



HAPPY MONDAY

**Видеопосев** - это размещение рекламных видеороликов в пабликах социальных сетей и/или в контентном окружении сайтов и/или в блогах.

При видеопосеве нажатие на кнопку Play всегда совершается пользователем **добровольно** (за исключением продвижения видео, залитого в плеер Facebook)

Видеопосевом **нельзя считать рекламный ролик, встроенный в другой видеоконтент**. Такое встраивание является нарушением принципа видеопосева, так как ролик становится навязанным (чаще всего его нельзя пропустить) и раздражает аудиторию.

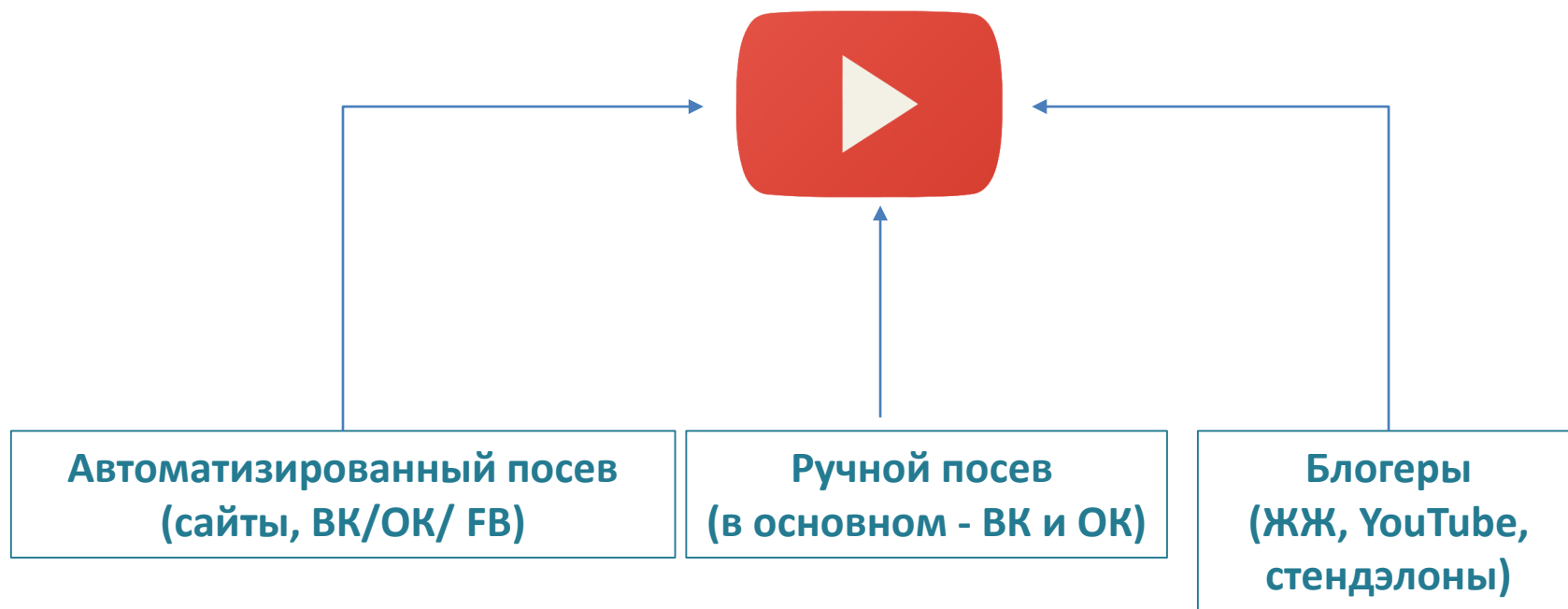
## Какие задачи может решить посев

- Дополнительный охват к ТВ и интернет-видеорекламе
- Построение лояльности между потребителем и брендом ( *при посев через блогеров* )
- Привлечение внимания к продуктам, услугам, мероприятиям ненавязчивым способом

## Почему рекламодатели выбирают посев видео

- Распространить рекламный ролик среди целевой аудитории в социальных сетях, блогах и на сайтах, которые находятся за пределами пакетов крупных видеоселлеров
- Оплатить только добровольные просмотры ролика – пользователь сам нажимает кнопку PLAY, если хочет посмотреть содержимое
- Быстро набрать просмотры ролика на канале YouTube и получить бесплатное органическое и вирусное распространение (и как следствие снижение финальной стоимости просмотра)

# Способы посева видео



# Основные РАЗЛИЧИЯ автоматизированного и ручного посева

| Параметр различия   | Ручной   | Автоматизированный                                       |
|---|--|--|
| Тип оплаты  | За пост  | За просмотр (CPV)  |
| Наличие средних и малых площадок в кампании               | Минимум (трудозатратно)                                | Да   |
| Возможность учёта только российских просмотров            | Нет  | Да   |
| Гарантированное размещение на всех утверждённых площадках | Да   | Нет  |
| Гарантированное число просмотров видео                    | Нет, может понадобиться увеличение бюджета             | Да   |
| Итоговая стоимость просмотра                              | > 4 руб.   | < 3 руб.   |
| Скорость набора просмотров                                | Низкая   | Высокая  |
| Статистика  | YouTube  | Статистика системы + YouTube                             |
| Вероятность попадания в ТОП YouTube                       | Очень низкая (из-за низкой скорости набора просмотров) | Выше среднего и высокая при соблюдении ряда рекомендаций |
| Размещение на сайтах                                      | Сайты исчисляются десятками                            | Сайты исчисляются тысячами                               |

**Happy Monday** оказывает услуги как по ручному посеву видео, так и по автоматизированному. В качестве поставщика услуг автоматизированного посева мы выбрали самую качественную и продвинутую систему –



эксклюзивным селлером которой являемся

# 

- крупнейшая система видеопосева в России
- 65% всех автоматизированных видеопосевов в Рунете делается через Вибум<sup>1</sup>
- в 2015 году через Вибум было размещено 2463 рекламных ролика, в 2016 уже 1387
- из них в 2015 году в топ вышли 165, в 2016 в топ вышла 61<sup>2</sup>



<sup>1</sup>По данным на март 2016

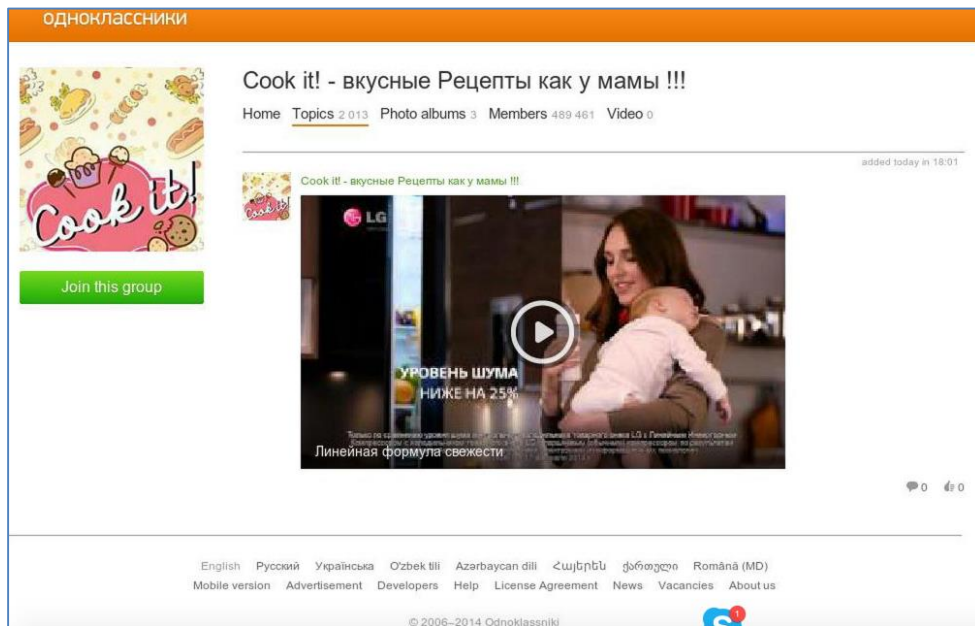
<sup>2</sup>По данным на март 2016

<sup>3</sup>По данным на март 2016



# Как выглядит размещение

# Как выглядит размещение



- Ролик, залитый на YouTube (или Vimeo), размещается в виде поста в группе социальной сети, блоге и/или встраивается на страницы web-сайта
- Пользователь видит у себя в ленте или на странице сайта «превью» ролика, а также его название. *Автоматизированная система посева Вибум позволяет встраивать название, отличное от названия на YouTube.*
- Дополнительно в ролик могут быть встроены интерактивные элементы (см. в конце презентации раздел «Интерактивные возможности»).

# Где размещаются ваши ролики

## Особенности размещений на каждом типе площадок

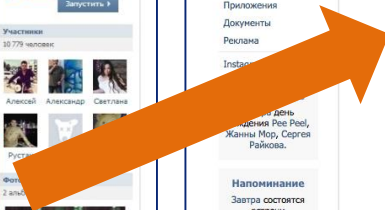
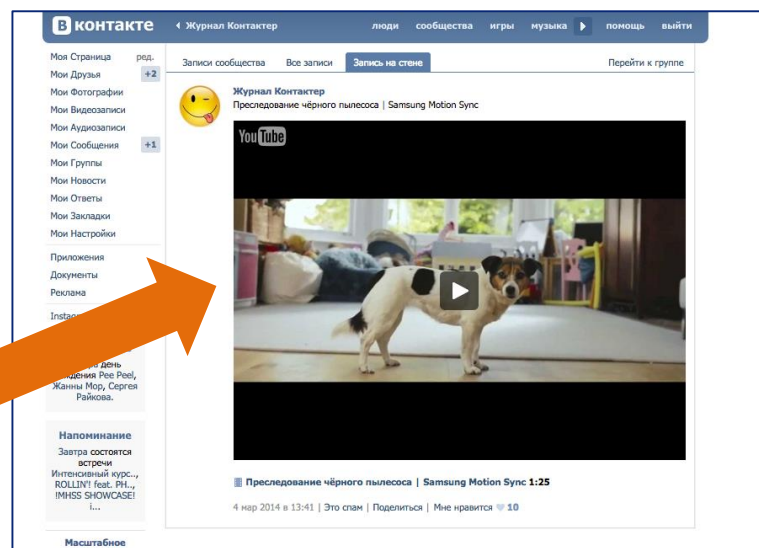
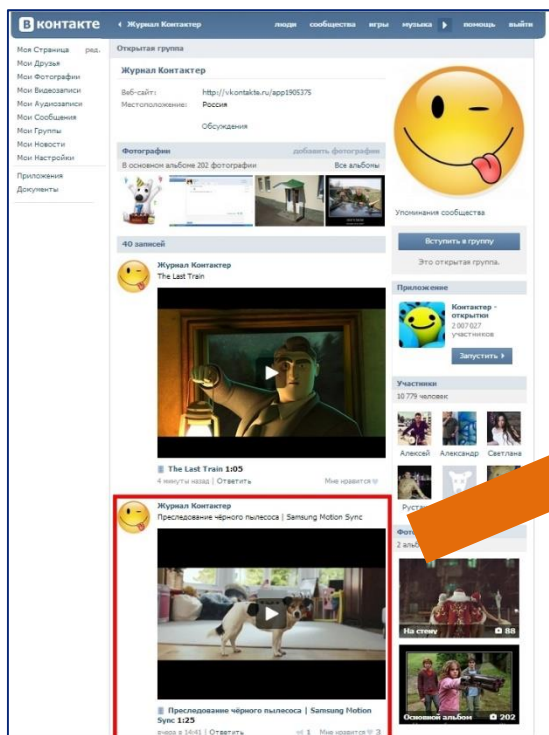
# 1. Группы ВКонтакте

## Встраивание видео YouTube в контент группы

В группе размещается видео, которое можно посмотреть прямо на текущей странице

Пример поста : [https://vk.com/wall-18995034\\_445](https://vk.com/wall-18995034_445)

Скриншот стены группы: <http://f5.s.qip.ru/SNS8NBZI.jpg>



# 1. Группы ВКонтакте

В статистике YouTube источником всех просмотров будет адрес <http://vk.com>

## Преимущества:

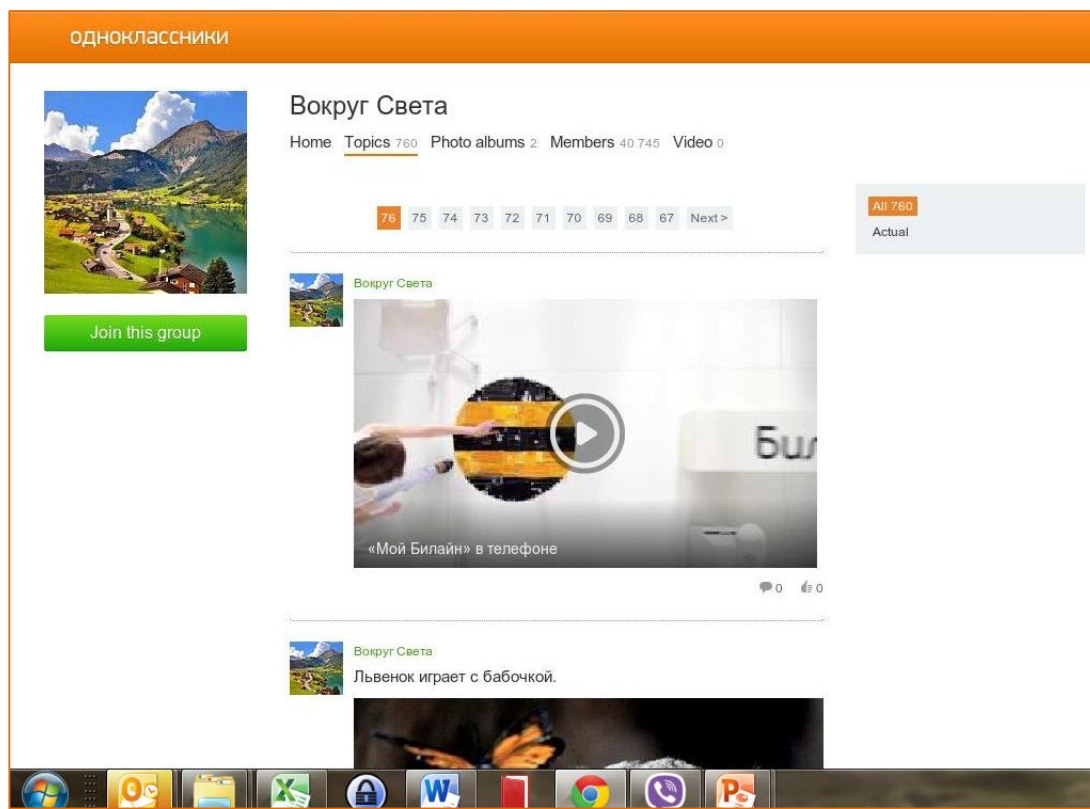
- высокая скорость продвижения видео
- высокая виральность (шеры, лайки)
- самая популярная сеть в Рунете
- обязательно присутствие ВК для продвижения ролика в TOP YouTube
- с 2015 года статистика просмотров снова учитывается в канале YouTube

## Недостатки:

- нет возможности учёта только просмотров из РФ
- отсутствует возможность определить % досмотров
- нет возможности встроить кнопки перехода и шеринга в социальные сети, не работают никакие интерактивные элементы в т.ч. YouTube (аннотации, кнопки шеринга, подписки и т.д.)

## 2. Группы в Одноклассниках

- в группе размещается видео YouTube, которое можно посмотреть прямо на текущей странице



### Только преимущества:

- Высокая скорость продвижения видео
- Просмотры засчитываются в канале YouTube и влияют на вывод в ТОП YouTube
- «Класс» в ОК является одновременно репостом, а значит ролик получает мгновенное вирусное распространение
- есть возможность встраивания кнопки перехода на сайт и кнопок шеринга в социальные сети/ подписки на канал

### 3. Группы в Facebook – YouTube ролики



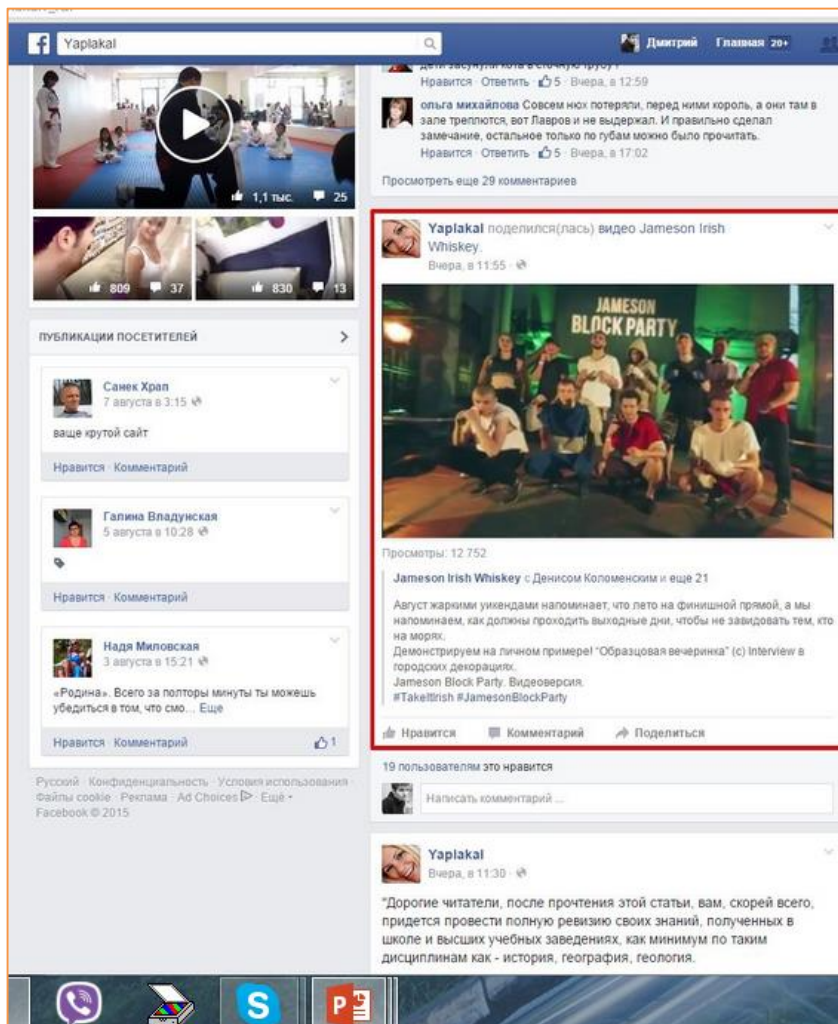
- Ролик размещается на стене сообщества. В источниках трафика - [fbcdnvideos.com](http://fbcdnvideos.com) и [facebook.com](http://facebook.com)

**Преимущества:** просмотры с FB засчитываются в канале YouTube

**Недостатки:**

- крайне низкая скорость продвижения, что связано со сложными алгоритмами вывода постов подписчикам групп на FB. Поэтому отдельно (только) на FB осуществлять продвижение **в плеере YouTube** ролика не имеет смысла.

## 4. Группы в Facebook – ролики в плеере FB



### Преимущества:

- FB активно продвигает свой плеер, поэтому есть возможность достичь высокой скорости продвижения, не взирая на сложные алгоритмы вывода постов подписчикам групп на FB.

### Недостатки:

- просмотры с FB не засчитываются в канале YouTube
- нет возможности учёта только просмотров из РФ
- отсутствует возможность определить % досмотров
- нет возможности встроить кнопки перехода и шеринга в социальные сети, не работают интерактивные элементы в т.ч. YouTube (аннотации, кнопки шеринга, подписки и т.д.)




## 4. Группы в Facebook – ролики в плеере FB

### Технические особенности

- Видео отображается в ленте пользователя привычным способом (desktop+mobile)
- Возможна текстовая подводка
- Просмотры на счетчике Facebook будут совпадать с просмотрами на счетчике Вибум
- В большинстве случаев видео автоматически проигрывается у пользователя (autoplay). Не проигрывается в тех случаях, если у пользователя в настройках аккаунта выключен autoplay видео или, если пользователь смотрит ролик повторно
- Facebook учитывает просмотр с 1 секунды, если он был инициирован пользователем (нажата кнопка play), либо с 3 секунды, если это autoplay (т.е. если пользователь пролистывал ленту, у него запустился ролик, и при этом он пролистал дальше, то данный просмотр не будет учтен)
- Из статистики доступны: просмотры, демография (исходя из статистики групп), кол-во размещений, скриншоты размещений, лайки и репосты
- Данные по географии и график удержания аудитории пока не доступны
- Посев будет идти только по Facebook-пабликам в виде отдельной кампании

## 5. Web-сайты. Отдельная новость (ручной код)



Темы ▾
Найти

Р

Крутой поиск баянов  
[О портале](#) [Активные темы](#) [Помощь](#) [Правила](#) [Реклама](#)

🏠 👍 [Разделы](#) [Лента ▾](#) [Общение ▾](#) [Хлам ▾](#) [Инкубатор](#) [Арт](#) [ЯП Файлы](#)

🔍 [Главная](#) » [Разделы](#) » [Лента](#) » [Видео](#)

### Медведь неожиданно появился на съемках, перевод Кураж Бамбей [ [Версия для печати](#) ]


Facebook
 Twitter
 Яндекс
 ВКонтакте

[ [ОТВЕТИТЬ](#) ] [ [НОВАЯ ТЕМА](#) ]

Страницы: (2) [ 1 ] 2

**Shum** 📍 21.03.2013 - 15:42


Статус: Offline



Ярила

Регистрация: 15.05.04  
Сообщений: 14215

Помните [ролик](#)? Теперь с прикольной озвучкой )))



137

− +

## 5. Web-сайты. Отдельная новость (ручной код)



### Преимущества:

- размещение выглядит как отдельный пост (так же как в социальных сетях) и очень органично встраивается в контент сайта
- все просмотры засчитываются на YouTube

### Недостатки:

- не более 1% сайтов имеет ленту новостей, в связи с чем такой способ размещения на web-сайтах является очень редким

## 6. Web-сайты. Сквозное размещение (ротатор или «in-read»)

Фильмы онлайн   Сериалы онлайн   Поиск   Посоветуйте фильм

Ой, мороз, мороз! А мы не мерзнем!

### СИТРОЁН С4 СЕДАН ОПТИМУМ ВЫГОДНО ГОТОВ К ЗИМЕ

Шаг вперед: Всё или ничего (2014)  
Step Up All In

|                   |                          |
|-------------------|--------------------------|
| Страна            | США                      |
| Жанр              | драма, мелодрама, музыка |
| Продолжительность | 95 минут                 |
| Премьера в мире   | 9 июля 2014              |
| Премьера в России | 17 июля 2014             |
| Режиссер          | Триш Си                  |
| Сценарист         | Джон Сьютнем, Дуан Адлер |
| Бюджет            | \$18 600 000             |

Фильмы этого жанра

### ТРИНИКСИ

В ПОСТЕЛИ АС!   Узнай больше!

Вход   Регистрация   Полный эфир

Лучшие посты за сегодня

#### Объемные 3D фотографии для незрячих людей (11 фото)

Картинки   24 октября 2014   Просмотры: 4039   +10

Нелюбимы и пятна повсюду

Наталья и Егор Барахтинские.  
Узнайте, как сделать объемные 3D-фотографии для незрячих людей, при помощи специального датчика Vanish. Он Action (нет) от 2010-2014

Все мы любим вспоминать счастливые моменты своей жизни, глядя на снимки из прошлого. Но что делать тем, кто утратил драгоценную способность видеть? Решение придумали сингапурская фирма «Pirate3D» и латиноамериканское креативное агентство «LOLA».

Прошлые фотографии ослепших людей, при помощи технологии 3D-печати, перевели в объемные модели, которые путем прикосновения передадут человеку изображение. Судить о результате позволяют лица людей, прикоснувшись к таким 3D-фотографиям.

Объемные 3D фотографии для незрячих людей (11 фото)

Зарабатывайте деньги на финансовой игре!  
Бесплатная игра-приложение для тех, кто ищет дополнительный ...

Картинки   Видео



## 6.1. Web-сайты. Сквозное размещение - ротатор

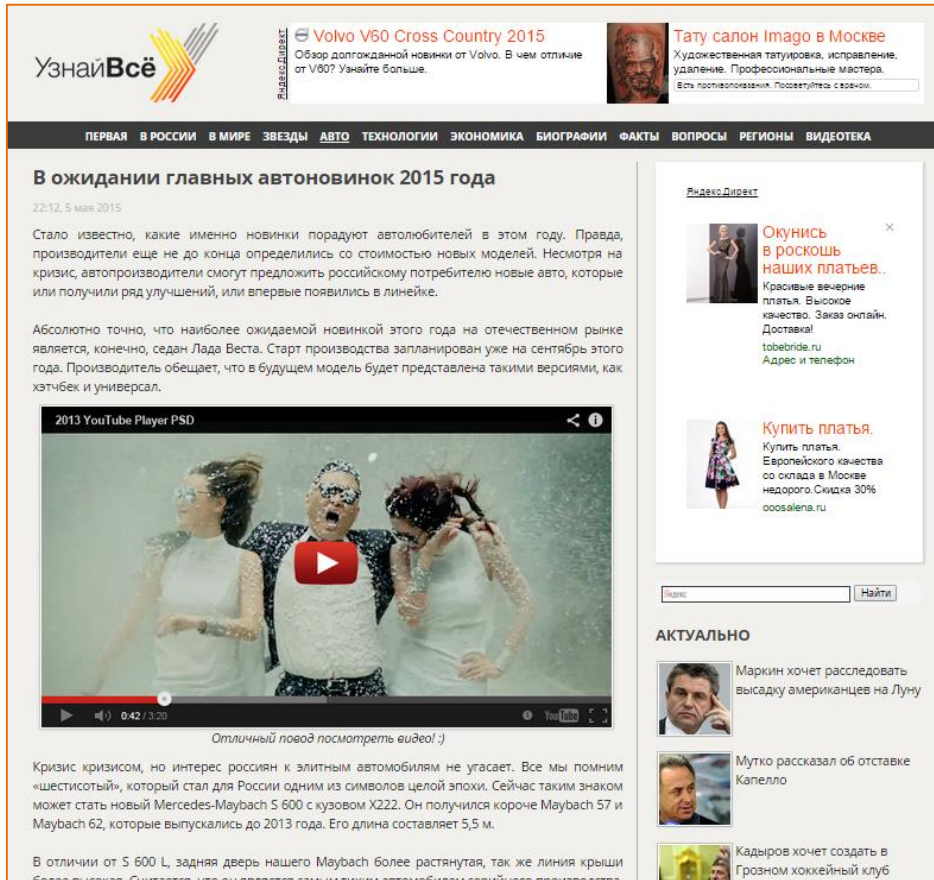


The screenshot shows the SoccerLevel.ru website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like 'ГЛАВНАЯ', 'НОВОСТИ', 'РЕЗУЛЬТАТЫ', 'СТАТИСТИКА', 'СПОРТ НА ТВ', 'ФАН ЗОНА', and 'ВИДЕО ОБЗОРЫ'. Below this is a grid of football club logos. The main content area features a 'Залпанированные трансляции' (Scheduled Broadcasts) list on the left, showing various matches with their start times. The central focus is a video player titled 'СМОТРЕТЬ МАТЧ ОНЛАЙН' (Watch Match Online) for 'Югра - Салават Юлаев'. The video player is currently displaying a car advertisement for KIA, with a play button overlay. Below the video player are social media sharing icons for VK, Facebook, Twitter, and YouTube. At the bottom, there's a quote: 'Внимание! Ссылки на трансляцию спонсор (SopCast) появляются за 10-15 минут до стартового свистка. Онлайн трансляции сайта SoccerLevel.ru предоставляет вам возможность наслаждаться просмотром хоккейных матчей в режиме реального времени. Смотрите хоккей онлайн на нашем сайте в хорошем качестве и без регистрации! Каждый день мы обновляем и добавляем трансляции всех клубов Континентальной Хоккейной Лиги, а так же сборных команд. Следить за происходящими событиями на поле вы можете не...

**Ротатор** - на сайте предустановлен специальный код плеера Вибум – «ротатор» - внутри которого крутятся в ротации все текущие кампании Вибум. Такая механика является наиболее используемой. Принцип работы ротатора: определяет посетителя сайта и показывает ему превью того ролика, который он ещё не смотрел. Если в ротаторе нет доступных видео, то на сайте не отображается ничего, даже пустого места .



## 6.2. Web-сайты. Сквозное размещение «in-read»



The screenshot shows a website layout with a navigation bar at the top containing links like "ПЕРВАЯ В РОССИИ", "В МИРЕ", "ЗВЕЗДЫ", "АВТО", "ТЕХНОЛОГИИ", "ЭКОНОМИКА", "БИОГРАФИИ", "ФАКТЫ", "ВОПРОСЫ", "РЕГИОНЫ", and "ВИДЕОТЕКА".

The main content area features an article titled "В ожидании главных автоновинок 2015 года" (Waiting for the main car novelties of 2015) dated May 5, 2015. The text discusses the car market and mentions the Lada Vesta. A YouTube video player is embedded in the article, showing a scene with three people in formal attire.

On the right side, there are several advertisements:

- Video Direct**: "Окупись в роскошь наших платьев.." (Join the luxury of our dresses..)
- Купить платье.** (Buy a dress.)
- АКТУАЛЬНО** (ACTUALLY) section with news items:
  - Маркин хочет расследовать высадку американцев на Луну (Markin wants to investigate the landing of Americans on the Moon)
  - Мутко рассказал об отставке Капелло (Muto talked about the resignation of Capello)
  - Кадиров хочет создать в Грозном хоккейный клуб (Kadyrov wants to create a hockey club in Grozny)

«In-read» – код плеера YouTube встроен в страницу сайта таким образом, что ролик плавно раскрывается при пролистывании пользователем страницы с контентом



## 6. Web-сайты. Сквозное размещение (ротатор или «in-read»)

### Преимущества:

- у большинства сайтов очень много посетителей приходят с поисковиков и социальных сетей, напрямую попадая на конкретную публикацию/пост на сайте. Встраивание рекламного ролика внутрь другого контента даёт наибольшее кол-во просмотров
- все просмотры засчитываются на YouTube
- Возможность использовать СТОП-слова чтобы исключить возможность размещения ролика в неподходящем контентном окружении

### Особенности (недостатки?):

- рекламный ролик не связан напрямую с контентом страницы (статьей, постом, описанием кинофильма и пр.), на которой размещается. Например, ролик может быть встроен между заголовком статьи и текстом статьи, в связи с чем пользователь может подумать, что ролик имеет отношение к статье или контенту страницы

## Почему такие размещения называются нативными?

- 1) Ролики размещаются между текстовыми блоками и/или заголовками страниц сайта и воспринимается как часть контента. Таким образом, размещение выглядит **органично**.
- 2) Запуск ролика осуществляется пользователем **только по собственному желанию** (кроме плеера FB) и не прерывает взаимодействие пользователя с контентом.
- 3) У пользователей есть возможность **поделиться роликом** с друзьями, благодаря чему количество просмотров увеличивается и способствует выводу ролика в ТОП YouTube. Вирусные и органические просмотры в системе Вибум учитываются, но заказчиком не оплачиваются (приятный бонус, иногда значительно снижающий конечную стоимость контакта).



# Как происходит размещение

## Алгоритм размещения

- 1) Заказчик присылает ссылку на ролик, выложенный на YouTube, либо ролик заливается силами Happy Monday.
- 2) Вибум размещает ролик в системе, а система отправляет уведомление площадкам в соответствии с утверждённым заказчиком списком.
- 3) Администраторы площадок принимают решение и размещают /не размещают видеоролики на своих страницах. Решение площадки зависит от ряда параметров, среди которых название, содержание и длительность ролика.
- 4) Happy Monday в реальном времени наблюдает за ходом кампании, а Вибум обеспечивает защиту от накруток и сбор статистических данных. *Перед началом размещения заказчику может быть предоставлен доступ в кабинет Вибум по запросу.*
- 5) По окончании кампании заказчик получает детальный отчет о размещении (см. ниже слайды о статистике).

## Отбор площадок для размещения

**ВНИМАНИЕ!** Основная функция системы Вибум – массовый посев рекламного ролика. Массовый посев предполагает распространение ролика *на максимально возможном количестве площадок*, что даёт набор просмотров в *максимально короткий срок*. Тем не менее Вибум предлагает отбор площадок по дополнительным характеристикам, но предупреждает, чем строже отбор, тем ниже скорость набора оплаченных просмотров, меньше вероятность вывода в ТОП YouTube и набора вирусных и органических бесплатных просмотров.

- 1) **По тематике площадки.** Вибум предлагает выбор из 24 тематик
- 2) **По географии учтённых просмотров.** В силу механики размещения ролик всегда видят все подписчики группы или посетители сайта, но рекламодатель оплачивает просмотры только с российских IP - **наценка 30% (функция не доступна в VK и FB)**. Без наценки рекламодатель, обычно, получает от 60 до 65% российских просмотров. Возможно сделать настройку показов ролика только посетителям из крупных городов, но такая возможность ограничена web-сайтами (то есть вообще недоступно в социальных сетях).
- 3) **По полу/возрасту посетителей площадок.** Подбор площадок, на которых % аудитории по полу и возрасту наиболее соответствует ЦА рекламодателя.

- 4) **BigDATA** - видео показывается строго определенной по полу и возрасту аудитории. Технология доступна **только для посева на сайтах с механикой размещения «ротатор» или «in-read»**. Система до начала показа ролика определяет, подходит ли человек под ЦА ролика и решить, показывать ему ролик или нет.

### Возможности:

- Вибум имеет данные только о 35% всех уникальных пользователей, посещающих сайты системы, что значительно ограничивает скорость продвижения
- Таргетинг по полу и возрасту может быть совмещен с жестким таргетингом по географии
- Просмотры засчитываются как на десктопе, так и в мобайле

### Объемы:

- В зависимости от выбранного пола и возрастной категории скорость продвижения варьируется от 20 000 до 200 000 просмотров в сутки



## Подсчёт просмотров

**Система засчитывает просмотр только в том случае, если соблюдены одновременно четыре условия:**

- 1) Пользователь нажал кнопку «play» (в системе не используется автостарт)
- 2) Продолжительность просмотра была не короче определенной правилами системы или алгоритмом YouTube
- 3) Просмотр состоялся на той площадке, которая была утверждена заказчиком
- 4) Просмотр на конкретной площадке является уникальным (уникальность подтверждается IP-адресом, браузером и операционной системой)

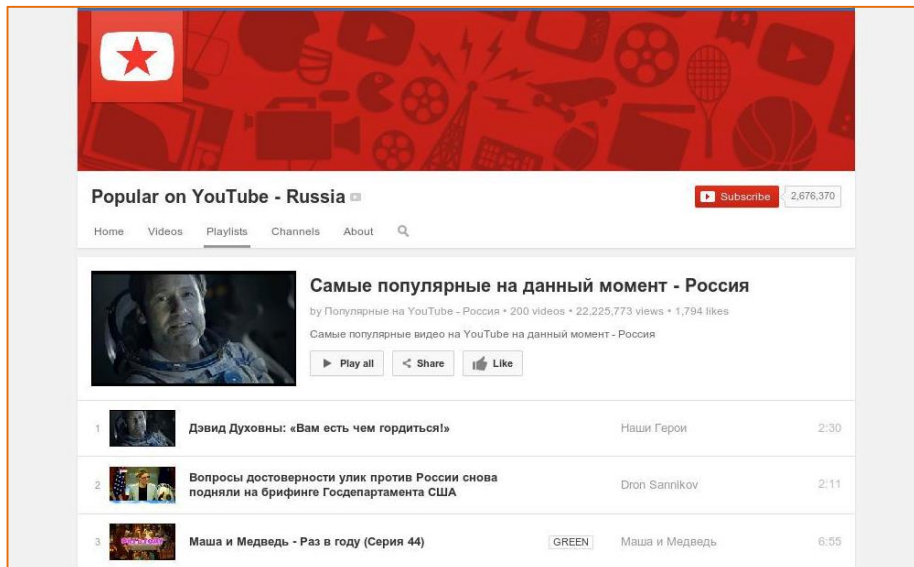
## Скорость набора просмотров

В рекламных кампаниях массового посева скорости набора просмотров распределяются следующим образом:

- Сайты ( особенно категории Кино/ТВ и Развлечения) - 35%
- ВКонтakte (группы всех тематик) – 40 %
- Одноклассники (группы всех тематик) - 24%
- Facebook - 1%

# Как выйти в ТОП-100 YouTube

Формирование «Популярное на YouTube» – полностью закрытый механизм, из-за чего никто не может гарантировать выход ролика в ТОП на 100%. Но на основании опыта более, чем 2000 кампаний Вибум даёт **рекомендации, увеличивающие шансы на попадание в ТОП-100:**



1. Ролик должен быть **свежезалитым (не старше одного дня)**
2. Размещение нужно осуществлять по максимальному пулу площадок, чтобы набрать **максимальное кол-во просмотров в первые сутки**
3. Рекомендуемый **объем** закупки – **от 300 000 просмотров. 79 % размещений роликов с объёмом заказа от 300 000 просмотров, реализованных Harry Monday через Вибум в 2014 году, вышли в ТОП-100 YouTube.**
4. На вывод в ТОП также влияет **активность на самом канале:** лайки, шеры и комментарии

## Рекомендации по подготовке ролика к размещению

**Название.** Ключевой элемент при принятии пользователем решения о том, смотреть ли ролик. Название напрямую влияет как на скорость реализации кампании, так и на возможность получения дополнительных (бонусных) просмотров. Название *должно соответствовать основной идее ролика*, но при этом быть интригующим.

**Описание.** Мы не рекомендуем делать описание к самим постам /новостям. Во-первых, администраторы площадок, которые работают с **ВИБУМ**, неохотно размещают ролики с подводками, поскольку тексты подводок, которые обычно хотят размещать рекламодатели, выделяются из общего стиля конкретной площадки. Во-вторых, посетители этих площадок сразу видят, что им предлагают какую-то коммерческую «джинсу», поскольку интересный ролик в подводке не нуждается, а всегда хватает интригующего названия.

**Тегирование.** В настройках ролика на YouTube рекомендуем прописать ключевые слова, по которым ролик может быть ассоциирован с другими видео на YouTube. Это может принести релевантные дополнительные просмотры.



# Принцип отображения встроенного названия/описания на площадках

**На сайтах.** Вибум задает название и подводку к видео на превью, это же название выводится во время просмотра видео.

**ВКонтакте.** Вибум задает название и подводку к видео на превью. В момент просмотра видео заданное название сохраняется под роликом.

Записи сообщества Все записи **Запись на стене** [Перейти к группе](#)


 **METALTRACKS**




**Трейлер. Робот по имени Чаппи** 117 630 просмотров

8 фев 2015 в 9:50 через Вбм | Это спам | Поделиться | Мне нравится 10

**Ваш комментарий**

 **METALTRACKS**



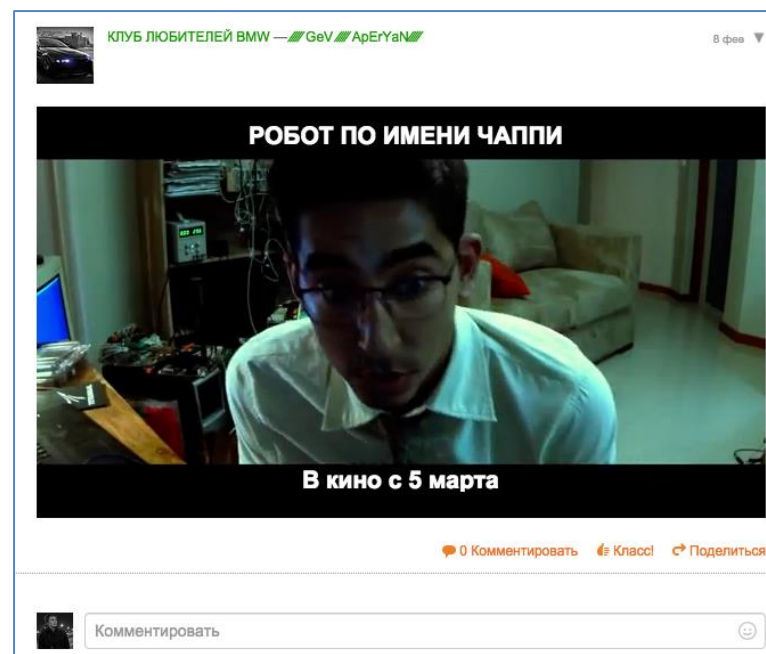
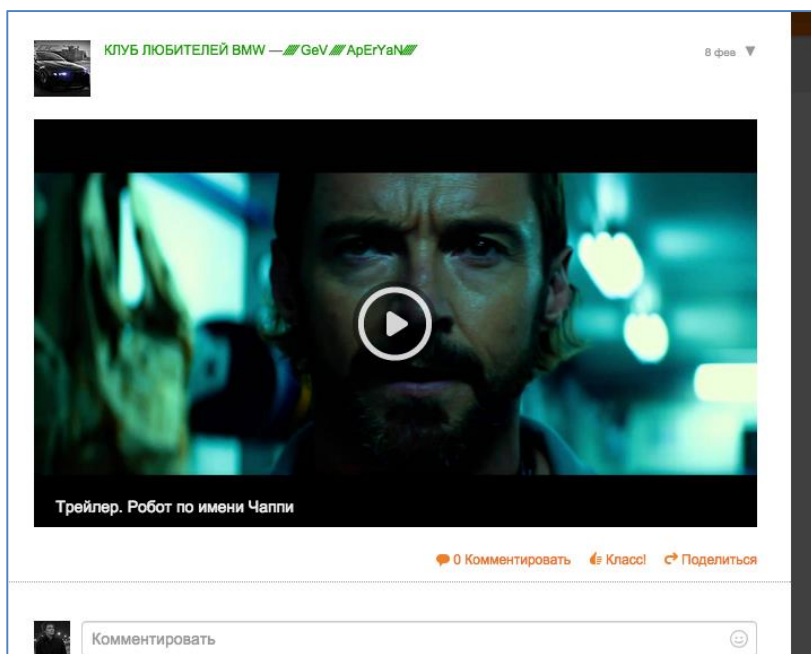
**Трейлер. Робот по имени Чаппи** 117 633 просмотра

8 фев 2015 в 9:50 через Вбм | Это спам | Поделиться | Мне нравится 10

**Ваш комментарий**

## Принцип отображения встроенного названия/описания на площадках

**Одноклассники.** Вибум задает название и подводку к видео на превью. В момент просмотра видео название не выводится.



**Фейсбук.** Вибум задает название и подводку к видео на превью, это же название выводится во время просмотра видео.

# Контроль качества размещений и защита от накруток

## Комплексный контроль качества

- **Вибум** - единственная платформа автоматизированного размещения видео, которая действительно обеспечивает **полную защиту от недобросовестного трафика и неживых просмотров**. Именно по этой причине крупные рекламодатели, которые попробовали разные системы посева, в результате всё равно вернулись в Вибум.
- Контроль качества Вибум осуществляется с помощью специально разработанных методов и технологий. Подробнее об этом в статье о Вибум на VC.RU: <https://vc.ru/p/nakrutki-video>
- Как только площадка попадает в систему, она проходит модерацию: ей присваивается одна из 24 категорий (тематик), список которых предоставляется по запросу.

Если на площадке есть порно, много матерных слов и жесткое видео, то она получает пометку «неформат». Эти площадки не участвуют в кампаниях, размещаемых через Happy Monday.

- Для участия в кампаниях у сайтов должно быть не менее 1000 человек дневной посещаемости, у пабликов ВКонтакте не менее 10000 подписчиков, для Одноклассников и Facebook на данный момент нет ограничений/

## Комплексный контроль качества

**ВНИМАНИЕ!** Во избежание попадания информации к конкурентным системам, техническое обоснование работы каждой защитной функции мы рассказываем только на очной встрече в офисе заказчика.

- **Слежение за сменой адреса или названия** площадки и отправка такой площадки на повторную модерацию.
- **Слежение за КПД каждой площадки.** Система получает сигнал о внезапной необоснованной активности на площадке. Это помогает предотвратить такие распространённые виды накруток как «слив» трафика (покупка дешевого трафика для страницы с видео), боты и прочее.
- На web-сайтах - **защита от смены описания текстовой подводки** к ролику, если она используется.
- **Защита от зачёта просмотров с репостов и постов**, размещённых на неутверждённых площадках.

## Комплексный контроль качества

- **Защита от простых накруток** по слежению за IP позволяет вычислять недобросовестных вебмастеров, которые чистят куки/меняют IP.
- **Защита от спама в социальных сетях:** в комментариях ВКонтакте и на стены других групп в Одноклассниках.
- **Стоп-слова:** если на странице планируемого размещения есть стоп-слова, согласованные с рекламодателем, ролик не будет размещён на данной странице
- **Ручная выборочная проверка размещений.** Модератор просматривает скриншоты размещения и если видит, что видео размещено с нарушением, тормозит кампанию для этой площадки или блокирует страницу.

В Вибуме НЕ БЫВАЕТ таких размещений


**ПРИМЕРЫ НЕДОБРОСОВЕСТНЫХ  
РАЗМЕЩЕНИЙ И НАКРУТОК МЫ  
ТРАНСЛИРУЕМ ТОЛЬКО НА  
ВСТРЕЧАХ**

# Аналитика и отчёты



# Общая статистика

**ВИБУМ**
КАМПАНИИ    НОВАЯ КАМПАНИЯ
Happy Monday ↓



02:30

**ДЭВИД ДУХОВНЫ: ВАМ ЕСТЬ ЧЕМ ГОРДИТЬСЯ!**

**🏆 В ТОПЕ**

**4 117 500**

**20 дней 23 Часа**  
 ЗАПУСК 25.07.14 20:07  
 ЗАВЕРШЕНИЕ 15.08.14 20:07

**СКАЧАТЬ**  
[ОТЧЕТ В XLS](#)  
[ОТЧЕТ В PDF](#)  
[СКРИНШОТЫ](#)

**✓ ЗАВЕРШЕНА**

## Статистика

- 👁️ Просмотры до конца **1 251 097 (30 %)**
- 👤 Участники **1 353** из **5 024**
- 🏆 Ролик занял **1-е место** в ТОПе Youtube
- 🔗 Переходы по ссылкам **77 279**
- 🔊 Расшаривания через кнопки в плеере **0**

## YouTube

- 👁️ Просмотры **7 988 776 (+7 988 475)**
- 📈 КРІ **194%**
- 🔄 Виральность **3 870 975**
- ❤️ Лайки **38 700 (+38 599)**
- 💬 Комментарии **5 579 (+5 569)**
- ➕ Подписки **1 860 (+1 559)**

## Площадки

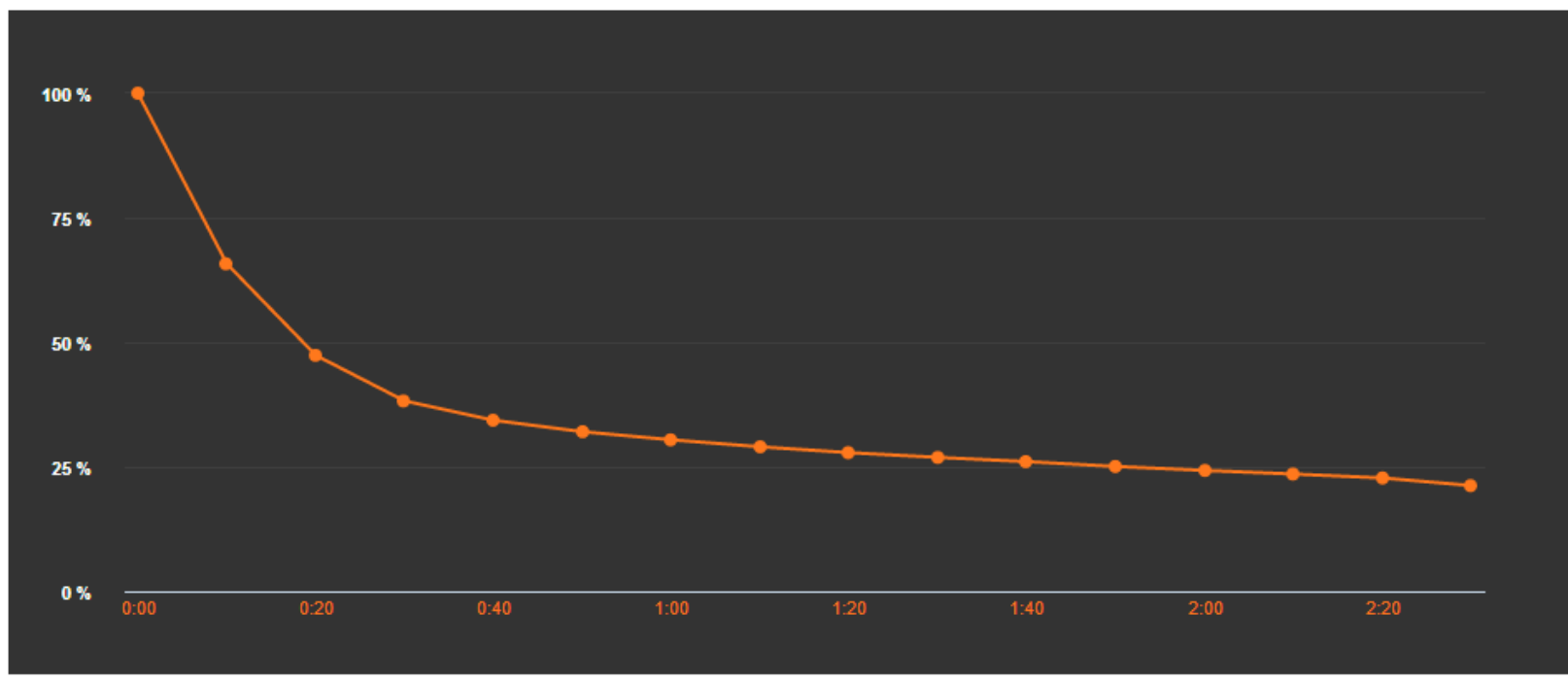
|             | Размещения  | Лайки         | Репосты     |
|-------------|-------------|---------------|-------------|
| 👤           | 1 104       | 7 335         | 1 381       |
| 👤           | 3 489       | 123 738       | —           |
| 📄           | 883         | 0             | 0           |
| <b>ИТОГ</b> | <b>5476</b> | <b>131073</b> | <b>1381</b> |

ВОВЛЕЧЕНИЕ
ДЕМОГРАФИЯ
ГЕОГРАФИЯ
ПЛОЩАДКИ
РАЗМЕЩЕНИЯ

# Удержание аудитории

## УДЕРЖАНИЕ АУДИТОРИИ

Средняя продолжительность просмотра 0:40



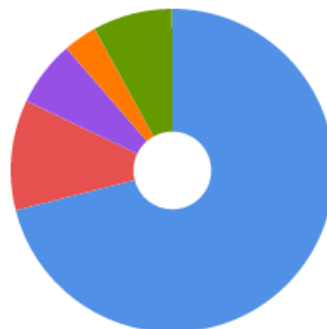
# География

ВОВЛЕЧЕНИЕ ДЕМОГРАФИЯ **ГЕОГРАФИЯ** ПЛОЩАДКИ РАЗМЕЩЕНИЯ

## ПРОСМОТРЫ ПО СТРАНАМ

Всего участвует стран — 29

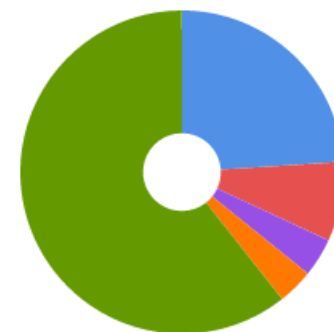
- **Россия**  
5566 просмотров (71%)
- **Украина**  
865 просмотров (11%)
- **Казахстан**  
513 просмотра (6.5%)
- **Молдова**  
264 просмотра (3.4%)
- **Другие**  
626 просмотров (8%)



## ПРОСМОТРЫ ПО ГОРОДАМ

Всего участвует городов — 80

- **Москва**  
788 просмотров (24%)
- **Санкт-Петербург**  
261 просмотр (7.9%)
- **Краснодар**  
127 просмотров (3.9%)
- **Новосибирск**  
117 просмотров (3.6%)
- **Другие**  
1992 просмотра (60.6%)



# Площадки

- ВОВЛЕЧЕНИЕ
- ДЕМОГРАФИЯ
- ГЕОГРАФИЯ
- ПЛОЩАДКИ**
- РАЗМЕЩЕНИЯ

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОСМОТРОВ

Всего участвует площадок — 104

- 4 722 Просмотров
- 1 515 просмотров
- 1 943 Просмотров

## СООТНОШЕНИЕ В ПРОЦЕНТАХ



- 57.7 %
- 18.5 %
- 23.8 %

| Площадка                      | Просмотры | Просмотры до конца % | Запуск плеера | Охват   | Средний возраст | Пол в % | Основная страна |
|-------------------------------|-----------|----------------------|---------------|---------|-----------------|---------|-----------------|
| <a href="#">Футбольные об</a> | 1 188     | 33%                  | 990           | 230 725 | 23              | 2  98   | Россия (72%)    |

# Отличия Вибум от других инструментов

## Просев vs стандартная видеореклама

| Параметр сравнения      | Продвижение (посев)   | Пре-роллы/мид-роллы  |
|-------------------------|---|--|
| Привлечение внимания    | Просмотр ролика инициируется зрителем <u>по его желанию</u>           | Просмотр <u>навязывается</u> перед основным видеоконтентом или внутри него                 |
| Фокус зрителя           | На самой рекламе  | На контенте после рекламы  |
| Отношение аудитории     | Позитивное или нейтральное  | Часто – негативное (пропускают ролик)  |
| Бонус для рекламодателя | Все вирусные и органические <i>просмотры</i> сверх заказа - бесплатно | Сколько <i>показов</i> куплено – не более того будет реализовано                           |
| Оплата                  | За инициированный зрителем уникальный <i>просмотр</i>                 | За навязанный зрителю неуникальный <i>показ</i> (за уникальность – дополнительная наценка) |

## Вибум vs TrueView

1. **Ценообразование.** Вибум - это фиксированная цена за просмотр + небольшие наценки за таргетинг. Цена TrueView формируется на аукционной основе и может быть как выше, так и ниже.
2. **Распространение видео.** Вибум - это тысячи сайтов и пабликов в социальных сетях. Возможности TrueView ограничены только сетью Гугла, а в социальных сетях размещений нет.
3. **Привлечение внимания.** При размещении через Вибум пользователь сам решает, смотреть ролик или нет. TrueView in-stream - это навязывание просмотра внутри контента. Пре-ролл перед началом видео может вызвать отрицательные эмоции у зрителя. По некоторым исследованиям 94% пользователей жмут на «пропустить», не просматривая рекламу.
4. **Социализация.** Ролики, размещенные через Вибум, дополнительно могут быть расшарены в социальных сетях, получать лайки и комментарии там, что увеличивает вовлеченность аудитории.
5. **Виральность и органические просмотры.** Ролики, продвигаемые через Вибум, получают много вирусных (бесплатных) просмотров, часто попадают на первую страницу ТОП YouTube и набирают органические (бесплатные) просмотры. Ролики, размещенные через TrueView никак не влияют на статистику просмотров видео в канале рекламодателя.
6. **Постоплата.** Вибум – возможно, TrueView - нет.

## Вибум vs конкурентные системы

- **100% автоматизация размещения.** Вибум изначально создавался для автоматизированных размещений видеороликов и продолжает совершенствоваться в этом направлении, что позволяет запустить рекламную кампанию в течение часа после согласования не только на web-сайтах, но и в социальных сетях и получать всю статистику real-time. Благодаря автоматизации стоимость просмотра практически в 2 раза ниже, чем при ручном посеве.
- **Серьёзная защита от накруток и недобросовестных размещений.** Вибум имеет самый большой опыт посева на российском рынке и знает обо всех способах накруток, которые используют администраторы площадок и недобросовестные конкурентные системы, чтобы зарабатывать больше. И защищает от них.
- **79 % размещений роликов с объёмом заказа от 300 000 просмотров,** реализованных Harry Monday через Вибум в 2014 году, **вышли в ТОП YouTube.** В отличие от конкурентных систем в ТОП выходят не только ролики с идеальным вирусным креативом, но и обычные ТВ-ролики.
- **Подробная статистика и отчётность.** В кабинете Вибум есть вся необходимая рекламодателю статистика, представленная в виде красивых графиков и отчётов.
- **Лидер рынка.** С Вибум сотрудничает самое большое количество web-сайтов и групп в социальных сетях. Вибум постоянно используют в своих рекламных кампаниях более 40 ведущих рекламодателей российского рынка. Это позволяет владельцам системы вкладывать серьёзную долю прибыли в развитие технологии без использования сторонних инвестиций и всегда действовать на несколько шагов впереди конкурентов.



# Интерактивные возможности Вибум

# 1. Встраивание iframe в конце ролика

## ВНИМАНИЕ!


- Использование такого формата возможно только при размещении на сайтах-партнёрах (около 2300+) и невозможно в социальных сетях.

С помощью Вибум можно решать маркетинговые и бизнес-задачи, при которых рекламодателю требуется **совершение действия**.

Партнёрские сайты Вибум позволяют загрузить в видеоролик любую html страницу с любого сервера, в которую можно вставлять различные интерактивные формы, позволяющие рассчитать стоимость страховки, записаться на тест-драйв, заполнить анкету и т.п., **не покидая ролик**.




**INTOUCH**  
PART OF THE KSA GROUP



**Гибкое Каско** – за полцены от обычного Каско

Вы - аккуратный водитель и хотите защитить свой автомобиль от угона и крупных убытков? Не хотите тратить много на ремонт? Тогда "Гибкое Каско" – продукт, созданный специально для Вас! Всего за 50% от стоимости обычного Каско Вы получите надежную страховую защиту от крупных убытков и угона.

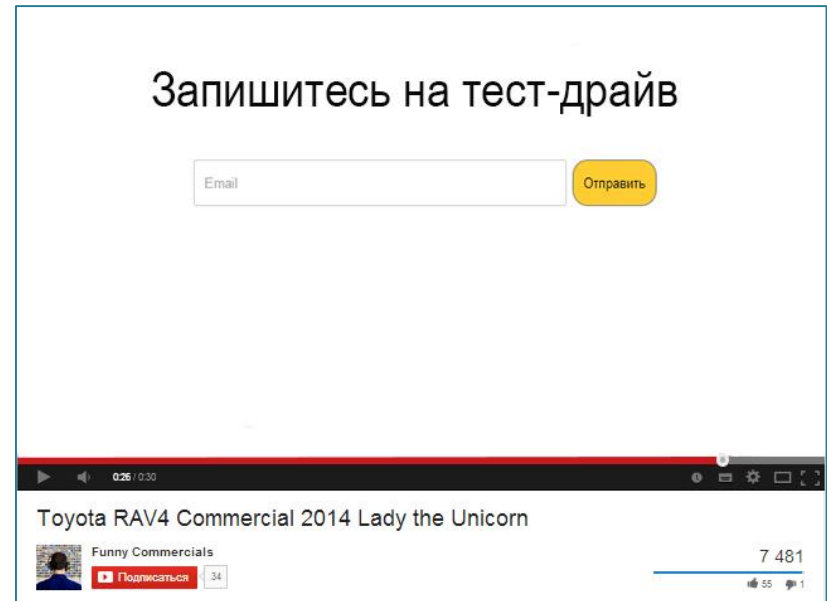
[РАССЧИТАТЬ КАСКО](#)



Также Вы можете узнать стоимость полиса по телефону

[Заказать звонок](#)

Таким образом, рекламодателю нет необходимости преодолевать «барьер», которым является решение пользователя переходить или не переходить на сайт для совершения действия. **Пользователь видит предложение в окне ролика и тут же решает, хочет ли им воспользоваться!**



1. Во время просмотра ролика, пользователю раскрываются USP продукта

2. В определенный момент в видео появляется форма, заполнив которую, пользователь может записаться на тест драйв

## Преимущества

**Низкая стоимость контакта.** Раньше вам бы пришлось для совершения таких действий заинтересовать пользователя баннером, пре-роллом или контекстной рекламой, заплатить за переход на сайт/landing page и надеяться, что там он совершит нужные действия. В данном случае идет оплата за просмотр ролика, а просмотр ролика стоит на порядок дешевле, чем клик по медийным инструментам (клик – от 10 рублей, просмотр видео от 1.85 руб. до 2.5 руб.)

**Совершение действий.** Вы платите только за одно действие - просмотр ролика. Совершение остальных действий – добавленная коммуникация бренда с потенциальным потребителем.

**Высокое качество контакта.** Это не пре-ролл, здесь пользователь сам запускает видео, руководствуясь собственным желанием. Ролик воспринимается органично наравне с другим контентом площадки.

**Компактность.** Размещенный при помощи Вибум ролик – это и есть вся ваша кампания. В iframe встраиваются любые html-страницы с вшитыми в них метками для анализа пост-просмотров.

## Рекомендации по подготовке ролика

1. Мы исходим из того, что факт добровольного запуска конкретного ролика предполагает, что пользователь потенциально заинтересован предложением из ролика.
2. Мы рекомендуем не сводить содержание ролика только к стандартному рекламному сообщению. Если мы хотим, чтобы пользователь **совершил действие** после просмотра ролика, следует использовать в ролике call to action с четко сформулированной мотивацией. Желательно **размещение перед роликом титра**, например «Записаться на тест-драйв можно, не покидая ролик. Досмотри до конца». YouTube позволяет вставить такие титры в ролик бесплатно.
3. Поскольку действие предполагается по завершению ролика, хронометраж не должен быть слишком длинным. Рекомендуемый хронометраж – не более 30 секунд.
4. Саму форму для заполнения следует адаптировать не только под размер окна плеера, но и сделать её максимально простой, дабы не пугать пользователя большой «анкетой».



## Для запуска требуется

1. **Подготовить ролик.** См. предыдущий слайд.
2. **Создать или адаптировать веб-страницу**, которая будет загружаться в iframe
3. **Настроить на этой странице метки аналитики** для измерения результата
4. **Разместить ролик в YouTube**, добавить привлекательное название и описание.
5. **Предоставить нам ссылки** на ролик и веб-страницу, которую надо загрузить в iframe

**Примечание.** По вашему запросу специалисты Harry Monday могут создать, подготовить и адаптировать видеоролик и веб-страницу для iframe. Стоимость данных услуг рассчитывается по запросу.



## 2. Встраивание кнопок шеринга и кнопок перехода

### ВНИМАНИЕ!

- Все действия пользователей с кнопками подсчитываются в системе
- Встраивание кнопок в плеер доступно при продвижении на всех площадках Вибум, включая социальные сети (кроме ВК)



## Кнопки шеринга в социальные сети

При нажатии на кнопку шеринга, ролик с рекламной текстовой подводкой размещается в ленте пользователя социальной сети. В тексте поддерживаются ссылки, хештеги.



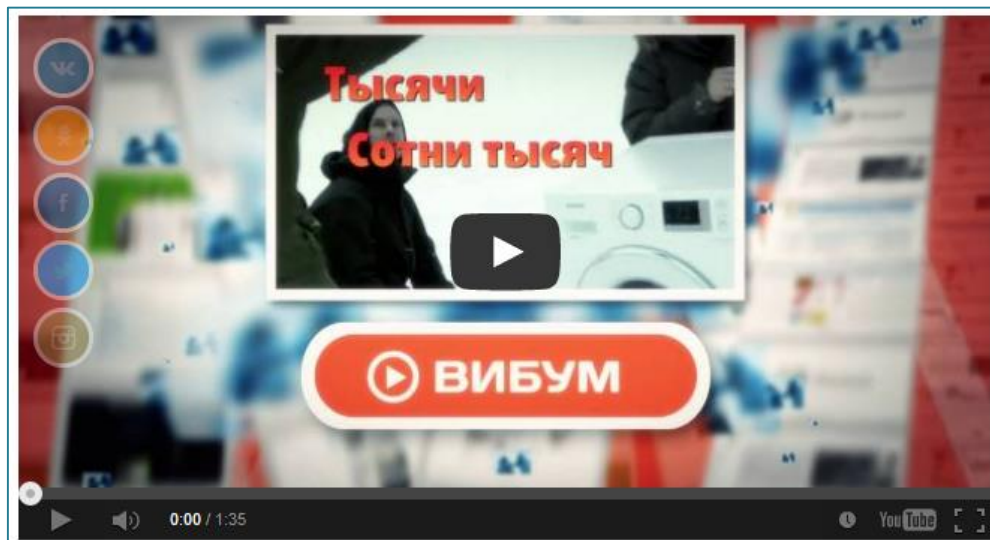
Виральному эффекту способствует шеринг, а к шерингу можно мотивировать. Например, «Хочешь поддержать нашу сборную на чемпионате? Жми на иконку своей любимой социальной сети и рассказывай друзьям!» Мотивация (титры) встраивается посредством бесплатных инструментов YouTube.

## Кнопка перехода

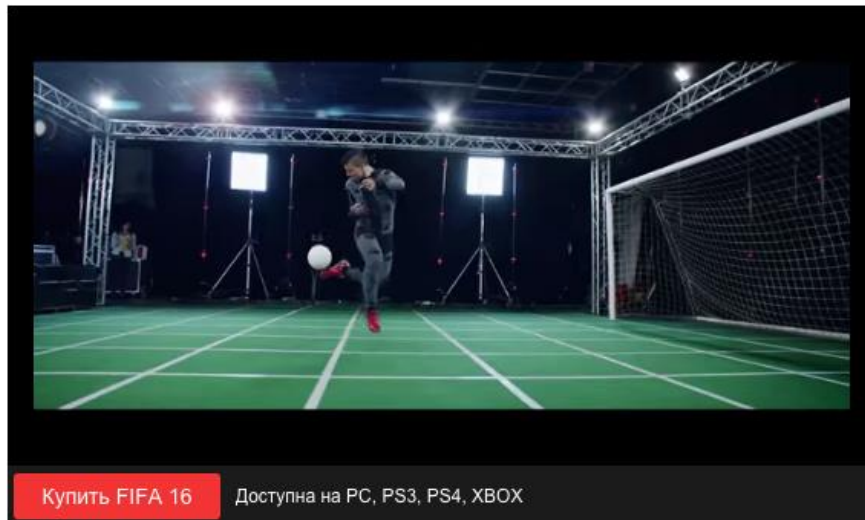


- Кнопка перехода может вести на сайт рекламодателя, landing page или страницы в социальных сетях. Текст в кнопке может быть заменён на «Узнать больше», «Перейти на сайт» (не более 25 знаков с пробелами). Фон кнопки может изменяться (шрифт – нет). В одном ролике может быть только одна кастомизированная кнопка перехода.

- Иконки социальных сетей могут использоваться как кнопки перехода на группы и аккаунты в социальных сетях. Иконки не кастомизируются.
- Невозможно установить в ВК и FB.

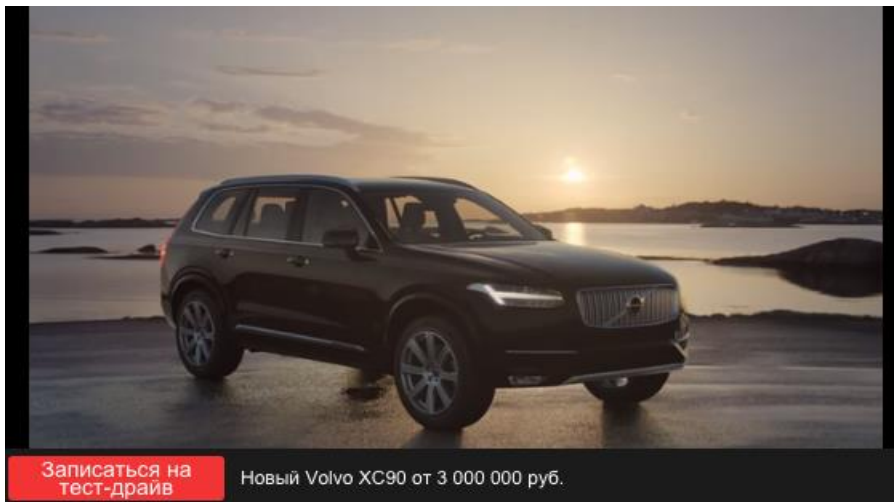


## Панель перехода



- **Панель перехода**  
Это кнопка, которая располагается в нижней части видеоролика и позволяет совершить необходимое действие прямо по время просмотра видеоролика.
- Функционал позволяет сделать кнопку с любым текстом, а также добавить описание. Кнопка может быть использована для продажи товаров, проведения акций и т.д.

## Панель перехода



К необходимым действиям могут относиться, например:

- подписка на канал рекламодателя
- запись на тест-драйв
- покупка/предзаказ игры
- покупка/предзаказ билетов на концерт.

# Прайс-лист Вибум

Эксклюзивные продажи посева через **ВИБУМ**  
**HPMD Sales House (Happy Monday Family)**

**Контакты в Москве**



**Елена Юткина**

Тел.: +7 (903) 516-83-51

E-mail: [e.yutkina@hpmd.ru](mailto:e.yutkina@hpmd.ru)

FB: <https://www.facebook.com/Egorova.Lena>



**Евгений Лесьев-Лесь**

Тел.: +7 (966) 009-30-65

E-mail: [e.lesiev@hpmd.ru](mailto:e.lesiev@hpmd.ru)

FB: <https://www.facebook.com/lesiev.les>