



Рекламный продукт в online видео



#1 в России

Продукты ivi отмечены множеством призов:

- 2 Премии Рунета в номинации «Культура и массовые коммуникации»
- «Киносайт года» и «Открытие года» Премии РОТОР 2010;
- 2 премии «Золотой сайт» в номинации «Телевидение, радио и кино»;
- Специальный приз премии «Золотой луч»
- Премия «Большая цифра» за «Лучшее приложение для Smart TV»



Популярность мобильных продуктов

- Лучшее бесплатное приложение и самое кассовое приложение Google Play. Более 16 000 000 установок;
- Самое кассовое приложение и второе по популярности приложение в разделе Развлечения iOS;
- Top-3 лучших приложений для iPad за всю историю рейтинга (уступает только Vkontakte и Skype);
- Премия Digital communication Awards 2013 за «Лучшее приложение для iPad»

#1 в России

На LG, Samsung, Toshiba, Philips



Top 3 в мире на LG

Top 5 в мире на Samsung



ivi на Smart TV

#1 в Европе

На Philips



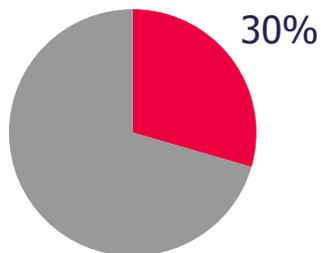


#1 в России

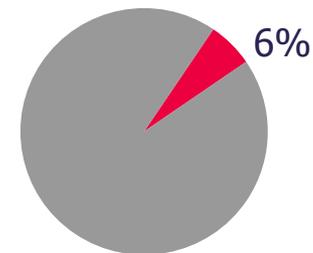
Динамика роста видеорекламы



Доля выручки ivi в рекламном сегменте*



Доля просмотров ivi в рекламном сегменте*



ivi монетизирует 1 просмотр видео в среднем в 5 раз эффективнее, чем другие игроки рынка

* Среди легального контента игроков: ivi.ru, megogo.net, tvzavr.ru, tvigle.ru, Zoomby.ru, rutube.ru, CTC



Общие черты видеорекламы Беларуси и России

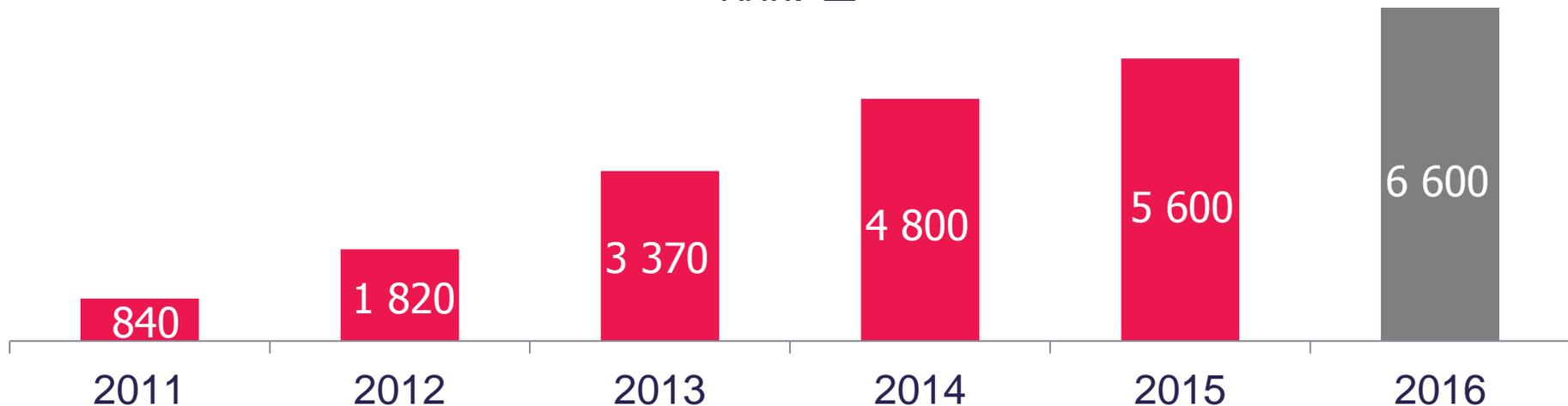
- Высокая доля ТВ рекламы в сплитах рекламодателей;
- Предложение видеоинвентаря опережает спрос, что формирует рынок покупателя, а не продавца;
- Отсутствие качественных независимых измерений;
- Отсутствие единых метрик эффективности.



Этапы развития видеорекламы в России

Рынок видеорекламы в России

млн. □



- Развитие экспертизы;
- Стандартизация рекламных форматов;
- Рост рекламной нагрузки.

- Реклама на мобильных и Smart TV;
- Расширение портфеля рекламных решений.

- Viewability;
- Качество контакта.

- Incremental Reach;
- Переход ТВ бюджетов.

- Спецпроекты;
- Интерактивные форматы.



Online видео и ТВ

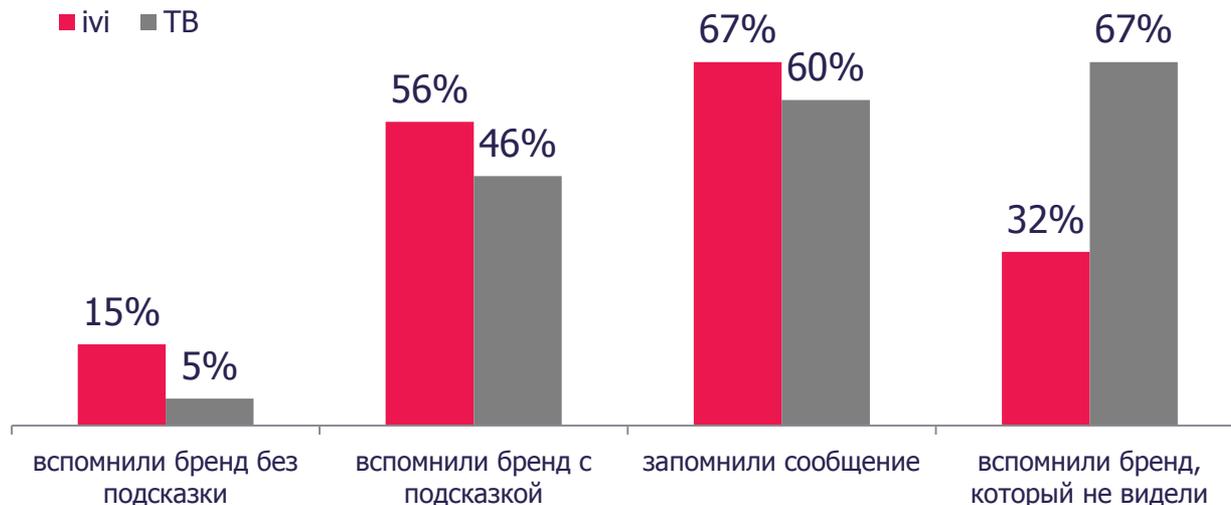
ТВ бюджеты являются основным источником роста сегмента видеорекламы.

Полностью воссоздавая телевизионный характер взаимодействия с рекламой online-видео добавляет возможность интерактивного взаимодействия с рекламой, более высокое качество контакта и широкие возможности настроек.

Соотношение затрат на видео и ТВ рекламу



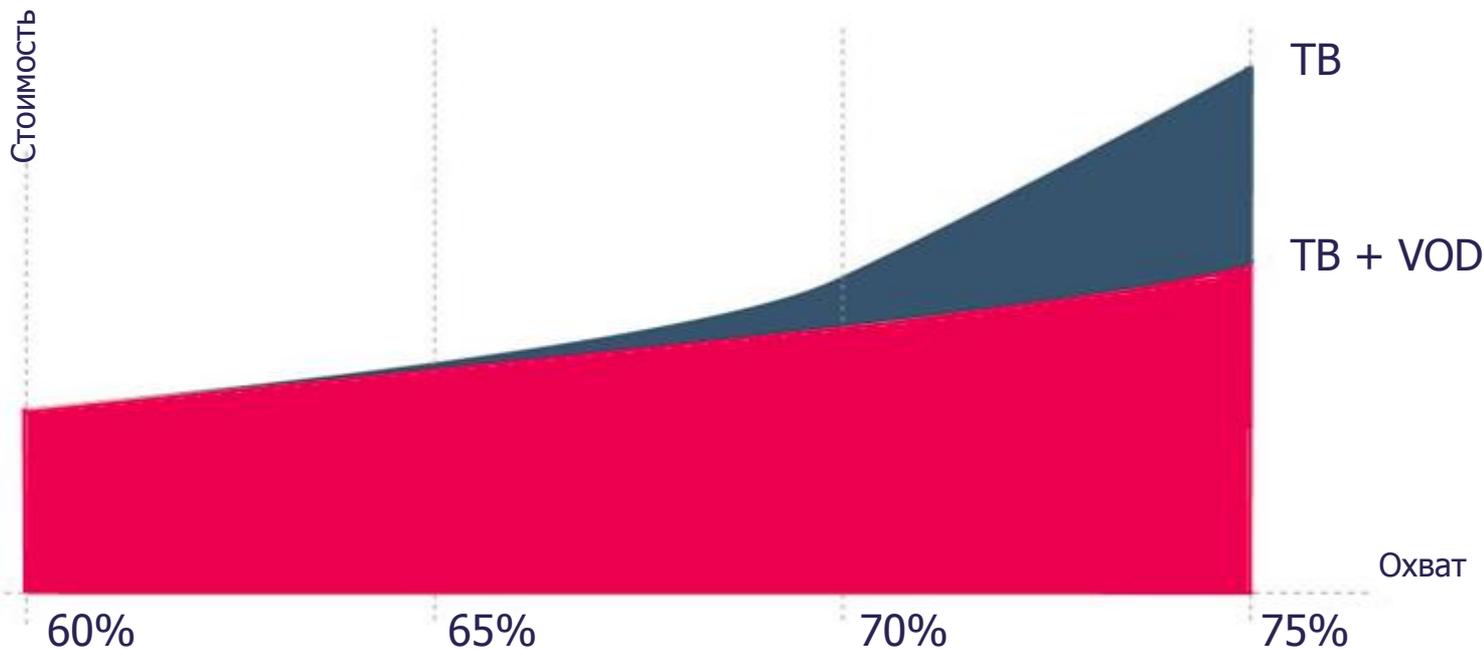
Эффективность рекламы





Online видео и ТВ

Incremental Reach



Доля Light TV viewers на различных платформах ivi

49%
Smartphones

47%
Tablets

36%
Desktop



Интерактивы и спецпроекты

Формирование большого портфеля рекламных форматов под любые потребности клиентов позволило существенно увеличить выручку от направления спецпроектов и интерактивов.

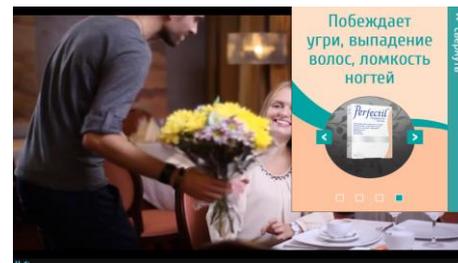
Microsite



Extender



Branded zone



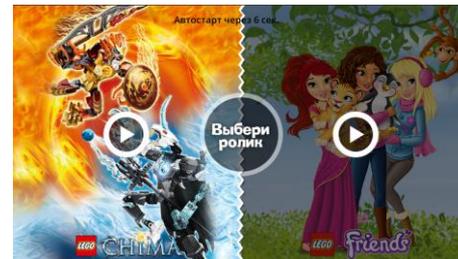
ivi data



Call-to-action



Ad selector

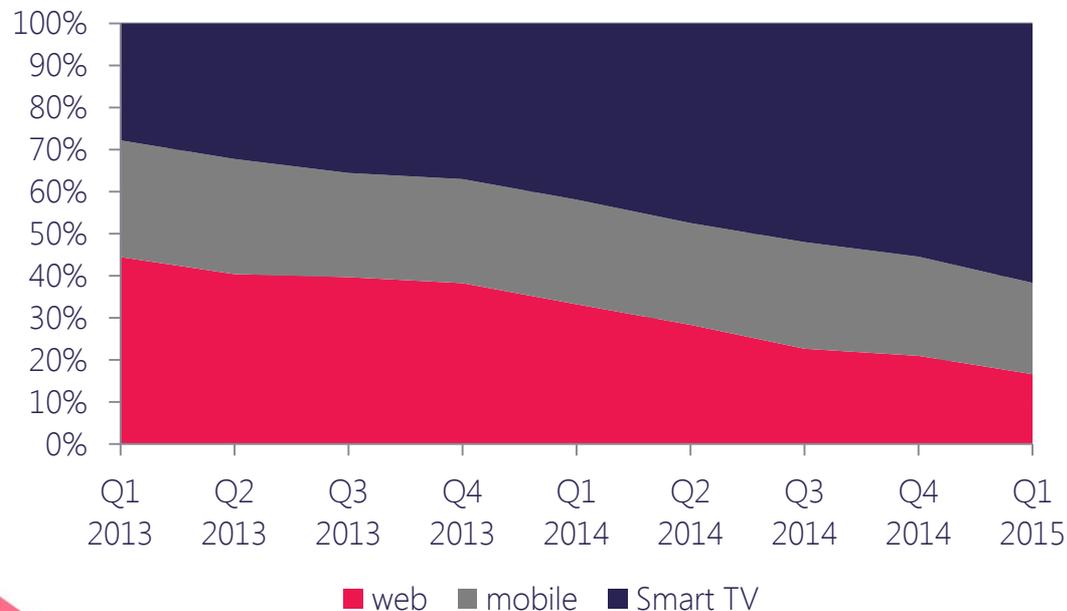




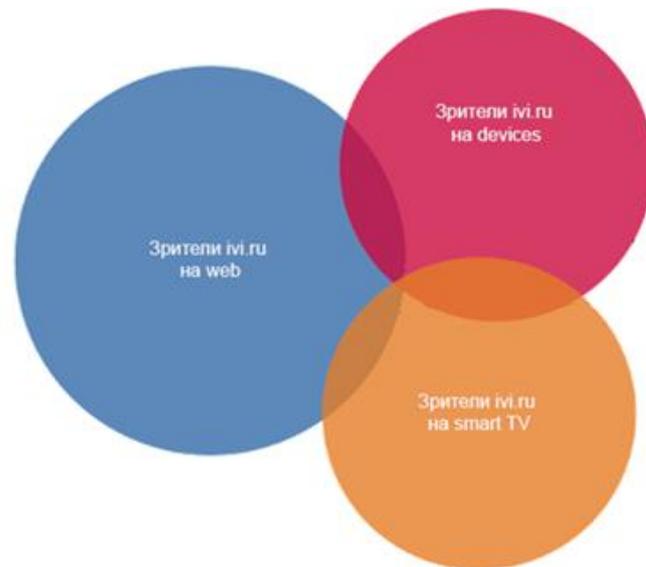
Видеореклама за пределами desktop

На фоне стремительного смещения естественного видеосмотра за пределы desktop мы смогли ответить на один из главных вопросов рекламодателей о пересечении аудитории между платформами.

Структура видеопросмотров



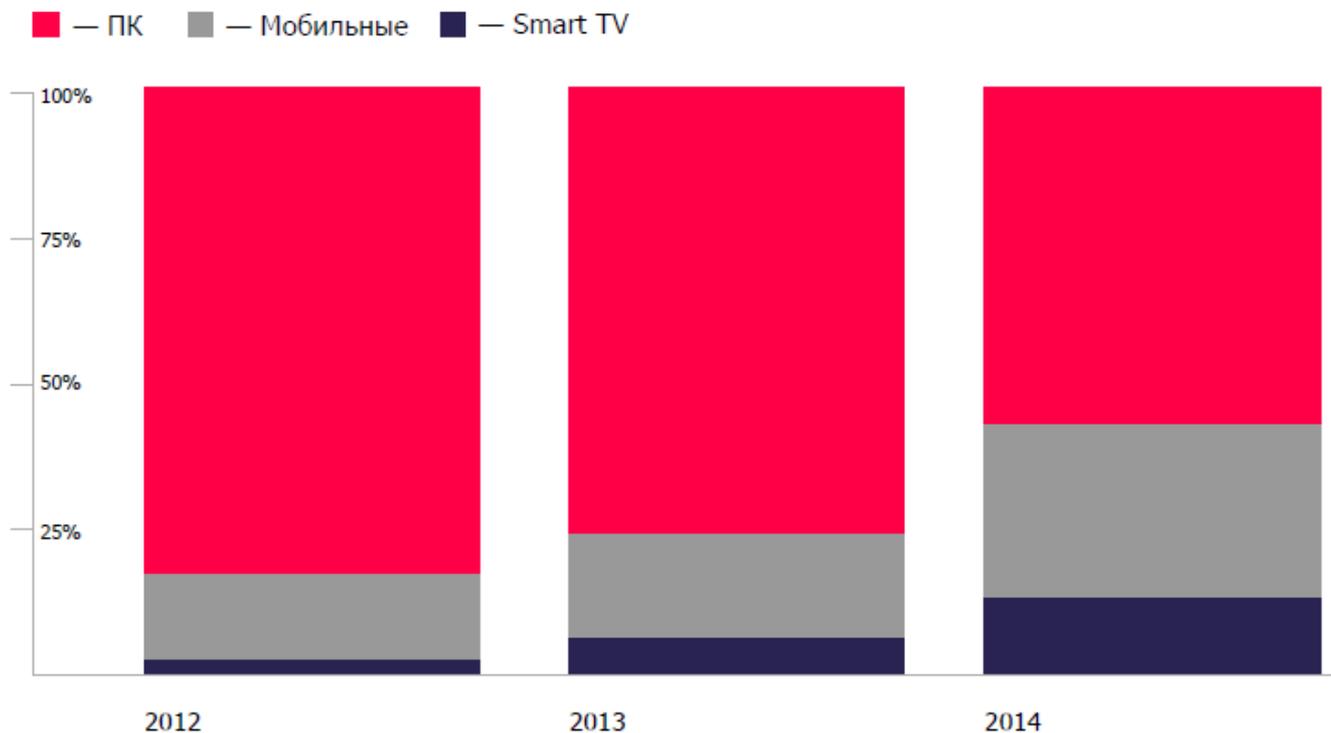
Пересечение аудитории ivi между платформами





Видеореклама за пределами desktop

Рост доли рекламной выручки ivi за пределами desktop





ОНЛАЙН КІНАТЭАТР **ivi** АДКРЫЎСЯ ў БЕЛАРУСІ

ОНЛАЙН-КИНОТЕАТР **ivi**
ТЕПЕРЬ В БЕЛОРУССИИ

 /iviru
 /ivi.ru

НА ЛЮБЫХ
УСТРОЙСТВАХ

