

Тема 7. Медиаaselлинг и медиабаинг











1. Особенности деятельности в сфере медиабаинга.
2. Особенности деятельности в сфере медиаaselлинга.
3. Сейлз-хаус в медиарекламной индустрии.
4. Медиаaselлинг и медиабаинг в интернете.

1. Особенности деятельности в сфере медиабайинга



Медиабаинг – услуги агентства по закупкам рекламного пространства в средствах распространения рекламы в целях последующего размещения рекламы (закупил, получил скидку за объемы, продал эти места и время рекламодателю).

Рейтинг медиабаинговых агентств (2016 г.)

Сводный рейтинг ТВ Радио Пресса Наружная реклама Интернет							
#	Агентство	Все медиа	ТВ	Радио	Пресса	ООН	Интернет
1	 Starcom	17 558	15 136	110	604	641	1 067
2	 Media Instinct	15 732	9 654	1 458	497	2 614	1 509
3	 OMD Optimum Media	15 567	12 514	648	635	1 770	-
4	 ZenithOptimedia	15 237	12 423	394	1 065	236	1 119
5	 MEC	12 066	9 586	417	638	738	687
6	 Carat	10 765	9 033	1 046	340	346	-
7	 MediaVest	10 260	8 473	58	131	931	667
8	 Havas Media	9 852	8 575	285	875	117	-
9	 Initiative	9 371	8 585	270	215	301	-
10	 Vizeum	7 659	5 843	480	641	695	-

Advertising. Principles & Practice:

«Медиабаеры должны быть специалистами, которые профессионально разбираются во всевозможных средствах рекламы и могут комбинировать эти средства с максимальной эффективностью».

РЕКЛАМОДАТЕЛЬ	РЕКЛАМНЫЙ БЮДЖЕТ, МЛН РУБ.	ОБЪЕМ TRP ЗА 2017 Г.	СТОИМОСТЬ 1 TRP	ОХВАТ 3+
ПИК	63,92	3 859	16 600 РУБ.	87,44
ГРУППА ЛСР	72,90	3 227	22 600 РУБ.	87,16
ЛИДЕР ГРУПП	38,37	1 860	20 600 РУБ.	87,11
СПБ РЕНОВАЦИЯ	40,68	1 858	21 900 РУБ.	84,99
ГЛАВСТРОЙ СПБ	28,52	1 714	16 600 РУБ.	83,16
ЭТАЛОН	42,18	1 630	28 300 РУБ.	75,05
LEGENDA INTELLIGENT DEVELOPMENT	28,09	1 399	20 100 РУБ.	83,52
YIT CORPORATION	22,44	1 041	21 600 РУБ.	76,35
RBI	17,54	991	17 700 РУБ.	78,57
ЦДС	25,93	970	26 700 РУБ.	69,49

Данные: Mediascore / TV Index С.-Петербург, 2017 г. ЦА: 25 – 55 ВС. Данные не являются коммерческой тайной.

Максимальный объем TRP, низкая стоимость единицы пункта. Всё логично! Медиабаеры «ГЭК» делают свою работу на отлично!

Меньший, чем у «ПИК», объем TRP при большем бюджете. Что-то пошло не так...

Стоимость пункта рейтинга точно такая же, как у «ПИК», при бюджете в 2 раза меньше!

В чём секрет?



ЭТУ ЗАКУПКУ И РАЗМЕЩЕНИЕ ДЕЛАЛИ МЫ

ВИДЫ МЕДИАБАЙНГА

1. Покупка эфирного времени на ТВ.

- оплата времени трансляции по минутному прайсу;
- оплата рейтингов.

2. Покупка эфира на радио происходит по минутному прайсу.

3. Покупка рекламного места в прессе (цена в зависимости от его площади).

4. Покупка площадей для наружной рекламы (рекламы на транспорте, в метро и на других городских носителях) зависит от цены, материала, месторасположения и объема конструкции.

5. Покупка рекламных площадей в Интернете.











Место медиабайнга в рекламном процессе



УЧАСТНИКИ МЕДИАБАИНГОВОГО РЫНКА

- баинговые агентства, локальные и сетевые рекламные агентства.
- медиабайнговые клубы.

Сводный рейтинг медиабайнговых агентств 2018 г. (млн. руб. с НДС)

#	Агентство	TOTAL	TV	INTERNET	PRESS	RADIO	OOH
1	 OMD Optimum Media	23 026	17 303	3 182	625	822	1 094
2	 Media Instinct	22 884	13 952	3 168	1 061	1 863	2 840
3	 Starcom	22 635	18 882	2 444	207	345	757
4	 Carat	19 790	16 074	2 023	187	1 112	394
5	 Zenith	14 624	12 277	1 484	293	401	169
6	 MEC	14 476	11 806	1 402	352	297	619
7	 Havas Media	12 519	9 620	1 324	908	466	201
8	 OMD Media Direction	10 996	7 085	1 163	386	1 058	1 304
9	 Initiative	10 260	8 094	1 351	202	478	135
10	 Vizeum	9 979	5 456	1 981	805	683	1 054

ПРЕИМУЩЕСТВА МЕДИАБАИНГА

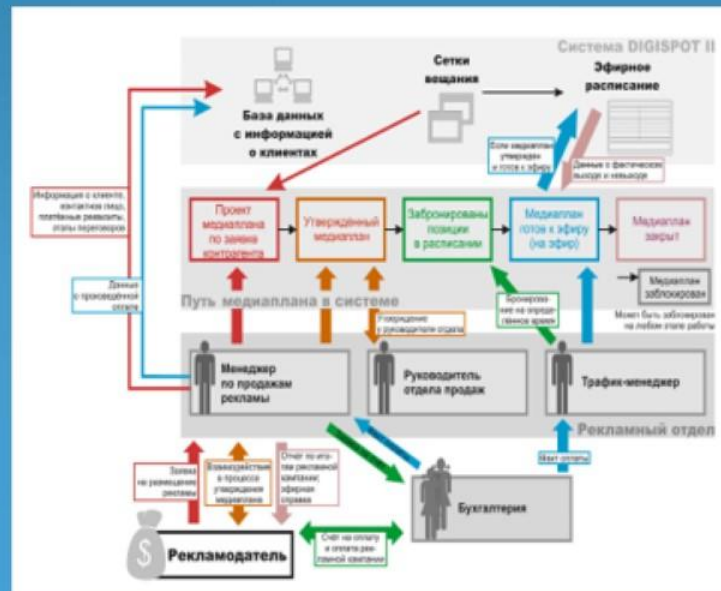
- Четкое планирование объемов продаж рекламных площадей.
- Активизация продаж рекламных площадей.
- Выгодное распределение скидок между покупателем и баером.
- Оптимизация финансовых потоков.
- Медиабаинг – самый подходящий вид продажи рекламы для начинающих медиа, еще не имеющих достаточного количества квалифицированных собственных продавцов.

НЕДОСТАТКИ МЕДИАБАИНГА

- Риски, связанные с нераспроданностью рекламных площадей и эфирного времени.
- Тесная связь СМИ с медиабаером и зависимость имиджа первого от четкости работы и добросовестности второго
- Недоразвитость отрасли медиабаинга.

Сфера деятельности медиа-байера

- контакты со средствами массовой информации.
- закупка рекламных площадей.
- работа в тесном контакте с креативным директором и менеджером по рекламе.
- основная задача – оптимизировать бюджет для клиента, предложив максимально возможные скидки и наиболее выигрышное расположение рекламы.



Специалист по закупке рекламных площадей:

- обеспечивает продвижение и размещение рекламной продукции на информационных площадях в соответствии с требованиями заказчика;
- осуществляет мониторинг рекламных кампаний конкурентов;
- изучает рейтинги средств массовой информации;
- определяет оптимальную рекламную площадь;
- изучает расценки в различных средствах массовой информации, определяет наиболее выгодные;
- проводит переговоры с представителями средств массовой информации;
- контролирует размещение рекламы.

Варианты медиабайнга

Внутренние медиаселлеры

- продаж рекламных возможностей занимают сами носители с помощью собственной рекламной службы

Внешние медиаселлеры

- специализированные рекламные агентства

Комбинированная схема внутреннего и внешнего медиаселлинга

Alladvertising.ru ТОП -20 Медиабайеры

Медиабайеры, Санкт-Петербург



Adwatch Isobar

Dentsu Aegis Network, Adwatch, Adwatch Isobar, АКАР, Aegis Media, Интернет-реклама, Интернет-технологии, Мобильный маркетинг, Медиабайеры, Веб-дизайн, Top 10, Избранное, Креативные агентства, Реклама в социальных сетях, Дизайн графический

Полносервисное агентство digital-коммуникаций: комплексные кампании в интерактивной среде – медиа-планирование, медиа-байнг, разработка и реализация креативных концепций, онлайн-PR/BTL.



Optimum Media

Optimum Media, ATL агентства, Медиабайеры, Маркетинговые исследования, Медиа-агентства, Реклама на ТВ, Интернет-реклама, Реклама на радио, Наружная реклама, Product placement, Omnicom Group, Стратегическое планирование, Top 10, Агентства полного цикла

Этапы медиабаинга

Подготовительная фаза медиабаинга

- Анализировать рыночные условия и предсказать расценки.
- Систематизировать совокупные требования по желаемому пакету.
- Подготовить оценочные данные по целевой аудитории.
- Установить критерии качественных оценок.

Исследовательская фаза медиабаинга

- Изучить доступные исследования и отзывы.
- Проверить возможные графики.

Фаза программирования медиабаинга

- Определить предположительные временные доли и данные по зрителям.
- Определить лучшие комбинации всех возможных или доступных пакетов на базе ожидаемой стоимости.

Фаза предложения и торга медиабаинга

- Информация о программных и ценовых пакетах.
- Получение ценовых предложений, определение последних изменений графика.
- Анализ количественных и качественных аспектов каждого медиаплана.

Фаза завершения переговоров

- Внести поправки по временному периоду и графику размещения.
- Получить окончательные ценовые предложения, определить контрактные условия с каждой сетью.

2. Особенности деятельности в сфере медиаселлинга

Медиаселлинг – услуги агентства по продажам рекламного пространства средств распространения рекламы от имени и по поручению владельца средств распространения.

Alladvertising.ru ТОП -20 Медиаселлеры

Медиаселлеры, Санкт-Петербург



Russ Outdoor

News Outdoor, Russ Airport Media, Наружная реклама, Russ Outdoor, Световые короба, Плазменные панели, Нестандартные носители, Медиаселлеры, Витрины и вывески, Стенды, Indoor, Top 10, Мосгорреклама, Избранное

Крупнейший российский оператор наружной рекламы. В рекламной сети Russ Outdoor: билборды стандартных форматов, уличная мебель, рекламоносители больших и сверхбольших форматов, реклама в аэропортах, реклама в супермаркетах.



Алькасар

Алькасар, Top 10, Медиапланирование, АКАР, Медиаселлеры, Стратегическое планирование, Реклама на ТВ, Медиа-агентства, Газпром-Медиа

Группа компаний «Алькасар» является одним из крупнейших медиаселлеров на российском рекламном рынке и предлагает возможности телеканалов НТВ, ТНТ, ТВ Центр, НТК Звезда. На сегодняшний день группа представлена в 27 филиалах по всей России и входит Газпром-Медиа Холдинг.



AdRiver

AdRiver, Соловей, Top 10, Internet, Интернет-технологии, IAB, Интернет-реклама, Медиаселлеры

Ценовая политика для продаж формируется на основе:

- продаж по специальным рекламным блокам;
- продаж по минутному прайс-листу;
- продаж по рейтингам.

СТОИМОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ НА ТВ:

Канал	Время	Стоимость размещения/Москва	Стоимость размещения/РФ
Первый канал	Прайм-тайм	55 - 660 тыс. руб.	174 - 2 088 тыс. руб.
Россия 1	Прайм-тайм	20 - 240 тыс. руб.	94 - 2 238 тыс. руб.
НТВ	Прайм-тайм	20 - 240 тыс. руб.	72 - 864 тыс. руб.
ТНТ	Прайм-тайм	28 - 336 тыс. руб.	123 - 1 476 тыс. руб.
СТС	Прайм-тайм	32 - 384 тыс. руб.	86 - 1 032 тыс. руб.

Расценки на размещение рекламы в газете



141551 МО, Солнечногорский р-н,
п. Андреевка, д. 47
С 9.00 до 18.00, без перерыва

тел. (499) 995-45-73
(499) 735-16-71
(916) 429-90-60

с 16 сентября 2013 г.
www.zelenograd-news.ru
e-mail: info@zelenograd-news.ru

ТИРАЖ: 78 000 экзemplаров
ОБЪЕМ: 4 - 12 полос формата А3
ПЕРИОДИЧНОСТЬ: понедельник, среда, пятница

РАСПРОСТРАНЕНИЕ БЕСПЛАТНО
для организаций и предприятий
по каждому почтовому ящику
Зеленограда и Андреевки

ФОРМАТ МОДУЛЕЙ	ЦЕНА (руб.) ЧЕРНО-БЕЛЫЕ ПОЛОСЫ	ЦЕНА (руб.) ЦВЕТНЫЕ ПОЛОСЫ	РАЗМЕР МОДУЛЕЙ (мм)	ПЛОЩАДЬ МОДУЛЕЙ (кв. см)	ЦЕНА 1 КВ.СМ (руб.) ЧЕРНО-БЕЛЫЕ ПОЛОСЫ	ЦЕНА 1 КВ.СМ (руб.) ЦВЕТНОЙ ПОЛОСЫ
1 (1/146)	364	408	41x13	5,33	66,42	76,55
2 (1/72)	708	816	41x29	85x13	11,89	98,63
3 (1/48)	1062	1224	41x45	129x13	18,45	97,56
4 (1/36)	1416	1632	41x61	85x29	25,01	96,82
5 (1/28)	1770	2040	41x77	41x77	31,57	96,06
6 (1/24)	2124	2448	41x93	85x45	38,25	95,53
8 (1/18)	2832	3264	85x61	173x29	51,85	94,92
9 (1/16)	3186	3672	129x45	58,95	54,88	93,25
10 (1/14)	3540	4080	85x77	65,45	54,09	92,34
12 (1/12)	4248	4896	85x93	129x61	79,95	91,94
14 (1/10)	4956	5712	85x109	92,65	93,47	91,61
15 (1/10)	5310	6120	129x77	98,33	93,48	91,61
18 (1/8)	6064	6936	85x125	173x61	106,25	91,44
18 (1/8)	6372	7344	85x141	129x93	119,97	91,11
24 (1/6)	8486	9792	85x169	129x125	161,25	92,99
36 (1/4)	12744	14688	129x189	243x93	243,81	92,27
48 (1/3)	16992	19584	85x261	173x189	326,97	91,97
72 (1/2)	25488	29376	266x189	491,40	91,87	92,78
108 (1/4)	38232	44064	266x295	741,00	91,60	92,47
144 (1)	50976	58752	266x381	990,00	91,46	92,31

ОПЕРАТИВНАЯ ПОЛИГРАФИЯ
визитки • буклеты • листовки

СТРОЧНОЕ ОБЪЯВЛЕНИЕ
1 знак • 3 руб. 38 коп.

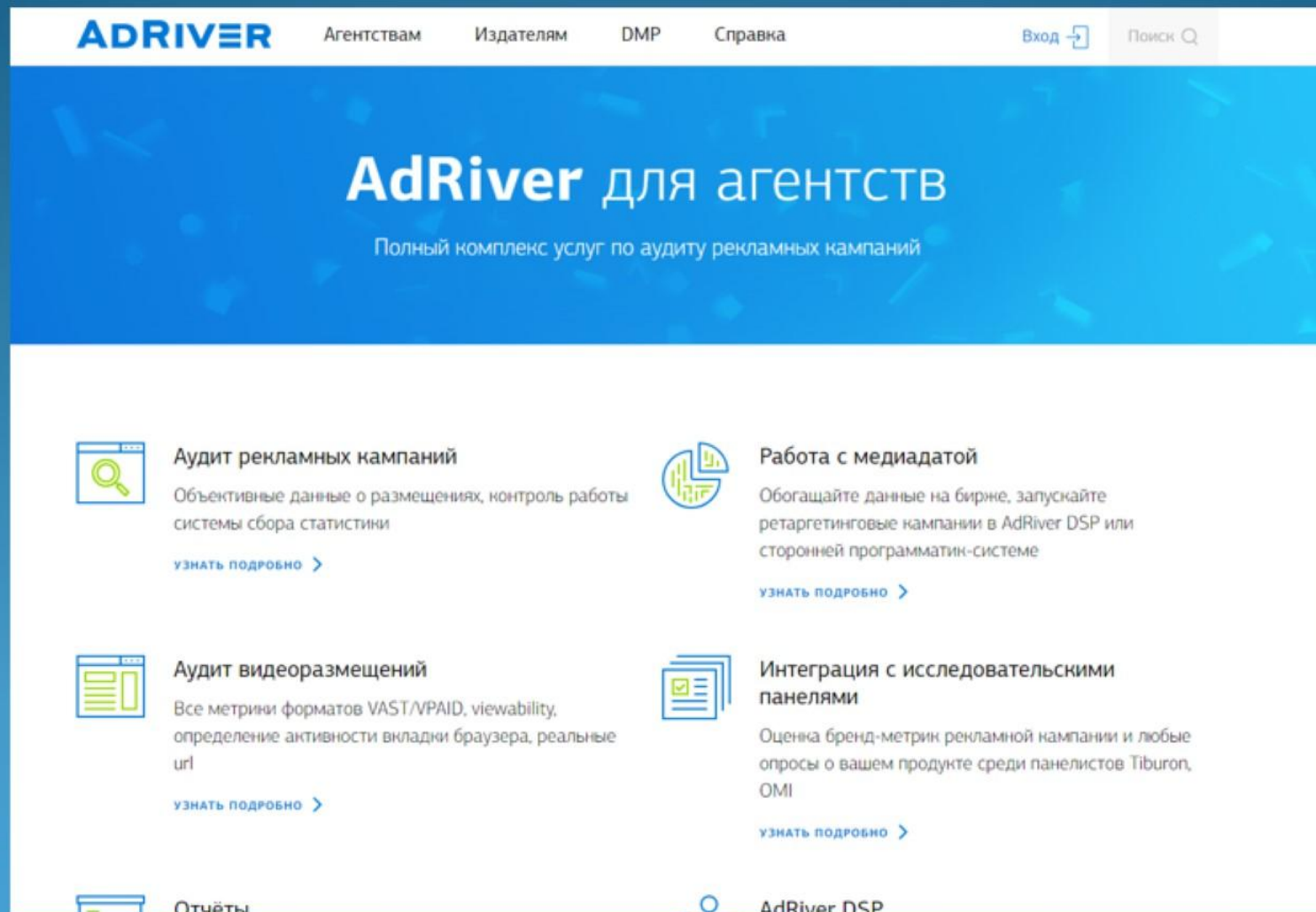
О ПРОПАЖАХ И НАХОДКАХ
бесплатно

МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ	НАСЧЕТЫ
Первая полоса	100%
Последняя полоса	50%
Среди частных объявлений	50%
Бронирование определенного места	10%
Подъем строчного объявления	85%
Выделение жирным шрифтом строчного объявления	100%
Шпатель черно-белого вытуска (85x60 мм)	8000 руб.
Шпатель цветного вытуска (85x60 мм)	7000 руб.

НДС не облагается

Предоставляются
скидки
при сотрудничестве
через персонального
менеджера
редакции.

Медiasеллинговые агентства – структуры, которые по поручению и от имени медиаканалов продают рекламное пространство последних.









The screenshot shows the AdRiver website interface. At the top, there is a navigation bar with the AdRiver logo and links for 'Агентствам', 'Издателям', 'DMP', and 'Справка'. On the right side of the navigation bar, there are links for 'Вход' and 'Поиск'. The main header area features the text 'AdRiver для агентств' and 'Полный комплекс услуг по аудиту рекламных кампаний'. Below this, there are four service cards, each with an icon, a title, a description, and a 'узнать подробно' link.

AD RIVER Агентствам Издателям DMP Справка Вход Поиск

AdRiver для агентств

Полный комплекс услуг по аудиту рекламных кампаний

- **Аудит рекламных кампаний**
Объективные данные о размещениях, контроль работы системы сбора статистики
[узнать подробно >](#)
- **Работа с медиадатой**
Обогащайте данные на бирже, запускайте ретаргетинговые кампании в AdRiver DSP или сторонней программатик-системе
[узнать подробно >](#)
- **Аудит видеоразмещений**
Все метрики форматов VAST/VPAID, viewability, определение активности вкладки браузера, реальные uP
[узнать подробно >](#)
- **Интеграция с исследовательскими панелями**
Оценка бренд-метрик рекламной кампании и любые опросы о вашем продукте среди панелистов Tiburo, OMI
[узнать подробно >](#)
- **Отчёты**
- **AdRiver DSP**

Схемы медиаселлинга:

1. Продажи осуществляет собственная служба продаж телекомпании (внутренний медиаселлер).
2. Продажи осуществляет внешняя рекламная структура (медиаселлер);
3. Комбинированная схема продаж, при которой задействованы и внешний медиаселлер, и собственный отдел продаж. При этом может осуществляться:
 - полный эксклюзив на все виды рекламы;
 - эксклюзив только на собственную рекламу, но не на спонсорство;
 - за рекламными службами телеканалов оставляют так называемые «телемагазины» и «коммерческие программы»;

4. Селлер получает статус уполномоченного агентства (СТС и ТНТ), что позволяет размещать рекламу как агентству, так и рекламной службе канала;

5. При запрете на размещение прямой рекламы на канале могут передаваться права на спонсорство (ТВ-канал «Культура»).

Оплата услуг медиаселлеров

1) Фиксированная (гонорарная) оплата

- оплата за выполнение каждого конкретного вида работы, за изготовление каждого рекламного продукта и за оказание каждого вида услуг.
- селлер выплачивает носителю определенную сумму и все, что получает сверх, оставляет себе.

Разновидности

- установление почасовых гонораров (тарифов),
- определение стоимости работ в каждом конкретном случае.

Пример

Тарифный план по использованию сервиса Adriver для рекламодателей и рекламных агентств

Таблица №1 Комплексная услуга по доступу в Систему

Код услуги	Наименование услуги	Количество запросов в Систему*	Единица измерения
C2004-1	Комплексная услуга по предоставлению доступа в проприетарно-адаптивную платформу Adriver (далее – Система) для учета и/или управления объектами Системы	от 200 000 до 3000 000	услуга
		от 3 000 000 до 10 000 000	1000 (одна тысяча) за
		от 10 000 000 до 100 000 000	1000 (одна тысяча) за
		от 100 000 000	1000 (одна тысяча) за

*Способность данной услуги зависит от количества запросов в Систему за отчетный месяц

** Один запрос в Систему равен одному показу или клику без показов

Таблица №2 Дополнительные услуги

Код услуги	Наименование услуги	Описание	Единица измерения
A2017-2	Учет запросов и управление, а также предоставление видео баннеров стандарта VAST/VPAID для показа в сети Интернет	Учет запросов и управление, а также предоставление видео баннеров стандарта VAST/VPAID для показа в сети Интернет	1000 (одна тысяча) за
A2017-1	Учет запросов и управление видео баннерами стандарта VAST/VPAID в сети Интернет	Учет запросов и управление видео баннерами стандарта VAST/VPAID в сети Интернет	1000 (одна тысяча) за
C2004-2	Стандартный отчет	Предоставление расширенных отчетов Esact в стандартной вилборд Системы	1 (один) отчет
A2016-4	Нестандартный отчет	Создание (если требуется) написание новых скриптов, программных виджетов и предоставление расширенных отчетов Esact, CSV с нестандартными данными Системы	1 (один) отчет
C2016-3	Отчет по качеству аудитории	Предоставление отчета Esact со статистическими параметрами поведенческая и тематическая аудитория по объектам Системы (поведенческие: календарь поведенческой истории, календарь индивидуальных действий пользователей в сети Интернет, тематические: наличие и активность идентификатора пользователя, скорость отклика на рекламные информационные материалы, типы используемых устройств для просмотра рекламной-информационных материалов)	1 (один) отчет
C2016-5	Расширенный отчет по видео баннерам стандарта VAST/VPAID	Расширенный отчет по видео баннерам стандарта VAST/VPAID/MRAID	1 (один) отчет
A2015-2	Выгрузка по аналитике стандартные	Предоставление серверной статистики по базе медиапланов Adriver Analytics. Крайние и выгрузка Метаданных статистики в течение отчетного периода	услуга
A2015-3	Выгрузка по аналитике нестандартные	Предоставление серверной статистики по базе медиапланов Adriver Analytics. Крайние и выгрузка Метаданных статистики в течение отчетного периода	услуга
A2016-1	Предоставление отчетов исследователей (TNS и другие) для рекламно-информационных кампаний, которые идут без учета запросов в Систему	Доступ в интерфейс Системы, создание объектов учета отчетов исследователей, клиентская поддержка.	Заказ
C2016-1	Выгрузка синхронизации параметров (куки и другие) по панели исследователя	Установка сбора данных по панели исследователя, настройка синхронизации данных, предоставление отчета по синхронизированным данным Системы и панели исследователя. Исследователи: Yougov, OM, OnlineIntelligence.	1 (один) выгрузка
C2016-2	Предоставление списка кук	Список списка кук по объекту/объектам Системы и предоставление его для сканирования	1000 (одна тысяча) уникальных пользователей по Заказу в течение отчетного месяца. Периодичность предоставления ежедневная, еженедельно, ежемесячно.
A2016-9	Активация аудитория в сторонних системах для remarketing	1000 (одна тысяча) запросов	+0.42 к основной услуге C2004-1 за отчетный месяц
		1000 (одна тысяча) выводов кода по Заказу в течение отчетного месяца	10

ЦЕНА (без НДС), руб.

5 000

3,5

2

1,5

Ссыл

https

<https://www.adriver.ru/agency/legal/services/extended-video-report/>

<https://www.adriver.ru/agency/legal/services/upload-base/>

<https://www.adriver.ru/agency/legal/services/upload-extra/>

<https://www.adriver.ru/agency/legal/services/research/>

<https://www.adriver.ru/agency/legal/services/cookie/>

<https://www.adriver.ru/agency/legal/services/export/>

<https://www.adriver.ru/agency/legal/services/remarketing/>

Расчет эффективности рекламной деятельности селлера осуществляется по формуле:

$$\text{Э} = (\text{РБ} - \text{Г}) / \text{РО},$$

где

Э – эффективность рекламной деятельности селлера;

РБ – суммарный бюджет данного средства рекламы;

Г – сумма гарантии;

РО – расходы на организацию продаж рекламы.

2) При *комиссионной оплате* селлер получает определенный процент от каждой продажи рекламного пространства.

- 10 – 20% от привлеченных бюджетов.
- эффективность рекламной деятельности селлера рассчитывается по формуле:

$$\text{Э} = \text{РБ} \times \text{К} / \text{РО},$$

где Э – эффективность рекламной деятельности селлера,

РБ – суммарный бюджет данного средства рекламы;

К – величина комиссии селлера ($0 < \text{К} < 1$);

РО – расходы на организацию продаж рекламы.

3) При *комбинированной схеме* селлер принимает на себя обязательства по продаже определенного минимума пространства, может получать не только процент, но и премиальные суммы при увеличении объема продаж.

Выбор системы оплаты

Комиссионная форма оплаты



относительная простота расчетов, стимул для рекламного агентства, направленность на конечный результат,



опасность того, что рекламное агентство может не очень качественно выполнить ту или иную часть конкретной работы в рамках общей рекламной кампании.

Гонорарная форма оплаты



стимулирование рекламного агентства к качественному выполнению конкретных видов работы,



сложность обоснования стоимости отдельных видов работ, опасность чрезмерного вмешательства рекламодателя.

Комбинированная система



используются достоинства и гонорарной и комиссионной форм оплаты,



дополнительные трудности при работе рекламодателя с рекламным агентством.

Оплата по
результату
payment by results
(PBR)

Виды скидок в медиаселлинге (1)

Финансовые – за оплату счета в течение определенного срока после его выставления (около 0,5%);

- за авансовый платеж – предоплата (около 5%);
- за оплату наличными (во всем мире);
- за сумму заказа.

Виды скидок в медиаселлинге (2)

Объемные скидки:

- за количество заказов в течение определенного времени, например 15% за 10 заказов в течение года;
- за объем купленной площади в течение определенного времени, например 10% за 10 полос, купленных в течение календарного года;
- за количество публикаций в одном заказе, например 5% за 3 публикации в одном заказе, 7% за 5 публикаций;
- за объем площади в одном заказе, например $\frac{1}{32}$ – 0%, V_{16} – 5%, V_2 – 20%, V_1 – 25%.

Виды скидок в медиаселлинге (3)

Специальные скидки:

- «неизменяемая» – если в нескольких публикациях одного заказа помещается один и тот же неизменяемый макет объявления (за 10 публикаций V_{16} полосы неизменяемого макета – 3% скидки);
- «многоцелевая» – за публикацию в различных выпусках одного и того же издания;
- «частная» – за заказ от частного, физического лица;
- «пробная» – обратившимся в первый раз (около 5%);
- «тематическая» – за рекламу от определенных категорий рекламодателей или на определенную тему (5 – 10%);
- «сезонная», например, 25% в летнее время.

Надбавки производятся по следующим поводам:

- за срочность;
- за бронирование;
- за полосность – на 1-й полосе – +50%, на 2-й – +30%, на 3-й – +15, на предпоследней – +15%, на последней – +40%;
- за указание тематических рубрик, например, «финансы» – +30%, «спорт» – +25%;
- за дни недели: Пн – +2%; Вт – +5%; Ср, Чт, Пт – +0%; Сб – +15%; Вс – +10%;
- за нестандартность – около 50%;
- за цветность – при трех дополнительных цветах – около 50%;
- за публикацию «под обрез» – около 15%.

Внешние и внутренние медиаселлеры


Преимущества продаж через внешнего медиаселлера для носителя:

- более квалифицированная рабочая сила,
- сокращение издержек на продажи,
- получение возможности продаваться в пакете с другими каналами (или изданиями и т.д.), что выгодно рекламодателям.

РЕКЛАМА НА «ТРИКОЛОР ТВ»

агентство 2

“Официальный сейлз-хаус «Триколор ТВ»”




вспомогательная база абонентов*	HD-абоненты	телеканалы**	HD-телеканалы**	LHD-телеканалы**	места по числу абонентов в России	места по числу HD-абонентов в мире
12 150 000	8 500 000	200	43	4	1	3

* в млн человек по данным Росстата, 30.06.2014
** в млн каналов по данным Росстата, 30.06.2014

РЕКЛАМНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Операторские рекламные блоки (ОРБ) 2014-2015

Рекламные возможности на территории нашей страны и за рубежом



3. Сейлз-хаус в медиарекламной индустрии

Независимый сейлз-хаус – особое институциональное образование в медиарекламном бизнесе, он не является владельцем СМИ и не аффилирован с какой-либо медиакомпанией.

Газпром-медиа

«Газпром-медиа» – ведущий диверсифицированный медиахолдинг в России и в Восточной Европе, объединяет активы во всех сегментах медиарынка: телевидении, радио, прессе, кинопроизводстве и дистрибуции, интернет-платформах.

Холдинг управляет 8 эфирными телеканалами (НТВ, ТНТ, ТВ-3, «Пятница!», ТНТ4, «Матч ТВ», 2x2, «Супер»), кинопроизводством и дистрибуцией («Киностудия КИТ», «Централ Партнершип», Comedy Club Production, Good Story Media), производством и дистрибуцией тематических телеканалов («Ред Медиа»).

Также в портфель «Газпром-медиа» входят 10 радиостанций («Авторадио», Energy, «Юмор FM», «Радио Romantika», Comedy Radio, Like FM, Relax FM, «Детское радио», «Эхо Москвы», 101.ru), активы в сегменте Интернет (Ruform, ТНТ-Premier), печати (издательства «Семь дней» и «Медиа Пресс»).



7

Эфирных телеканалов



28

Тематических телеканалов



10

Радиостанций



3

Интернет-компании



1

Оператор спутникового ТВ



4

Журнала



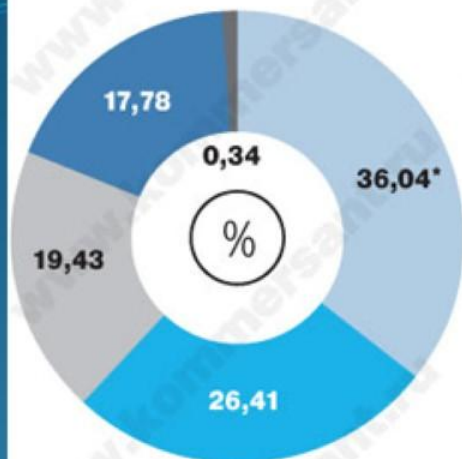
33

Онлайн-ресурса

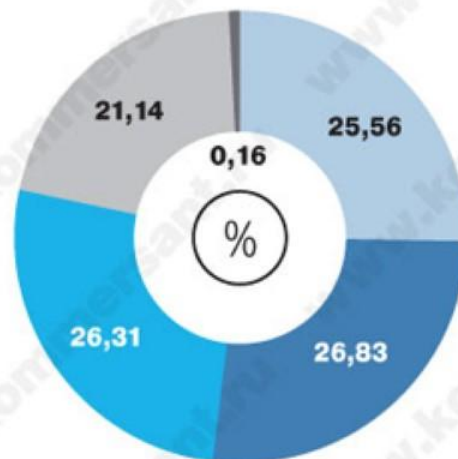
ДОЛИ СЕЙЛЗ-ХАУСОВ И ТЕЛЕКАНАЛОВ В СФЕРЕ ПРОДАЖ ТЕЛЕРЕКЛАМЫ В 2009–2010 ГОДАХ

ИСТОЧНИК: ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА.

Федеральная реклама



Региональная реклама



Сейлз-хаус

Доля в сфере продаж телерекламы (%)

Сейлз-хаус

Доля в сфере продаж телерекламы (%)

36,04*	Группа «Видео Интернешнл»	«Первый канал» 22,59 РЕН ТВ 4,56 ТВ-3 3,36 MTV 1,86 «Пятый канал» 1,44 «Муз ТВ» 1,33 2x2 0,46 7ТВ 0,44
26,41	«Газпром-медиа» + «Алькасар»	НТВ 14,64 ТНТ 9,38 «ТВ Центр» 2,39
19,43	«Эверест-С»**	СТС, «Домашний» 17,64 ДТВ 1,79
17,78	«РТР-Медиа»**	«Россия 1», «Россия 2», «Россия 24» 17,78
0,34	Независимые от основных сейлз-хаусов	«Звезда» 0,27 «Мир» 0,07

25,56	Группа «Видео Интернешнл»	«Первый канал» 20,66 РЕН ТВ 2,41 «Пятый канал» 1,55 2x2 0,41 MTV 0,35 «Муз ТВ» 0,18
26,83	«РТР-Медиа»***	«Россия 1», «Россия 2», «Россия 24» 17,78
26,31	«Газпром-медиа» + «Алькасар»	НТВ 13,8 ТНТ 11,26 «ТВ Центр» 1,25
21,14	«Эверест-С»**	СТС, «Домашний» 20,16 ДТВ 0,98
0,16	Независимые от основных сейлз-хаусов	«Звезда» 0,16

*ПРЕВЫШЕН ДОПУСТИМЫЙ ЗАКОНОМ «О РЕКЛАМЕ» МАКСИМУМ — 35%.

**КОНСУЛЬТИРУЕТСЯ ГРУППОЙ «ВИДЕО ИНТЕРНЕТШНЛ».

***СЛУЖБА «ВИДЕО ИНТЕРНЕТШНЛ» ВЫСТУПАЕТ КЛЮЧЕВЫМ ПОСРЕДНИКОМ ОТВ МЕДИА-

Структура продаж рекламы (основные сейлз-хаусы)

ПРЯМАЯ РЕКЛАМА



Структура продаж рекламы (основные сейлз-хаусы)

СПОНСОРСТВО



	REN TV
	ПЯТЫЙ КАНАЛ



	Россия 1
	Россия 2
	Россия 24



	СТС
	ДОМАШНИЙ
	ДТВ VIASAT



ГАЗПРОМ-МЕДИА

	НТВ
	ТНТ



	ТВ3
	MTV
	2*2



НТВ

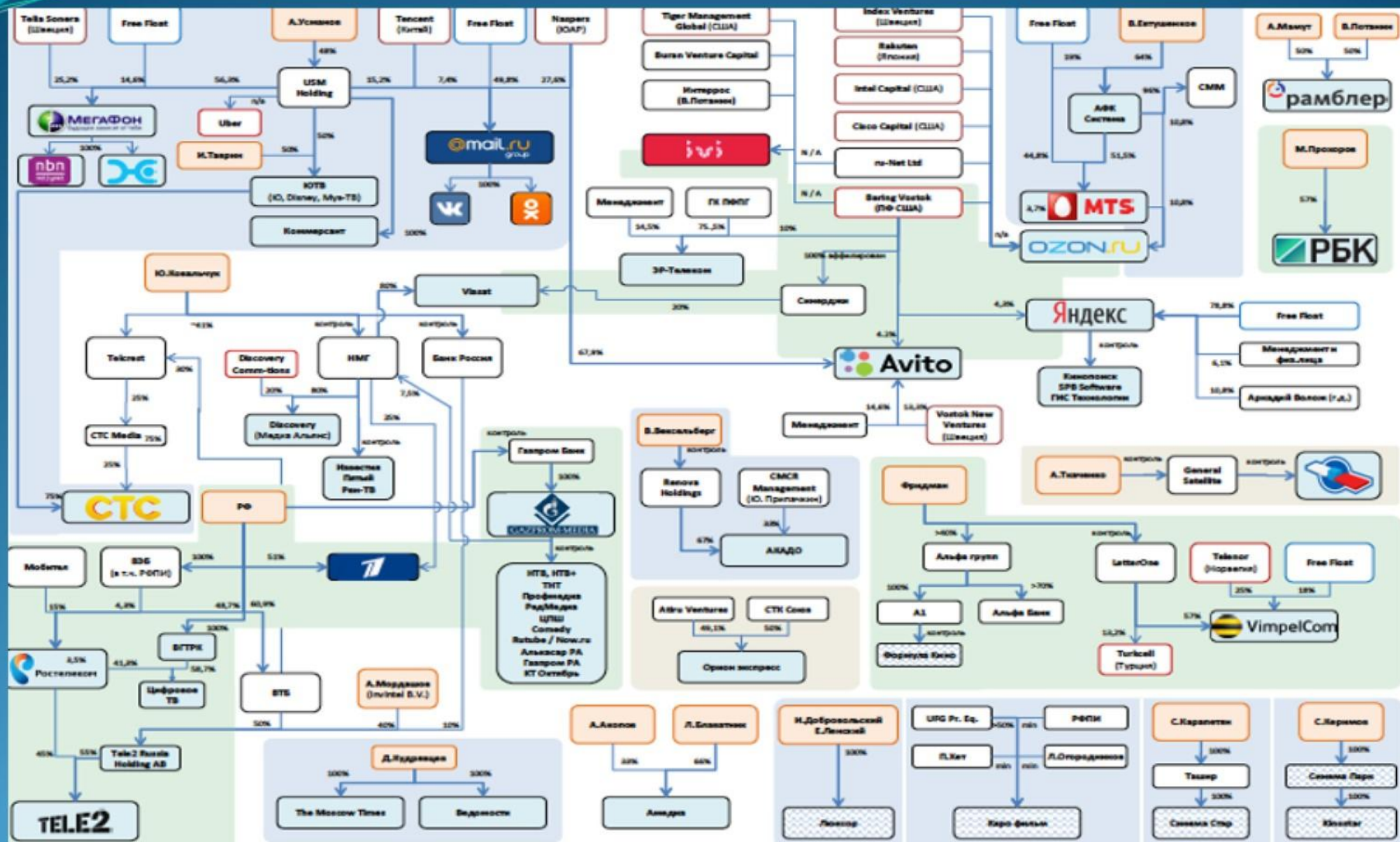
	ПЕРВЫЙ КАНАЛ
--	--------------

Собственные службы продаж

	7 ТВ
	МУЗ ТВ

	ТВЦ
--	-----

КАРТА МЕДИАВЛАДЕНИЙ



ТЕЛЕВЛАДЕНИЯ

российские медиахолдинги, производители и дистрибуторы tv-контента для сетей платного телевидения*

www.Cableman.ru
Кабельщик
MULTISERVICE

национальная медиагруппа

- 7S (7 канал, Спорт, Спорт 2)
- ELI SPORTS, ELI SPORTS 2, ELI SPORTS HD
- Discovery
- СН

газпром-медиа холдинг

- ТНТ, Матч!
- профмат
- ТВ ПЛАНС
- реда медиа
- 35, М Кино, Матч! Страна, Матч! Футбол, Матч! Спорт, Матч! Спорт 2, Матч! Спорт 3, Матч! Спорт 4, Матч! Спорт 5, Матч! Спорт 6, Матч! Спорт 7, Матч! Спорт 8, Матч! Спорт 9, Матч! Спорт 10, Матч! Спорт 11, Матч! Спорт 12, Матч! Спорт 13, Матч! Спорт 14, Матч! Спорт 15, Матч! Спорт 16, Матч! Спорт 17, Матч! Спорт 18, Матч! Спорт 19, Матч! Спорт 20, Матч! Спорт 21, Матч! Спорт 22, Матч! Спорт 23, Матч! Спорт 24, Матч! Спорт 25, Матч! Спорт 26, Матч! Спорт 27, Матч! Спорт 28, Матч! Спорт 29, Матч! Спорт 30, Матч! Спорт 31, Матч! Спорт 32, Матч! Спорт 33, Матч! Спорт 34, Матч! Спорт 35, Матч! Спорт 36, Матч! Спорт 37, Матч! Спорт 38, Матч! Спорт 39, Матч! Спорт 40, Матч! Спорт 41, Матч! Спорт 42, Матч! Спорт 43, Матч! Спорт 44, Матч! Спорт 45, Матч! Спорт 46, Матч! Спорт 47, Матч! Спорт 48, Матч! Спорт 49, Матч! Спорт 50, Матч! Спорт 51, Матч! Спорт 52, Матч! Спорт 53, Матч! Спорт 54, Матч! Спорт 55, Матч! Спорт 56, Матч! Спорт 57, Матч! Спорт 58, Матч! Спорт 59, Матч! Спорт 60, Матч! Спорт 61, Матч! Спорт 62, Матч! Спорт 63, Матч! Спорт 64, Матч! Спорт 65, Матч! Спорт 66, Матч! Спорт 67, Матч! Спорт 68, Матч! Спорт 69, Матч! Спорт 70, Матч! Спорт 71, Матч! Спорт 72, Матч! Спорт 73, Матч! Спорт 74, Матч! Спорт 75, Матч! Спорт 76, Матч! Спорт 77, Матч! Спорт 78, Матч! Спорт 79, Матч! Спорт 80, Матч! Спорт 81, Матч! Спорт 82, Матч! Спорт 83, Матч! Спорт 84, Матч! Спорт 85, Матч! Спорт 86, Матч! Спорт 87, Матч! Спорт 88, Матч! Спорт 89, Матч! Спорт 90, Матч! Спорт 91, Матч! Спорт 92, Матч! Спорт 93, Матч! Спорт 94, Матч! Спорт 95, Матч! Спорт 96, Матч! Спорт 97, Матч! Спорт 98, Матч! Спорт 99, Матч! Спорт 100

вгврх

- РОССИЯ 1, РОССИЯ 24, PLANETA, РОССИЯ HD
- цифровое телевидение (58, 71N)
- цифровая медиа
- telco media (FOX, WILD)
- viaoom (nickelodeon, VH1)

sony pictures television

снпс холдинг

themis

первый твч

media bart

юкы6100

отрим

media broadcasting group

pleades

vodtv

bridge media

орин экспресс

universal distribution

fenix+

smidia

versintel

* в своем представлении компания, дистрибуторские и иные подразделения
 являются частью своих дочерних компаний, созданных по инициативе или
 поддержке собственника и не являются частью основной структуры организации.
 Не являются частью ее бизнеса, имеют другую юрисдикцию.

Основные сейлз-хаусы

Web)ксперт

TUT.BY

avby
АВТОМАТИЧНОСА

РБК

i tv

MAXIM
MAXIMONLINE.RU

ЗНАЛКОМ

@mail.ru

POGODA.BY

Day.ru

ELLE



VIDEO INTERNATIONAL
M I N S K

Rambler

OPEN.BY

Яндекс

www.360.by



ПРЕССБОЛ
LENTA.RU

КиноПоиск

Найдётся всё

Gismeteo

MEGOGO.NET

RG media

GOALS BY

КР.BY

Наша Нива

nl.by

KY

В СЕТИ.BY
mamba



allbiz

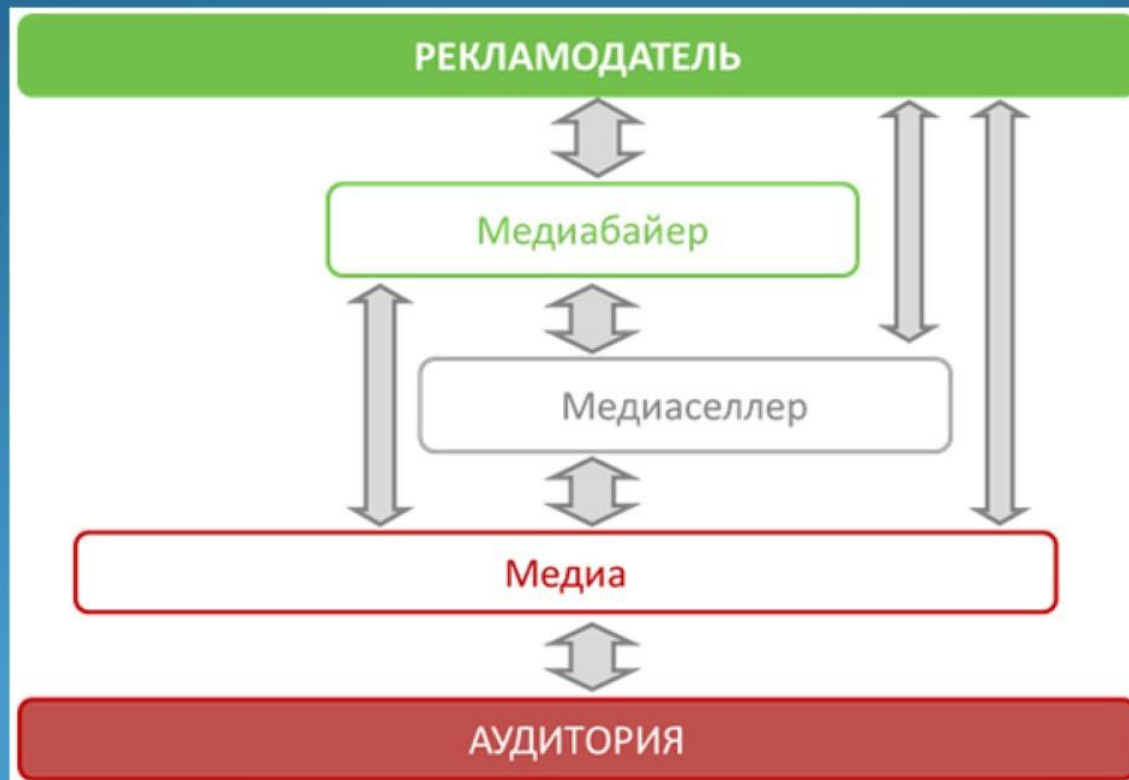
КРАСНАЯ
БАННЕРНАЯ

Gippokrat.by

Deal.by

1K

Независимый селлер – торговый дом, который «берет на реализацию» рекламные возможности различных медиа, создавая из них пул предложений рекламодателю.



Преимущества независимых селлеров

1. Селлер максимизирует доходы своих клиентов за счет объединения рекламных ресурсов большого числа рекламоносителей в одних руках.
2. Договор с независимым селлером существенно снижает риски, связанные с неустойчивостью формирования денежного потока у медиакомпаний.
3. Независимый торговый дом предоставляет рекламодателю возможность получения всего необходимого набора рекламных контактов с помощью организации размещения рекламы через «одно окно».

Схема сотрудничества сейлз-хауса и медийных агентств

Сейлз-хаус покупает рекламные площади
по цене X .



Сейлз-хаус продает рекламное размещение
по цене $X*2$.



Агентствам при продаже рекламы
предлагают высокую скидку, около 50%

Недостатки сейлз-хаусов

1. Непрозрачное ценообразование.
2. Плохой контроль трафика, качества площадок и контента, рядом с которым показывается реклама бренда.
3. Размытый таргетинг.
4. Фиксированная сумма за показы.

4. Медиабилдинг и медиабайнинг в интернете

АУДИТОРИЯ

Медиа

Социальные сети

Интернет-сервисы

Мобильные операторы

Горизонтальные сети

SSP/рекламные биржи

Классифайды

Агрегаторы цен

Продавцы мобильной рекламы

Вертикальные сети

DSP

Сервисы умножения аудитории

Гео-зависимая реклама

Мобильные сети/медиа

Медиа-серверы

Платформы управления данными

Сервисы электронных директ-рассылок

Реклама с оплатой за клик

Системы купонных скидок

Медиа-банковские платформы

Поставщики данных

Цифровое видео

Реклама с оплатой за результат

Сервисы аналитики и оптимизации онлайн-продаж

Рекламные агентства

Ad-серверы

Исследователи

Партнерские программы

Сервисы веб-аналитики

Интерфейсы закупок для агентств

SEO-агентства

Агрегаторы контекстной рекламы

Системы таргетированной рекламы

Деньги рекламодателя

Действия аудитории

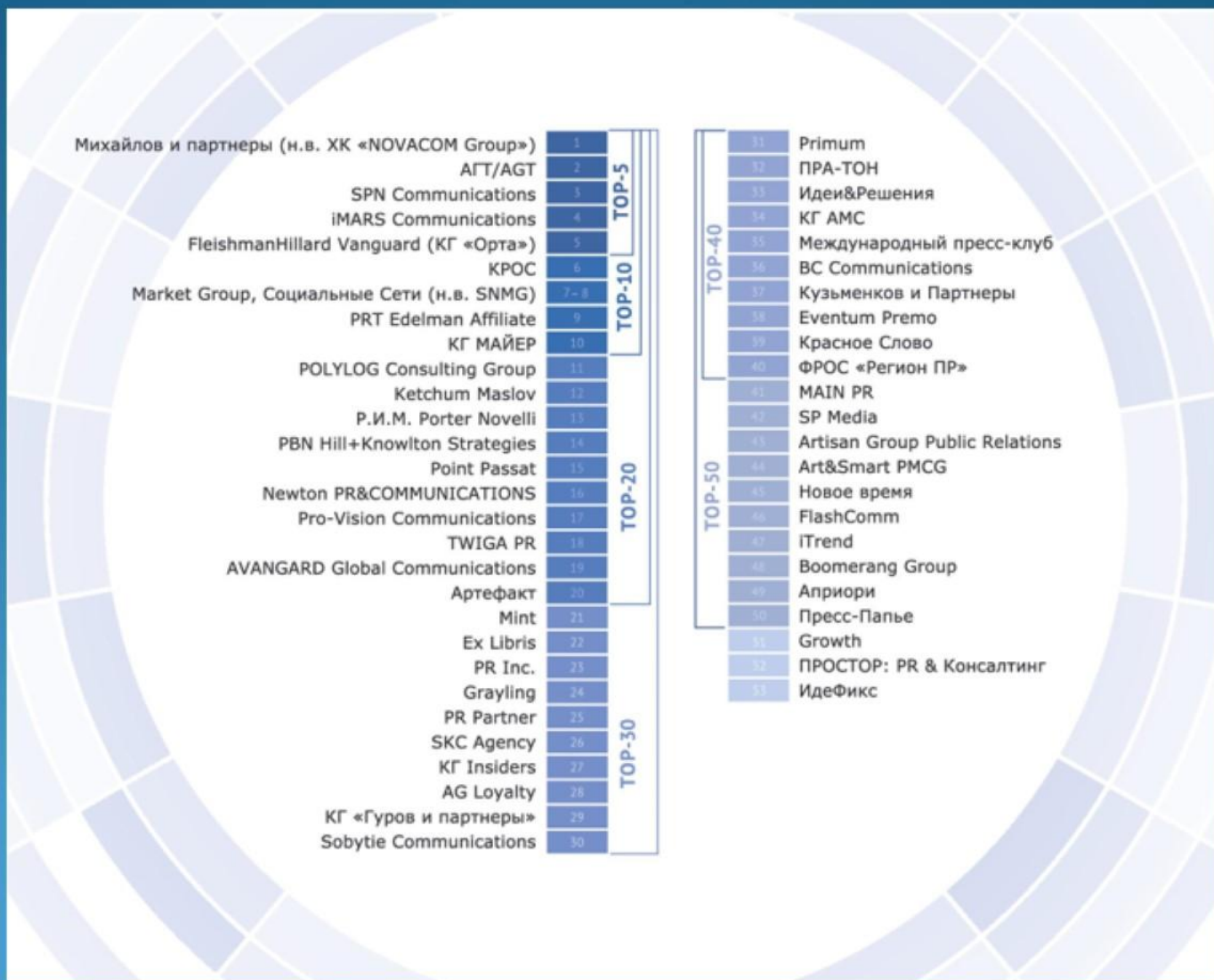
РЕКЛАМОДАТЕЛИ

Основные игроки на рынке медиаселлинга и медиабайинга в интернете

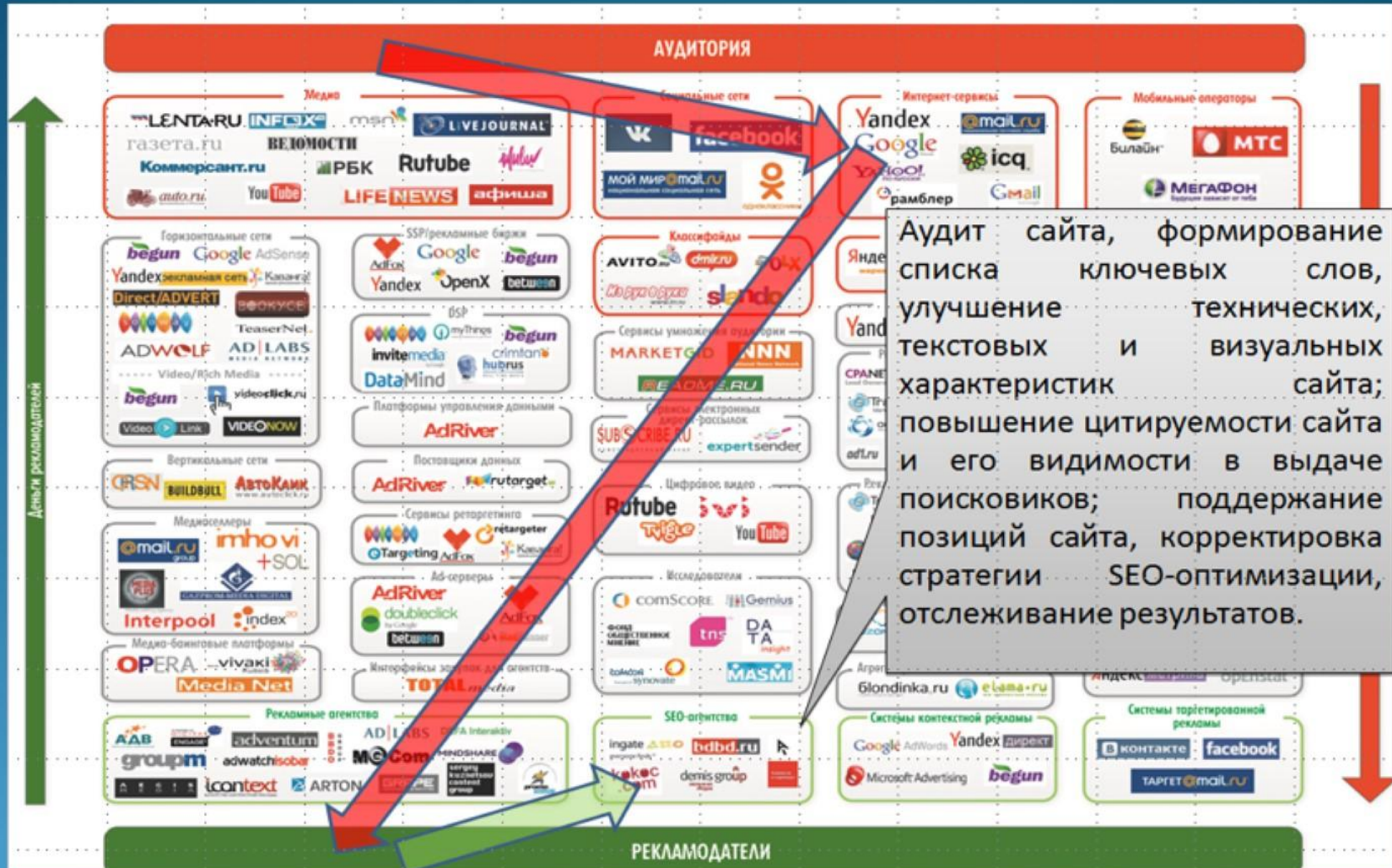
Коммуникационные группы, рекламные
и диджитал-агентства



Пример коммуникационных групп, рекламных и диджитал-агентств



SEO-агентства



Пример SEO-агентств

SEO-студии в городе Санкт-Петербург – полный список исполнителей для продвижения вашего интернет-ресурса



В каталоге представлен общий рейтинг SEO-компаний Санкт-Петербурга. Список включает сведения о количестве проектов и значениях ТИЦ. Клиенты компании могут оставить свой отзыв.

Виды сайтов:

Все

Отрасль бизнеса:

Все

Страна:

Все

Город:

Санкт-Петербург

В тендер

Компания

Отзывов


Проектов

Яндекс X

Кейсов*

★		Скобеев и Партнеры	★	★	★	★	
<input type="checkbox"/>		1. TRINET.Group	5	290	100 660		
<input type="checkbox"/>		2. VIPSEO	6	84	76 520		
<input type="checkbox"/>		3. Molinos	6	83	71 121	1	
<input type="checkbox"/>		4. SEOLINK	1	14	67 040		
<input type="checkbox"/>		5. Nimax	3	34	57 310	2	
<input type="checkbox"/>		6. Astra Media Group	13	216	44 830	1	
<input type="checkbox"/>		7. «Медиафера»	1	639	31 400		
<input type="checkbox"/>		8. Риалвэб		54	30 180		
<input type="checkbox"/>		9. "Альтера"		183	29 220		
<input type="checkbox"/>		10. Ивашенко и Низамов		98	23 840		
<input type="checkbox"/>		11. Крупное Дело		179	17 950		
<input type="checkbox"/>		12. RuNetSoft		34	17 210	3	
<input type="checkbox"/>		13. ARTW	5	149	16 800		
<input type="checkbox"/>		14. Пиксель Плюс	52	9	16 660		

Пример систем контекстной рекламы

begun  8 800 100-23-48 ПО РОССИИ ЗВОНОК БЕСПЛАТНЫЙ +7 495 956-90-07 [КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ](#)

[ЗАБЫЛИ ПАРОЛЬ?](#)





[РЕКЛАМОДАТЕЛЮ](#) [ПАРТНЕРУ](#) [АГЕНТСТВУ](#) [ВСЕ О БЕГУНЕ](#)

РАЗМЕСТИТЕ РЕКЛАМУ В ИНТЕРНЕТЕ

НА КЛЮЧЕВЫХ ПЛОЩАДКАХ, ВКЛЮЧАЯ **PRICE.RU**, **GOOGLE ADWORDS**, **GOOGLE MERCHANT CENTER**, ПЛОЩАДКИ **RAMBLER&CO** И ПРЕМИАЛЬНЫХ САЙТАХ-ПАРТНЕРАХ. ИСПОЛЬЗУЙТЕ СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И РЕШЕНИЯ ПО УПРАВЛЕНИЮ РЕКЛАМОЙ В ИНТЕРНЕТЕ.

[Товары на Price.ru](#) [Контекстная реклама](#) [Баннерная реклама](#)

[Разместить рекламу](#)

<p> Продукты</p> <p>Новинка! Реклама на площадках Rambler&Co - эксклюзивные условия. Размещайте вашу рекламу на лучших площадках!</p> <p>Оцените наши рекламные продукты - они помогут вам эффективно решать ваши бизнес-задачи.</p>	<p> Услуги</p> <p>Подключите Ремаркетинг к вашим контекстным, медийным и товарным рекламным кампаниям.</p> <p>Закажите оптимизацию рекламных кампаний: наши специалисты сделают вашу рекламу еще более эффективной.</p>	<p> Технологии</p> <p>Узнайте больше о наших возможностях: Контекстные технологии Поисковый ретаргетинг Ремаркетинг RTB</p> <p>Для повышения эффективности вашей рекламы используйте Учет конверсий, счетчики и коды</p>	<p> Новости</p> <p>ПДАС-Форум «Online & Offline Retail 2016»: до старта осталось всего месяц!</p> <p>Готовимся к акции Киберпонедельник!</p>
---	---	--	--

Системы аудиторно-таргетированной рекламы



Дистрибьюторы аудитории (1)

Медиа



Новости

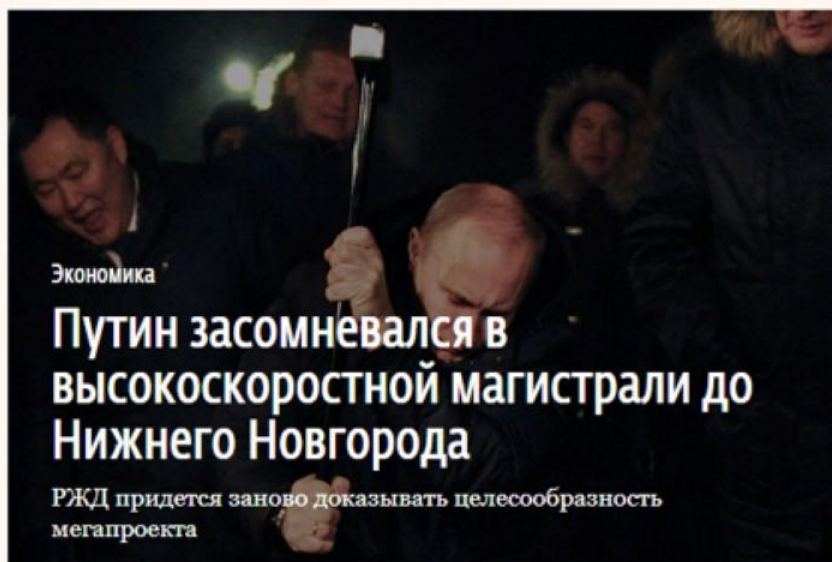
09:59 Bloomberg узнал о планах Трампа заключить торговое соглашение с Китаем

09:42 Мосгорсуд отклонил жалобу Telegram на штраф за отказ передать данные ФСБ

08:43 В США вынесли приговор участнице «сговора» по незаконному экспорту деталей в Россию

08:34 Кремль не видит необходимости в реформе избирательной системы

08:10 Reuters назвал Газпромбанк причастным к серым схемам в PDVSA



Экономика

Путин засомневался в высокоскоростной магистрали до Нижнего Новгорода

РЖД придется заново доказывать целесообразность мегапроекта

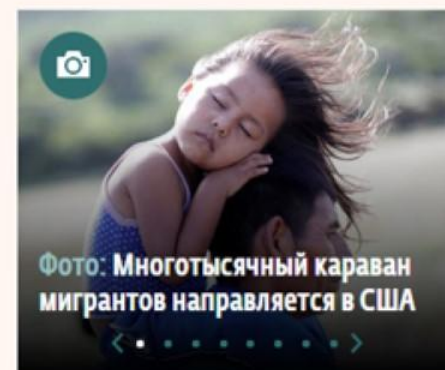


Фото: Многотысячный караван мигрантов направляется в США

Дистрибьюторы аудитории (2)

Социальные сети, сервисы



Дистрибьюторы аудитории (3)

Операторы



Ростелеком

TELE2



МТС



МТТ



Business
Services



Билайн™

Дистрибьюторы аудитории (4)

Классифайды



Дистрибьюторы аудитории (5)

Агрегаторы цен



Исследователи

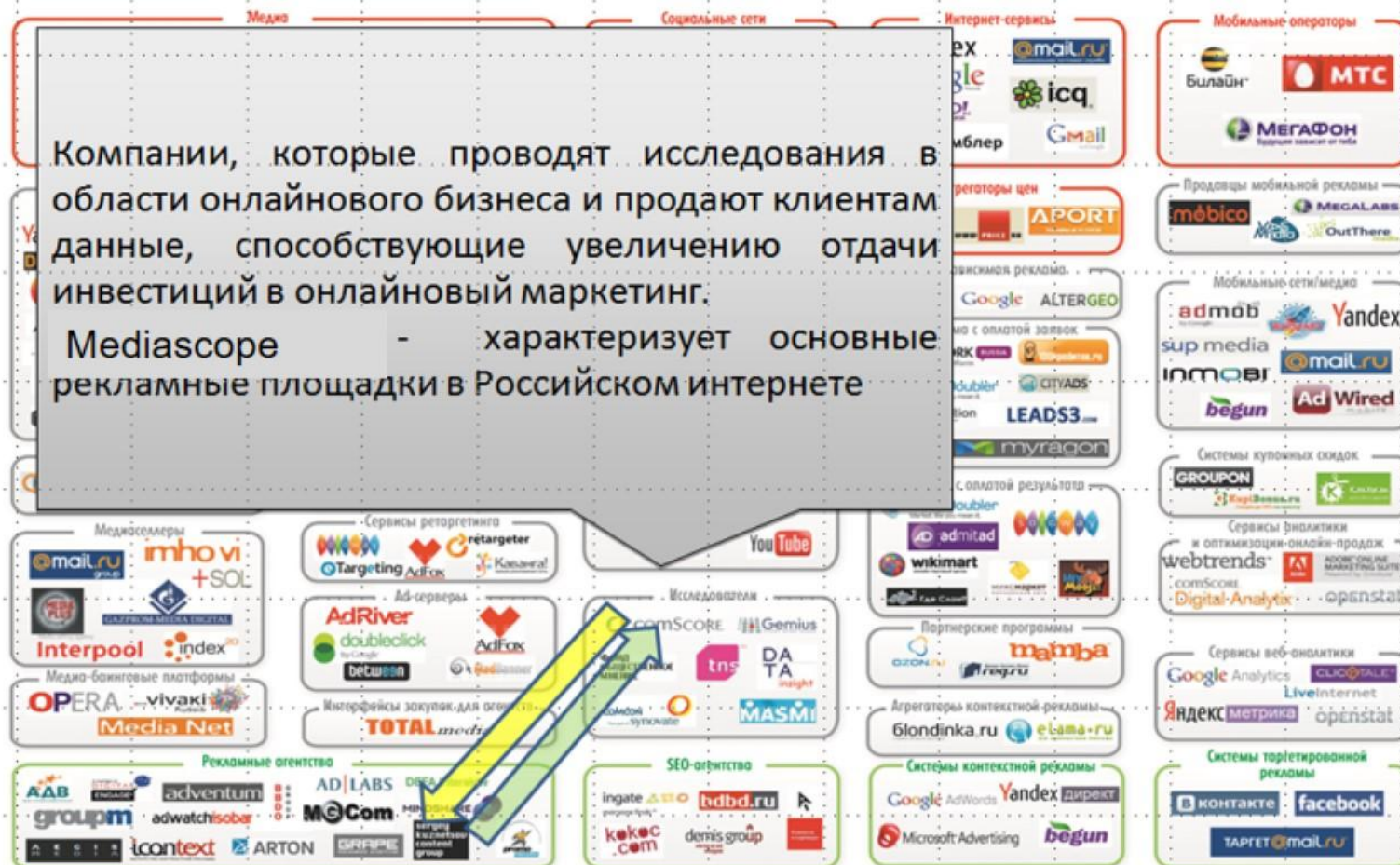
АУДИТОРИЯ

Компании, которые проводят исследования в области онлайн-бизнеса и продают клиентам данные, способствующие увеличению отдачи инвестиций в онлайн-маркетинг.

Mediascore - характеризует основные рекламные площадки в Российском интернете

Деньги рекламодателей

Действия аудитории

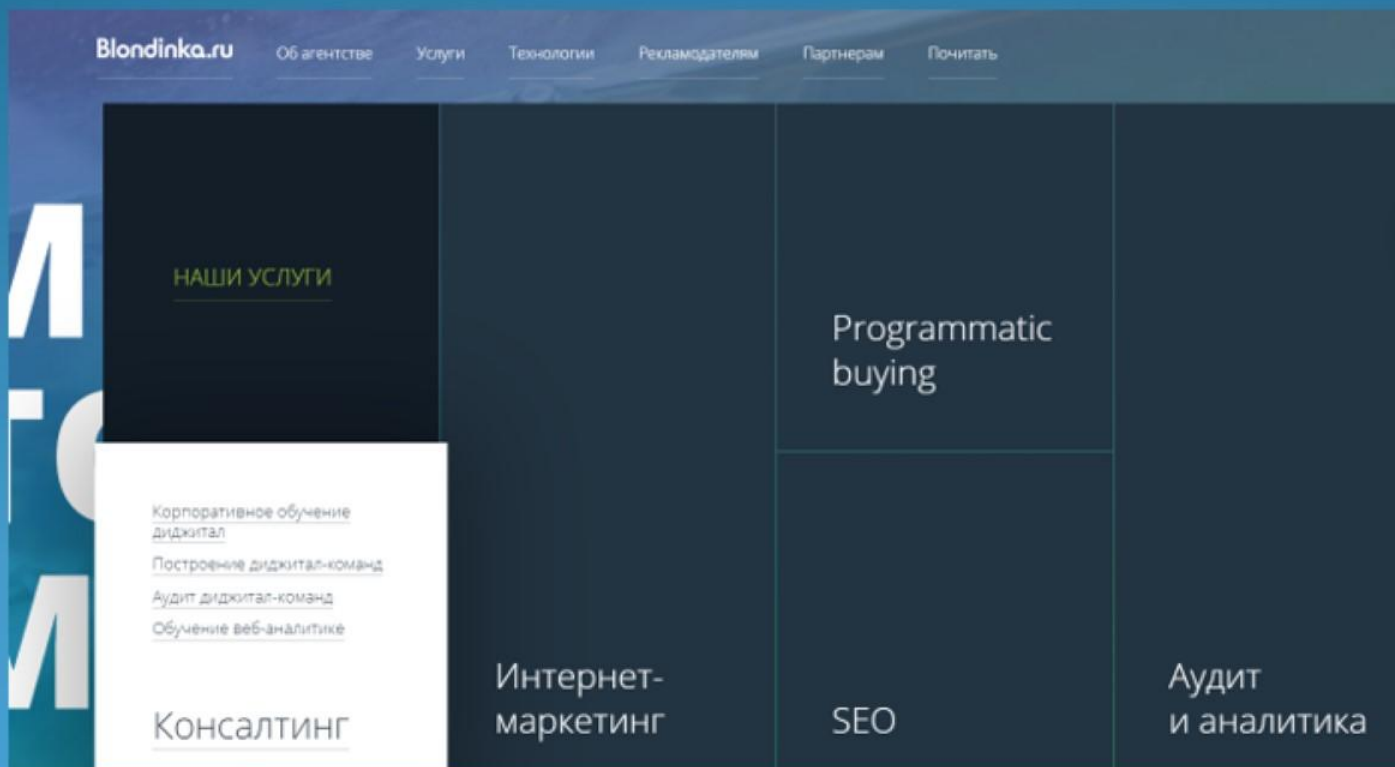


РЕКЛАМОДАТЕЛИ

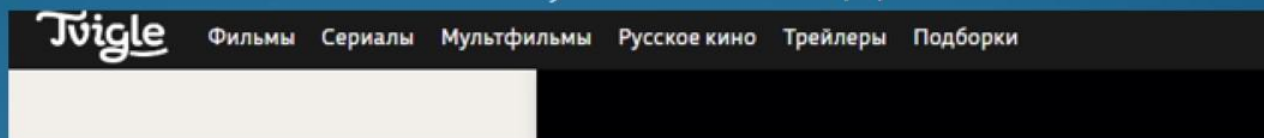
Сервисы скидок – агрегаторы платежеспособного спроса в обмен на скидки, предоставляемые рекламодателями.

The screenshot displays the FRENDI website interface. At the top, the logo "FRENDI" is on the left, followed by a search bar containing "Что вы ищете?". To the right of the search bar is a location selector showing "Москва". Further right are links for "ВОЙТИ" and "ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ". Below the header is a promotional banner for "Санаторий и спа «Старинная Анапа» 4*" with a "Скидка 41%" badge. The banner includes an image of a person in a pool and text about "Шведский стол" and "Magnolia Spa". Below the banner is a navigation menu with icons and labels: "Акции дня", "Товары", "Туризм", and "РестоКупоны". Underneath the menu is a horizontal list of categories: "Развлечения", "Рестораны и еда", "Красота и уход", "Медицина", "Обучение", "Спорт и фитнес", and "Услуги". At the bottom left, there is a breadcrumb "Главная / Акции дня" and a main heading "Акции дня" with a "1861" badge. At the bottom right, there are two buttons: "Список" and "Карта".

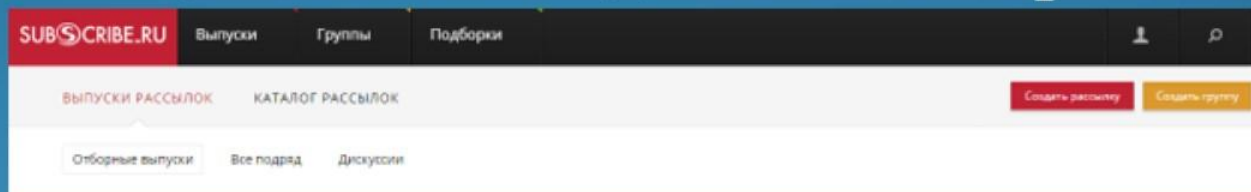
Агрегаторы контекстной рекламы – надстройки над системами контекстной рекламы, предоставляющие пользователям дополнительные услуги при заведении, управлении и анализе контекстных рекламных кампаний и обеспечивающие экономию ресурсов за счет эффекта единого окна закупки и размещения.



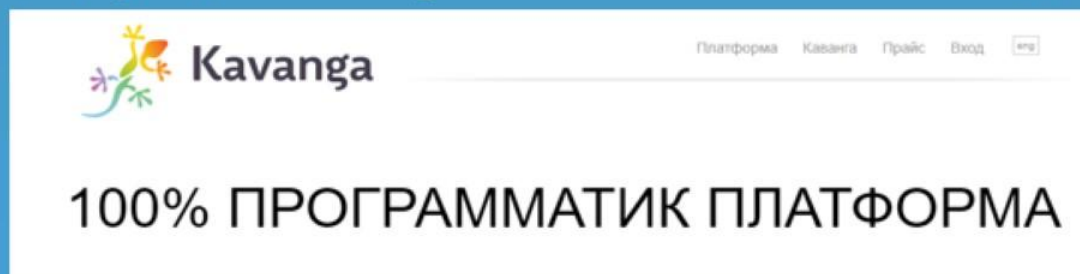
Сервисы показа цифрового видео – подвид медиа, специализирующихся только на предоставлении видеоконтента как бесплатно, так и за деньги.



Email-рассылки – адресные прямые рассылки рекламных сообщений по базе данных электронных адресов.



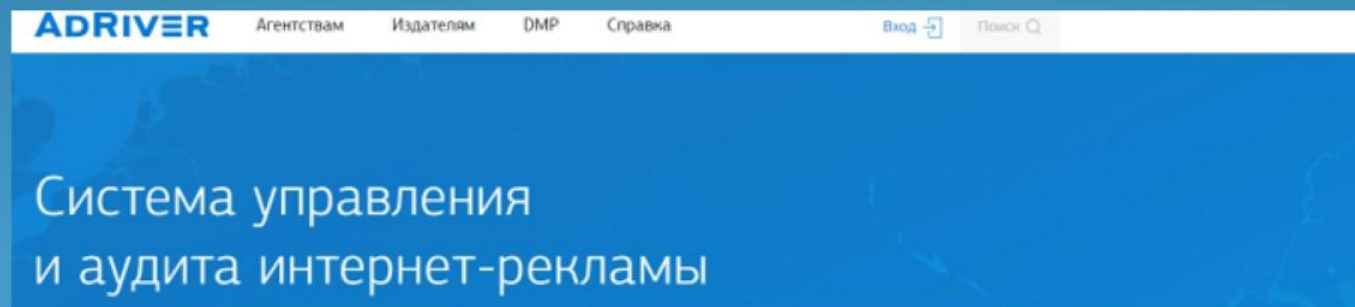
Сервисы ретаргетинга – позволяют доставлять персональные рекламные сообщения, опираясь на знания о предыдущем потребительском поведении зрителя.



Партнерские программы (affiliates) – соглашение между двумя сайтами, при котором одна сторона (аффилиат/партнер) передает информацию или рекламу для генерирования трафика на сайт другой стороны.

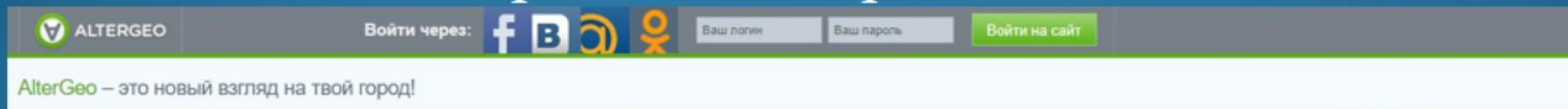


Поставщики данных (Data Suppliers/Data Exchanges) – организации и сервисы, занятые сбором, обменом и продажей анонимных данных о пользователях Интернета, их потребительском опыте и спросе.

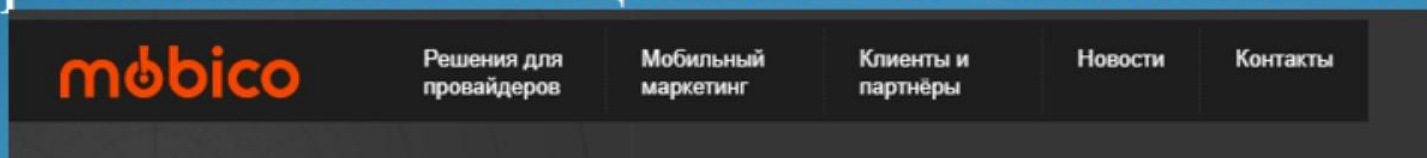


Сервисы геочувствительной рекламы (Geo Sensible Ads)

– демонстрируют контент (или предотвращают показ), исходя из автоматически вычисленного или предполагаемого местонахождения пользователя в данный момент в реальном мире.



Селлеры мобильной рекламы (operators mobile ad sellers) – системы размещения и управления рекламными сообщениями на мобильных сайтах.



Мобильные сети/медиа (Mobile networks/media) – компании-агрегаторы, которые осуществляют сбор и размещение рекламы клиентов на сайтах своей сети.



Сервисы умножения аудитории (audience development)

— компании-посредники между продавцами и покупателями рекламы, которые собирают в единую сеть сайты участников и осуществляют взаимное продвижение, а также используют часть площадей для размещения рекламы третьих лиц.



Медиабаинговые платформы – занимают

выкупом у издателей по оптовым ценам рекламных площадей и последующей их продаже, но не конечным рекламодателям, а рекламным агентствам.

Баинговые объединения осуществляют закупку рекламы на организационном и технологическом уровнях.

ВидеоСеть IMHO VI

ВидеоСеть – это объединение нескольких новостных и развлекательных площадок с уникальным видеоконтентом, которое позволяет проводить рекламные кампании с использованием видеорекламы одного формата на нескольких площадках одновременно. Благодаря большому объему совокупного видеотрафика и неизменноному пересечению аудитории этих площадок (10-20%), рекламодатель получает большой охват аудитории.

Площадки, входящие в ВидеоСеть:



Доступные пакеты:

Пакет	Формат	Период размещения	Кол-во площадок в пакете	CPT, руб (без НДС)	Стоимость пакета, руб. (без НДС)	Сайты
Новости	Post-roll	1-2 недели	1000K	480	400 000	Lifenews.ru, Newsru.com, Newstube.ru, Rian.ru, RUTV.ru, Vesti.ru
Развлечения	Post-roll	1-2 недели	400K	600	240 000	Alfa.ru, Corbina.TV, Molodejji.ru, Zoomby.ru, Zvaki.ru
Развлечения	Pre-roll	1-2 недели	500K	600	300 000	101.Ru, Astaradio.ru, Corbina.tv, Energy.ru, Molodejji.ru, Muz.ru, Radialla.ru, VestiRadio.ru, Zoomby.ru

АУДИТОРИЯ

Деньги рекламодателей

Действия аудитории

Медиа

Социальные сети

Интернет-сервисы

Мобильные операторы

Горизонтальные сети

SSP/рекламные биржи

Классифайды

Агрегаторы цен

Продавцы мобильной рекламы

DSP

Сервисы умножения аудитории

Беззависимая реклама

Мобильные сети/медиа

Платформы управления данными

Сервисы электронных директ-рассылок

Реклама с оплатой за клик

Системы купонных скидок

Вертикальные сети

Поставщики данных

Медиа-селлеры

Сервисы ретаргетинга

Ad-серверы

Медиа-банковские платформы

Интерфейсы закупки для агентств

Рекламные агентства

Компании, которые осуществляют закупку рекламы на организационном и технологическом уровнях.

МедиаSELLеры (*media sellers*), или сEйЛзхАузы, – компании, специализирующиеся на продаже рекламных площадей и, как правило, имеющие эксклюзивное право на продажу услуг медиа.

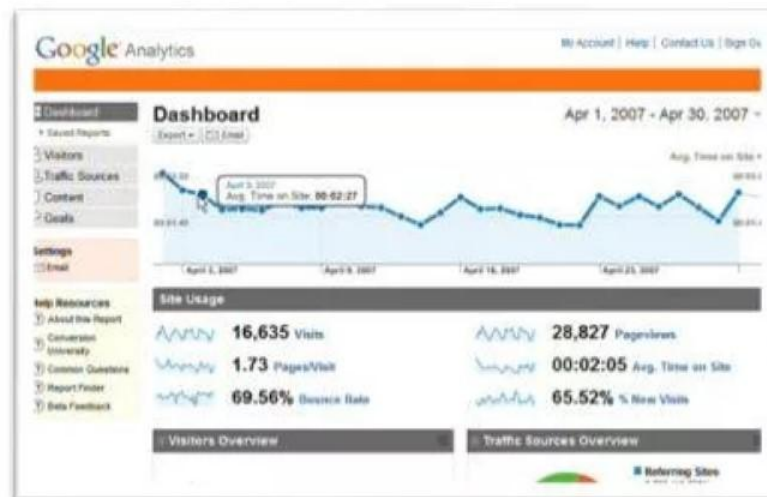


Сервисы веб-аналитики – системы сбора и анализа онлайн-данных о посещаемости сайта, источниках посетителей и прочих технологических характеристики интернет-аудитории.

- Самые популярные инструменты в России: Яндекс. Метрика и Google Analytics

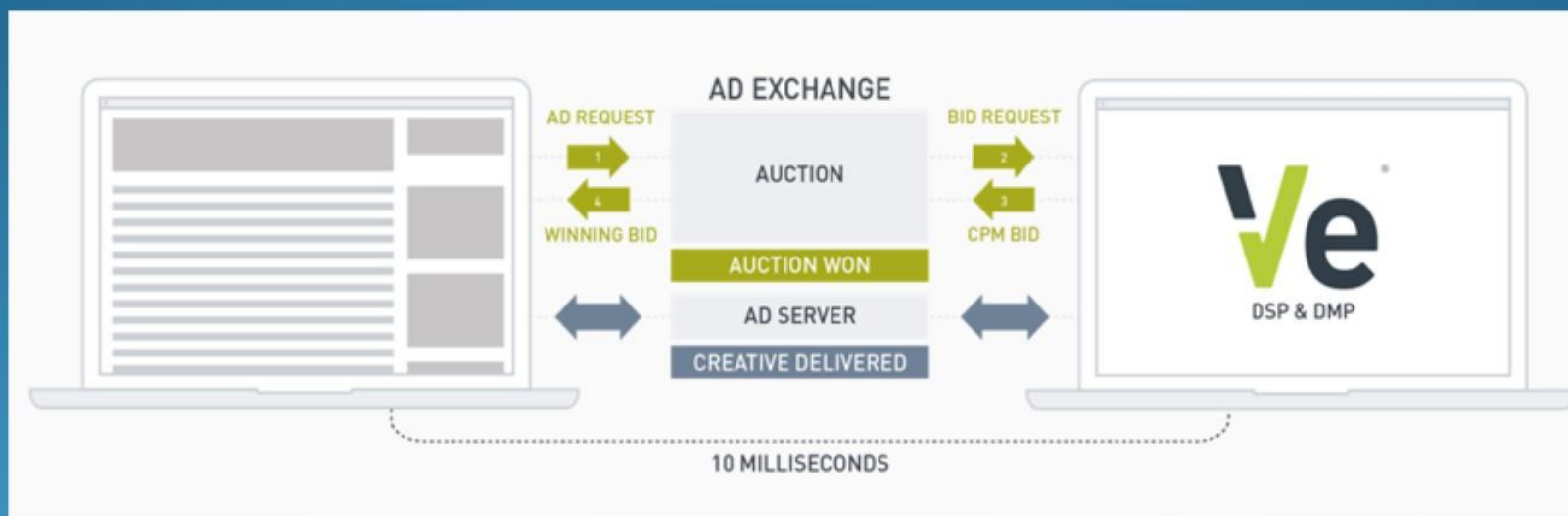


Яндекс. Метрика



Google Analytics

Программатик реклама (автоматизированная реклама) реализуется посредством programmatic buying – любое автоматическое приобретение рекламного инвентаря на веб-странице через торги на аукционе или напрямую, так чтобы гарантировано получить нужное место.



Блок-чейн технологии в продаже рекламы

- AdChain от MetaX предлагает протокол для создания надеждой биржи покупки и продажи рекламы с собственной валютой.
- NYIAX (New York Interactive Advertising Exchange) является первой в мире биржей обмена контактами для рекламы.
- AdShares – децентрализованный рынок programmatic рекламы для личного общения. Он дает рекламодателям и издателям возможность торговать напрямую.
- MadHive – площадка для видео рекламы и обмена данными, которая позволяет брендам и издателям устанавливать отношения для привлечения аудитории через различные платформы.