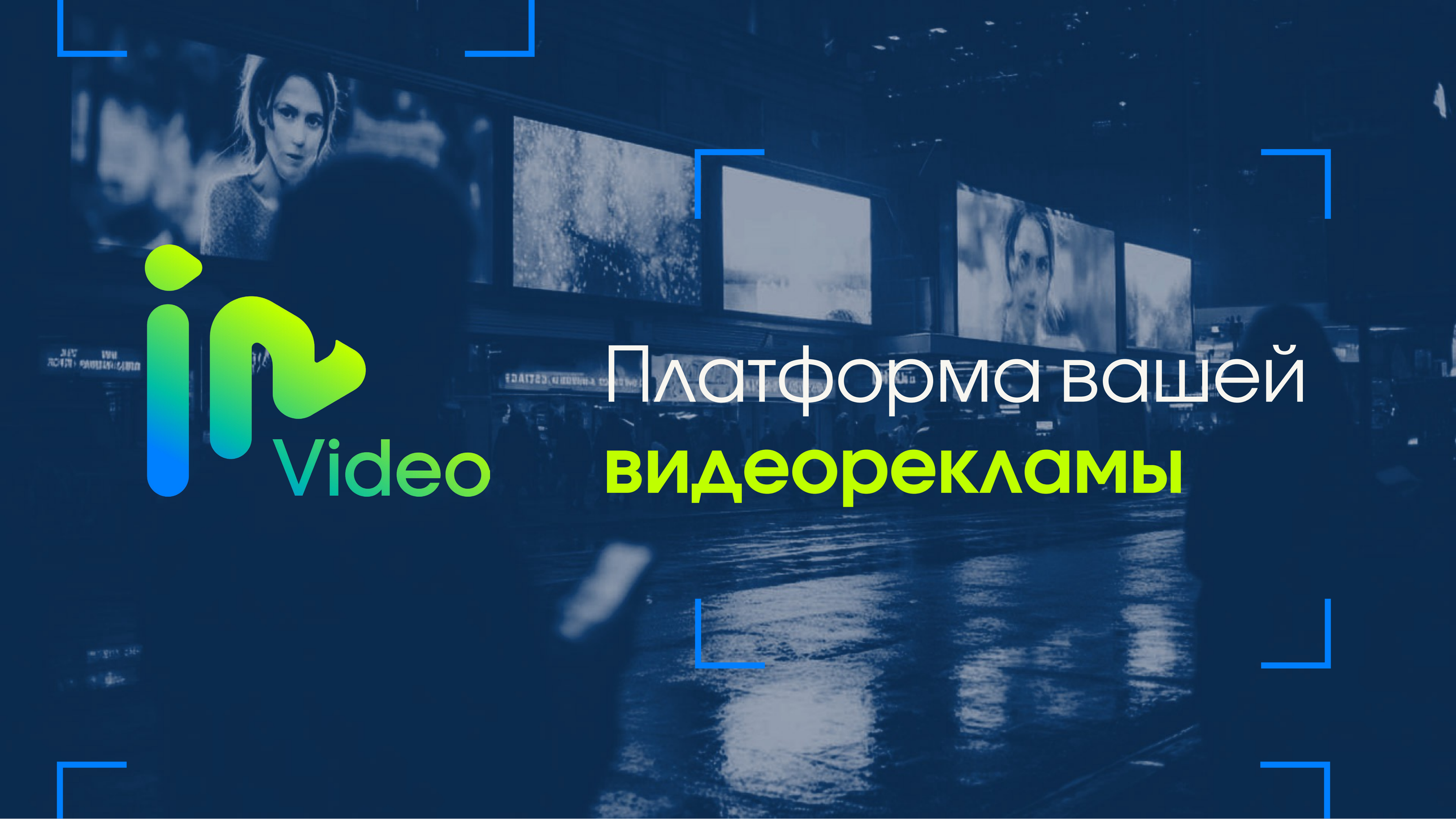

Video
Платформа вашей
видеорекламы

Платформа видео инвентаря



Надежный партнёр для компаний любого масштаба

10+
лет на рынке видео инвентаря

75м+
пользователей – аудитория платформы

5000+
источников трафика

Безопасность и верификация

Почему мы стали DSP

СТРАТЕГИЯ

Мы построили DSP изнутри рынка — это меняет всё



10+ лет SSP-данных

Прямой доступ к инвентарю без посредников. Качество каждого источника проверено изнутри — нет сюрпризов при закупке.

DMP собственной сборки

Сегменты на реальном поведении пользователей, OFD и данных партнёров. AI-алгоритмы формирования сегментов.

SSP-экспертиза в DSP-логике

Глубокое понимание аукционов и качества площадок — знание рынка изнутри на стороне покупателя.

Встроенная верификация

Brand Safety и IVT-фильтрация на уровне инфраструктуры SSP — надстройка поверх готового инвентаря.

Собственный SSP-стек = конкурентное преимущество DSP-платформы

Каналы размещения



OLV network

Desktop + Mobile
Instream/Outstream

In-app

Fullscreen/Rewarded

Smart TV

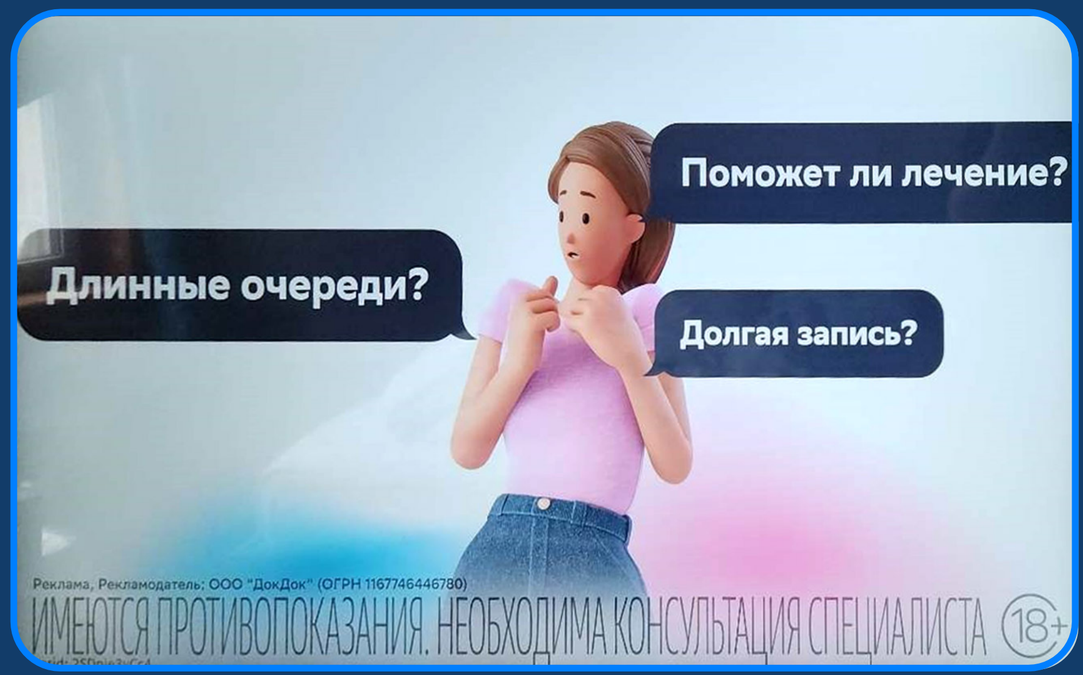
Реклама на больших экранах

Smart TV

- Возможности интернета в **ТВ-Экране.**
- **Эффект ТВ-рекламы** – охват, имидж, знание.
- **2,1** пользователя в среднем перед экраном
- Всегда большой экран, включенный звук, высокий уровень **Brand Safety.**
- **Контакт** в момент повышенного **внимания к экрану ТВ.**
- **Интерактивность** - вовлечённость и целевые действия.

Модель продаж:

CPM



100%

Viewability & Audibility

SMART TV возможности

ВОЗМОЖНОСТИ

Размещение Smart TV + WEB

300+ млн ёмкость рекламной сети в показах/мес

Размещение в ТВ-приложениях

40+ Популярных приложений в РФ

Инкрементальный охват

Аудитория вне desktop/mobile. Линейное ТВ теряет 15% аудитории 25–44 лет ежегодно

Таргетинг

ГЕО для Smart TV, по устройствам, по вендорам

Инвентарь РФ и СНГ

Более 30 млн пользователей площадок: онлайн-кинотеатры, OTT/IPTV, Vendors. Полный охват РФ и СНГ

Форматы

Switch-roll — в момент загрузки контента, максимальное внимание зрителя

Метрики и отчётность

Охват, показы, досмотры, квартили. Прозрачная отчётность уровня digital

Brand Safety

Лицензионный контент. Premium-среда для вашего бренда

Дополнительные возможности

ФОРМАТЫ

01 QR-код в креативе



- **QR-код** встраивается в видеоролик или баннер
- Зритель сканирует телефоном — попадает на лендинг, сайт или в стор

02 Размещение в ТВ-браузерах

Среда:	ТВ-браузеры через видеоформаты, WL
Формат:	InStream / OutStream
Таргетинг:	Верхнеуровневые интересы
Метрики:	VTR 90%, Охват, досмотры, квартили
Модель:	CPM

По вендорам

В разработке

Размещение на уровне ОС устройства — первый экран до выбора контента

LG	Xiaomi	TCL	Haier
15 млн устройств	**4,5 млн устройств**	**1,8 млн устройств**	**1,6 млн устройств**
150 млн показов/мес	45 млн показов/мес	25 млн показов/мес	20 млн показов/мес

LG

· Баннер или видео на главном экране - до выбора приложения
· Таргетинг: тип ТВ, диагональ
· Видео воспроизводится со звуком
· Deeplink в приложение или на сайт рекламодателя

Xiaomi

· Баннер + видео на главной странице платформы
· При наведении - автоматическое воспроизведение ролика со звуком
· Переход в приложение на Smart TV или на Web-сайт

TCL

· Баннер на главной странице
· Video Ad Slot: видеоролик расхлопывается до фуллскрина при клике
· VTR: 70–90% · QR-переход на сайт рекламодателя

Haier

· Рекламный баннер на главной странице Haier Evo TV
· 1-й, 2-й или 3-й баннер в карусели
· Переход в приложение, стор или на сайт клиента
· Внутренний лендинг при клике — коммуникация внутри приложения

Верификаторы

SMART TV

Верификация Smart TV

Adserving	TargetADS	Weborama
AdRiver	admon.ai	MediaHills

Что измеряем

- Подтверждение показа на реальном ТВ-экране
- VTR: измерение досмотров до конца ролика
- Geo-верификация устройств SmartTV
- Попадание в ЦА (только MediaHills)

Показы, клики, события

По стандартам верификатора

OLV реклама

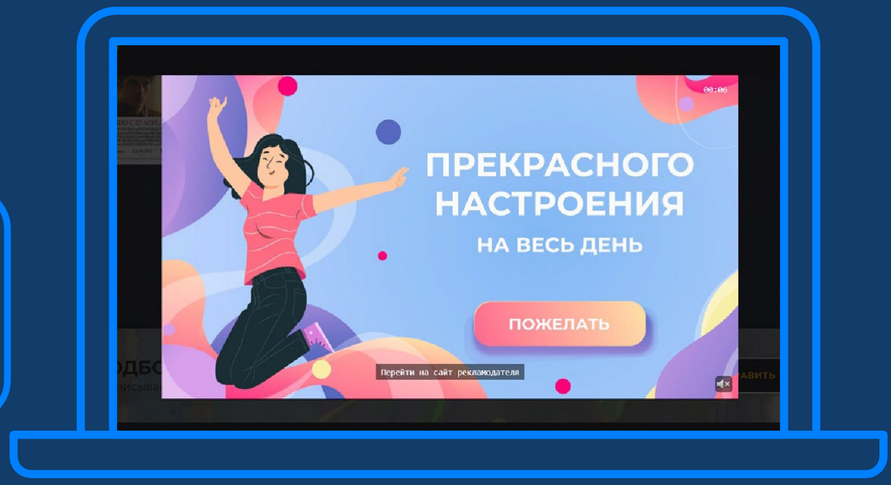
- **Размещение видео на традиционном online инвентаре:** тематические и информационные площадки (web и mobile)
- **Канал релевантен под любые цели:** от узнаваемости до прямых продаж.
- **Видео привлекает больше внимания,** чем баннеры или текст.
- **Широкий охват и точечная настройка аудитории.**
- **Форматы**: Instream Outstream FullScreen
- WL/BL **для дополнительной безопасности**

Модель продаж:

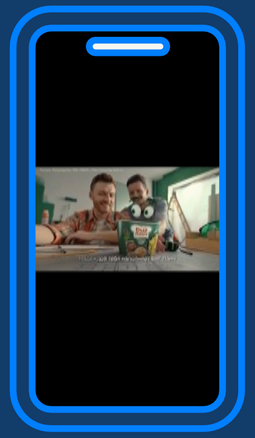
CPM, CPV

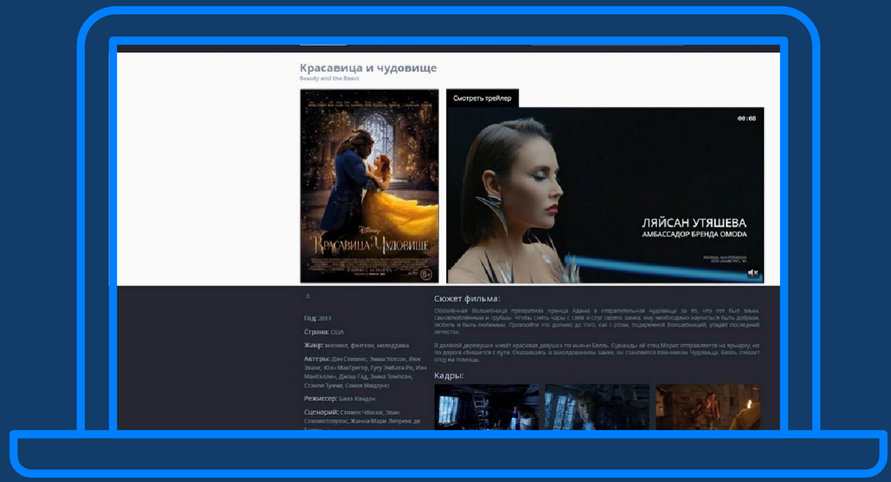
InStream





Outstream





Параметры таргетирования



Аудиторные

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

AI алгоритм

- Формирование сегмента под KPI кампании

Технические

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

Тематические

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

Верификаторы

OLV

Верификация

Принимаем пиксели / код верификаторов без настройки с вашей стороны

- Adserving
- AdRiver
- Weborama
- admon.ai
- TargetADS

Что измеряем

Показы и клики

По стандартам верификатора

Квартили



Качество (фрод)

GIVT | SIVT | IVT

Фильтрация по стандартам MRC

In-app

- **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
- Таргетинг **Соц-дем, GAID/IDFA, Tex таргеты**

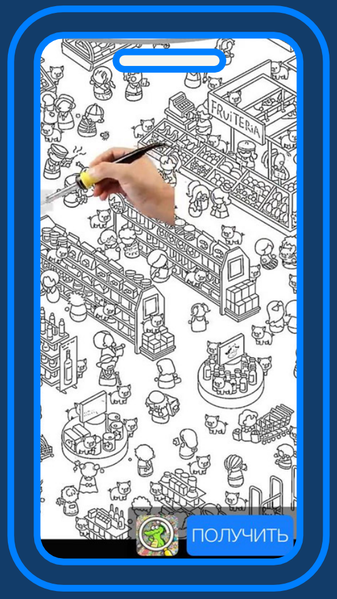
Модель продаж:

CPM, CPV

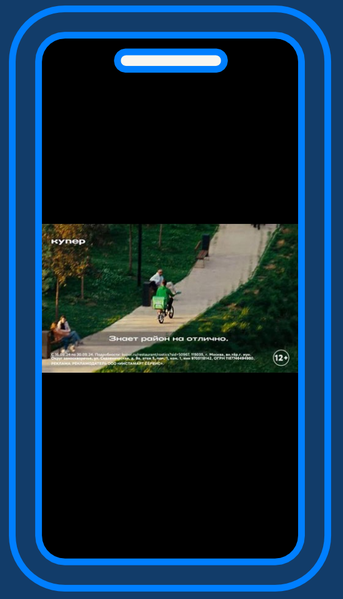
Interstitial



Rewarded



Bumper Ads



Верификаторы и трекинг

INAPP

Партнёры по верификации и трекингу

Adserving
Верификация показов

AppsFlyer
Мобильный трекинг

AppMetrika
Аналитика приложений

MyTarget
Атрибуция и пиксели

Что измеряем

Показы, клики, события
По стандартам верификатора — точный учёт каждого контакта

Фрод
GIVT, SIVT, IVT — фильтрация нечеловеческого трафика по стандартам MRC

Атрибуция
Установки, действия в приложении, downstream-события

Готовые комбинации каналов под маркетинговые цели

Одна платформа — три канала — три готовых сценария под задачи агентства

01

Одна точка управления

Все каналы — SmartTV, OLV, In-app.
Одна сделка, один креатив, один отчёт по всей кампании.

02

Ретаргетинг внутри и между

Cookie в OLV, IFA в In-app, Device_ID через SmartTV. Каждый канал догоняет свою аудиторию собственным идентификатором.

03

Look-alike на своём DMP

Собственные модели похожих аудиторий на основе DMP, OFD, данных партнёров и реального поведения — качественное расширение под KPI.

↓ ЧТО ИЗ ЭТОГО ПОЛУЧАЕТСЯ ↓

Эффект ГОТОВЫЕ СЦЕНАРИИ

Сценарий 01 — ШИРОКИЙ ОХВАТ

Единая кампания SmartTV + OLV + In-app

Один креатив в трёх каналах одновременно. Единая аналитика по всей кампании без обмана про кросс-девайс матчинг.

КАНАЛЫ: SmartTV, OLV, In-app

Цель: Максимальный охват + суммарная аналитика

Сценарий 02 — ПРИЦЕЛЬНЫЙ

SmartTV → OLV ретаргетинг + прицельный OLV

Массовый ТВ-охват без таргетинга становится точкой старта. OLV догоняет видевших и параллельно бьёт по прицельным сегментам под KPI.

КАНАЛЫ: SmartTV, OLV

Цель: ТВ-охват + точное касание в вебе

Сценарий 03 — РЕТАРГЕТ

Полный ретаргет OLV и In-app параллельно

Две независимые воронки в единой сделке. В OLV — cookie от охвата до клика, в In-app — device_id детерминистически.

КАНАЛЫ: OLV, In-app

Цель: Честная воронка внутри каждого канала

Агентство получает готовые связки под задачи, а не набор каналов.
Выбор сценария зависит от цели кампании — от максимального охвата до точной работы с горячей аудиторией. Управление, ретаргетинг и look-alike работают в каждом сценарии.

Сценарий 1 ШИРОКИЙ ОХВАТ

Единая кампания — SmartTV + OLV + In-app

Один креатив, три канала, единая аналитика по всей кампании (пример)

Smart TV
БОЛЬШОЙ ЭКРАН

ОХВАТ	4.2 млн
VTR	92%
ПОКАЗЫ	8.1 млн

OLV
DESKTOP + MOBILE WEB

ОХВАТ	6.8 млн
VTR	78%
КОНВЕРСИИ	12 400

In-app
МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ

ОХВАТ	3.5 млн
VTR	94%
КОНВЕРСИИ	8 900

Эффект

Не нужно сшивать кампанию из трёх подрядчиков и трёх отчётов.
Один креатив запускается в трёх каналах одновременно. Каждый канал измеряется по своим сильным метрикам, а единая аналитика показывает суммарный эффект кампании

Σ

Единая аналитика по кампании

Один креатив, один интерфейс закупки,
единый отчёт — метрики агрегируются по всем каналам

14.5 млн	85%	21 300
ОБЩИЙ ОХВАТ	СР. VTR	КОНВЕРСИИ

Сценарий 2 ПРИЦЕЛЬНЫЙ

ТВ-браузер + Ретаргетинг в вебе

Двойное касание: телевизионная среда → цифровое напоминание



Эффект

SmarttTV без таргетинга становится точкой старта для двух OLV потоков
Пользователь видит бренд дважды:
сначала как «телевизионный» ролик в доверительной среде, и прицельный OLV усиливает кампанию на новую аудиторию под KPI.

Сценарий 3 РЕТАРГЕТ

Полный ретаргетинг внутри канала — OLV и In-app параллельно

Две независимые воронки, каждая работает без потерь на матчинг

OLV: Desktop + Mobile Web

Полная воронка ретаргетинга внутри канала

cookie

1	**Охват** Показ ролика по контексту и DMP-сегментам	100%
2	**Видевшие** Cookie фиксирует контакт с брендом	~75%
3	**Досмотревшие** Ретаргетинг более лояльной аудитории	~40%
4	**Кликнувшие** Дожим самой горячей аудитории	~5%

In-app: Мобильные приложения

Полная воронка ретаргетинга внутри канала

device_id

1	**Охват** Показ ролика по тематике приложений и DMP	100%
2	**Видевшие** device_id детерминистически фиксирует показ	~90%
3	**Досмотревшие** Rewarded video — высокий VTR >90%	~65%
4	**Кликнувшие** Ретаргетинг в других приложениях	~8%

Эффект

Честная воронка ретаргетинга

В OLV работает cookie-ретаргетинг — от охвата до клика. В In-app работает device_id.
Две независимые воронки в единой сделке и с единым отчётом — каждая эффективна в своей среде.

Дополнительные возможности

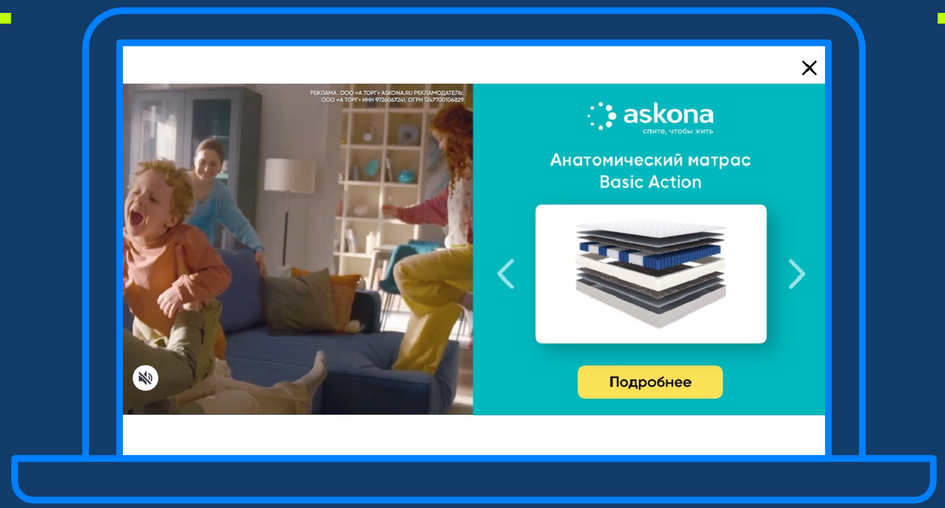
Интерактивные механики

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

Shoppable



Карусель



Тренды = Возможности

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.



Дополнительные возможности

Бренд лифт

Измеряем реальное влияние рекламного сообщения на восприятие бренда — до и после показа.

Brand Awareness

Узнаваемость бренда среди целевой аудитории

Brand Interest

Интерес и положительное отношение к бренду

Ad Recall

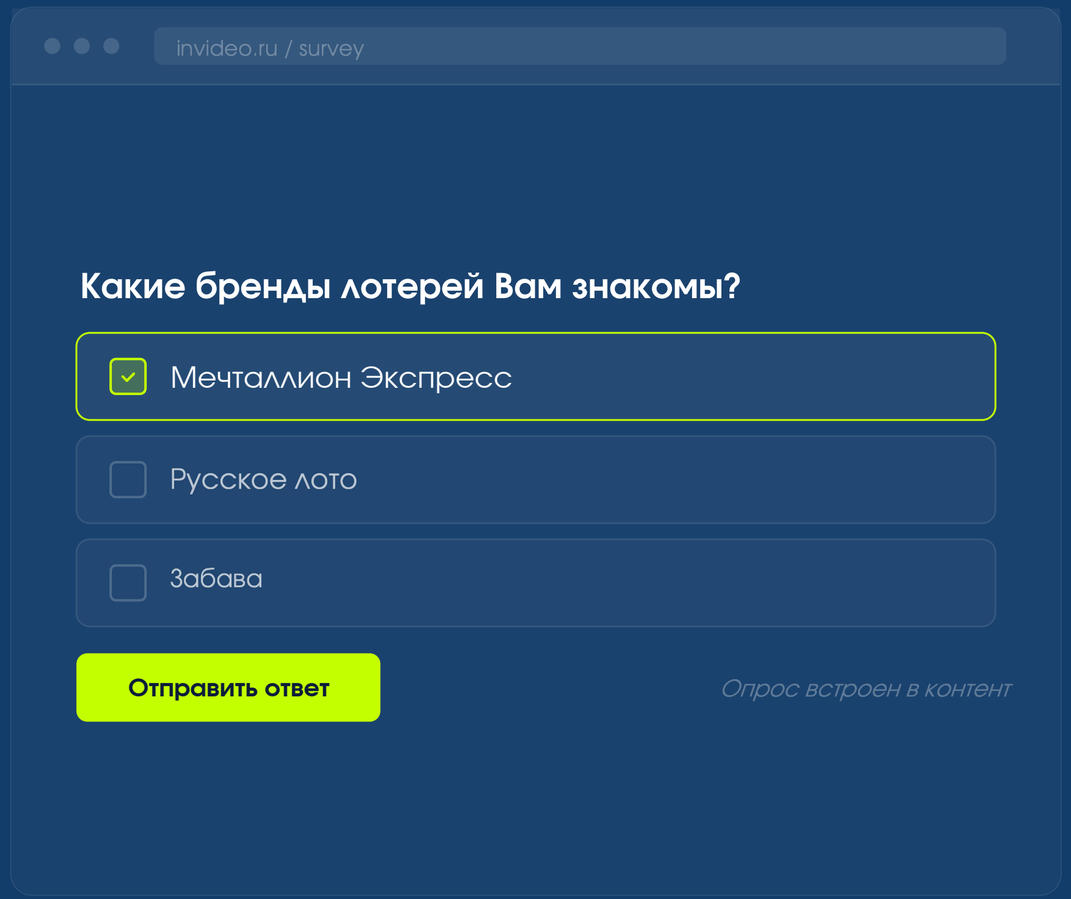
Запоминаемость рекламного сообщения

Purchase Intent

Намерение к покупке после контакта с рекламой

Как это работает





Спасибо за внимание

© InVideo 2025