

# ИЗМЕРЕНИЯ И ВАЛЮТА В НОВОЙ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ СРЕДЕ

ХУ Международный конгресс НАТ  
«Современные методы и перспективы измерений»

24 ноября 2011 года

Коломиец Виктор Петрович



# СОДЕРЖАНИЕ

- Инновации в телевизионной среде
- Измерения и валюта

# Инновации в телевизионной среде

# ТЕХНОЛОГИИ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ТЕЛЕВИЗИОННОГО КОНТЕНТА



- Наземные эфирные вещательные технологии (до 2015 года будет произведен переход с аналогового на цифровое вещание);
- Кабельная инфраструктура. С увеличением мобильности пользователей и за счет дальнейшего распространения носимых абонентских устройств кабельная инфраструктура будет уступать свою долю беспроводной;
- Спутниковая среда распространения, которая зачастую служит технологическим каналом для распространения на дальние расстояния сигнала для эфирного наземного или кабельного сигнала;
- Проводные и беспроводные технологии доставки информации, основанные на Интернет-протоколе.

# ИННОВАЦИИ

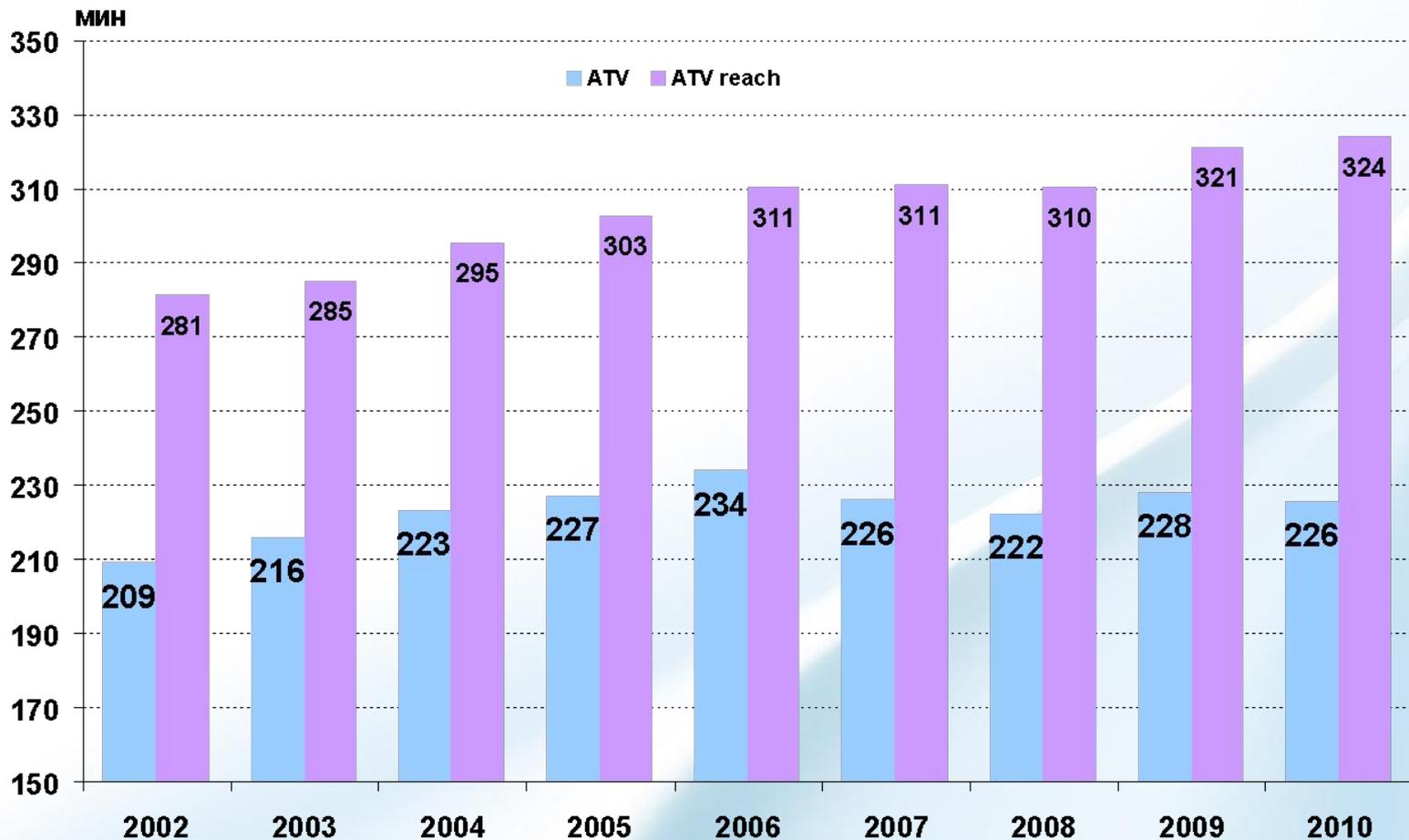
- Потребление аудиовизуального контента с помощью традиционного телевизора остается стабильно высоким.
- На рынке распространения аудиовизуального контента появляются новые агрессивные игроки.
- Меняется характер взаимодействия телевидения и зрителя.
- Расширяются возможности за пределами линейной модели телесмотрения.

## Вопросы

- Каким образом проводить измерения нового смотрения, наряду с «линейным»?
- Как данное явление перевести в «валюту»?



# Динамика объема индивидуального среднесуточного телесмотрения среди всего населения (ATV) и телезрителей (ATV Reach) (в мин)

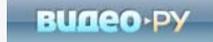


# Новые игроки российского телевидения

## Видеохостинги



## Агрегаторы контента



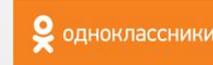
## Порталы



## Интернет-медиа без специализации на ТВ



## Социальные сети



## Сайты телеканалов



ВЕСТИ



## Интернет-версии традиционных медиа



## Каждый четвертый горожанин практикует нелинейное телесмотрение

Практикуют нелинейное телесмотрение\*  
в % среди опрошенных



\* Под нелинейным телесмотрением подразумеваются практики обращения к телевизионному контенту через Интернет, а также запись телеэфира для дальнейшего просмотра

## Традиционное ТВ Vs нелинейное телесмотрение

Влияние нелинейного телесмотрения на продолжительность традиционного просмотра ТВ (среди тех, кто практикует нелинейное телесмотрение)

Половозрастная группа	Будние дни		Выходные дни	
	влияние	как смотрят ТВ	влияние	как смотрят ТВ
мужчины 15-34	есть	меньше	есть	меньше
женщины 15-34	есть	меньше	есть	меньше
мужчины 35-54	нет	столько же	нет	столько же
женщины 35-54	нет	столько же	нет	столько же
поколение 55+	есть	меньше	нет	столько же

# Измерения и валюта

## К чему должна стремиться индустрия?

### Долгосрочная перспектива в целом:

Унифицированный показатель измерения потребления аудиовизуального контента

### Тем не менее, каковы практические аспекты?

- Необходима панель (возможно несколько) аналогичная традиционным телевизионным измерениям
- Необходимо соблюдение статистической объективности: величина выборки и статистические барьеры
- Задача измерения коммерческих спотов

## Какие проблемы необходимо решить?

- Возможно решение, основанное на подобию комплексного измерения в сети (в настоящее время данный эксперимент проводится в Швеции)
- Сведение RPD данных, получаемых от провайдеров, связано с проблематикой «доверия»: необходимость независимой проверки с использованием специального программного обеспечения для верификации данных
- Коммерческим спотам необходимо присваивать ID, относящиеся как к бренду, так и к определенному медиа каналу
- Необходимы алгоритмы для агрегирования персональных характеристик зрителей онлайн – пол, возраст и т.д.

# Источники данных об аудитории видеоресурсов



В теории – по всем сайтам, посещаемым панелистами

Март 2011:  
 Данные по 88 сайтам из выборки

+ другие измерители



Site-centric:  
 Данные по 43 сайтам из выборки

User-centric  
 В теории – по всем сайтам, посещаемым панелистами

## Счетчики



78 сайтов



52 сайтов



31 сайтов



8 сайтов

## Данные площадок

Статистика за неделю:

- > 4 600 000 просмотров страниц,
- > 800 000 уникальных посетителей,
- > 83 000 просмотренных видео.



Полное количество показов - 4.000.000, Ежедневно нас посещают 250.000 человек, которые просматривают около 1.500.000 страниц.

# Великобритания: единая система измерения потребления аудиовизуального контента... при отсутствии единой валюты

Проект\перспектива

	В реальном времени	Отложенное телесмотрение	По запросу
Мобильные устройства (смартфоны, планшеты)	<p style="text-align: center;"><b>Валюта для продаж аудиовизуального контента онлайн</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Прочие системы</li> <li>• Панель BARB для домашнего просмотра</li> <li>• Прочие системы для просмотра вне домохозяйства</li> </ul>		
ПК и ноутбуки			
ТВ	<p style="text-align: center;"><b>Валюта для продаж телеконтента</b> Панель BARB</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Панель BARB для просмотра телеконтента</li> <li>• Прочие системы для просмотра другого контента</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>ТРЕБУЕТ УТОЧНЕНИЯ</b></p>	

## Германия: к единой валюте для всех форм потребления аудиовизуального контента

Проект\перспектива

	В реальном времени	Отложенное телесмотрение	По запросу
<b>Мобильные устройства (смартфоны, планшеты)</b>	<p>Единая система In-stream («поточных») измерений</p> <div data-bbox="656 919 1485 1112" style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin: 10px auto; width: fit-content;"> <p>Возможность придерживаться различных валют (цены\взаиморасчеты) ?</p> </div>		
<b>ПК и ноутбуки</b>			
<b>ТВ</b>			

# Франция: переходный период многообразия измерений для накопления суммы знаний

## Проект\перспектива

	В реальном времени	Отложенное телесмотрение	По запросу
Мобильные устройства (смартфоны, планшеты)	В зависимости от сроков внедрения PPM (пиллметров) – не ранее 2013 г.		<ul style="list-style-type: none"> <li>Глобальное исследование телеконтента (интегрированного в ТВ панель если она основана на PPM)</li> <li>Прочие системы для иного контента</li> </ul>
ПК и ноутбуки			<p><b>Возможна интеграция в ТВ панель в течение 2 лет</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Глобальное исследование телеконтента (интегрированного в ТВ панель если она основана на PPM)</li> <li>Прочие системы для иного контента</li> </ul>
ТВ	<p>Текущая валюта для продаж телеконтента</p> <p>Панель ТВ</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Глобальное исследование телеконтента (интегрированного в ТВ панель если она основана на PPM)</li> <li>Прочие системы для иного контента</li> </ul>

## «Одна валюта» - две точки зрения

### Точка зрения 1: Две раздельных системы и валюты более предпочтительны

- Измерения онлайн могут выдавать более высокие показатели по сравнению с телеизмерениями
- Совмещение онлайн видео и ТВ контактов связано с потенциальными рисками.
- Увязка показателей CPT онлайн видео на уровне показателей CPT ТВ
- сравнение охвата онлайн неблагоприятно сказывается на ТВ-вебсайтах

### Точка зрения 2: необходимо утвердить единственную систему, однако «гибридного типа»

- Измерения онлайн не приемлемы для измерения просмотра профессионального видео контента
- Необходимость валюты «гибридного» типа по аналогии с телевизионной, на основе продолжительности просмотра
- Онлайн видео контент эфирных каналов находится под угрозой со стороны т.н. "pure players" (объемный инвентарь и низкие CPT)
- Необходимость обособления от непрофессиональных видео платформ, представляющих менее значимый интерес

Спасибо за внимание !