

---

# ОНЛАЙН ВИДЕО КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГА

---

РОСТ ИНВЕНТАРЯ

РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИЙ

РЕКЛАМНЫЕ РЕШЕНИЯ

---

# ПРОГНОЗЫ И ФАКТЫ

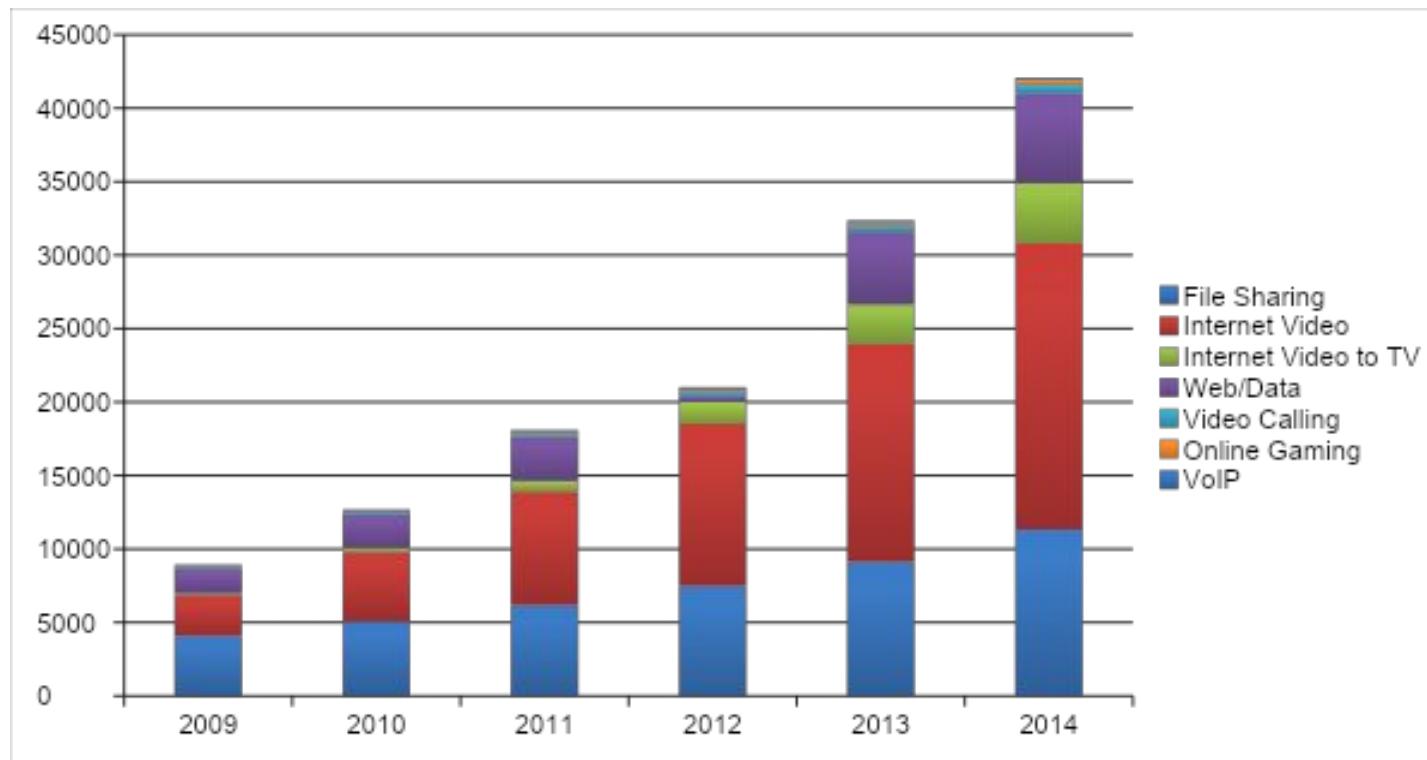
---



- 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, беспрерывно 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 глобально сети в течение 2014 года, понадобится 72 млн лет
- Source: Cisco VNI, 2010

# ИСТОЧНИКИ РОСТА ТРАФИКА

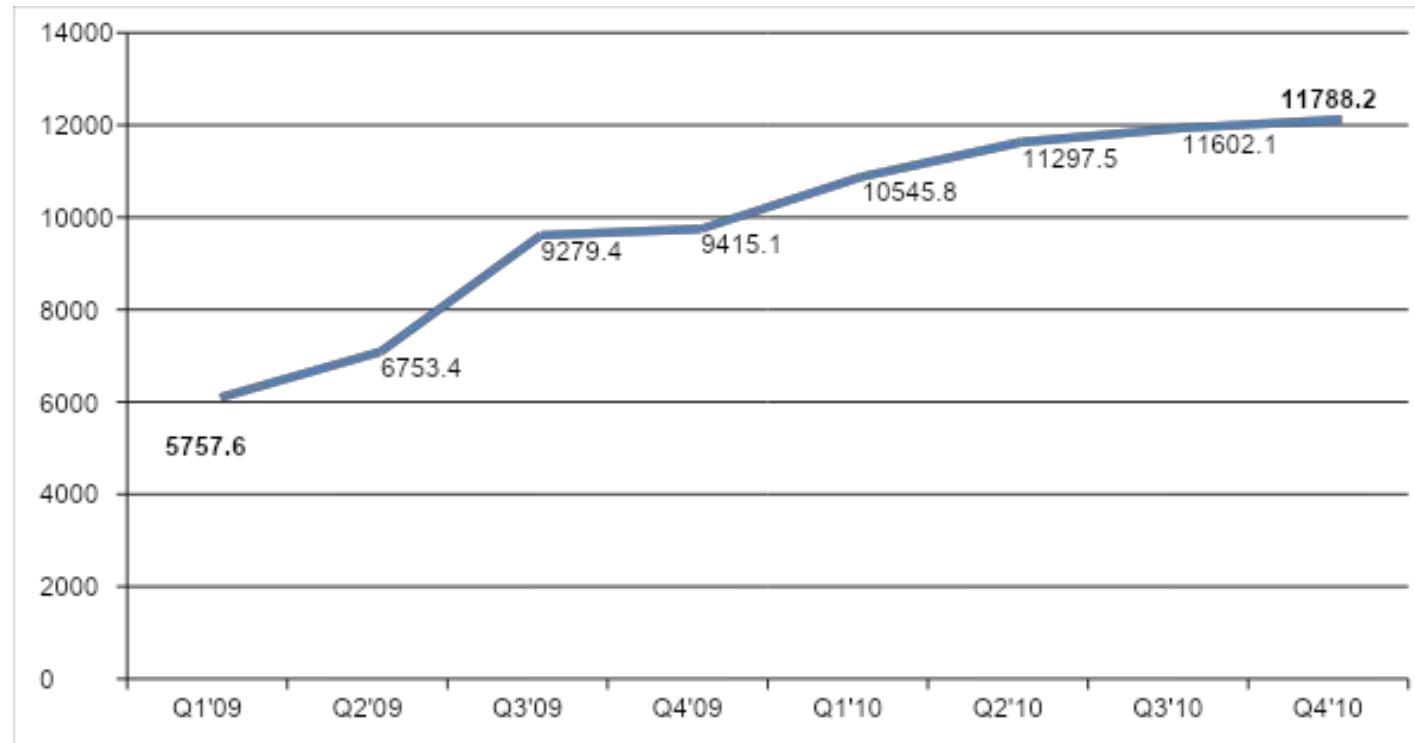
ВИДЕО СТАНЕТ ПРИЧИНОЙ УЧЕТВЕРЕНИЯ  
ИНТЕРНЕТ-ТРАФИКА В МИРЕ К 2014 ГОДУ



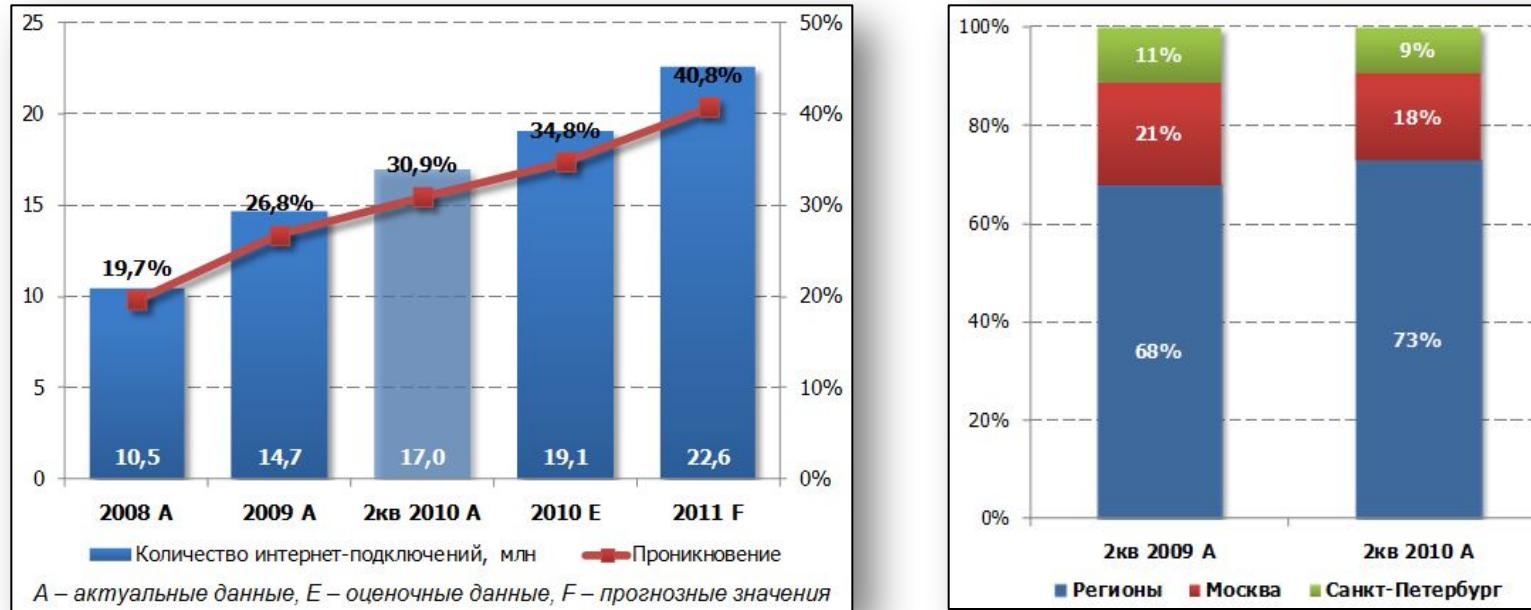
- PB per Month, Source: Cisco VNI, 2010

# 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.
- Source: Rumetrica and J'son & Partners Consulting

# 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

The screenshot shows the @mail.ru homepage with a search bar at the top. Below it, there's a news feed with various stories. A prominent video player is displayed, showing a scene from a beer commercial. The video player has a play button and some descriptive text about the beer. At the bottom of the page, there's a weather widget for Moscow and a sidebar with links to different sections of the site.

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

- CTR выше на 33%
- CPC ниже на 14%

This screenshot shows the same @mail.ru homepage as the previous one, but with a different video advertisement. It features a banner for "Bud" beer, specifically mentioning it as the "OFFICIAL BEER OF THE 2010 FIFA WORLD CUP". The video player and surrounding elements are similar to the first screenshot, demonstrating the placement of the video ads.

# 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



---

# СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

---



**АЛЕКСАНДР ЗАХАРОВ**

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