

---

# ОНЛАЙН ВИДЕО КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГА

---

РОСТ ИНВЕНТАРЯ

РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИЙ

РЕКЛАМНЫЕ РЕШЕНИЯ

[900igr.net](http://900igr.net)

---

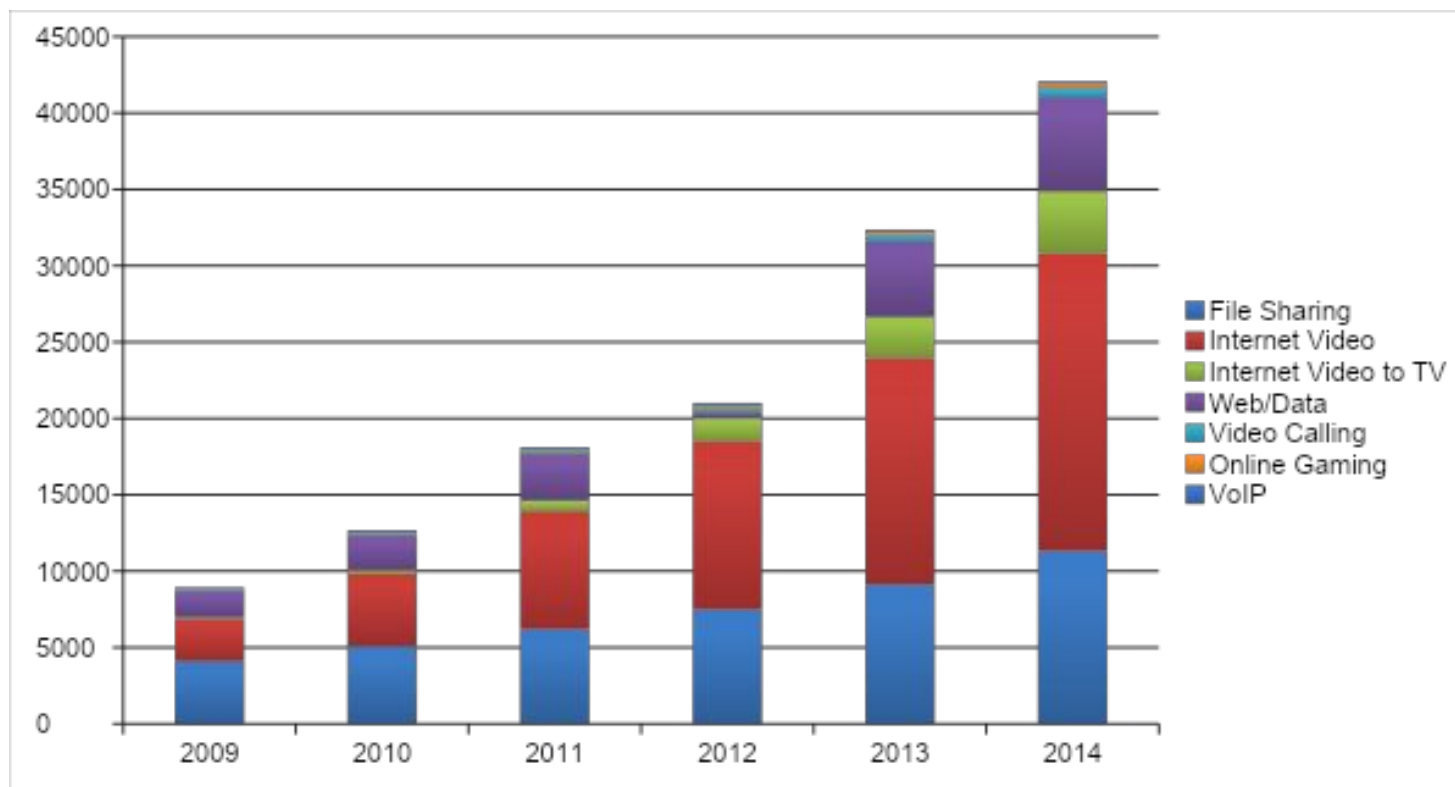
# ПРОГНОЗЫ И ФАКТЫ

---

- Мировой интернет трафик растет на 34% в год, к 2014 году его объем увеличится в четыре раза по сравнению с 2004
- В 2011 году объемы видео трафика превышают любого другого типа данных
- Среднемесячный объем интернет трафика в 2014 будет эквивалентен объему, который потребляют 32 млн человек, непрерывно в течение месяца смотрящих онлайн «Аватар» в 3D на своих компьютерах
- Для того, чтобы просмотреть объем видео, каждую секунду передающегося в интернет в 2014, потребуется два года. Для того, чтобы просмотреть все видео, которое будет передано с помощью глобальной сети в течение 2014 года, понадобится 72 млн лет

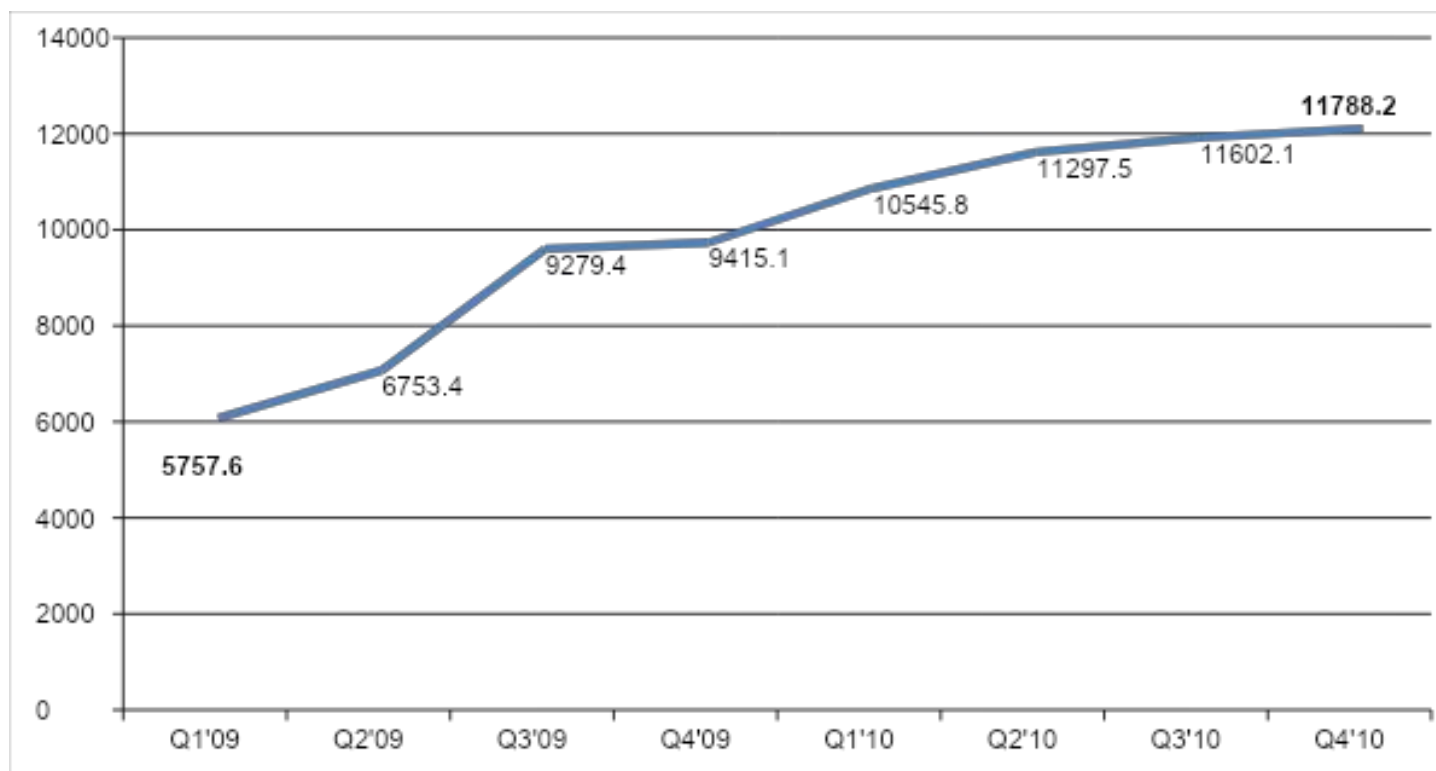
# ИСТОЧНИКИ РОСТА ТРАФИКА

ВИДЕО СТАНЕТ ПРИЧИНОЙ УЧЕТВЕРЕНИЯ  
ИНТЕРНЕТ-ТРАФИКА В МИРЕ К 2014 ГОДУ

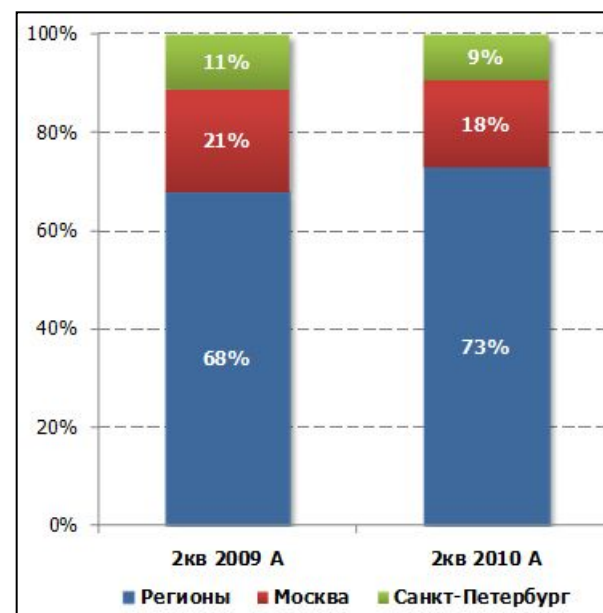


# СПЕЦИФИКА РОССИИ

ПРОСМОТР И СКАЧИВАНИЕ ВИДЕО:  
УДВОЕНИЕ АУДИТОРИИ ЗА ДВА ГОДА



# РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИЙ



- По предварительным оценкам, к концу 2010-го количество подключенных к ШПД домохозяйств превысило отметку в 19 миллионов (34,8% проникновения).
- В 2011-м, по прогнозам экспертов, эта величина достигнет 22,6 миллионов – т.е. к ШПД будут подключены более 40% домохозяйств страны.

---

# ВИДЕО ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

---

**Видео наиболее удобный и естественный способ потребления информации**

- Видео хостинги
- Лицензионный контент по запросу
- Онлайн просмотр ТВ передач
- Видео в социальных сетях
- iTV, Apple TV, Google TV
- Видео чаты и конференции
- UGC онлайн трансляции



---

# ВИДЕО ДЛЯ БРЕНДОВ

---

- Использование видео форматов в рекламных кампаниях
- Производство видео контента
- Интеграция видео в контент сайтов



# ОХВАТ+ЭФФЕКТИВНОСТЬ

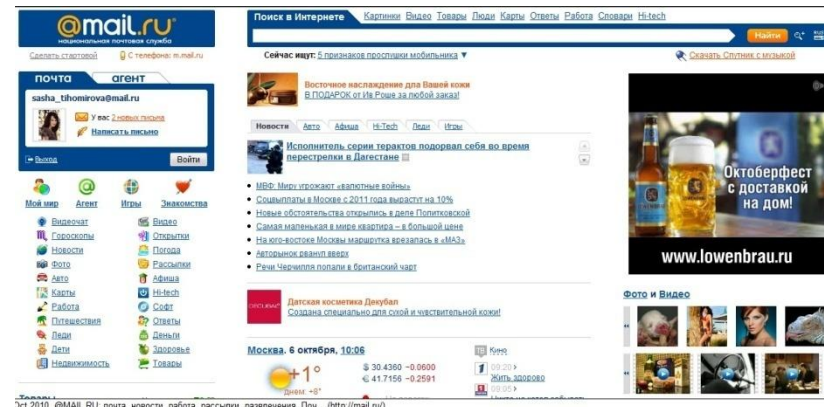


- Клиент: **SunInbev**
- Бренды: **Lowenbrau, BUD**

В кампаниях использовались видео форматы как с автозапуском видео, а также с кнопкой PLAY

В результате на одних и тех же баннерных местах баннеры с автозапуском видео сработали более эффективно:

- CTR выше на 33%
- CPC ниже на 14%





# КРЕАТИВ+ТЕХНОЛОГИИ

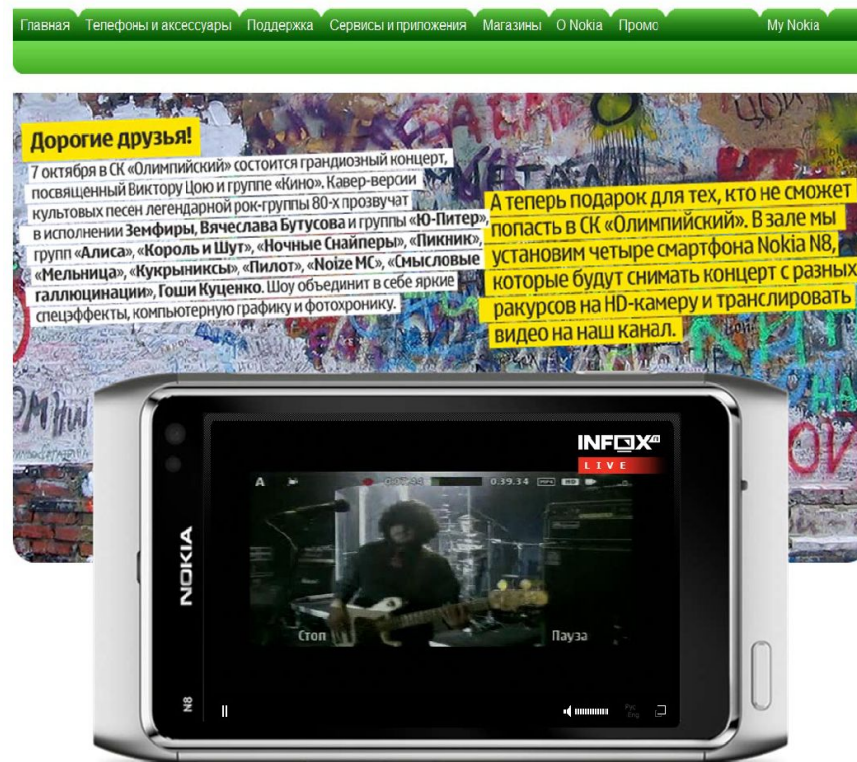


- Клиент: **Nokia**
- Бренды: **Nokia N8**

**Задача кампании:** продемонстрировать возможности HD-камеры смартфона Nokia N8

**Решение:** прямая трансляция рок-концерта в интернет с помощью мобильных телефонов - Концерт «20 лет без Кино», проходивший в СК «Олимпийский»

**Результат:** удвоение аудитории Олимпийского за счет онлайн пользователей



# УДОБСТВО+ЭМОЦИИ

adwatchisobar

- Клиент: **Danone**
- Бренд: **Actimel**

Создание промо-сайта в поддержку кампании по запуску новой линейки вкусов Actimel

Для предоставления информации в наиболее интересном для пользователя формате выбор был остановлен на видео контенте

**Результат:** средняя длительность просмотра превысила 1,5 минуты на пользователя



\* Акция проводится с 1 марта 2011 года по 30 июня 2011 года. Информацию об организаторе акции, правилах ее проведения, а также о количестве

---

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**

---



**АЛЕКСАНДР ЗАХАРОВ**

**[zakharov@carat-interactive.ru](mailto:zakharov@carat-interactive.ru)**