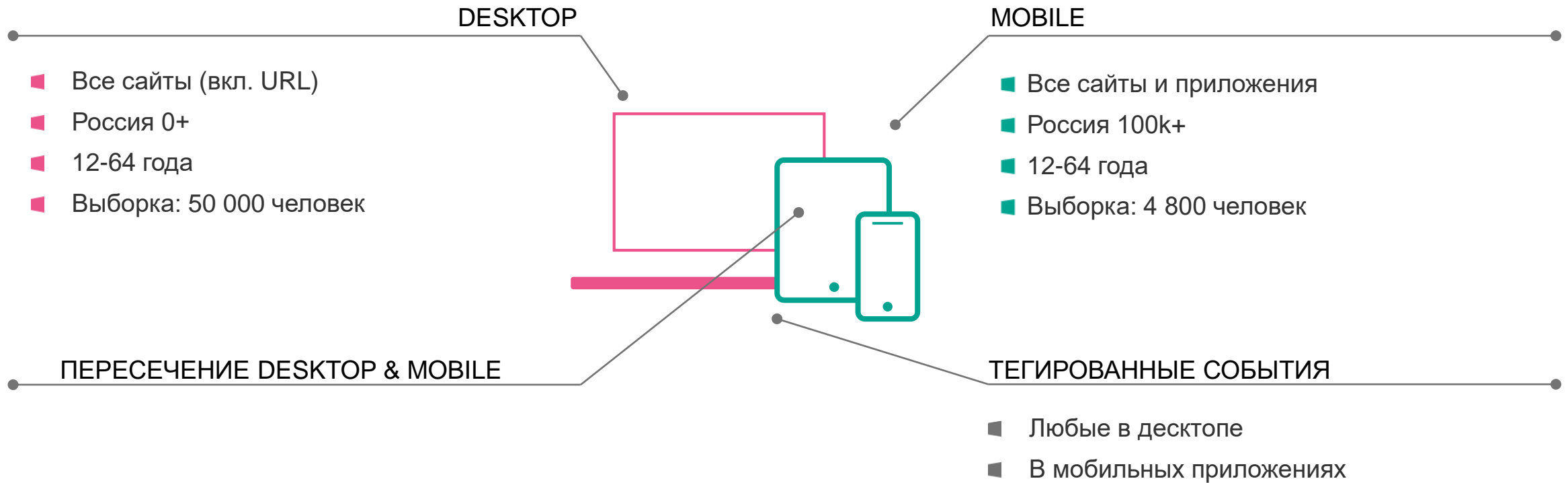


# digital

**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

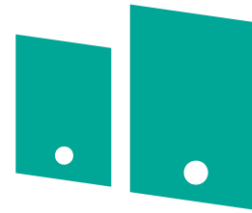


DESKTOP

**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

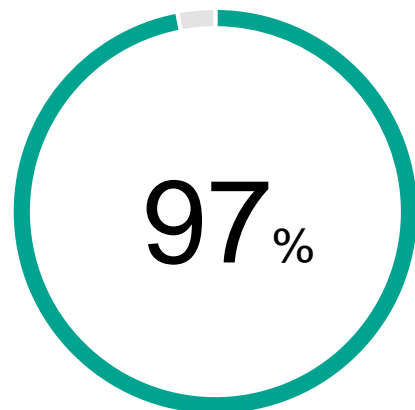


35

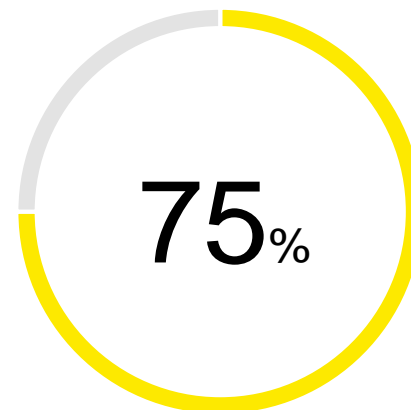
просмотренных контентных  
роликов приходится на среднего  
зрителя в день

# Крупнейшие плееры

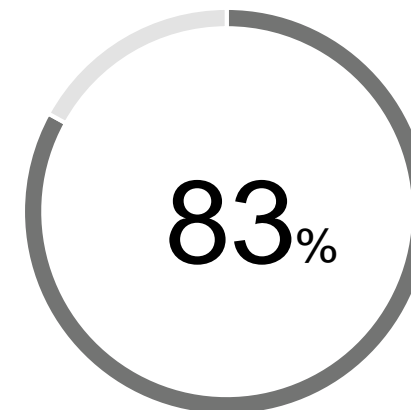
Desktop, Россия 100k+, 12-64, март 2018, зрители любого контента (вкл. UGC, не вкл. рекламу)



Тех, кто смотрит видео



Просмотров  
видео-контента

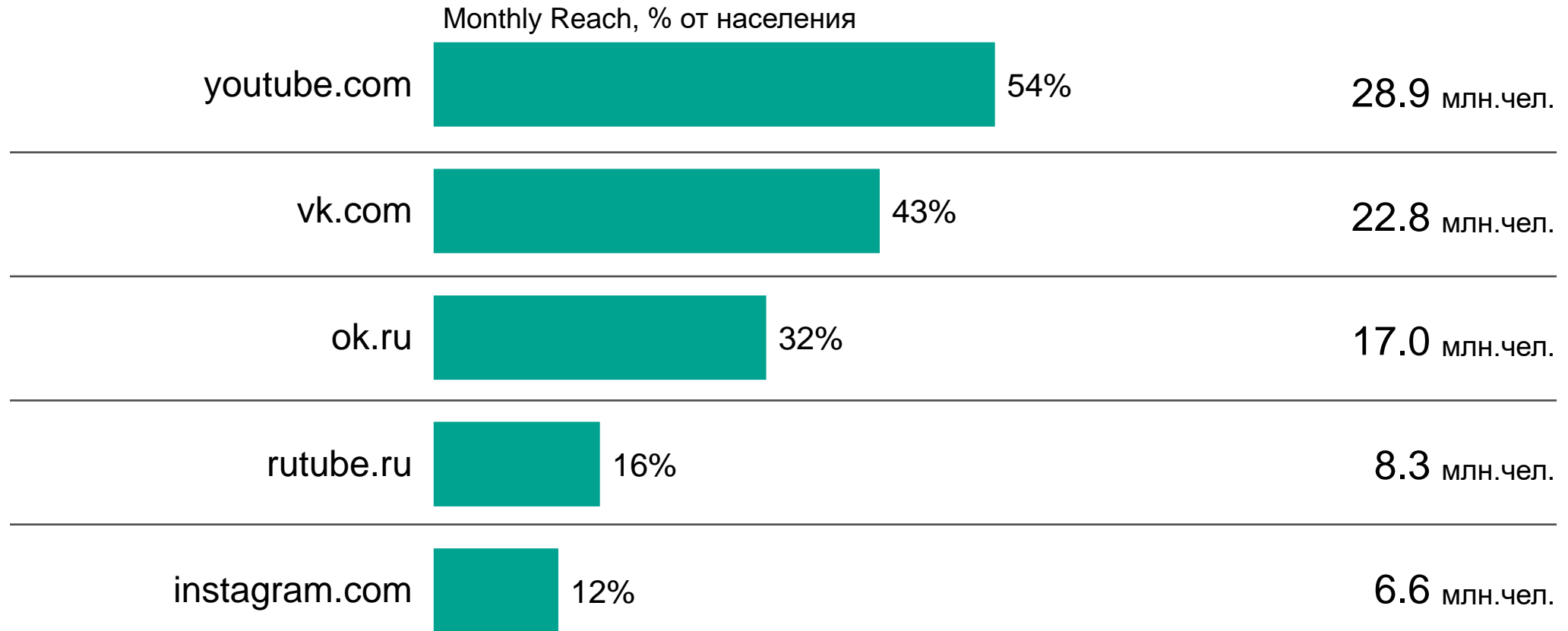


Времени просмотра

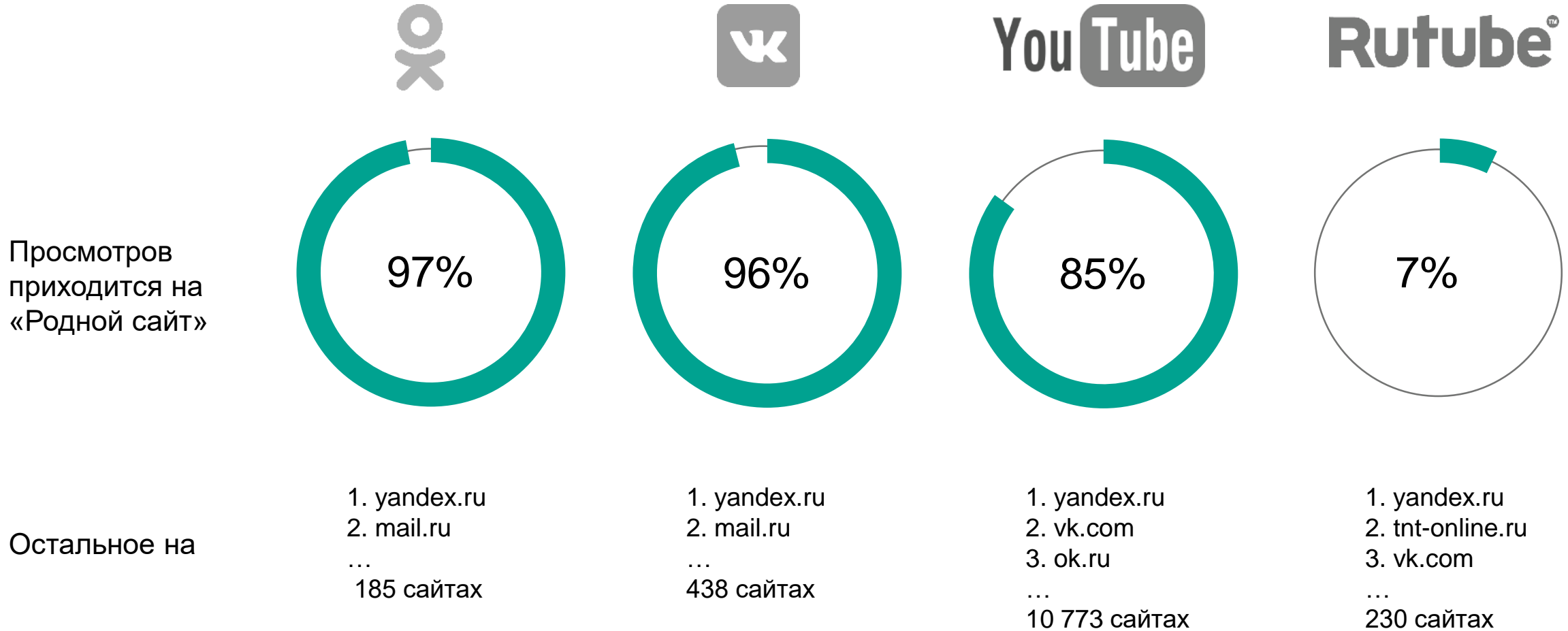


# Топ плееров по аудитории

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

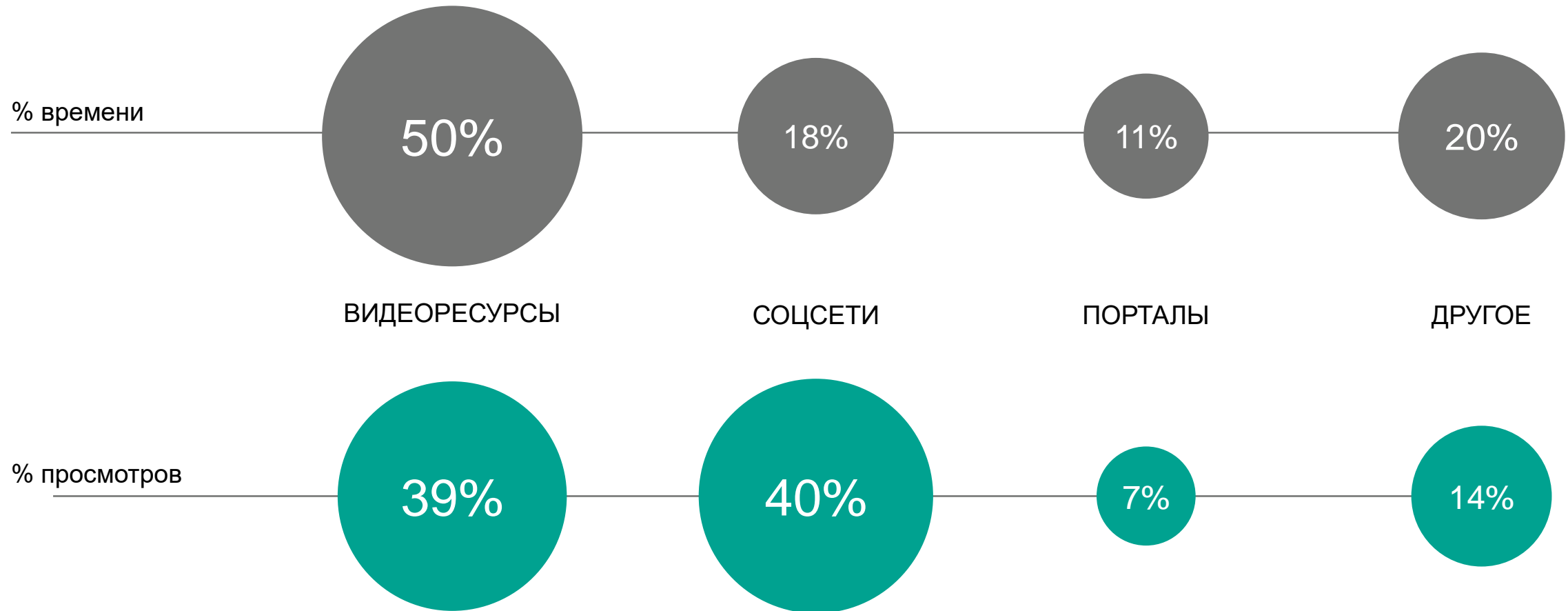


# «Родной» сайт обеспечивает плееру



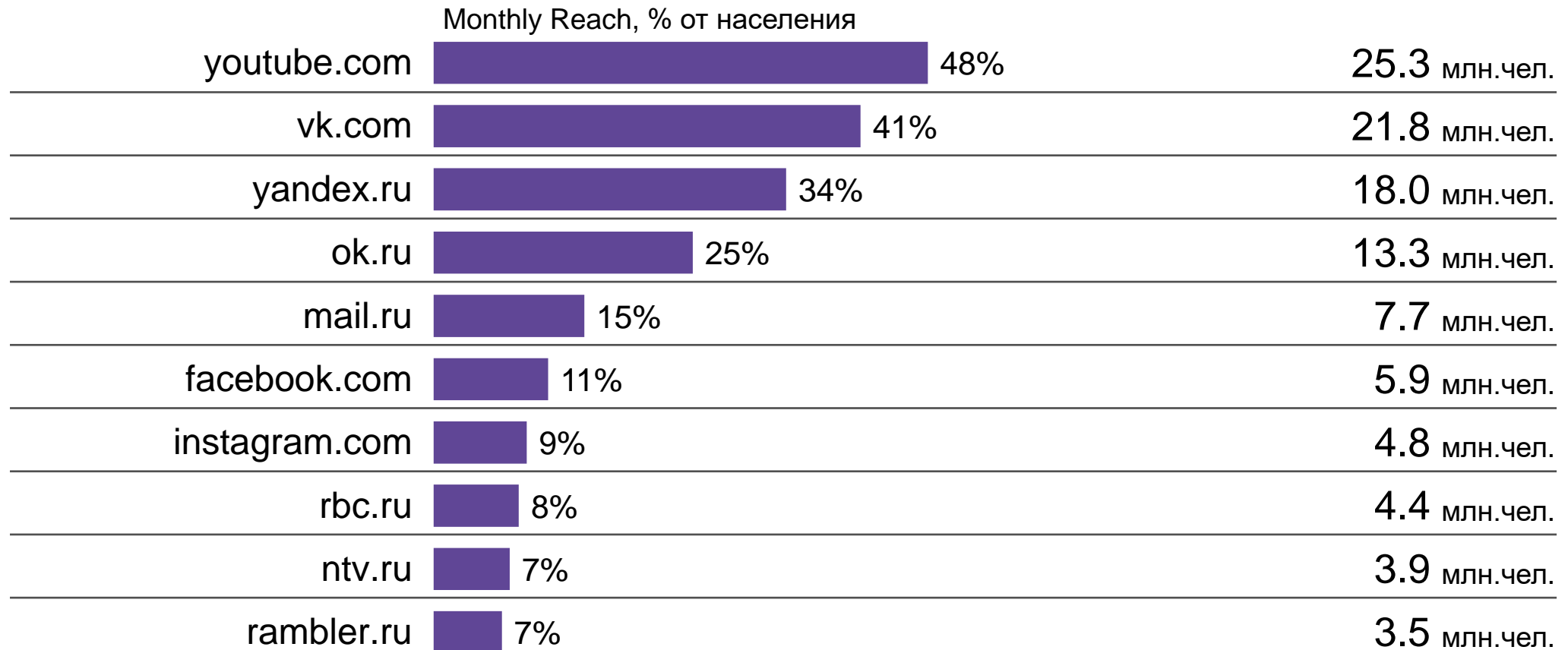
# Где смотрят видеоконтент на десктопе

Desktop, Россия 0+, 12-64, март 2018



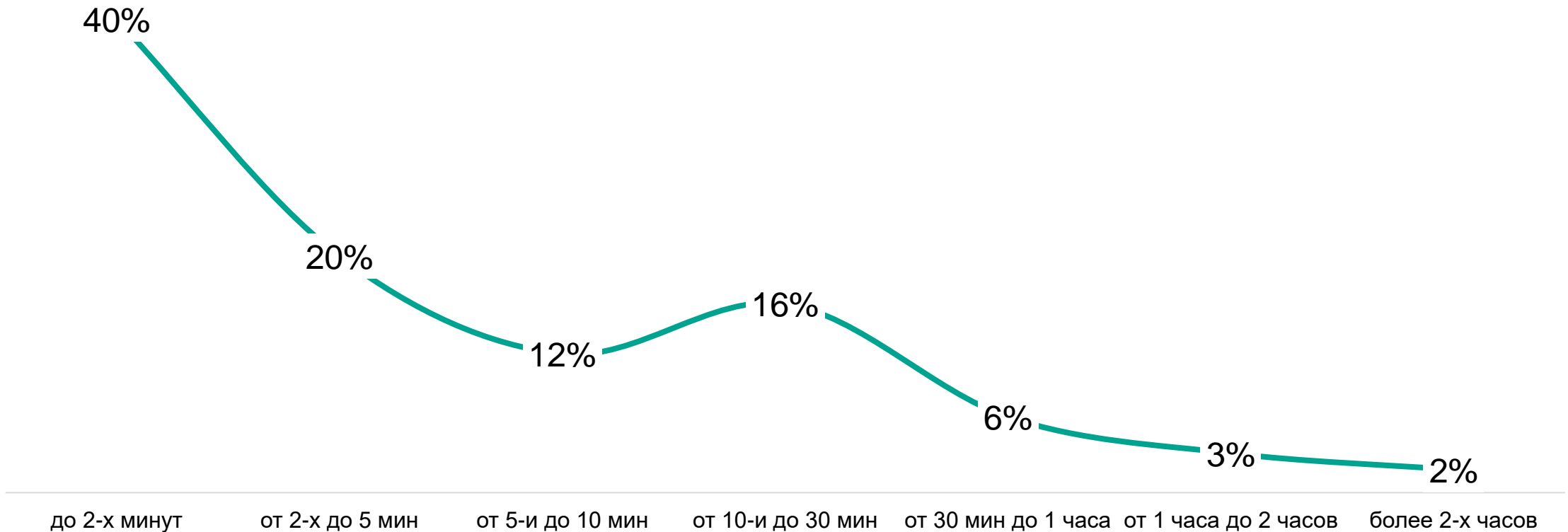
# Топ площадок по просмотру видео

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



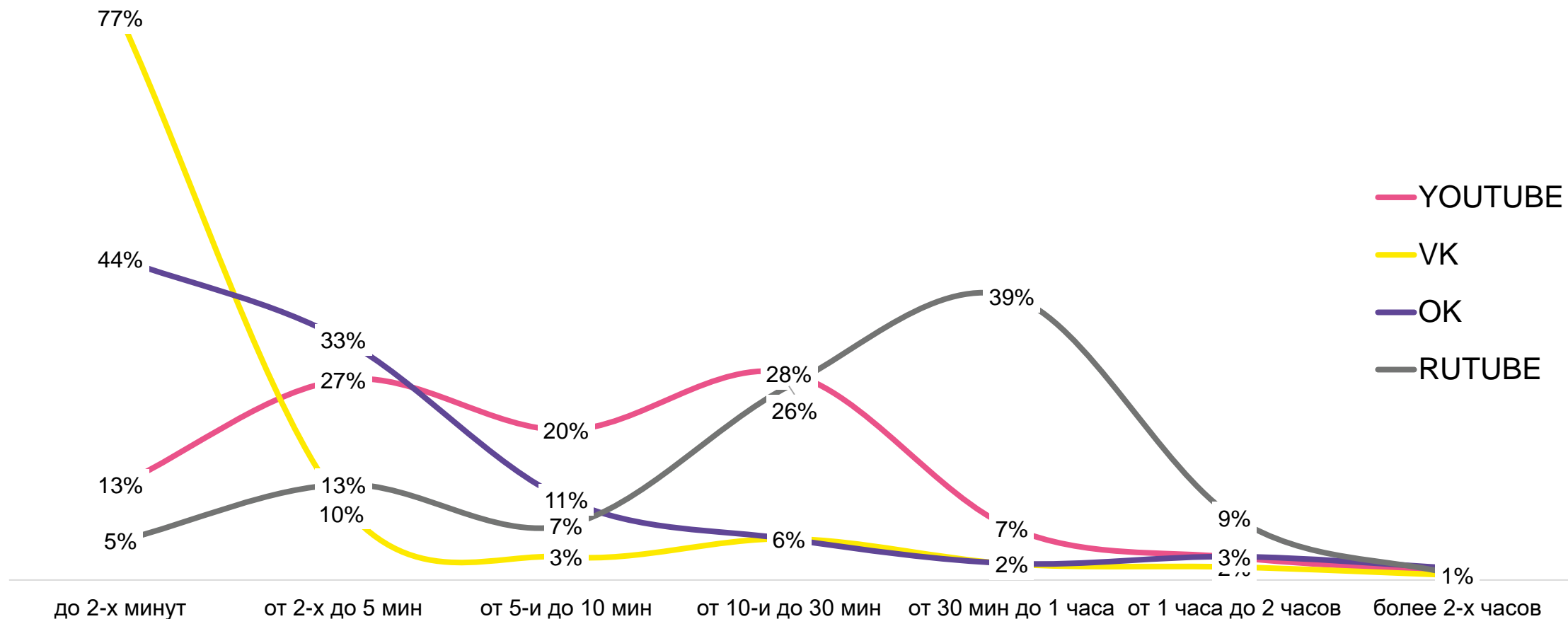
# Только 12% просмотров приходится на ролики более 30 минут

% просмотров в зависимости от длины контента



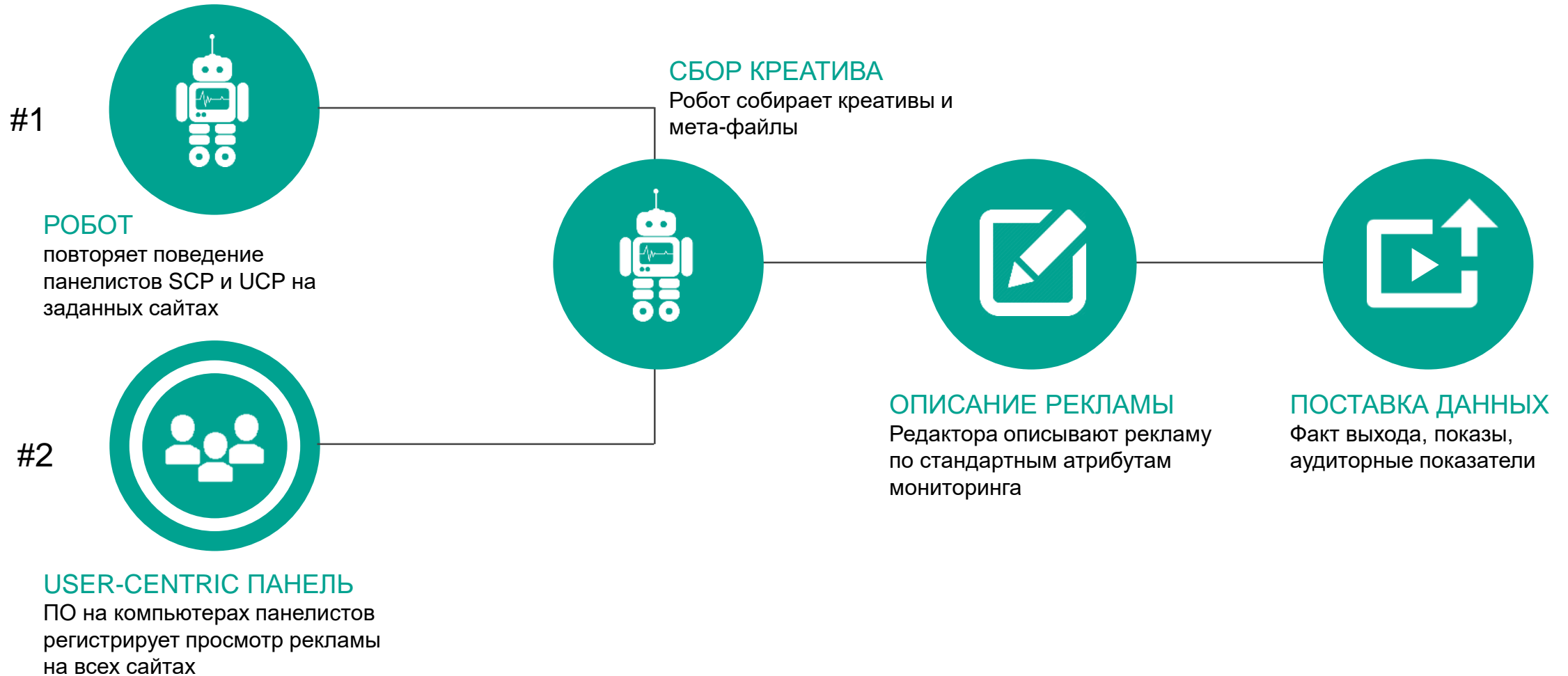
# Социальные сети лидируют по коротким видео

% просмотров в зависимости от длины контента



# Мониторинг и аудитория видеорекламы

# Технология мониторинга Интернета

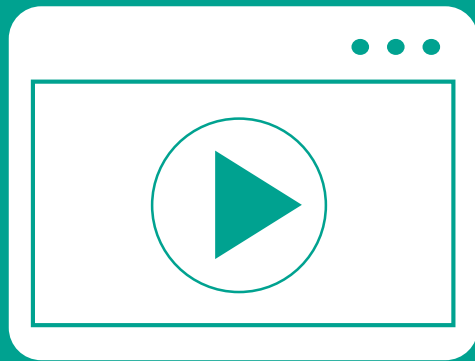




# Мониторинг видеорекламы

## 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

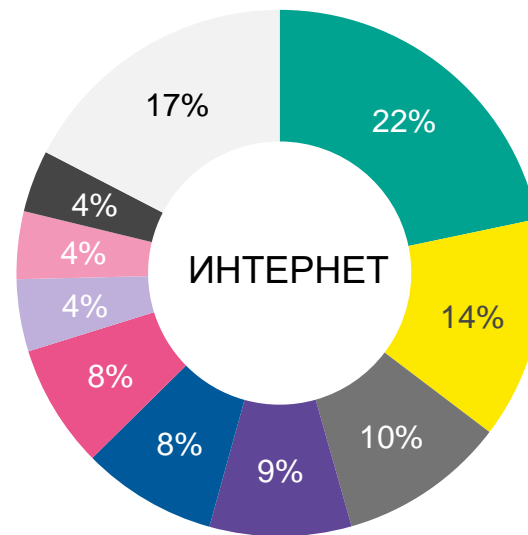
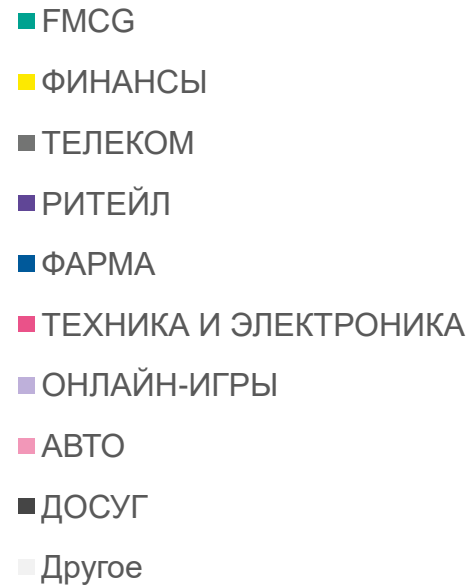
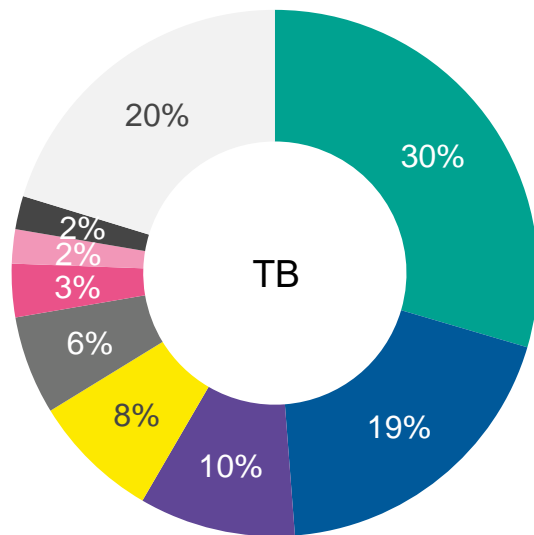
**+64%**

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



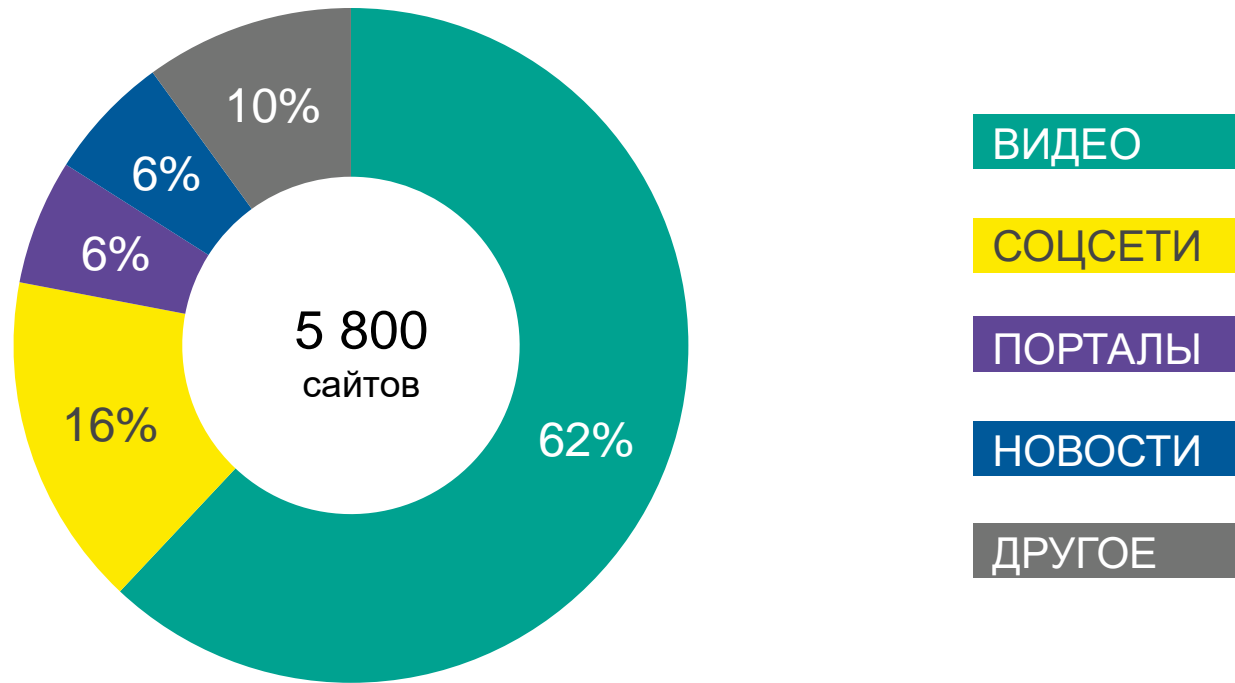
# Реклама техники, электроники и игр заметнее в структуре онлайн-рекламы

Доля просмотров, Россия 100k+, 2017



# Где размещают instream-рекламу

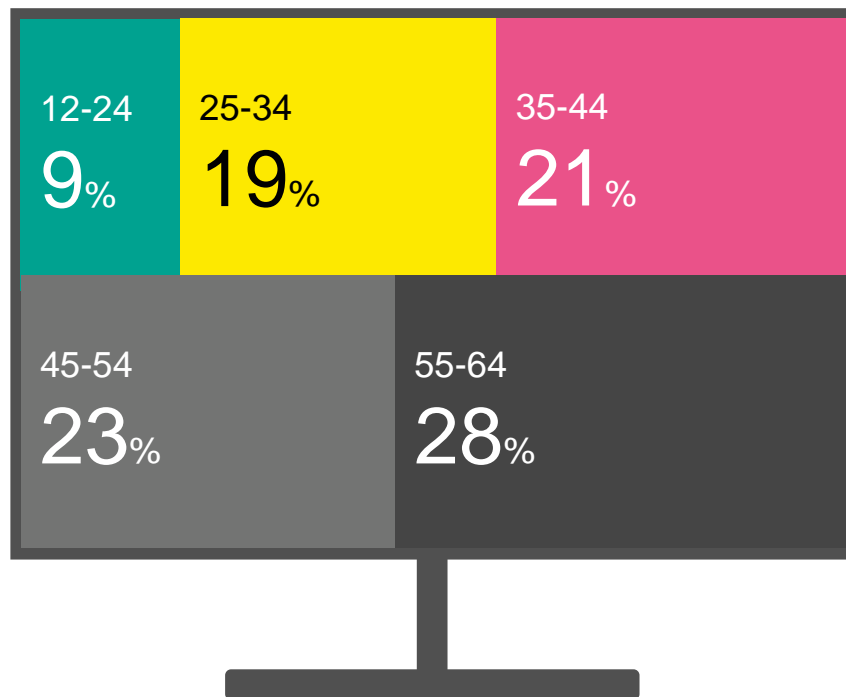
Доля просмотров, Россия 100k+, 2017



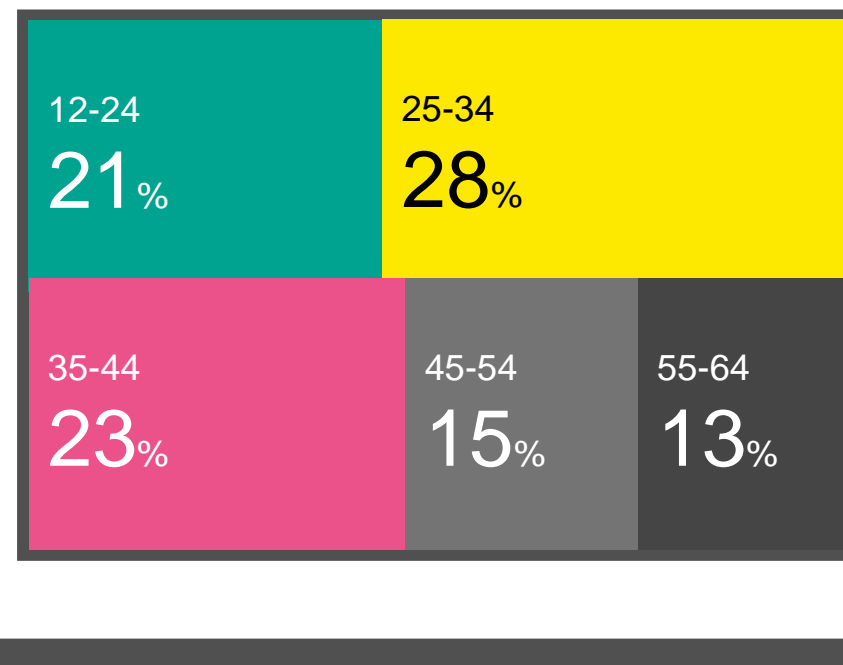
# В интернете спрос на группу 12-34 лет

% показов, пришедшихся на целевую

## TV



## Desktop (in-stream)



# РАЗВИТИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ

Mobile

Видео

Мониторинг  
рекламы



**спасибо!**