

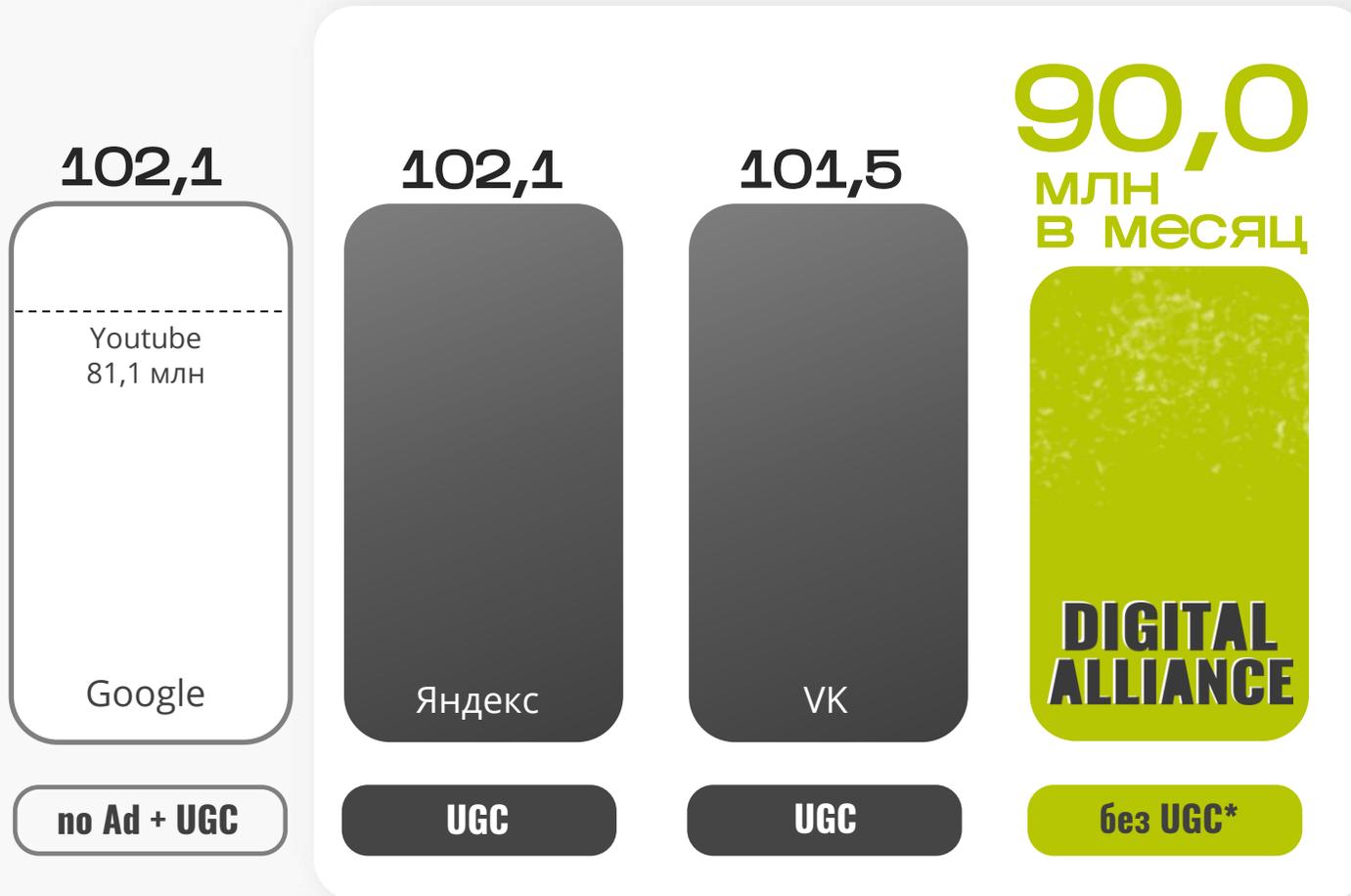


DIGITAL ALLIANCE



ТОП-3 РЕКЛАМНАЯ СЕТЬ РОССИИ

Самый высокий охват профессионального контента в РФ



ОХВАТ СЕТИ DIGITAL ALLIANCE ДОСТИГАЕТ 90 МЛН ЧЕЛОВЕК,

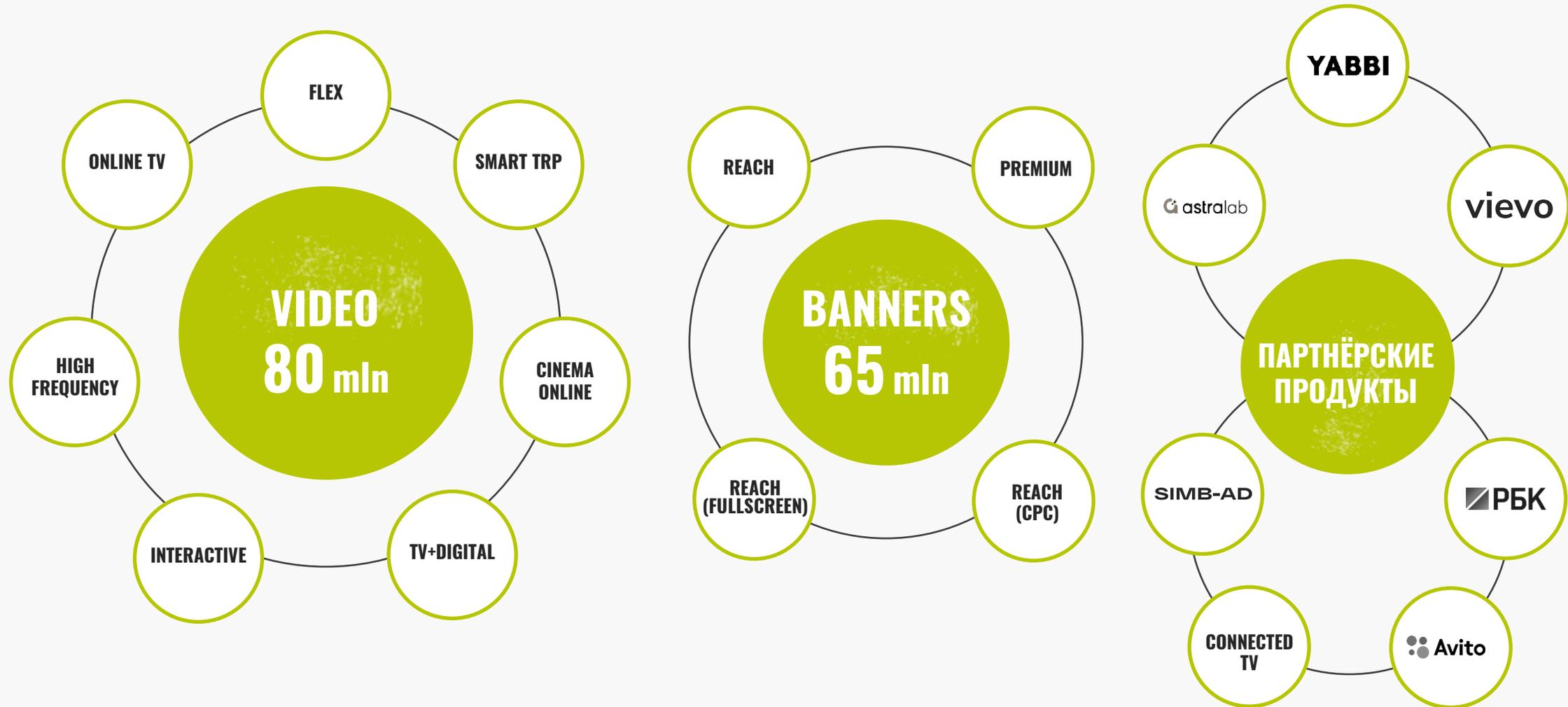
что составляет **86%** пользователей цифровыми платформами и **73%** населения России

По данным Mediascope Cross Web, Россия 0+, 12+, Февраль 2025, с учётом оценки DA по непромеряемому инвентарю

*UGC – пользовательский контент



DIGITAL ALLIANCE В 2025 ГОДУ



По данным Mediascope Cross Web, Россия 0+, 12+, Февраль 2025, с учётом оценки DA по непромеряемому инвентарю



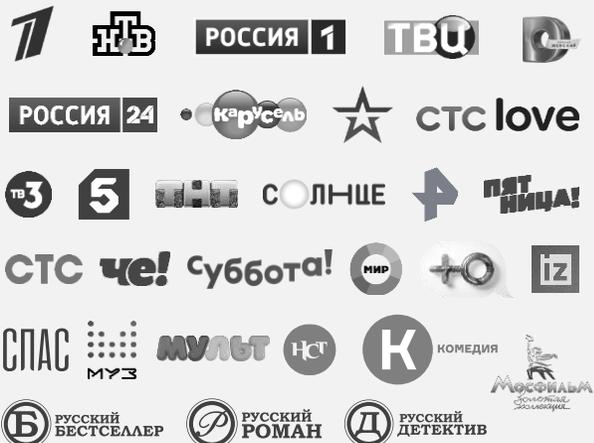
ВИДЕОСЕТЬ DIGITAL ALLIANCE



СТРУКТУРА ИНВЕНТАРЯ

ONLINE TV

All-roll внутри прямого эфира телеканалов в digital-среде



ADVERTISING VOD

Видеореклама в топовых онлайн-кинотеатрах и на видеоплатформах Рунета



REWARDED VIDEO

Видео в игровых и лайфстайл приложениях на мобильных платформах

YABBI

2000+ проверенных приложений с рейтингом 4-5

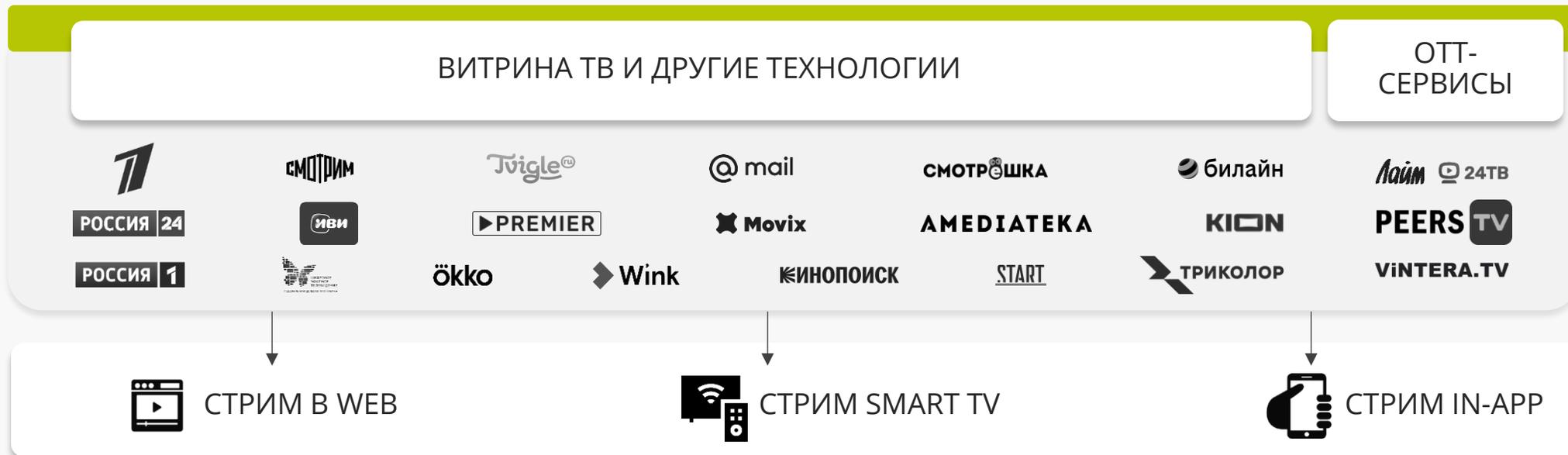


ИЗ ЧЕГО СОСТОИТ ИНВЕНТАРЬ ONLINE TV?

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПАРТНЕРСТВА С ТВ-КАНАЛАМИ ДЛЯ ПОЛНОГО ПОКРЫТИЯ ЭФИРНОГО ВЕЩАНИЯ ЧЕРЕЗ DIGITAL



АУДИОВИЗУАЛЬНЫЕ СЕРВИСЫ, УЧАСТВУЮЩИЕ В ДИСТРИБУЦИИ ТВ-КОНТЕНТА

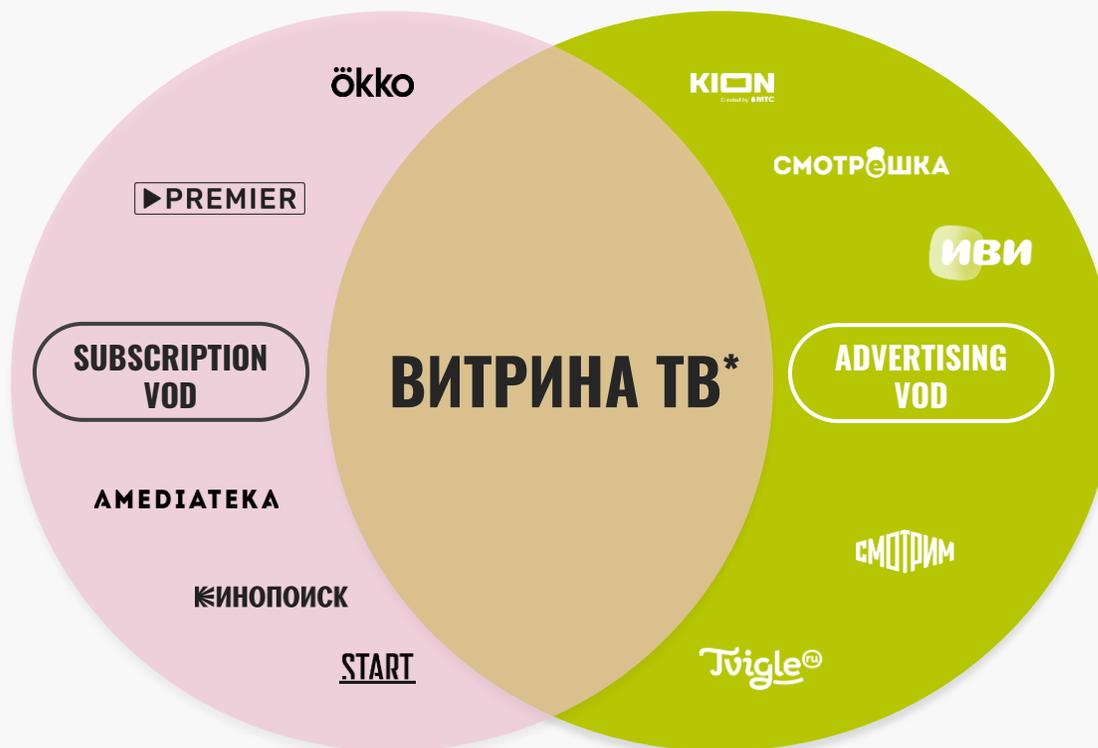
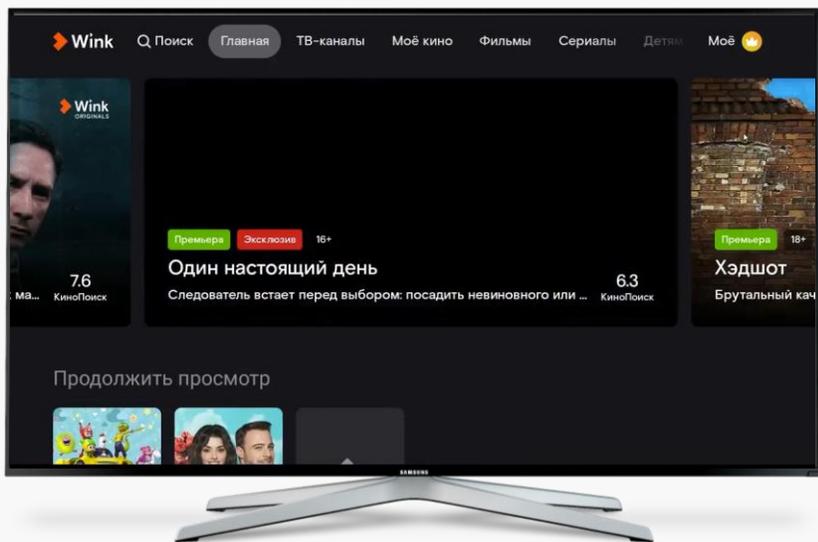




ONLINE TV

Новый продукт на стыке ТВ и Digital

Все аудиовизуальные сервисы с аудиторией выше 100 000 пользователей в день предоставляют бесплатный доступ к федеральным ТВ-каналам



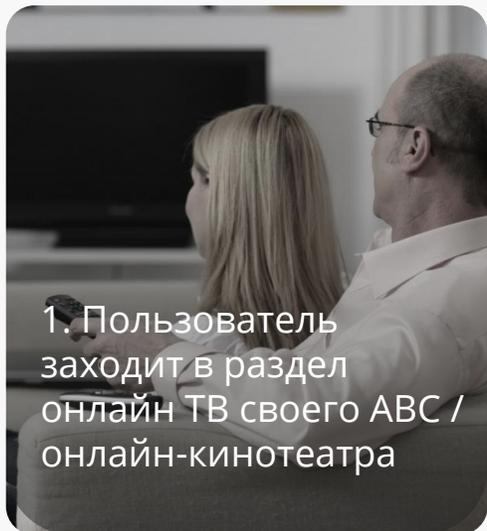
У пользователей появилась возможность **смотреть ТВ-каналы** через приложения любимых онлайн-кинотеатров

*ВИТРИНА ТВ — главный технический дистрибьютор ТВ-вещания в интернете: дает доступ к аудитории с подпиской без рекламы



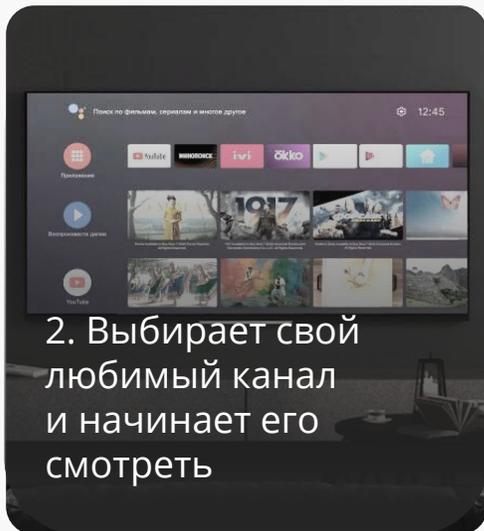
ПРИНЦИП РАБОТЫ ПРОДУКТА ONLINE TV

1



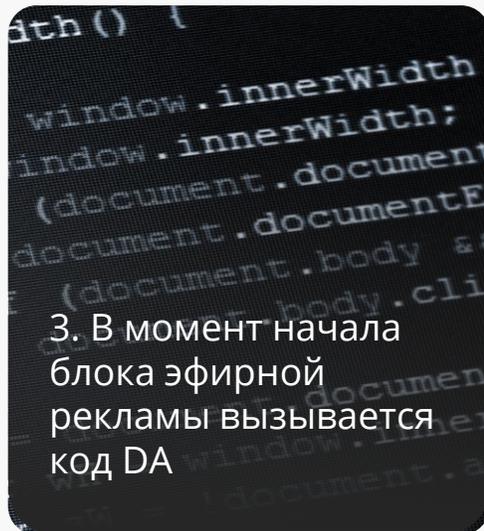
1. Пользователь заходит в раздел онлайн ТВ своего ABC / онлайн-кинотеатра

2



2. Выбирает свой любимый канал и начинает его смотреть

3



3. В момент начала блока эфирной рекламы вызывается код DA

4



4. Блок digital-видеорекламы DA перекрывает эфирную рекламу

5



5. Блок рекламы DA заканчивается одновременно с эфирным блоком, нативно возвращая пользователя в контент канала



СПОСОБЫ СМОТРЕНИЯ ПРЯМОГО ЭФИРА ТВ-КАНАЛОВ



* Mediascope, TV Index, Россия 0+, 4+, январь — август 2024, накопленный охват (посмотрели хотя бы одну минуту)



** Оценка на основе данных: TMT Консалтинг 2023, Росстат (средний размер д/х)



*** НСК и НРА: «Телевидение глазами телезрителей 2023», Телефонный опрос, Россия 0+, 15+, охват за неделю

ПОЯВЛЕНИЕ НОВОЙ РЕКЛАМНОЙ НИШИ ONLINE TV



* Mediascope, TV Index, Россия 0+, 4+, январь — август 2024, накопленный охват (посмотрели хотя бы одну минуту)

** По данным Digital Alliance, август 2025

*** TelecomDaily, июль 2024



SMART TV — ГЛАВНЫЙ ДРАЙВЕР ONLINE TV

91% владельцев Smart TV знают о возможности смотреть ТВ онлайн*

Мы уже сделали эту платформу прозрачной и эффективной

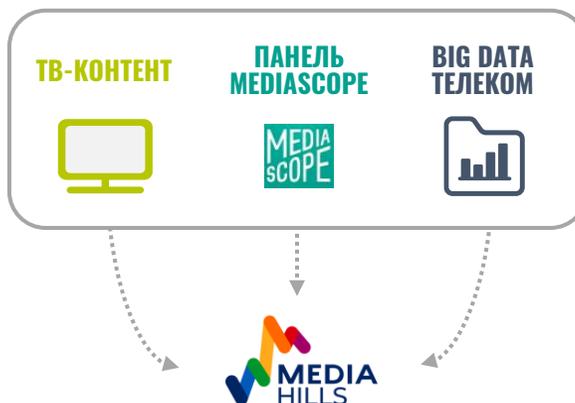
ДОСТРОЙКА 25-СЕКУНДНОГО БАННЕРА

- Бесплатный монтаж QR-кода в креатив в платформе Smart TV
- Аналитика по сканированиям QR-кода
- Отсутствие наценки к ролику за дополнительный хронометраж



СОЦДЕМ ТАРГЕТИНГ НА ONLINE TV

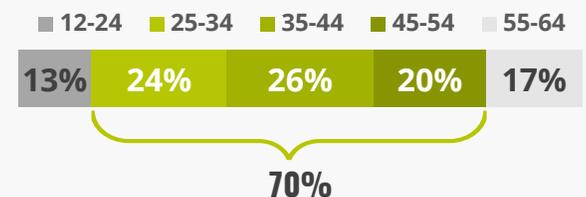
Таргетинг по данным MediaHills, которые собираются на основе потребляемого контента с ТВ (классическое ТВ и OTT), а также панели Mediascope и BIG DATA телеком-операторов



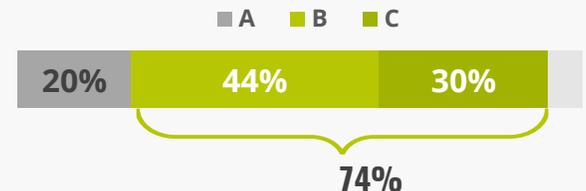
ПОЛ



ВОЗРАСТ



ДОХОД



* J'son & Partners Consulting, Россия 100+, 18-55, январь 2024 г.

Mediascope. BrandPulse 2024. Россия 0+, 12-64



SMART TRP - ИЗМЕНЯЕТ ПОДХОД К ЗАКУПКЕ И ИЗМЕРЕНИЮ ИНВЕНТАРЯ НА SMART TV

Совместный продукт Digital Alliance и MediaHills с аналитикой Mediascope



РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ

- Видеореклама на эфирном инвентаре ТВ-каналов и в ABC с VOD контентом на Smart TV
- Технология прогнозирования на основе данных телесмотрения позволяет повышать эффективность кампании в процессе ее проведения и попадать в нужную аудиторию
- Возможность сравнения Digital кампании с классической ТВ рекламой по привычным метрикам



АУДИТОРНЫЕ ТАРГЕТИНГИ

- Схожи с аудиторной закупкой на ТВ, но с возможностью таргетинга на узкие сегменты
- Технология таргетинга основана на соцдем данных MediaHills и модели прогнозирования от Digital Alliance



ОТЧЕТ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

- MediaHills формирует отчет о контактах с рекламой:
 - Reach, (Reach N+)
 - TRP, GRP, Affinity index
 - Соцдем
- Отчет сертифицирован Mediascope





ПРИНЦИП СБОРА ДАННЫХ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ОТЧЕТА



Перед запуском РК в ролик встраиваются:

WATERMARK

ВОТЕРМАРКИ

Незаметные для слуха аудиометки, повторяющиеся каждые 3 сек.

PIXEL

ПИКСЕЛИ

Встроенный фрагмент кода, который срабатывает при просмотре рекламы

WATERMARK

МЕДИАСКОП **МОБИЛЬНАЯ ПАНЕЛЬ**

Участники исследования Mediascope устанавливают моб. приложение

ЦИФРАСОФТ **МОБ. ПРИЛОЖЕНИЕ**

«Слушает» звуки и определяет, когда звучит реклама с аудиометкой, напрямую фиксируя контакты

PIXEL + BIG DATA ТЕЛЕКОМ

МЕДИА ХИЛЛС **ТЕЛЕКОМ-ОПЕРАТОРЫ**

МН фиксирует срабатывание пикселя на уровне домохозяйств с помощью телеком-операторов (250+ операторов)

Получение и анализ данных о контактах:

- соцдем и гео
- охватные показатели

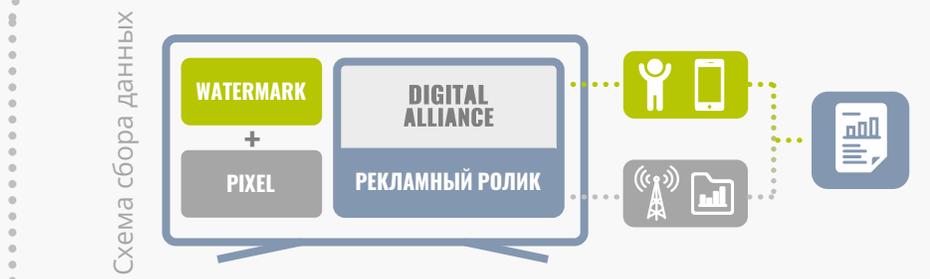
Экстраполяция данных в отчет и пункты рейтинга

Доуточнение данных в отчете

4 ОТЧЁТ ПО РК

- Reach, (Reach N+)
- TRP, GRP
- Affinity index
- Соцдем

Общие сведения		Ключевые результаты	
Период проведения РК	01.03.2024 - 31.03.2024	Количество рекламных роликов	10 000 000
Медиаплан	Сеть каналов Smart TV (1-164)	Охват	11 124 841
Видео формат	Full HD	Охват	12 000 000
Количество спотов/роликов	10 000	Охват	1 000 000
TRP	0,00%	GRP	10 100 000
Коэффициент охвата	100%	GRP/PL	10 100 000
Рейтинг целевой аудитории	100%	TRP	100%
Средняя стоимость спота	100 руб.	GRP/PL	100 руб.
Максимальная стоимость спота	100 руб.	TRP/PL	100 руб.
Аффинити индекс	100%		





ADVERTISING VOD

AVOD



SMART TV

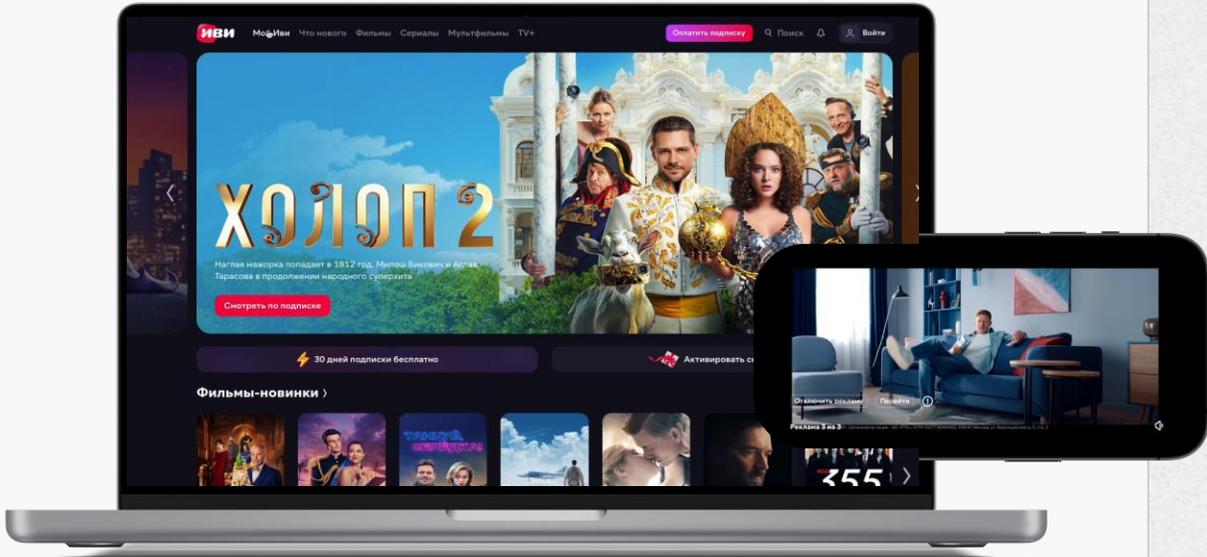
WEB

IN-APP

100% инвентаря
в профессиональном
контенте

Любые аудиторные
таргетинги
из таксономии DA

Оптимизация
видеометрик



Viewability mrc
82%+

VTR
70%+

Fraud GIVT
0-1%



ONLINE СИНЕМА - ВИДЕОРЕКЛАМА В ТОП ОНЛАЙН-КИНОТЕАТРАХ И СТРИМИНГАХ С ЕДИНОЙ КРОСС-ЧАСТОТОЙ НА ВСЕХ ЭКРАНАХ

Доступ к вовлеченной аудитории с подпиской без рекламы. Возможность таргетинга по ABC.

VTR: >80%

CTR: >0,3%



VOD



ONLINE TV



- ★ 13 самых востребованных онлайн-кинотеатров в открутке рекламной кампании
- ★ Рост имиджа и лояльности через силу бренда онлайн-кинотеатра
- ★ Премиальный VOD-инвентарь
- ★ Размещение в **Online TV** там, где AVOD-инвентарь недоступен
- ★ Эффективное использование бюджета и **контроль над частотой контакта** в рекламой кампании
- ★ **Детализированные отчеты** по каждому онлайн-кинотеатру, платформе и типу инвентаря



REWARDED VIDEO

Около 40% мобильных пользователей играют ежедневно и проводят за игрой суммарно 1,5 часа в день

Rewarded video внутри игры — единственная рекламная коммуникация, которую увидит человек за это время



Viewability mrc
90%+

VTR
85%+

Fraud GIVT
0-3%

Запоминаемость рекламы в игровом мобильном приложении выше, чем в традиционном видео

- 1 Skippable формат с возможностью закрытия, запускаемый по инициативе пользователя
- 2 Готовые white list пре-сеты каталогов приложений под каждую целевую аудиторию с учетом Brand Safe бенчмарков рынка
- 3 Доступ к сегментам по интересам и неординарным таргетингам через Yabbi Smart Panel

1. GFK Rus, Исследование эффективности рекламы в игровом мобильном приложении, Октябрь 2020, Gameloft, Advertising in mobile game, 2021

2. Аудитория мобильных игр в России, Mediascope, 2022



ПРОДУКТЫ ВИДЕОСЕТИ DA

Флагманские пакеты

ONLINE TV

REACH 34 MLN

- Видеореклама на премиальном эфирном инвентаре ТВ-каналов
- Охват аудитории телесмотрения в digital, включая пользователей онлайн-кинотеатров с подпиской без рекламы

CPV	CTR от 0,25%	VTR от 90%
-----	--------------	------------

Бонус: QR-баннер с оффером (+20 сек)

FLEX

REACH 75 MLN

- Гибкий пакет со всеми настройками и любым уровнем кастомизации
- Включает все типы рекламного инвентаря и охватывает всю сеть DA

CPM	CTR от 0,75%	VTR от 70%
-----	--------------	------------

Бонус: Brand-lift (от 2,5 млн. рублей)

ONLINE CINEMA

REACH 35 MLN

- Пакет, объединяющий 13 топовых онлайн кинотеатров и стриминговых ресурсов, с кросс-частотой, таргетингом по ABC и детальным отчетом

CPM	CTR от 0,3%	VTR от 80%
-----	-------------	------------

Бонус: Brand-lift (от 2,5 млн. рублей)

INTERACTIVE VIDEO

REACH 35 MLN

- Нестандартная видеореклама на премиальном инвентаре сети DA
- Повышение вовлечённости пользователя в УТП продукта
- Более быстрый переход к покупке

CPM	CTR от 0,8%	VTR от 60%
-----	-------------	------------

Бонус: Brand-lift (от 2,5 млн. рублей)

SMART TRP

NEW

- Видеореклама на эфирном инвентаре ТВ-каналов и в ABC с VOD контентом на Smart TV устройствах
- Возможность оптимизации ключевых метрик по выбранным баинговым и целевым аудиториям

CPM	Отчет: TRP, GRP, Affinity	VTR от 85%
-----	---------------------------	------------

ONLINE TV HIGH FREQUENCY

- Высокая частота за короткий период
- Высокий приоритет открутки

CPM	CTR от 0,2%	VTR от 80%
-----	-------------	------------

Reach 30 mln

TV+DIGITAL

- Добор уникальных охватов в дополнение к ТВ-размещениям
- Снижение высокочастотных контактов
- Кросс-частота ТВ+digital и единая аналитика

CPM	CTR от 0,4%	VTR от 70%
-----	-------------	------------



TB + DIGITAL



ТВ+ ПРОДУКТ ЭФФЕКТИВЕН, КОГДА НЕОБХОДИМО В РАМКАХ КРОСС-МЕДИА КАМПАНИЙ:

РЕАЛИЗОВАТЬ



Обеспечить кросс-частоту в ТВ+Digital кампании и предоставить единую сквозную аналитику по итогам.

ОПТИМИЗИРОВАТЬ



Снизить частотные хвосты и сконцентрировать охват на целевых частотах.
Снизить стоимость достижения целевого уникального пользователя.

ДОСТИГНУТЬ



Обеспечить достижение максимальных охватов на целевых частотах в дополнение к ТВ-размещениям и сделать это эффективнее, чем стандартное размещение в Digital с таргетингом по соцдему.



ЧТО НАМ ПОЗВОЛЯЕТ ДОСТИГАТЬ КРІ:



1 АНАЛИТИКА ДОСТУПНЫХ ИСТОЧНИКОВ ДАННЫХ ПО ТВ-СМОТРЕНИЮ

Более 20% аудитории ТВ уже измеряется, этого достаточно для корректной экстраполяции результата



2 РАЗМЕЩЕНИЕ НА ВСЕЙ ВИДЕОСЕТИ С САМЫМ ВЫСОКИМ ОХВАТОМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО КОНТЕНТА В РФ

Доступный охват 80 млн человек в рамках видеосети позволяет сделать достаточное покрытие аудиторий



ОТКУДА МЫ БЕРЕМ ДАННЫЕ

1 Смотрение ТВ собирается с IPTV приставок интернет-операторов и с OTT-сервисов.
Учитываются все платформы: web/app/Smart TV

2 Для сбора сегментов используются данные Ростелеком с IPTV приставок и сервиса Wink

3 Покрытие составляет ~20% ТВ-смотра для городского населения 18+

4 Расширение охватов новыми данными в будущем — Таттелеком и дополнительные OTT-сервисы

ДОМОХОЗЯЙСТВА



IPTV ОПЕРАТОРЫ И OTT-СЕРВИСЫ

Сбор данных о просмотре ТВ в приставках IPTV и OTT-сервисах



Обработка данных





СХЕМА РЕШЕНИЯ

1 СЕТКА ВЫХОДОВ НА ТВ

РА передает сетку выхода РК на ТВ

2 ФОРМИРОВАНИЕ СЕГМЕНТОВ ПО ДОМОХОЗЯЙСТВАМ

Platforma/ MediaHills по данным телесмотрения определяют, кто видел РК на ТВ и кто нет

3 ПОИСК WEB ID И ПЕРЕДАЧА В КАБИНЕТ DA

Platforma по данным сотовых и ШПД операторов* находит web id для переданных сегментов и загружает аудитории в кабинет DA

4 ОТКРУТКА В DIGITAL

DA показывает РК по сегменту кто не видел РК на ТВ и возвращает эти факты в Platforma/ MediaHills

5 ПРОМЕЖУТОЧНАЯ И ФИНАЛЬНАЯ АНАЛИТИКА

MediaHills в ходе рекламной кампании анализирует результаты, и Platforma корректирует сегменты. По завершению флайта MediaHills совместно с DA делают финальную аналитику

* Ростелеком, Билайн, Теле2, Мегафон, Р-телеком



СТРАТЕГИИ РАЗМЕЩЕНИЙ

DIGITAL**TV**

Одновременный запуск —
digital- реклама стартует
одновременно с ТВ

TV**DIGITAL**

Последовательный запуск —
digital- реклама стартует после
окончания флайта на ТВ

RECOMMEND**DIGITAL****TV**

Отложенный запуск —
digital- реклама стартует после
старта на ТВ (через неделю)

ВОЗМОЖНОСТЬ НАСТРОЙКИ И ВЫБОРА ЦЕЛЕЙ ЧАСТОТНОЙ ОПТИМИЗАЦИИ:

- Прирост охватов по ЦА на частоте 1+
- Прирост охватов по ЦА в рамках частотного коридора

- Прирост охватов в подгруппе ЦА
- Минимизация высокочастотных контактов



СЕГМЕНТАЦИЯ АУДИТОРИИ

Формируем сегменты для показа в digital на основе сетки выхода ТВ-рекламы

- 1** Те, кто видел РК на ТВ с высокой частотой — исключаем из сегментов
- 2** Те, кто видел РК на ТВ с низкой частотой — добираем частоту
- 3** Те, кто не видел РК на ТВ — показываем с целевой частотой
- 4** Те, кого не удалось измерить — используем верифицированный MediaHills сегмент Light TV Viewers с наложением целевого сегмента рекламодателя





ИТОГОВЫЙ ОТЧЕТ

По результатам РК MediaHills делает аналитику по кросс-размещению

1 Охваты на каждой частоте для обеих сред TV+digital

2 Прирост аудитории к ТВ на каждой частоте и достижение общего охвата ЦА

3 Процент снижения высокочастотных контактов в сравнении со стандартным запуском при наличии контрольной группы

Частотное распределение / Открытые частоты

ЦА: Все, РФ, города 0+

Частота	TV	Digital	TV+Digital	Прирост
1+	78,33%	0,55%	78,37%	0,04%
2+	72,95%	0,49%	73,01%	0,06%
3+	67,96%	0,43%	68,10%	0,14%
4+	63,25%	0,34%	63,37%	0,12%
5+	59,46%	0,26%	59,56%	0,10%
6+	56,51%	0,20%	56,60%	0,09%
7+	53,69%	0,16%	53,76%	0,07%
8+	50,95%	0,13%	51,01%	0,06%
9+	48,30%	0,10%	48,35%	0,05%
10+	46,37%	0,07%	46,40%	0,03%

Эффект на 1+

Использование сегментов позволило добиться наибольшего прироста в диапазоне близком к эффективной частоте 4+. В данном срезе это заметно от отсутствия резкого падения охвата на частотах выше 2+.

Важно, что камультивный эффект рассчитывается для единой базы – Universe Все, РФ, города 0+.

Эффект на целевую частоту 4+

Один из наиболее выразительных эффектов по приросту приходится на 4+ и 3+, что позволило приблизиться к достижению цели РК.

Источник: отчет MediaHills (MediaScope Group)

Частотное распределение / Закрытые частоты

ЦА: Все, РФ, города 0+

Частота	TV	Digital	TV+Digital	Прирост
1	5,38%	0,05%	5,43%	0,05%
2	4,99%	0,06%	5,05%	0,06%
3	4,71%	0,09%	4,79%	0,08%
4	3,79%	0,08%	3,87%	0,08%
5	2,95%	0,06%	3,01%	0,06%
6	2,82%	0,04%	2,86%	0,04%
7	2,74%	0,03%	2,77%	0,03%
8	2,65%	0,03%	2,68%	0,03%
9	1,93%	0,03%	1,96%	0,03%
10	-	-	-	-

Эффект на снижение доли уников среди тех, кто видел РК менее 4х раз.

Заметно, что за период РК удалось значительно перераспределить аудиторию в пользу тех, кто контактировал с рекламными материалами 3 и более раз.

А также заметен эффект в росте для тех, кто видел только 3, 4 и только 5 раз.

Таким образом, только 0,12% охвата в ОЛВ видели менее 3х раз; и 10,48% охвата ТВ+Диджитал контактировали менее 3х раз (сумма по столбцу ТВ+Диджитал).

Источник: отчет MediaHills (MediaScope Group)



ИНТЕРАКТИВЫ



ИНТЕРАКТИВНЫЕ ФОРМАТЫ

Стратегия баланса между имиджем и performance

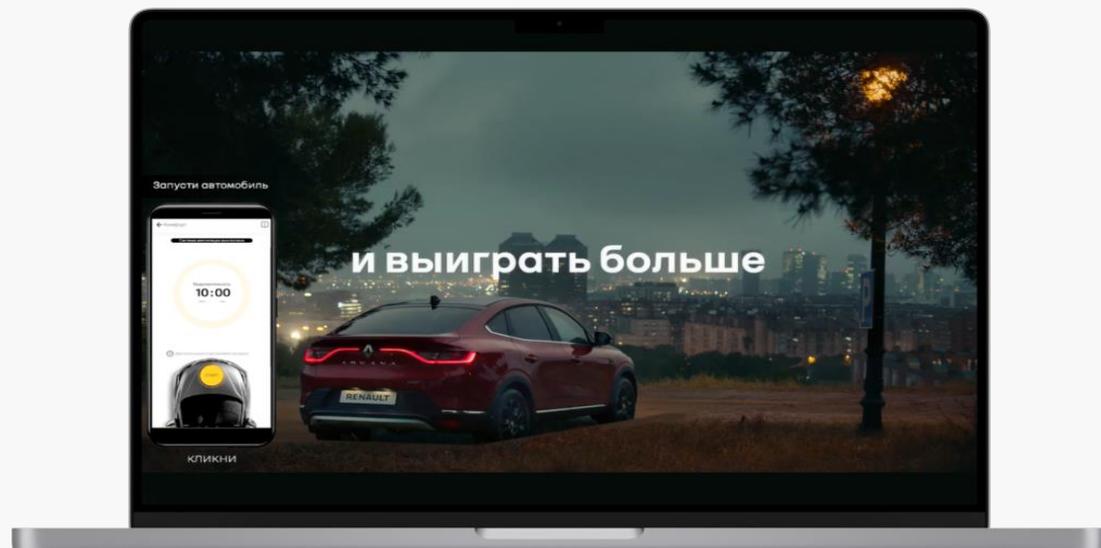
- ! Нестандартные механики рекламных форматов внутри видеоплеера
- ! Решение задач клиента через уникальный опыт взаимодействия с креативом

ВОВЛЕКАЕМ В КОММУНИКАЦИЮ БРЕНДА

ДОНОСИМ ПРЕИМУЩЕСТВА

ПОМОГАЕМ СДЕЛАТЬ ВЫБОР

ОБЕСПЕЧИВАЕМ ПЕРЕХОД К ПОКУПКЕ





ИНТЕРАКТИВНЫЕ ФОРМАТЫ

Видео с Performance-надстройками

MUST HAVE

- Быстрый переход от рекламы к покупке или заполнению заявки
- Использование стимулирующих предложений: акции, промокоды, QR-коды, обратные звонки
- Применение различных таргетингов: соцдем, ГЕО, интересы, сторонние сегменты
- Адаптация готовых РИМ / разработка кастомных проектов
- Возможность брендлифт-исследований и использования сторонних пикселей для сбора статистики (Adriver, Adserver, Weborama)

ВЫПОЛНЕНИЕ KPI BRANDED VIDEO+

- Прирост осознанных кликов **до 30%**
- Увеличение времени контакта с брендом **до x2**
- Рост намерения о покупке **x3** относительно стандартного OLV

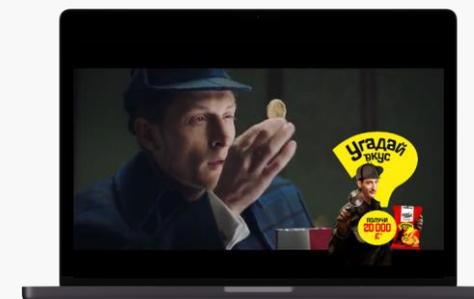
VTR >60%

CTR >0,8%

FRAME ROLL



BUTTON



EXTENDER



SHOPPABLE
(с фидами и без / slider)



SELECTOR





ИНТЕРАКТИВНЫЕ ФОРМАТЫ ДЛЯ SMART TV

Новый уровень взаимодействия с пользователем внутри Online TV

МЕХАНИКА

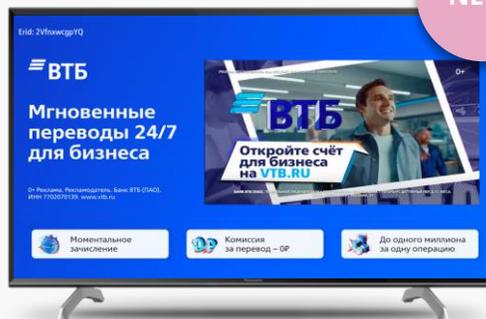
Digital Alliance обеспечивает врезку интерактивных форматов в телевизионные блоки на экране Smart TV. Взаимодействие с рекламой происходит через пульт телевизора: пользователю требуется минимум усилий для целевого действия.

MUST HAVE

- Уникальные рекламные форматы в Online TV на телеэкранах, недоступные в линейном TV
- Возможность сканировать с телеэкрана QR-код, заказать обратный звонок, пролистать материалы
- Размещение исключительно в телевизионном контенте на платежеспособное население страны. Ядро аудитории Smart TV – зрители в возрасте 25-44 лет
- Доступ к расширенной аналитике по каждому формату
- Возможность использования сторонних пикселей для сбора статистики (Adriver, Adserver, Weborama)
- Размещение с учетом кросс-частоты между телеканалами

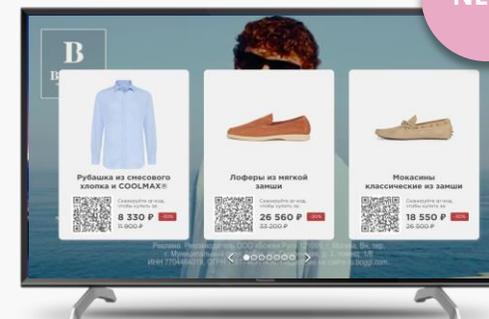
FRAME ROLL

NEW!



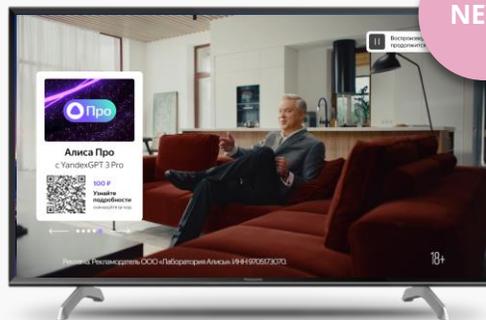
SLIDE SHOW

NEW!



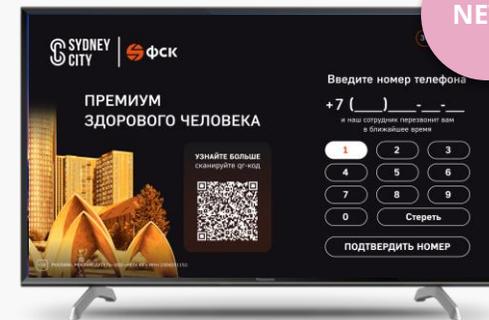
SHOPPABLE SMART TV

NEW!



QR + LEAD

NEW!





ИНТЕРАКТИВНЫЕ ФОРМАТЫ

Взаимодействие в performance video влияет на прирост бренд-метрик

1 В визуальном оформлении акцентируем **внимание на преимуществе** продукта с первой секунды запуска ролика, поэтому пользователь лучше запоминает бренд

2 Обеспечиваем **уникальный опыт взаимодействия**: игровая механика усиливает восприятие ролика и повышает его запоминаемость

3 Изучение **особенностей продукта формирует у пользователя более полное знание**, что влияет на намерение о покупке





БАННЕРНАЯ СЕТЬ



BANNER NETWORK В 2025

Ручной отбор партнеров в сочетании с умной фильтрацией контента дает доступ к качественному и безопасному инвентарю. Лучший контакт Бренда со своей ЦА и достижение KPI.

-  Заметные и охватные форматы в контролируемом контенте
-  Фокус на профессиональных ресурсах
-  Прямые отношения с паблишерами и пакетные сделки в составе сети
-  Расширенные возможности оптимизации, внедрение закупки по модели CPC





РАЗМЕЩАЙТЕСЬ В ВОСТРЕБОВАННОМ КОНТЕНТЕ

Топ целей для использования сети интернет*



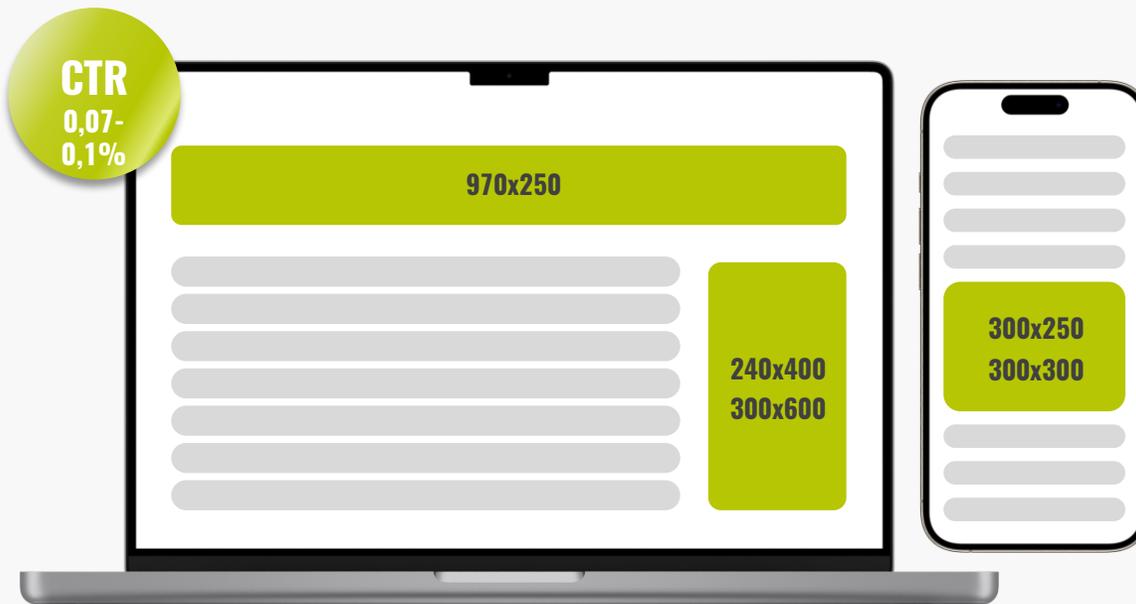
Все самые популярные тематические вертикали представлены в рамках Banner Network, что делает этот инструмент наиболее подходящим для построения знания о бренде

* Цифры и тренды из отчёта Global Digital 2023 (web-canape.ru)



BANNER NETWORK PREMIUM

- ✓ Заметные форматы
- ✓ Прямые партнеры из топ-100 публишеров рунета в составе сети
- ✓ Профессиональный, лайфстайл, развлекательный, новостной и бизнес контент



+ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ФОРМАТЫ (ОПЦИОНАЛЬНО)

- CPM
- POST BRAND-МЕТРИК
- WEB & MOB WEB





РАЗМЕЩАЙТЕСЬ ТАМ, ГДЕ ИЩУТ БРЕНДЫ

Топ-каналов поиска информации о бренде в РФ*



54%

Пользователей рф ищут информацию о бренде перед покупкой в интернет

6,7%

Пользователей рф нажимают хотя бы на 1 баннер на веб-сайте в течение месяца

7 из 12 популярных каналов поиска информации о бренде доступны в Banner Network, что делает его подходящим инструментом для повышения интереса к бренду (середина воронки)

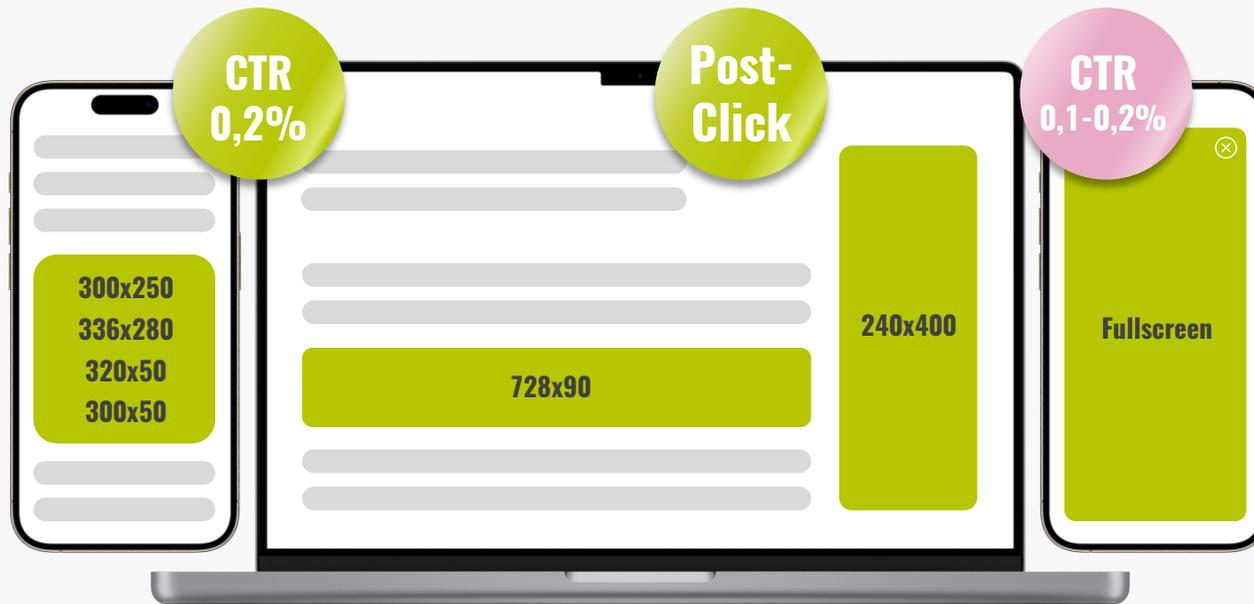
 Каналы, доступные в рамках Banner Network

* Цифры и тренды из отчёта Global Digital 2023 (web-canape.ru)



BANNER NETWORK REACH

- ✓ Широкий набор форматов, все доступные позиции
- ✓ Оптимизация медийных и пост-клик KPI
- ✓ Возможно размещение Fullscreen форматом



+ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ФОРМАТЫ (ОПЦИОНАЛЬНО)

- WEB & MOB APP
- ВОЗМОЖНОСТЬ
- РАЗМЕЩЕНИЯ ПО SRC





BANNER NETWORK — ЭФФЕКТИВНЫЕ ФОРМАТЫ ДЛЯ ЛЮБЫХ ЗАДАЧ

- 1.** Прямой доступ к аудитории топ-100 публиеров Рунета
- 2.** Структура инвентаря подобрана в соответствии с актуальными потребностями аудитории
- 3.** Возможность неограниченного контакта с аудиторией широким набором охватных форматов
- 4.** Решение целого спектра задач:
 - таргетированный охват на сети из 65 млн пользователей + ретаргетинг
 - видимые показы в качественном окружении
 - привлечение качественного трафика на сайт
- 5.** Прозрачность – принимаем верификаторы любых систем





ПАРТНЕРСКИЕ ПРОДУКТЫ



РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПАРТНЕРОВ DA

YABBI

Видеореклама в 2 000+ мобильных приложениях с рейтингом 4-5

Форматы: rewarded video; full screen banner; playable ADS

Настройки: geo; super-geo; соцдем; по интересам; по аудитории, которая мало смотрит ТВ; на ОС; на приложения на телефоне / приложения конкурентов; по данным о намерении о покупке; по данным календарей беременности

CPV

CPC

CPCV

CPM

astralab

Баннерная и видеореклама на базе ИИ и компьютерного зрения, интегрированная в контекстуально релевантный контент

Форматы: стандартные и интерактивные форматы (inimage; баннеры; видео; brandformance)

Настройки: таргетинг по соцдему; тематикам контента; аудиторным интересам; объектам на фото

CPV

CPC

vCPM

CPM

viewo

Баннерная и видеореклама, интегрируемая в контент: картинка на экране максимально релевантна вашему бренду

Форматы: instream ad (tv); inimage ad (internet)

Настройки: таргетинг по событиям в кадре (вещи, события, ситуации); geo; соцдем; частота

CPM

SIMB-AD

Баннерная реклама на сайтах аптечных сетей в эксклюзивных местах показа

Форматы: баннеры Web, Mob web, in APP

Настройки: таргетинг по категориям; конкурентам; geo; соцдем

CPM



Баннерная и видеореклама на Yandex и VK ads на базе предиктивного таргетинга с использованием данных онлайн-касс, ОФД, мобильных операторов, ретейлеров

Форматы: пакетные размещения, баннерные форматы на web, mobile, in-app

Настройки: частота, пол, возраст, geo, покупательские данные

CPC

CPM

Avito

Баннерная и видеореклама на самой большой площадке объявлений с многомиллионной аудиторией*

Форматы: пакетные размещения (микс форматов); финансовая кнопка; премиум видео и баннерные форматы в поиске Avito; нестандартные размещения

Настройки: частота; geo; super-geo; ОС; интересы; категории товаров; кастомные сегменты

CPC

CPM

РБК

Баннерная и видеореклама на площадке с многомиллионной еженедельной платежеспособной аудиторией

81% аудитории – с доходом ВС (4,3 млн чел.)**

Форматы: pre-roll; нативное видео в тексте; баннеры Web, Mob

Настройки: частота; geo; интересы (для баннеров); тематический ретаргетинг в сквозные размещения (лайфстайл, недвижимость, авто, финансы, спорт)

CPM

CPM

CTV

Реклама в операционных системах умных телевизоров Xiaomi TCL, Haier

Форматы: баннерные и видеоформаты в меню и приложениях Smart TV с возможностью перехода на сайт РД или в магазин приложений

Настройки: таргет по geo, в некоторых форматах по частоте, доходу и жанрам

CPM

CPD

* Источник: Similarweb: Июль 2024, мировой рейтинг категории Online Classified

** Mediascope. Cross Web: Россия 0+, Июль 2024, 12+ BC, Awr, Awr Col%



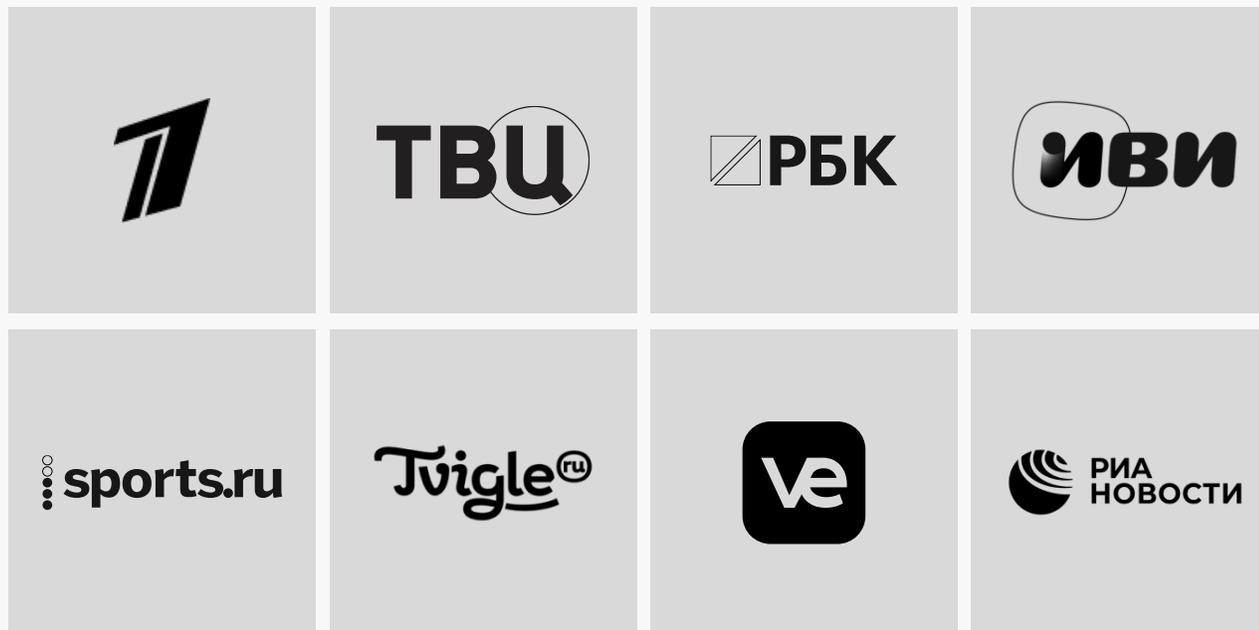
SPECIAL PROJECTS

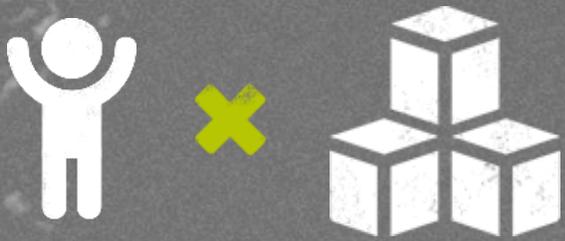
Партнёры Digital Alliance

Спецпроект — это возможность расширить размещение различными форматами, рассказать о предстоящем событии или анонсировать выгодные предложения и акции. Спецпроекты способствуют привлечению новых клиентов и укреплению имиджа компании в глазах потребителей.

ФОРМАТЫ:

- Брендирование
- Спонсорство
- Видео-решения
- Нативные статьи и тесты
- Брендированные игры





АНАЛИТИКА И ДАННЫЕ



ПРОЗРАЧНОСТЬ И ВЕРИФИКАЦИЯ

ПРЯМАЯ ИНТЕГРАЦИЯ С  admon.ai
ДЛЯ СКАНИРОВАНИЯ КАЧЕСТВА
ВХОДЯЩЕГО ТРАФИКА

СПИСОК ДОСТУПНЫХ ВЕРИФИКАТОРОВ



Adserving

ADRIVER

СТАТИСТИКА, АНАЛИТИКА И СЕРВИС

1

Статистика и отчеты в личном кабинете Trading desk

2

Real-time оптимизация РК

3

Отчетность в ОРД

4

Brand Lift исследования



BRAND LIFT SURVEY

Внутреннее исследование по измерению влияния рекламных кампаний на качественный прирост бренд-метрик

+11%

знание бренда

+17%

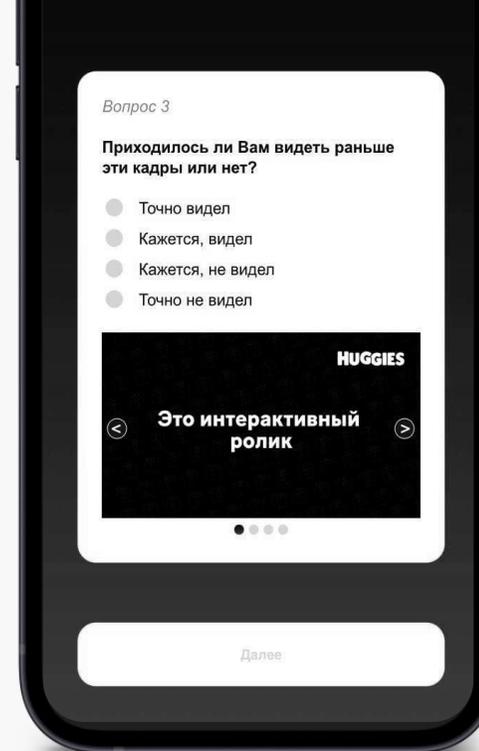
запоминаемость ролика

+9%

намерение купить

+24%

запоминаемость бренда в ролике



400+

выполненных исследований с 2022 года

Указаны средневзвешенные приросты бренд метрик по рекламным кампаниям. На основе исследований, проведенных в 2023 г.

ДАВАЙТЕ
ЗАПЛАНИРУЕМ
КАМПАНИЮ!