

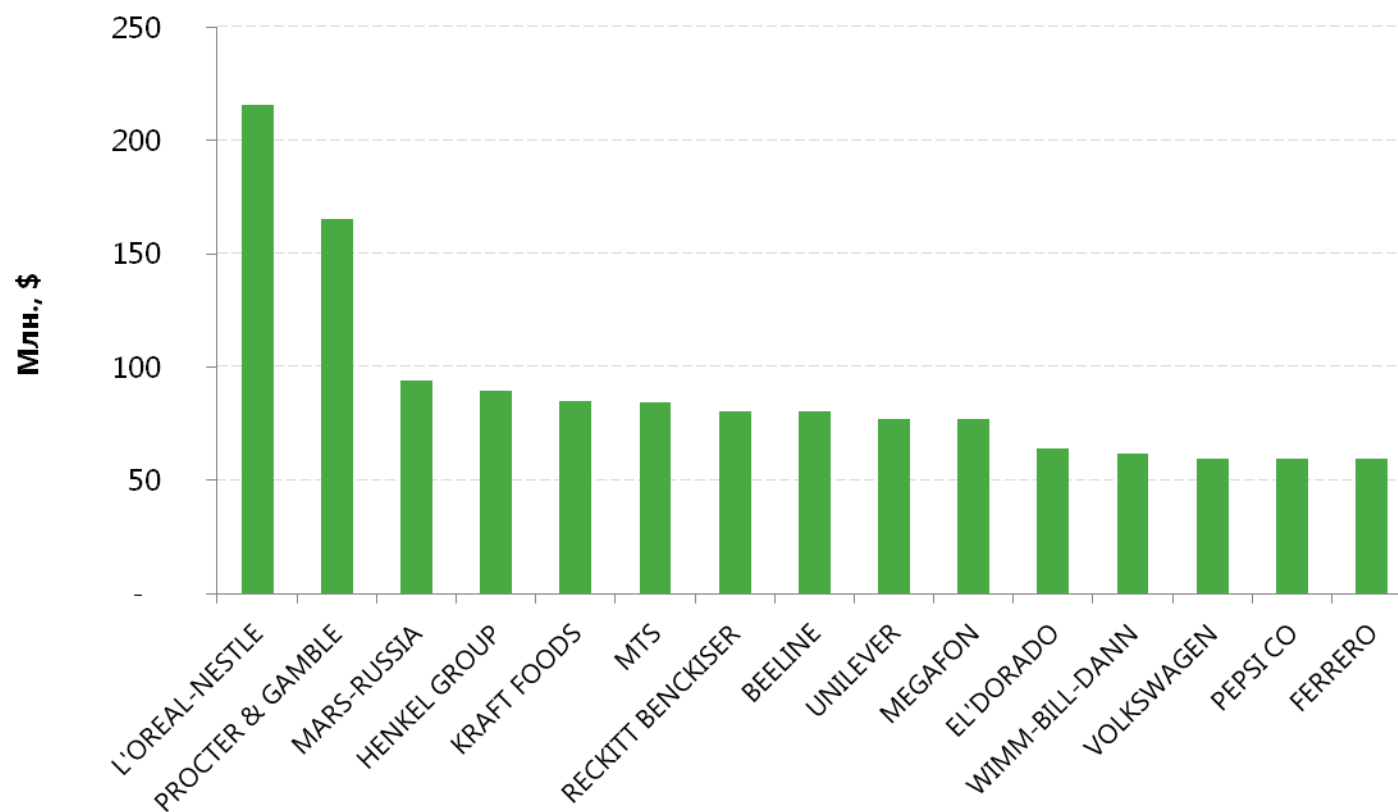


Время – деньги!

Новые деньги: но где?

У тех, кто уже тратит на рекламу

Топ 15 рекламодателей в 2010 году (все медиа)



На что?

Критерии эффективности о которых мы говорим
не совпадают с критериями оценки Рекламодателей

Тренд Рунета



Потребности Рекламодателей

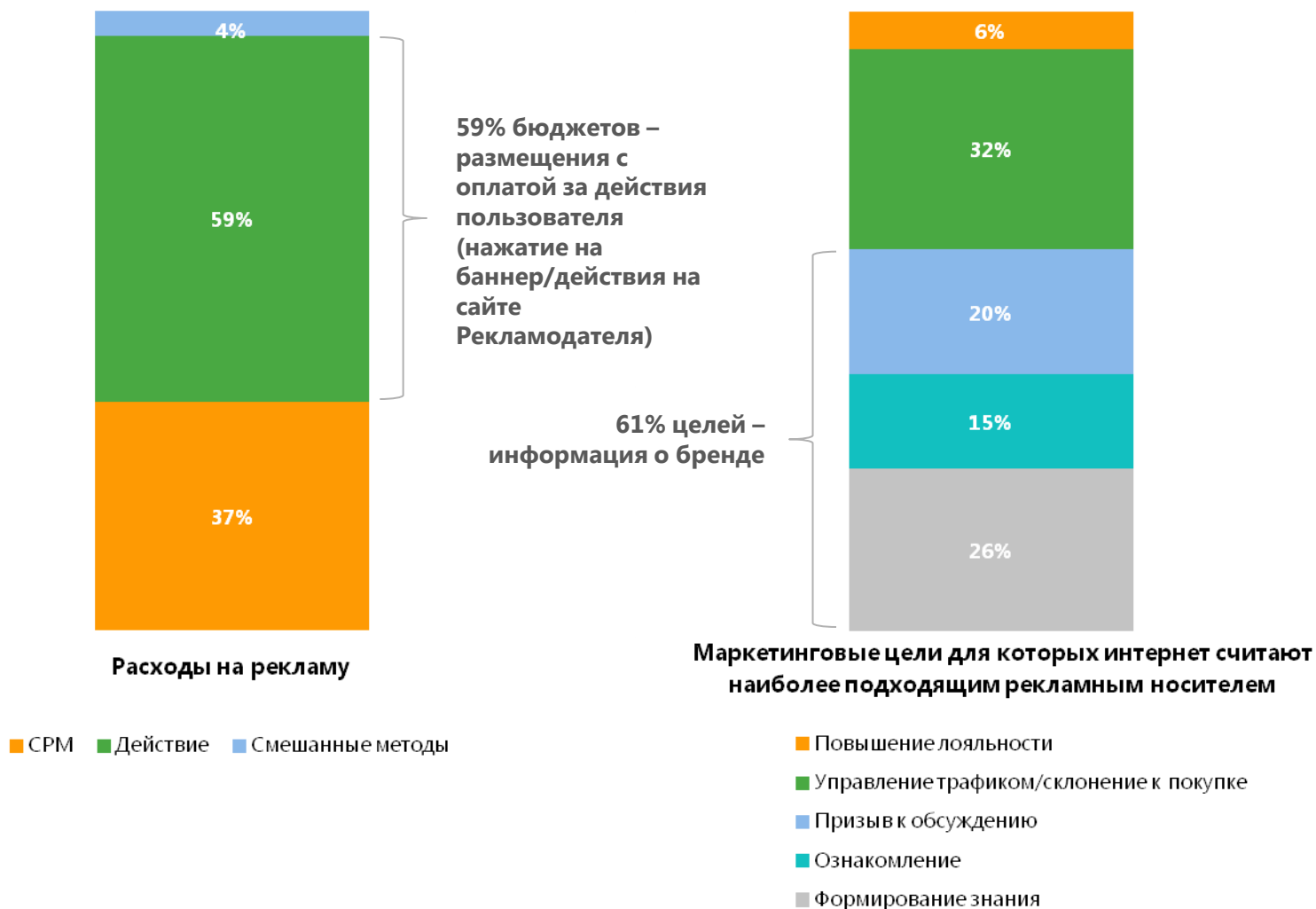


Думая о будущем нельзя забывать о настоящем

Фруктовый сад на Луне пригодится через 200 лет, а на Земле урожай собирать нужно сейчас



Несоответствие рекламных бюджетов и маркетинговых целей рекламодателей в Интернете

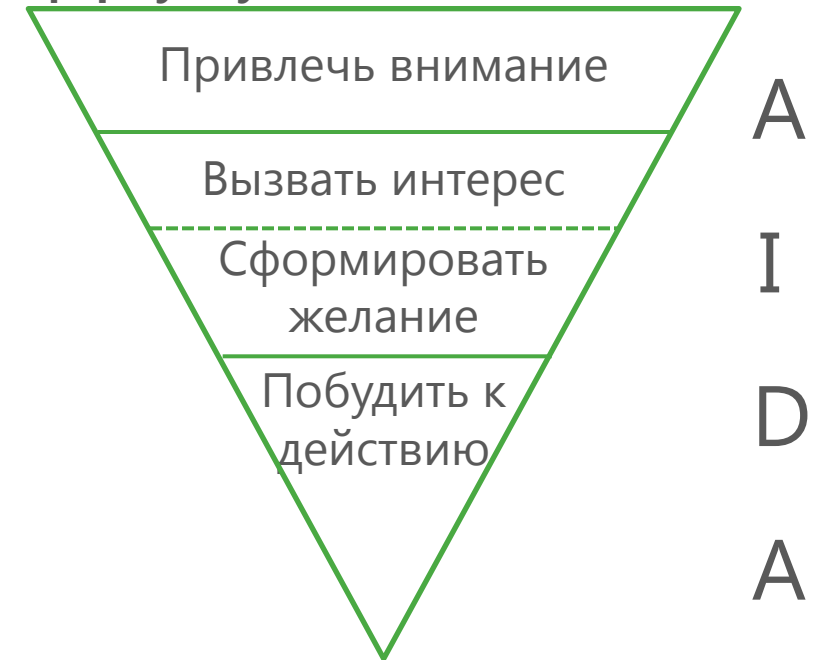


В гонке за трендом важно не забывать про существующие потребности

Поведение аудитории в Интернете



Потребности Рекламодателя (формула успеха)



Attention, Interest, Desire, Action

Время

Что может охарактеризовать качество контакта рекламного сообщения с пользователем?

- **Соц. Дем портрет пользователя**
- Место и окружение где происходит контакт
- Но **важнейший параметр** – это **время контакта пользователя с рекламным сообщением и далее – внимание**, которое пользователи выделяют на рекламу

Новые критерии эффективности

1. Видимость
Размещение в зоне повышенного внимания
2. Уровень внимания
Реклама не должна отвлекать от контента
3. Гарантированное время взаимодействия



Интернет – это мультимедийная платформа, поэтому мультимедийный контент является наиболее естественным форматом потребления.

ОНЛАЙНVIDEO

- это **эффективная коммуникация** в мультимедийной среде
- Видео – это единственный инструмент , способный **передавать эмоции**
- Видео затрагивает как зрение, так и слух

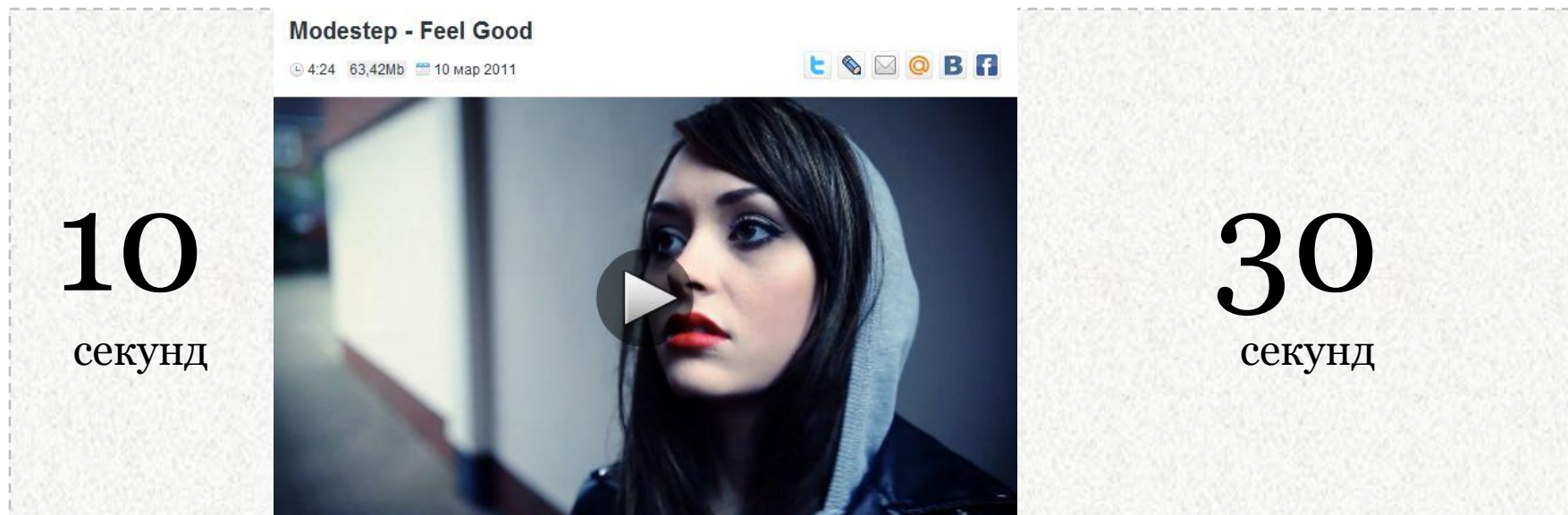


- Видеосегмент растет **в 2 раза быстрее** аудитории Рунета
- **78% аудитории** Рунета смотрят видео онлайн
- 70% пользователей смотрят онлайн видео дома, 37% пользователей потребляют видеоконтент на работе
- **пользователь располагает достаточным временем и вниманием для взаимодействия с контентом**

VIDEOРЕКЛАМА: ПРЕ- и ПОСТ- роллы

ПРЕ-РОЛЛ

Ролик, который демонстрируется до просмотра видео

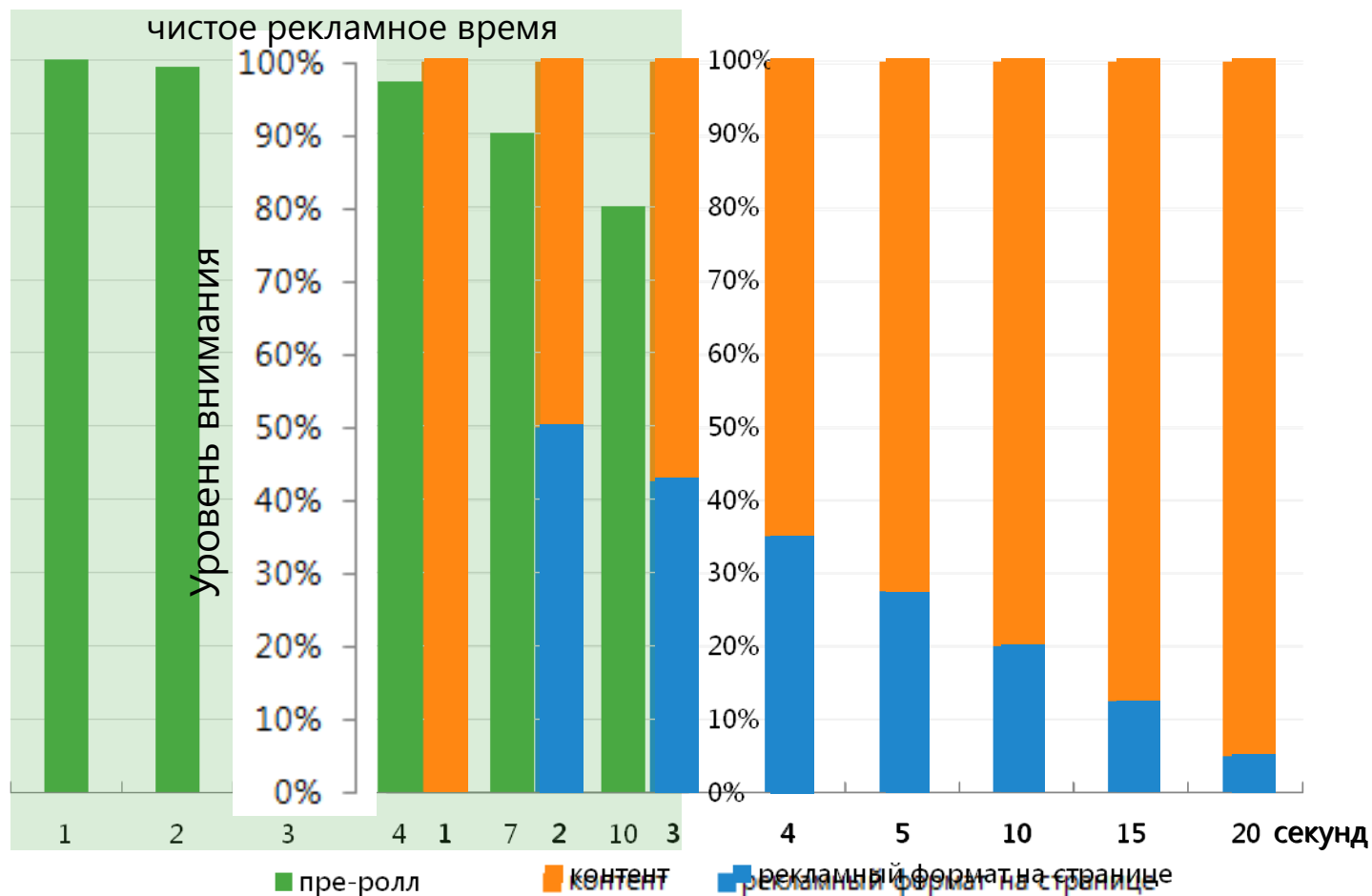


ПОСТ-РОЛЛ

Ролик, который демонстрируется после просмотра видео

Видео реклама создает время

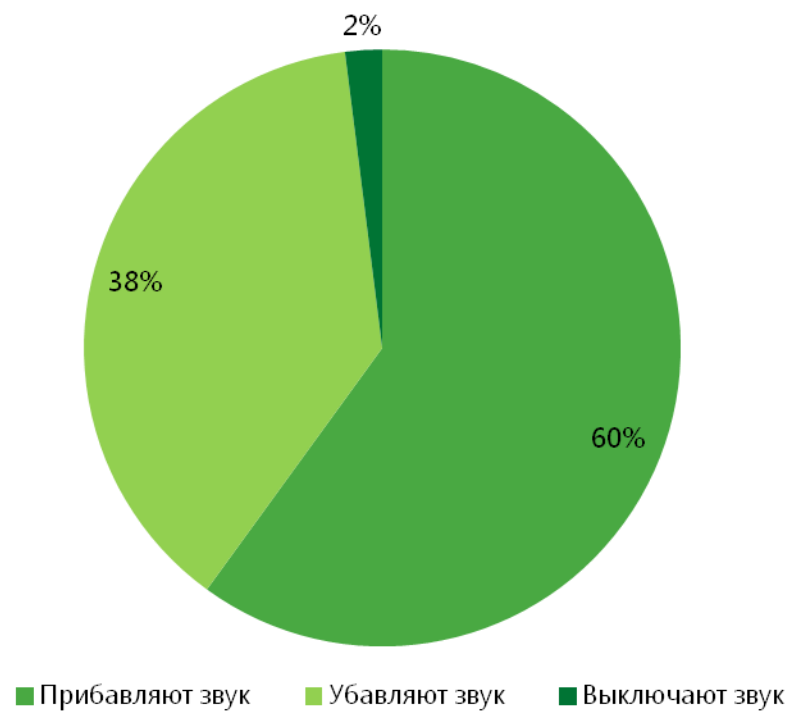
Распределение внимания: контент, пре-ролл, рекламный формат на странице,



ВИДЕОРЕКЛАМА не конкурирует с контентом!

Видеорекламу не только видят, но и слышат

98% пользователей RuTube слышат
Ваше сообщение



Инвестировать в будущее необходимо,
но важно не забывать и про настоящее

- Рекламодатели и мы с вами должны всегда подвергать сомнению правильность существующих суждений и вкладывать деньги и силы в новые направления
- Но есть настоящее. И новые деньги, про которые мы говорим, могут быть уже сейчас

ВИДЕОРЕКЛАМА

- новое измерение