

# Tvigle

## Онлайн-видео: тренды и перспективы сегмента

2010

Егор Яковлев, генеральный директор Tvigle Media



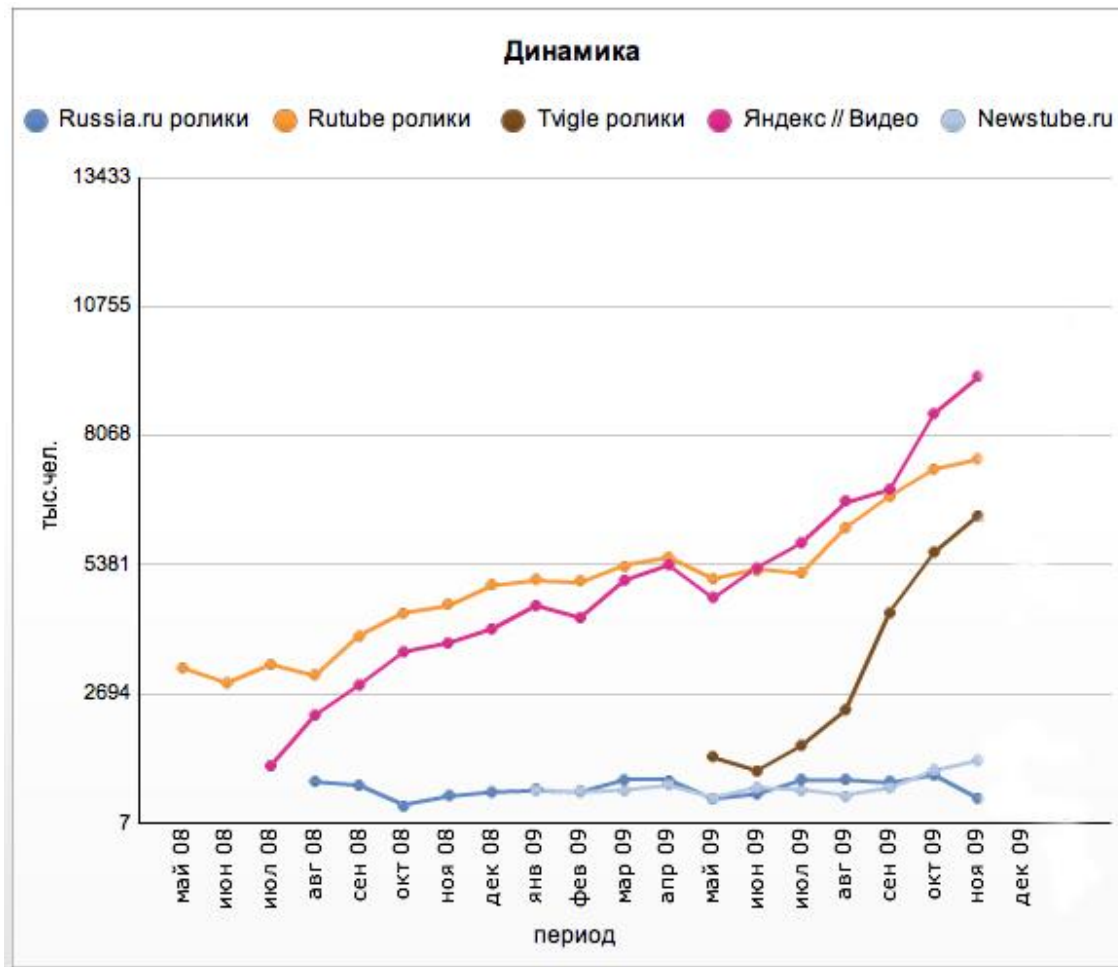
# Цифровое телевидение будущего

**Видео в интернете – это и есть  
цифровое телевидение будущего:  
с бесконечным количеством  
цифровых каналов и возможностью  
свободного выбора**

**ЧТО  
ГДЕ  
КОГДА**

**и в каком качестве смотреть**

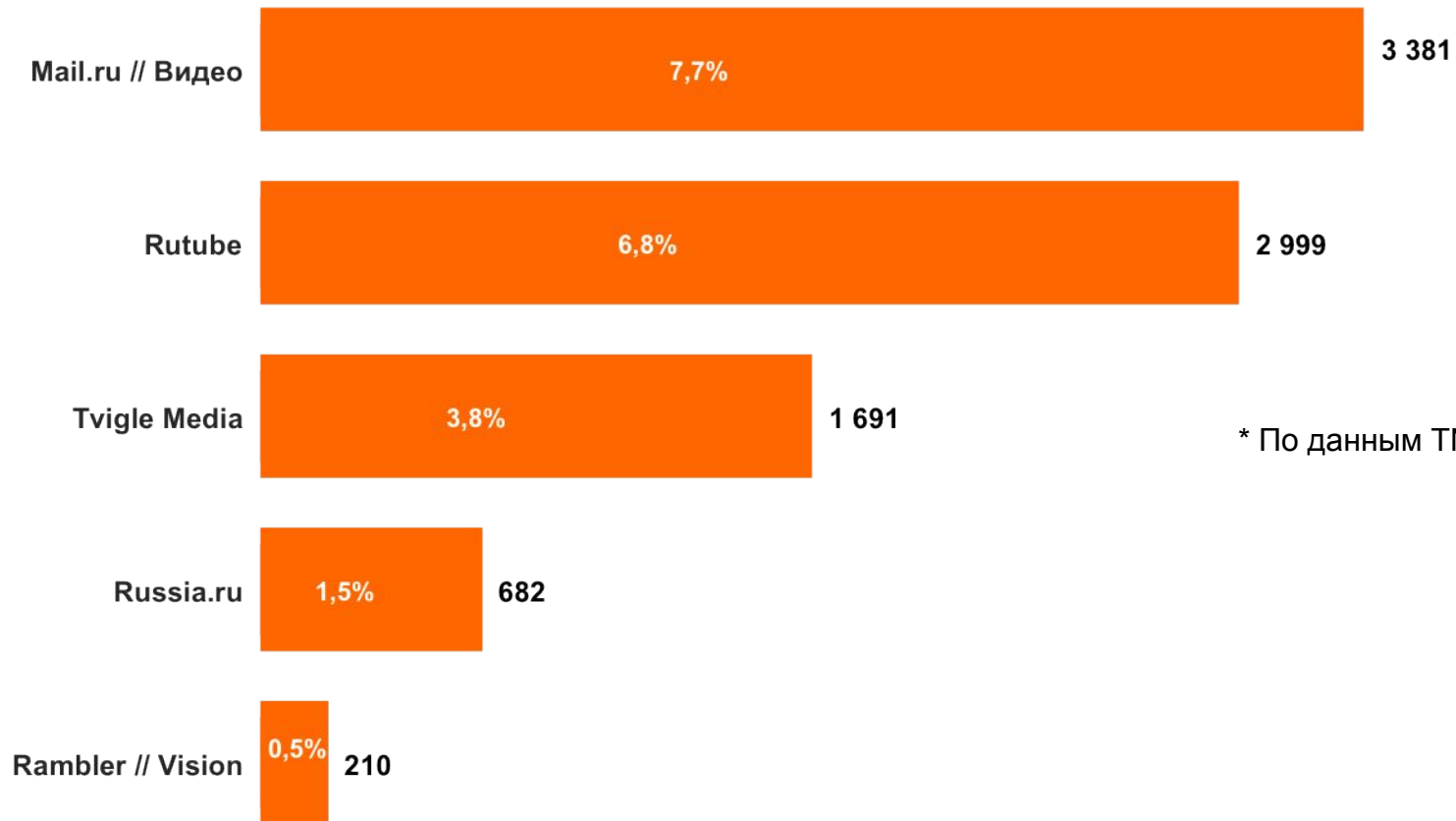
# Динамика ежемесячной аудитории зрителей интернет-видео на основных проектах



май-ноябрь 2009  
Российская аудитория\*

\* По данным TNS Web Index

# Еженедельная российская аудитория видеопроектов ноябрь 2009

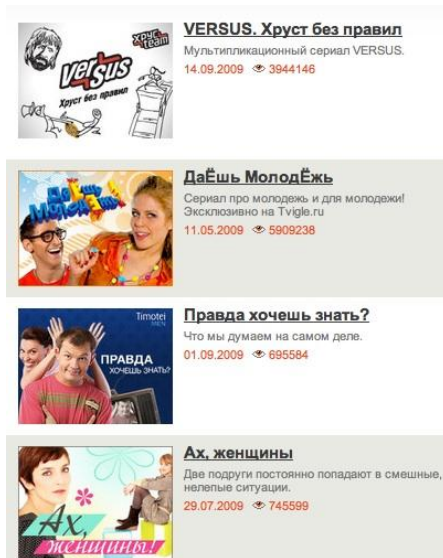


\* По данным TNS Web Index

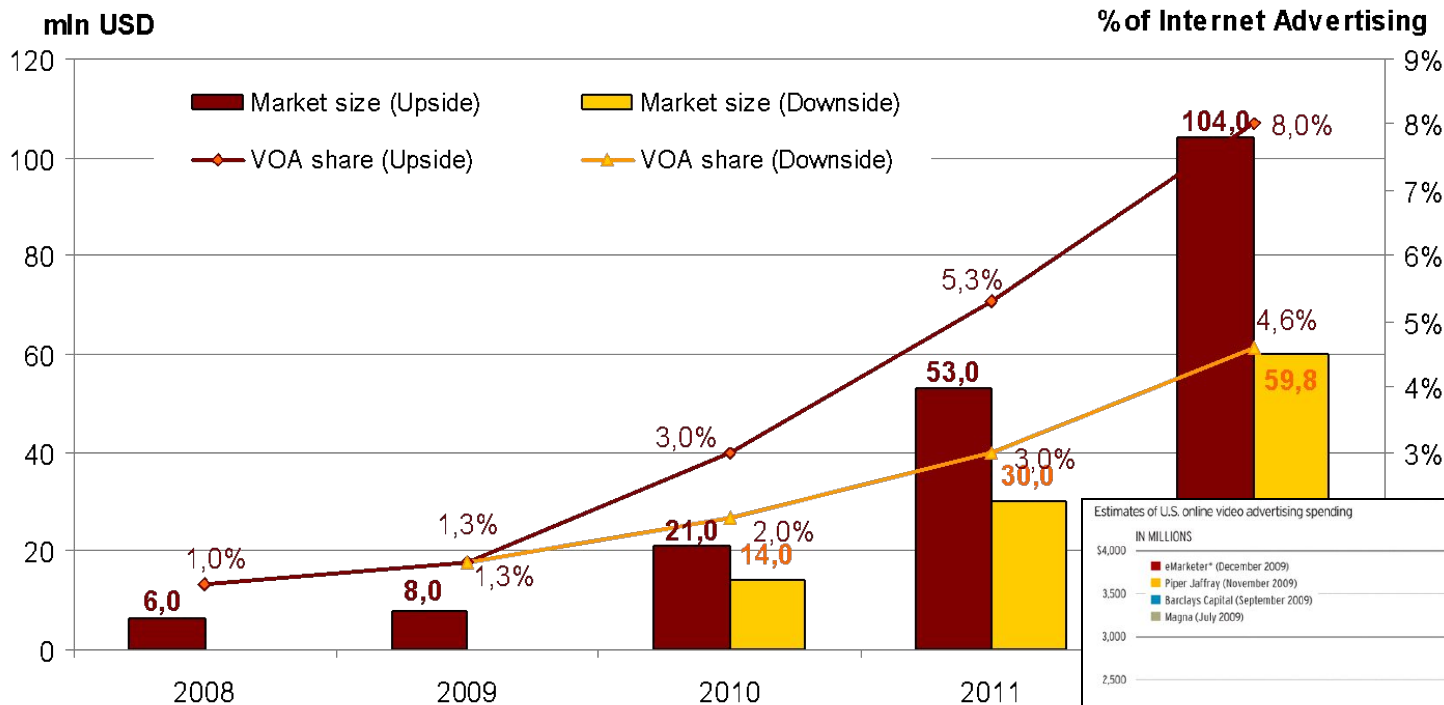
В тысячах человек и в % от населения России 12-54 года в городах с населением 100,000+

# Прогноз роста аудитории

- По оценке Tvigle Media, еженедельная аудитория российских зрителей видео в интернете превышает 9 000 000
- Эксперты J'son & Partners Consulting прогнозируют, что количество российских пользователей, просматривающих в Сети видеоконтент, в период до 2012 г. будет увеличиваться в среднем на 33-40% ежегодно.
- Популярные тематики:
  - юмор и развлечения (20%),
  - анимация (17%),
  - спорт (14%)
  - телевизионные шоу (10%)

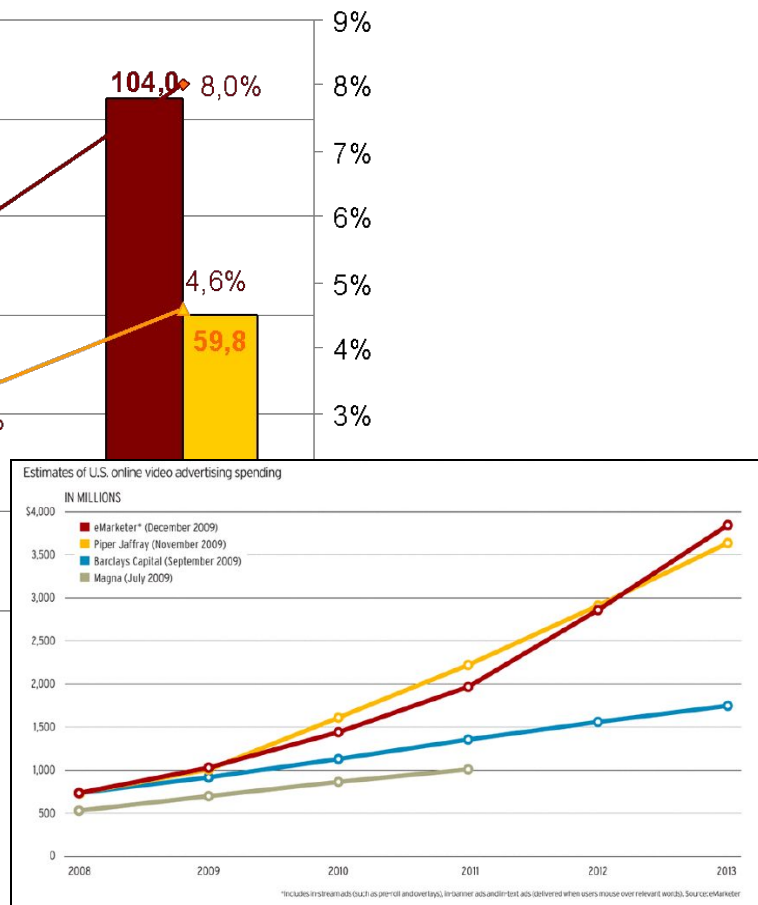


# Прогноз роста объема рынка видео-рекламы (VOA) в России



Объем рынка VOA в России достигнет \$60-100M к 2012 г.

**% of Internet Advertising**





# Новое содержание и форматы

- Средняя длина просматриваемого в интернете видео - 3,5 минуты
- Темпоритм, необходимый для удержания внимания - в 1,5 раза выше телевизионного
- Огромное поле для нишевого контента
- Пересмотр понятия “качества” контента как такового

# Новые способы потребления и распространения

- Фрагментарность и конкурентная среда
- Советы друзей и знакомых – второй источник прихода зрителя после прямой рекламы
- Социализация вокруг контента – новый и принципиально важный элемент потребления
- Свобода выбора во всех измерениях



# Новые реалии, новые задачи

- Поиск новых индивидуальных решений
- Более тесная интеграция с брэндом
- Эффект «баннерной слепоты»
- Современная аудитория стала лучше разбираться в маркетинговых приемах и стала циничней
- КАЧЕСТВО коммуникационного контакта важнее количественных показателей

Видео и in-video реклама + branded-content  
становится одним из основных трендов в  
российском интернете

# ВИДЕО

# Преимущества коммуникаций с использованием branded-контента

- Таргетирование на аудиторию по тематике/интересам
- Возможность построения интегрированной коммуникации, включающей PR, медийные форматы, интегрированная реклама, активность в соц.сети проекта
- Качество коммуникационного контакта с аудиторией
- Возможность учета и соблюдения brand-guidelines уже на стадии разработки

# Заключение

- Видео в интернете системно отличается от ТВ, как медиа
- Перспективы роста сегмента – уникальны
- Качество рекламного контакта очень высоко и измеряемо
- В ближайшем будущем - чуть ли не единственный способ охвата аудитории моложе 30 лет
- Контент нового поколения, с новыми критериями качества и параметрами популярности

# TVigle

## Контактная информация:

[egor@tvigle.ru](mailto:egor@tvigle.ru)

Моб: +7(985)928-3814

Skype: egor.yakovlev

twitter: @eyakovlev

ICQ: 161083801

