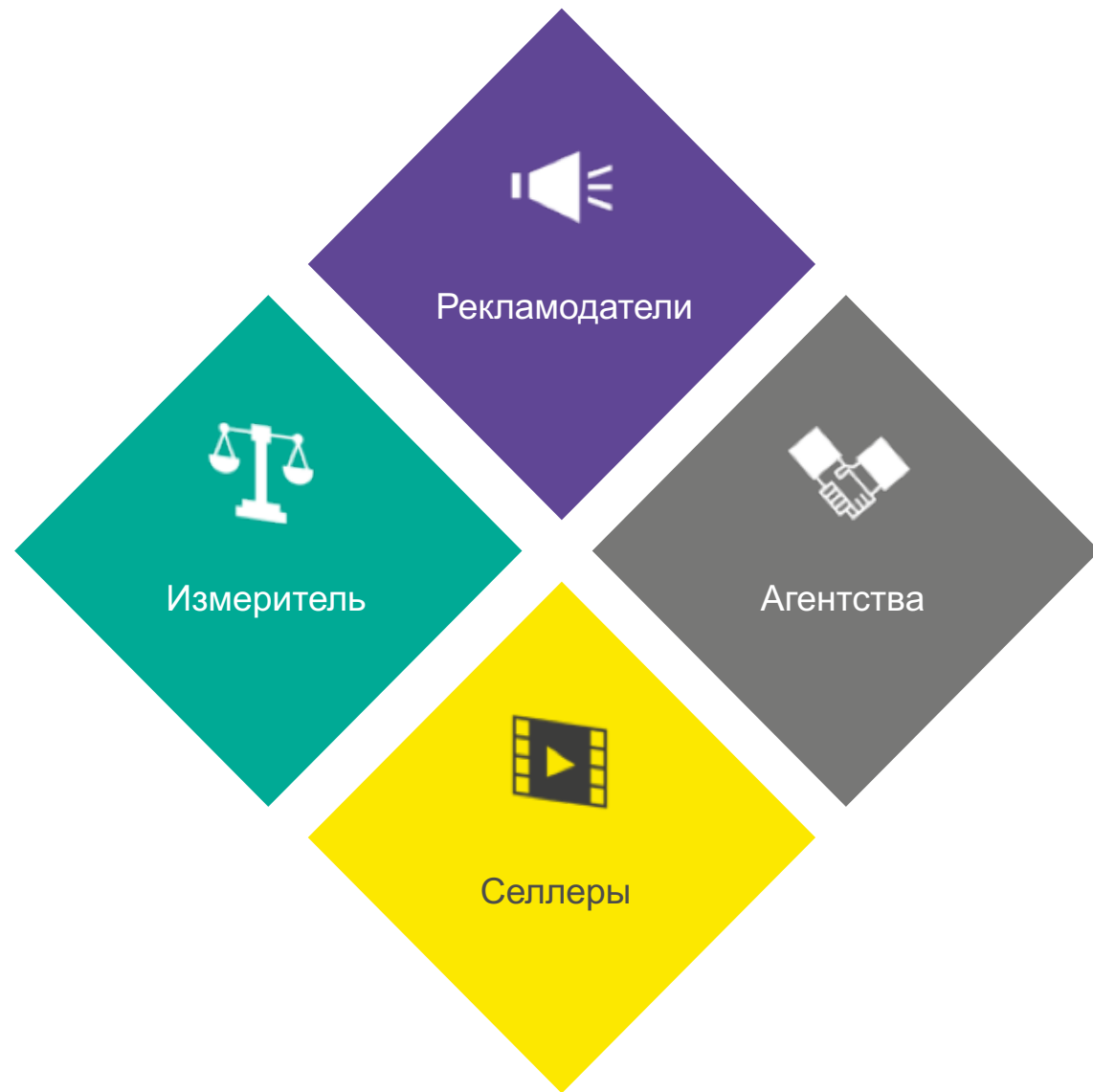


7

Новый подход к
мониторингу
OLV размещений

Куда хотим прийти

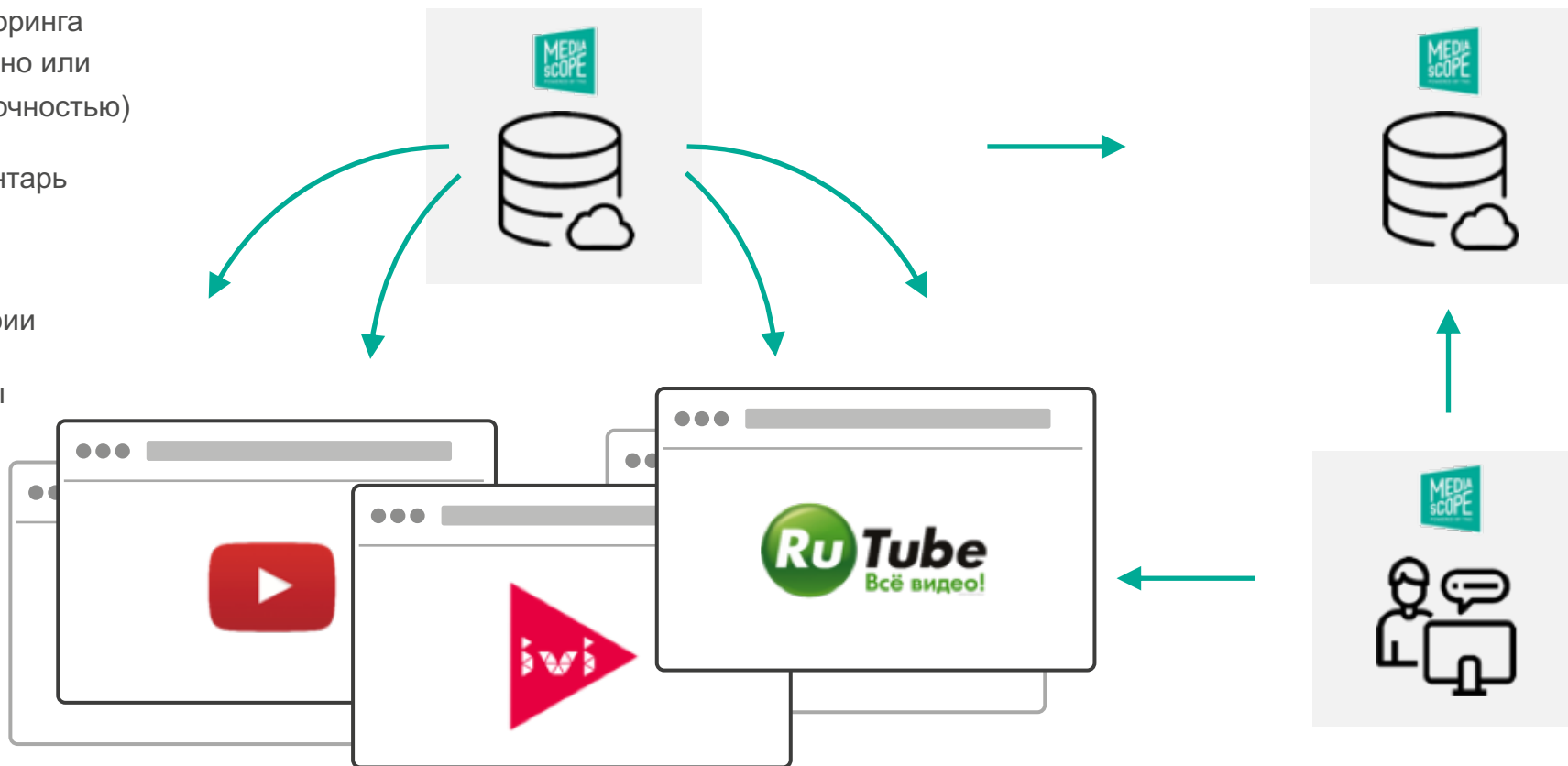
- Единая шкала для оценки рекламных весов в интернете и ТВ
- От оценочного к фактическому мониторингу OLV



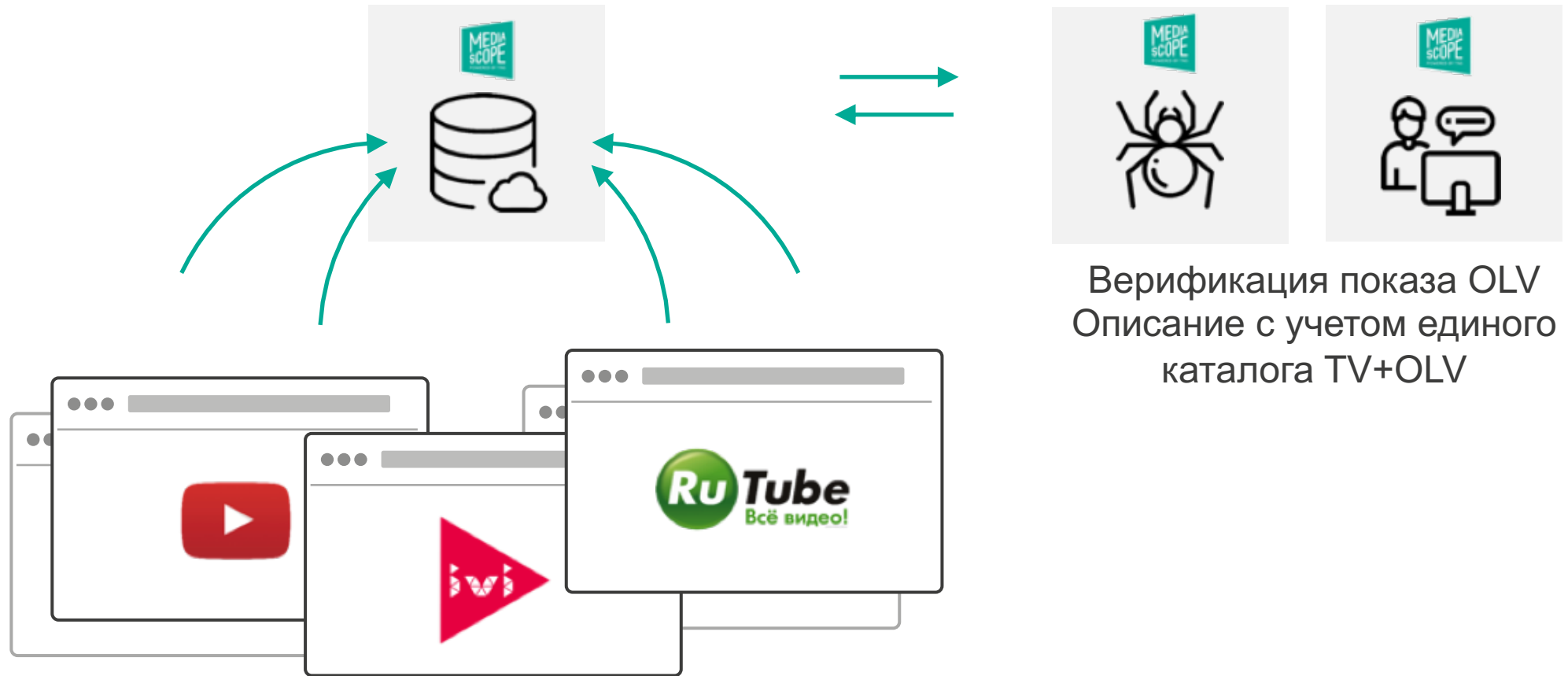
Текущая схема мониторинга

Ограничения мониторинга
OLV (пока не доступно или
доступно с низкой точностью)

- Мобильный инвентарь
- Узкие аудитории
- Сложные географии
- Небольшие сайты



Трансформация подхода



Мониторинг видеорекламы по счетчику, % в выкупаемом объеме инвентаря

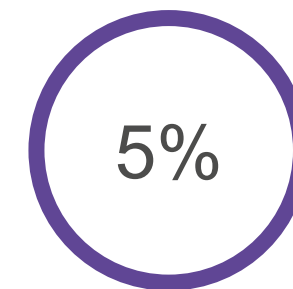
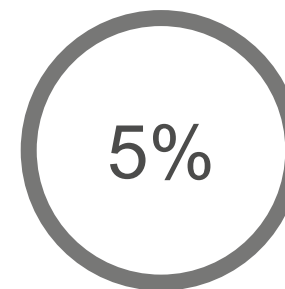
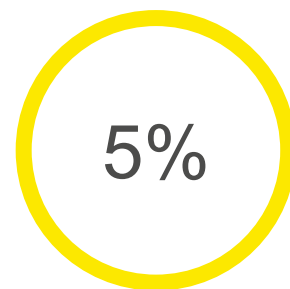
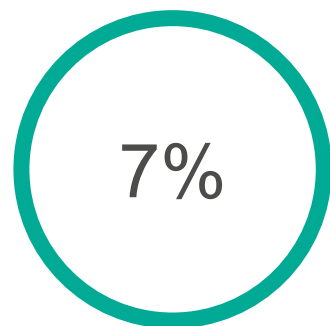
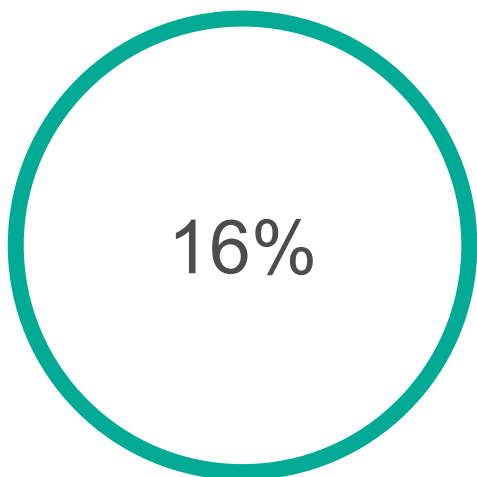
1 рекламодатель

2 рекламодатель

3 рекламодатель

4 рекламодатель

5 рекламодатель



SOV операторов сотовой связи, % в выкупаемом объеме инвентаря в категории



Категория №3
УСЛУГИ СОТОВЫХ ОПЕРАТОРОВ

9%

показов видеорекламы

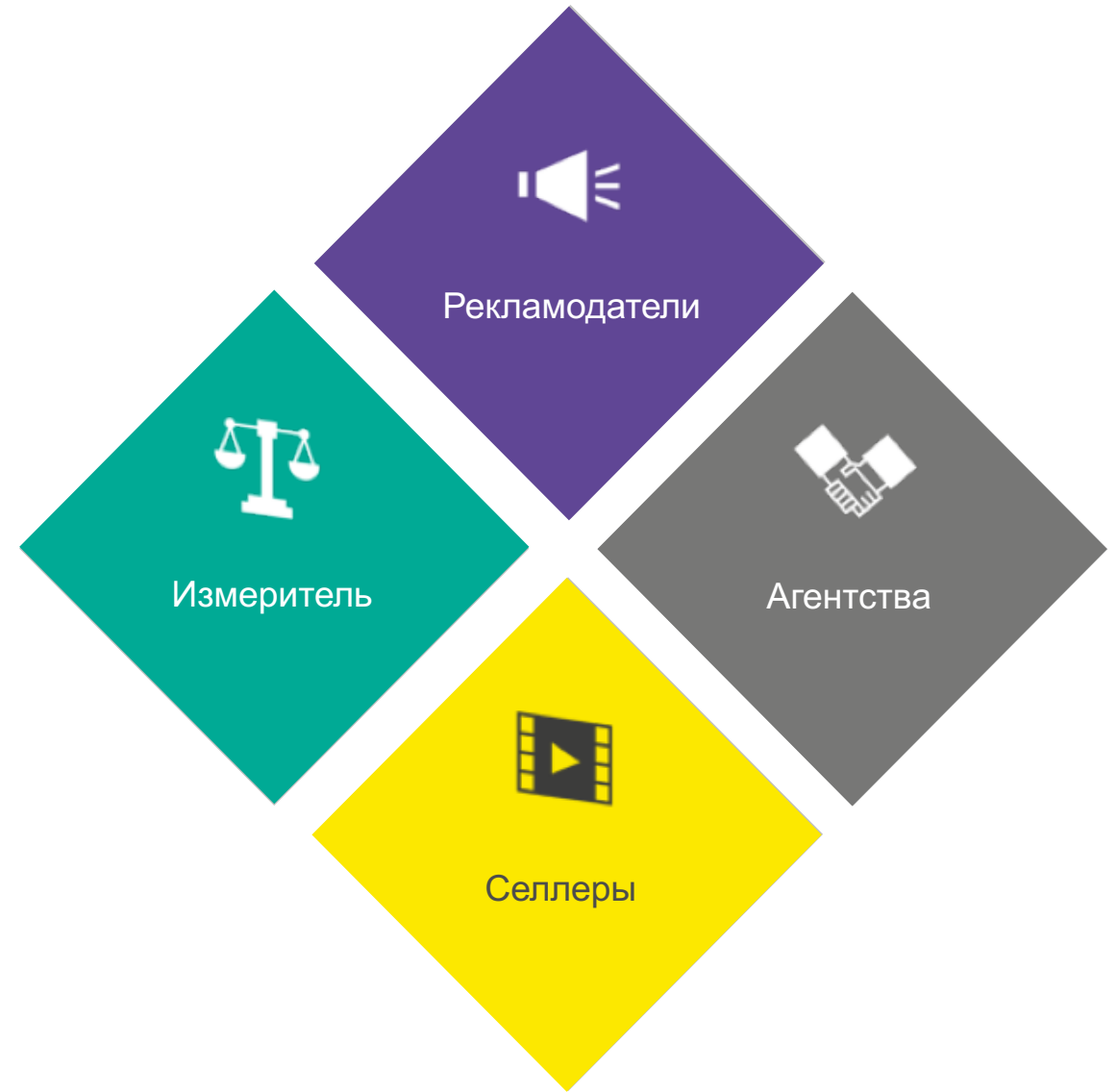
SOV в категории



■ Рекламодатель 1 ■ Рекламодатель 2 ■ Рекламодатель 3

Необходимо взаимодействие всех участников рынка

- Желание сделать рынок прозрачным 😊
- Готовность сделать рынок прозрачным 😊
- Автоматическая установка пикселя на каждую кампанию
- Систематическая передача креативов в Mediascope
- Пропаганда сплошного измерения рекламы
- Доступ к данным по размещениям на Youtube
- Описание и категоризация креативов по единому каталогу с другими медиа
- Верификация получаемых данных по показам
- Интеграция в единую поставку мониторинга

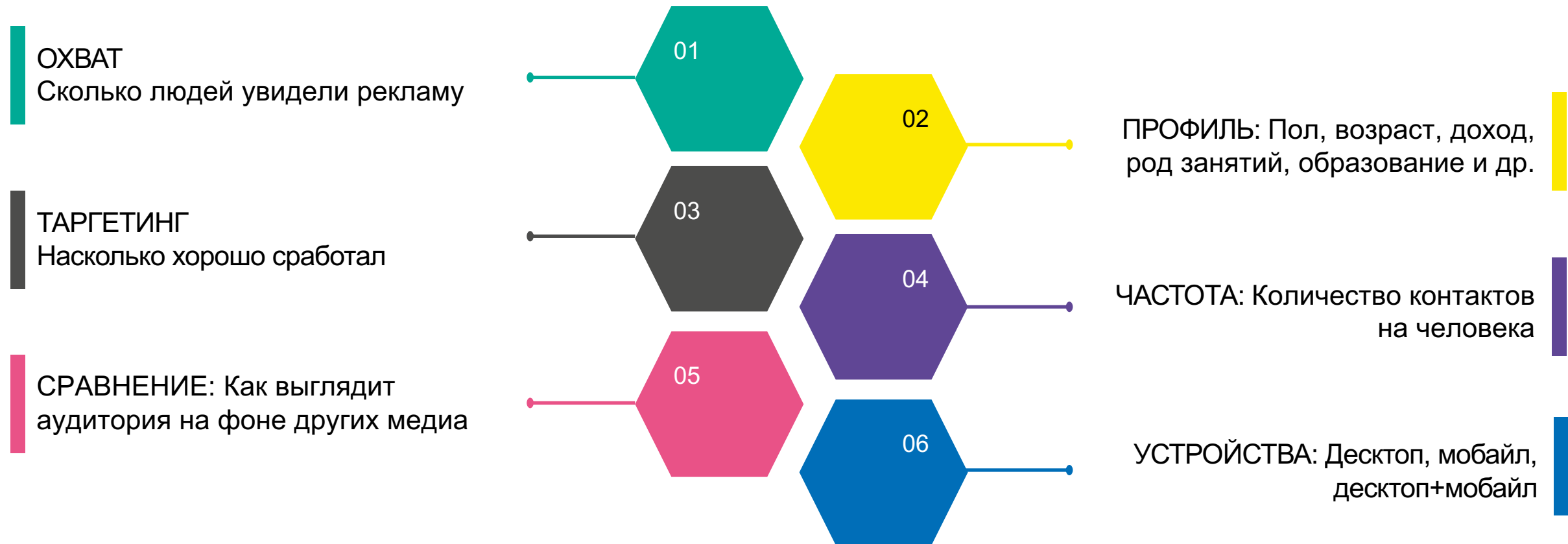




8

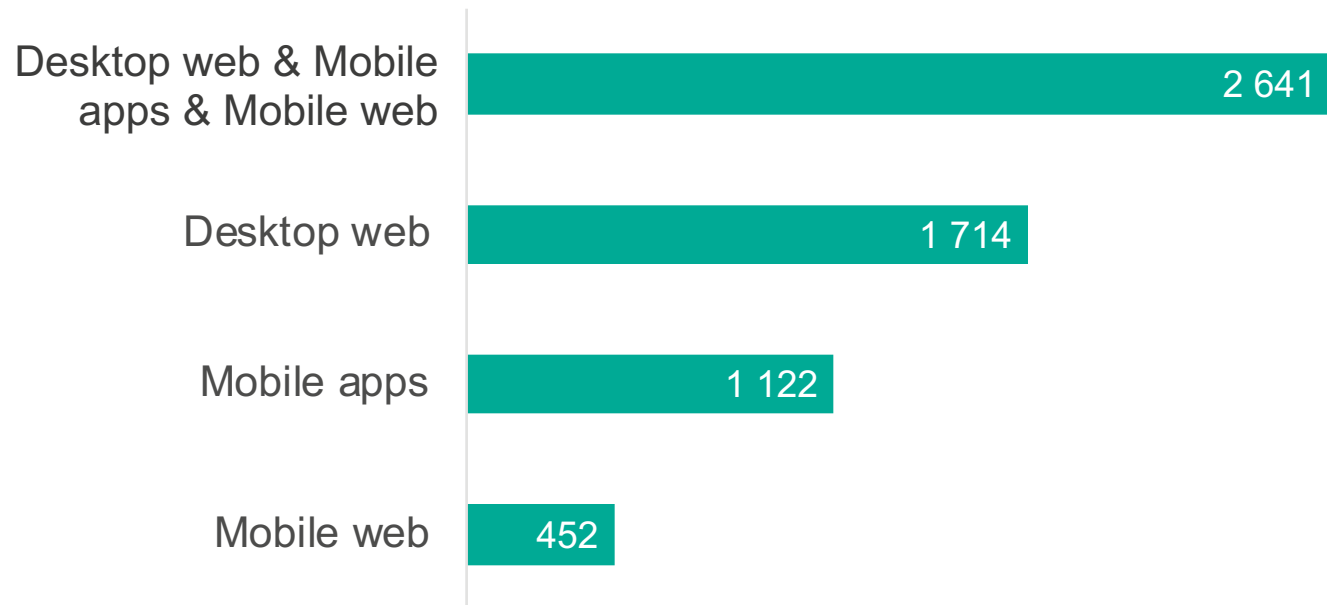
Аудитория
рекламных
кампаний

Измерение профиля тегированных рекламных кампаний



Пример данных по рекламной кампании

Охват рекламной кампании X, тыс. чел.



Измерение качества инвентаря

До конца 2018

- Viewability
 - Кастомизированная настройка
 - Видеоинвентарь
 - Десктоп и мобайл
 - Данные счетчика + аудитория в людях
- Интеграция с крупнейшими игроками

Next steps

- Fraud
- Не только видео, но и дисплей



9

Новые формы
доступа к
информации

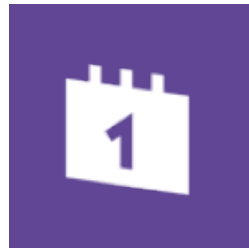
Responsum: новая система API

- Сервис автоматического расчета заданий, поступающих от клиентов
- Подробнее на <https://responsum.mediascope.net/>



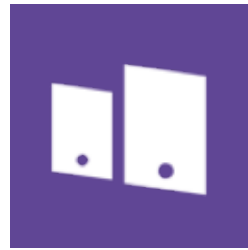
iStar: Desktop

+



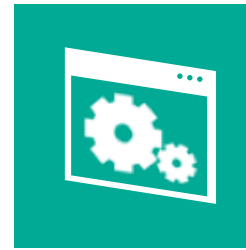
iStar: Prefact

+



iStar2: Mobile

=



API: Responsum

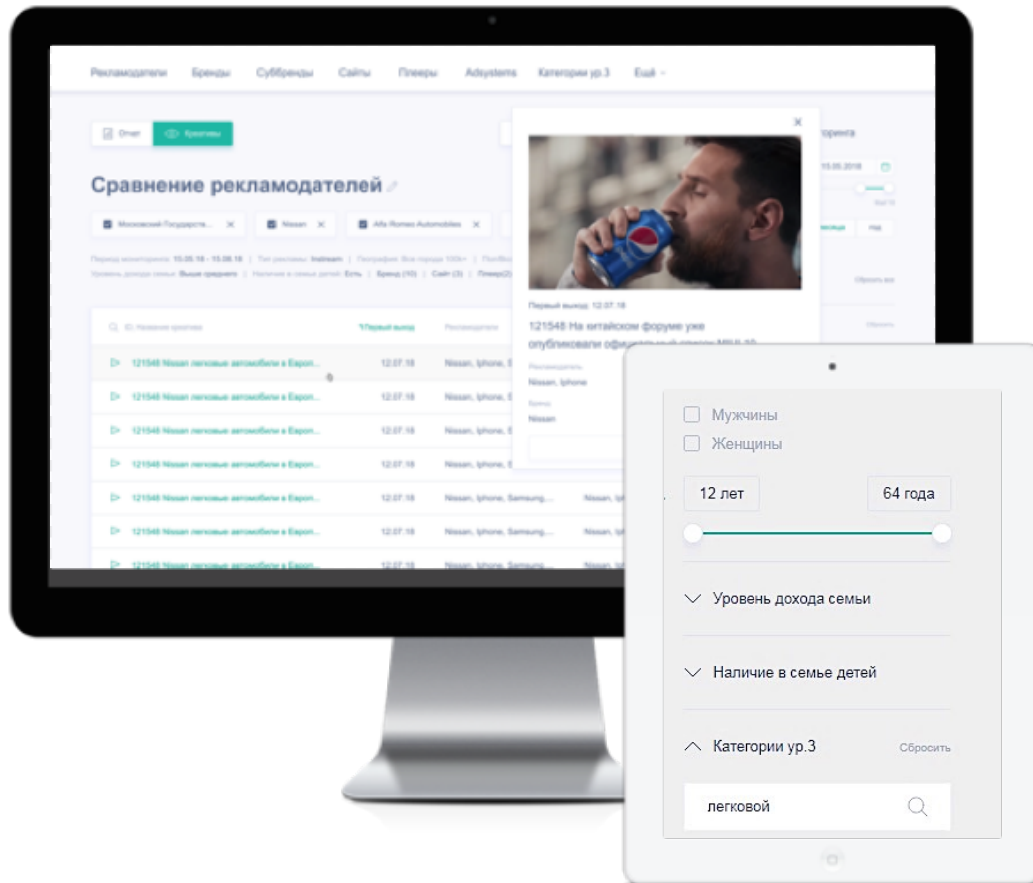
Удобная отчетность по OLV

Дашборд по видеорекламе (4Q 2018)

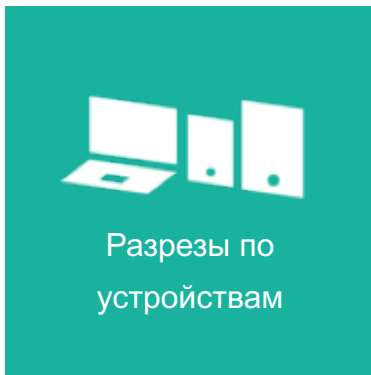
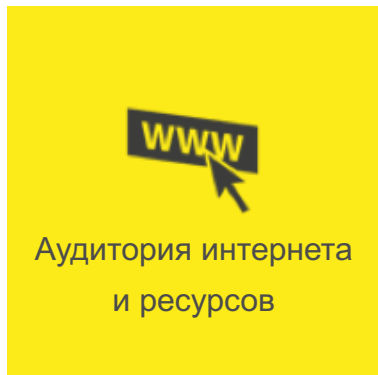
- Ежемесячное обновление
- Фильтрация по целевой группе
- Фильтрация по объектам мониторинга
- Просмотр креативов

AdEx

- Факт выхода с точностью до дня (еженедельно)
- Ежемесячная оценка показов
- Предоставление креативов (еженедельно)



Интерактивная открытая отчетность по аудитории интернета



Статистика аудитории интернета

Каждый месяц мы публикуем актуальные данные по аудитории интернета в России. Детальная информация доступна для части крупнейших платформ и холдингов

О проекте →



МОНИТОРИНГ
ИНТЕРНЕТА

Октябрь 2018



ТОП ХОЛДИНГОВ
И ПРОЕКТОВ

Октябрь 2018



ДЕТАЛЬНАЯ
СТАТИСТИКА

Октябрь 2018

Динамика аудитории интернета

Россия 0+ Россия 100 000+ Россия 100 000-

Анализ →

Период: Октябрь 2018 г. | География: Россия 0+

Единицы: Monthly Reach % | Соц.-дем.: Население 12+ лет

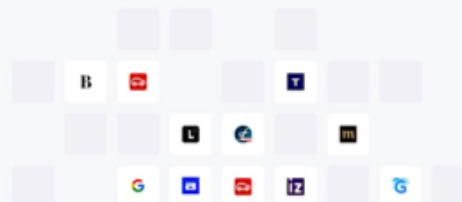
октябрь 2018

95,4 МЛН

79%



Клиентская конференция 2018



Подробнее о исследовании



10

Развиваем
исследования,
усиливаем
экспертизу

Тест: десктопные панелисты осваивают смартфоны

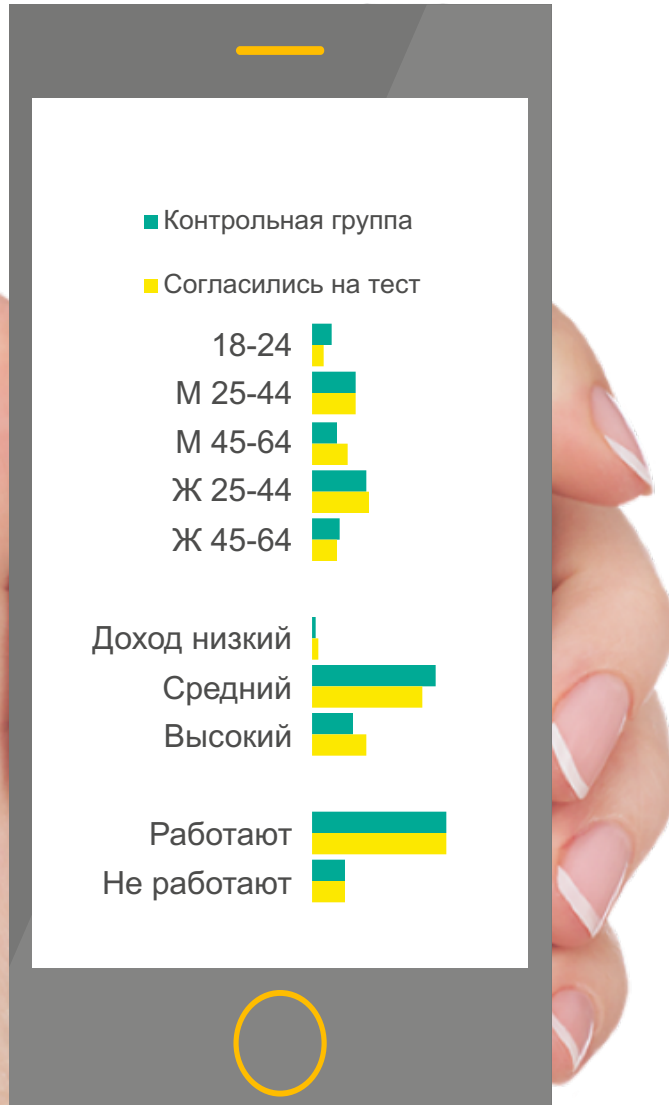
■ Август-сентябрь 2018

■ 100 устройств

■ Москва, 18-64 года

■ Сохраняем ОС, SIM-карту, даем возможность настроить смартфон и перенести свои данные

■ Соглашаются не только бедные 😊 Нет перекоса в социально-демографическом составе

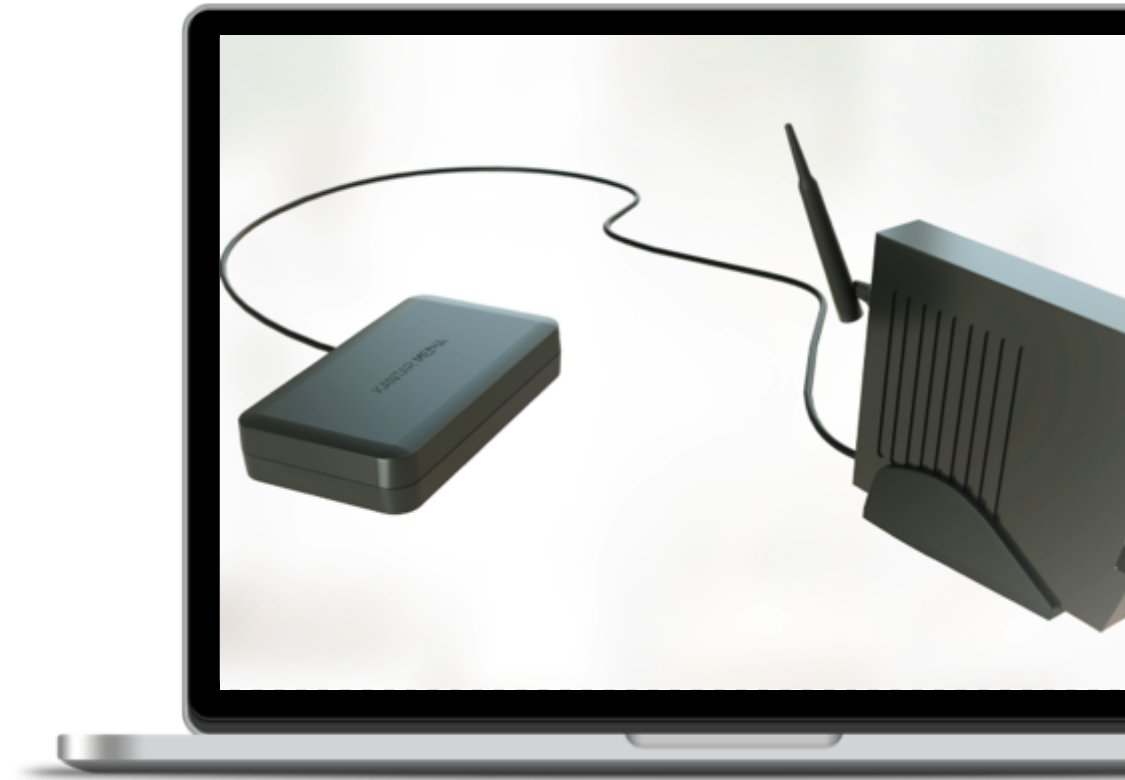


Первые результаты

- Выше качество данных, т.к. выше лояльность панелистов (приток+продолжительность жизни в панели)
- Больше контроль за данными, можно восстановить приложение Mediascope удаленно
- Сбор геолокационных данных
- Возможность активизировать аудиометчинг и вотер-маркировку (смартфон как PPM)

Router meter

- Подключение к используемому в семье роутеру
- Абсолютная пассивность измерений
- Измерение всех подключенных к домашнему интернету устройств
- Оперативное отслеживание новых устройств в домохозяйстве



Наши планы

1

Расширение географии
мобильного измерения
(Россия 0+)

2

Снятие верхней
возрастной границы в
панелях (12+ лет)

3

Большая Москва

4

Тестирование панельного
измерения Smart TV

Группа пользователей данных: welcome!



1

Существует с 2016 года
под эгидой Русбренд



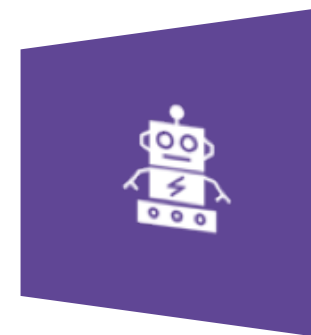
2

Участвуют крупнейшие
рекламодатели, площадки
и рекламные группы



3

Обсуждаются
потребности рынка и
индустриальные
инициативы



4

Определяются
приоритеты развития
интернет-измерений

Преимущества третьей стороны

- Мы анализируем опыт международных компаний, выбирая и адаптируя лучшие решения
- Открыты к аудиторам технологии – не blackbox решение
- Мы не продаем рекламу и не заинтересованы в результатах конкретных кампаний
- Мы всех измеряем одинаково, одной линейкой
- Наши показатели по интернету сравнимы с другими медиа
- Наши данные по интернету объединяются с нашими данными по ТВ

спасибо!