

Яндекс

Исследование Видеосети за 2020 год

Содержание

- 01 | Охват Видеосети
- 02 | Рекламодатели и инвестиции
- 03 | Таргетинги
- 04 | Форматы и ключевые показатели

01



Охват Видеосети

Охват Видеосети Яндекса



78%

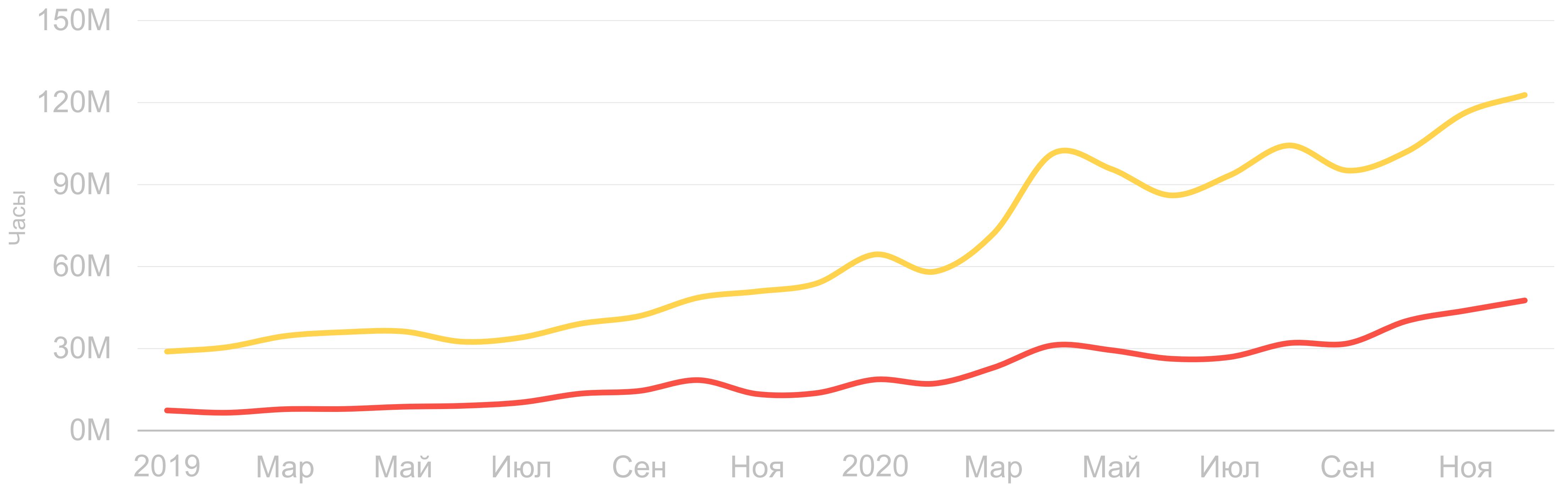
пользователей



млн

Совокупное время просмотра контента на площадках Яндекса

Пользователи тратят все больше времени на просмотр видеоконтента на площадках Яндекса. Рост заметен как на **компьютерах и Smart TV**, так и на **мобильных устройствах**. Совокупный прирост год к году составил **147%**.



02



Рекламодатели и инвестиции

Объем инвестиций в медийную рекламу в Видеосети

+ 57%

в 2020 году
по сравнению с 2019

Количество клиентов, размещающих медийную рекламу в Видеосети

+ 69%

в 2020 году

по сравнению с 2019

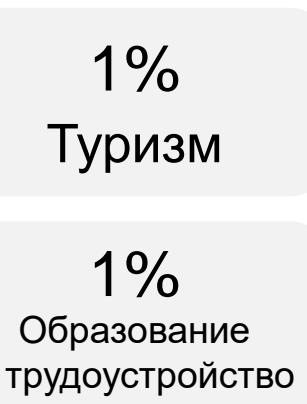
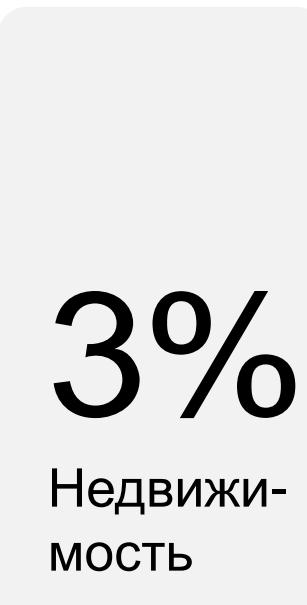
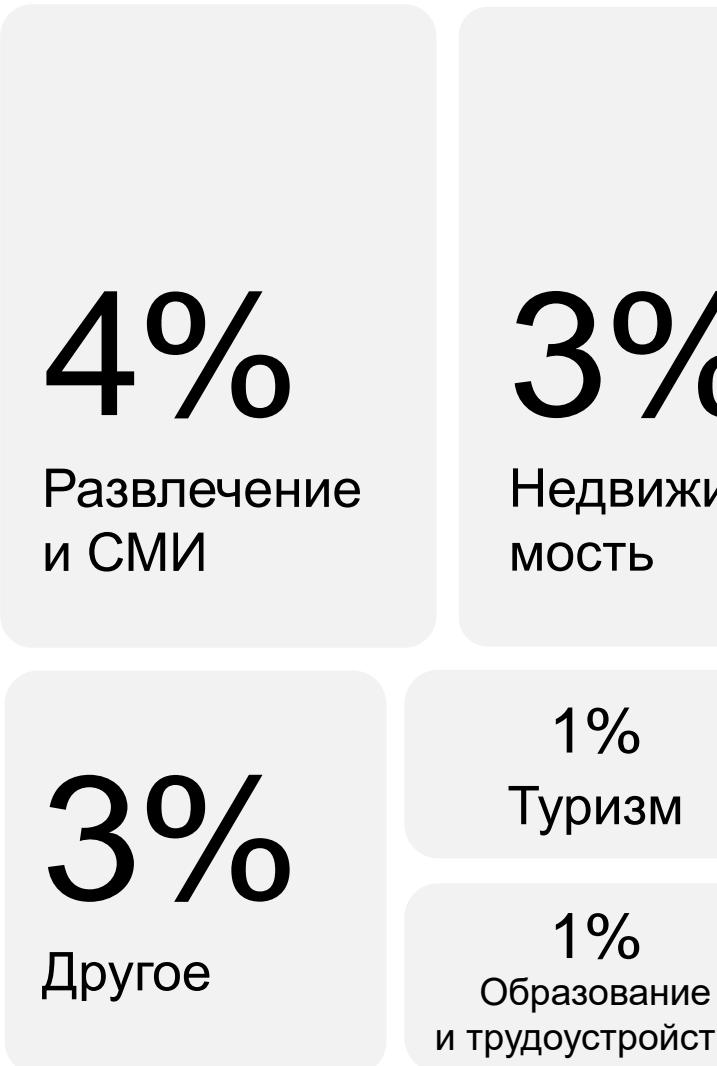
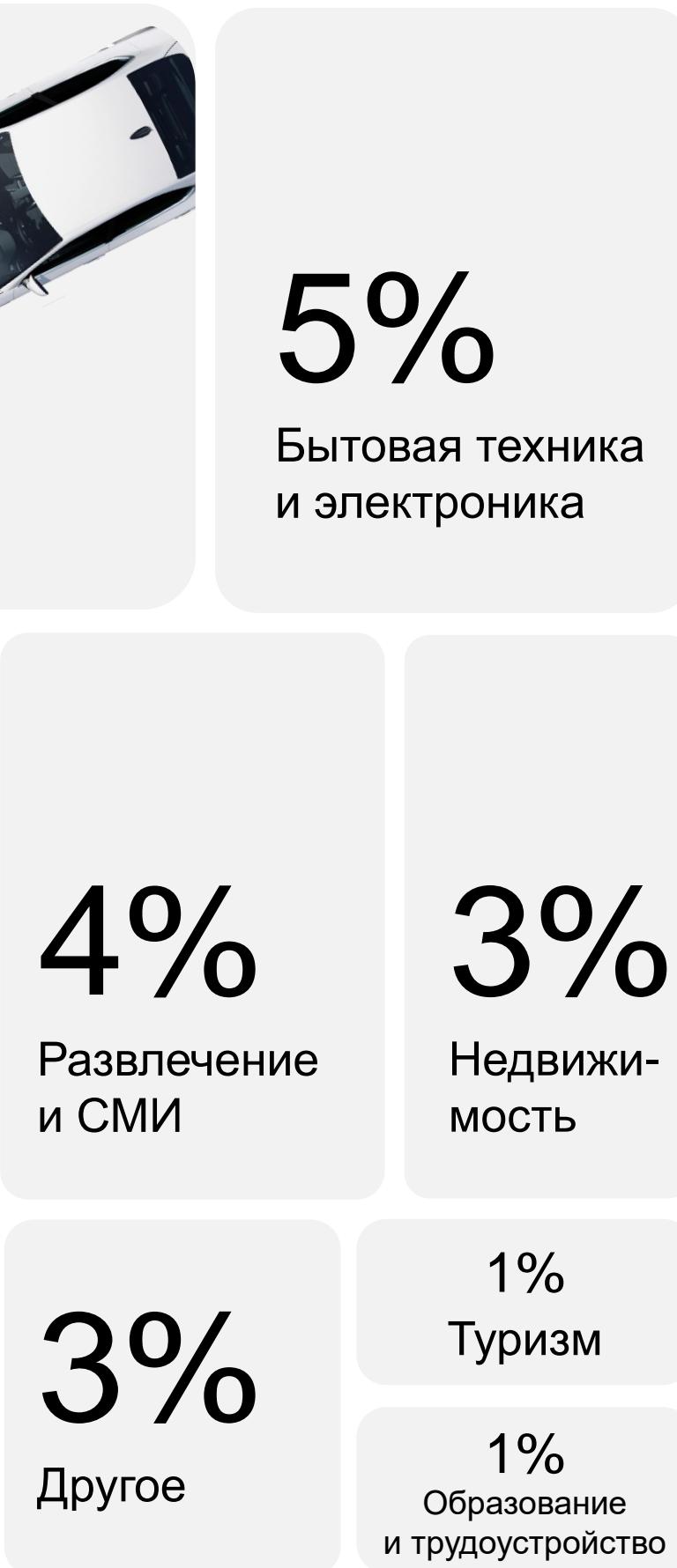
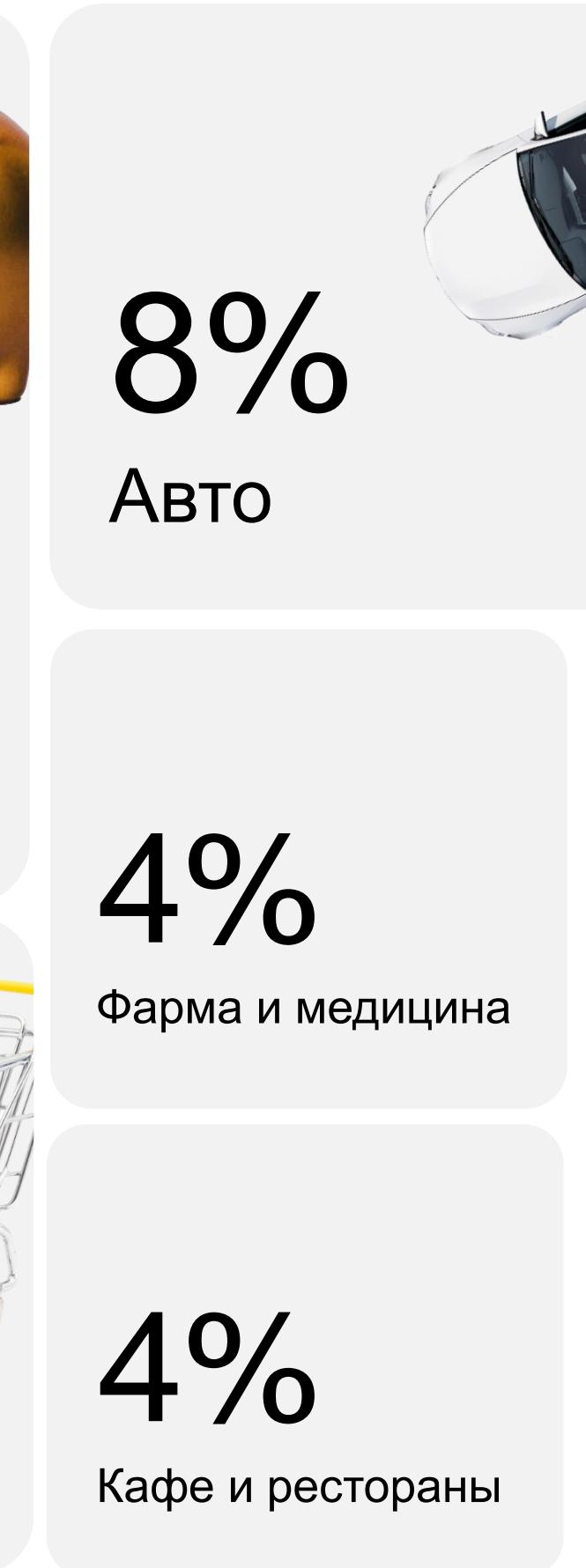
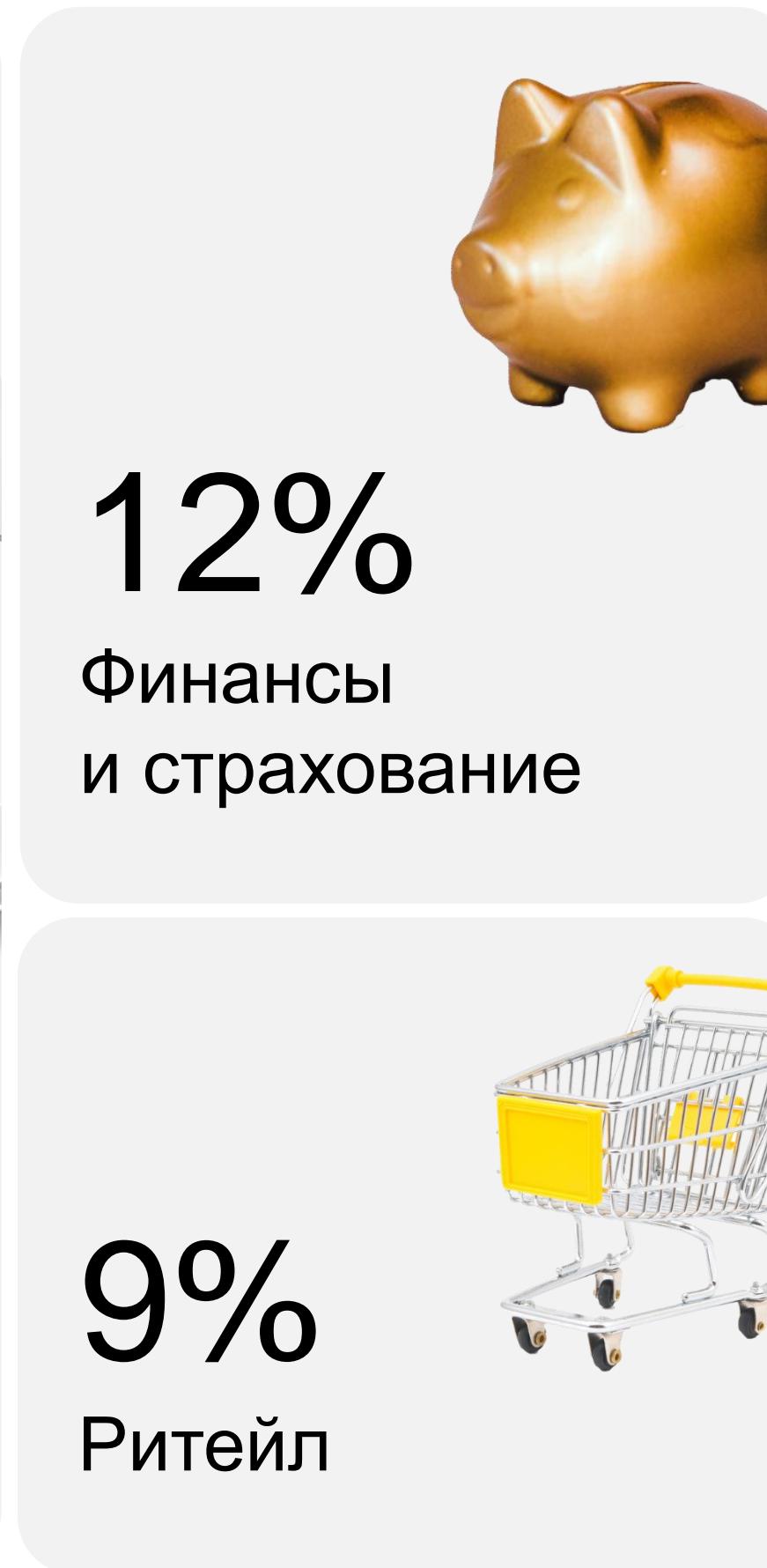
Количество исследований Brand Lift

+112%

в 2020 году

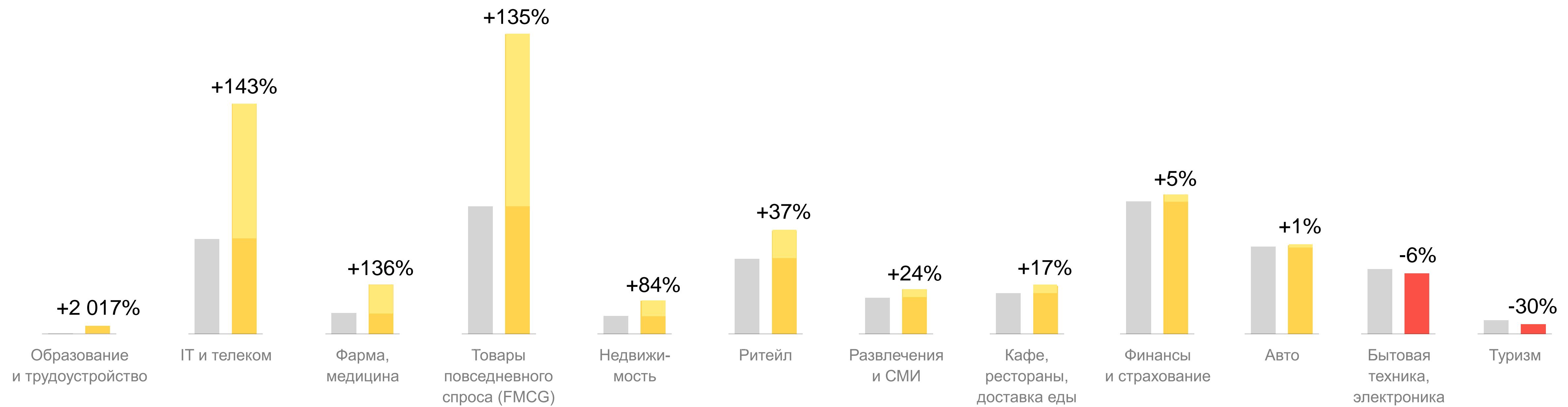
по сравнению с 2019

Распределение инвестиций по индустриям

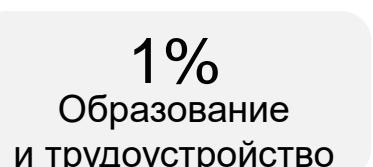
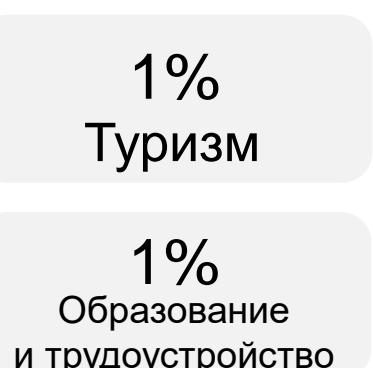
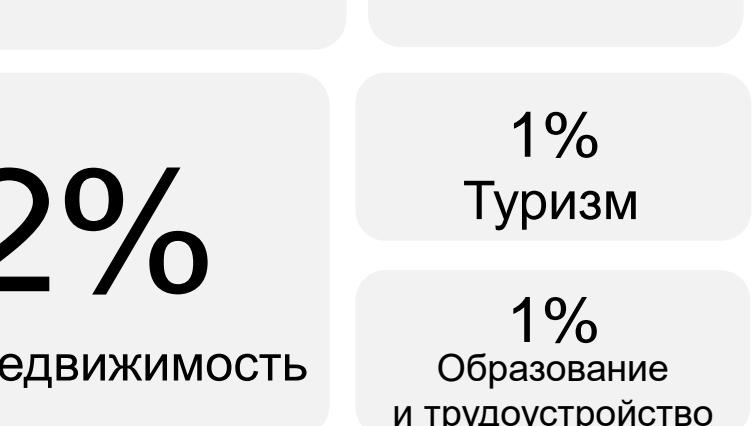
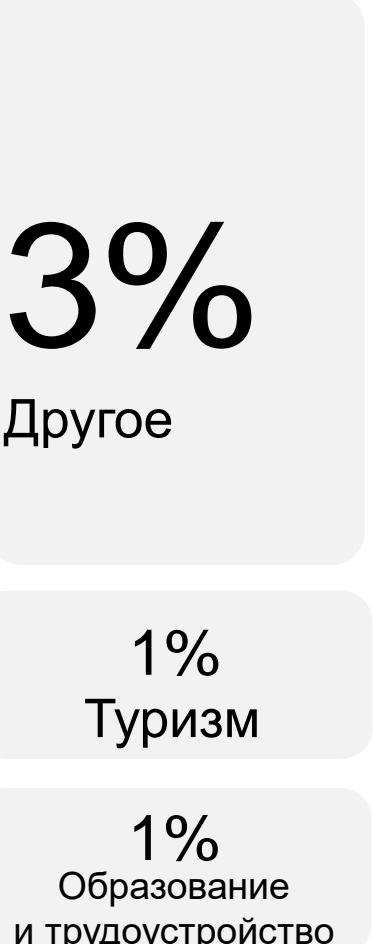
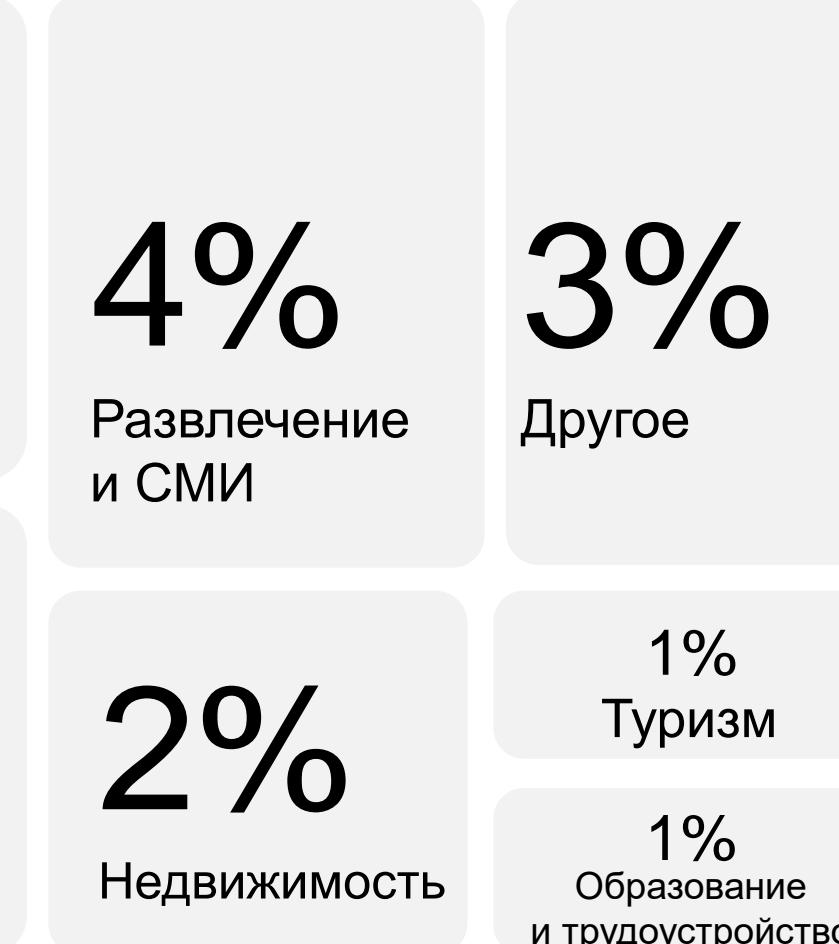
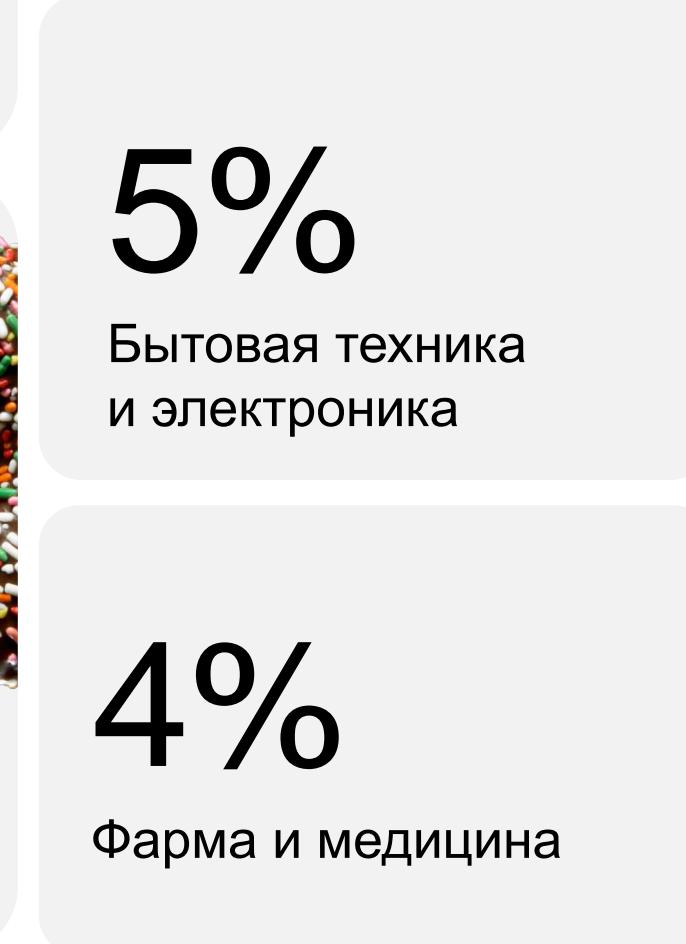
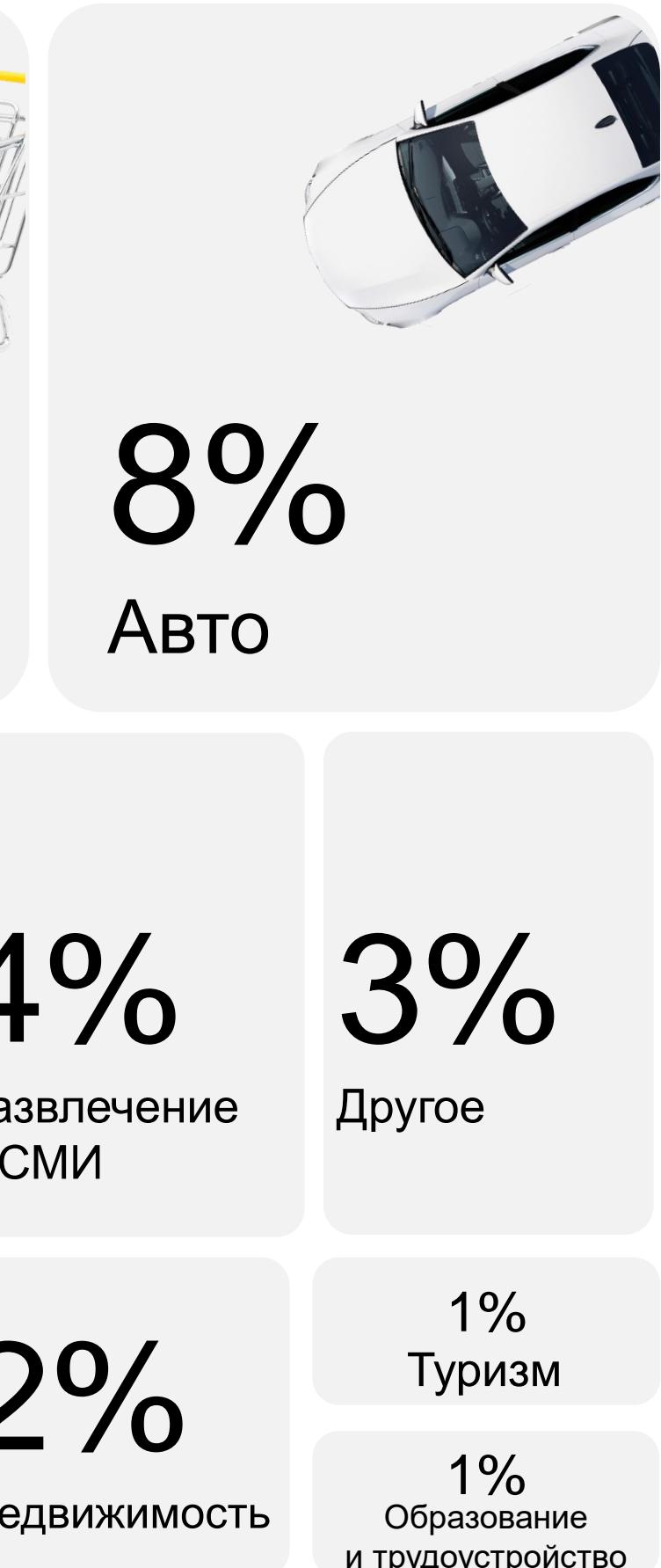
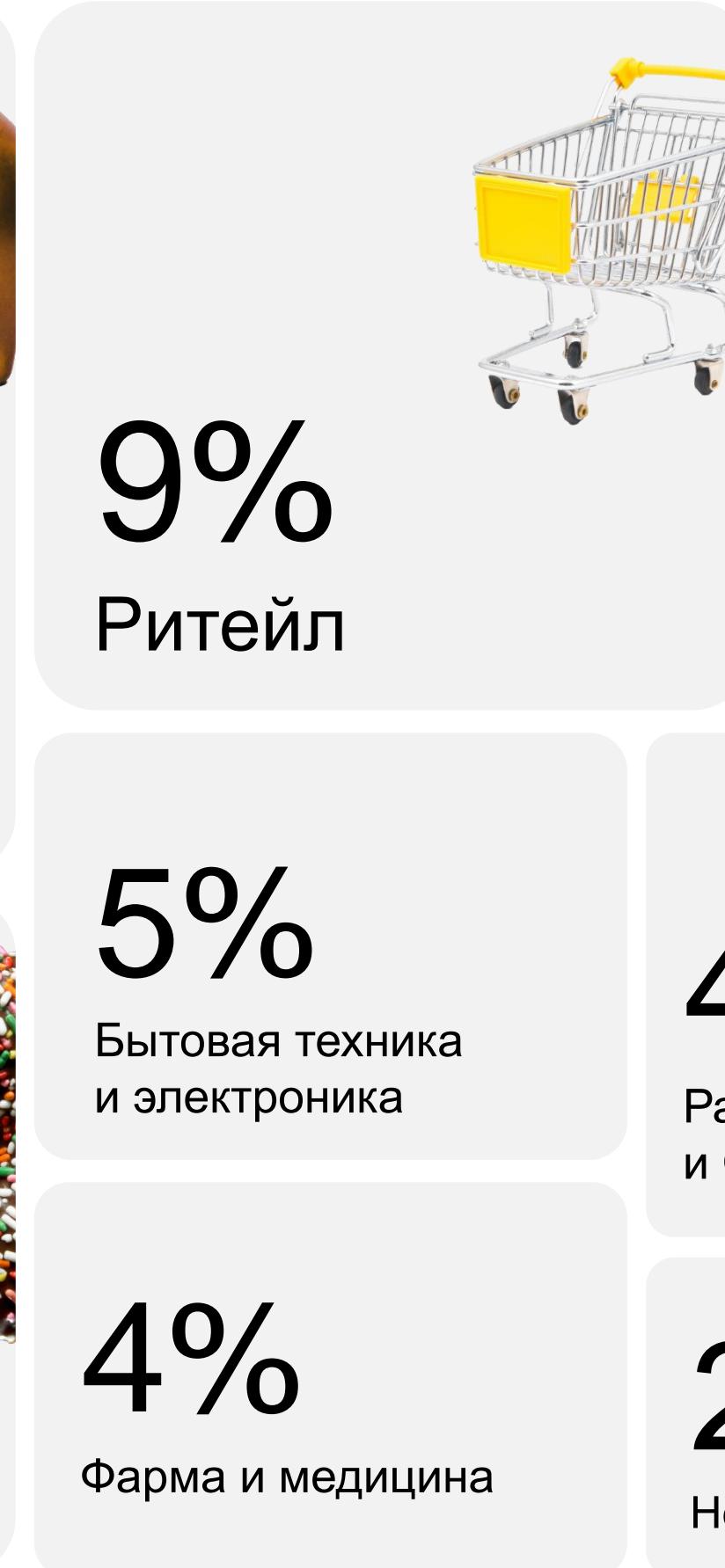
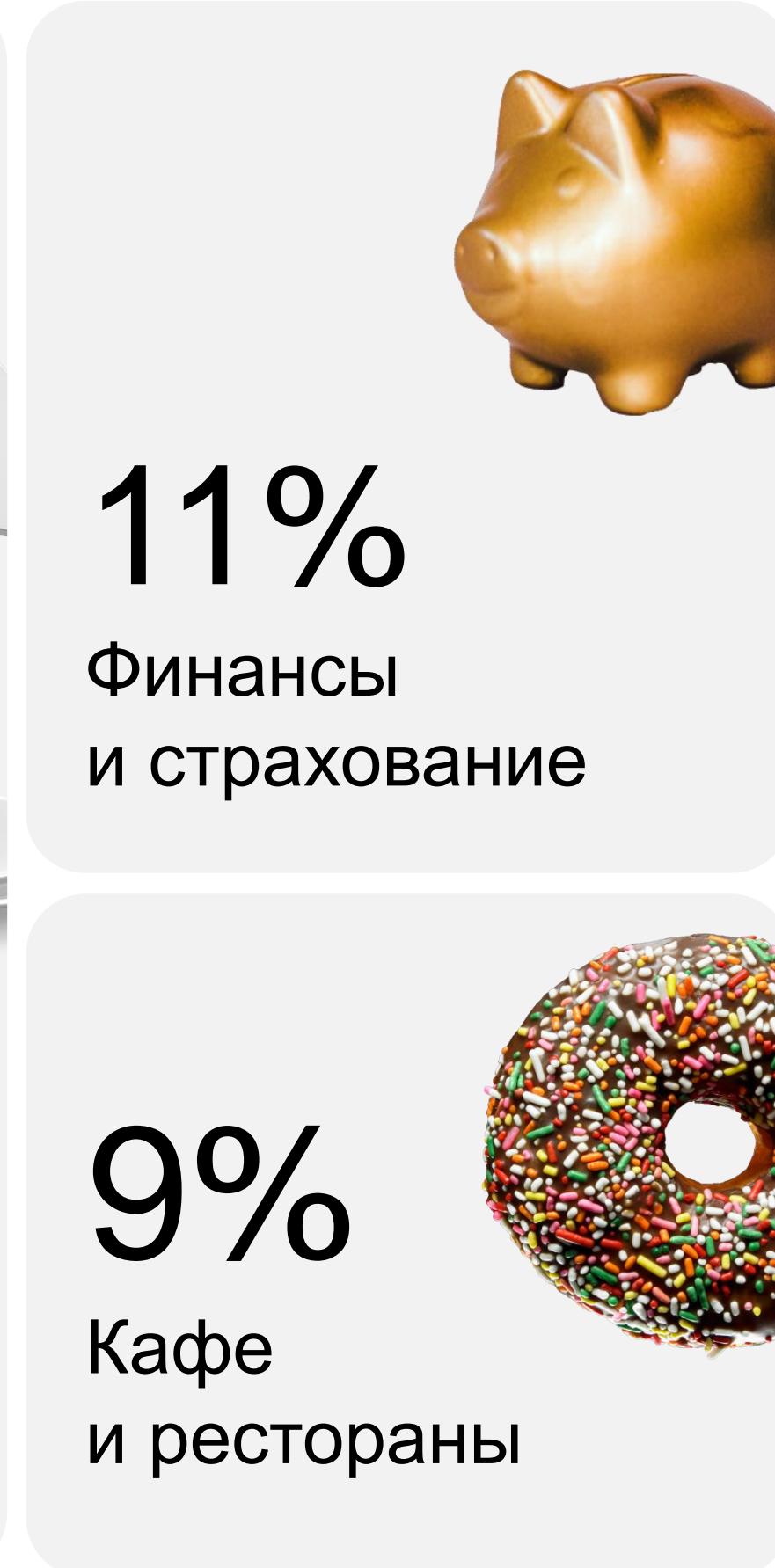
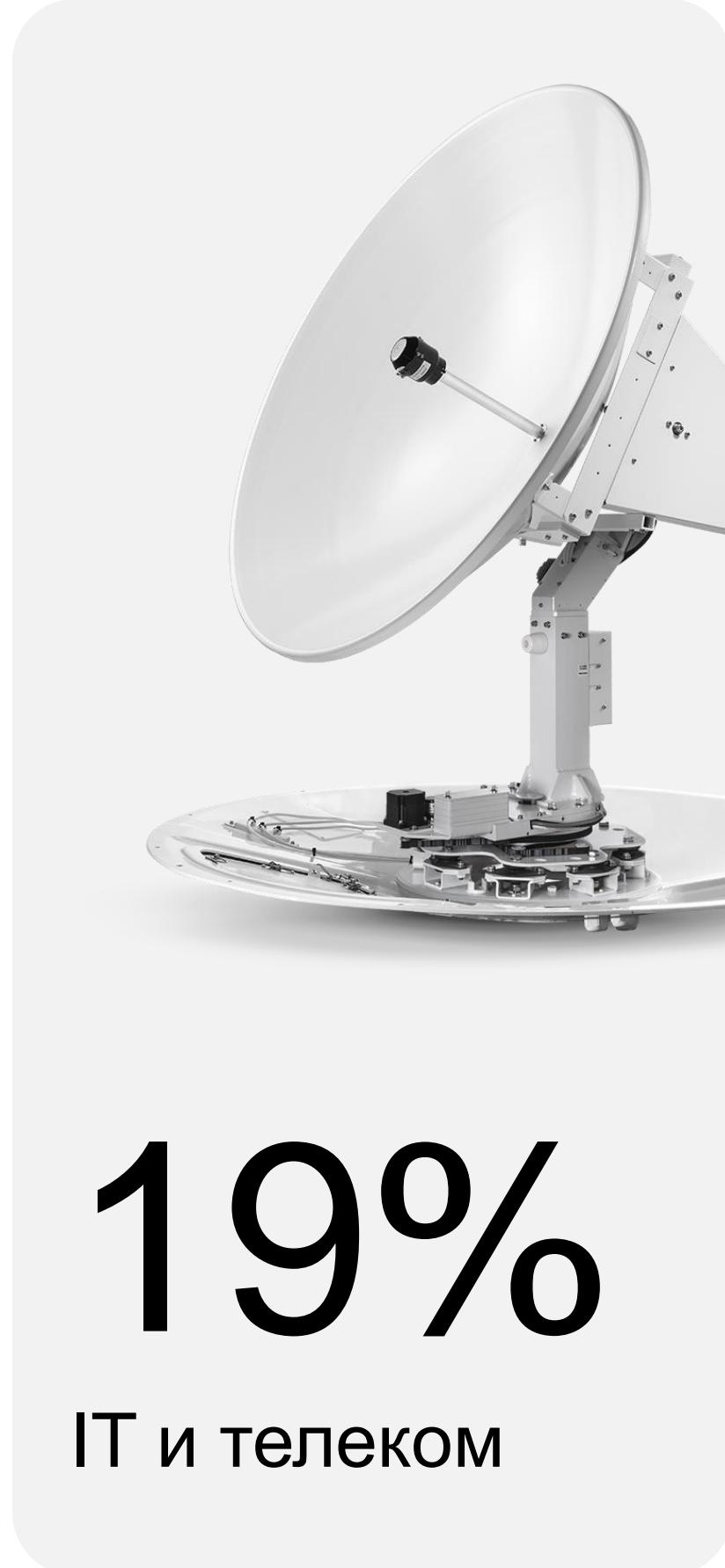


Сравнение инвестиций по индустриям за 2019/2020 года

Наибольший прирост инвестиций (в 2 и более раз) показали индустрии «Образование и трудоустройство», «IT и Телеком», «Фарма, медицина» и «Товары повседневного спроса».



Распределение показов по индустриям

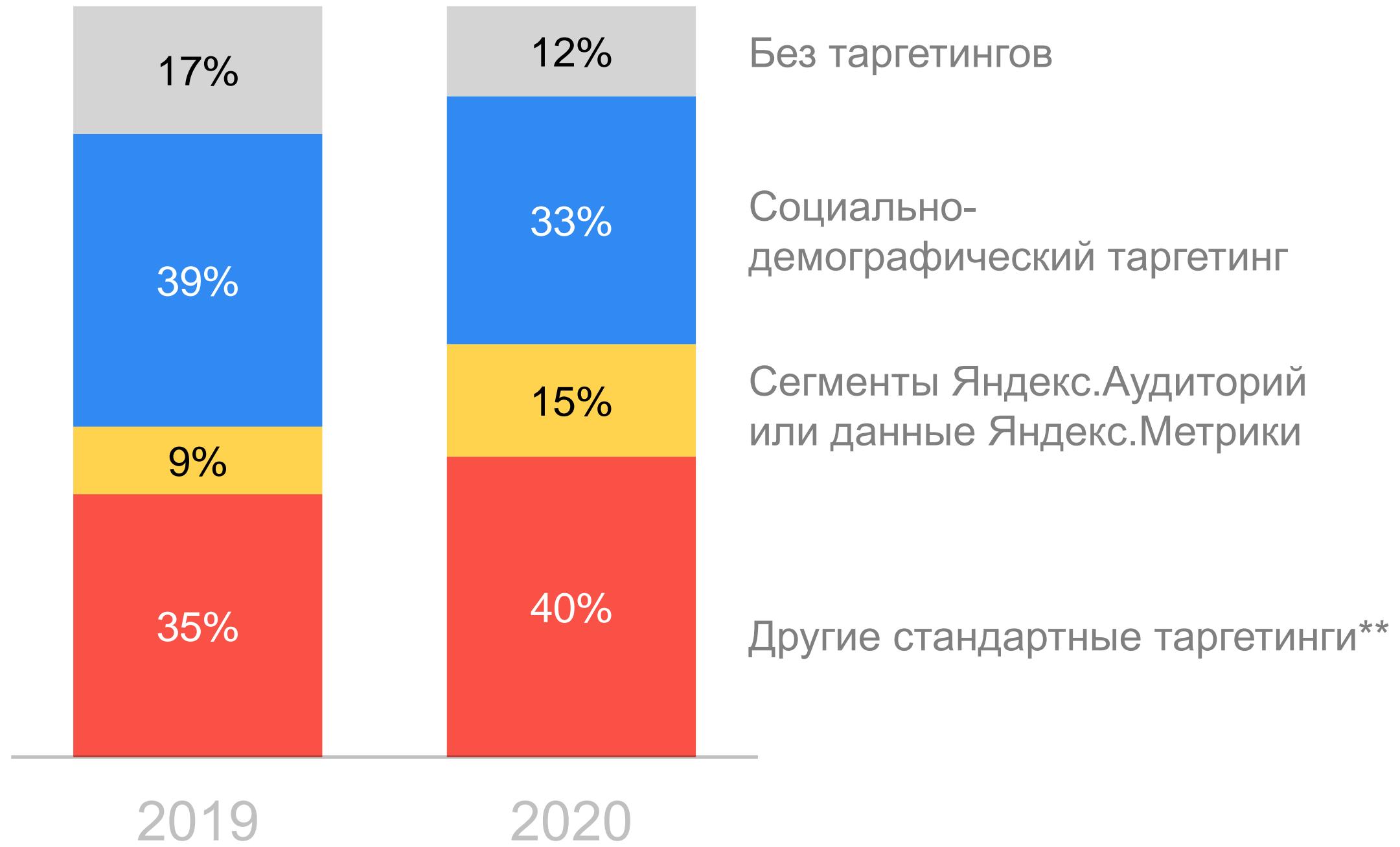


03



Таргетинги

Распределение показов по таргетингам



В 2020 году **повысилась популярность** таргетинга на сегменты Яндекс.Аудиторий или данные Яндекс.Метрики: на размещения с этим типом таргетинга* пришлось 15% показов.

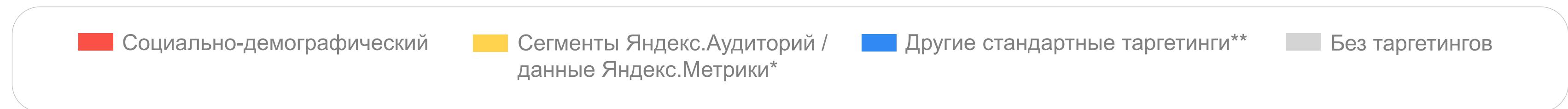
Популярность социально-демографического таргетинга и размещений без таргетингов, наоборот, **падает**.

По данным Видеосети Яндекса. 2019-2020 год.

*Отдельно или в совокупности с другими видами таргетинга.

**Семейное положение, дети, профессия; поведенческие признаки; интересы.

Распределение показов по таргетингам в 2020



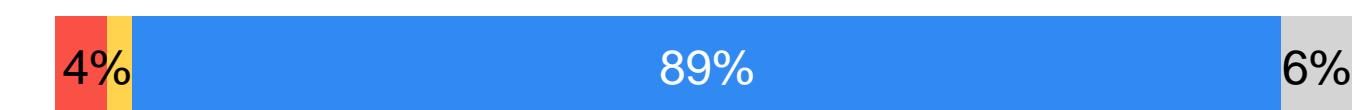
IT и Телеком



Недвижимость



Туризм



Авто



Образование и трудоустройство



Фарма, медицина



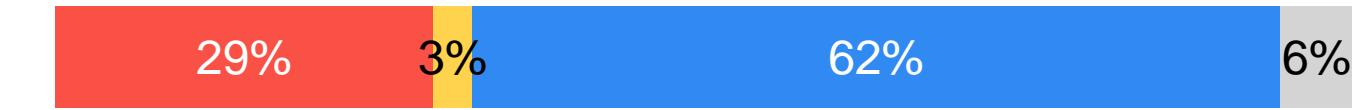
Бытовая техника и электроника



Развлечения и СМИ



Финансы и страхование



Товары повседневного пользования (FMCG)



Ритейл



Другое



Кафе, рестораны и доставка еды



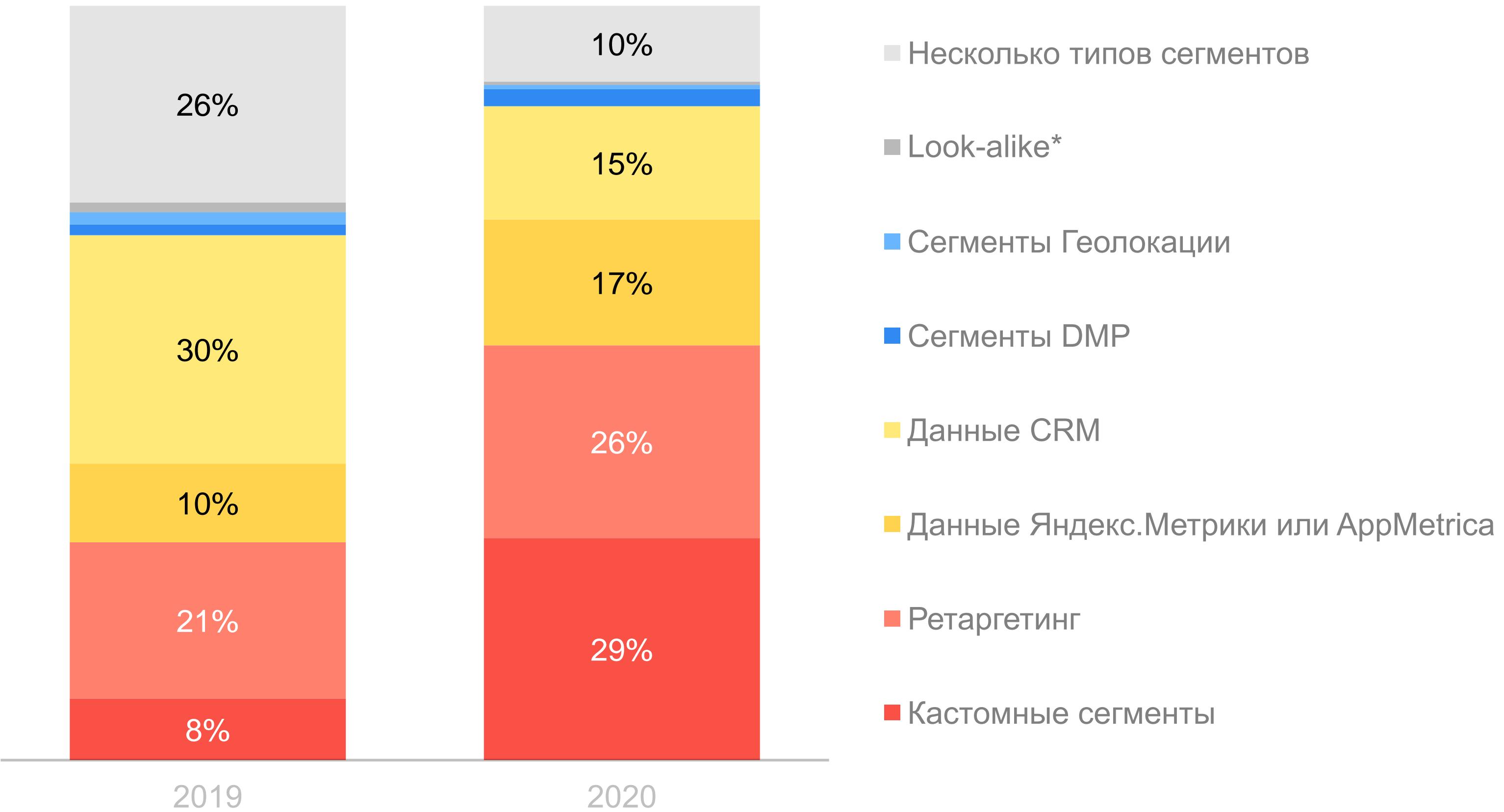
В этой отрасли высокая доля показов без таргетингов из-за большого количества кампаний, нацеленных на максимальный охват.

По данным Видеосети Яндекса. 2020 год.

*Отдельно или в совокупности с другими видами таргетинга.

**Семейное положение, дети, профессия; поведенческие признаки; интересы.

Распределение показов по таргетингам на разные типы сегментов



По данным Видеосети Яндекса. 2019-2020 год.

*Сегменты похожих пользователей, созданные на основе других сегментов Яндекс.Аудиторий.

04

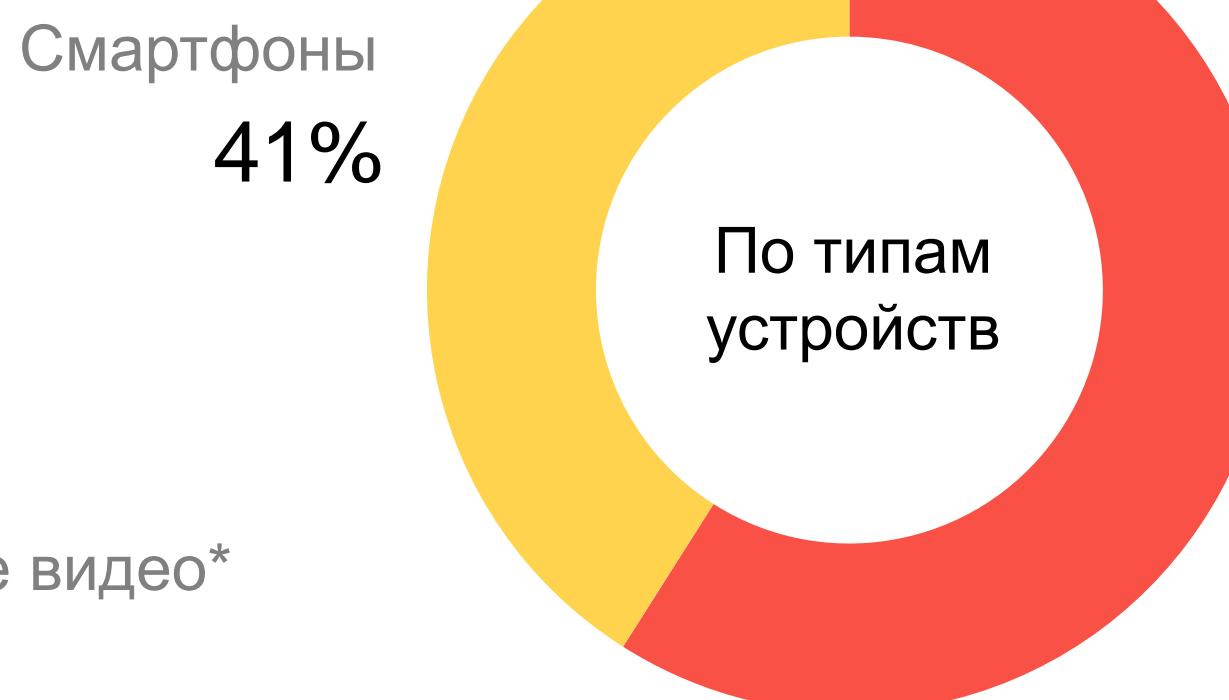


Форматы и ключевые показатели

Распределение показов

Более половины показов приходится на компьютеры, планшеты и Smart TV.

Преобладающее число показов (85%) приходится на устройства с операционной системой Android.



По данным Видеосети Яндекса. 2020 год.

*In-stream

**In-page

Распределение показов по форматам внутри отраслей



В индустриях «IT и Телеком» и «Товары повседневного спроса» доля показов потокового видео выше, чем в других индустриях.

В индустриях «Авто» и «Ритейл» выделяется формат in-page — на него приходится почти половина показов.

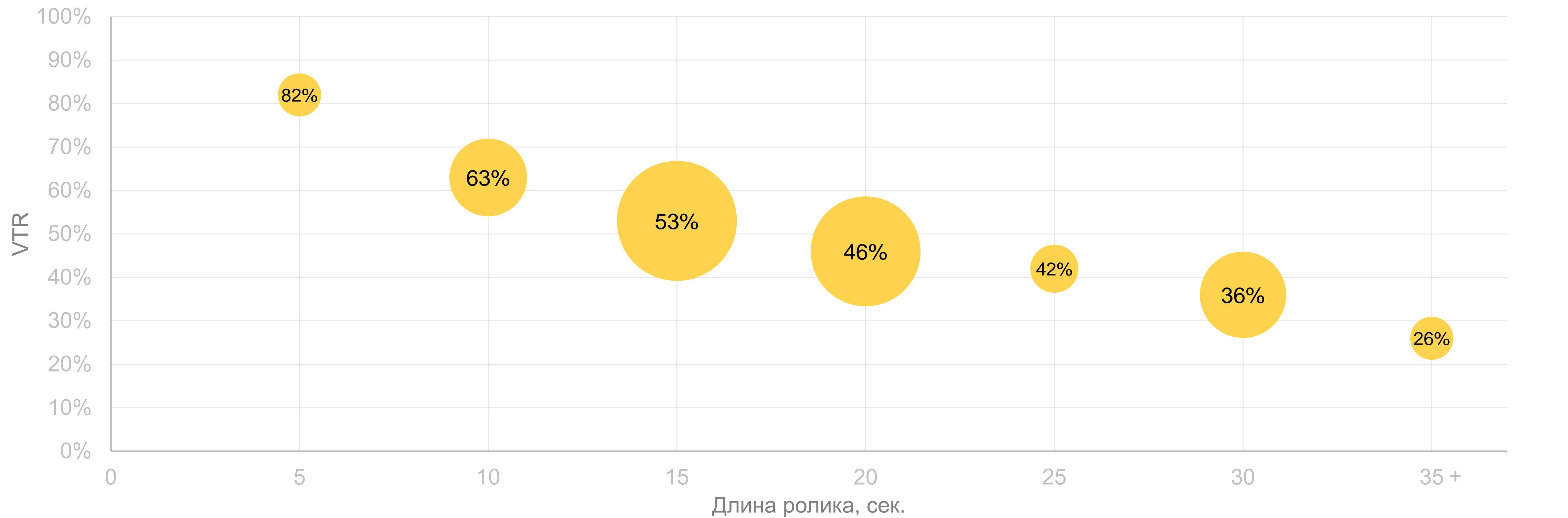
По данным Видеосети Яндекса. 2020 год.

*In-stream

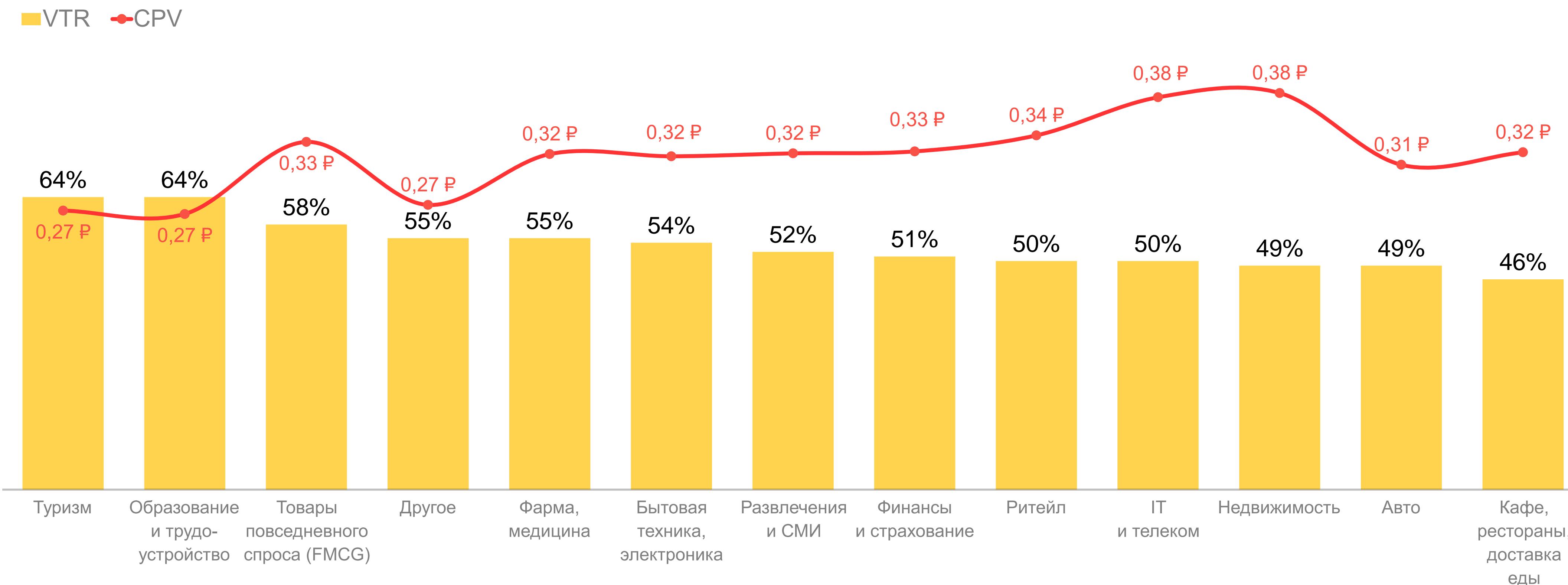
**In-page

VTR по длинам роликов

Наибольшей популярностью у рекламодателей пользовались ролики длительностью 15 секунд. Их VTR составил 53%.

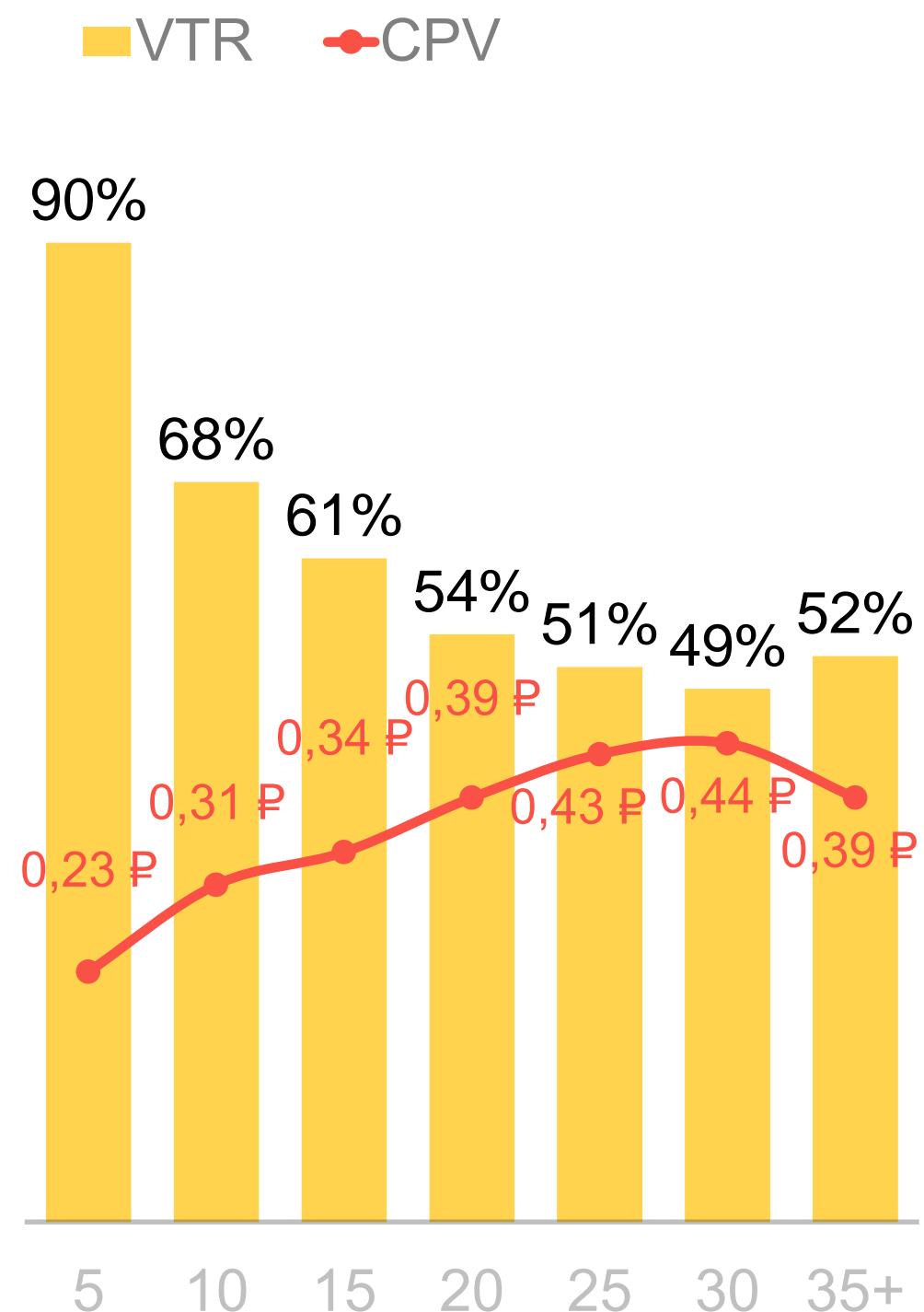


VTR и CPV по индустриям для роликов длительностью 15 секунд

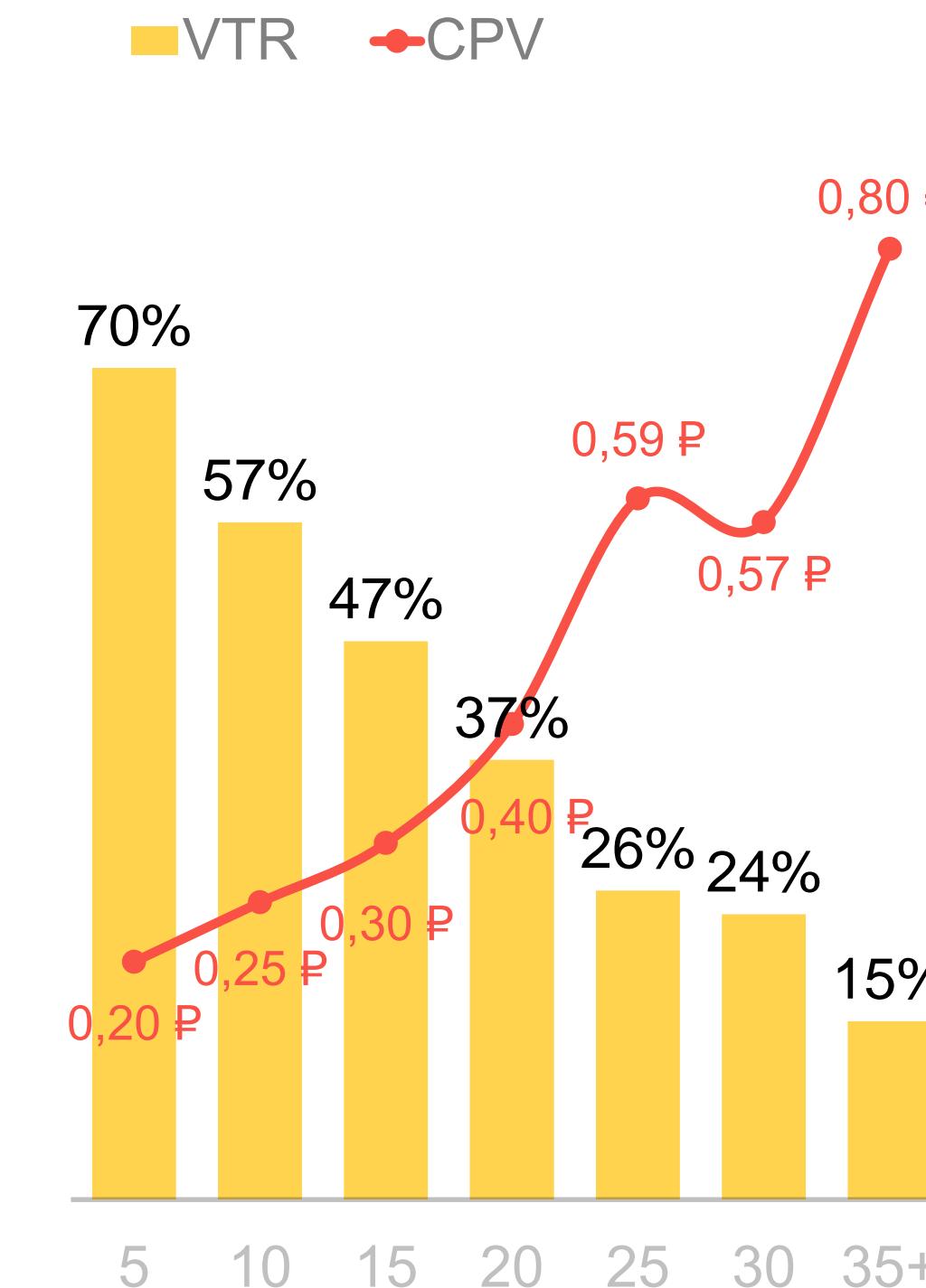


VTR и CPV по форматам и длинам роликов

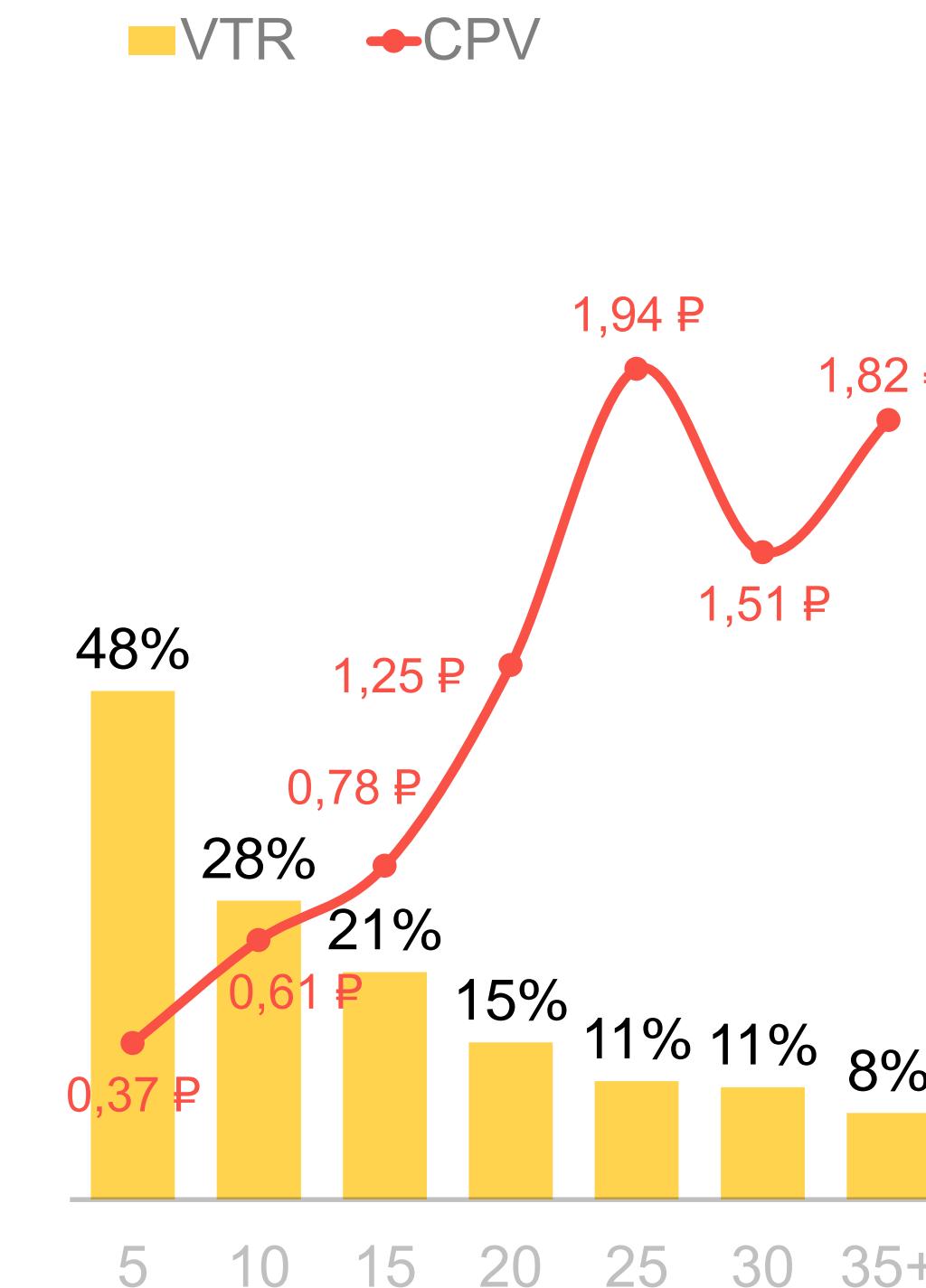
Потоковое видео*



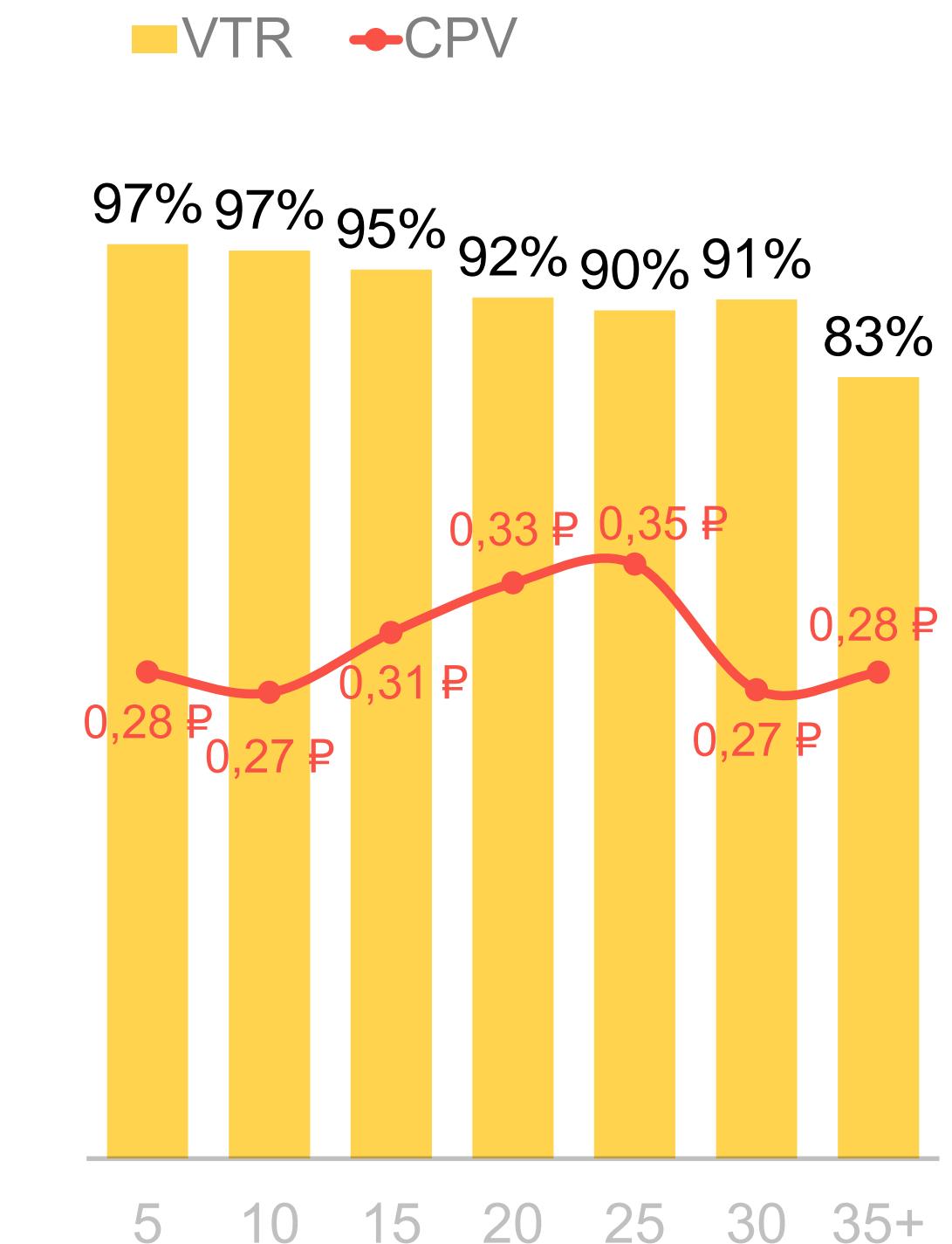
Видео в текстовом контенте**



Видео в приложениях



Видео за вознаграждение



По данным Видеосети Яндекса. 2020 год. Учтены только продукты с аукционной моделью закупки

*In-stream

**In-page



Спасибо!

Елена Царенко
Маркетолог

Екатерина Шаламова
Ведущий аналитик