



# Рекламные ВОЗМОЖНОСТИ YouTube

**Николай Антонов**  
Account manager, YouTube/Google

# YouTube в цифрах

- Основан в начале 2005, куплен Google в 2006 за \$1,65 млрд.
- > 350М уникальных пользователей ежемесячно во всем мире
- 10% всего мирового интернет траффика
- # 1 видео сайт и #6 интернет ресурс по посещаемости в мире
- 20 часов видео загружается на YT ежеминутно – это эквивалент 86 000 полнометражных Голливудских фильмов еженедельно
- Тысячи премиальных контент партнеров, среди которых крупнейшие
- 121 846 490 просмотров у №1 ролика по кол-ву просмотров за все время

YouTube Confidential and Proprietary



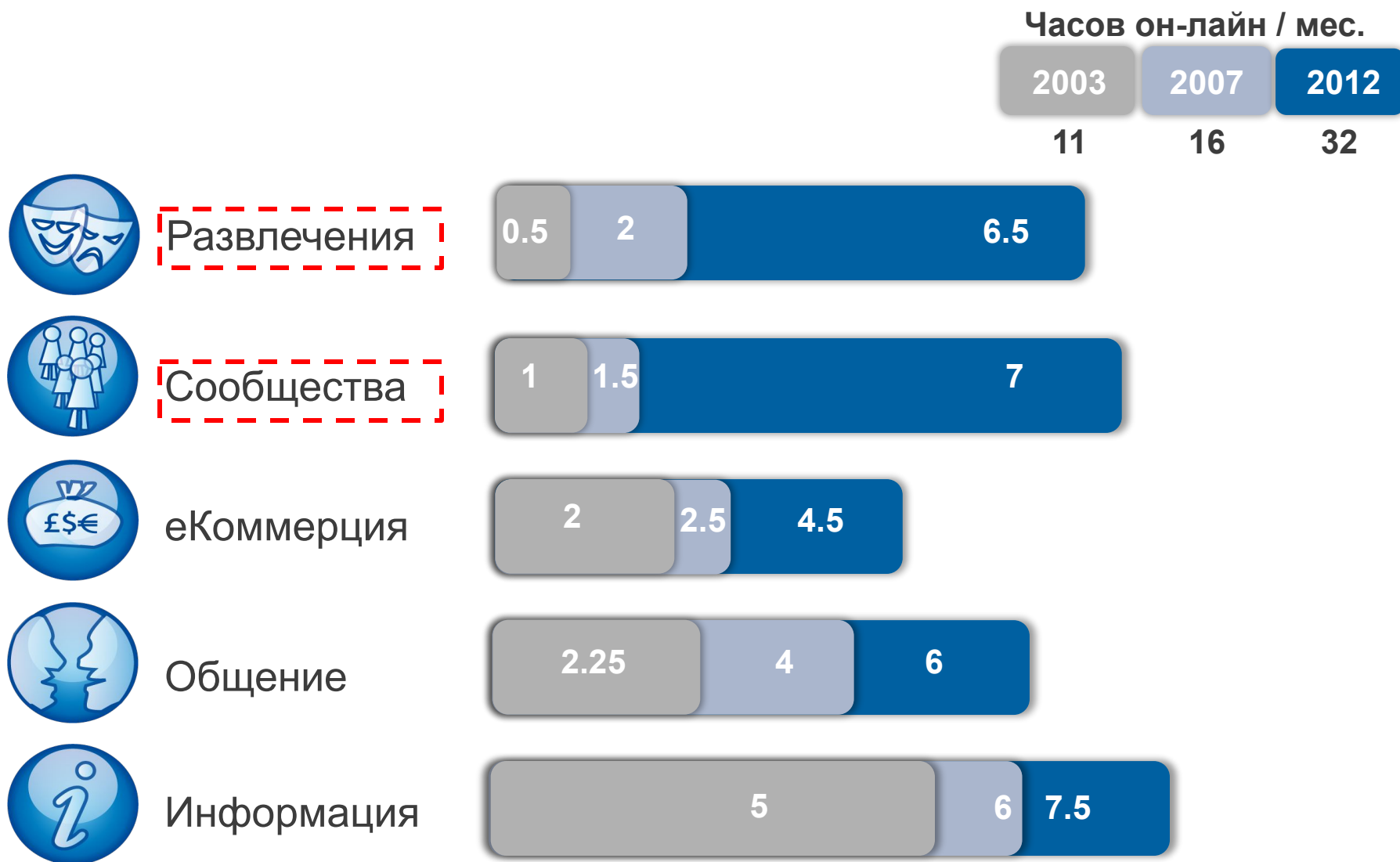
# Обложка Time - Человек года 2006



YouTube Confidential and Proprietary



# Эволюция он-лайн активности пользователей



# YouTube – не просто видео хостинг

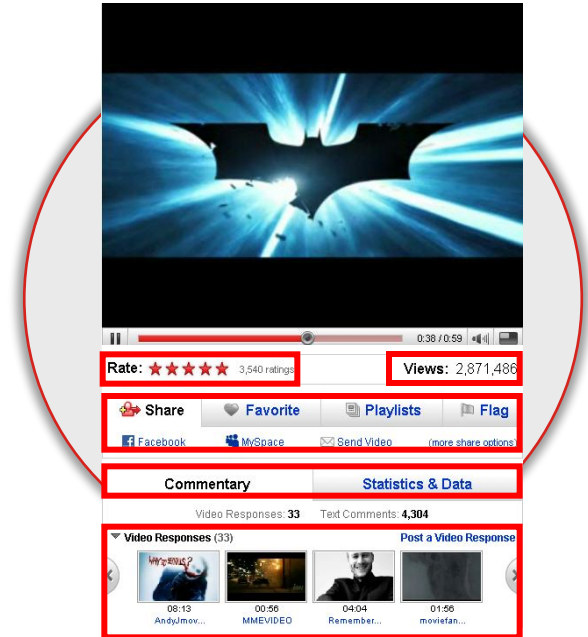
## Сообщества



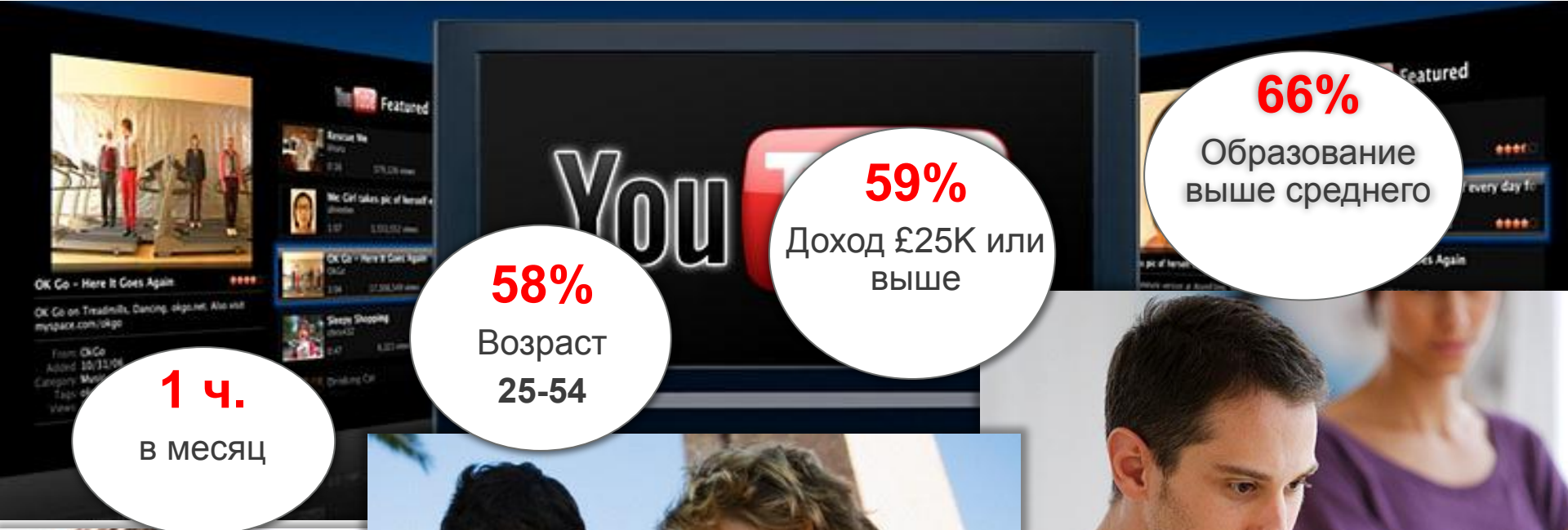
## Круговорот контента



## Вовлечение



# Аудитория YouTube – наиболее активные потребители (UK)





# YouTube video ad на главной странице

- Цель – формирование осведомленности, массовый охват
- 100% показов на самой посещаемой странице YouTube в течение целого дня\*

The screenshot shows the YouTube homepage interface. At the top, there's a navigation bar with 'Home', 'Videos', 'Channels', and 'Community'. Below that is a search bar and an 'Upload' button. The main content area is divided into several sections: 'Subscriptions' with a grid of video thumbnails, 'Featured Videos' with a list of recommended videos, and 'Friend Activity'. A video ad for 'The Mummy 3 Tomb of the Dragon Emperor' is prominently displayed in the center. The ad features a red border and a red box around the video player. A red arrow points from the text 'CLICK BELOW TO WATCH TRAILER' to the video player. Another red arrow points from the text 'YouTube video ad (YVA) 300x225 либо расширяемый YVA до 950x500. Воспроизведение либо Click-to-play, либо Autoroll без звука' to the video player. The video player shows a scene from the movie with a man holding a gun. Below the video player, there's a title 'The Mummy 3 Tomb of the Dragon Emperor', a rating of 4 stars, and a 'Comments' link.

Графический баннер 300x35 с  
внешней ссылкой

YouTube video ad (YVA) 300x225 либо  
расширяемый YVA до 950x500.  
Воспроизведение либо Click-to-play,  
либо Autoroll без звука

Пример YVA Click-to-play

Пример YVA Autoroll

Пример Expandable YVA click-to-play

Пример Expandable YVA autoroll

\*Гео таргетинг по IP-адресам. Демотаргетинг не применим –  
показывается всем пользователям в течение 24 часов

YouTube Confidential and Proprietary





# Masthead rich media ad на главной странице

- Цель – массовый охват, качественный визуальный контакт с аудиторией, интерактив
- 100% показов на самой посещаемой странице YouTube в течение целого дня\*

The screenshot shows the YouTube homepage interface. At the top, there's a navigation bar with the YouTube logo, user profile 'AntonovNick', and search bar. Below this is a large masthead advertisement for Disney Pixar's 'Up' movie. The ad is framed in red and contains a play button, the text 'ВВЕРХ УЖЕ В КИНО!', 'СМОТРЕТЬ', 'ЕЩЕ РОЛИКИ', 'ПОДПИСАТЬСЯ на канал Disney на YouTube!', and 'ПОСЕТИТЬ КАНАЛ DISNEY'. Below the ad are sections for 'Рекомендованные вам' (Recommended for you) and 'Входящие' (Inbox).

Masthead 960x250 с использованием видео и flash-анимации

Пример Masthead

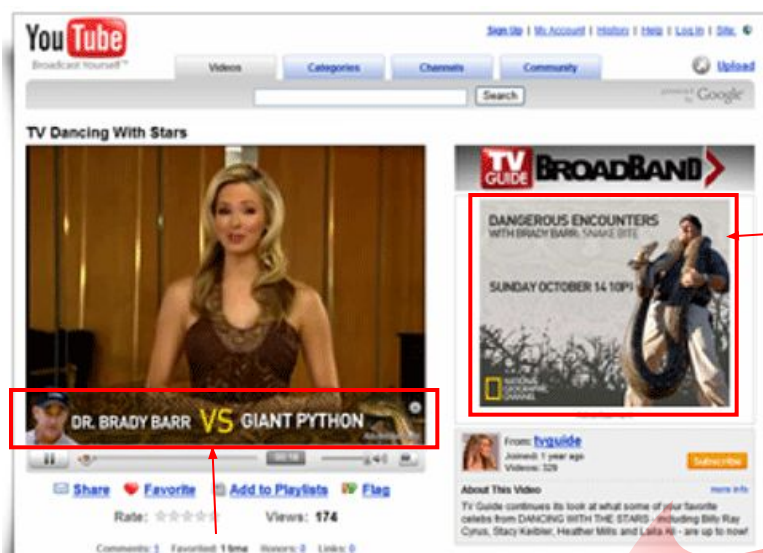
\*Гео таргетинг по IP-адресам. Демотаргетинг не применим – показывается всем пользователям в течение 24 часов

YouTube Confidential and Proprietary



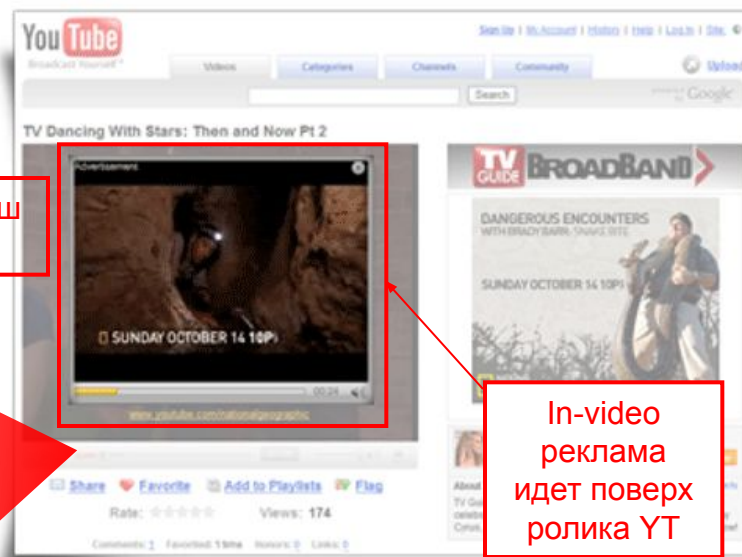
# In-video реклама на страницах с видео

- Цель – качественный контакт с таргетированной целевой аудиторией
- Одновременное использование 2 разных форматов – видео и графика/флеш



Графический/флеш баннер 300x250

Анимированный flash overlay появляется на 10 сек. При клике на него ролик встает на паузу и поверх него запускается видео реклама



In-video реклама идет поверх ролика YT

Пример In-video рекламы

# Branded channel – «дом» вашего бренда на YouTube

- Цель – платформа для коммуникации бренда с аудиторией YouTube
- Возможность кастомизированного оформления канала
- Возможность использования API и виджетов и многих других приложений



[Пример канала с конкурсом](#)

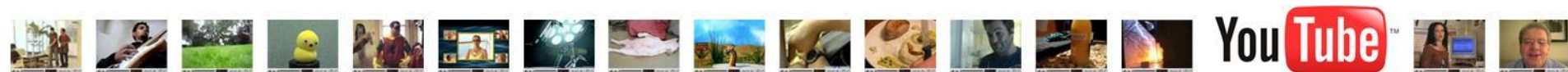
[Пример канала с API](#)

[Пример канала с Google Maps](#)

[Пример канала с интеграцией FaceBook](#)

# Таргетинг

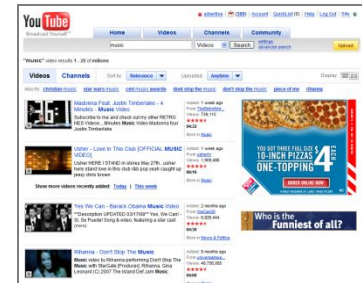
- Гео (по IP адресу)
- Демо (по зарегистрированным пользователям)
- По тематикам (на странице Поиск и на страницах просмотра видео партнеров YT)
- Поведенческий (по истории просмотра и по поиску видео пользователем)



# Поведенческий таргетинг



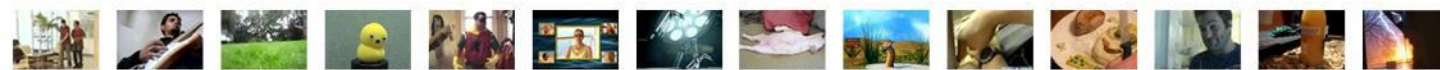
По поиску видео...



По просмотру видео...

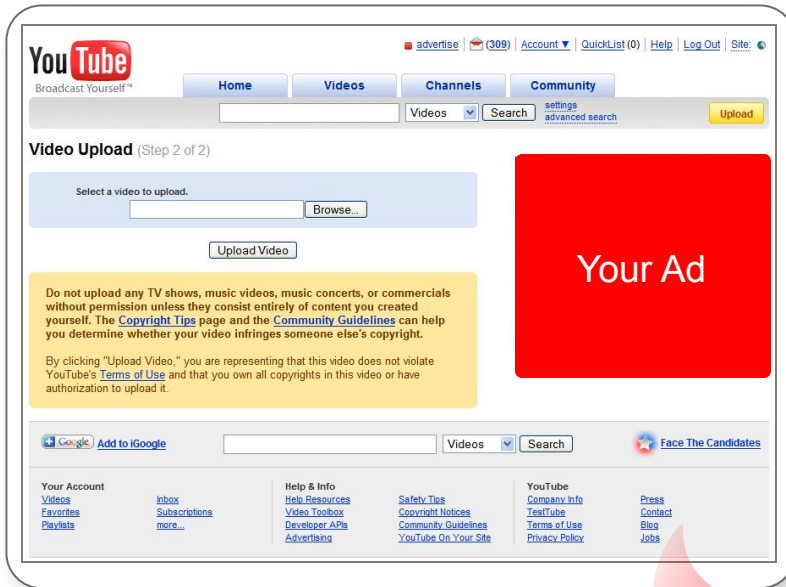


YouTube Confidential and Proprietary

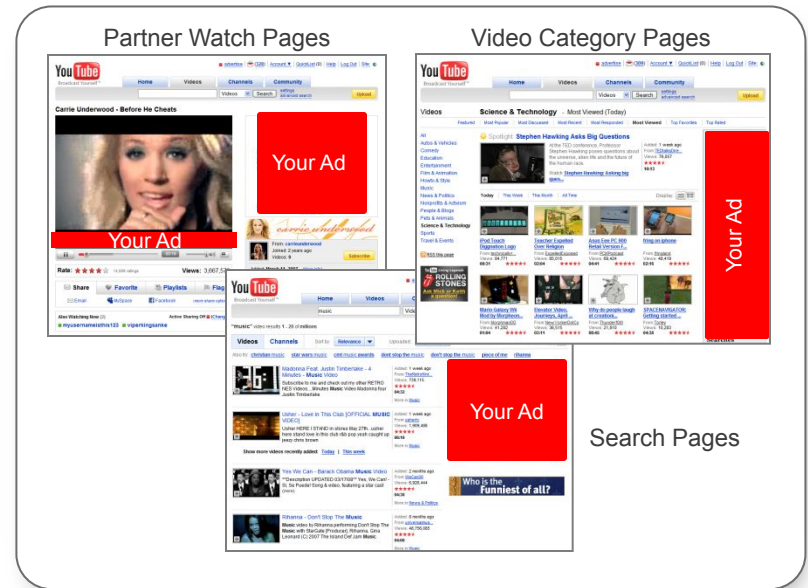


# Таргетинг на создателей контента

Before: Upload Path



After: Uploader Targeting



# YouTube Insight – инструмент для мониторинга видео

[My Account](#) ▾ / [Insight](#) / The YouTube Screening Room - Launch Video

Show data for Europe July 26, 2008 - August 4, 2008



Length: 2:23  
Added: Jun 20, 2008 3:11:04 AM  
Total views: 1141238

Views

Popularity

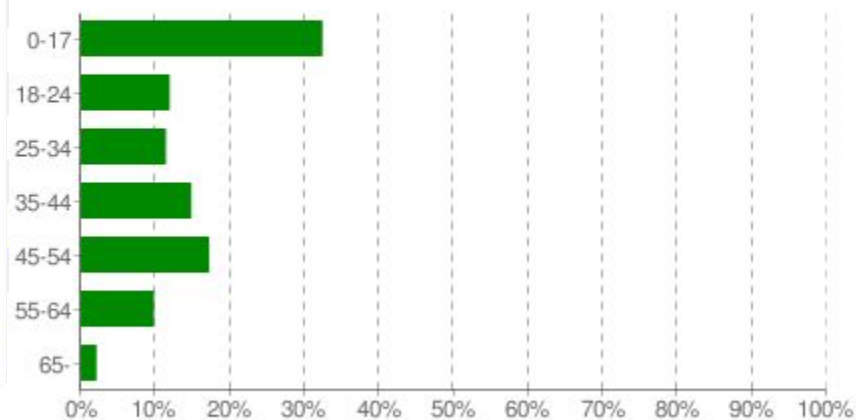
Discovery

Demographics

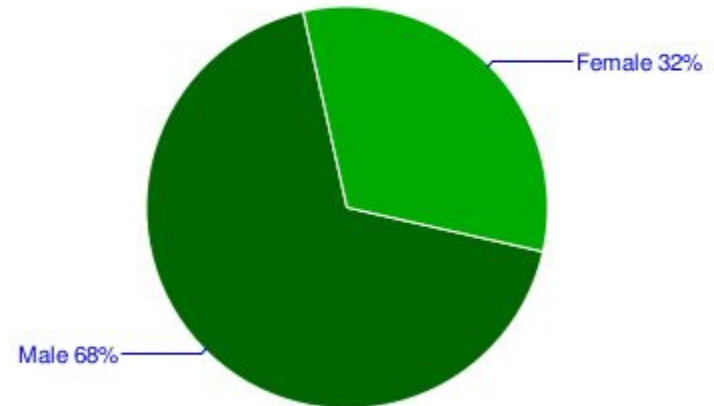
Stickiness

Who is watching this video?

Age ranges for both genders



Genders for all age groups



YouTube Confidential and Proprietary



# Полезные и интересные ссылки

Полезные:

[Справочный центр по YouTube](#)

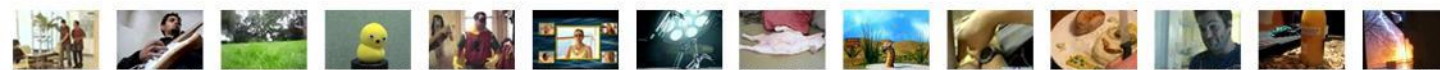
[Демо сайт рекламных форматов YouTube](#)

[Информация по использованию API для YouTube](#)

Интересные:

[Мастер-класс команды Google Creative Labs на фестивале Cannes Young Lions 2009](#)

YouTube Confidential and Proprietary





# Спасибо!

Николай Антонов  
Account manager  
Google / YouTube  
[antonovn@google.com](mailto:antonovn@google.com)  
+7-495-644-1447

YouTube Confidential and Proprietary

