



Рекламные возможности RuTube

«Алькасар» - головной офис в Москве, более 30 филиалов по всей России





Основная деятельность «Алькасар» - эксклюзивная реализация рекламных ресурсов:



телеканал НТВ



телеканал ТНТ



телеканал ТВ-Центр



видео-портал Ru Tube

Что такое RuTube?



- RuTube – это крупнейший российский видео-портал.
- Ежемесячная аудитория по России – 9 500 000 уникальных пользователей. 100 000 000 страниц, 90 000 000 видео-файлов.
- Видеоролики на любой вкус.
- RuTube – структурированный по тематическим категориям видеоконтент, собственная редакция и модераторская служба.
- Видео рядовых пользователей и профессиональных продакшн-компаний, популярных телеканалов и радиостанций

Партнеры RuTube:



... и многие другие

Редакционный и пользовательский контент



Видеопроекты: Развлекательные интернет-передачи, тематические видеосюжеты на остросоциальные темы, видеоблоги знаменитостей.

«Брейнфакерс» – провокационные интервью и комментарии на различные темы.

«Видеообзоры Ильи Мэддисона» - обзоры компьютерных игр от суперпопулярного среди геймеров журналиста Ильи Мэддисона.

«Психология на RuTube» – практические советы на каждый день.

Редакция RuTube ежедневно отбирает лучшие видеоролики на главную страницу в раздел «Редакция рекомендует», создает тематические каналы видео.

Например, «RuTube Трейлеры» — новинки кинопроката.

«The Snow!» — активные зимние виды спорта.

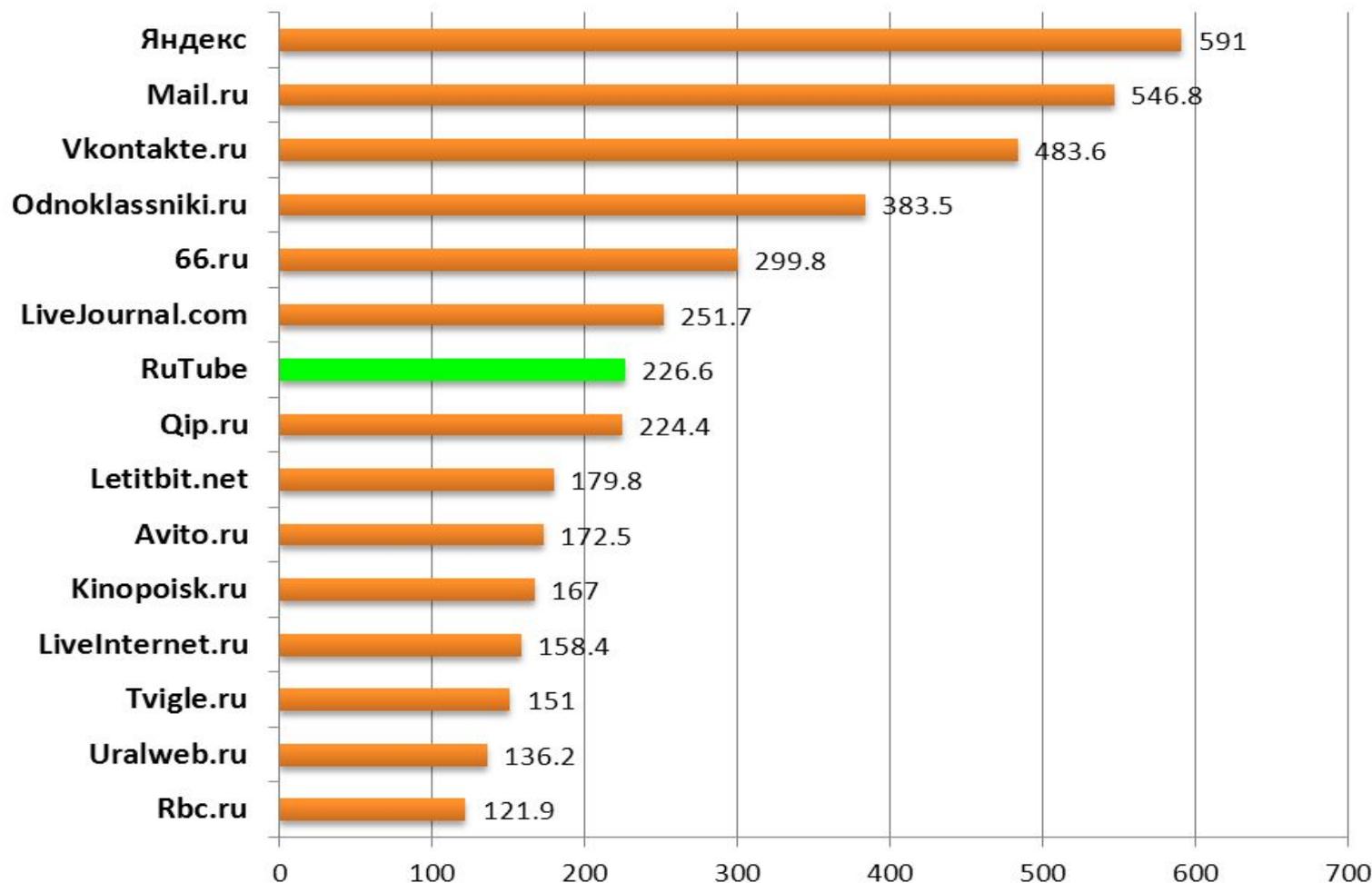
Тематические категории RuTube



- Юмор
- Игры
- Музыка
- Мультфильмы
- Спорт
- Кино
- ТВ
- Авто
- События
- Новости
- Животные
- Природа и путешествия
- Искусство и творчество
- Наука и техника
- Семья, дети, здоровье
- Жесть

**Возможно размещение
рекламы только в
избранных категориях!**

Топ-15 сайтов в Екатеринбурге



В тыс.человек

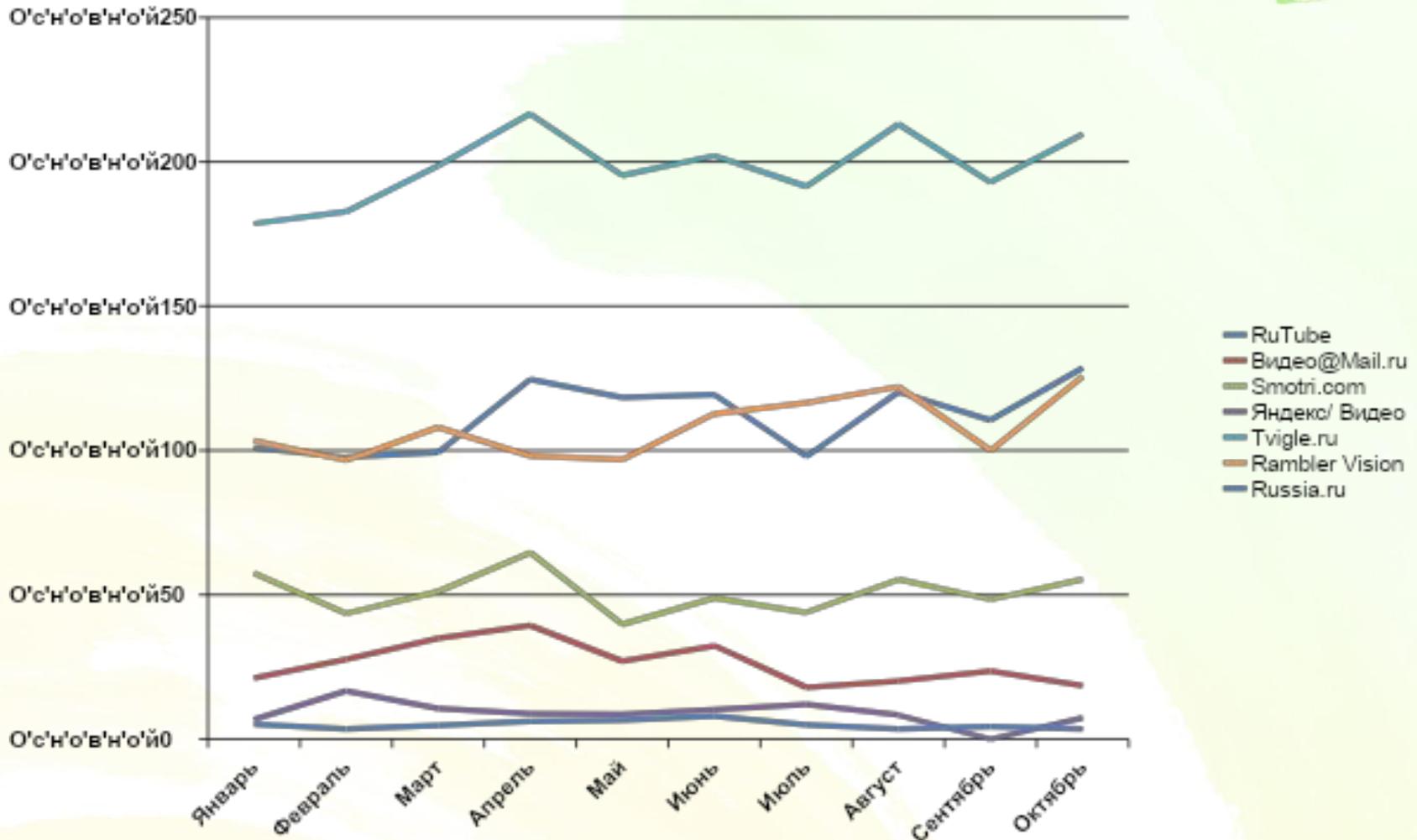
По данным TNS Web Index, Екатеринбург, октябрь 2010, аудитория 12-54

Охват RuTube в Екатеринбурге



	В месяц	В неделю	В день
Охват	226.6 тыс.чел.	80.8 тыс.чел.	19.4 тыс.чел.
В населении г. Екатеринбург в возрасте 12-54	25.8%	9.2%	2.2%
Среднее кол-во загрузок страниц на 1 посетителя	15	8.1	5.7

RuTube №1 по аудитории Екатеринбурга, смотревшей видео в Рунете

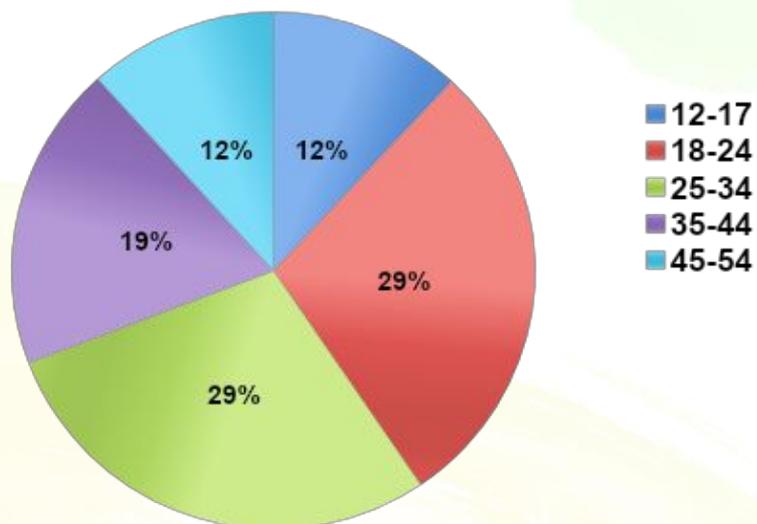


В тыс.человек, смотревших видео на сайте
данных TNS Web Index, Екатеринбург, январь-октябрь 2010, аудитория 12-54

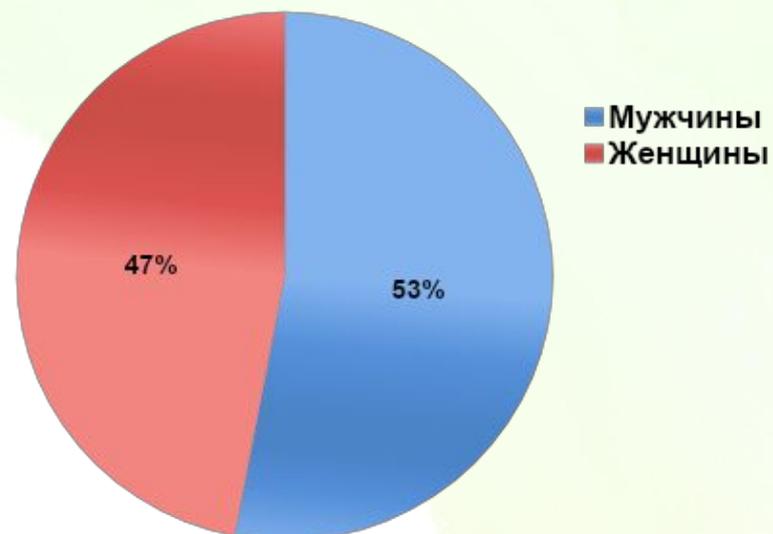
Аудитория RuTube в Екатеринбурге: возраст и пол



Возраст



Пол



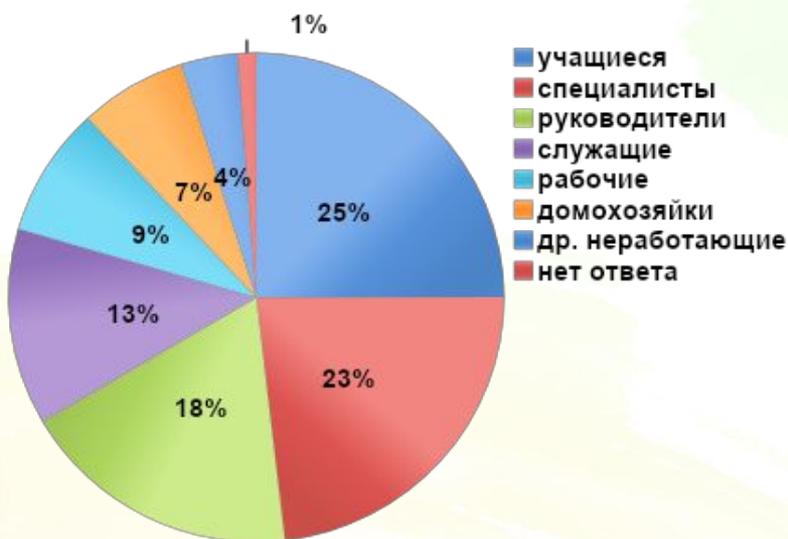
% от уникальных пользователей

По данным TNS Web Index, Екатеринбург, январь-октябрь 2010, возраст 12-54

Аудитория RuTube в Екатеринбурге: достаток, род занятий



Род занятий



Материальное положение семьи



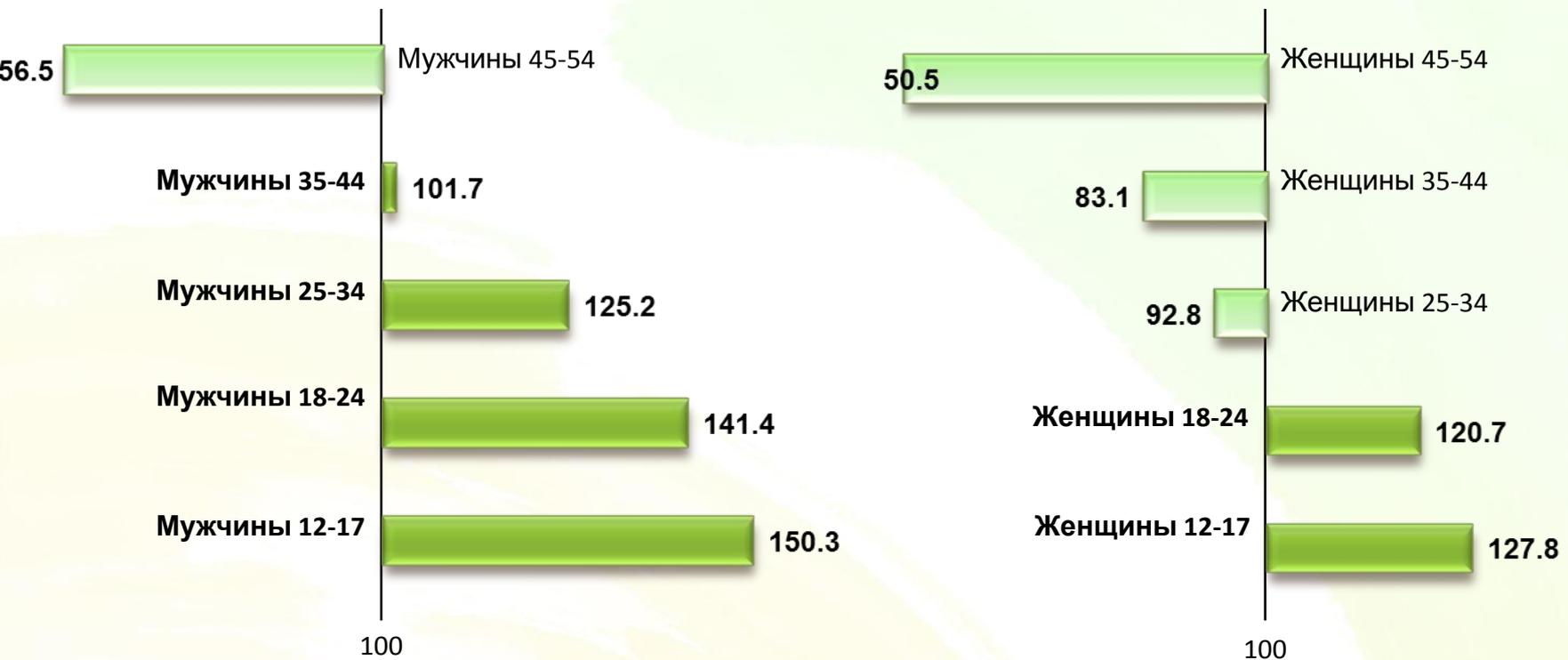
% от уникальных пользователей

По данным TNS Web Index, Екатеринбург, январь-октябрь 2010, возраст 12-54

Аудитория RuTube: индекс аффинитивности



Половозрастные группы



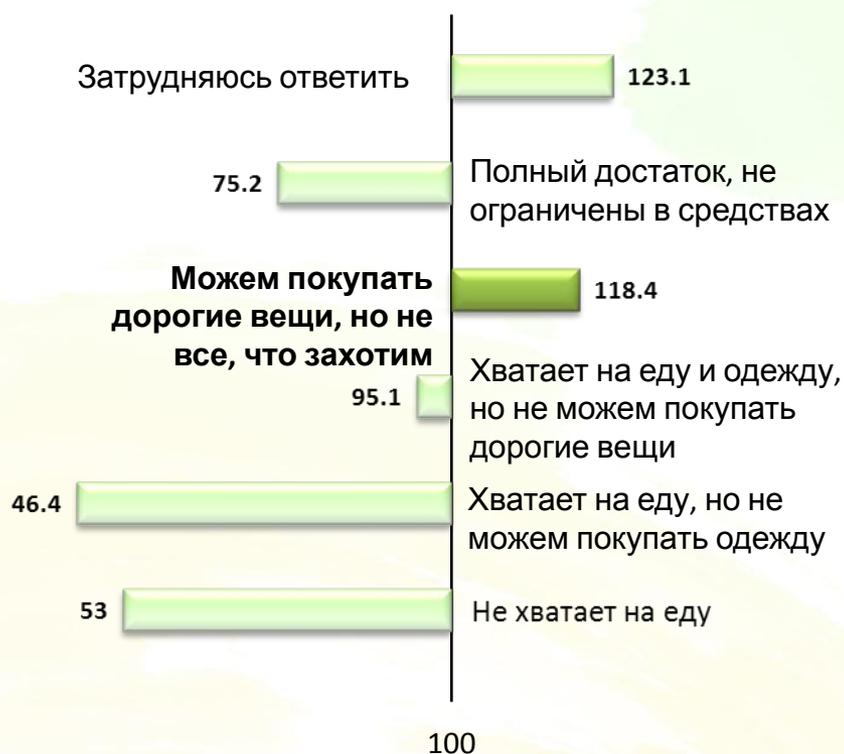
Affinity Index показывает, насколько соц.-дем. группа представлена в аудитории RuTube больше/ меньше, чем в населении Екатеринбурга в целом.

По данным TNS Web Index, Екатеринбург, январь-октябрь 2010, возраст 12-54

Аудитория RuTube: индекс аффинитивности



Достаток



Род занятий



Affinity Index показывает, насколько соц.-дем. группа представлена в аудитории RuTube больше/ меньше, чем в населении Екатеринбурга в целом.

По данным TNS Web Index, Екатеринбург, январь-октябрь 2010, возраст 12-54

Рекламные форматы RuTube

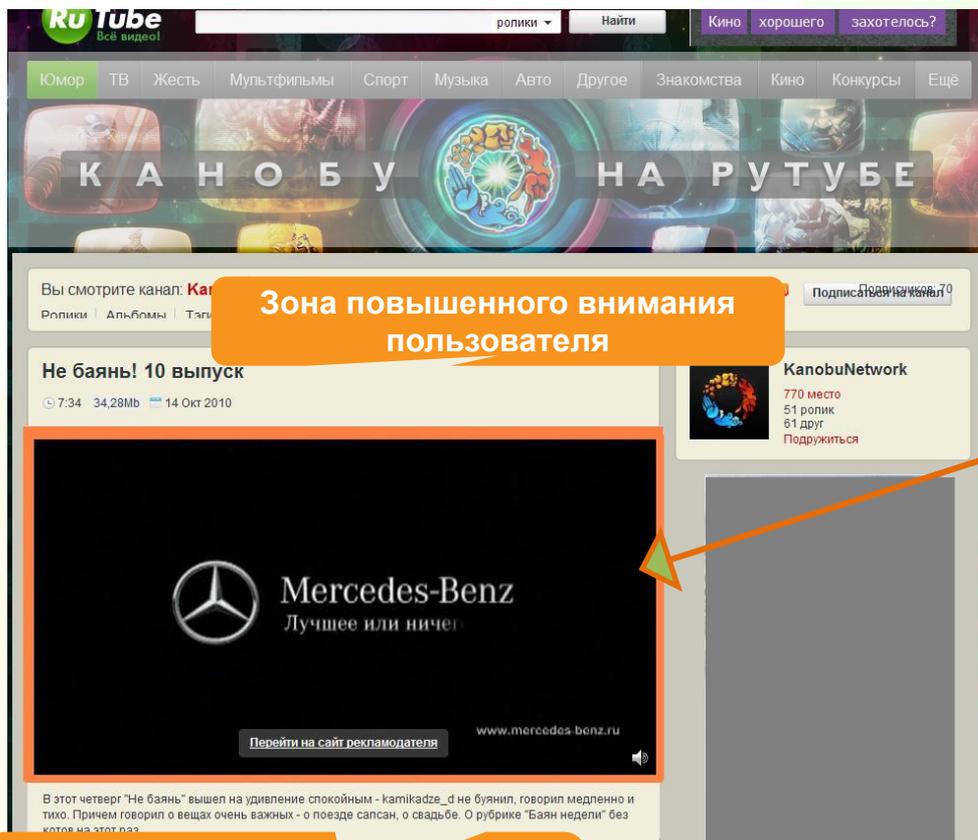


RuTube предлагает уникальный набор форматов для размещения вашей рекламы. Используйте различные форматы в зависимости от рекламных задач и бюджета. Комбинируйте различные форматы для достижения максимального эффекта.

Виды рекламных форматов:

- Форматы в плеере
- Flash-баннеры на страницах
- Специальные размещения (вирусное видео, спецпроекты и др.)

Форматы в плеере: пре-ролл, пост-ролл



Зона повышенного внимания
пользователя

Возможность перейти на сайт
рекламодателя во время
просмотра рекламы

...и после просмотра
видео

75% из всех кликов
приходятся на плашку

«Перейти на сайт рекламодателя»

Пре-ролл

Ролик до 10 сек до просмотра
основного видео.

- Премиальная позиция
- Максимальное внимание пользователей
- Гарантированный контакт с аудиторией
- Высокий CTR* – 5-8%

Пост-ролл

Ролик от 15 сек до 2 мин после
просмотра основного видео.

- Гибкий хронометраж
- Длительный контакт
- Высокий CTR* – 6-9%

* CTR (СиТиАр) – показатель кликабельности рекламного сообщения. Отношение числа кликов по рекламному сообщению к общему числу показов.

Преимущества видео-рекламы



Баннерная/ текстовая реклама

- Рекламный клаттер
- Баннерная слепота
- Ограниченные возможности креатива
- Ограниченные возможности передачи эмоций
- Краткосрочный контакт с аудиторией
- Несоответствие формы окружающего контекста
- Более низкий CTR*

Видео-реклама

- Отсутствие других рекламодателей
- Гарантированный контакт
- Видео – лучшее воздействие на аудиторию
- Возможность лучше передать имидж бренда
- Продолжительный контакт с аудиторией
- Комфортное восприятие видео-рекламы на видео-портале
- Более высокий CTR*

* CTR (СиТиАр) – показатель кликабельности рекламного сообщения. Отношение числа кликов по рекламному сообщению к общему числу показов.

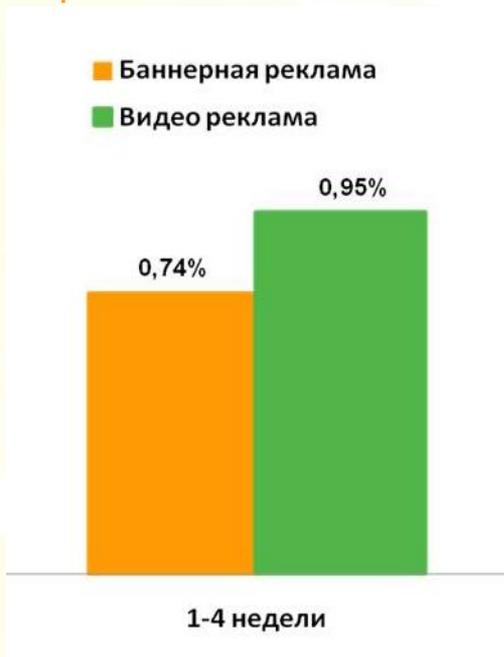
Преимущества видео-рекламы



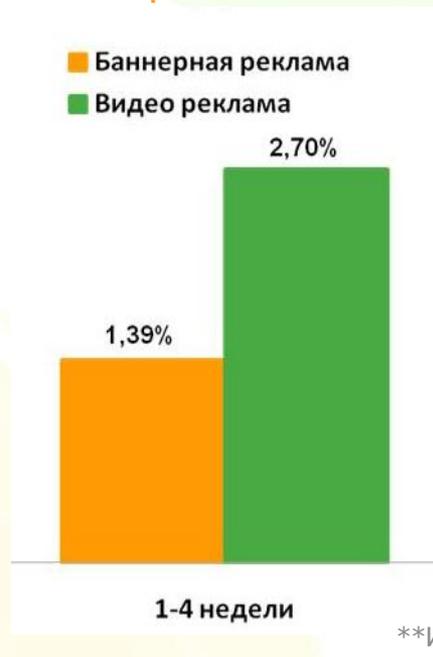
По данным компании DoubleClick, пользователи в 7 раз чаще* кликают на видео, чем на баннеры. Эффект новизны, наличие сюжета и простое любопытство пользователей делают это вид рекламы наиболее перспективным и результативным в сети.

Видео-реклама обеспечивает более высокие показатели вовлеченности пользователей по сравнению с баннерной рекламой.**

Прирост посетителей по итогам рекламных кампаний



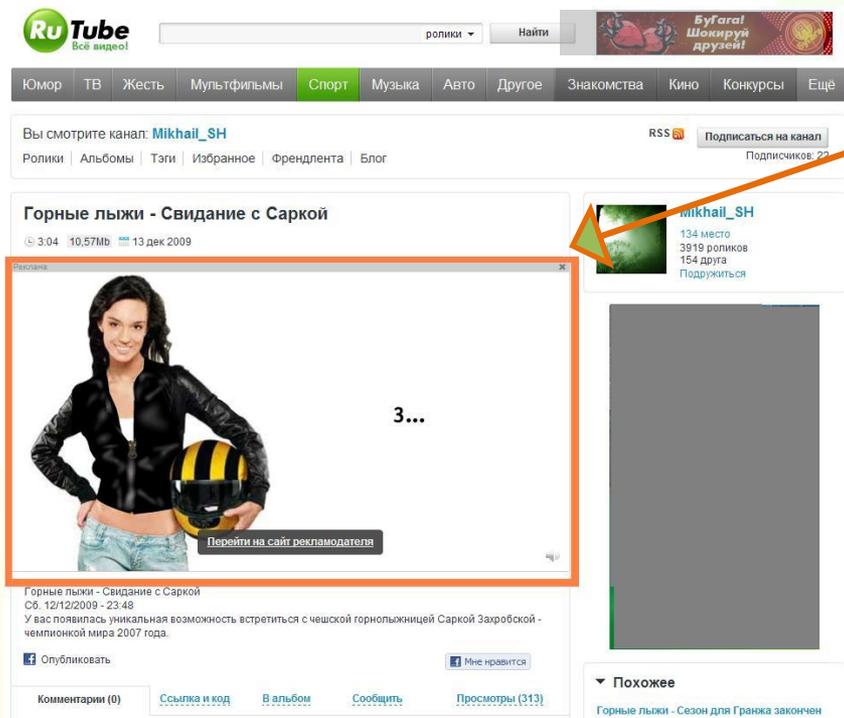
Прирост кол-ва поисковых запросов по итогам рекламных кампаний



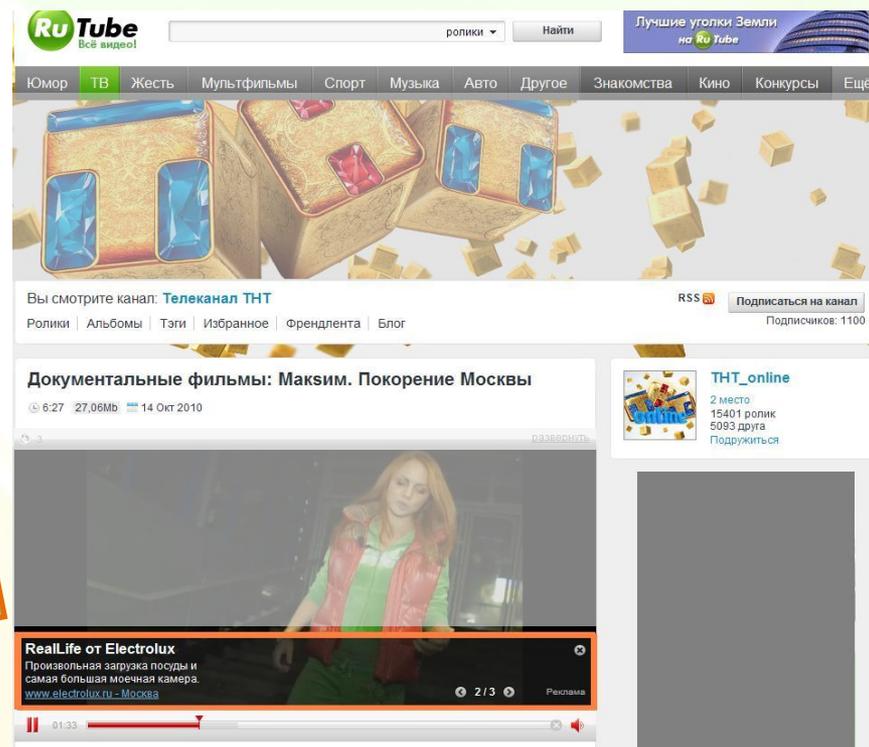
*Источник: RUMетрика, 2009г.

**Источник: comScore Video Metrix, 2010г.

Форматы в плеере: баннер на паузе, оверлей

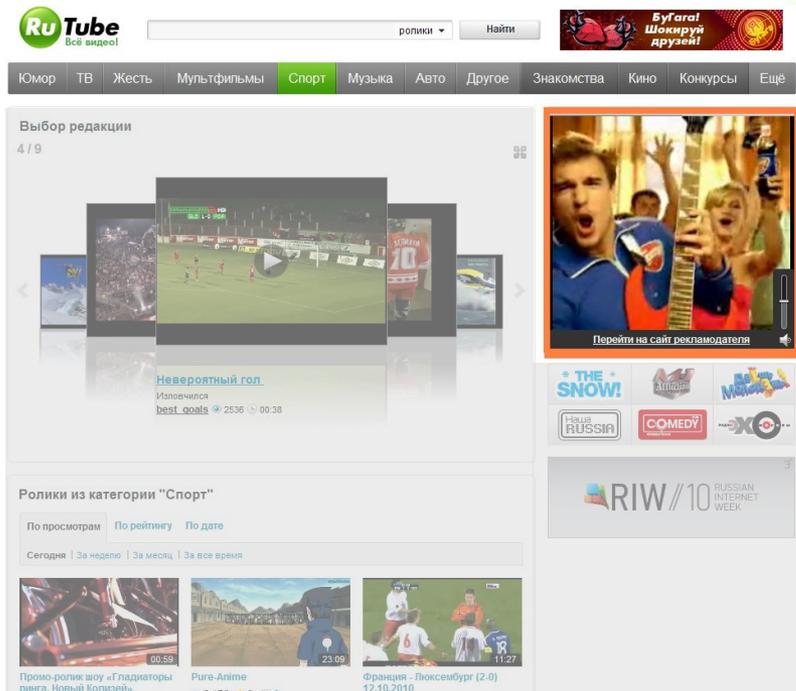


Баннер на паузе - демонстрируется пользователю в окне плеера во время приостановки видео. Заполняет информационный вакуум в плеере во время загрузки видео. Средний CTR – 1%.



Оверлей
Демонстрируется пользователю в нижней части плеера во время просмотра поверх видео. Гарантированный контакт с аудиторией. CTR – около 1%.

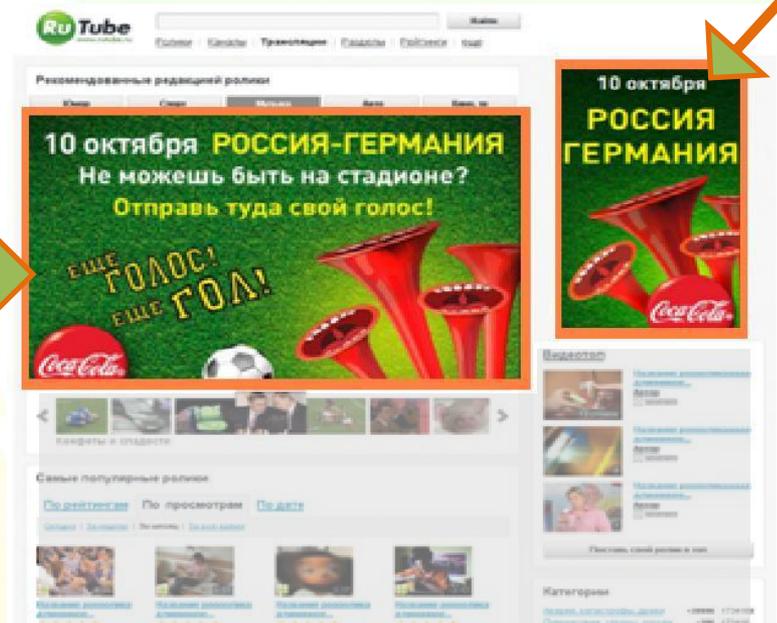
Видео-баннер 300x300, двойной формат



Видео-баннер 300x300

Расположен в первом экране, проигрывается после загрузки страницы. Стилизация видео-баннера под главный плеер гарантирует повышенный интерес и внимание к рекламному сообщению. Хронометраж до 2 мин. Средний CTR – 0.5-0.8%

Двойной формат
Баннер, который демонстрируется пользователю в плеере перед показом основного видео, с одновременной демонстрацией баннера «240x400». Обеспечивает высокую заметность рекламного сообщения. Средний CTR – 2-3%.



Flash-баннеры на страницах

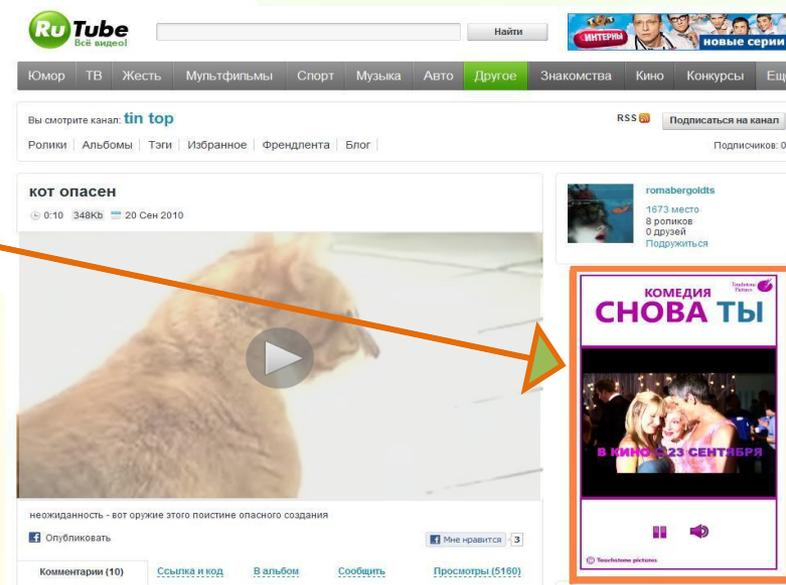


Баннер 955x100

Располагается на главной странице.
Баннер на главной странице подчеркивает престиж рекламируемого бренда.

Баннер 240x400

Располагается на страницах просмотра видео.
Расположение на уровне плеера позволяет быть в зоне внимания аудитории.



Специальные размещения: вирусный ролик



Вирусный ролик

Размещение на главной странице в «витрине» самых интересных роликов.

Эксклюзивное внимание аудитории.

Если сюжет ролика «зацепит» аудиторию, пользователи будут активно делиться друг с другом ссылкой на ролик, тем самым обеспечивая максимальное количество просмотров.

Брендинг раздела

Пример брендинга страницы для бренда XBOX:



RuTube **Всё видео!** ролики Найти **SNOW** ОТКРЫВАЙ!

Юмор ТВ Жесть Мультфильмы Спорт Музыка Авто Другое Знакомства Кино Конкурсы Ещё

XBOX LIVE

Ваш пропуск в мир развлечений

XBOX 360

Игры

Трейлеры | Ролики | Новости

Трейлеры

RSS Подписаться на новые трейлеры

Мультфильмы

Трейлер игры Halo: Reach

Для фанатов Halo новый год настал раньше, чем ожидалось. Сверхклевый трейлер Halo: Reach. Смотрите и восхищайтесь!

01:24

Смотреть < 2 / 7 >

смотреть подряд

Ролики

ТОП дня | ТОП недели | ТОП месяца | За все время

<p>Обзор Call of Duty Modern Warfare 2</p> <p>285 ★ 0 5</p>	<p>Канобу-вести (21.12.2010)</p> <p>138 ★ 0 0</p>	<p>ТВ-Синема "Это мафия, брат"</p> <p>88 ★ 0 0</p>	<p>T-150k</p> <p>79 ★ 0 0</p>
---	---	--	-------------------------------



Проведение конкурсов



1. Место размещения – раздел «Конкурсы»

география: Екатеринбург

2. Тип размещения – статика

3. Анонс конкурса:

анонсирующие баннеры

текстовая ссылка в перечне конкурсов

4. Пример: Квест от компании Nokia

Получайте подсказки на страницах спецпроекта <http://nokia.rutube.ru/>, ищите ролики со скрытыми подсказками, активируйте коды и наслаждайтесь подарками!

Приз – доступ к сервисам компании Нокиа

The screenshot shows the RuTube website interface. At the top, there's a search bar and navigation tabs for various content categories: Юмор, ТВ, Жесть, Мультфильмы, Спорт, Музыка, Авто, Другое, Знакомства, Кино, Конкурсы, and Ещё. Below this is a large, colorful banner for a contest titled 'Кастинг ДОМ2' (DOM2 Casting). The banner features the text 'DOM2 Casting Кастинг' and 'Участвовать в кастинге' (Participate in casting). Below the banner, there's a section for 'Лидеры кастинга' (Casting leaders) with a table showing the top three participants. To the right, there's a section for 'Последние ролики' (Latest videos) displaying a grid of video thumbnails with their titles, durations, and statistics. The page also includes a 'Все активные конкурсы' (All active contests) section with a list of contests and their respective logos.

Таргетинг



География

• Геотаргетинг

Время и
день недели

• Временной
таргетинг

Пол и
возраст

• Таргетинг по
контенту(раздел/тег
и/ролики)



+ **ТАРГЕТИНГ** по **ЧАСТОТЕ**: сколько раз нужно показать рекламу человеку, чтобы она сработала?

Первые примеры



Клиент «Стоматология»

Сроки РК: 10 дней ноябрь 2010

пре-ролл

Число контактов : 41 600

Охват: 31 665 человек

Частота : 1,3.

CTR: 11,33%!!!

Каждый переход на сайт рекламодателя обошелся клиенту в 4,6 руб.

Рост поисковых запросов в Яндексе с ключевыми словами:

«название стоматологии» +26%

«название стоматологии и город» +39%

Клиент «Бытовая техника»

Сроки РК: 10 дней ноябрь 2010

оверлей

Число контактов : 130 000

Охват : 45 414 человек

Частота: 2,9.

CTR: 2,76%

Каждый переход на сайт рекламодателя обошелся клиенту 10,9 руб.

Почему рекламодателю нужно размещение на RuTube?



RuTube vs. Региональные сайты

Региональные сайты	RuTube
Очень большой уровень рекламного клаттера на страницах	Всегда один рекламный модуль на странице. Всегда один рекламный модуль в плеере в момент показа рекламного сообщения.
Эффект «баннерной слепоты»	Большинство рекламных форматов на Рутьюб – необычны для пользователей, привлекают внимание и хорошо запоминаются аудиторией.
Высокий уровень конкуренции среди региональных рекламодателей	Минимум региональных рекламодателей на Рутьюб

Почему рекламодателю нужно размещение на RuTube?



RuTube vs. Федеральные сайты

Федеральные сайты	RuTube
Стандартное предложение федеральных площадок – баннерная и текстовая реклама.	Возможность использования видео-формата, который лучше всего воздействует на аудиторию.
Видео-проекты, которые предлагаются федеральными игроками (где возможно размещение рекламы), - меньше по охвату, чем RuTube	RuTube – видео-портал №1 в Рунете по количеству просмотров видео, по охвату аудитории и уровню рекламного сервиса.
Отсутствие региональных представительств у большинства федеральных площадок.	Широкая филиальная сеть продаж по регионам России, индивидуальный подход к каждому клиенту.

Отчетность перед рекламодателем



Статистика по проведению РК регистрируется независимой компанией AdRiver.

Для рекламодателя на время проведения РК создается аккаунт в программе AdRiver, делегируется право на просмотр РК в интерфейсе AdRiver'a.

Рекламодатель получает в режиме реального времени **статистику о ходе рекламной кампании:**

- количество показов рекламного сообщения
- кликабельность рекламного сообщения (CTR)
- количество показов уникальным пользователям
- По запросу рекламодатель может получить дополнительные отчеты по другим показателям.

Через 3 рабочих дня после окончания кампании предоставляются закрывающие документы вместе с отчетом из Адривера с вышеперечисленной статистикой.

Схема взаимодействия



- 1) Согласование МП с клиентом
- 2) Бронирование рекламного объема после получения гарантийного письма от РА.
- 3) Сроки предоставления РИМ – не менее чем за 5 дней до старта.
- 4) Размещение производится по 100%-ой предоплате, не позднее, чем за 4 дня до старта кампании.
- 5) Необходимые изменения в ход рекламной кампании вносятся за 2 дня до начала рекламной кампании.

Они уже с нами!





Спасибо за внимание!