

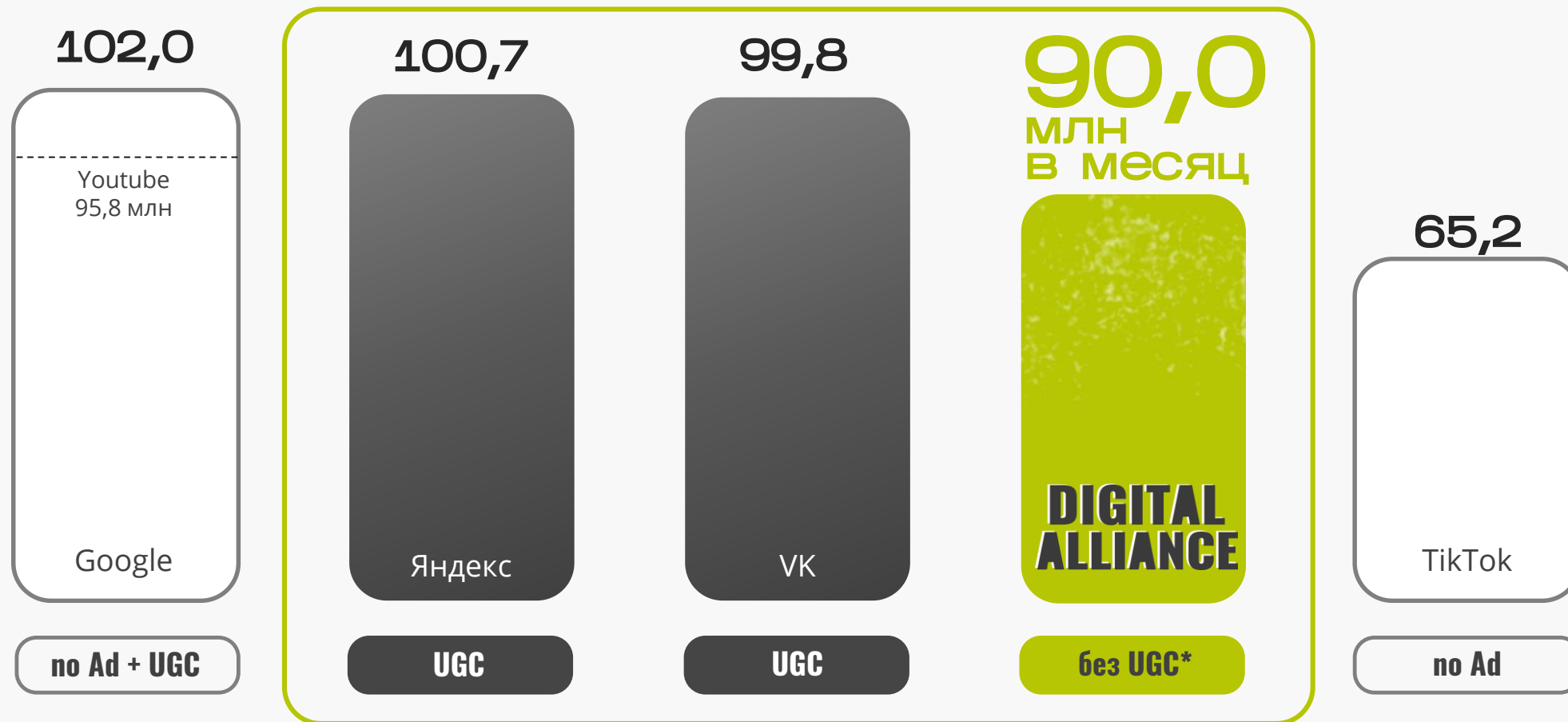


DIGITAL ALLIANCE



Топ-3 рекламная сеть России

Самый высокий охват профессионального контента в РФ

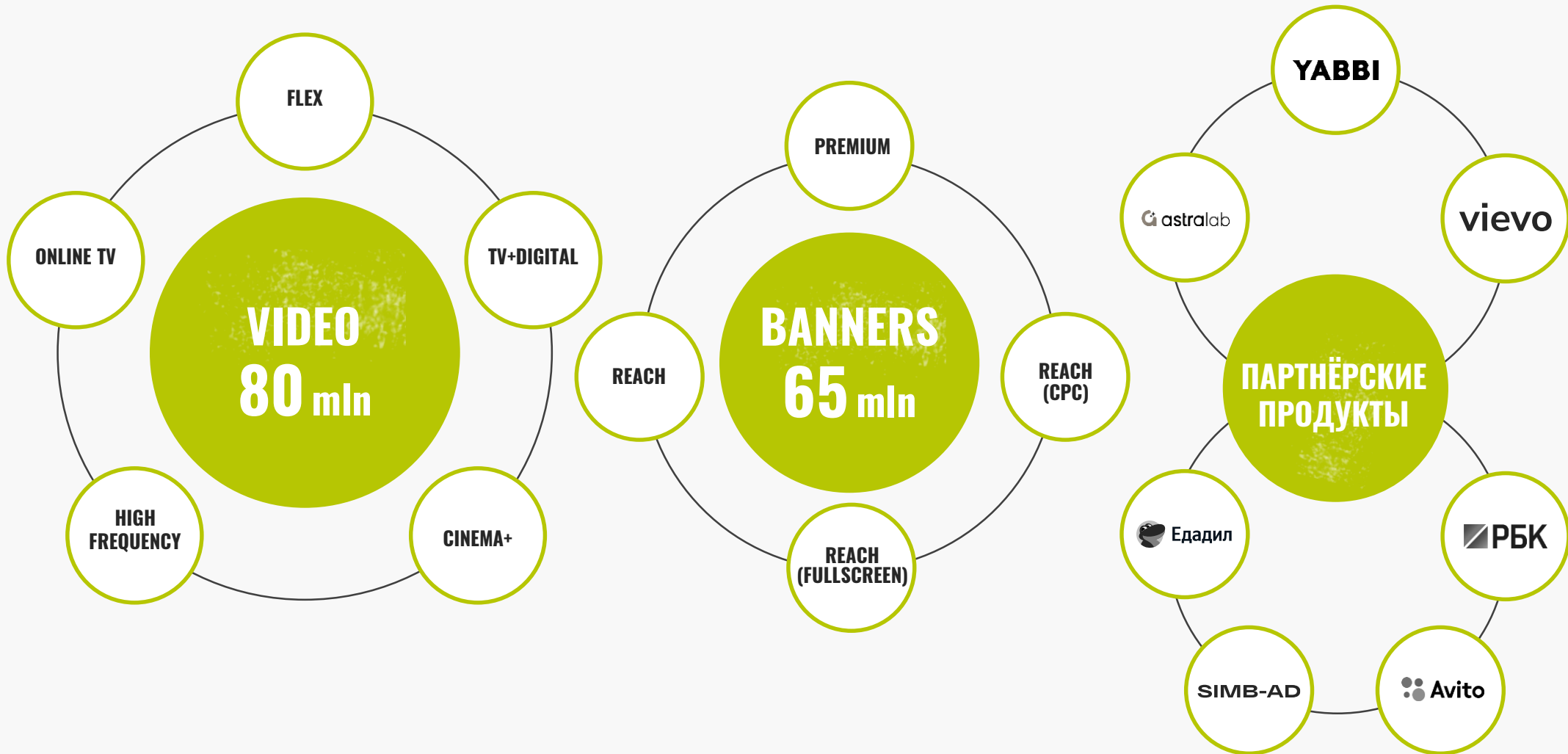


По данным Mediascope Cross Web, Россия 0+, 12+, Июль 2024, Reach (млн чел.), с учётом оценки DA по непромеряемому инвентарю

*UGC – пользовательский контент



DIGITAL ALLIANCE В 2024 ГОДУ



По данным Mediascope Cross Web, Россия 0+, 12+, Июль 2024, Reach (млн чел.), с учётом оценки DA по непромеряемому инвентарю



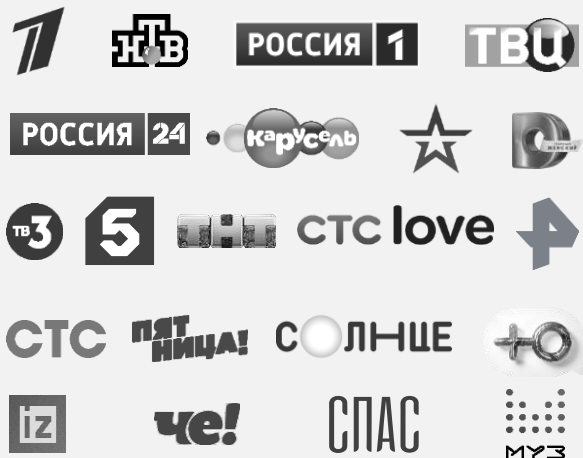
ВИДЕОСЕТЬ DIGITAL ALLIANCE



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

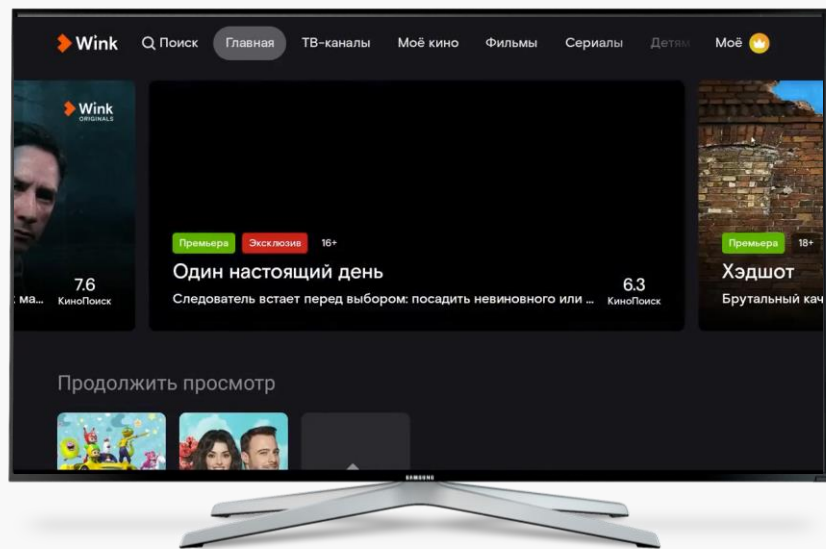




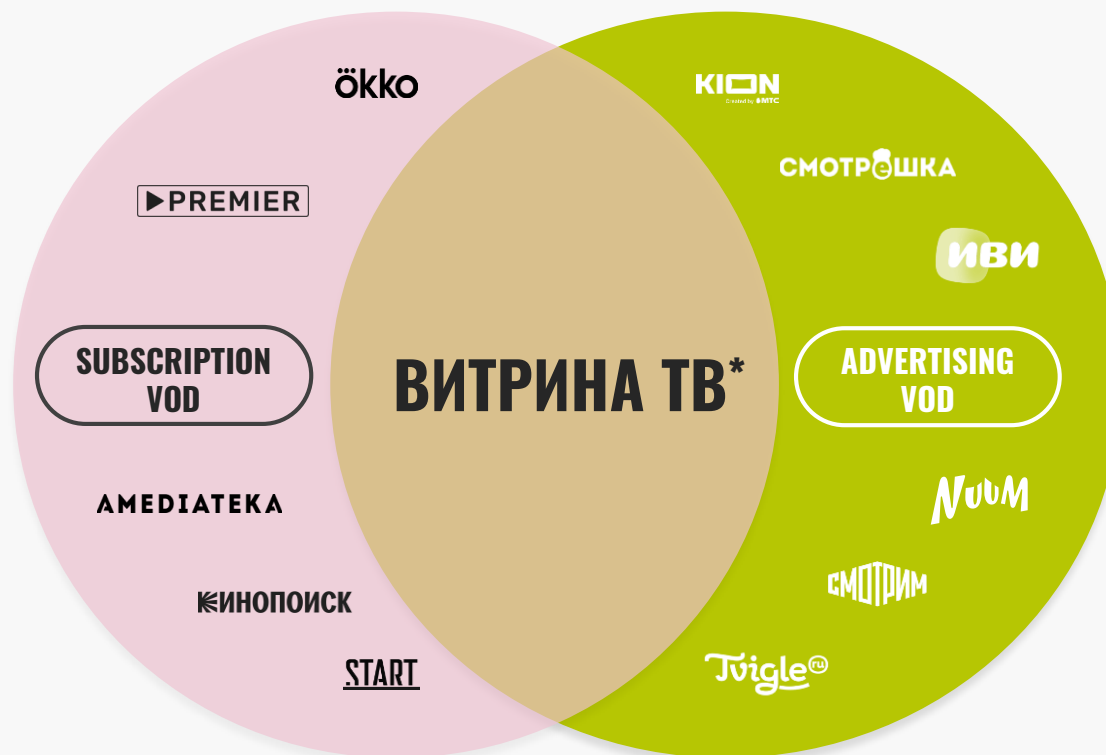
ONLINE TV

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

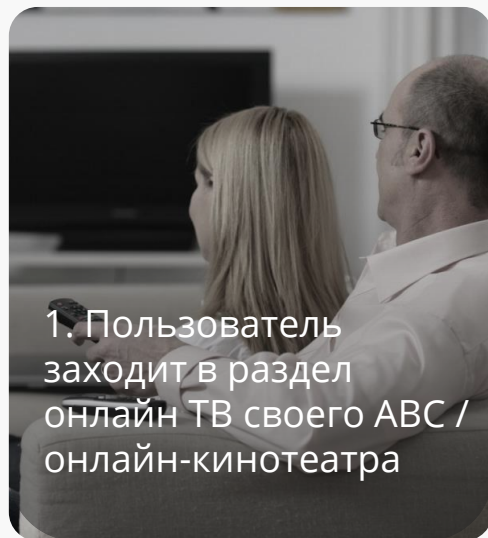
1

2

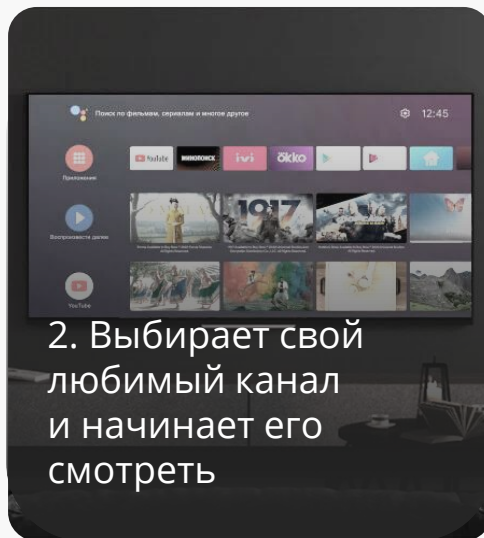
3

4

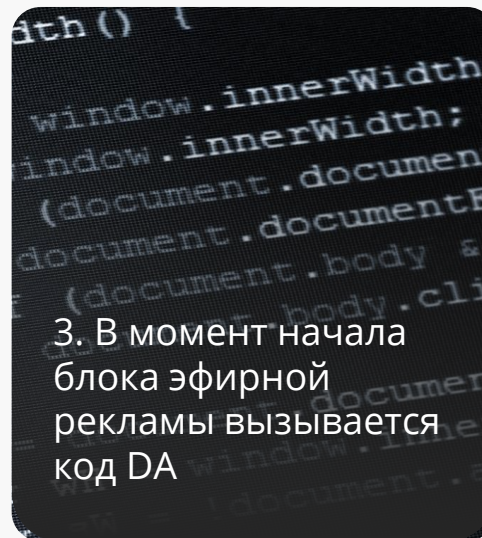
5



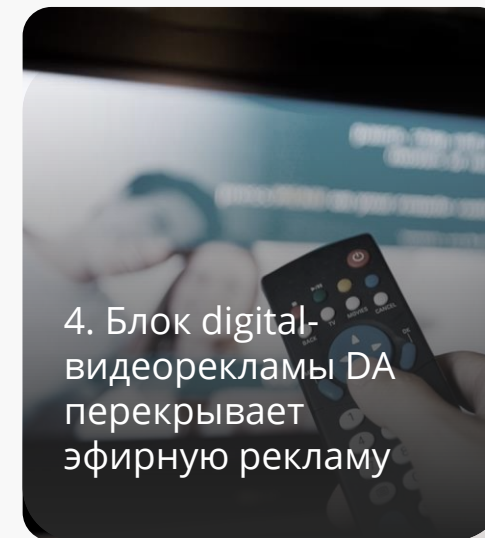
1. Пользователь заходит в раздел онлайн ТВ своего ABC / онлайн-кинотеатра



2. Выбирает свой любимый канал и начинает его смотреть



3. В момент начала блока эфирной рекламы вызывается код DA



4. Блок digital-видеорекламы DA перекрывает эфирную рекламу



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



СПОСОБЫ СМОТРЕНИЯ ПРЯМОГО ЭФИРА ТВ-КАНАЛОВ



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, июль 2024

*** TelecomDaily, июль 2024



SMART TV — ГЛАВНЫЙ ДРАЙВЕР ONLINE TV

46% ВЛАДЕЛЬЦЕВ CONNECTED TV С ПОДПИСКОЙ НА ОНЛАЙН-КИНОТЕАТРЫ СМОТРЯТ ТЕЛЕКАНАЛЫ ЧЕРЕЗ SMART TV *

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

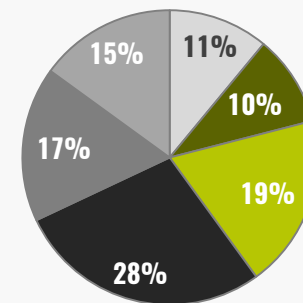
*Mediascope tv+ index, Россия 100+, % other tv vs total tv set, 2022

СОЦДЕМ ТАРГЕТИНГ НА ONLINE TV

- Модель сегментирует одно устройство до нескольких аудиторных профилей
- Искусственный интеллект анализирует описание передач и историю просмотра на устройстве для формирования соцдем групп
- Определение пола и возраста в REAL-TIME на основе просматриваемого контента

ПОЛ

МУЖЧИНЫ 36% ЖЕНЩИНЫ 64%



Возраст (все)

□ <18 ■ 18-24 ■ 25-34
■ 35-44 ■ 45-54 ■ >55



ADVERTISING VOD

AVOD



SMART TV



WEB

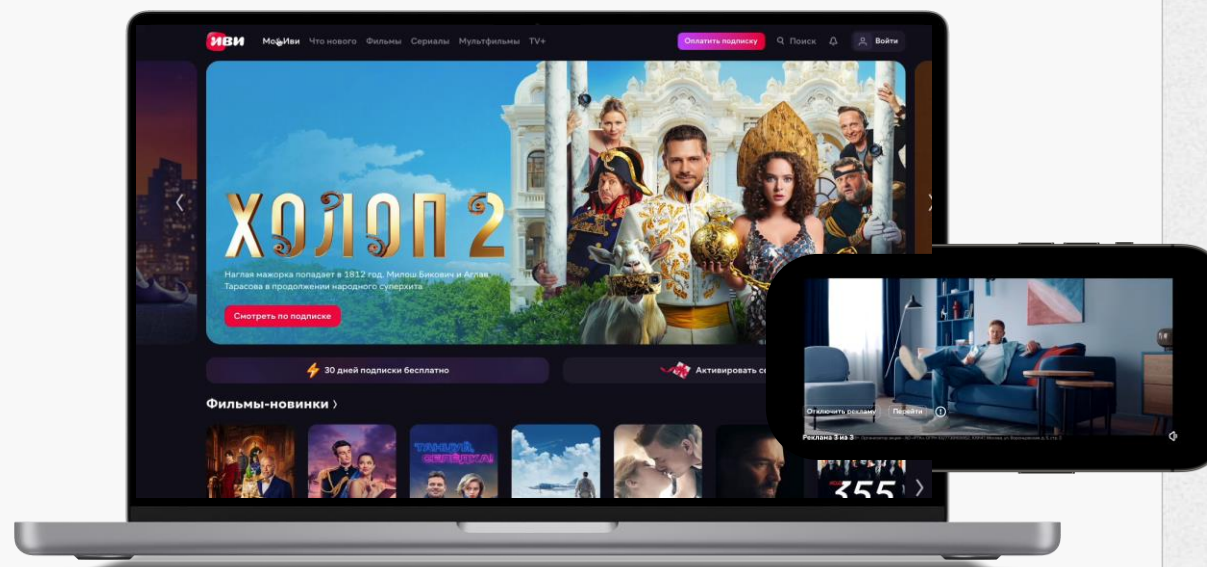


IN-APP

100% инвентаря
в профессиональном
контенте

Любые аудиторные
таргетинги
из таксономии DA

Оптимизация
видеометрик



Viewability mrc
82%+

VTR
70%+

Fraud GIVT
0-1%



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 30 MLN		FLEX		REACH 75 MLN		CINEMA+		REACH 35 MLN		INTERACTIVE VIDEO		REACH 35 MLN					
- Видеореклама на премиальном эфирном инвентаре ТВ-каналов - Охват аудитории телесмотрения в digital, включая пользователей онлайн-кинотеатров с подпиской без рекламы				- Гибкий пакет со всеми настройками и любым уровнем кастомизации - Включает все типы рекламного инвентаря и охватывает всю сеть DA				Пакет внутри исключительно развлекательного контента, объединяющий кросс-частотой крупнейшие онлайн-кинотеатры РФ и онлайн-эфиры ведущих развлекательных ТВ-каналов				- Нестандартная видеореклама на премиальном инвентаре сети DA - Повышение вовлечённости пользователя в УТП продукта - Более быстрый переход к покупке							
CPV	CTR до 0,3%		VTR 90+%		CPM	CTR до 0,8%		VTR до 70%		CPM	CTR до 0,6%		VTR до 80%		CPM	CTR от 0,8%		VTR от 60%	
Бонус: QR-баннер с оффером (+20 сек)				Бонус: Brand-lift (от 2,5 млн. рублей)				Бонус: Brand-lift (от 2,5 млн. рублей)				Бонус: Brand-lift (от 2,5 млн. рублей)							

Дополнительные решения для тактических задач

ONLINE TV HIGH FREQUENCY

- Высокая частота за короткий период
- Высокий приоритет открутки

Reach 30 mln

TV+DIGITAL

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

CPM

VTR 80%

CTR до 0,8%



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 KPI:



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



Wink



Rostelecom

ЭР-ТЕЛЕКОМ

Обработка
данных



Platforma



СХЕМА РЕШЕНИЯ



* 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

Вся аудитория — ТВ + digital

4

Видели РК на ТВ

1**2**

Измеримая ТВ-аудитория

3



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%	68,30%	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 кумулятивный эффект рассчитывается для единой базы – Universe Все, РФ, города 0+.

Эффект на целевую частоту 4+

Один из наиболее выразительных эффектов по приросту пришелся 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 уникалов 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 замечен эффект в росте для тех, кто видел только 3, 4 и только 5 раз.

Таким образом, только 0,12% охвата в ОПВ 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



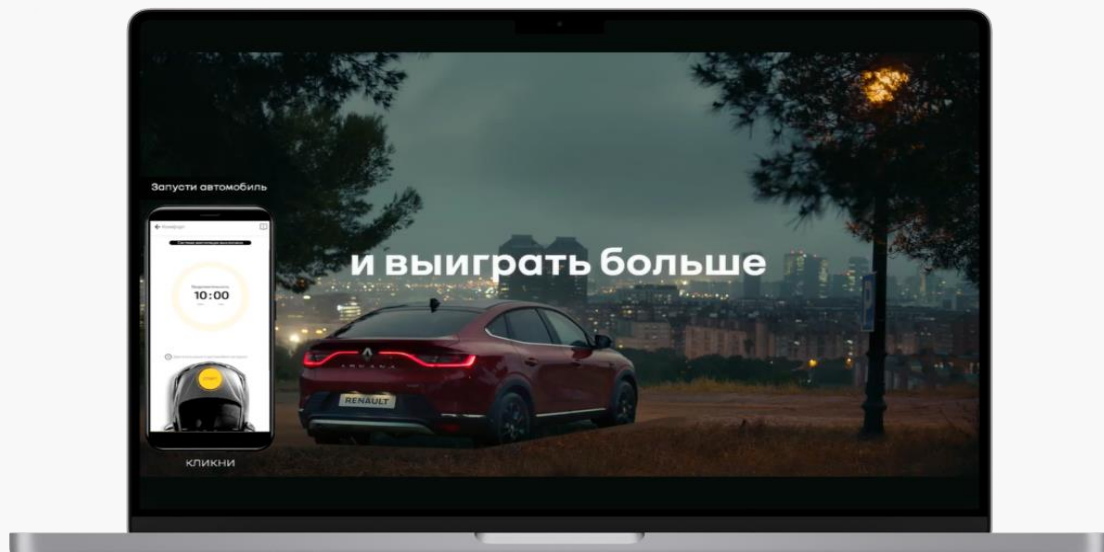
Решение задач клиента через уникальный опыт взаимодействия с креативом

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, GEO, интересы, сторонние сегменты
- Адаптация готовых РИМ / разработка кастомных проектов
- Возможность брендлифт-исследований и использования сторонних пикселей для сбора статистики (Adriver, Adserving, Weborama)

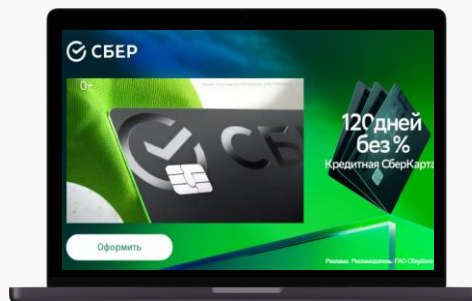
ВЫПОЛНЕНИЕ KPI BRANDED VIDEO+

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

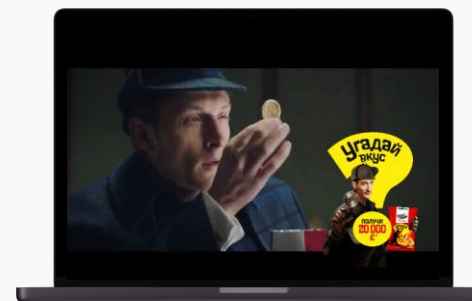
VTR >60%

CTR >0,8%

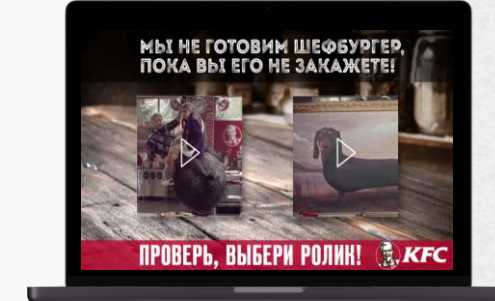
FRAME ROLL



BUTTON



SELECTOR



EXTENDER



SHOPPABLE
(с фидами и без / slider)



CUSTOM





ИНТЕРАКТИВНЫЕ ФОРМАТЫ ДЛЯ SMART TV

Новый уровень взаимодействия с пользователем внутри Online TV

МЕХАНИКА

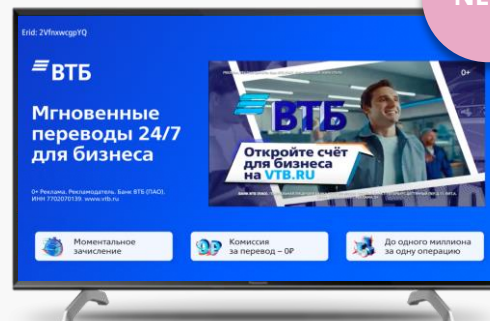
Digital Alliance обеспечивает врезку интерактивных форматов в телевизионные блоки на экране Smart TV. Взаимодействие с рекламой происходит через пульт телевизора: пользователю требуется минимум усилий для целевого действия.

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

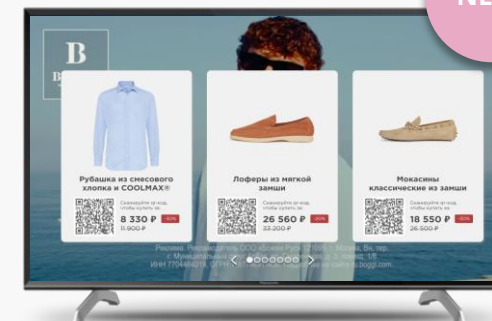
FRAME ROLL

NEW!



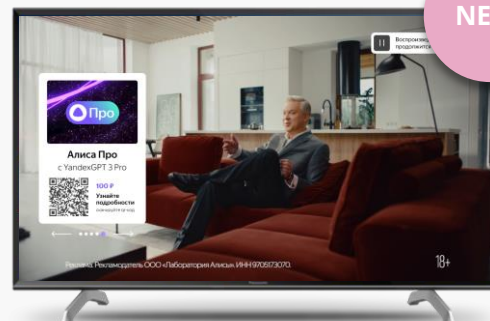
SLIDE SHOW

NEW!



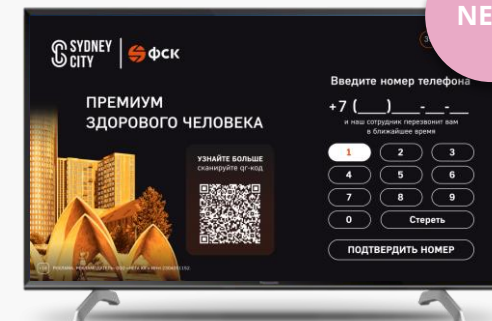
SHOPPABLE SMART TV

NEW!



QR + LEAD

NEW!





ИНТЕРАКТИВНЫЕ ФОРМАТЫ

Взаимодействие в performance video влияет на прирост бренд-метрик

1

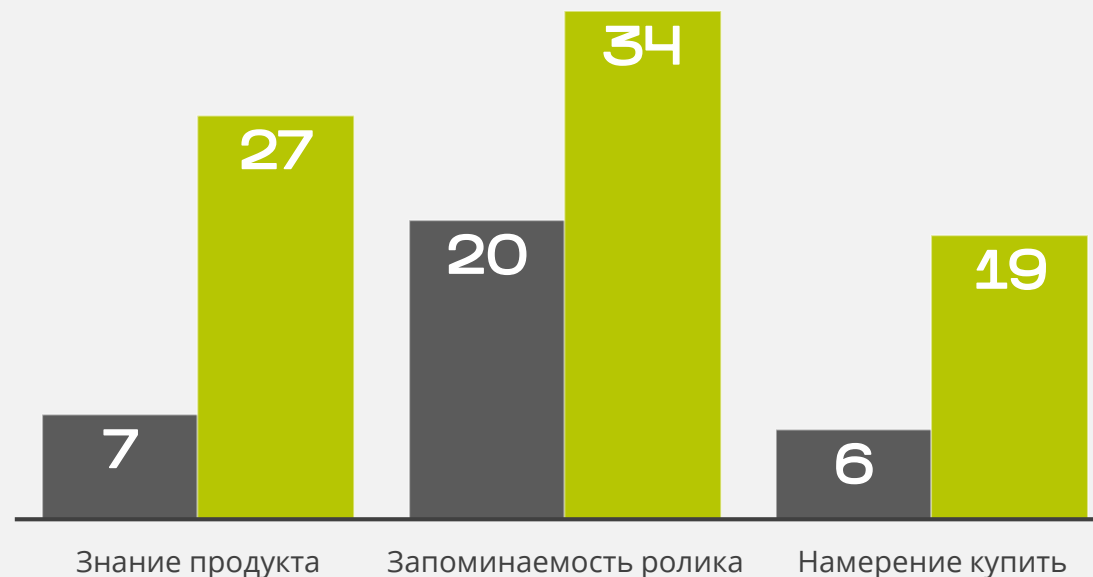
В визуальном оформлении акцентируем **внимание** на **преимуществе** продукта с первой секунды запуска ролика, поэтому пользователь лучше запоминает бренд

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



■ Видели стандартный ролик

■ Взаимодействовали с интерактивной механикой



БАННЕРНАЯ СЕТЬ



BANNER NETWORK В 2024

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*

Nashsovetik *AS* lumpics.ru DIETS.RU *Един Дома* ferra.ru ЛАЙФХАКЕР **53%** ПОИСК ИНСТРУКЦИЙ

В СВОЁМ ДОМЕ Я ПОКУПАЮ 7qней.ru КЛЕО **44%** НОВЫЕ ИДЕИ И ВДОХНОВЕНИЕ

Home Tehno Рейтинг лучшей техники для дома Avito ДРАЙВ ROZETKED DRIVE2.RU **43%** ТОВАРЫ И БРЕНДЫ ДЛЯ ПОКУПКИ

КИНО-ТЕАТР.РУ FB СМОТРИМ tele program .pro **43%** ДОСУГ И ВЕБ-СЕРФИНГ

Образовака твой помощник в учебе N+1 **33%** ОБРАЗОВАНИЕ / ОБУЧЕНИЕ

MED ПОРТАЛ **33%** ВОПРОСЫ ЗДОРОВЬЯ

ВОКРУГ СВЕТА **28%** ОТПУСК И ПУТЕШЕСТВИЯ

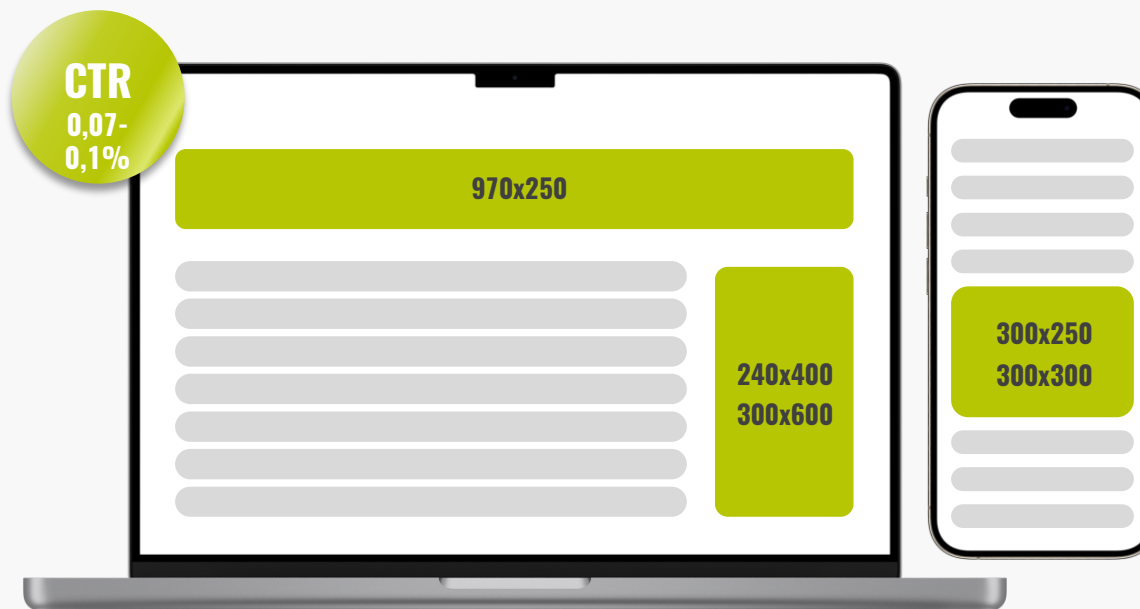
Все самые популярные тематические вертикали представлены в рамках Banner Network, что делает этот инструмент наиболее подходящим для построения знания о бренде

* 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 APP

DRIVE2.RU

tele
program
pro

СМОТРИМ

Зарулем

ДРАЙВ

дром

sports.ru

Рамблер/новости

ferra.ru

Един Дома

Avito

DIETS.RU

Forbes

газета.ru

LENTA.RU

РБК

КОМСОЛЬСКАЯ
ПРАВДА

ROZETKED

РИА НОВОСТИ

MKRU



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)

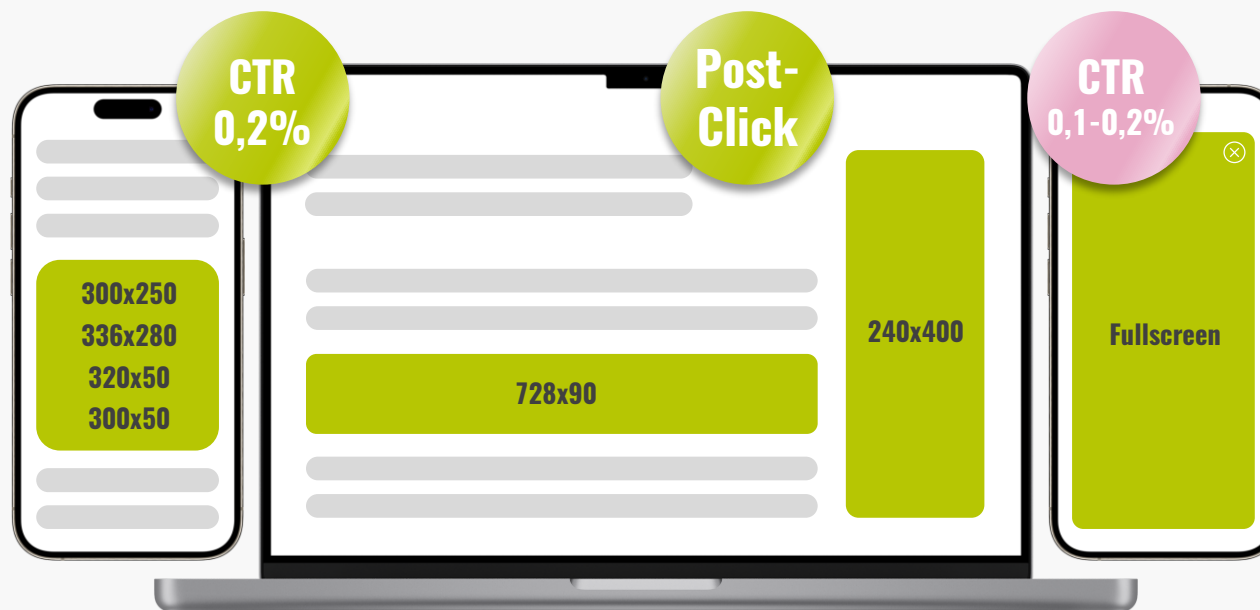
 Каналы, доступные в рамках Banner Network

* 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 СРС

DRIVE2.RU

tele
program
pro

СМОТРИМ

Зарулем

ДРАЙВ

дром

sports.ru

Рамблер/новости

ferra.ru

Един Дина

Avito

DIETS.RU

Forbes

газета.ru

LENTA.RU

РБК

КОМСОМЛЬСКАЯ
ПРАВДА

ROZETKED

CHIP

MKRU



BANNER NETWORK — ЭФФЕКТИВНЫЕ ФОРМАТЫ ДЛЯ ЛЮБЫХ ЗАДАЧ

1. Прямой доступ к аудитории топ-100 паблишеров 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

vievo

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

Едадил

Баннерная и видеореклама в агрегаторе скидок и выгодных предложений

Форматы: премиум баннерные и видеоформаты; кешбэк; купоны; спецпроекты с геймификацией; розыгрыши

Настройки: geo; соцдем; покупки; интересы; кастомные сегменты

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 Авито; 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

* 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:

- Брендинг
- Спонсорство
- Видео-решения
- Нативные статьи и тесты
- Брендовые 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%

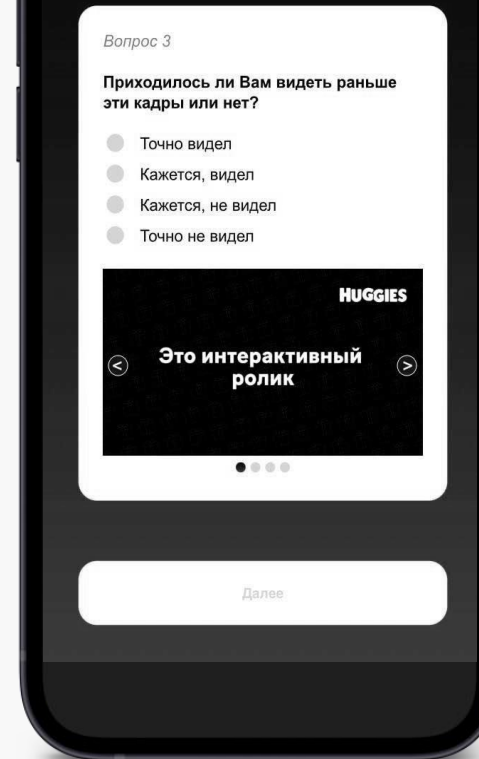
запоминаемость ролика

+9%

намерение купить

+24%

запоминаемость бренда в ролике



400+

выполненных исследований с 2022 года

ДАВАЙТЕ
ЗАПЛАНИРУЕМ
КАМПАНИЮ!