



Онлайн-видеореклама в «Интернете»

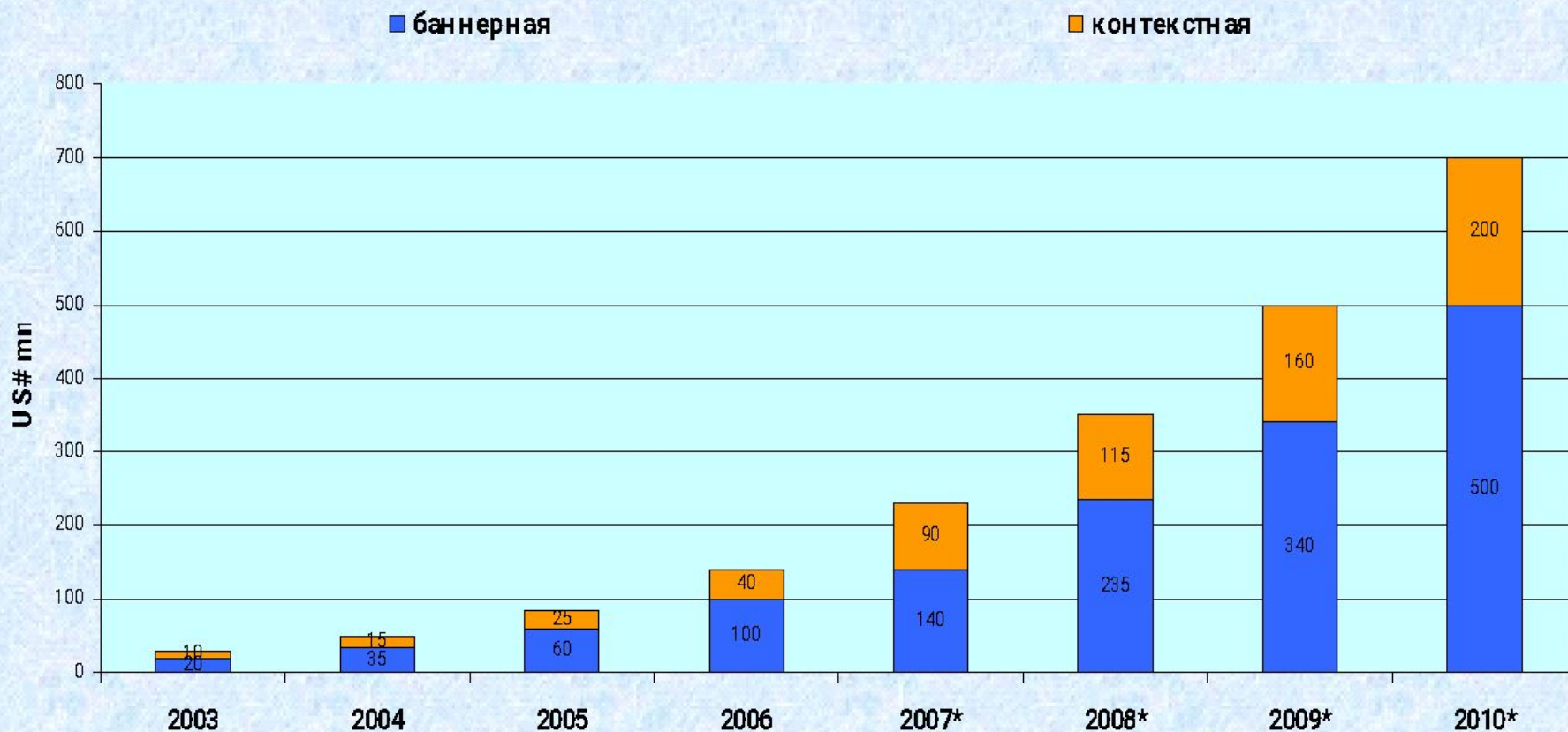


Рунет-реклама



Интернет - стремительно растущий сегмент медиа-рынка

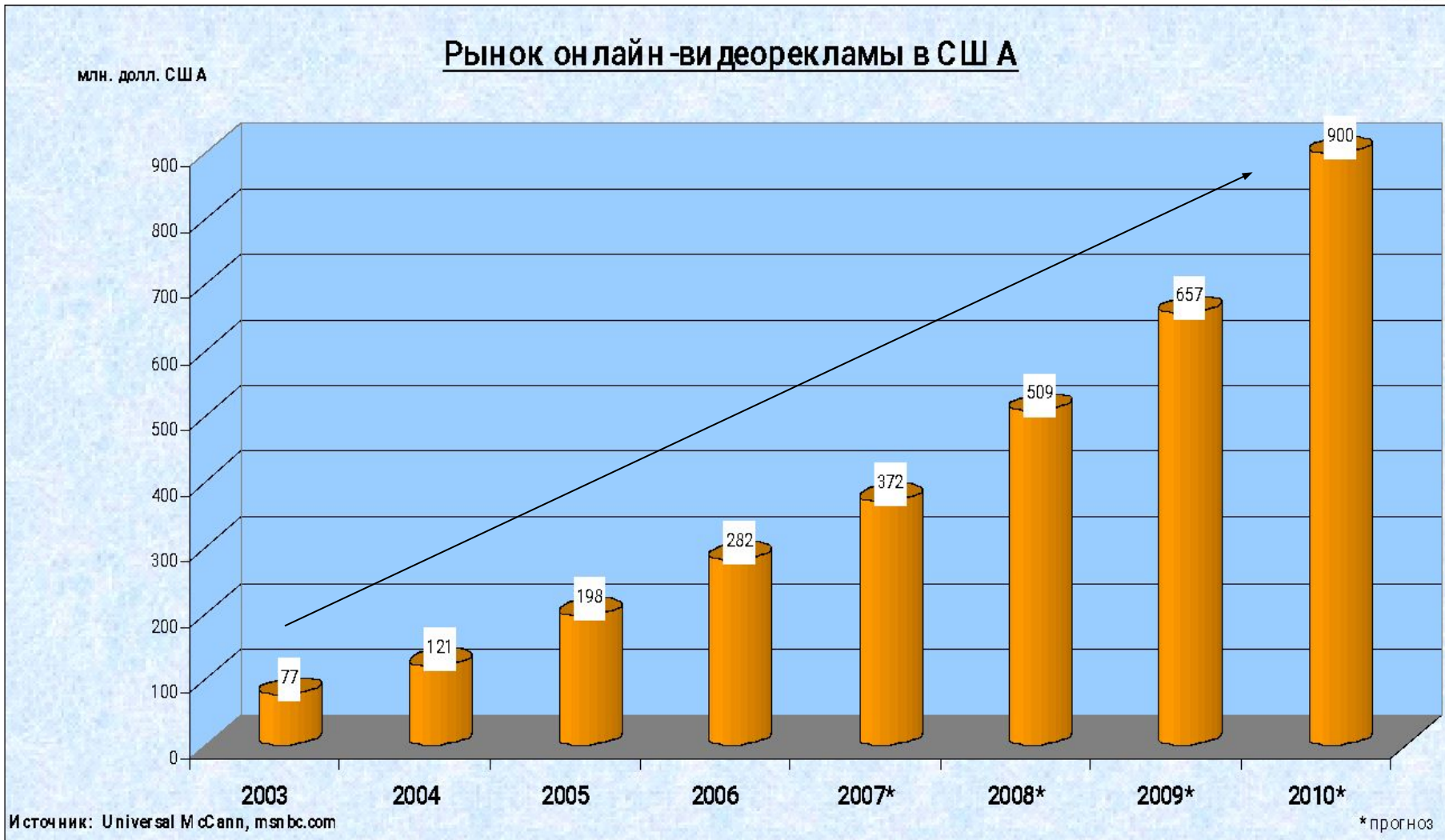
Рынок "Рунет"-рекламы: 2003-2010



* - прогноз. Источник: АКАР.

Video Online Advertising

Зарубежный опыт: средний рост VOA- рынка США - 135% в год



Широкополосный доступ в РФ: 6-кратный потенциал роста



Широкополосный доступ - главный двигатель роста аудитории видеоконтента.
Уровень проникновения бродбэнда - в 6 ниже, чем в США.

Высокоскоростной интернет-доступ в РФ (млн. пользователей)



Источники: Сnews.ru, Json & Partners, iKS consulting, Мининформсвязи

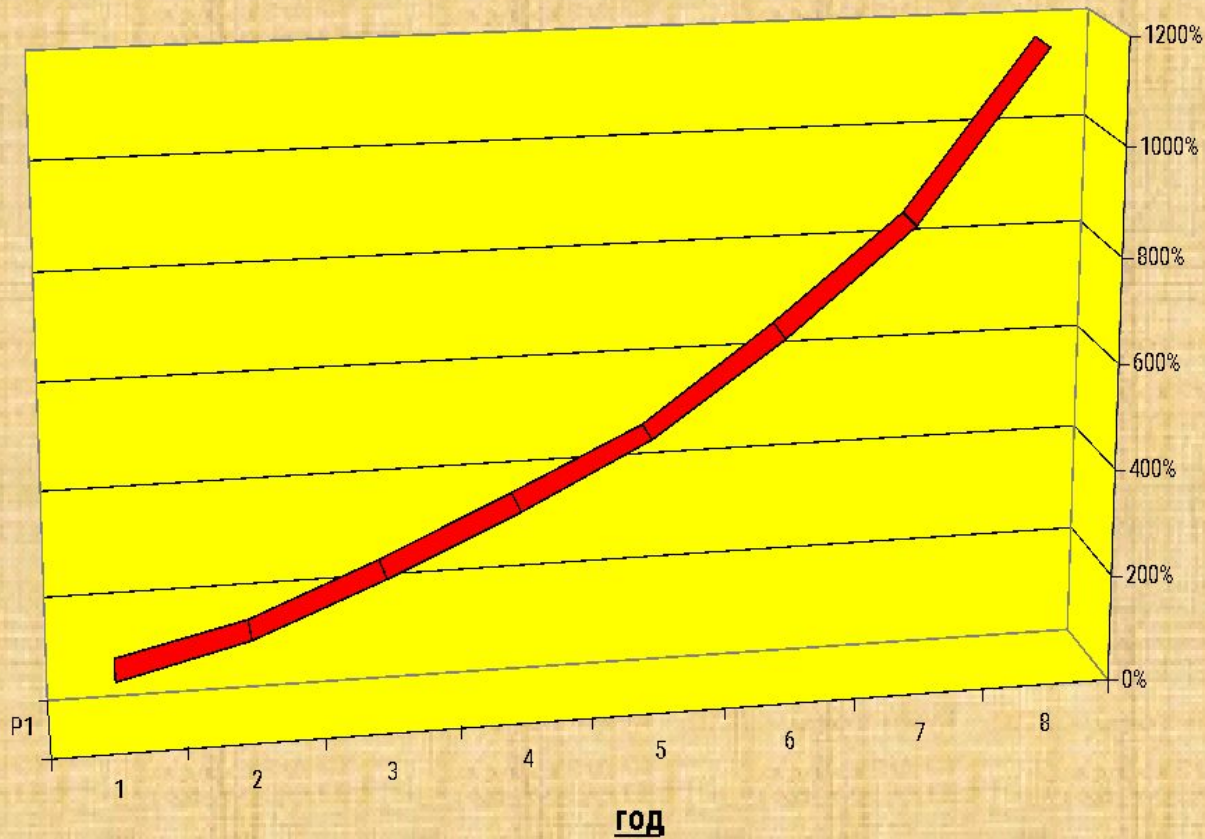
* - прогноз

Прогноз по российскому VOA-рынку

В ближайшие 8 лет объем VOA в Рунете возрастет в 12 раз



Прогнозируемые темпы роста российского VOA-рынка



Прогноз АМЕДИА

Case Study: Atomfilms.com



Создан в январе 2001г.

Уникальное предложение: пионер интернет-дистрибуции короткометражных фильмов независимых режиссеров (около 1500 короткометражек).

Бизнес-модель: подписка + видеореклама; проект прибылен с 2002г.

Владельцы: приобретен MTV (Viacom) за 200 млн. долл. 10 августа 2006г.

Ежемесячная посещаемость (1-й квартал 2006г.):

- 56 млн. показов баннеров.
- 6 млн. уникальных посетителей (при 32 млн. бродбэнд-юзеров в США).
- 5 млн. просмотров фильмов.

Advertisers and Sponsors: 20th Century Fox, Coca-Cola, Intel, Mattel, Nintendo, Microsoft, Sony, Toyota, Unilever Axe and more.

User Generated Content vs Scripted & Licensed Content



Созданный пользователями контент - самый актуальный сегмент интернета. Однако, пользовательский контент создает определенные трудности:

возможное отсутствие прав на контент у пользователя:

2 февраля 2007г. Viacom потребовал убрать от Google/Youtube убрать 100.000 роликов.

отсутствие договора на размещение у портала:

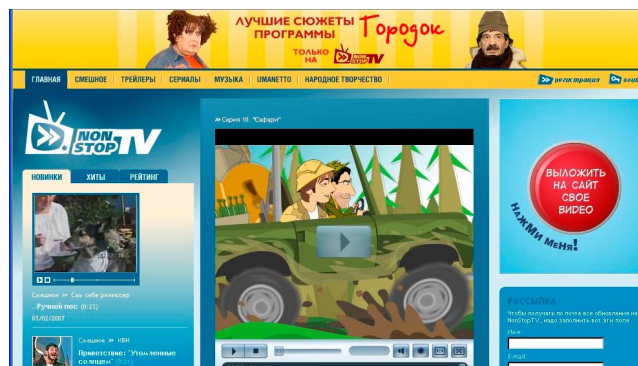
публичная оферта миллионам физических лиц наподобие end-user license agreement не гарантирует от судебных разбирательств

потенциальный конфликт брэнда рекламодателя и контента:

непристойное/неуместное содержание пользовательских роликов может перечеркнуть рекламное послание.

Рекламодателю необходим лицензионный, профессионально созданный контент с “очищенными” правами

- ❖ Развлекательный видеопортал в сети Интернет.
- ❖ Вещание только форматов «scripted» video.
- ❖ Специально для портала приобретаются лицензионные права самых популярных развлекательных ТВ-шоу.
- ❖ Вещание видео-контента NSTV в сети сайтов партнеров.
- ❖ Первая в России профессиональная система размещения видео-рекламы внутри сюжетов.



Статистика портала по данным Spylog



Суточная аудитория

- Уникальные Посетители – 6 000 чел.
- Просмотренных страниц (хиты) – 15 000 показов
- Просмотров видео-роликов – 20 000 роликов

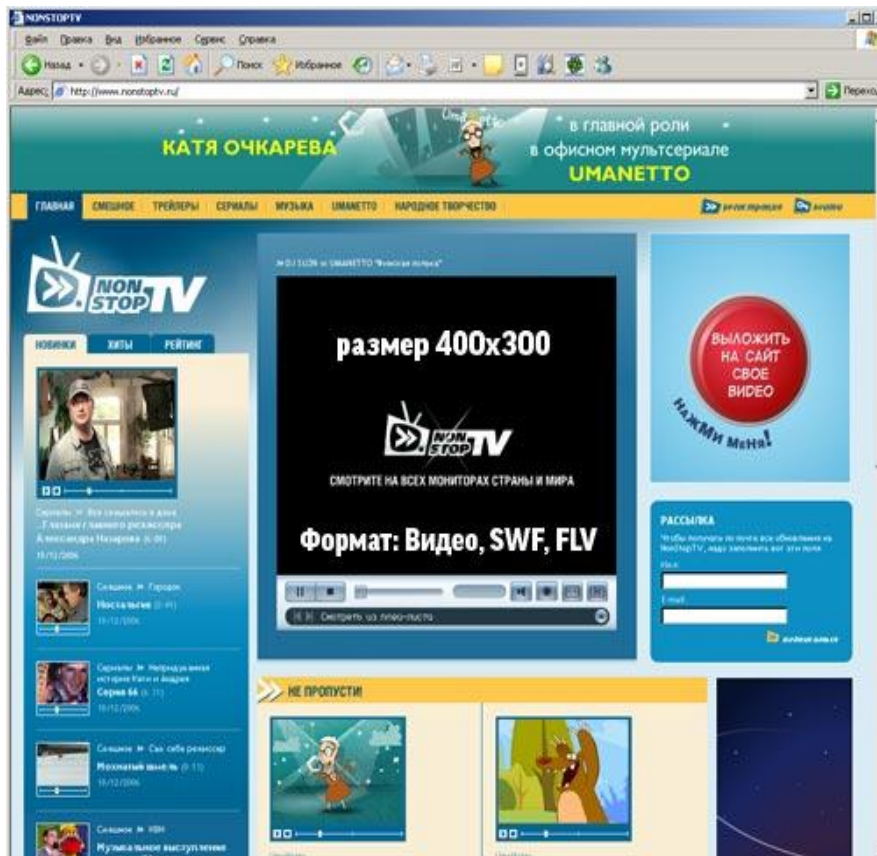
Месячная аудитория портала (январь 07)

- Посетителей – 150 000 чел.
- Просмотренных страниц (хиты) – 500 000 показов
- Просмотров видео-роликов – 600 000 роликов

Посещаемость NONSTOPTV.RU (данные Spylog)



Рекламные форматы, видео-реклама



Уникальные особенности:

- Рекламный ролик показывается перед видео-сюжетом и его нельзя пропустить.
- На ролик можно кликнуть и перейти на сайт рекламодателя.
- Лояльность зрителя к рекламным роликам.
- Возможность настройки показа рекламы по разным темам видео.
- Возможность показа рекламы на площадках-трансляторах, например [Видео@Mail.ru](mailto:Video@Mail.ru)
- Размещение рекламы происходит через систему AdRiver

Формат:

- Видео-ролик в любом формате
- Размер экрана 400x300, позволяет использовать ТВ-рекламные ролики