

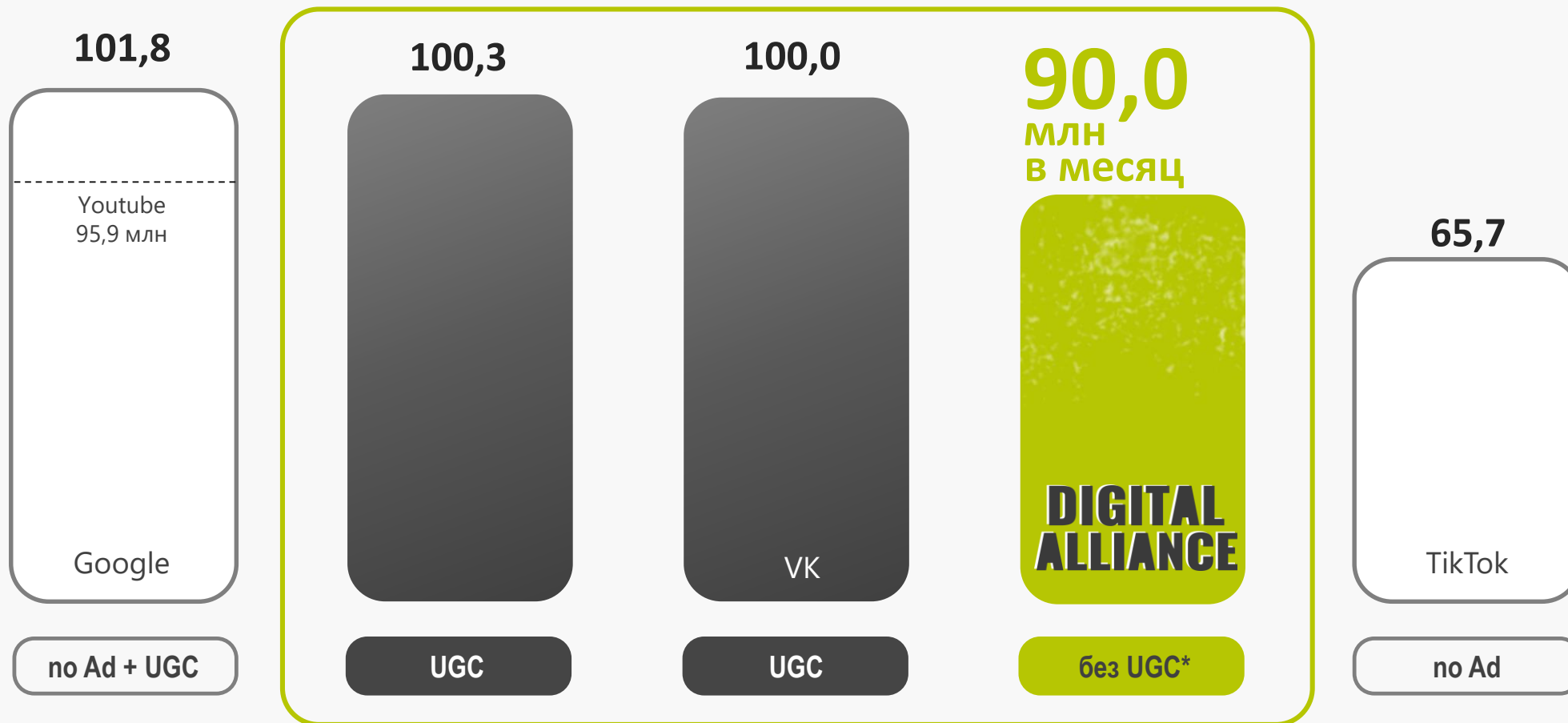


DIGITAL ALLIANCE



Топ-3 рекламная сеть России

Самый высокий охват профессионального контента в РФ

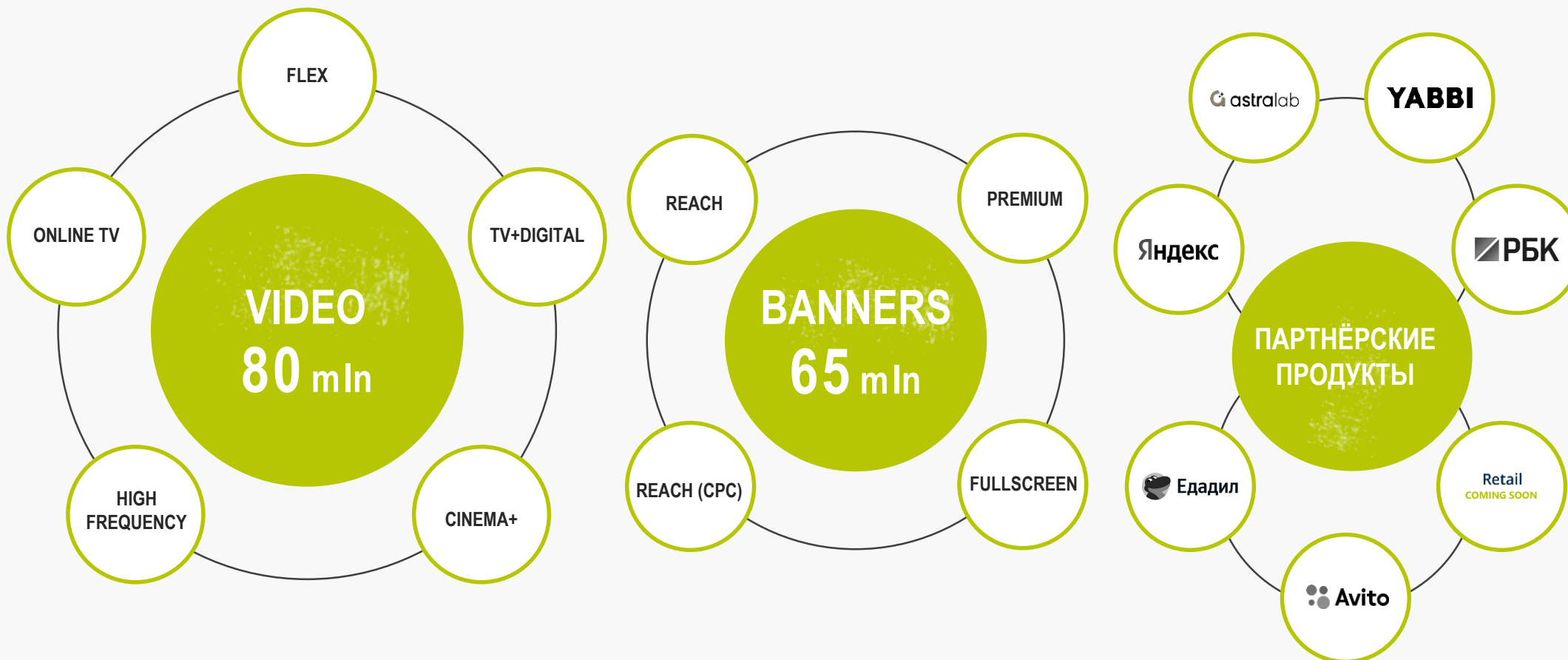


По данным Mediascore Cross Web, март 2024, 12+, 0+ с учётом оценки DA по непромеряемому инвентарю

*Видеоконтент



DIGITAL ALLIANCE В 2024 ГОДУ



По данным Mediascope Cross Web, март 2024, 12+, 0+ с учётом оценки DA по непромеряемому инвентарю



ВИДЕОСЕТЬ DIGITAL ALLIANCE



СТРУКТУРА ИНВЕНТАРЯ

ONLINE TV

All-roll внутри прямого эфира телеканалов в digital-среде



ADVERTISING VOD

All-roll video в топовых онлайн-кинотеатрах и на видеоплатформах Рунета



REWARDED VIDEO

Видео в игровых и лайфстайл приложениях на мобильных платформах

YABBI

2000+ проверенных приложений с рейтингом 4-5

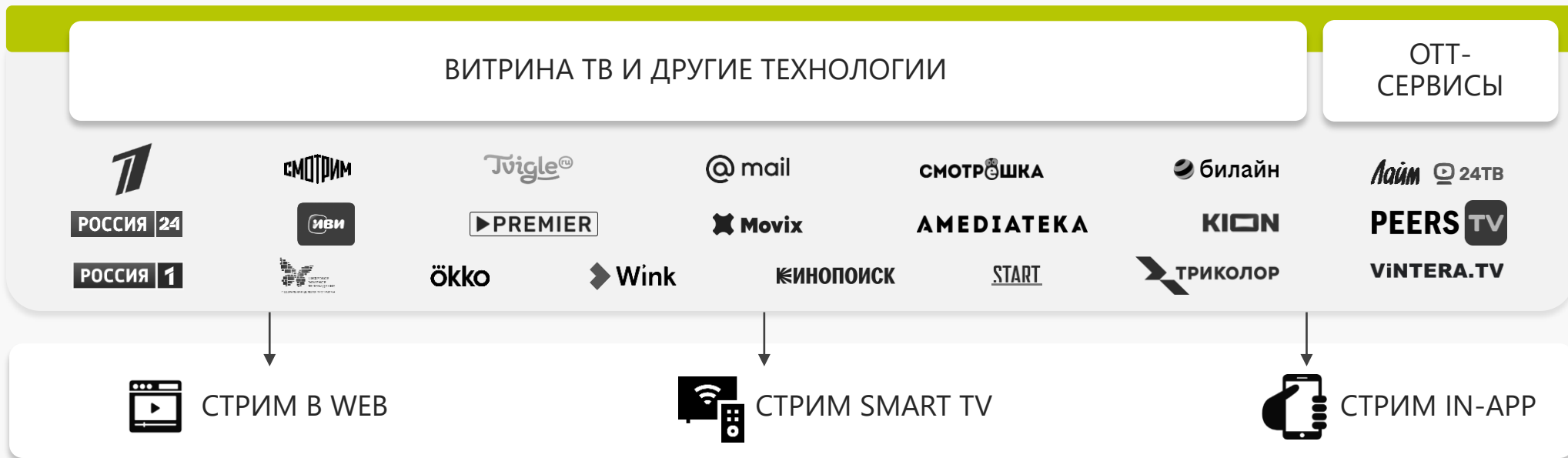


ИЗ ЧЕГО СОСТОИТ ИНВЕНТАРЬ ONLINE TV?

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПАРТНЕРСТВА С ТВ-КАНАЛАМИ ДЛЯ ПОЛНОГО ПОКРЫТИЯ ЭФИРНОГО ВЕЩАНИЯ ЧЕРЕЗ DIGITAL



АУДИОВИЗУАЛЬНЫЕ СЕРВИСЫ, УЧАСТВУЮЩИЕ В ДИСТРИБУЦИИ ТВ-КОНТЕНТА

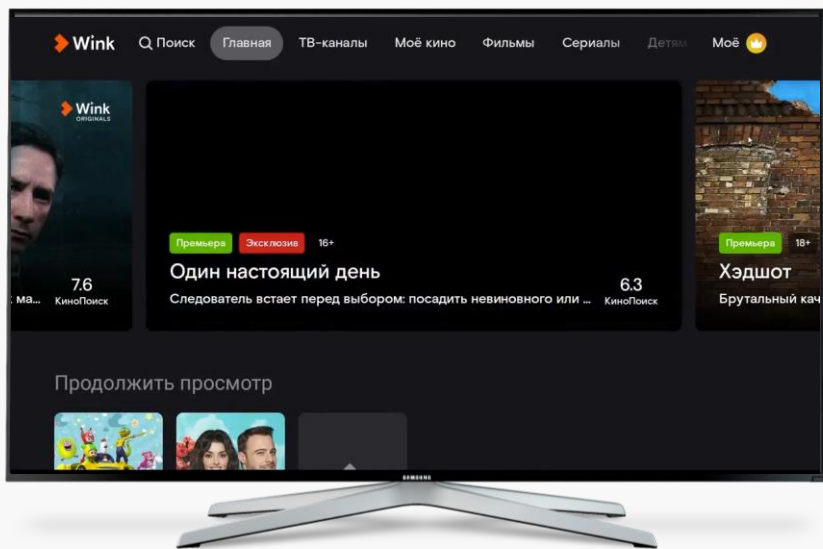




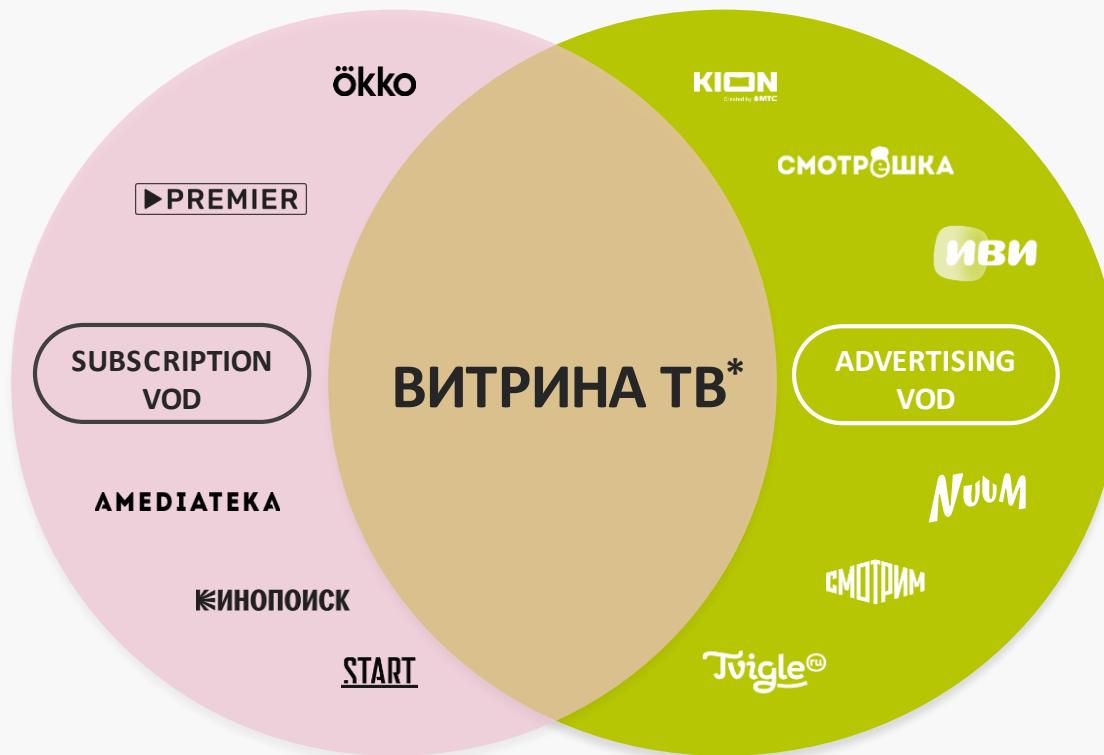
ONLINE TV

Новый продукт на стыке ТВ и Digital

Все аудиовизуальные сервисы с аудиторией выше 100 000 пользователей в день предоставляют бесплатный доступ к федеральным ТВ-каналам



У пользователей появилась возможность **смотреть ТВ-каналы** через приложения любимых онлайн-кинотеатров

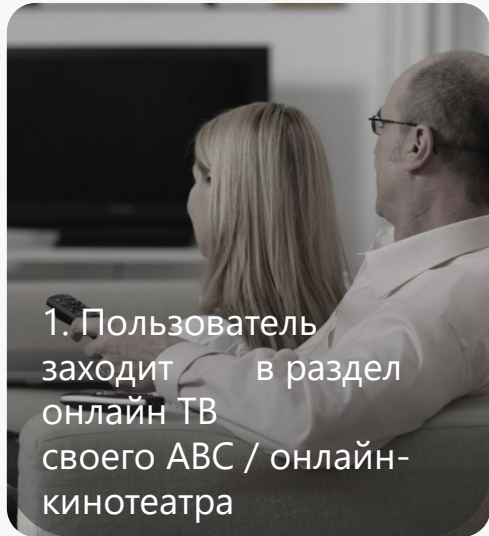


*ВИТРИНА ТВ — главный технический дистрибьютор ТВ-вещания в интернете «Витрина ТВ» дает доступ к аудитории с подпиской без рекламы



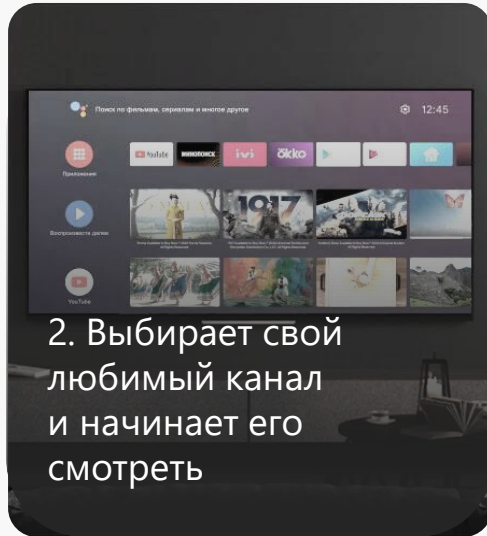
ПРИНЦИП РАБОТЫ ПРОДУКТА ONLINE TV

1



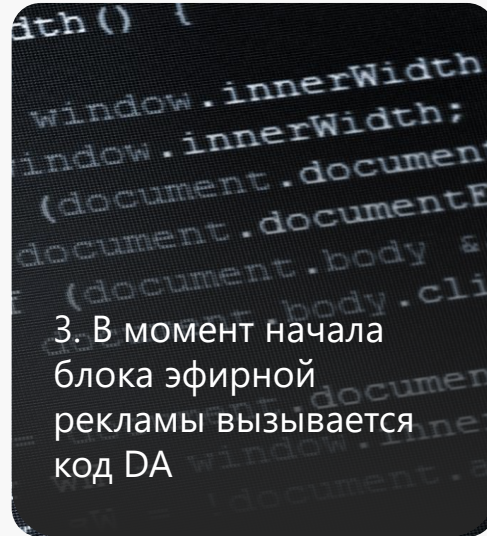
1. Пользователь заходит в раздел онлайн ТВ своего ABC / онлайн-кинотеатра

2



2. Выбирает свой любимый канал и начинает его смотреть

3



3. В момент начала блока эфирной рекламы вызывается код DA

4



4. Блок digital-видеорекламы DA перекрывает эфирную рекламу

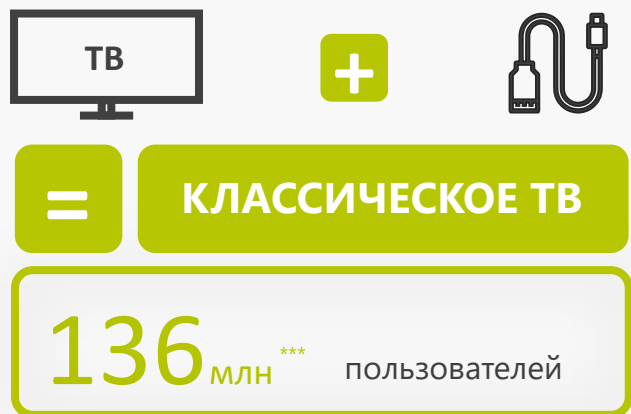
5



5. Блок рекламы DA заканчивается одновременно с эфирным блоком, нативно возвращая пользователя в контент канала



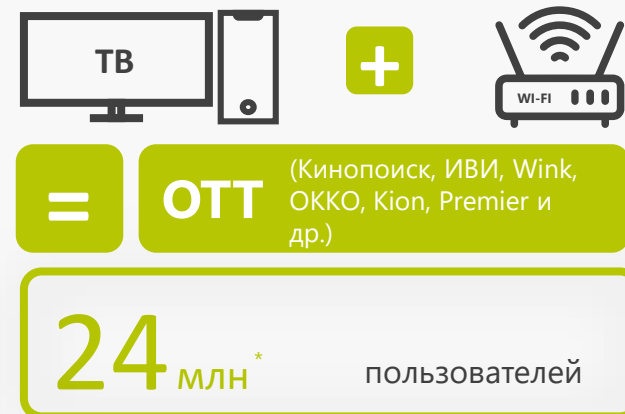
СПОСОБЫ СМОТРЕНИЯ ПРЯМОГО ЭФИРА ТВ-КАНАЛОВ



*** Накопленный охват, Mediascope, TV Index, Россия 0+, 4+, 2023

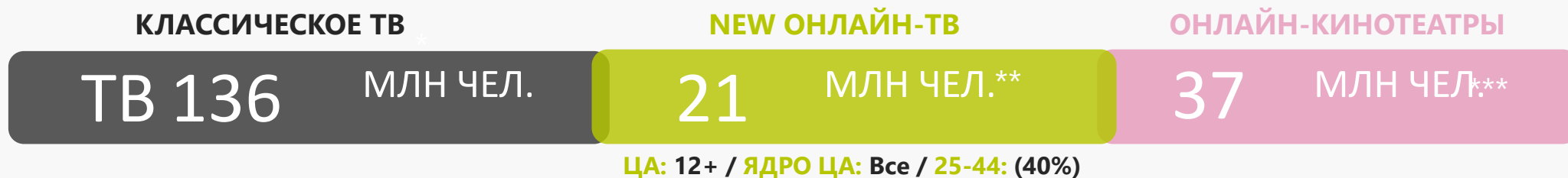


** ТМТ Консалтинг, 1Н 2023



* Digital TV Research

ПОЯВЛЕНИЕ НОВОЙ РЕКЛАМНОЙ НИШИ ONLINE TV



*Накопленный охват, посмотрели хотя бы одну минуту, Mediascope, TV Index, Россия 0+, 4+, январь — август 2023

**По данным Digital Alliance, ноябрь 2023

***TelecomDaily, январь — июнь 2023

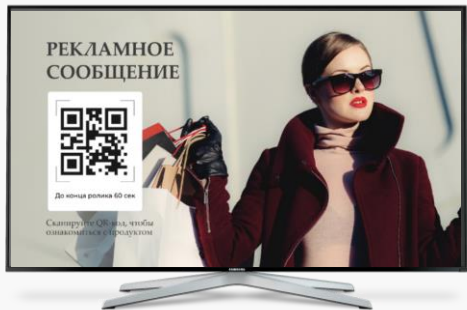


SMART TV — ГЛАВНЫЙ ДРАЙВЕР ONLINE TV

46% ВЛАДЕЛЬЦЕВ CONNECTED TV С ПОДПИСКОЙ НА ОНЛАЙН-КИНОТЕАТРЫ СМОТРЯТ ТЕЛЕКАНАЛЫ ЧЕРЕЗ SMART TV *

Мы уже сделали эту платформу прозрачной и эффективной

ДОСТРОЙКА 25-СЕКУНДНОГО БАННЕРА



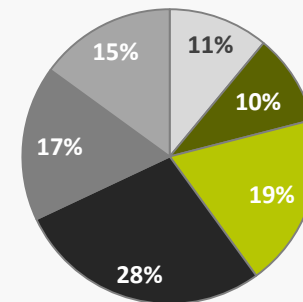
- Бесплатный монтаж QR-кода в креатив в платформе Smart TV
- Аналитика по сканированиям QR-кода
- Отсутствие наценки к ролику за дополнительный хронометраж

*Mediascope tv+ index, Россия 100+, % other tv vs total tv set, 2022

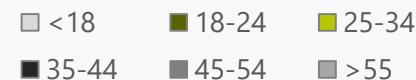
СОЦДЕМ ТАРГЕТИНГ НА ONLINE TV

- Модель сегментирует одно устройство до нескольких аудиторных профилей
- Искусственный интеллект анализирует описание передач и историю просмотра на устройстве для формирования соцдем групп
- Определение пола и возраста в REAL-TIME на основе просматриваемого контента

ПОЛ



Возраст (все)





ADVERTISING VOD

AVOD

100% инвентаря в профессиональном контенте

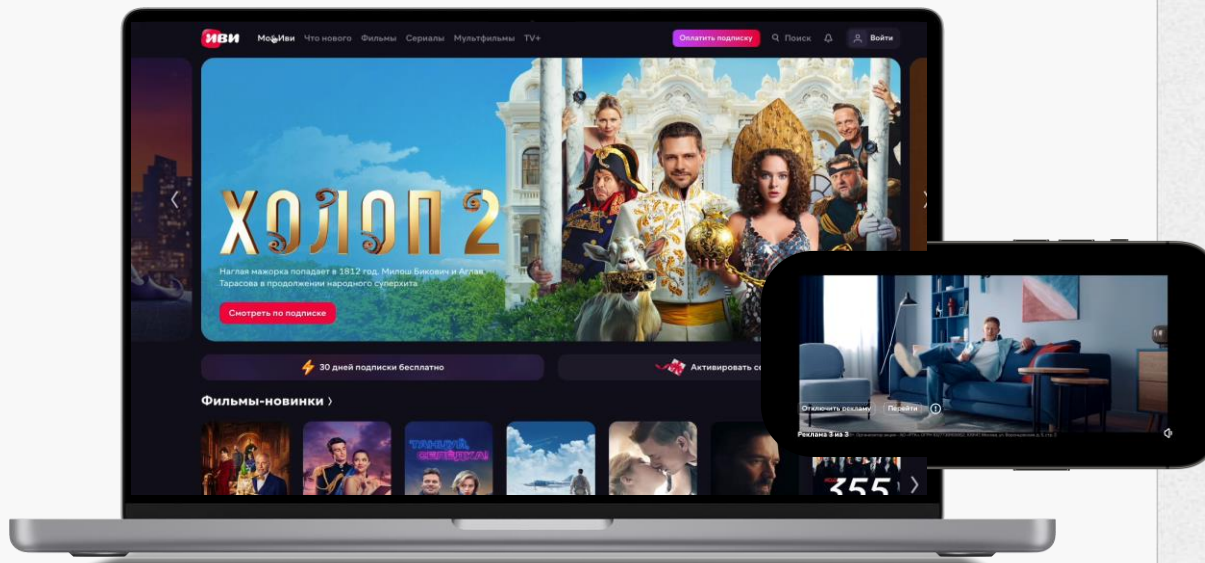
Любые аудиторные таргетинги из таксономии DA

Оптимизация видеометрик

SMART TV

WEB

IN-APP



Viewability mrc 82%+

VTR 70%+

Fraud GIVT 0-1%



REWARDED VIDEO

Около 40% мобильных пользователей играют ежедневно и проводят за игрой суммарно 1,5 часа в день

Rewarded video внутри игры — единственная рекламная коммуникация, которую увидит человек за это время



Viewability mrc
90%+

VTR
85%+

Fraud GIVT
0-3%

Запоминаемость рекламы в игровом мобильном приложении выше, чем в традиционном видео

- 1 Skippable формат с возможностью закрытия, запускаемый по инициативе пользователя
- 2 Готовые white list пре-сетов каталогов приложений под каждую целевую аудиторию с учетом Brand Safe бенчмарков рынка
- 3 Доступ к сегментам по интересам неординарным таргетингам через Yabbi Smart Panel

1. GFK Rus, Исследование эффективности рекламы в игровом мобильном приложении, Октябрь 2020, Gameloft, Advertising in mobile game, 2021
 2. Аудитория мобильных игр в России, Mediascope, 2022



ПРОДУКТЫ ВИДЕОСЕТИ DA

Флагманские пакеты

ONLINE TV REACH 21 MLN

- Видеореклама на премиальном эфирном инвентаре ТВ-каналов
- Охват аудитории телесмотрения в digital, включая пользователей онлайн-кинотеатров с подпиской без рекламы

CPV CTR до 0,3% VTR до 90+%

Бонус: QR с оффером (+20 сек)

FLEX REACH 80 MLN

- Гибкий пакет со всеми настройками и любым уровнем кастомизации
- Включает все типы рекламного инвентаря и охватывает всю сеть DA

CPM CTR до 0,8% VTR до 70%

Бонус: Brand-lift (от 2,5 млн руб.)

CINEMA+ REACH 35 MLN

- Пакет внутри исключительно развлекательного контента, объединяющий кросс-частотой крупнейшие онлайн-кинотеатры РФ и онлайн-эфирные ведущих развлекательных ТВ-каналов

CPM CTR до 0,6% VTR до 80%

Бонус: Brand-lift (от 2,5 млн руб.)

INTERACTIVE VIDEO REACH 35 MLN

- Нестандартная видеореклама на премиальном инвентаре сети DA
- Повышение вовлечённости пользователя в УТП продукта
- Более быстрый переход к покупке

CPM CTR до 0,8% VTR до 60%

Бонус: Brand-lift (от 2,5 млн руб.)

Дополнительные решения

для тактических задач

ONLINE TV HIGH FREQUENCY REACH 21 MLN

- Высокая целевая частота от 3 до 8 за РК
- Высокий приоритет отгрузки
- Доступные настройки: возраст, ГЕО (РФ / МСК+МО / города-миллионники)

CPV CTR до 0,3% VTR до 90+%

TV+DIGITAL REACH 21 MLN

- Добор уникальных охватов в дополнение к ТВ-размещениям
- Снижение высокочастотных контактов
- Кросс-частота ТВ+digital и единая аналитика

CPV VTR 70+% CTR до 0,3%



TB + DIGITAL



ТВ+ ПРОДУКТ ЭФФЕКТИВЕН, КОГДА НЕОБХОДИМО В РАМКАХ КРОСС-МЕДИА КАМПАНИЙ:

РЕАЛИЗОВАТЬ



Обеспечить кросс-частоту в ТВ+Digital кампании и предоставить единую сквозную аналитику по итогам.

ОПТИМИЗИРОВАТЬ



Снизить частотные хвосты и сконцентрировать охват на целевых частотах.
Снизить стоимость достижения целевого уникального пользователя.

ДОСТИГНУТЬ



Обеспечить достижение максимальных охватов на целевых частотах в дополнение к ТВ-размещениям и сделать это эффективнее, чем стандартное размещение в Digital с таргетингом по соцдему.



ЧТО НАМ ПОЗВОЛЯЕТ ДОСТИГАТЬ КРІ:



1 АНАЛИТИКА ДОСТУПНЫХ ИСТОЧНИКОВ ДАННЫХ ПО ТВ-СМОТРЕНИЮ

Более 20% аудитории ТВ уже измеряется, этого достаточно для корректной экстраполяции результата



2 РАЗМЕЩЕНИЕ НА ВСЕЙ ВИДЕОСЕТИ С САМЫМ ВЫСОКИМ ОХВАТОМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО КОНТЕНТА В РФ

Доступный охват 80 млн человек в рамках видеосети позволяет сделать достаточное покрытие аудиторий



ОТКУДА МЫ БЕРЕМ ДАННЫЕ

1 Смотрение ТВ собирается с IPTV приставок интернет-операторов и с OTT-сервисов.
Учитываются все платформы: web/app/Smart TV

2 Для сбора сегментов используются данные Ростелеком с IPTV приставок и сервиса Wink

3 Покрытие составляет ~20% ТВ-смотра для городского населения 18+

4 Расширение охватов новыми данными в будущем — Таттелеком и дополнительные OTT-сервисы

ДОМОХОЗЯЙСТВА



IPTV ОПЕРАТОРЫ И OTT-СЕРВИСЫ

Сбор данных о просмотре ТВ в приставках IPTV и OTT-сервисах



Обработка данных





СХЕМА РЕШЕНИЯ



* Ростелеком, Билайн, Теле2, Мегафон, Р-телеком



СТРАТЕГИИ РАЗМЕЩЕНИЙ

DIGITAL

TV

Одновременный запуск — digital-реклама стартует одновременно с ТВ

TV

DIGITAL

Последовательный запуск — digital-реклама стартует после окончания флайта на ТВ

RECOMMEND

DIGITAL

TV

Отложенный запуск — digital-реклама стартует после старта на ТВ (через неделю)

ВОЗМОЖНОСТЬ НАСТРОЙКИ И ВЫБОРА ЦЕЛЕЙ ЧАСТОТНОЙ ОПТИМИЗАЦИИ:

- Прирост охватов по ЦА на частоте 1+
- Прирост охватов по ЦА в рамках частотного коридора

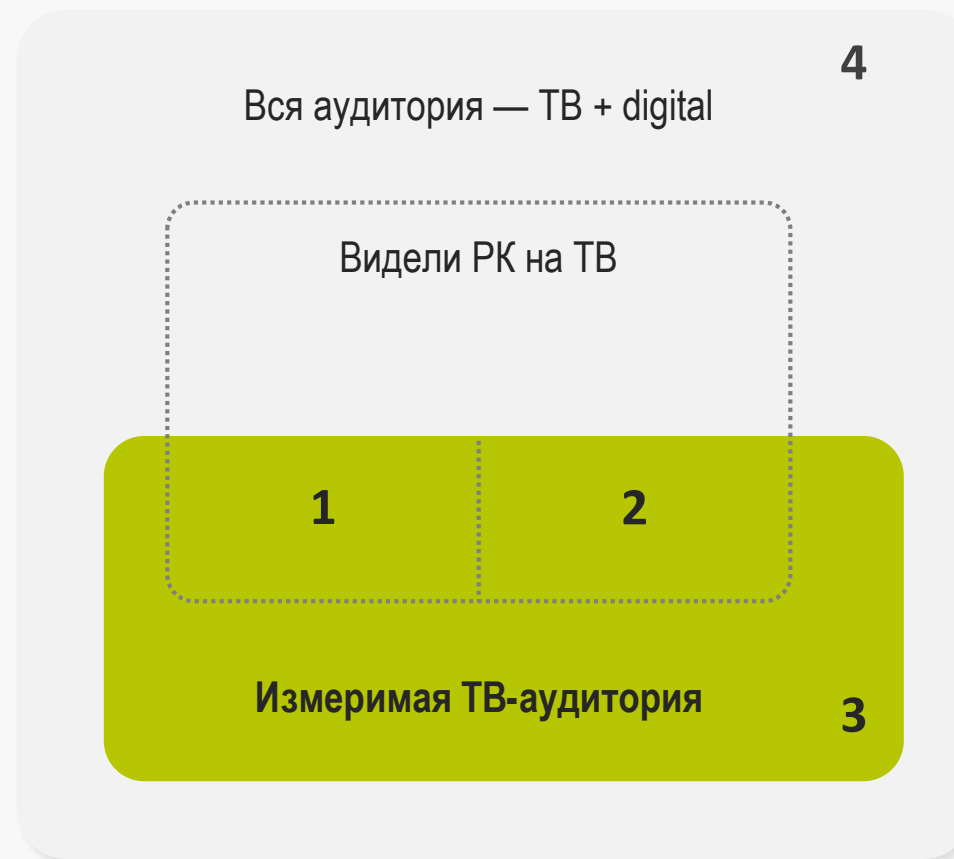
- Прирост охватов в подгруппе ЦА
- Минимизация высокочастотных контактов



СЕГМЕНТАЦИЯ АУДИТОРИИ

Формируем сегменты для показа в digital на основе сетки выхода ТВ-рекламы

- 1** Те, кто видел РК на ТВ с высокой частотой — исключаем из сегментов
- 2** Те, кто видел РК на ТВ с низкой частотой — подбираем частоту
- 3** Те, кто не видел РК на ТВ — показываем с целевой частотой
- 4** Те, кого не удалось измерить — используем верифицированный MediaHills сегмент Light TV Viewers с наложением целевого сегмента рекламодателя





ИТОГОВЫЙ ОТЧЕТ

По результатам РК MediaHills делает аналитику по кросс-размещению

1 Охваты на каждой частоте для обеих сред TV+digital

2 Прирост аудитории к ТВ на каждой частоте и достижение общего охвата ЦА

3 Процент снижения высокочастотных контактов в сравнении со стандартным запуском при наличии контрольной группы

Частотное распределение / Открытые частоты

ЦА: Все, РФ, города 0+

Частота	TV	Digital	TV+Digital	Прирост
1+	78,33%	0,55%	78,37%	0,04%
2+	72,95%	0,49%	73,01%	0,06%
3+	67,96%	0,43%	68,10%	0,14%
4+	63,25%	0,34%	63,37%	0,12%
5+	59,46%	0,26%	59,56%	0,10%
6+	56,51%	0,20%	56,60%	0,09%
7+	53,69%	0,16%	53,76%	0,07%
8+	50,95%	0,13%	51,01%	0,06%
9+	48,30%	0,10%	48,35%	0,05%
10+	46,37%	0,07%	46,40%	0,03%

Эффект на 1+

Использование сегментов позволило добиться наибольшего прироста в диапазоне близком к эффективной частоте 4+. В данном срезе это заметно от отсутствия резкого падения охвата на частотах выше 2+.

Важно, что кумулятивный эффект рассчитывается для единой базы – Universe Все, РФ, города 0+.

Эффект на целевую частоту 4+

Один из наиболее выразительных эффектов по приросту пришелся на 4+ и 3+, что позволило приблизиться к достижению цели РК.

Источник: отчет MediaHills (MediaScope Group)

Частотное распределение / Закрытые частоты

ЦА: Все, РФ, города 0+

Частота	TV	Digital	TV+Digital	Прирост
1	5,38%	0,05%	5,43%	0,05%
2	4,99%	0,06%	5,05%	0,06%
3	4,71%	0,09%	4,79%	0,08%
4	3,79%	0,08%	3,87%	0,08%
5	2,95%	0,06%	3,01%	0,06%
6	2,82%	0,04%	2,86%	0,04%
7	2,74%	0,03%	2,77%	0,03%
8	2,65%	0,03%	2,68%	0,03%
9	1,93%	0,03%	1,96%	0,03%
10	-	-	-	-

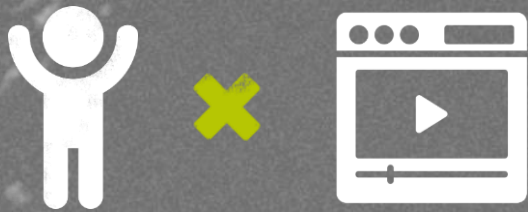
Эффект на снижение доли уников среди тех, кто видел РК менее 4х раз

Заметно, что за период РК удалось значительно перераспределить аудиторию в пользу тех, кто контактировал с рекламными материалами 3 и более раз.

А также заметен эффект в росте для тех, кто видел только 3, 4 и только 5 раз.

Таким образом, только 0,12% охвата в ОПВ видели менее 3х раз; и 10,48% охвата ТВ+Диджитал контактировали менее 3х раз (сумма по столбцу ТВ+Диджитал)

Источник: отчет MediaHills (MediaScope Group)



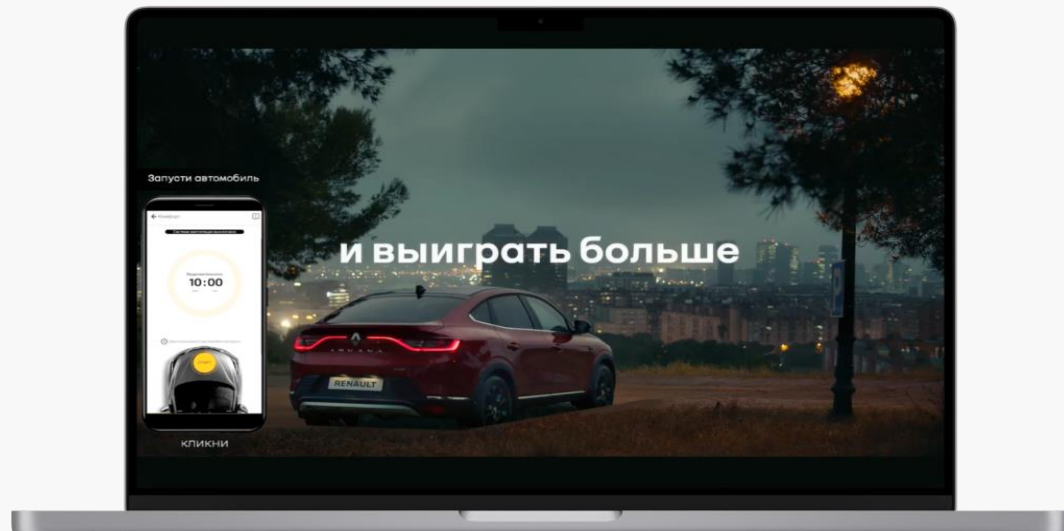
ИНТЕРАКТИВЫ



ИНТЕРАКТИВНЫЕ ФОРМАТЫ

Стратегия баланса между имиджем и performance

- ! Нестандартные механики рекламных форматов внутри видеоплеера
- ! Решение задач клиента через уникальный опыт взаимодействия с креативом



SHOPPABLE VIDEO

SLIDER / CAROUSEL

INTERACTIVE VIDEO

ВОВЛЕКАЕМ В КОММУНИКАЦИЮ БРЕНДА

ДОНОСИМ ПРЕИМУЩЕСТВА

ПОМОГАЕМ СДЕЛАТЬ ВЫБОР

ОБЕСПЕЧИВАЕМ ПЕРЕХОД К ПОКУПКЕ

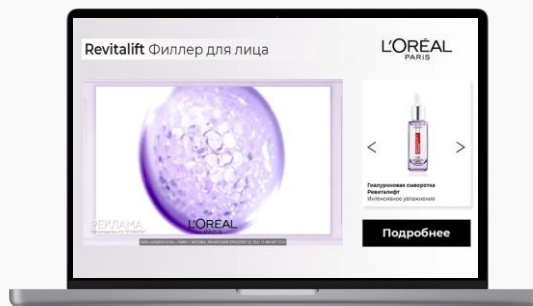


ВИДЕО С PERFORMANCE-НАДСТРОЙКАМИ

Погружает пользователя в продукт, приближая к конверсиям

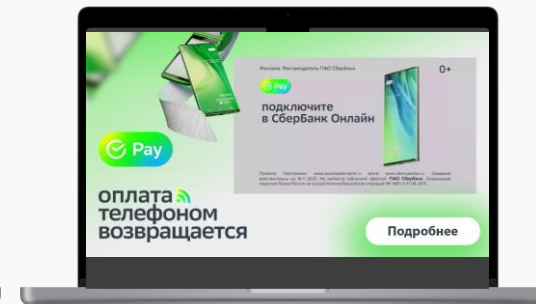
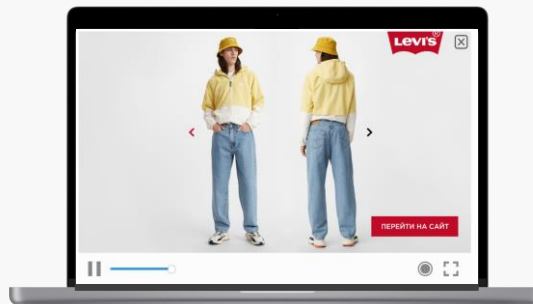
MUST HAVE

- Рассказать о бренде с первой секунды ролика
- Быстро погрузить пользователя в продукт
- Разместить прямой призыв к действию
- Взаимодействовать с пользователем
- Сократить путь по воронке продаж



ВЫПОЛНЕНИЕ KPI BRANDED VIDEO+

- Вовлечение до 110%
- Прирост осознанных кликов до 30%
- Увеличение времени контакта с брендом до x2
- Рост намерения о покупке x3 относительно стандартного OLV





ИНТЕРАКТИВНЫЕ ФОРМАТЫ

Взаимодействие в performance video влияет на прирост бренд-метрик

1

В визуальном оформлении акцентируем **внимание** на **преимуществе** продукта с первой секунды запуска ролика, поэтому пользователь лучше запоминает бренд

2

Обеспечиваем **уникальный опыт взаимодействия**: игровая механика усиливает восприятие ролика и повышает его запоминаемость

3

Изучение **особенностей продукта** формирует у пользователя **более полное знание**, что влияет на намерение о покупке









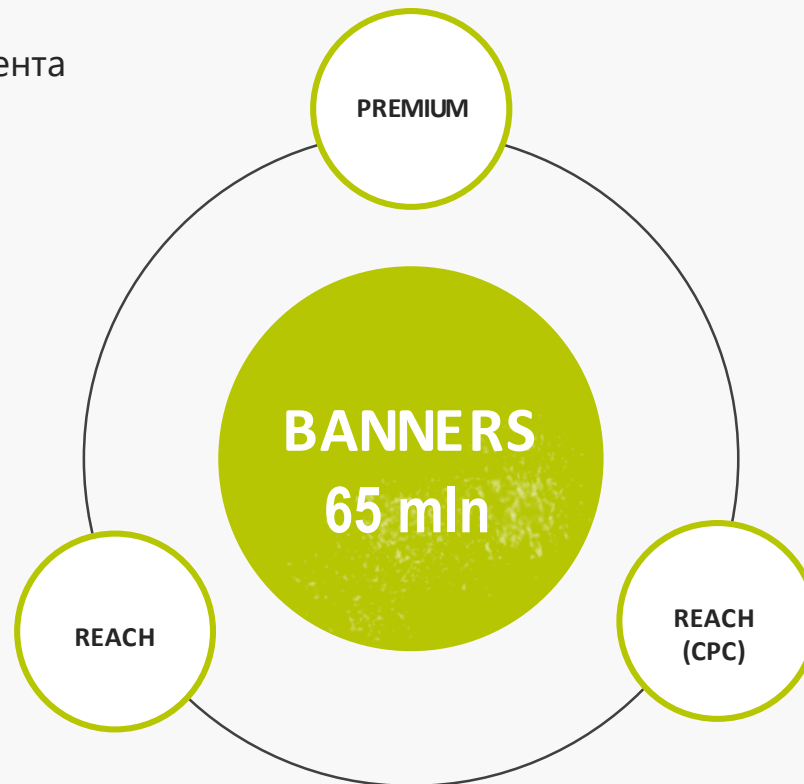
БАННЕРНАЯ СЕТЬ



BANNER NETWORK В 2024

Ручной отбор партнеров в сочетании с умной фильтрацией контента дает доступ к качественному и безопасному инвентарю. Лучший контакт Бренда со своей ЦА и достижение KPI.

-  Заметные и охватные форматы в контролируемом контенте
-  Фокус на профессиональных ресурсах
-  Прямые отношения с публикерами и пакетные сделки в составе сети
-  Расширенные возможности оптимизации, внедрение закупки по модели CPC





РАЗМЕЩАЙТЕСЬ В ВОСТРЕБОВАННОМ КОНТЕНТЕ

Топ целей для использования сети интернет*

Nashsovetik *RU* lumpics.ru DIETS.RU *Един Дома* ferra.ru ЛАЙФХАКЕР **53%** ПОИСК ИНСТРУКЦИЙ

В СВОЁМ ДОМЕ Я ПОКУПАЮ 7qней.ru КЛЕО **44%** НОВЫЕ ИДЕИ И ВДОХНОВЕНИЕ

Home Tehno *Рейтинги лучшей техники для дома* Avito ДРАЙВ ROZETKED DRIVE2.RU **43%** ТОВАРЫ И БРЕНДЫ ДЛЯ ПОКУПКИ

КИНО-ТЕАТР.РУ FB СМОТРИМ tele программа .pro **43%** ДОСУГ И ВЕБ-СЕРФИНГ

Образовка *твой помощник в учебе* N+1 **33%** ОБРАЗОВАНИЕ / ОБУЧЕНИЕ

MED ПОРТАЛ **33%** ВОПРОСЫ ЗДОРОВЬЯ

ВОКРУГ СВЕТА **28%** ОТПУСК И ПУТЕШЕСТВИЯ

Все самые популярные тематические вертикали представлены в рамках Banner Network, что делает этот инструмент наиболее подходящим для построения знания о бренде

* Цифры и тренды из отчёта Global Digital 2023 (web-canape.ru)



BANNER NETWORK PREMIUM

- ✓ Заметные форматы
- ✓ Прямые партнеры из топ-100 паблишеров рунета в составе сети
- ✓ Профессиональный, лайфстайл, развлекательный, новостной и бизнес контент



+ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ФОРМАТЫ (ОПЦИОНАЛЬНО)

- CPM
- РОСТ BRAND-МЕТРИК
- WEB & MOB APP

DRIVE2.RU

tele
programma
.PRO

СМОТРИМ

Зарулем

ДРАЙВ

ДРОМ

sports.ru

Рамблер/новости

ferra.ru

Един Дома

Avito

DIETS.RU

Forbes

газета.ru

LENTA.RU

РБК

КОМСОМЛЬСКАЯ
ПРАВДА

ROZETKED

РИА НОВОСТИ

MKRU



РАЗМЕЩАЙТЕСЬ ТАМ, ГДЕ ИЩУТ БРЕНДЫ

Топ-каналов поиска информации о бренде в РФ*



54%

Пользователей рф ищут информацию о бренде перед покупкой в интернет

6,7%

Пользователей рф нажимают хотя бы на 1 баннер на веб-сайте в течение месяца

7 из 12 популярных каналов поиска информации о бренде доступны в Banner Network, что делает его подходящим инструментом для повышения интереса к бренду (середина воронки)

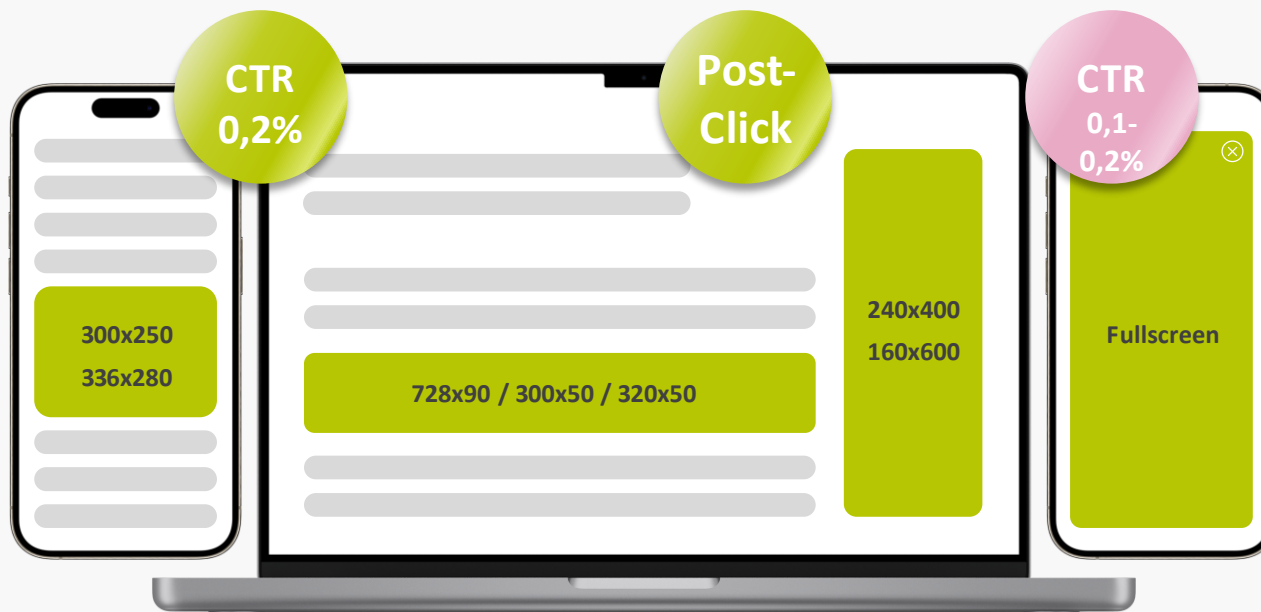
Каналы, доступные в рамках Banner Network

* Цифры и тренды из отчёта Global Digital 2023 (web-canape.ru)



BANNER NETWORK REACH

- ✓ Широкий набор форматов, все доступные позиции
- ✓ Оптимизация медийных и пост-клик KPI
- ✓ Возможно размещение Fullscreen форматом



+ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ФОРМАТЫ (ОПЦИОНАЛЬНО)

- WEB & MOB APP
- ВОЗМОЖНОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ ПО CPC

DRIVE2.RU

tele
программа
.Pro

СМОТРИМ

Зарулем

ДРАЙВ

ДРОМ

sports.ru

Рамблер/новости

ferra.ru

Един Дома

Avito

DIETS.RU

Forbes

газета.ru

LENTA.RU

РБК

КОМСОМЛЬСКАЯ
ПРАВДА

ROZETKED

CHIP

MKRU



BANNER NETWORK — ЭФФЕКТИВНЫЕ ФОРМАТЫ ДЛЯ ЛЮБЫХ ЗАДАЧ

1. Прямой доступ к аудитории топ-100 публиеров Рунета
2. Структура инвентаря подобрана в соответствии с актуальными потребностями аудитории
3. Возможность неограниченного контакта с аудиторией широким набором охватных форматов
4. Решение целого спектра задач:
 - таргетированный охват на сети из 65 млн пользователей + ретаргетинг
 - видимые показы в качественном окружении
 - привлечение качественного трафика на сайт
5. Прозрачность – принимаем верификаторы любых систем





АНАЛИТИКА И ДАННЫЕ



ДАТА-СТЕК DIGITAL ALLIANCE

Премиальный инвентарь и большие данные нашли друг друга

БАЗОВЫЕ ТАРГЕТИНГИ

АДФОКС+МЕТРИКА

ПОЛ/ВОЗРАСТ

ГЕО

РЕТАРГЕТИНГ

ОС/БРАУЗЕР

CDP

MSISDN (номер телефона)

COOKIE

MAC-АДРЕС

GAID/IDFA

СЕГМЕНТЫ ПО ИНТЕРЕСАМ

ЯНДЕКС КРИПТА DMP

120+

ПОЗИЦИЙ ДЛЯ ТАРГЕТИНГА

ОФД И РЕТЕЙЛ



ПОКУПКИ FMCG

71 млн карт лояльности

80+ млн человек посещает магазины X5 Group в месяц



Центр ОФД


данных более 80% чеков в РФ

крупнейшая в РФ партнёрская сеть по покупательской активности

эксклюзивные данные операторов фискальных данных



ПРОЗРАЧНОСТЬ И ВЕРИФИКАЦИЯ

ПРЯМАЯ ИНТЕГРАЦИЯ С  **admon.ai**
ДЛЯ СКАНИРОВАНИЯ КАЧЕСТВА
ВХОДЯЩЕГО ТРАФИКА

СПИСОК ДОСТУПНЫХ ВЕРИФИКАТОРОВ



Adserving

ADRIVER

СТАТИСТИКА, АНАЛИТИКА И СЕРВИС

1

Статистика и отчеты в личном кабинете
Trading desk

2

Real-time оптимизация РК

3

Отчетность в ОРД

4

Brand Lift исследования



BRAND LIFT SURVEY

Внутреннее исследование по измерению влияния рекламных кампаний на качественный прирост бренд-метрик

+11%

знание бренда

+17%

запоминаемость ролика

+9%

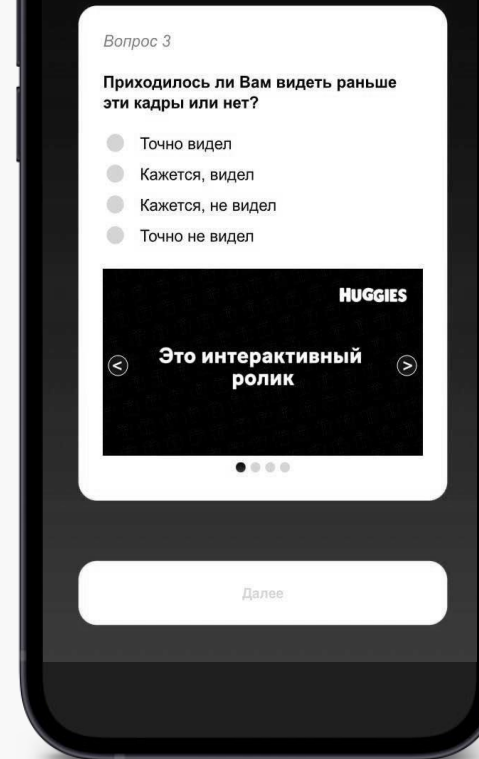
намерение купить

+24%

запоминаемость бренда в ролике

400+

выполненных исследований с 2022 года



**ДАВАЙТЕ ЗАПЛАНИРУЕМ
КАМПАНИЮ!**