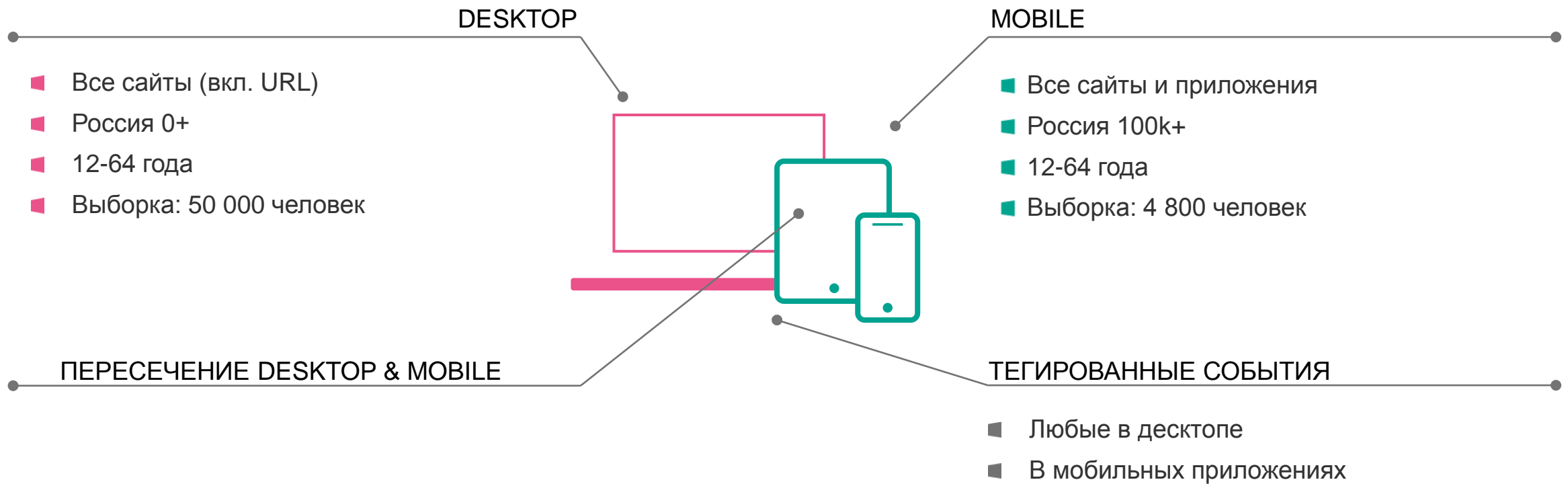


digital

**Видео: аудитория и реклама,
ключевые тенденции в сегменте**

Инесса Ишунькина, Директор по интернет-исследованиями

Измеряем desktop, mobile, desktop&mobile



Аудитория видео-ресурсов

Россия 100k+, 12-64 лет, февраль 2018

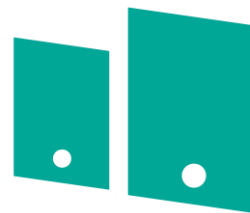


DESKTOP

30.7 млн.чел.

58% населения

87% пользователей Интернета через десктоп



MOBILE

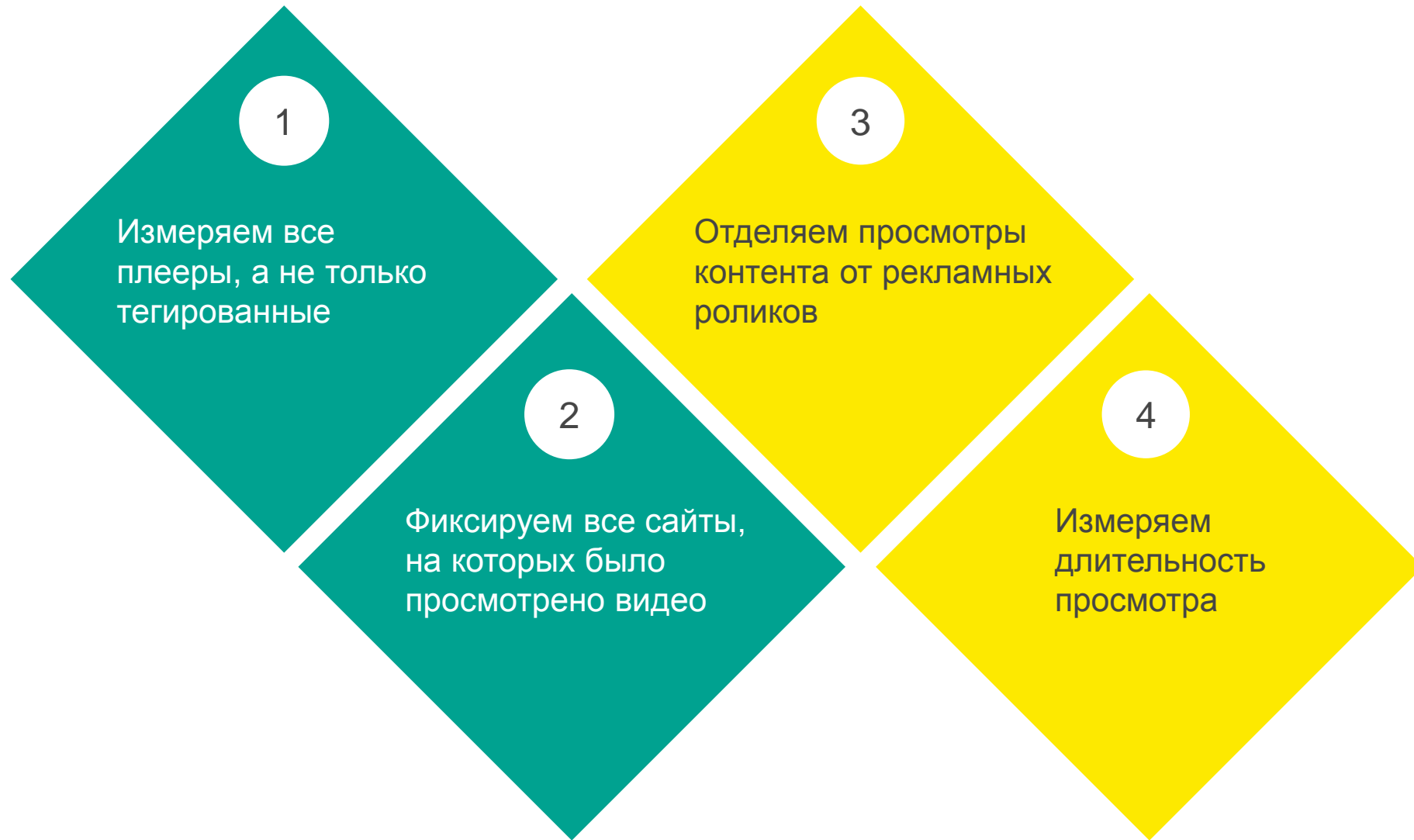
28.0 млн.чел.

53% населения

73% мобильных пользователей Интернета

Аудитория видеоконтента

Новый проект по измерению видео-аудитории



Видеоконтент на десктопе

Desktop, Россия 100k+, 12-64, март 2018, зрители любого контента (вкл. UGC, не вкл. рекламу)

Более
5000
плееров за месяц

В десктопе
27%
общего времени

В марте посмотрели
205
лет видеоконтента

Активность зрителей онлайн-видео

Desktop, Россия 100k+, 12-64, март 2018, зрители любого контента (вкл. UGC, не вкл. рекламу)



13

плееров в месяц использует
средний зритель



17

дней в месяц средний
пользователь смотрит видео

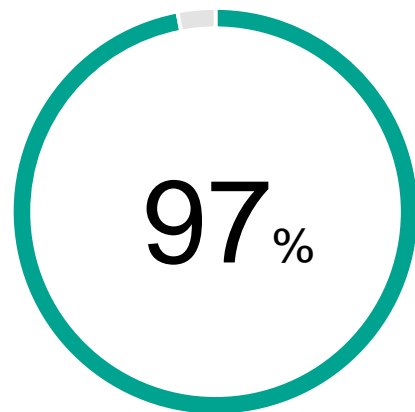


35

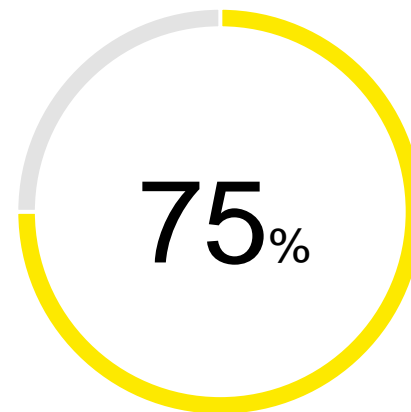
просмотренных контентных
роликов приходится на среднего
зрителя в день

Крупнейшие плееры

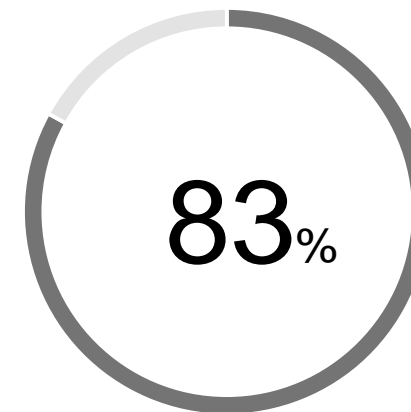
Desktop, Россия 100k+, 12-64, март 2018, зрители любого контента (вкл. UGC, не вкл. рекламу)



Тех, кто смотрит видео



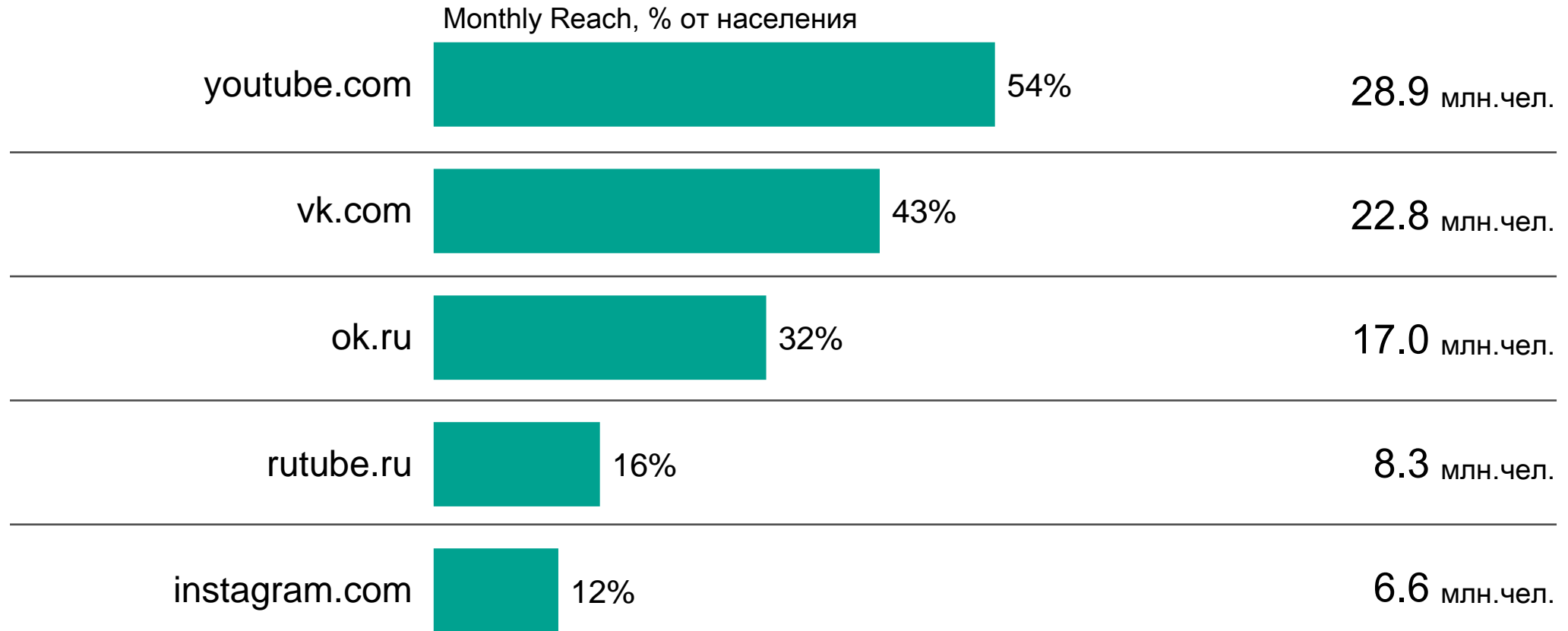
Просмотров
видео-контента



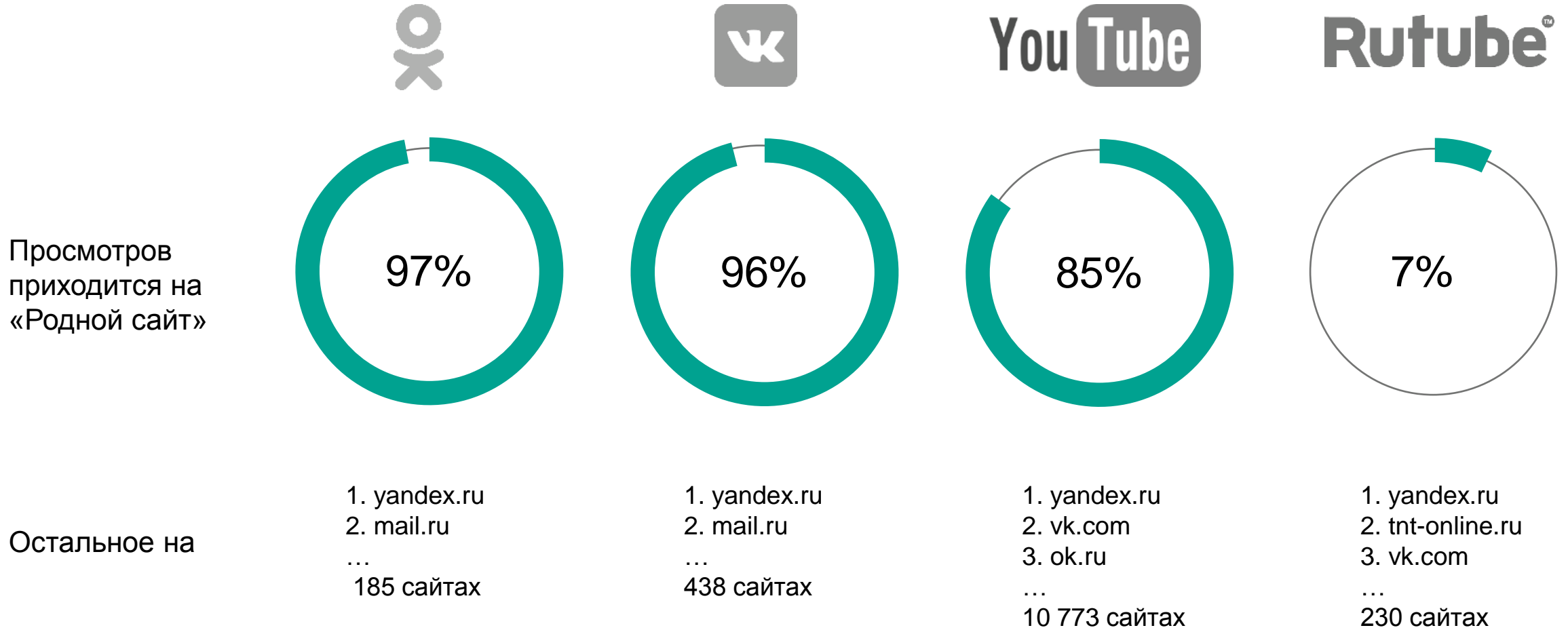
Времени просмотра

Топ плееров по аудитории

Desktop, Россия 100k+, 12-64, март 2018

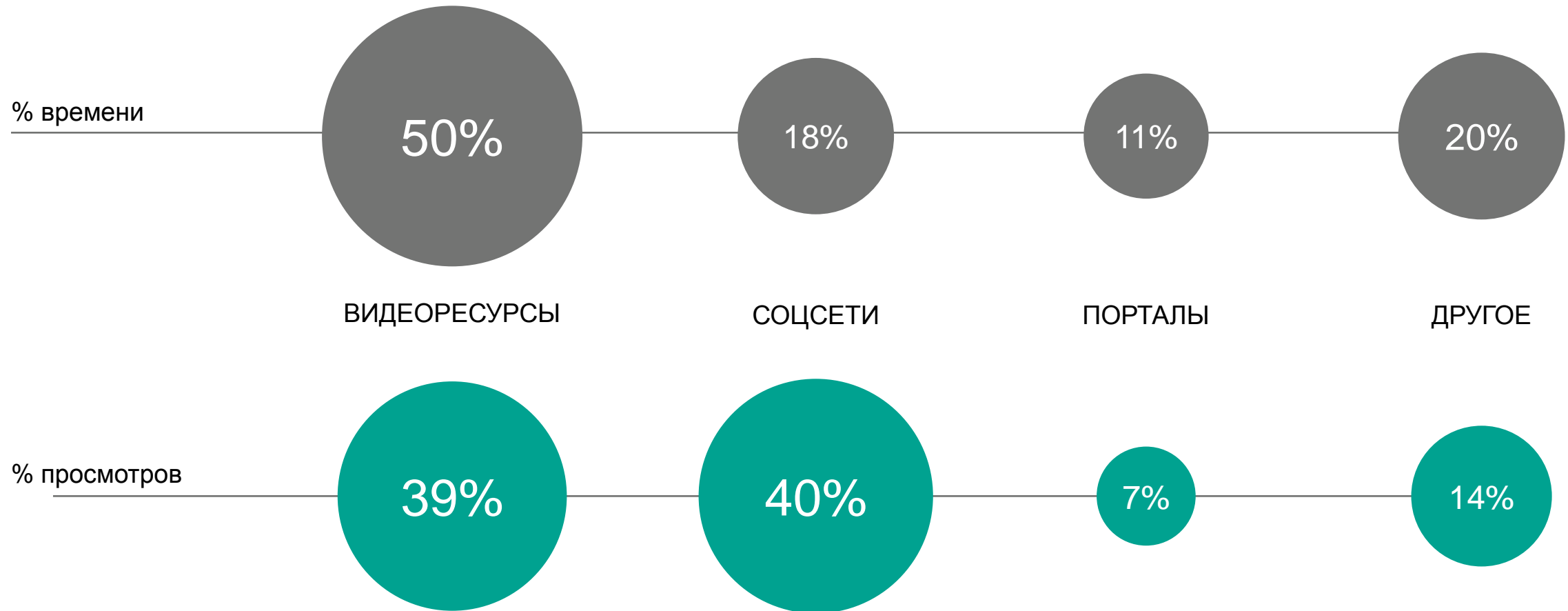


«Родной» сайт обеспечивает плееру



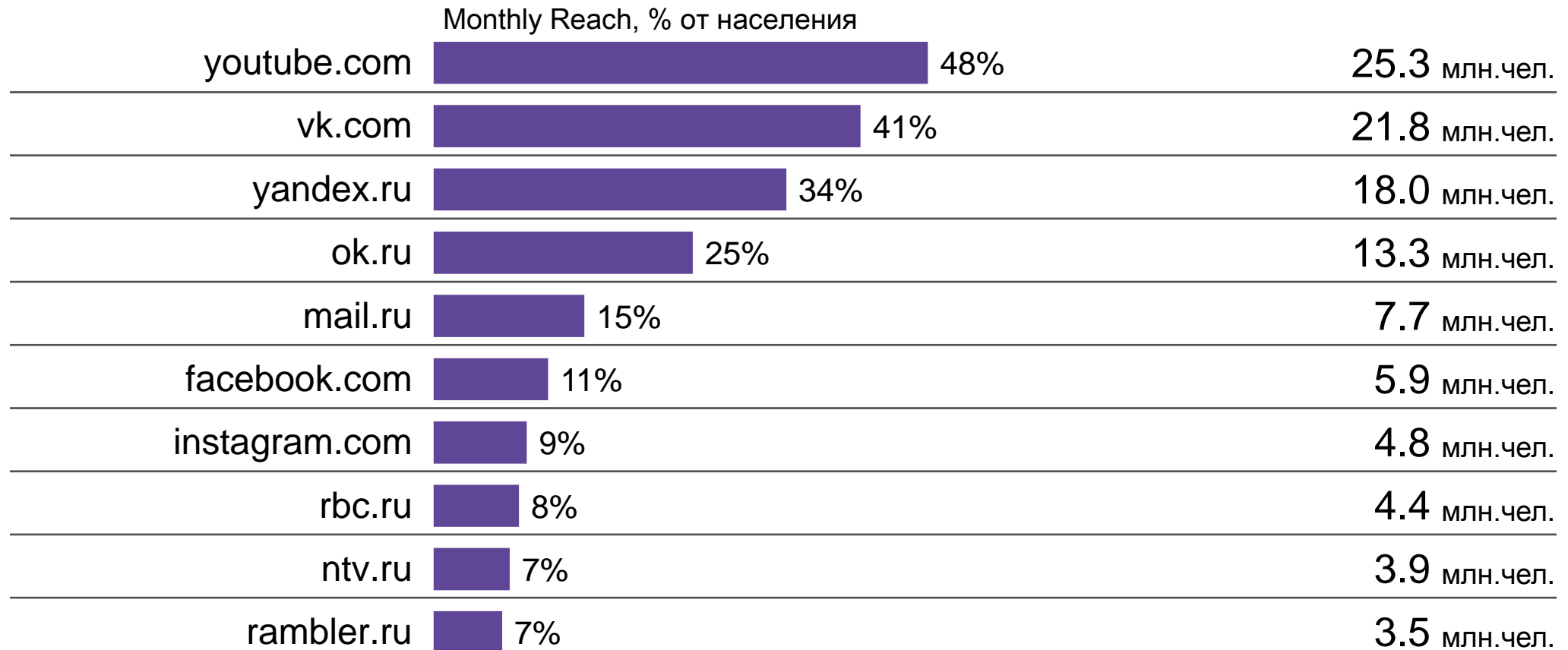
Где смотрят видеоконтент на десктопе

Desktop, Россия 0+, 12-64, март 2018



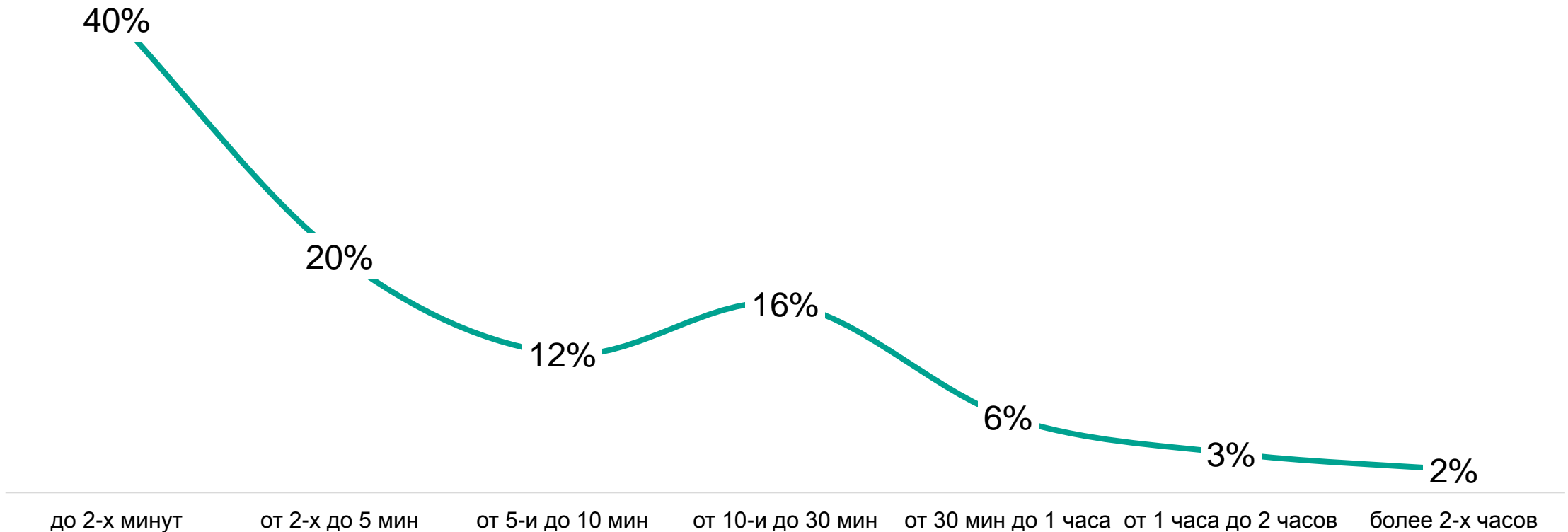
Топ площадок по просмотру видео

Desktop, Россия 100k+, 12-64, март 2018



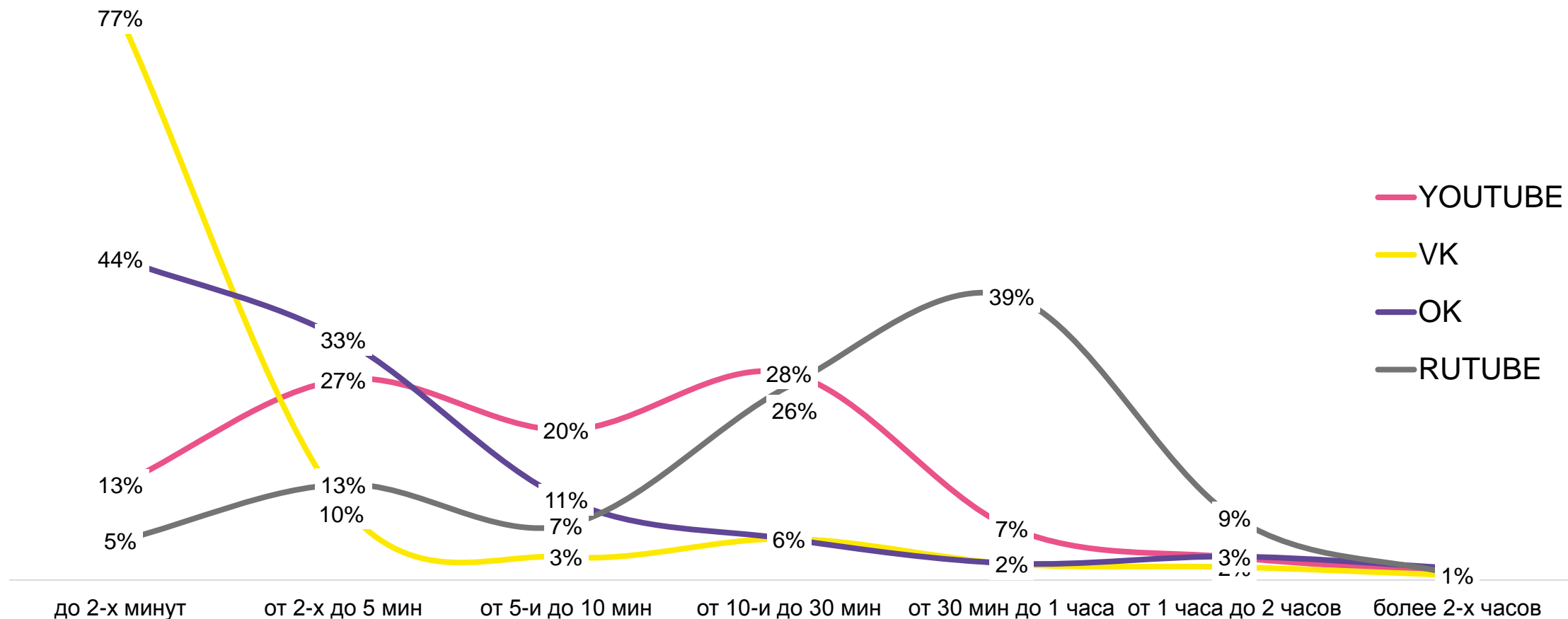
Только 12% просмотров приходится на ролики более 30 минут

% просмотров в зависимости от длины контента



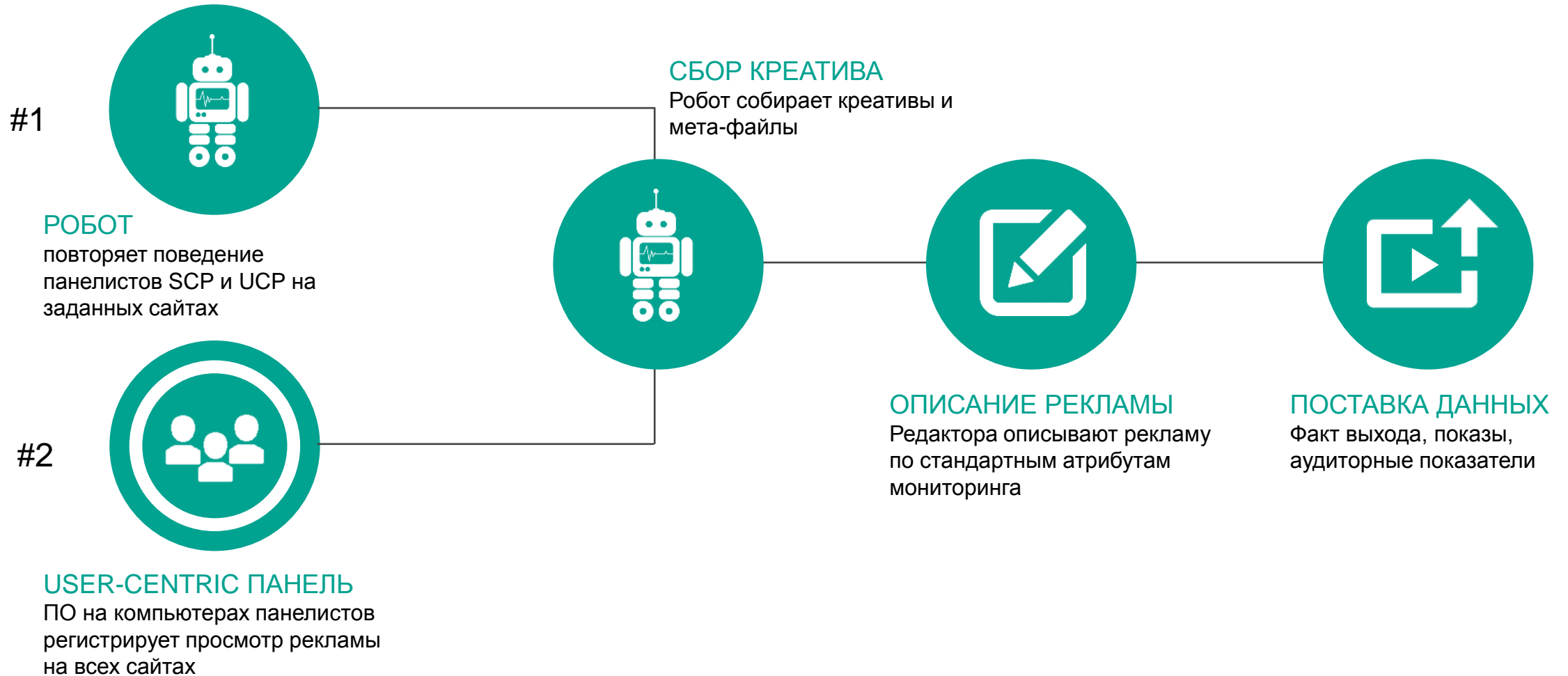
Социальные сети лидируют по коротким видео

% просмотров в зависимости от длины контента



Мониторинг и аудитория видеорекламы

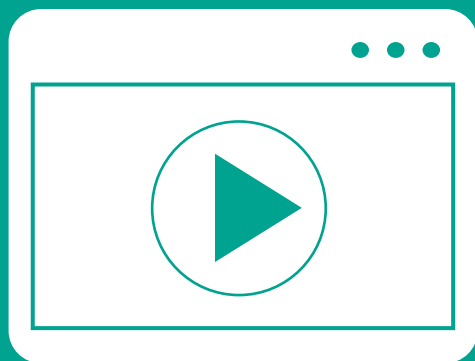
Технология мониторинга Интернета



Мониторинг видеорекламы

Аудиторные данные

ДАННЫЕ МОНИТОРИНГА



Креативы
Факт выхода
Показы

АУДИТОРНЫЕ ДАННЫЕ



Охват
Частота
Соцдем

ТЕХНИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ

- ПО на компьютерах панелистов user-centric
- Метаданные: все файлы VAST XML 2.0, VAST XML 3.0 в т.ч. с содержимым VPAID и файлы JSON для ivi, mail.ru
- Факт проигрывания рекламного ролика и его регистрация рассчитывается на основании сработавших счетчиков событий

Топ рекламодателей в 2017 году

Выделены рекламодатели, отсутствующие в топ-10

TV

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

Desktop in-stream

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

Растут размещения видеорекламы телекома и транспорта

Прирост просмотров видеорекламы, 1Q'18 vs. 1Q'17

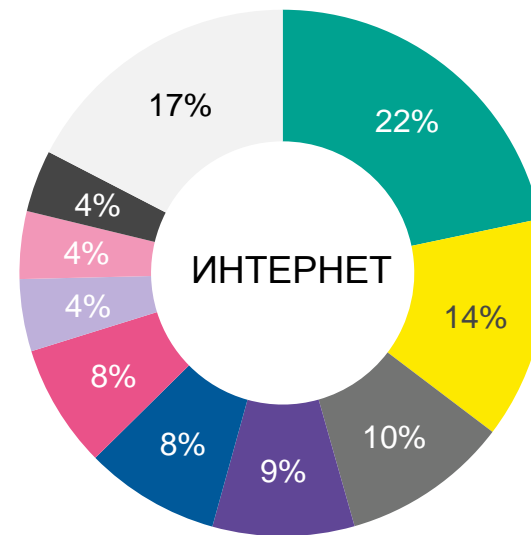
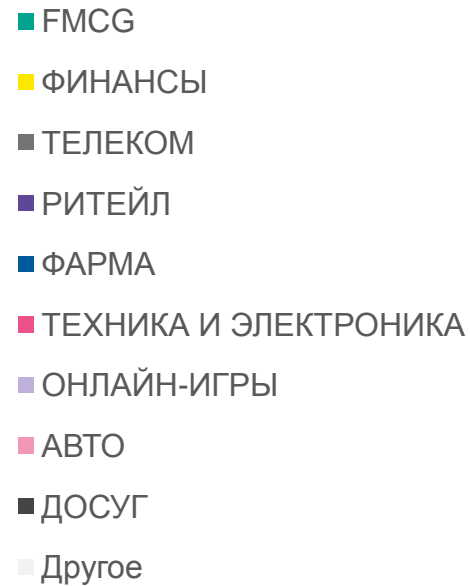
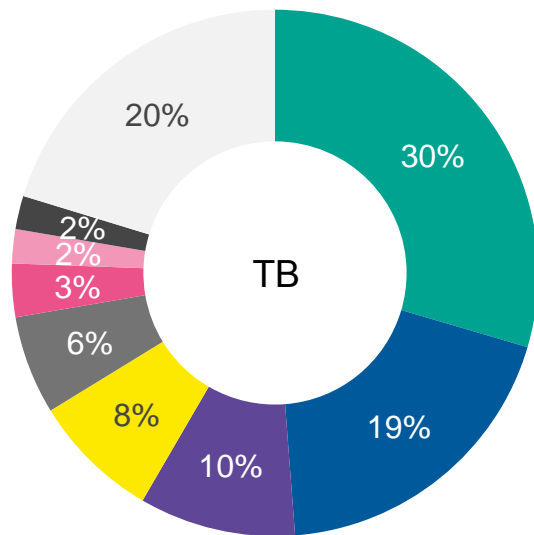
+64%

просмотров видеорекламы
1Q'18 vs. 1Q'17



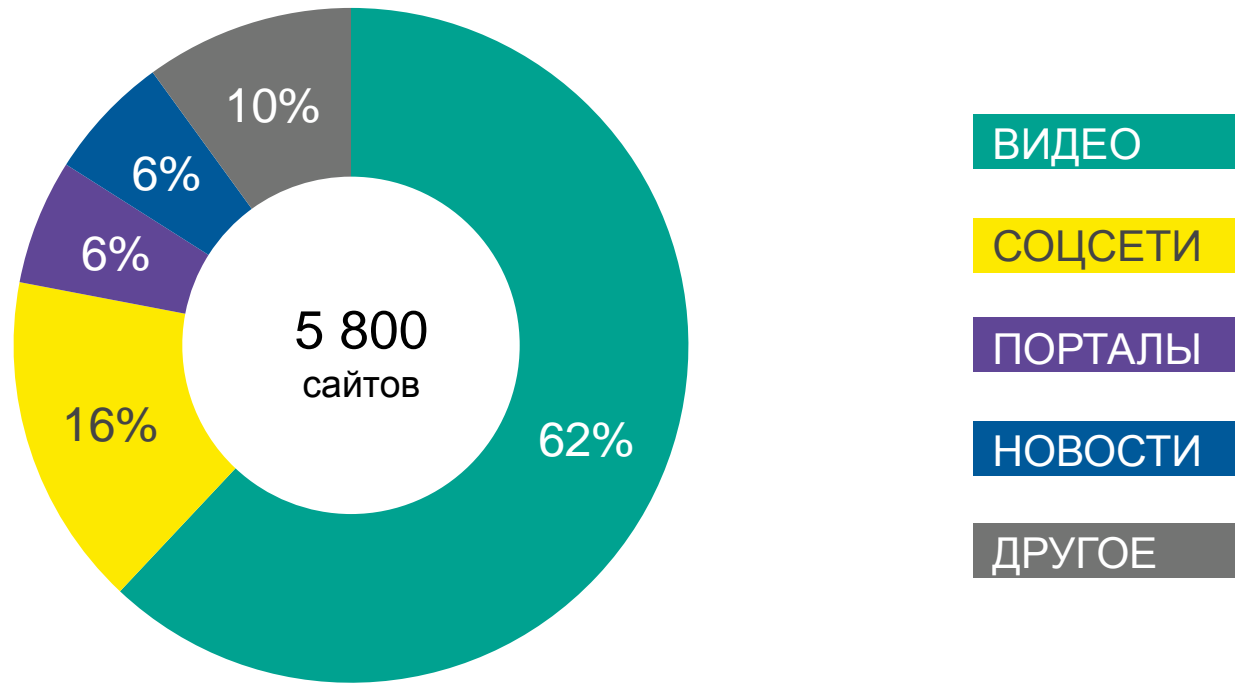
Реклама техники, электроники и игр заметнее в структуре онлайн-рекламы

Доля просмотров, Россия 100k+, 2017



Где размещают instream-рекламу

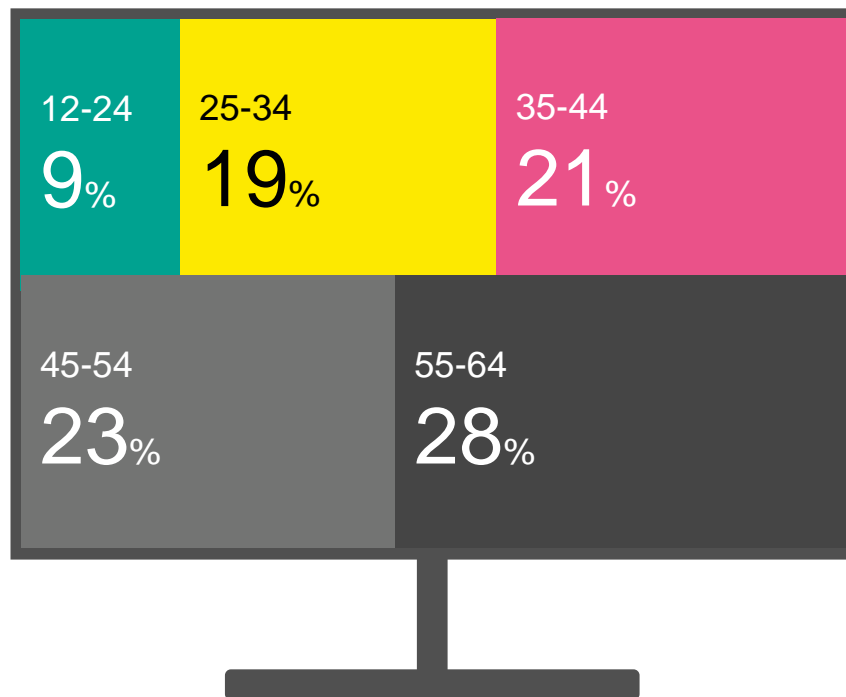
Доля просмотров, Россия 100k+, 2017



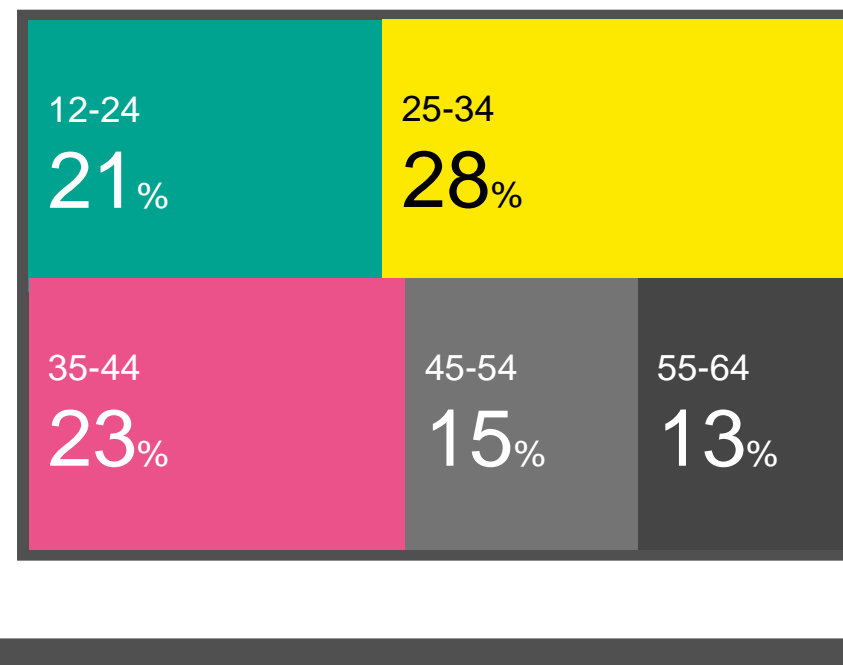
В интернете спрос на группу 12-34 лет

% показов, пришедшихся на целевую

TV



Desktop (in-stream)



РАЗВИТИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ

Mobile

Видео

Мониторинг
рекламы

спасибо!