



Платформа вашей
ВИДЕОРЕКЛАМЫ

30%

Рост рынка видеорекламы
по данным АРИР за 2024



80%

Пользователей
предпочитают **видео**
контент текстовому



#1

Видео – **1 место в топ-5**
направлений пользовательской
активностей в интернете



60%

Доля **видеотрафика**
в структуре
digital-рекламы*

*По данным Tech Smith, Wyzowl



Крупнейшая платформа видео инвентаря



Надежный партнёр
для компаний
любого масштаба

10+

лет на рынке
видео инвентаря

75+

пользователей –
аудитория платформы

50000+

источников
трафика

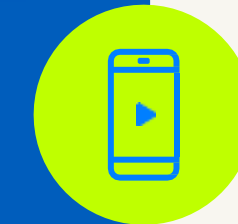


Безопасность
и верификация

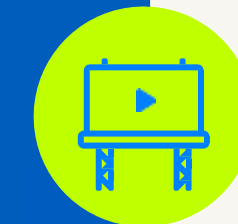


OLV network

Instream/Outstream



In-app



Smart TV + CTV

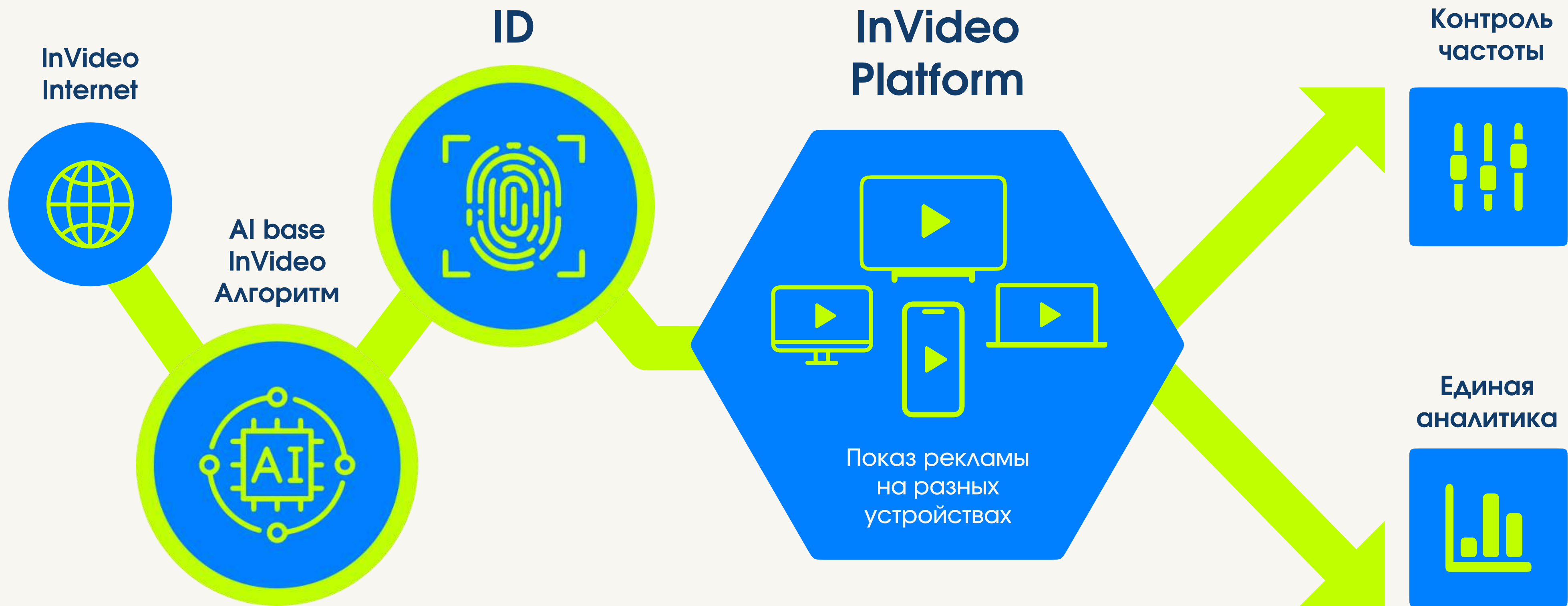
Реклама на больших экранах



Streaming

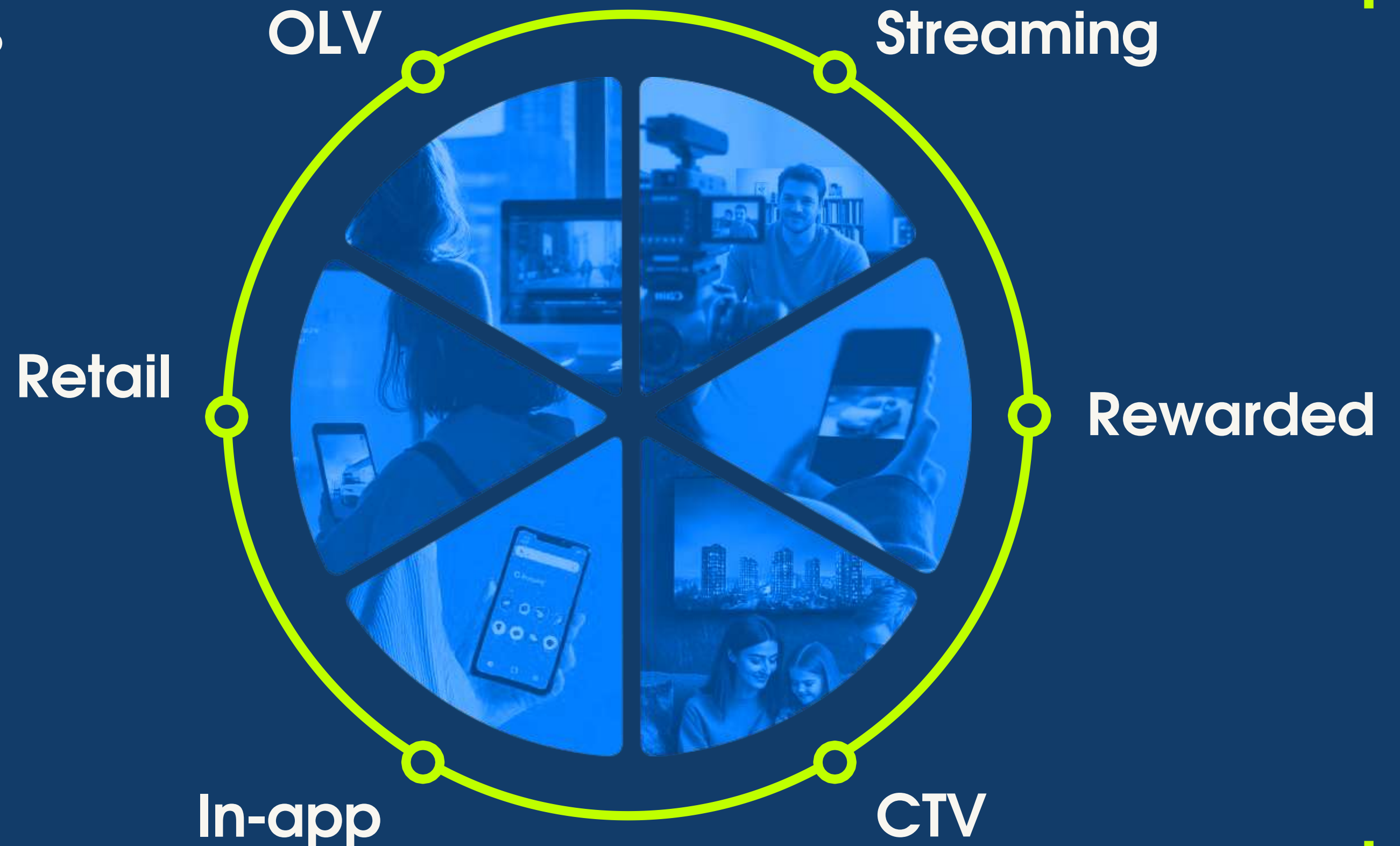


Retail media



Кроссплатформенность и омниканальность

- Платформа **InVideo** – бесшовная коммуникация с пользователем во всех каналах платформы.
- Сочетание каналов и инструментов платформы, позволяет создавать **индивидуальные комбинации решений** для любых задач, со сквозной идентификацией пользователя.



Нелицензионный контент – возможность, а не угроза

- Живая аудитория в естественной среде – пользователи готовы смотреть рекламу для бесплатного доступа к интересующему контенту.
- Спрос на развлекательный контент превышает предложение лицензионного instream инвентаря.
- Медийные показатели выше, чем у баннерной рекламы: CTR, VTR, Viewability.
- Возможность нестандартной интеграции в видео контент.



Новые медиа традиционным digital взглядом

- Новые аудиторные возможности: способ дотянуться до целевой аудитории и чётко нацелить рекламное послание на **конкретный сегмент**.
- Большая **ёмкость инвентаря**.
- Высокая **нативность**.
- Значительный **рост регионального рынка**.
- Эффект восприятия на уровне **ТВ рекламы**.



Retail media
Gaming
Life Streaming
CTV

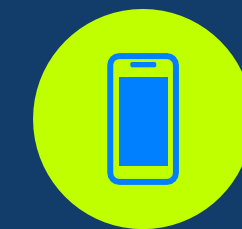


OLV реклама

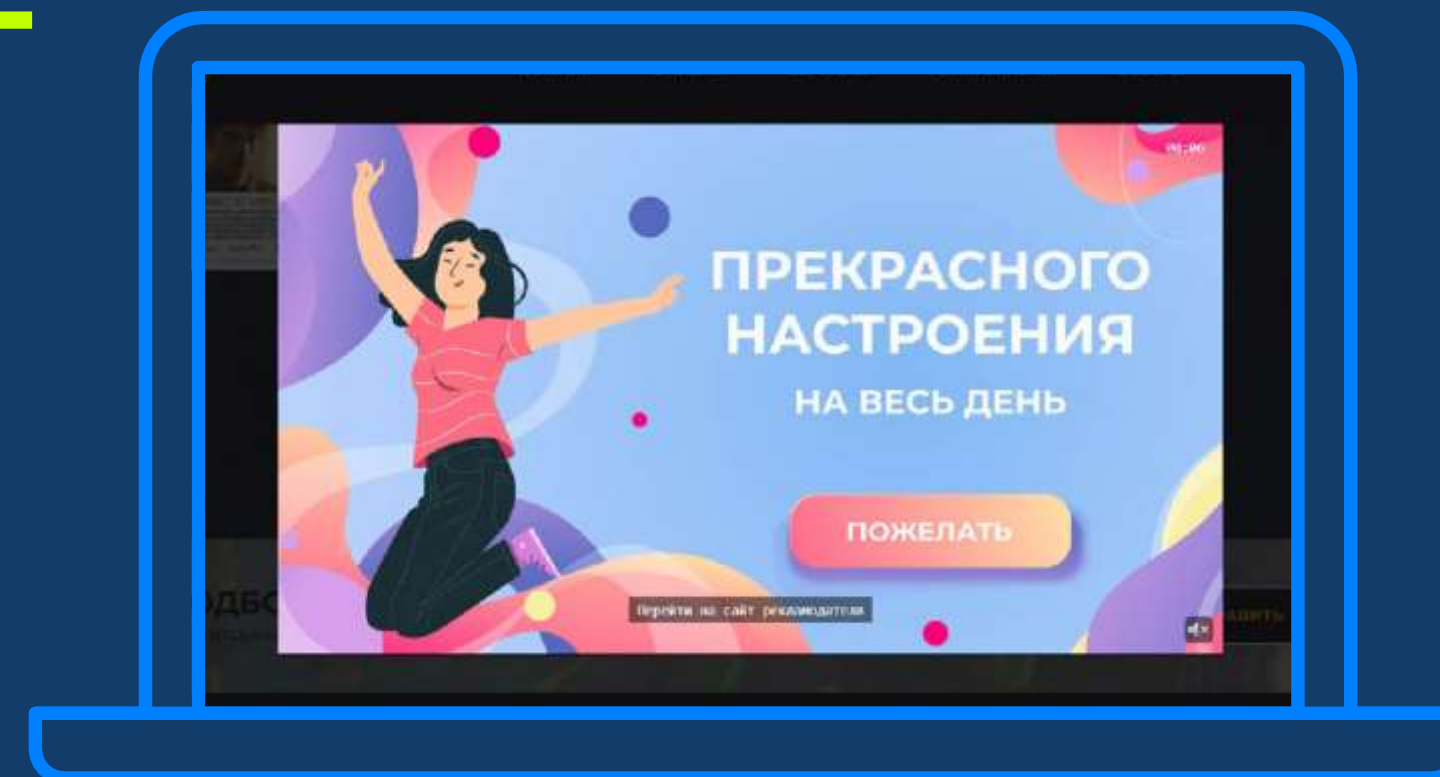
- **Размещение видео на традиционном online инвентаре:** тематические и информационные площадки.
- **Канал релевантен под любые цели:** от узнаваемости до прямых продаж.
- **Видео привлекает больше внимания,** чем баннеры или текст.
- **Широкий охват и точечная настройка аудитории.**
- **Доступна полная верификация.**

Модель продаж:

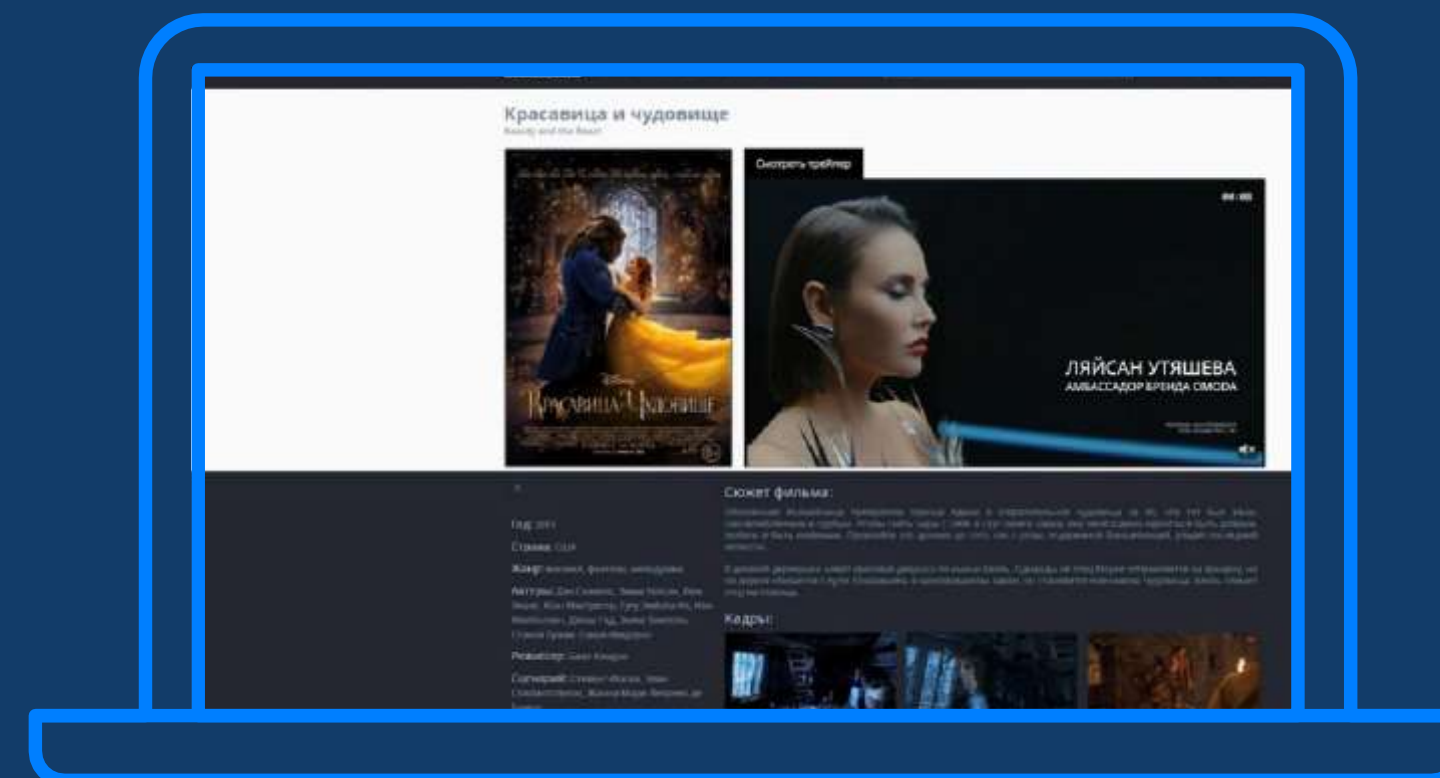
CPM, CPV, CPC



InStream



Outstream



- **100% внимание** пользователя.
- **70% людей** смотрят видео в **мобильных** устройствах.
- **Высокое вовлечение.** Мобильные устройств чаще используются для развлечений, общения и шопинга, чем десктоп.
- **Лёгкость восприятия** коротких видео. Пользователю не нужно тратить много времени на просмотр.
- Короткие видео удерживают **интерес** пользователей и повышают лояльность.

Модель продаж:

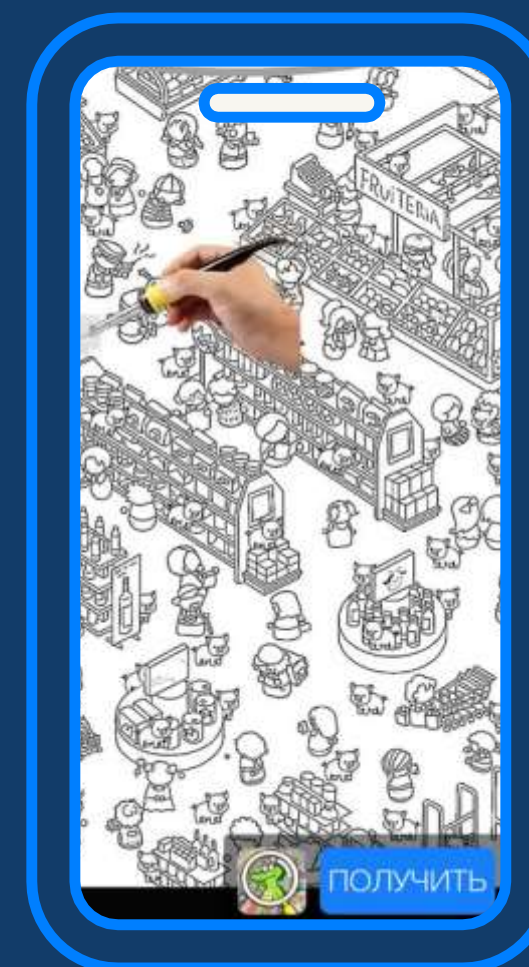
CPM, CPV



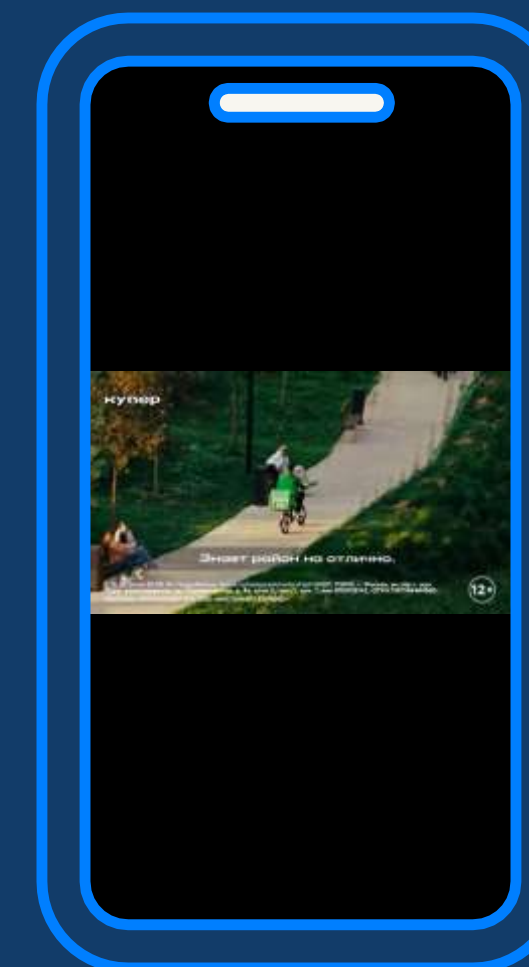
Fullscreen



Rewarded



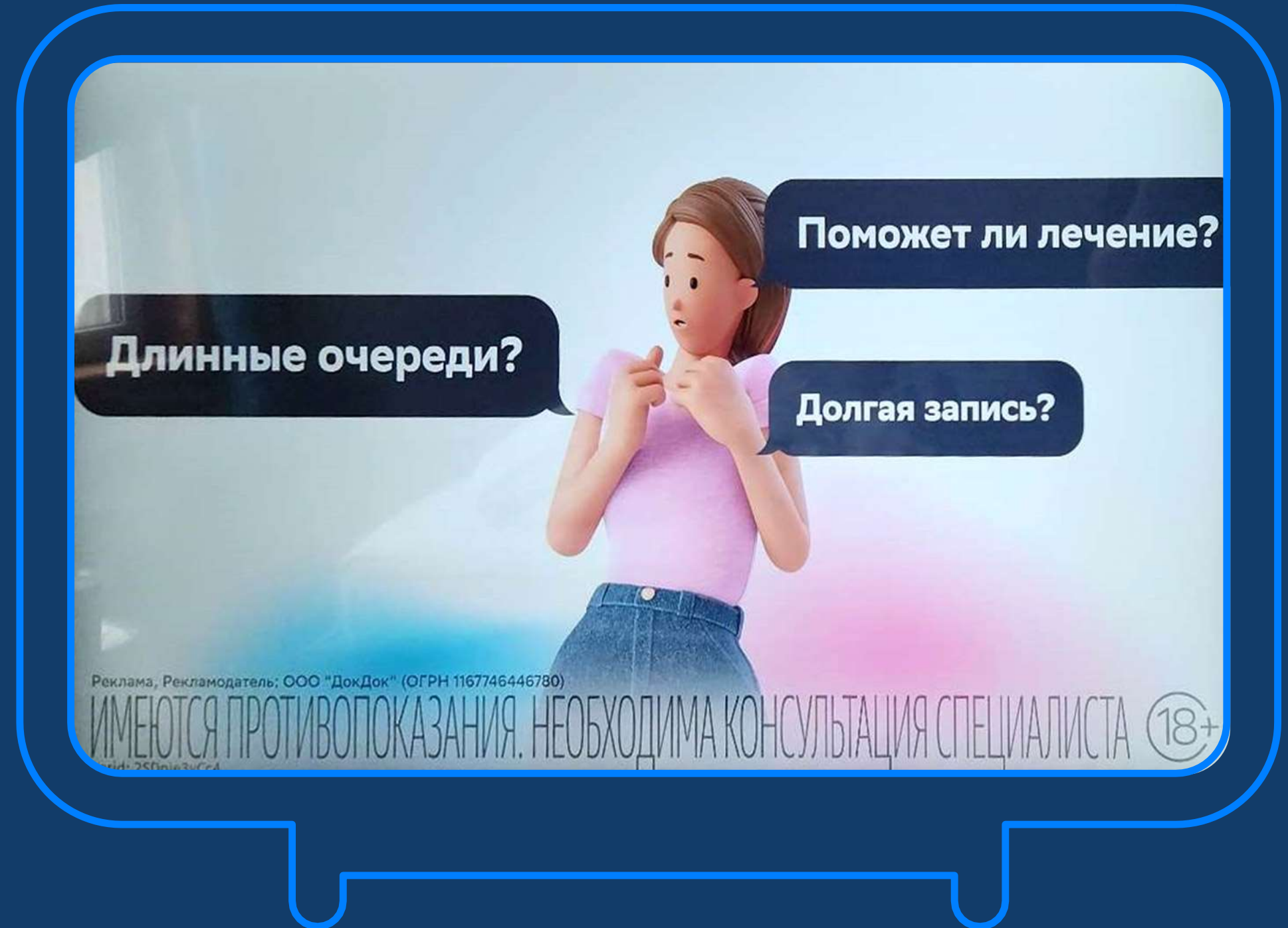
Bumper Ads



- Возможности интернета в **ТВ-Экране**.
- **Эффект ТВ-рекламы** – охват, имидж, знание.
- Всегда большой экран, включенный звук, высокий уровень **Brand Safety**.
- **Контакт** в момент повышенного внимания к экрану ТВ.
- **Интерактивность** - вовлечённость и целевые действия.
- Растущая доля устройств Smart TV – уже **54,3 млн. устройств**.

Модель продаж:

CPM



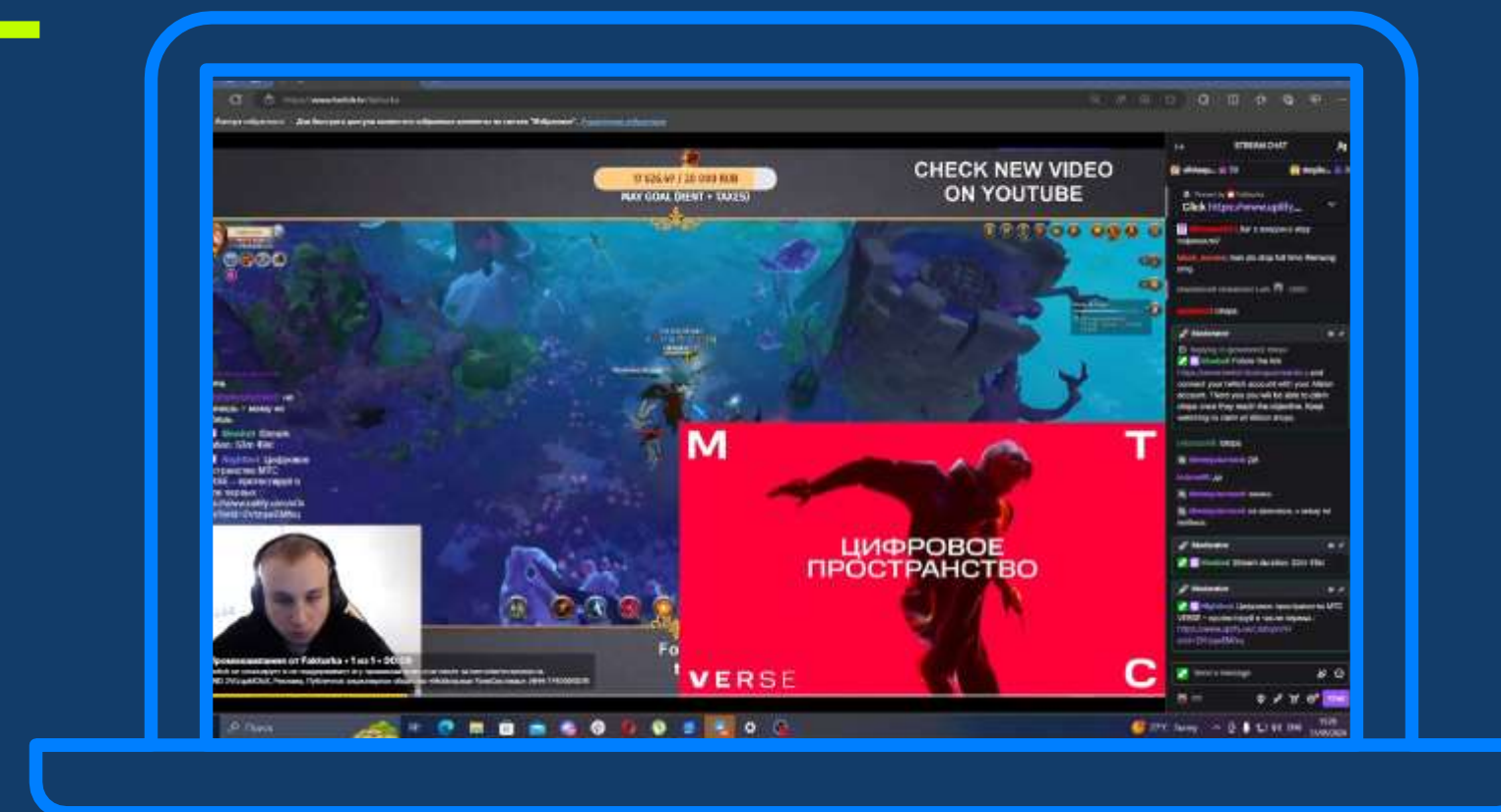
- Традиционные **видео-форматы** в **НОВЫХ МЕДИА**.
- Высокое **доверие** аудитории к инфлюенсеру повышает **лояльность** к рекламируемому бренду.
- Значительная доля аудитории** не доступна в других медиа-каналах.
- Интерактивность и вовлечение.** Зрители могут общаться со стримерами и друг с другом, что создаёт ощущение **сообщества**.
- Нацеленность и таргетирование.** Каналы и блоги посвящены различным интересам, что позволяет рекламодателям **точнее попасть в нужную аудиторию**.

Модель продаж:

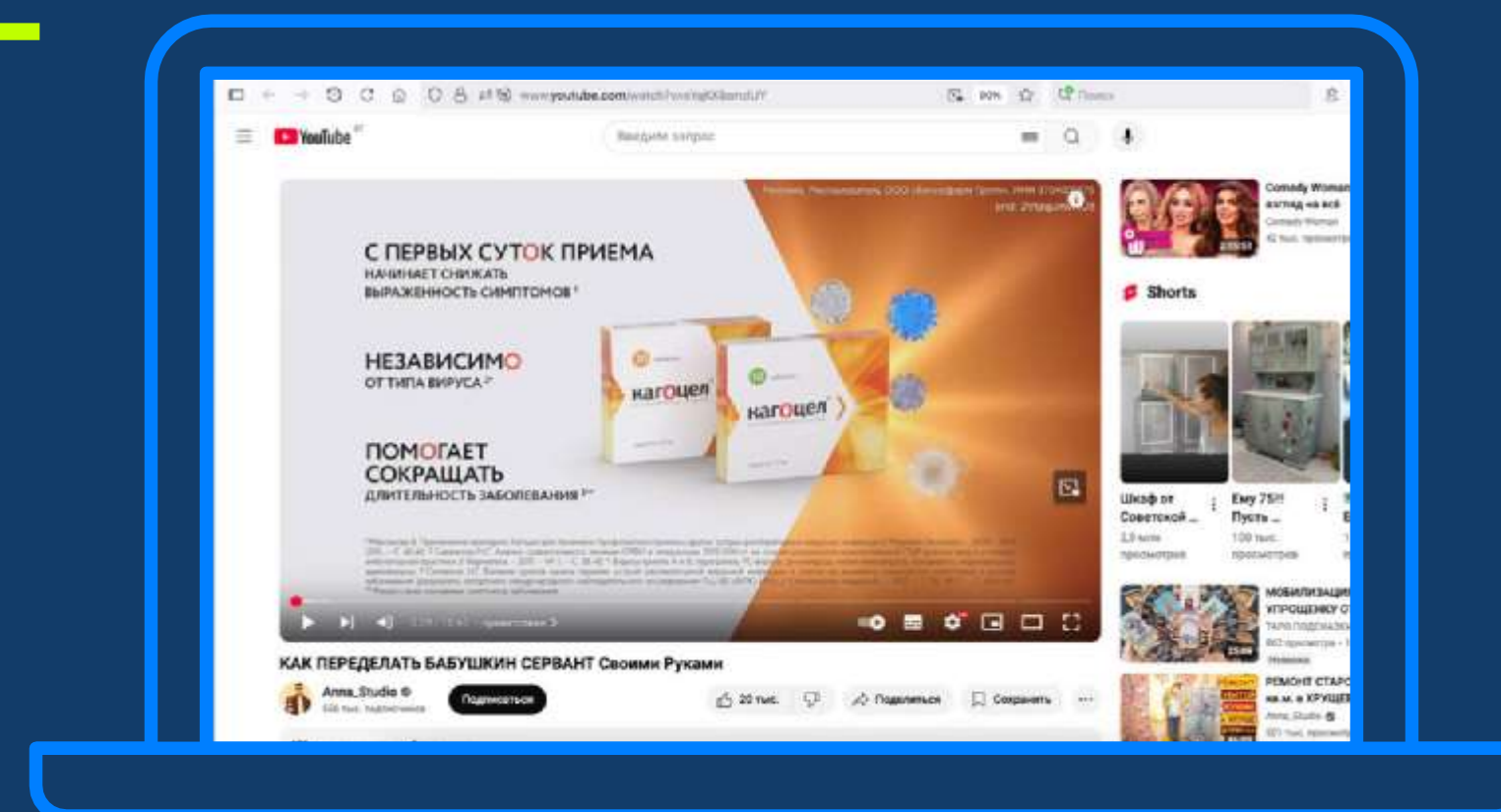
CPM, CPV



Overlay



Altroll





Аудиторные

- Соц-дем параметры
- Интересы
- Look-alike
- Кастомные сегменты
- Сегменты сторонних DMP и OFD

Технические

- Тип устройства
- Мобильный оператор
- ОС
- Данные OFD
- Гео / Супер-гео

Тематические

- Тематика сайтов
- Тематика приложений
- Тематика блогов
- WL / BL
- Анализ контента



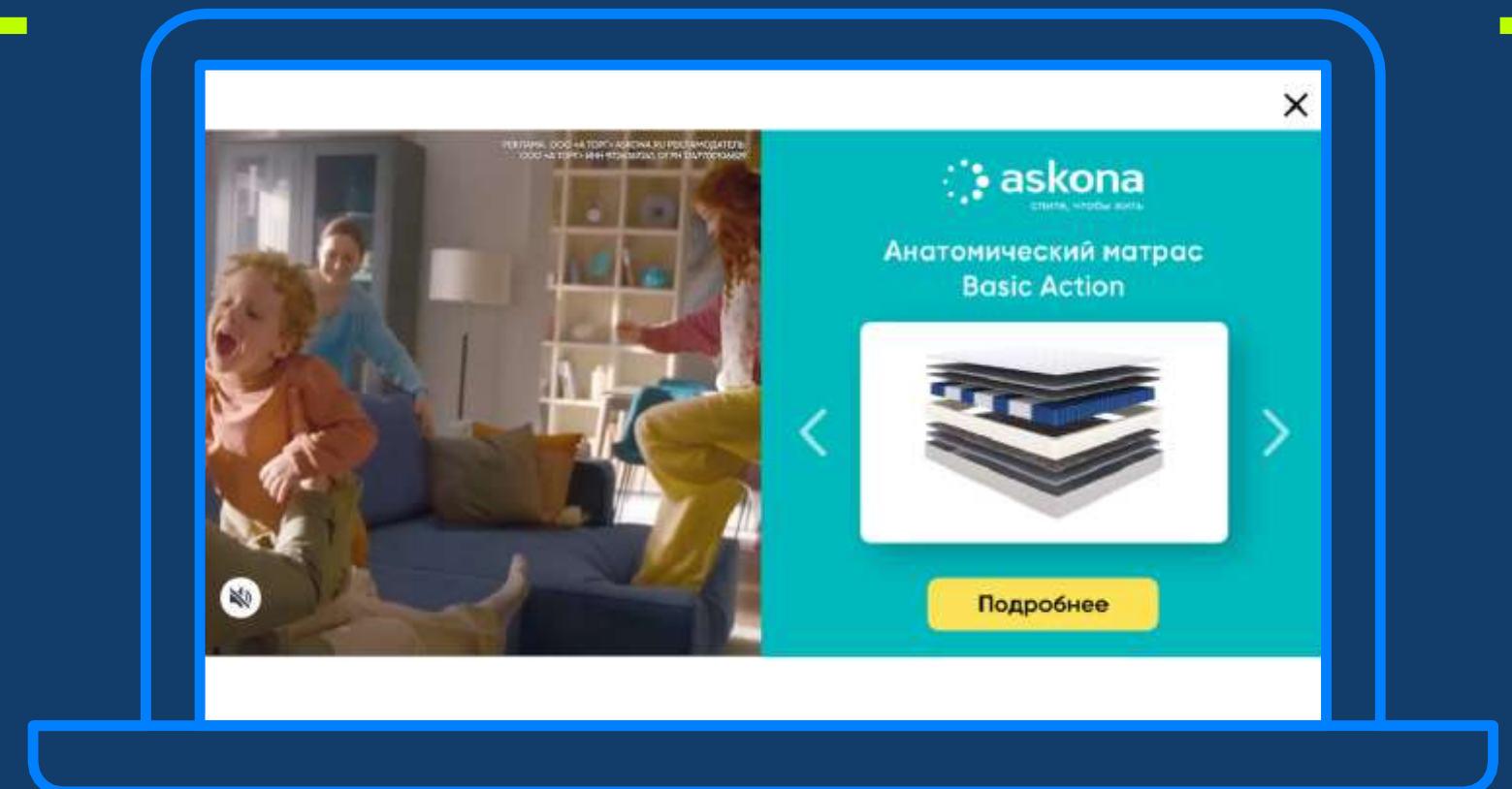
Интерактивные механики

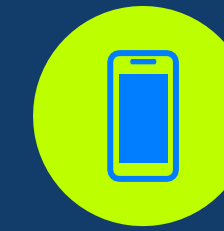
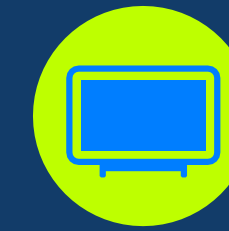
- Вовлекающий формат, повышающий **интерес** и **лояльность пользователей**.
- Возможность разместить сразу **несколько видео** в **одном креативе**.
- Повышают **запоминаемость бренда**.

Shoppable



Карусель





Интеграция в видео

- Реклама клиента **встраивается в фильм**, согласно выбранному варианту интеграции.
- Эксклюзивное размещение, **без конкурентного окружения.**
- **Подбор контента для интеграции** из готовящихся к выходу релизов.

Видео



Баннер



Лого



Субтитры и бренд лифт

Субтитры

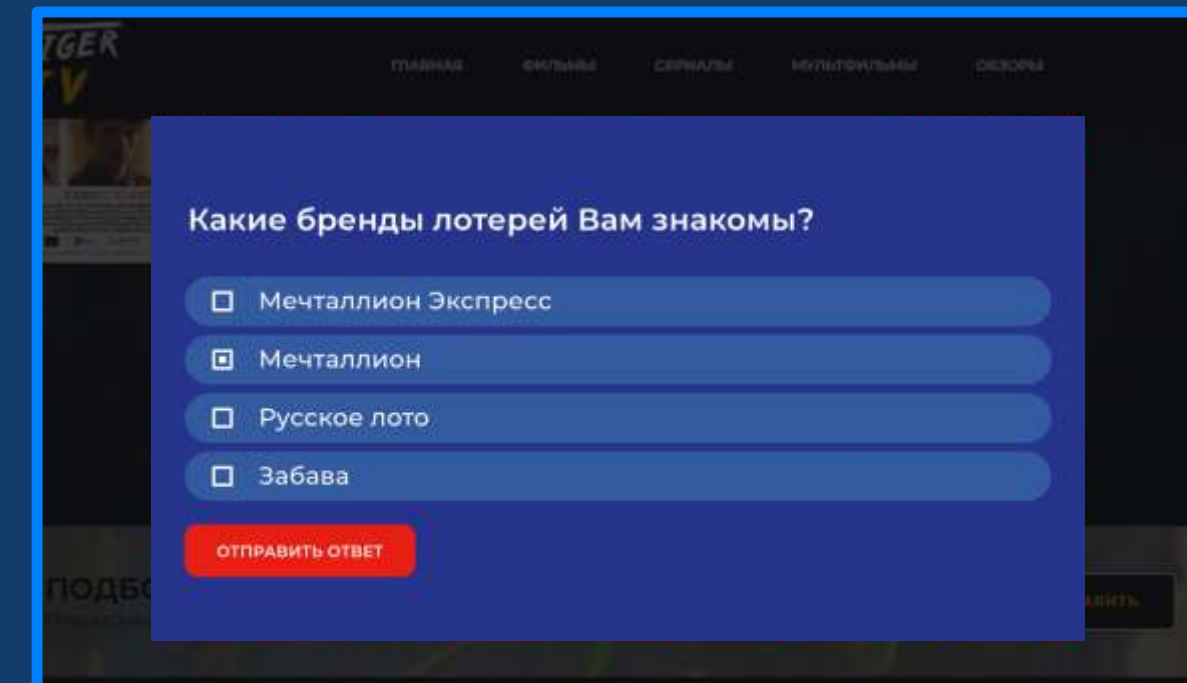
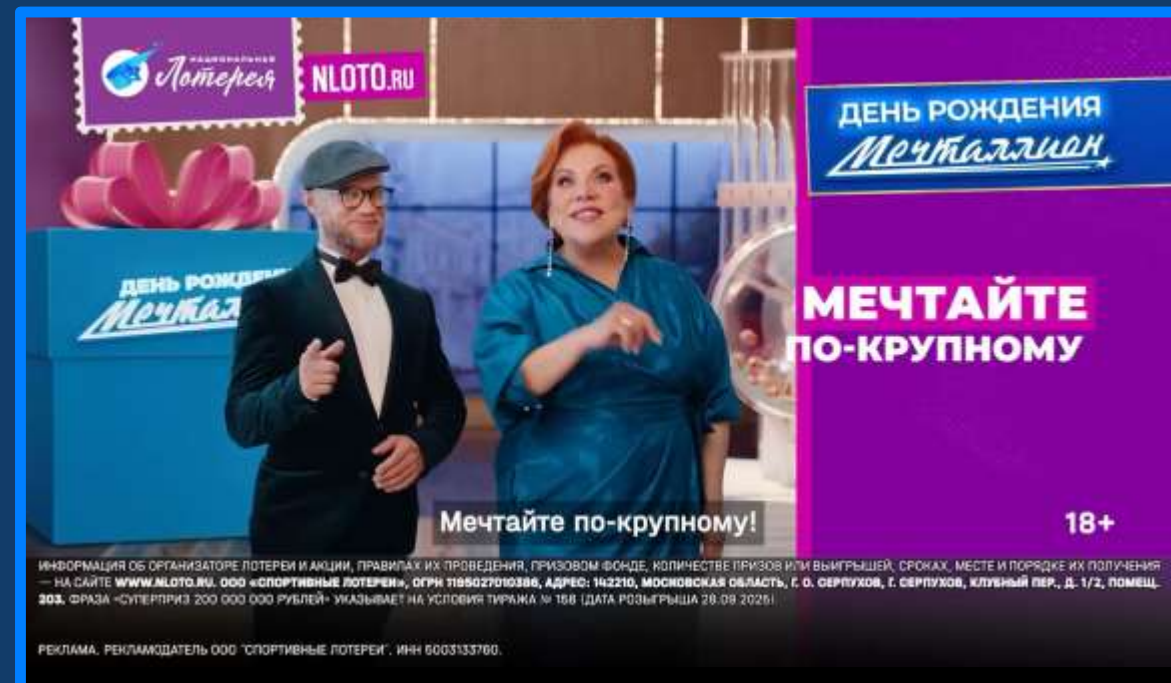
Повышают уровень вовлеченности и понимания контента.

Стратегия взаимодействие с аудиторией, которая предпочитает беззвучный просмотр

Бренд лифт

Позволяет оценить влияние рекламного сообщения на:

- Brand Awareness — узнаваемость бренда
- Brand Interest — интерес к бренду
- Ad Recall — запоминаемость рекламы
- Purchase Intent — намерение к покупке и пр.



ПАО Сбербанк

OLV 30"

Задача

Медийная поддержка обновленного сервиса «СберПремьер».

Решение

Для поддержки премиальной части сервиса был сформирован сегмент активной аудитории с доходом выше среднего с актуальными интересами к путешествиям, развлечениям и стриминговым сервисам.

Результат

Охват

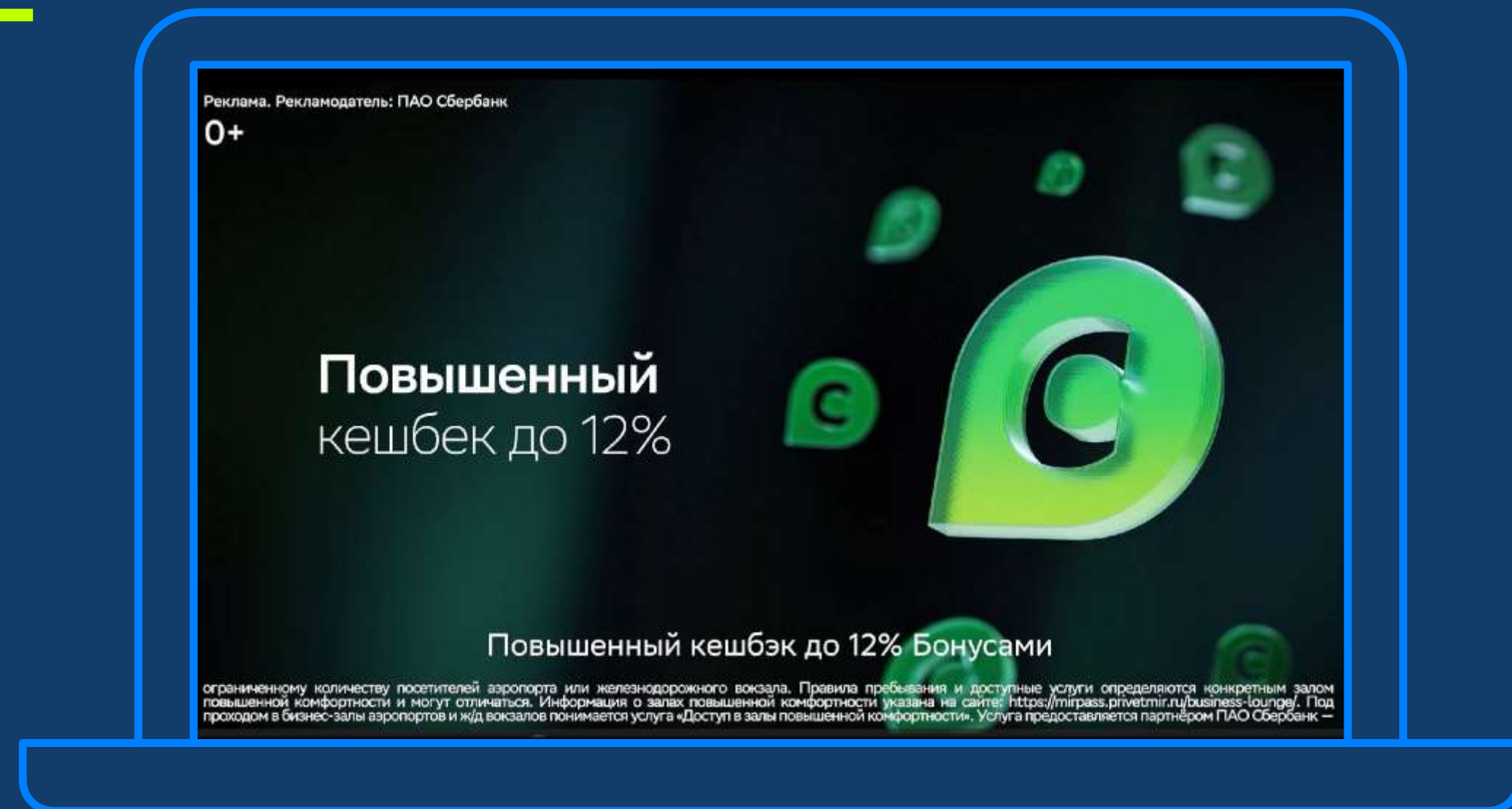
>12 млн

VTR

>81%

BR

28%



МегаМаркет

OLV 10"

Задача

Продвижение товаров категории «дизайн и интерьер» на маркетплейсе.

Решение

Для таргетирования был выбран сегмент аудитории в возрасте 25+ с выраженными интересами к дизайну помещения, выбору предметов мебели и декора. + кастомный сегмент с интересами к переезду.

Результат

Охват

~700 тыс

VTR

>90%

BR

27%

Время на сайте

>2 мин



Купер OLV 10"

Задача

Анонсирование студенческого бaskета эксклюзивно в доставке Купер.

Решение

Для рекламной кампании был выбран сегмент молодой аудитории МЖ18-24, активно пользующихся соц.сетями и сервисами онлайн шопинга и доставки.

Результат

Охват

700 ТЫС

VTR

89%

BR

4%

Время на сайте

2 МИН





Спасибо
за внимание