



**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

---

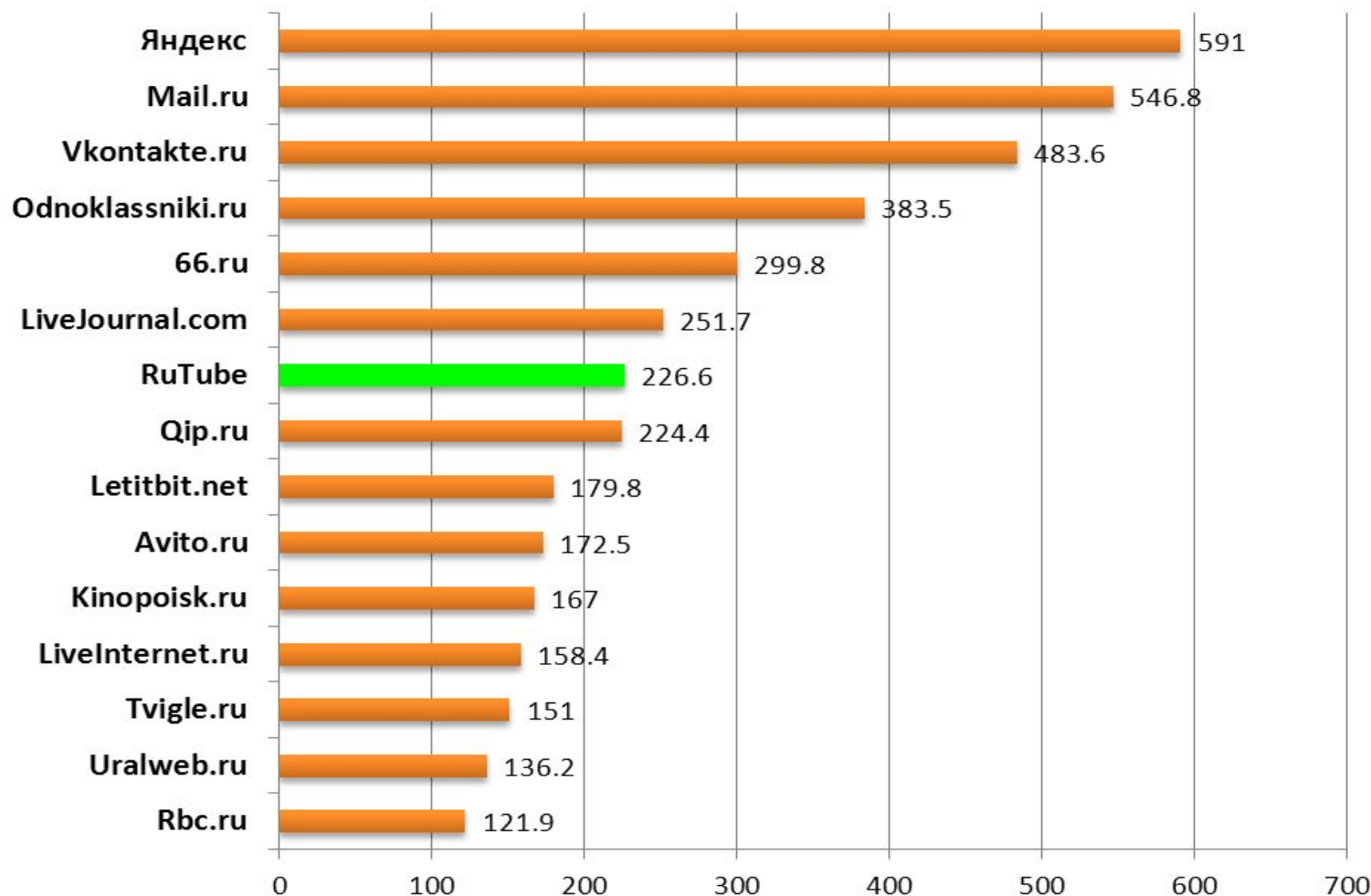


- Юмор
- Игры
- Музыка
- Мультфильмы
- Спорт
- Кино
- ТВ
- Авто
- События
- Новости
- Животные
- Природа и путешествия
- Искусство и творчество
- Наука и техника
- Семья, дети, здоровье
- Жесть

**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

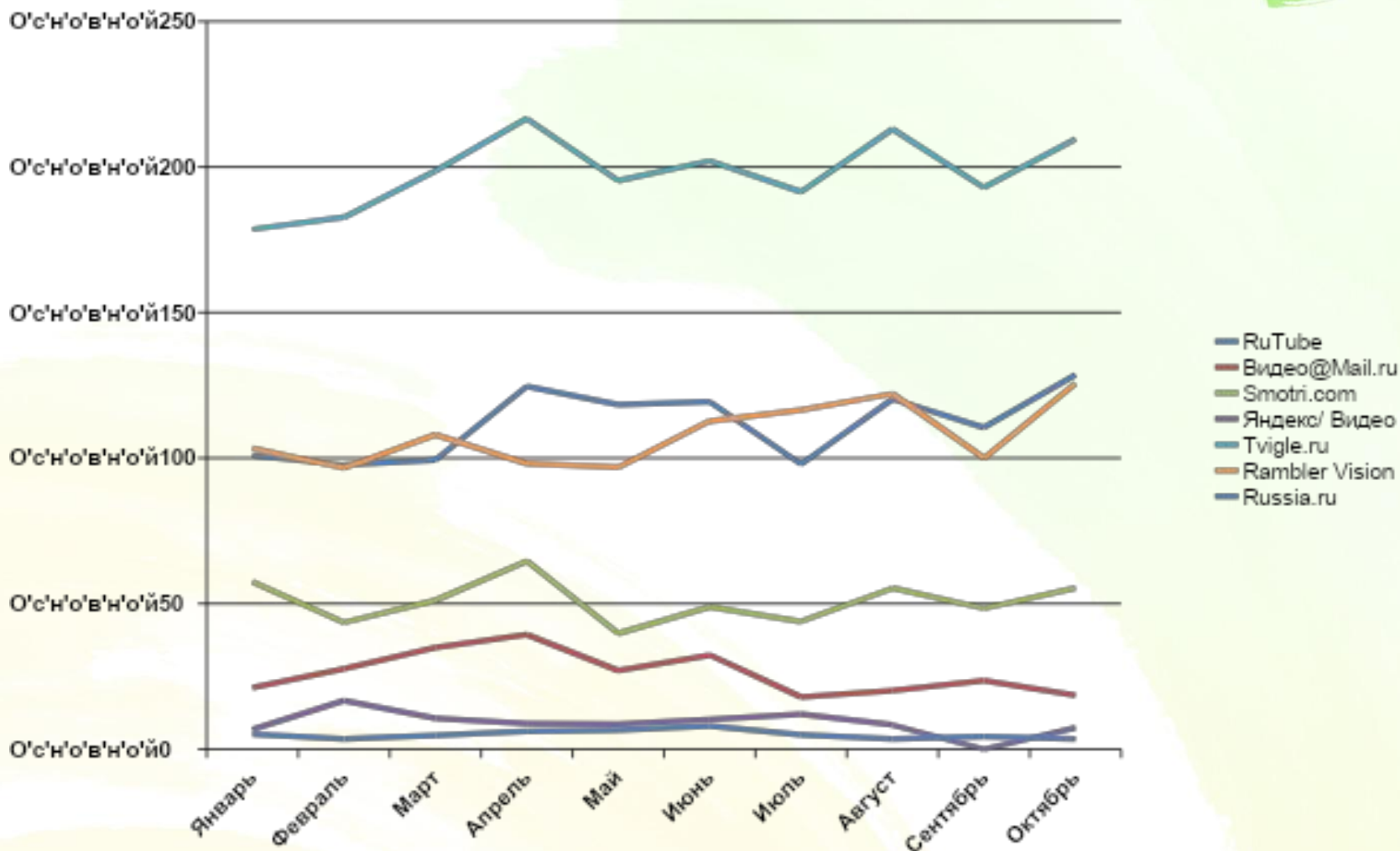
# Охват RuTube в Екатеринбурге



	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

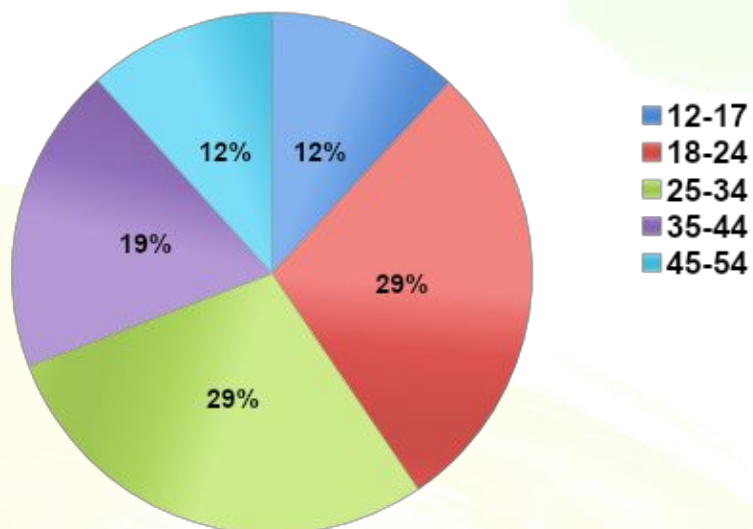


В тыс.человек, смотревших видео на сайте  
данных TNS Web Index, Екатеринбург, январь-октябрь 2010, аудитория 12-54

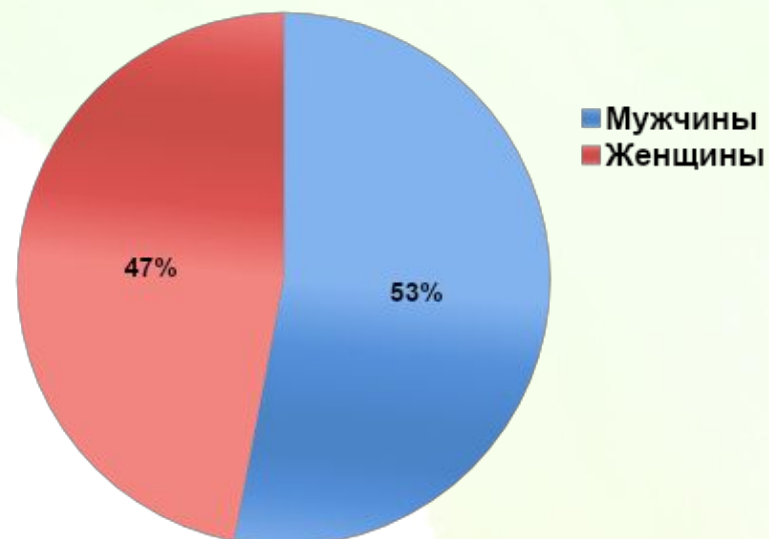
# Аудитория RuTube в Екатеринбурге: возраст и пол



Возраст



Пол



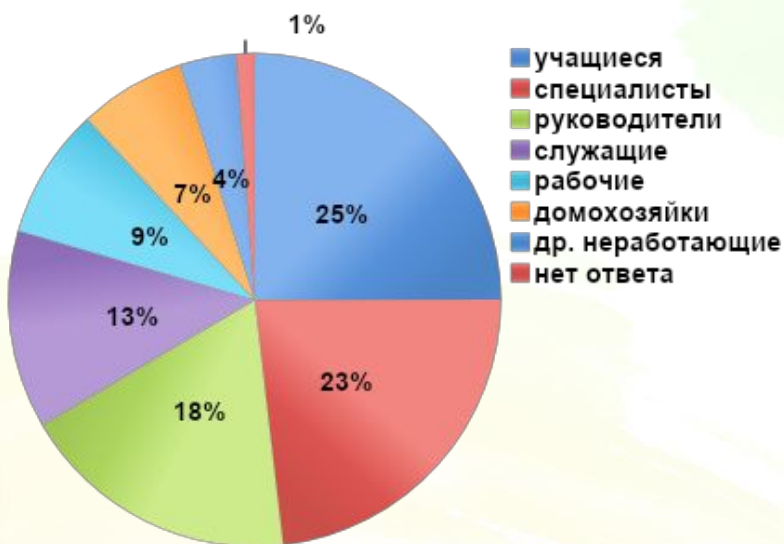
% от уникальных пользователей

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

# Аудитория RuTube в Екатеринбурге: достаток, род занятий



Род занятий



Материальное положение семьи



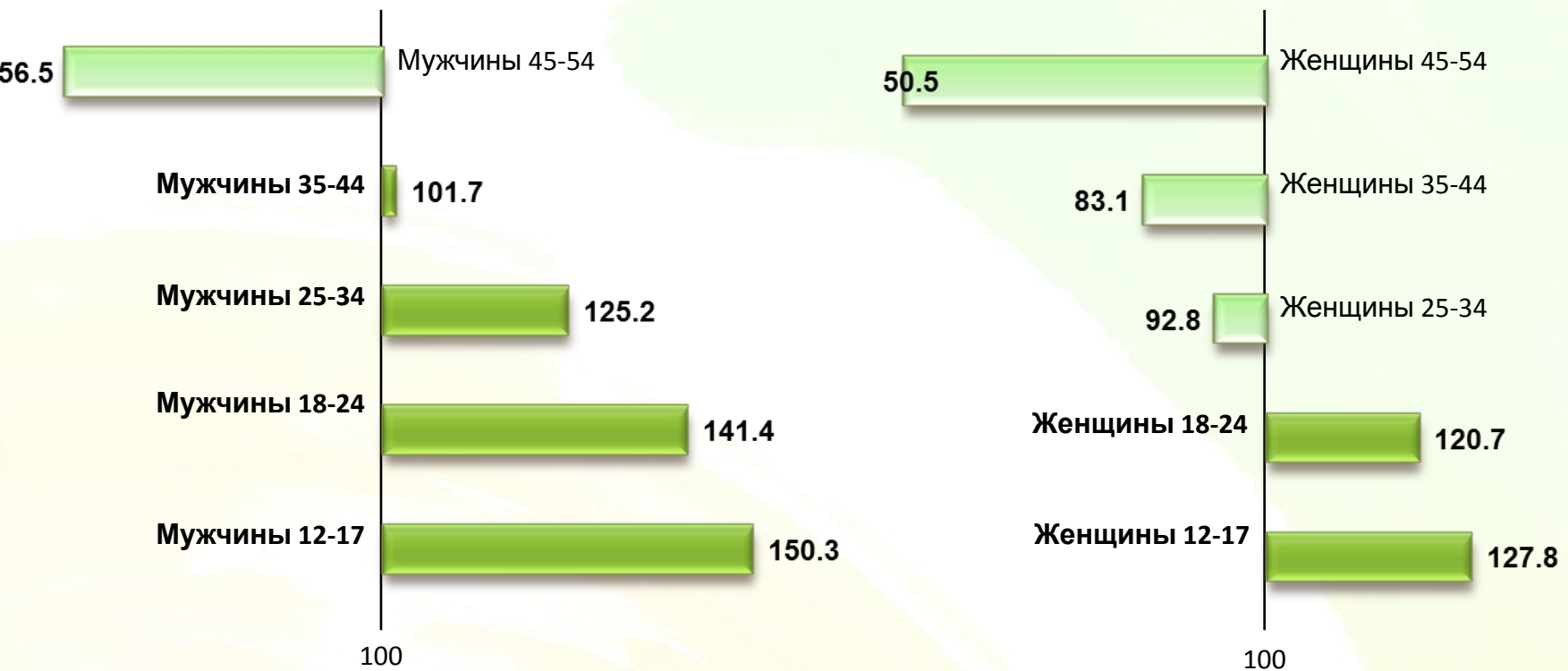
% от уникальных пользователей

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

# Аудитория RuTube: индекс аффинитивности



## Половозрастные группы



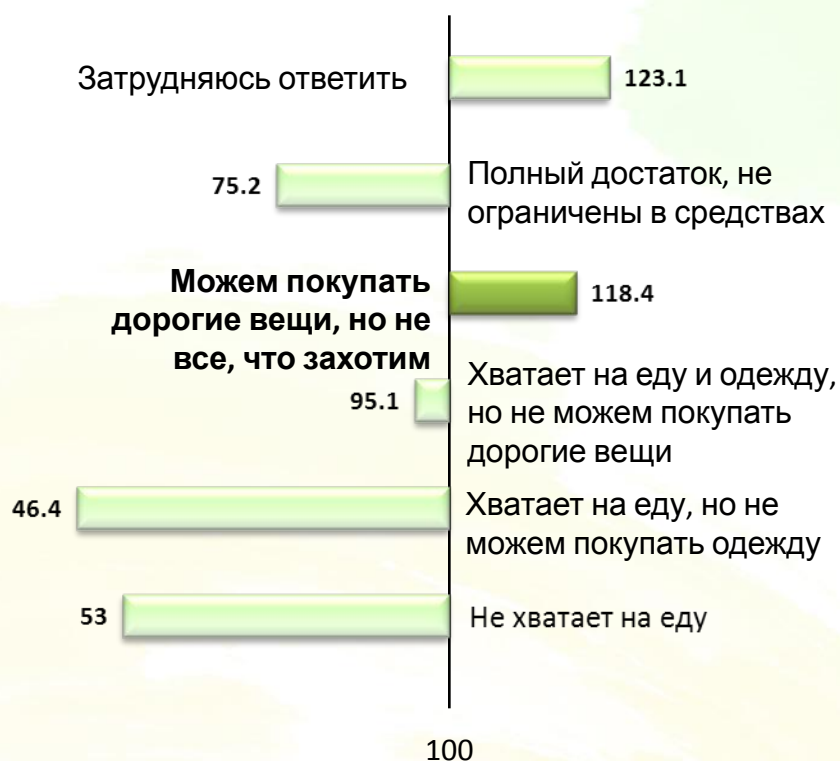
Affinity Index показывает, насколько соц.-дем. группа представлена в аудитории RuTube больше/ меньше, чем в населении Екатеринбурга в целом.

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



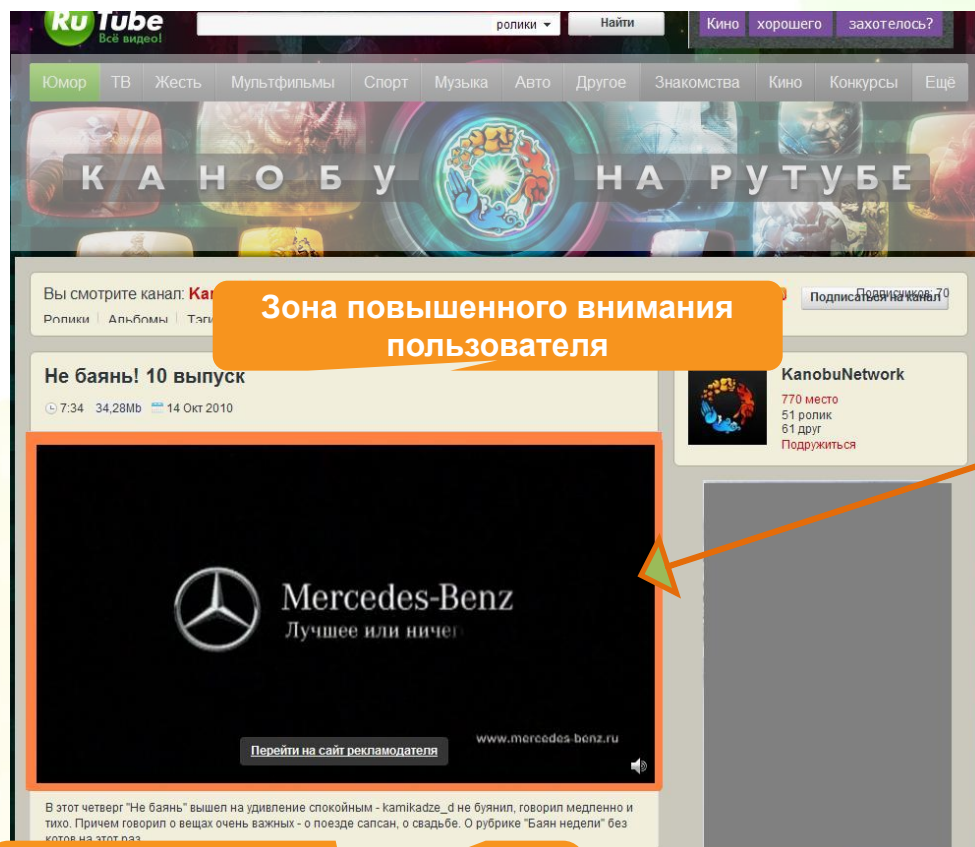
RuTube предлагает уникальный набор форматов для размещения вашей рекламы. Используйте различные форматы в зависимости от рекламных задач и бюджета. Комбинируйте различные форматы для достижения максимального эффекта.

## 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

**75%** из всех кликов  
приходятся на плашку

«Перейти на сайт рекламодателя»

...и после просмотра  
видео

## 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.

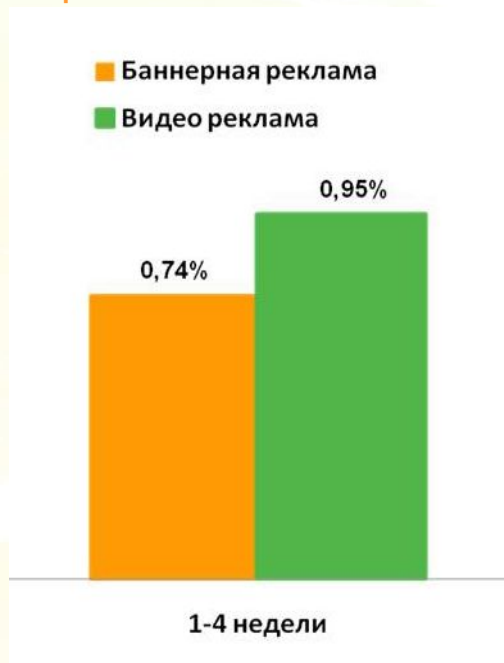
# Преимущества видео-рекламы



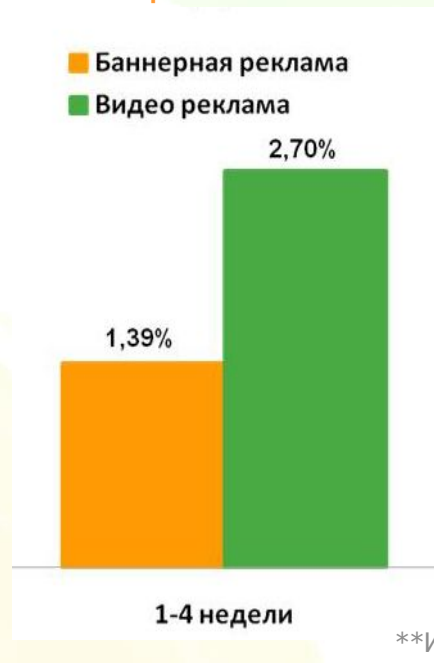
По данным компании DoubleClick, пользователи в 7 раз чаще\* кликают на видео, чем на баннеры. Эффект новизны, наличие сюжета и простое любопытство пользователей делают это вид рекламы наиболее перспективным и результативным в сети.

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

Прирост посетителей по итогам рекламных кампаний



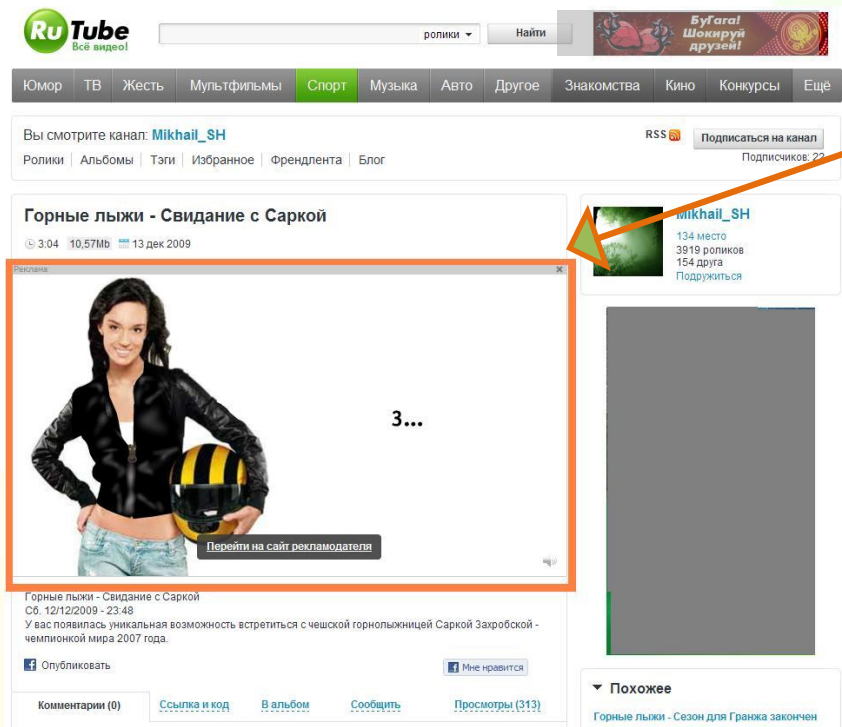
Прирост кол-ва поисковых запросов по итогам рекламных кампаний



\*Источник: RUMетрика, 2009г.

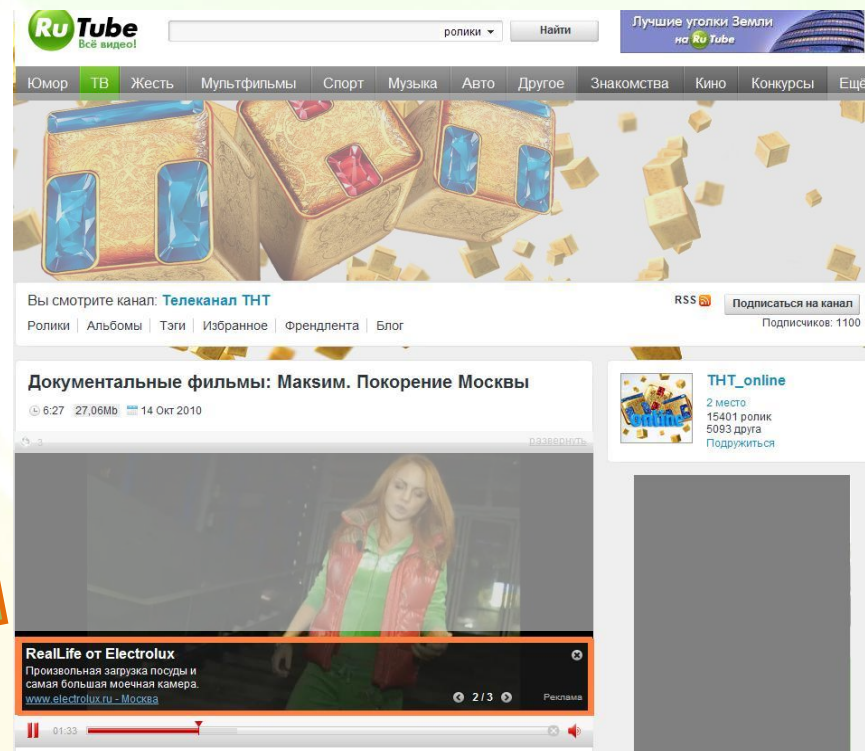
\*\*Источник: comScore Video Metrix, 2010г.

# Форматы в плеере: баннер на паузе, оверлей



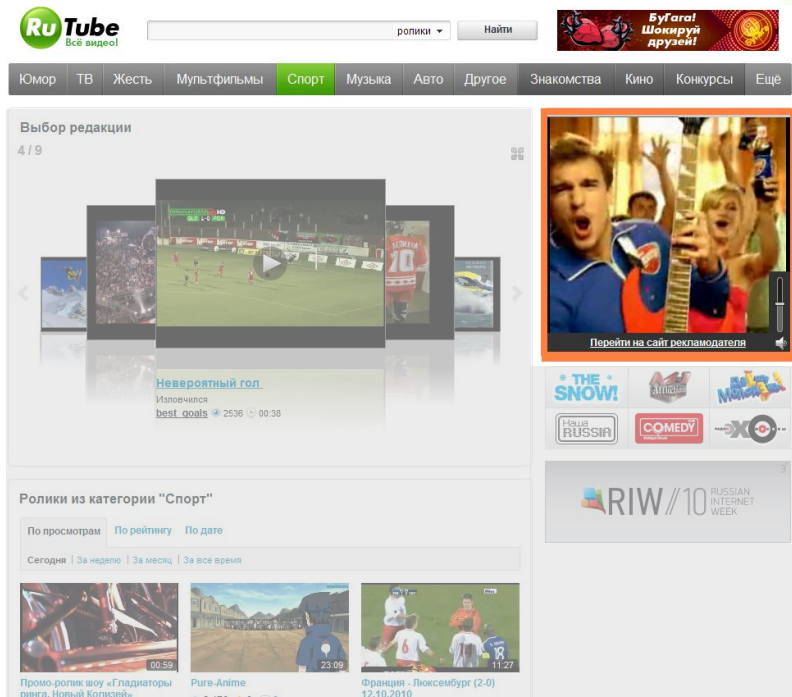
**Баннер на паузе** - демонстрируется пользователю в окне плеера во время приостановки видео. Заполняет информационный вакуум в плеере во время загрузки видео. Средний CTR – 1%.

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





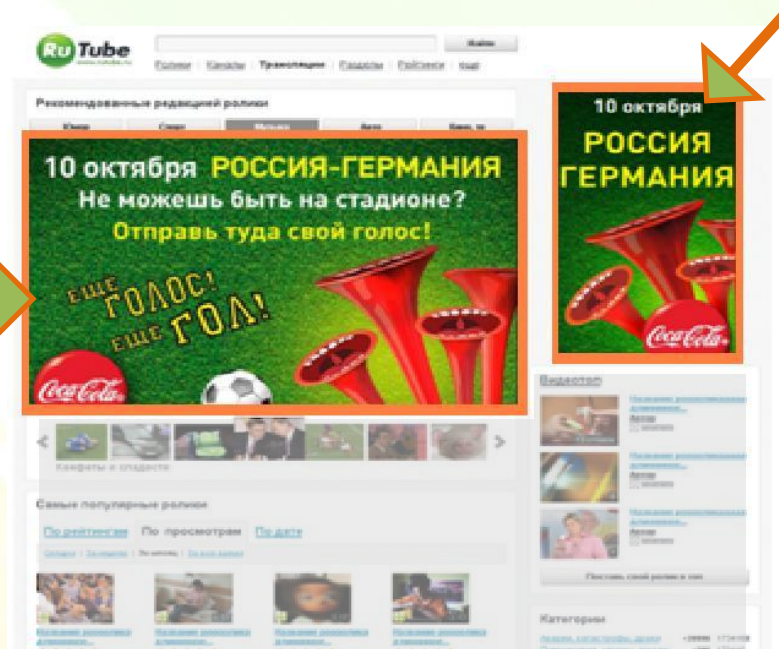
# Видео-баннер 300x300, двойной формат



## 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

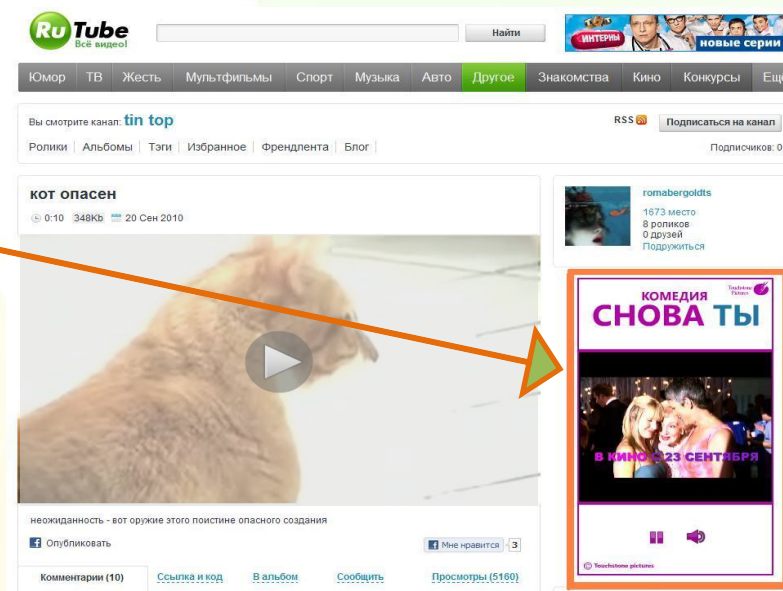


## Баннер 955x100

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



Мы проверили:  
**пикник с МакАвто**  
длится  
день и ночь

Как звучит твоя еда?  
чтобы сбавить концерт с друзьями, не  
нужно музыкальных инструментов.  
инструкция по применению - смотри ...  
01:10

Остановить 2 / 30

смотреть подряд



## 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.

Ролики **ТОП дня** ТОП недели ТОП месяца За все время

Добавить ролик

"Вопрос дня" Илье Барбанову 1:31 6 542 0 0

Всем привет, я Колян Наумов - Реальные пацаны 0:30 5 928 1 0

Пеналь в head! 0:04 5 565 0 1

подборка везунчиков 3:34 3 802 1 10

# Брендинг раздела

Пример брендинга страницы для бренда XBOX:



**RuTube** всё видео!  ролики  **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

**Трейлер игры Halo: Reach**  
Для фанатов Halo новый год настал раньше, чем ожидалось. Сверхклевый трейлер Halo: Reach. Смотрите и восхи...  
01:24

< 2 / 7 >

смотреть подряд

### Ролики

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

<p>Обзор Call of Duty Modern Warfare 2 285 ★ 0 5</p>	<p>Канобу-вести (21.12.2010) 138 ★ 0 0</p>	<p>ТВ-Синема "Это мафия, брат!" 88 ★ 0 0</p>	<p>T-150k 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 is a navigation bar with categories like Юмор, ТВ, Жесть, Мультфильмы, Спорт, Музыка, Авто, Другое, Знакомства, Кино, Конкурсы, and Ещё. Below the navigation bar is a large banner for a contest titled 'Кастинг ДОМ2' (DOM2 Casting). The main content area is divided into several sections: 'Участвовать в кастинге' (Participate in casting), 'Последние ролики' (Latest videos), 'Лидеры кастинга' (Casting leaders), and 'Все активные конкурсы' (All active contests). The 'Лидеры кастинга' section shows a table with columns for rank, video title, and score. The 'Последние ролики' section shows a grid of video thumbnails with titles, durations, and view counts.

Рейтинг	Название ролика	Оценки
1	ДОМ 2 Кастинг: ПИКОИДЕЯ	36
2	Кастинг ДОМ 2. Я очеловечил!!!	20
3	Я талантлив!	19



# 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!**