

АУДИТОРИЯ ИНТЕРНЕТА

ИНЕССА ИШУНЬКИНА

ЕКАТЕРИНА КУРНОСОВА



Что может быть получено в рамках интернет-проектов

РЕГИСТРИРУЕМЫЕ СОБЫТИЯ

ДЕСКТОП

любые проекты
с точностью до url

МОБАЙЛ

любые сайты,
любые приложения

ПЕРЕСЕЧЕНИЕ

аудиторий:
десктоп+мобайл

ТЕГИРОВАННЫЕ

события:
десктоп, мобайл app

ВСЯ РОССИЯ 0+

ЛЮДИ, А НЕ КУКИ

ИЗМЕРЯЕМАЯ АУДИТОРИЯ

Как устроены интернет-проекты



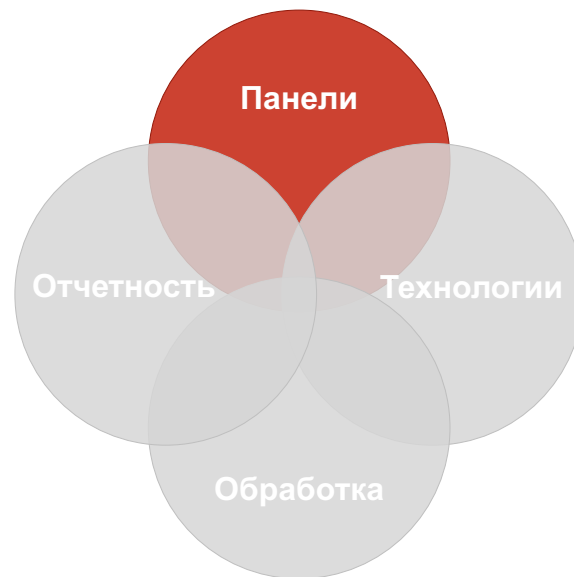
Клиентская конференция: Москва, 20 декабря 2016

АУДИТОРИЯ САЙТОВ И ПРИЛОЖЕНИЙ

КАК ДЕЛАЕМ И ЧТО ПОЛУЧАЕТСЯ

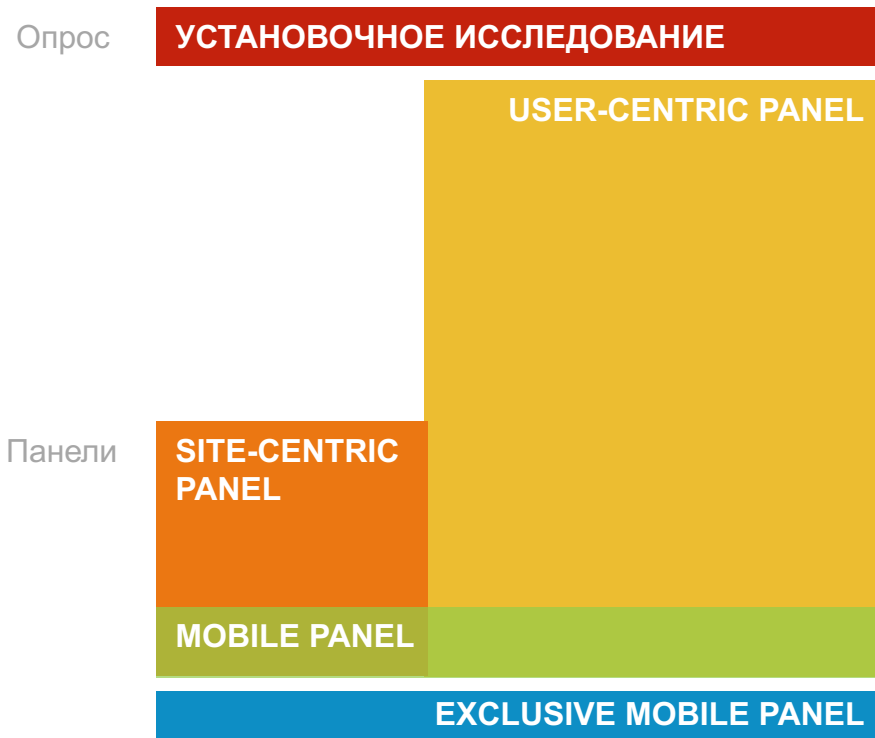
1

Как мы это делаем: Панели и УИ



Пользователи, которые участвуют в проектах

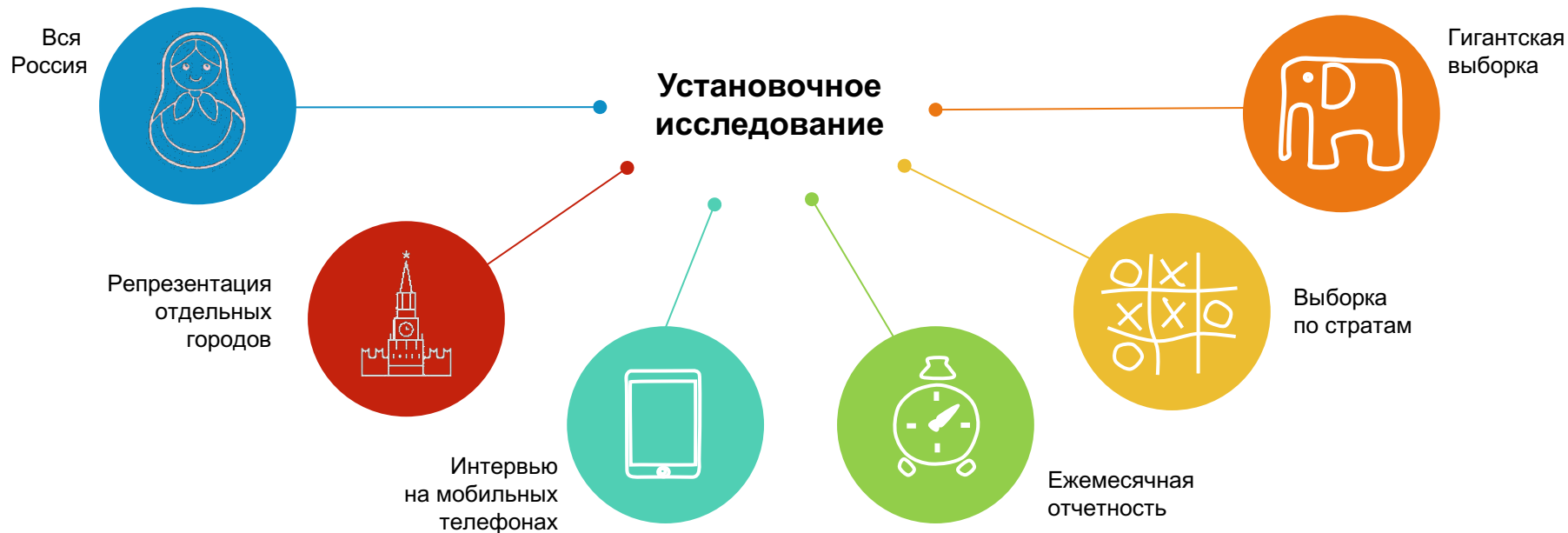
- ▶ **Панели**
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ Отчетность



Клиентская конференция: Москва, 20 декабря 2016

УИ: Ключевые факты

- ▶ **Панели**
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ Отчетность



Клиентская конференция: Москва, 20 декабря 2016

УИ: Ключевые факты

- ▶ **Панели**
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ Отчетность

Генеральная совокупность: россияне 12 лет и старше, проживающие в любом населенном пункте РФ, включая деревни и села

Вся
Россия



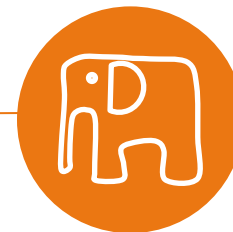
**Установочное
исследование**

УИ: Ключевые факты

- ▶ **Панели**
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ Отчетность

57 000 интервью в год

**Установочное
исследование**

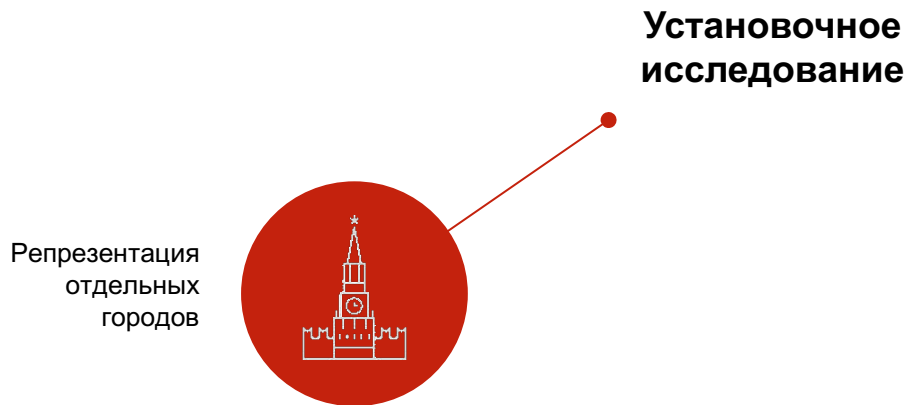


**Гигантская
выборка**

УИ: Ключевые факты

- ▶ **Панели**
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ Отчетность

Репрезентируемые города: Москва, С.-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск, Казань



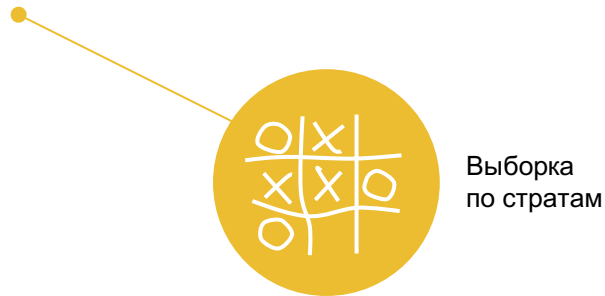
Клиентская конференция: Москва, 20 декабря 2016

УИ: Ключевые факты

- ▶ **Панели**
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ Отчетность

С 2014 выборка набирается среди группы городов, относящихся к определённой страте. Страта определяется размером города и федеральным округом. Возможность попасть в выборку, теоретически, имеет любой человек, проживающий в любом населенном пункте РФ

**Установочное
исследование**



УИ: Ключевые факты

- ▶ **Панели**
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ Отчетность

На 1000 человек приходится 1900 сим-карт. Поэтому в России 100k+ путем звонков на мобильные телефоны проводится 35% интервью, в России 0-99k – 100%

Установочное исследование

Интервью
на мобильных
телефонах



УИ: Ключевые факты

- ▶ **Панели**
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ Отчетность

Полный объем данных каждый месяц во всех форматах отчетности, по всем географиям

**Установочное
исследование**

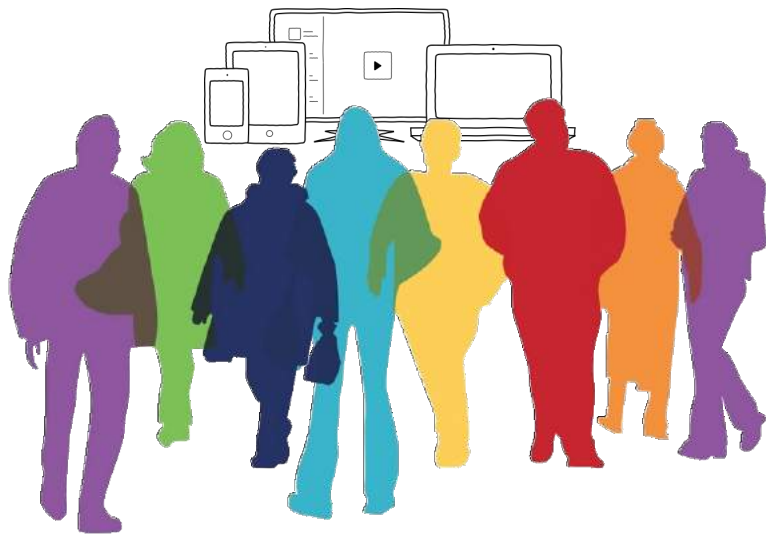


Ежемесячная
отчетность

...И ВОТ ЧТО
ПОЛУЧАЕТСЯ

Аудитория Интернета

Россия 0+, 12+



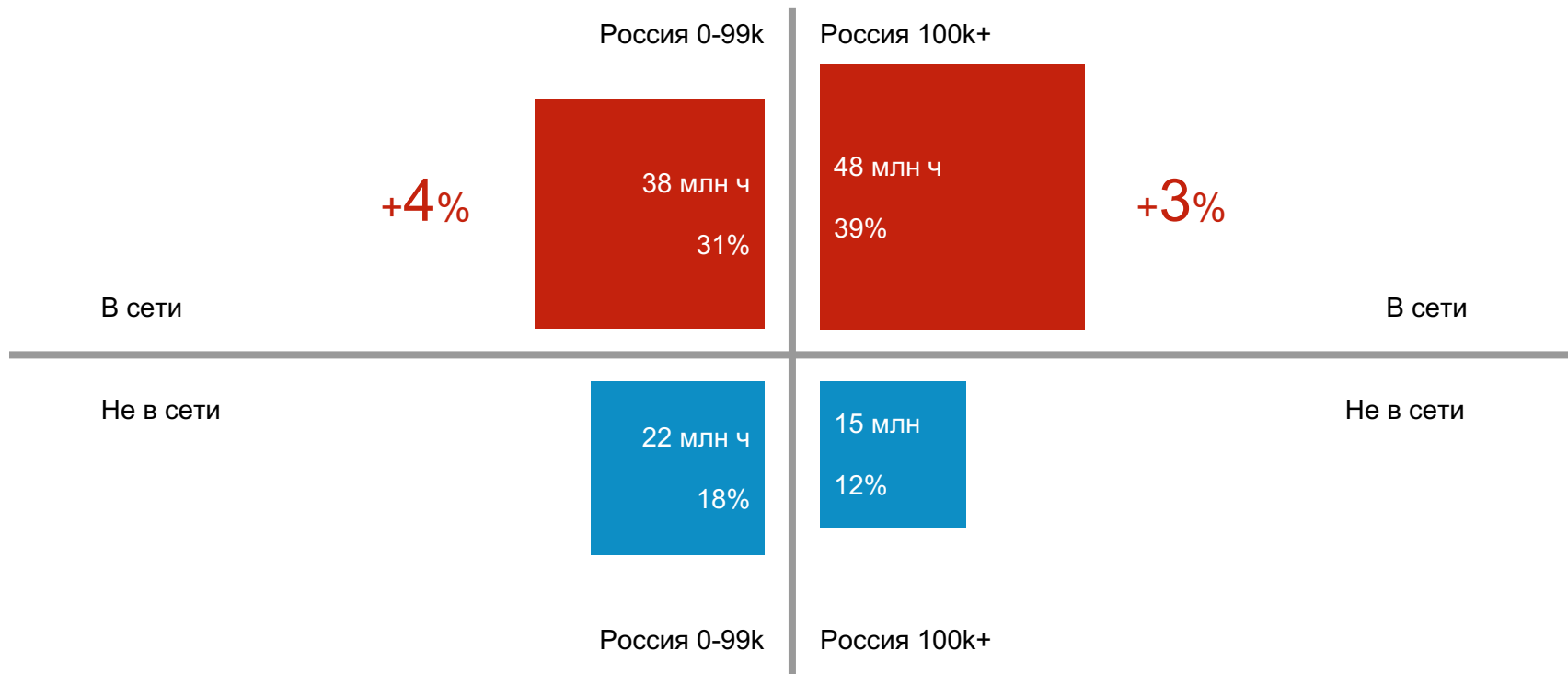
86 млн. чел.

70% от населения

+3% y-o-y

Еще есть небольшой потенциал роста аудитории

Россия 0+, 12+ лет, млн. человек и % от населения ($\Sigma=100$), прирост за год



Проникновение по устройствам

В % от населения 12+, прирост за год



-0.8%

+18%

-1%

+5%

Россия
100k+

63%

50%

24%

11%

-0.6%

+20%

-9%

+29%

Россия
0-99k

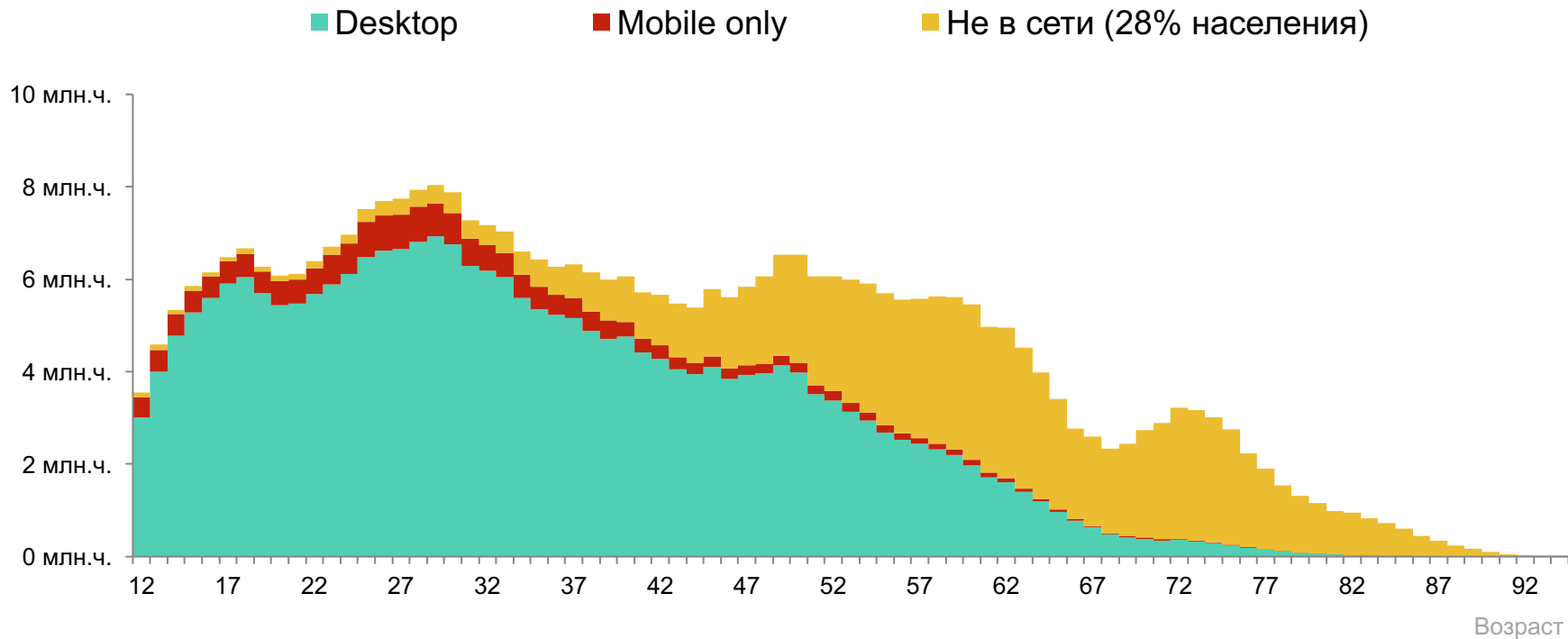
46%

37%

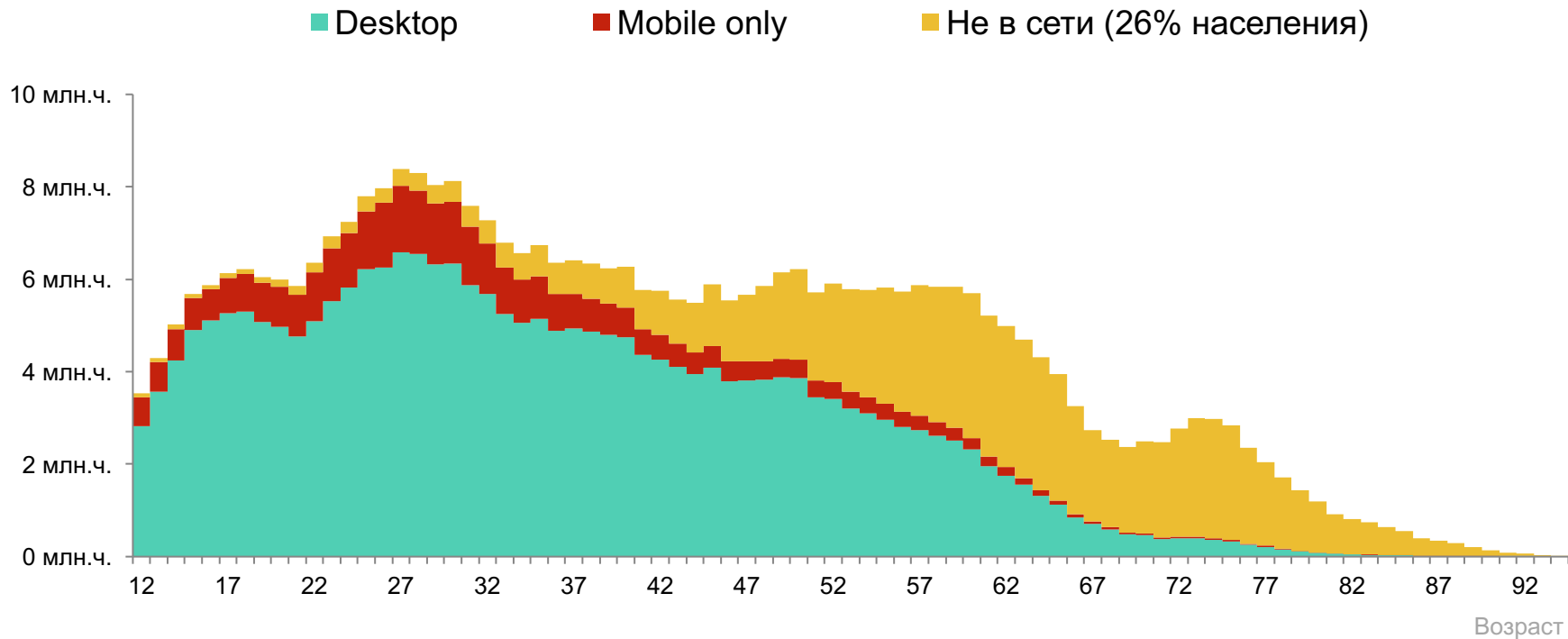
14%

6%

Население России 100k+ в 2014

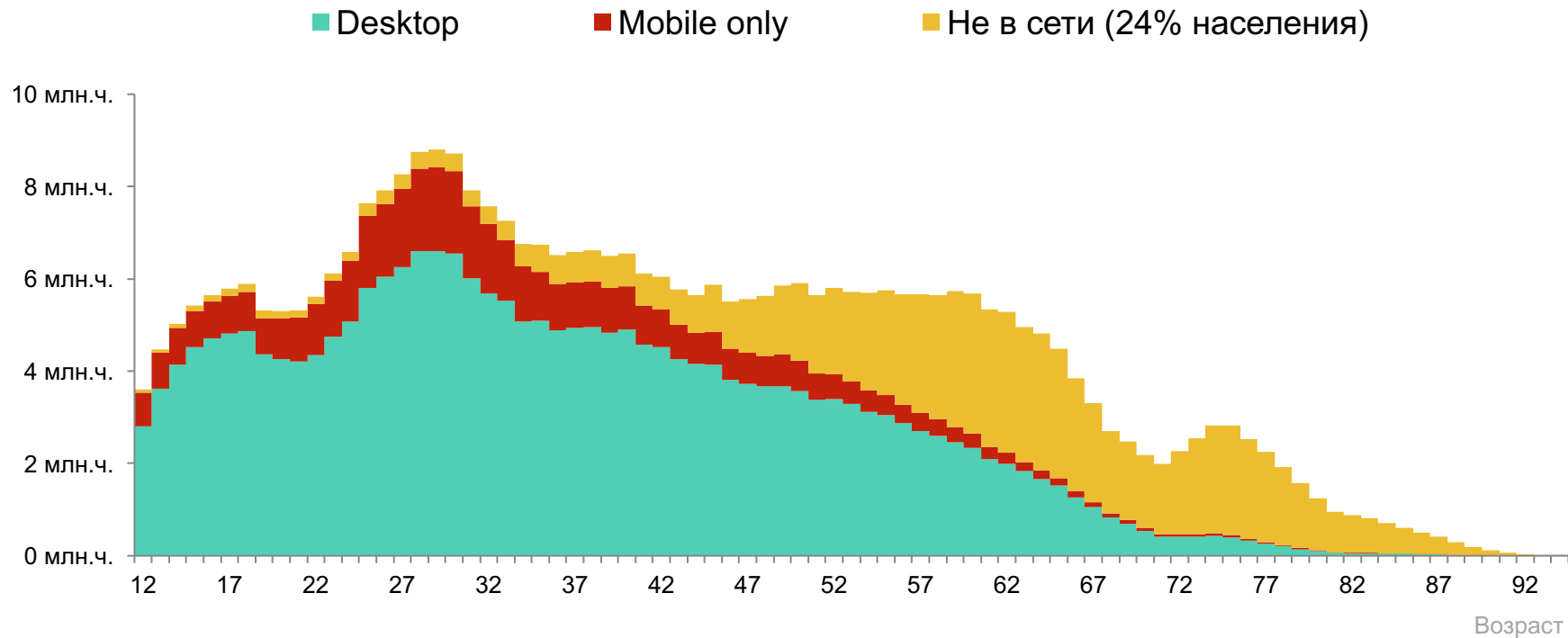


Население России 100k+ в 2015

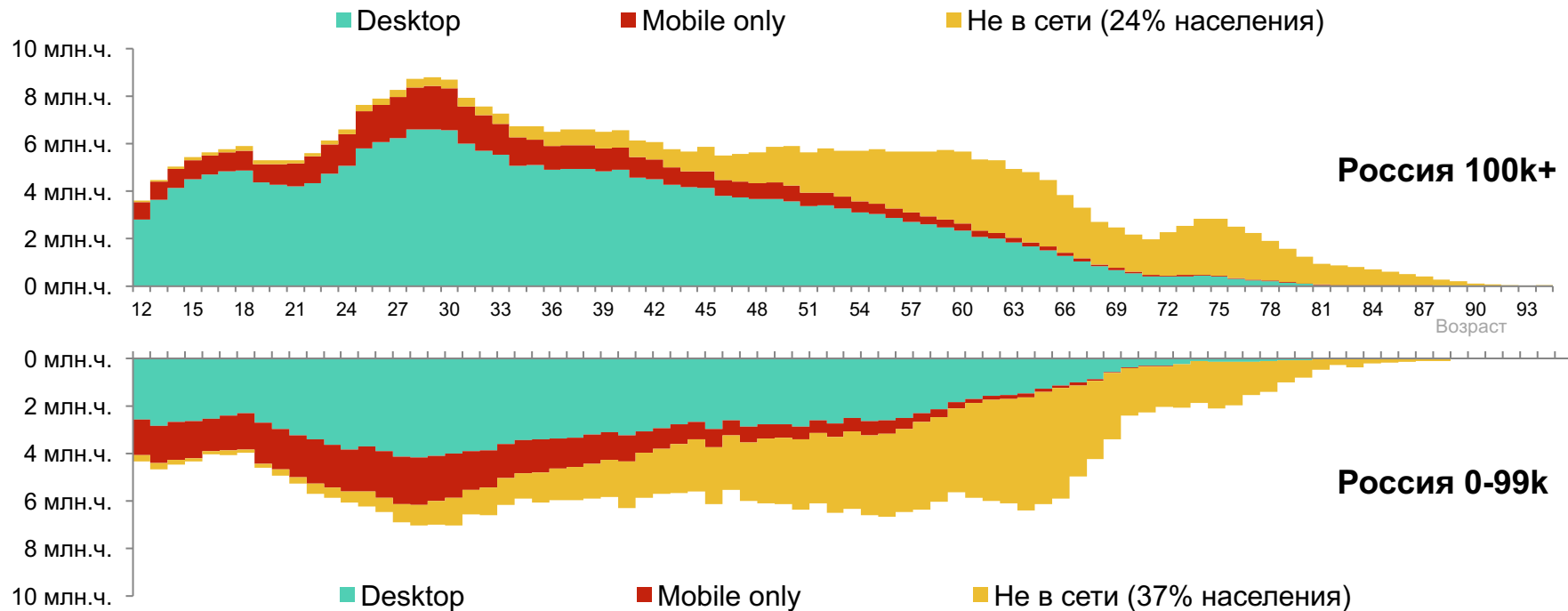


Клиентская конференция: Москва, 20 декабря 2016

Население России 100k+ в 2016

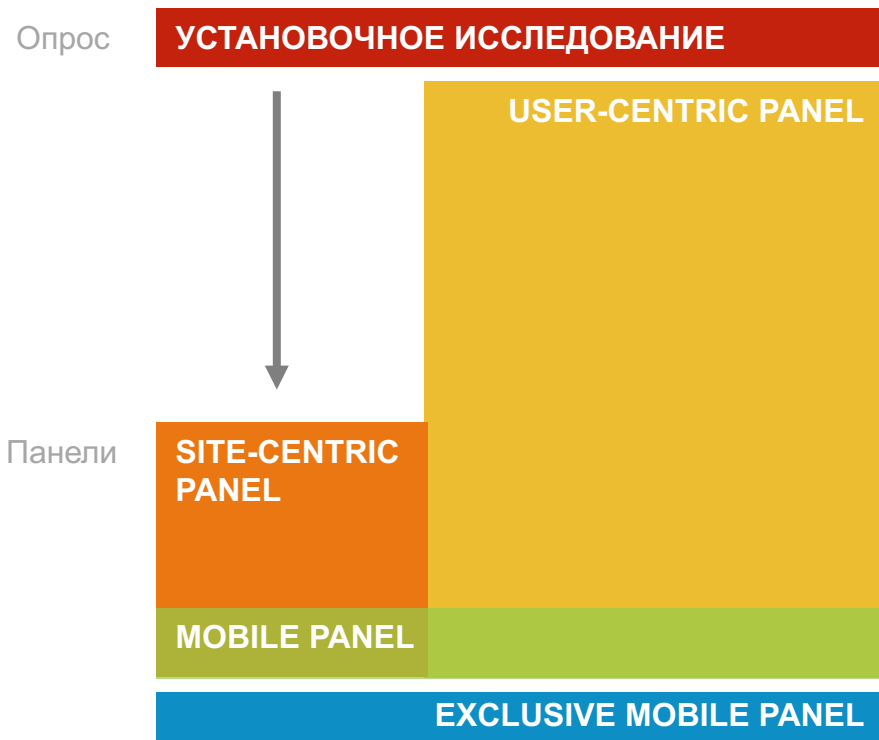


Население 0-99k vs. 100k+ в 2016



Пользователи, которые участвуют в проектах

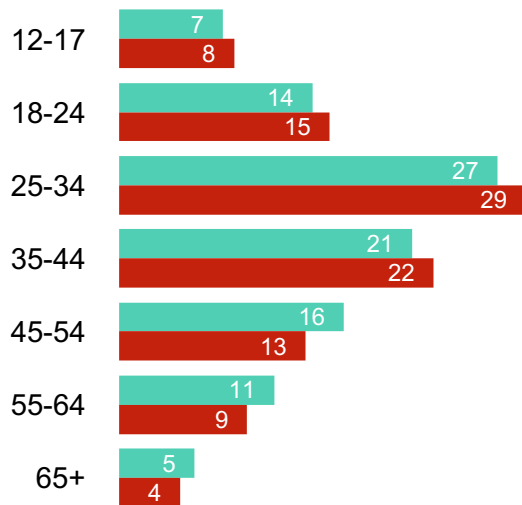
- ▶ **Панели**
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ Отчетность



Клиентская конференция: Москва, 20 декабря 2016

Установочное исследование – качественный источник для рекрутирования панелистов

Возраст, %



■ Интернет-пользователи (УИ)

Материальное положение семьи, %



■ Согласились на участие в панели

Установочное исследование – качественный источник для рекрутирования панелистов

30%

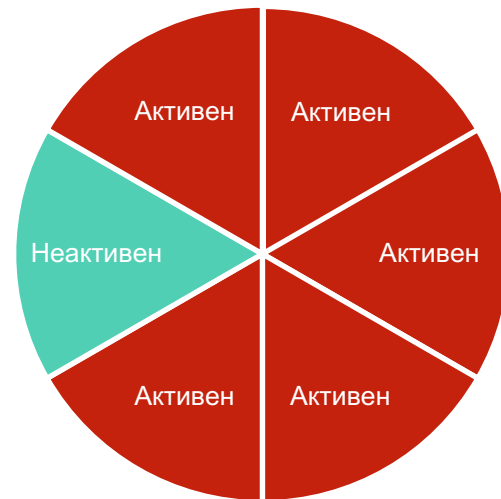
site-centric панелистов с зарегистрированными рабочими компьютерами

60%

site-centric панелистов с несколькими десктопными устройствами

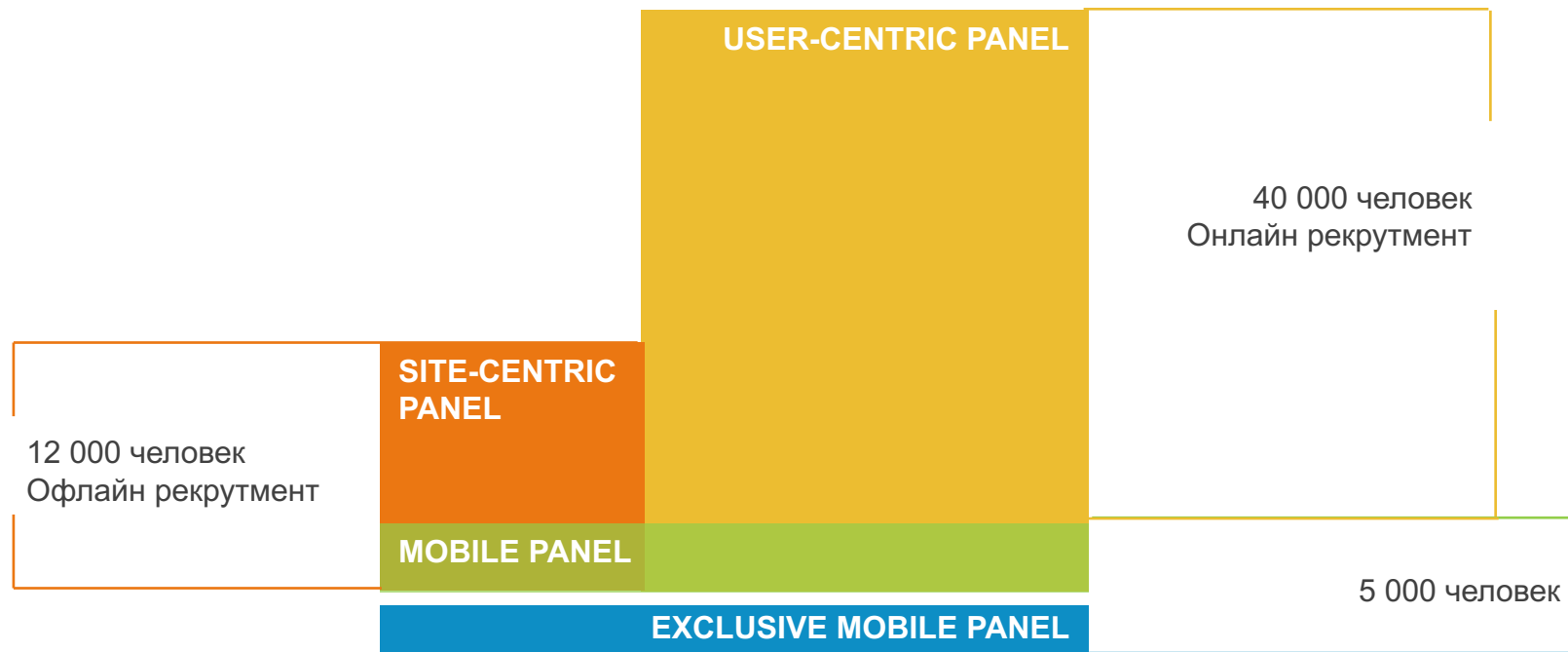
80%

site-centric панелистов участвуют в исследовании больше 3 лет, в течение которых отдыхают суммарно в среднем 0,5 года



Пользователи, которые участвуют в проектах

- ▶ Панели
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ Отчетность



Клиентская конференция: Москва, 20 декабря 2016

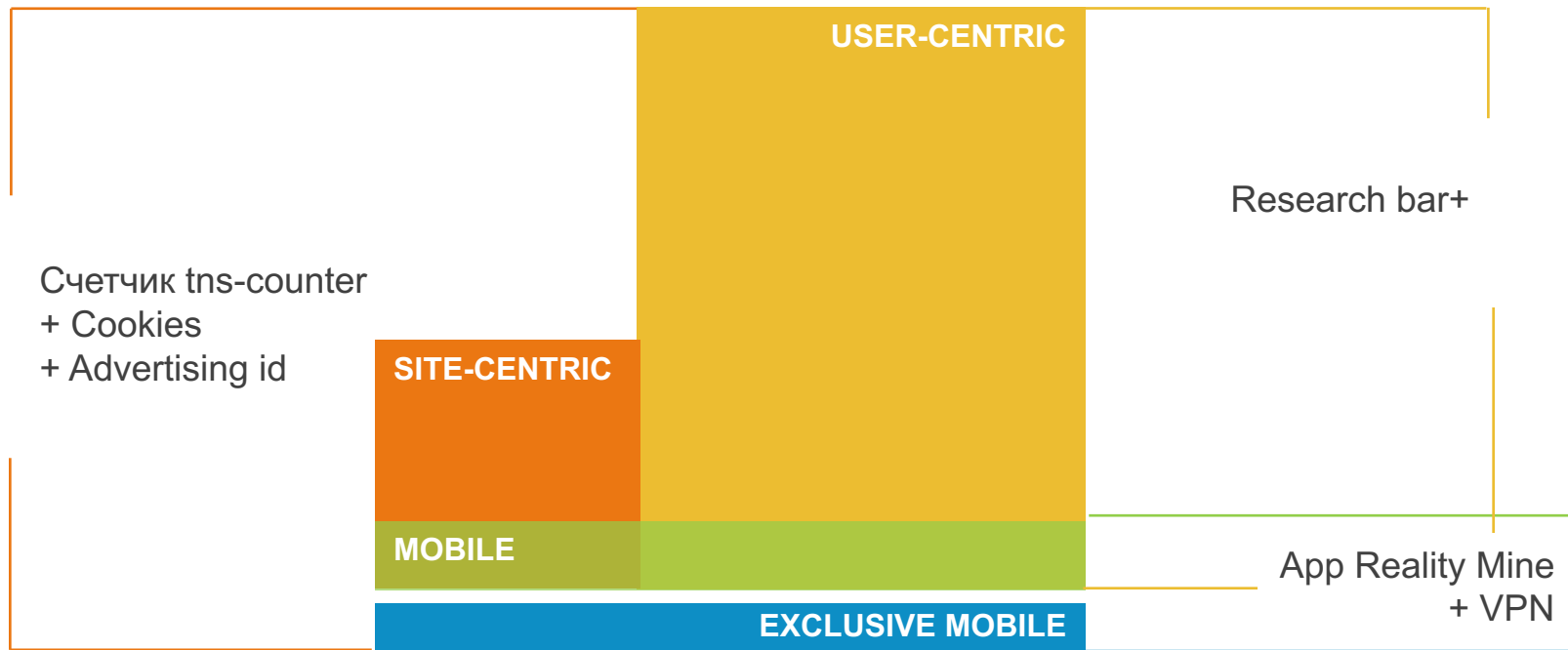
2

Как мы это делаем: Технологии

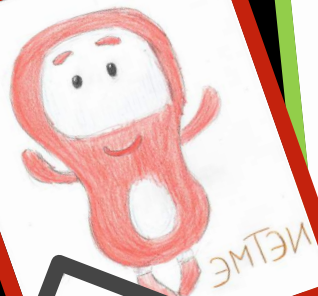


Технологии, применяемые на панелях

- ▶ Панели
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ Отчетность



Клиентская конференция: Москва, 20 декабря 2016



ЭМТЭН



МАЛИТН М



М ТЭН

КУКА



РИСЕЧБАР



РИСЕЧБАР



УР-ЭН



КУКА

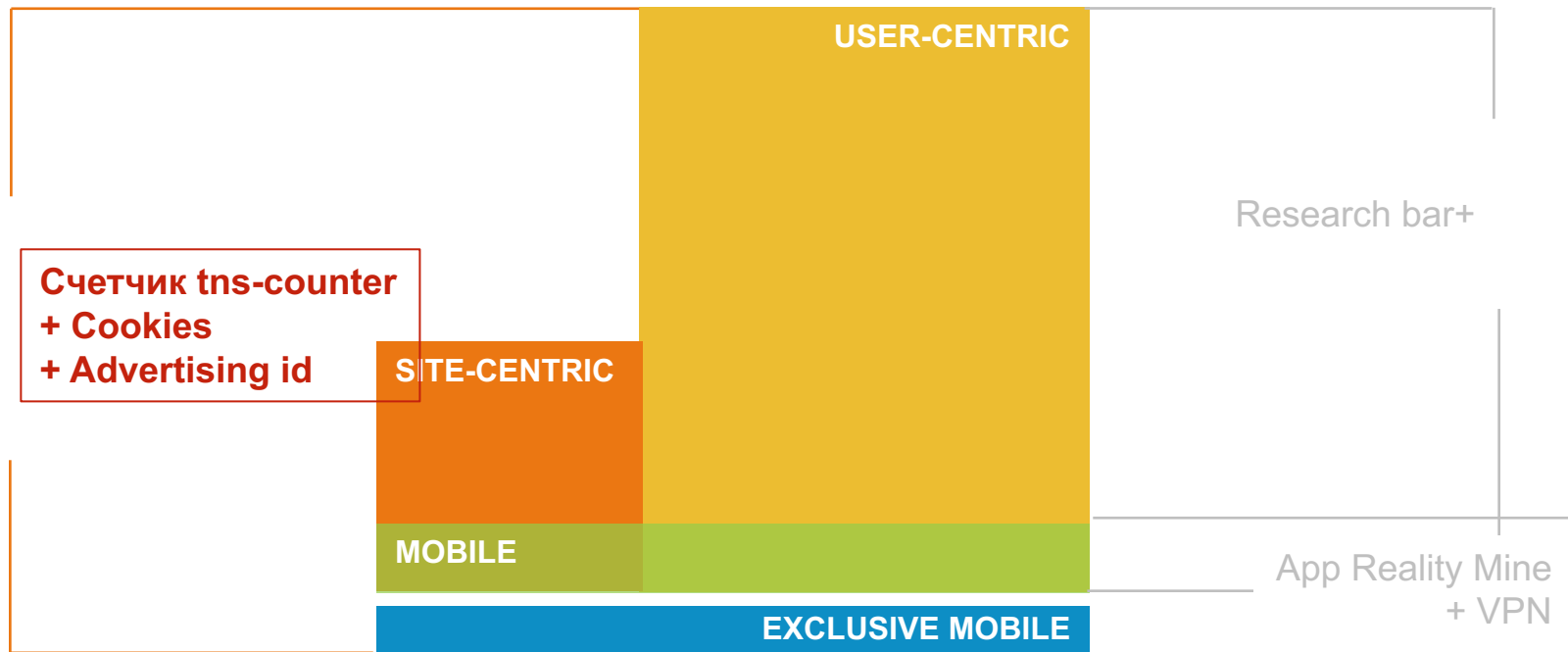


Box for garbage

КАУНТЕР

Технологии, применяемые на панелях

- ▶ Панели
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ Отчетность



Клиентская конференция: Москва, 20 декабря 2016

Как это работает: Счетчик tns-counter

- ▶ Панели
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ Отчетность

Крупнейший счетчик Рунета

Кластер вычислительных серверов, расположенный в нескольких датацентрах

За сутки:

6 млрд запросов

1,5 Тб данных

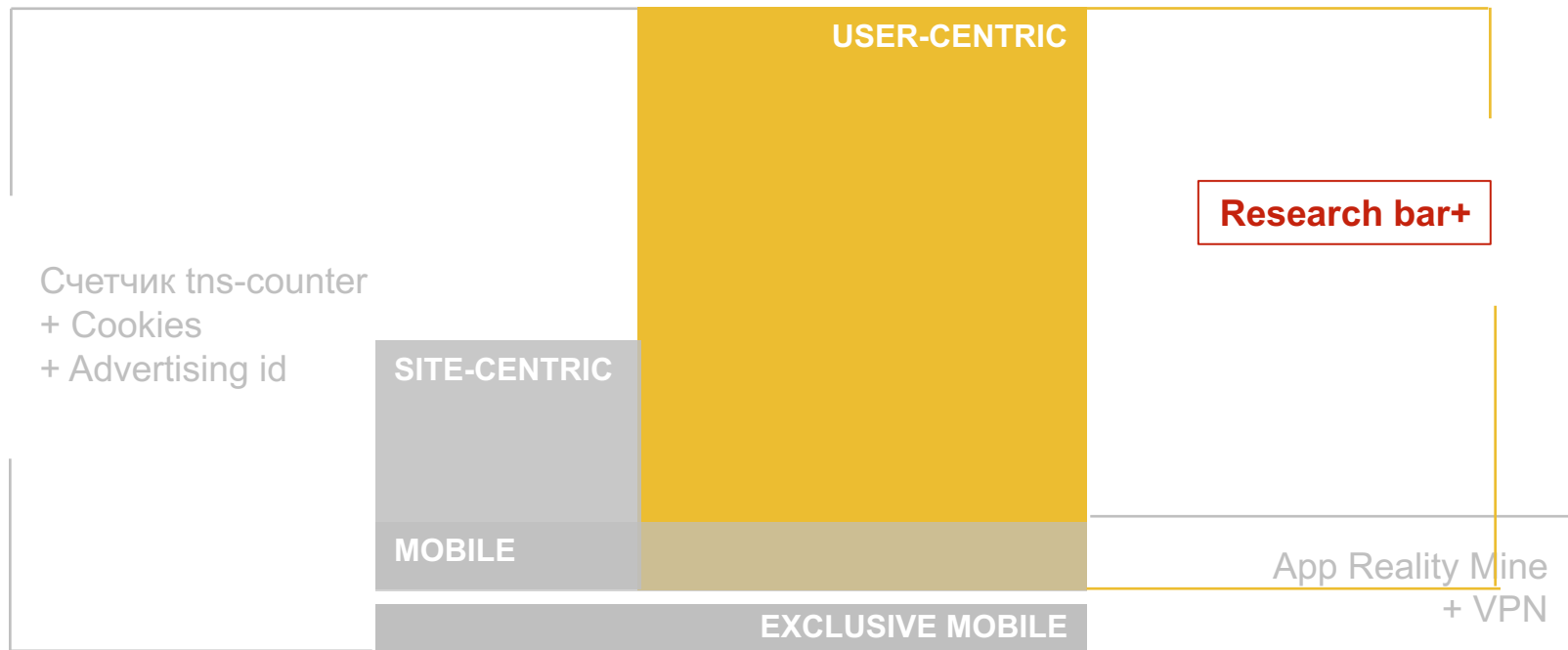
1 761 854 858 уников за месяц (1,76 млрд, Карл!), из них

1 187 214 821 из России



Технологии, применяемые на панелях

- ▶ Панели
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ Отчетность



Клиентская конференция: Москва, 20 декабря 2016

Как это работает: Research bar

- ▶ Панели
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ Отчетность

Плагин к браузеру

Мониторит активность панелиста:

- Поведенческие параметры
 - Url страницы в браузере
 - Глубина прокрутки
 - Область видимости
 - Активность вкладок браузера, интервалы просмотра
- Наличие adblock
- Обо всех объектах на странице
 - Размер
 - Позиция
 - Видимость
 - Прочие атрибуты DOM

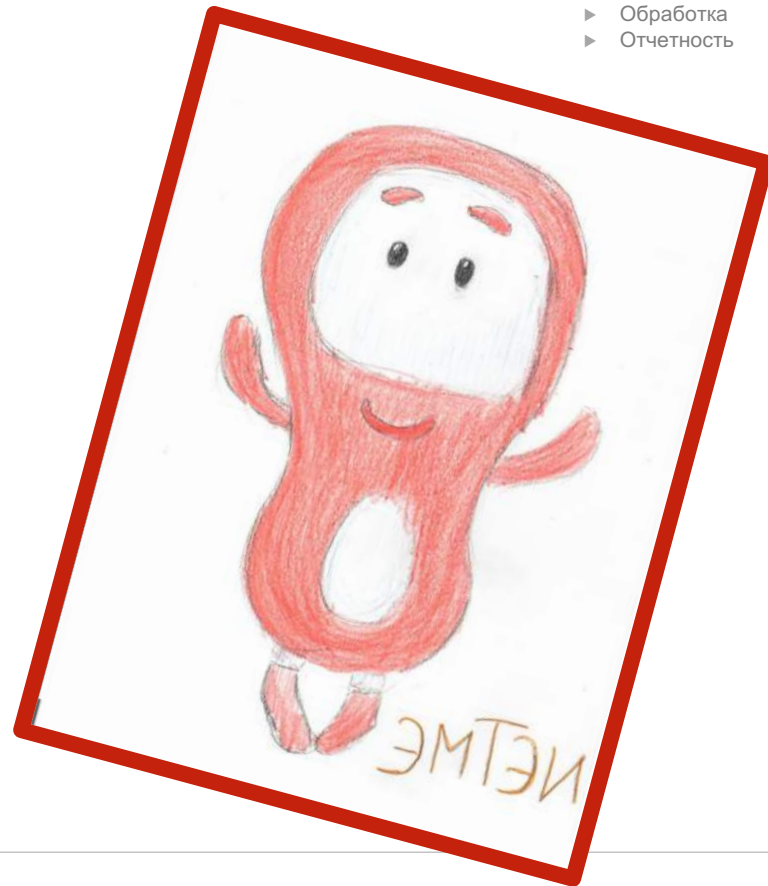


Как это работает: MTI

- ▶ Панели
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ Отчетность

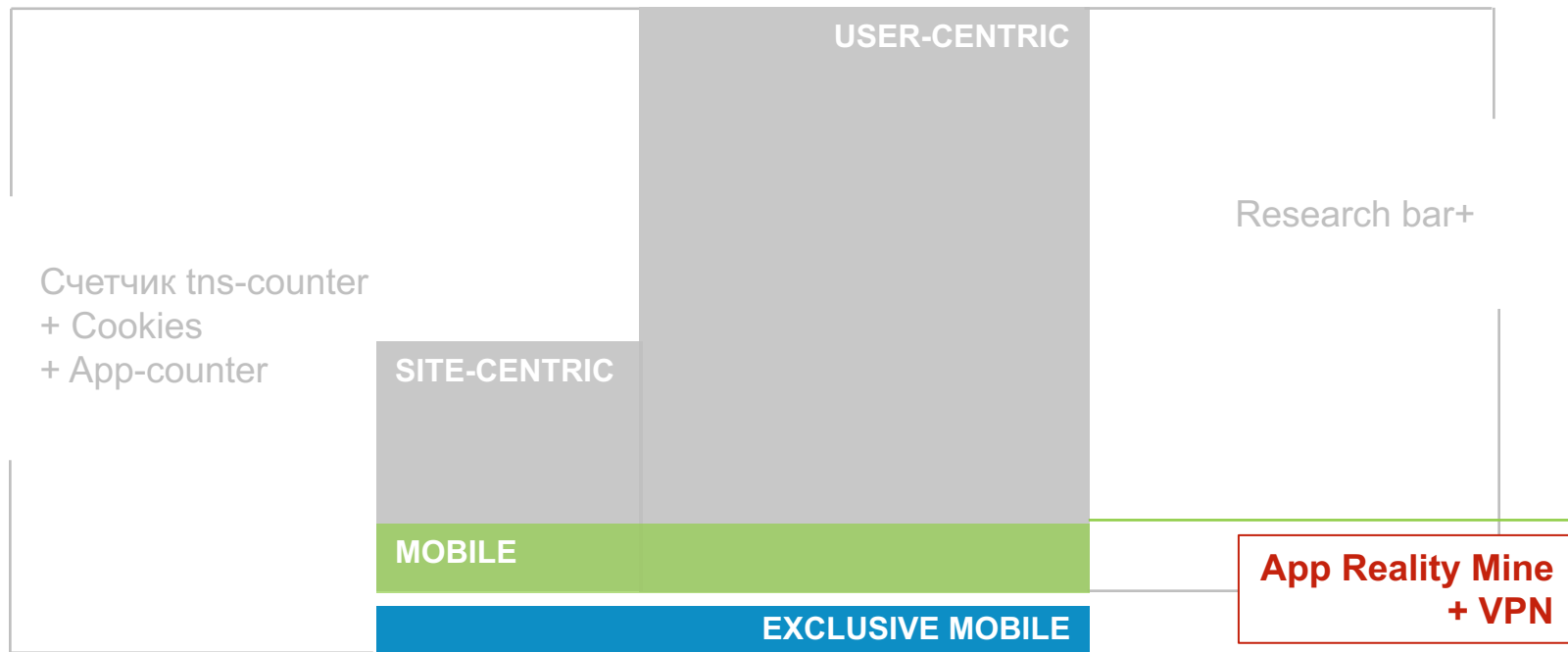
MTI (модуль траффика интернета) дополняет данные RB данными о сетевом траффике

- Плееры
 - Определение площадки
 - Определение размещения (embed)
 - Длительность просмотра
 - События (play, pause, seek)
- Все события в формате VAST
- Сбор хешей загруженных баннеров (любые форматы)



Технологии, применяемые на панелях

- ▶ Панели
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ Отчетность



Клиентская конференция: Москва, 20 декабря 2016

Как это работает: RealityMine

- ▶ Панели
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ Отчетность

RealityMine – международная компания, один из лидеров в области single-source, cross-media измерений с упором на мобайл

Реализует проекты в 14 странах, +8 стран в планах на 2017

Ежегодно 50 000+ респондентов, 144 000 000+ измеряемых событий

В мобайле поддерживает крупнейшие операционные системы – Android и iOS

Лауреат множества международных премий



Как это работает: VPN

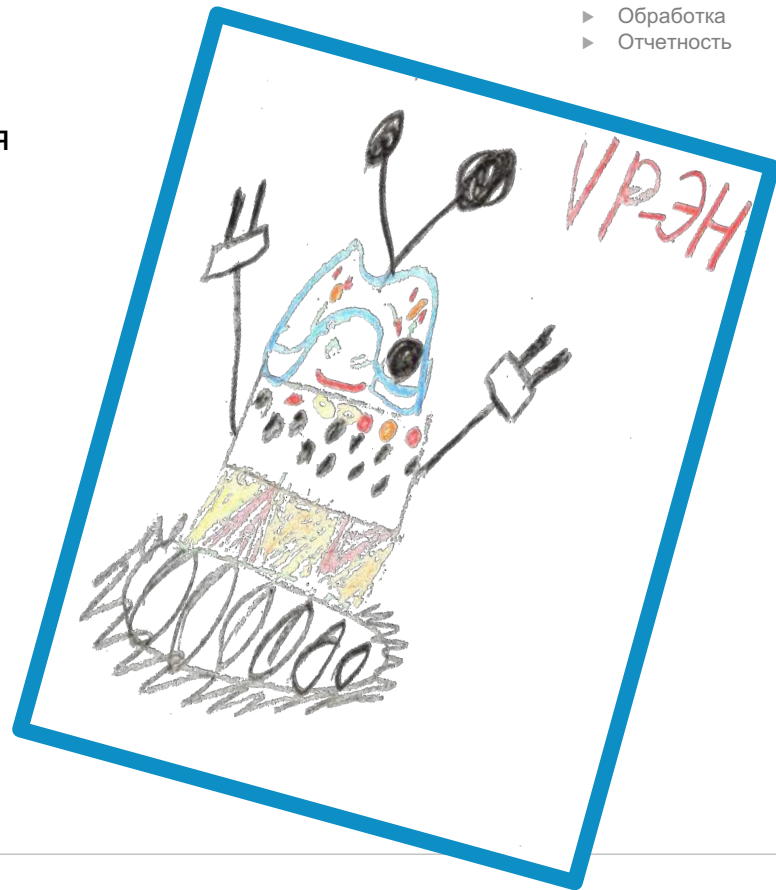
- ▶ Панели
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ Отчетность

VPN (Virtual Private Network) – технология, обеспечивающая сетевое соединение поверх другой сети

Использование VPN меняет IP адрес устройства – его геолокацию. Поэтому в каждом городе мы ставим отдельный сервер с местными IP

2016 – 34 сервера в городах 700k+

2017 – более 100 серверов на города 100k+



3

Как мы это делаем: Обработка



Fusion данных

- ▶ Панели
- ▶ Технологии
- ▶ **Обработка**
- ▶ Отчетность

SITE-CENTRIC PANEL

Шаг 3

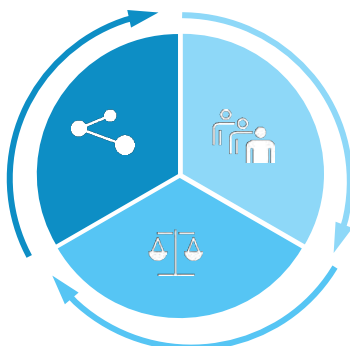
Приписывание активности на сайтах без счетчиков TNS от панелистов UCP



USER-CENTRIC PANEL

Шаг 3

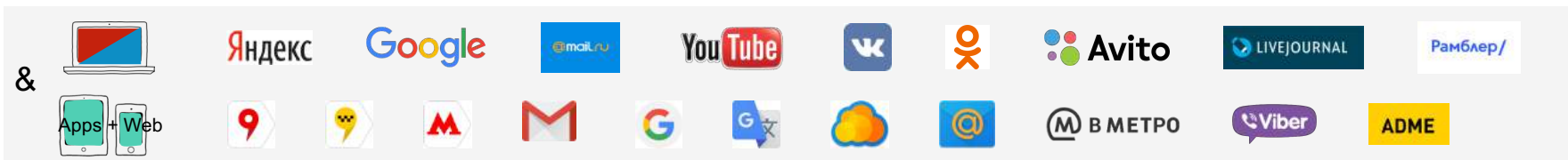
Нахождение пар в SCP



MOBILE/excl. MOBILE PANEL

Шаг 3

Приписывание мобильной активности десктопным панелистам, пользующимся мобильным интернетом



Клиентская конференция: Москва, 20 декабря 2016

...И ВОТ ЧТО
ПОЛУЧАЕТСЯ



УНИКИ НЕ ЛЮДИ

Cookie каждого десктопного браузера

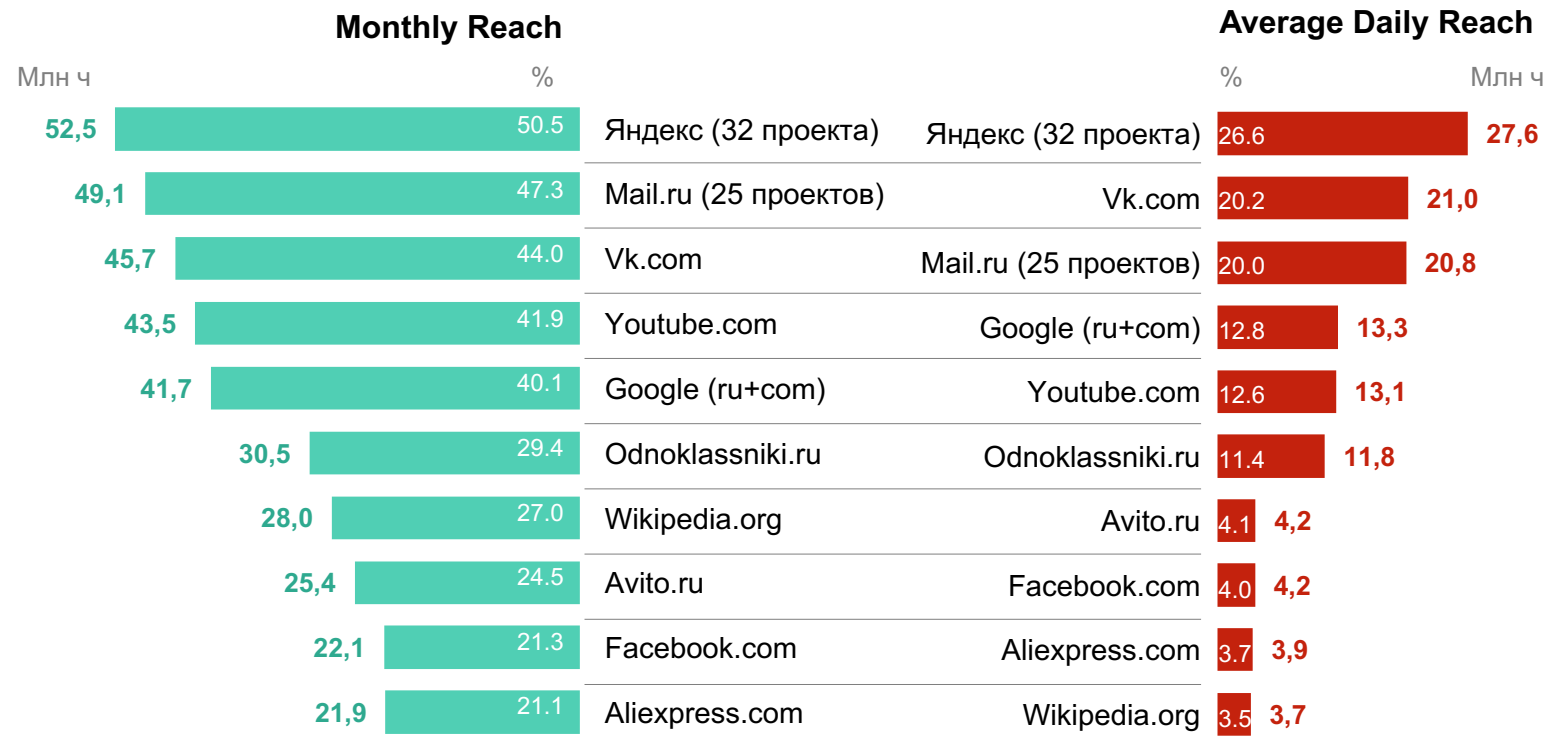
Cookie мобильного браузера

На **1** человека в месяц приходится
около **12** уникальных посетителей

На десктопные устройства приходится
порядка **7**

Крупнейшие ресурсы: desktop, Россия 0+

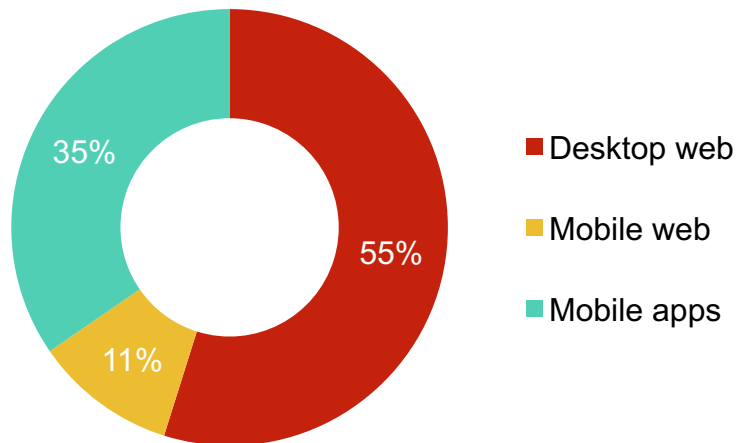
Россия 0+, 12-64, Октябрь 2016, млн. человек, % от населения



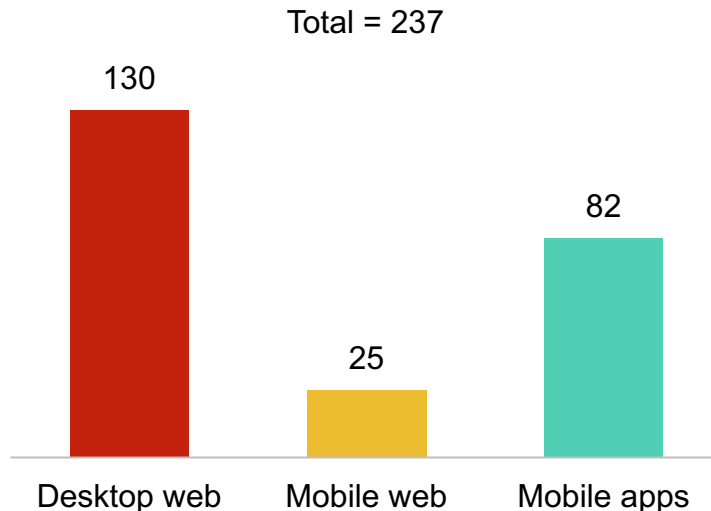
Распределение времени в течение дня

Россия 700 000+, 12-64, Октябрь 2016, 100% = пользователи

Average Daily Duration, %

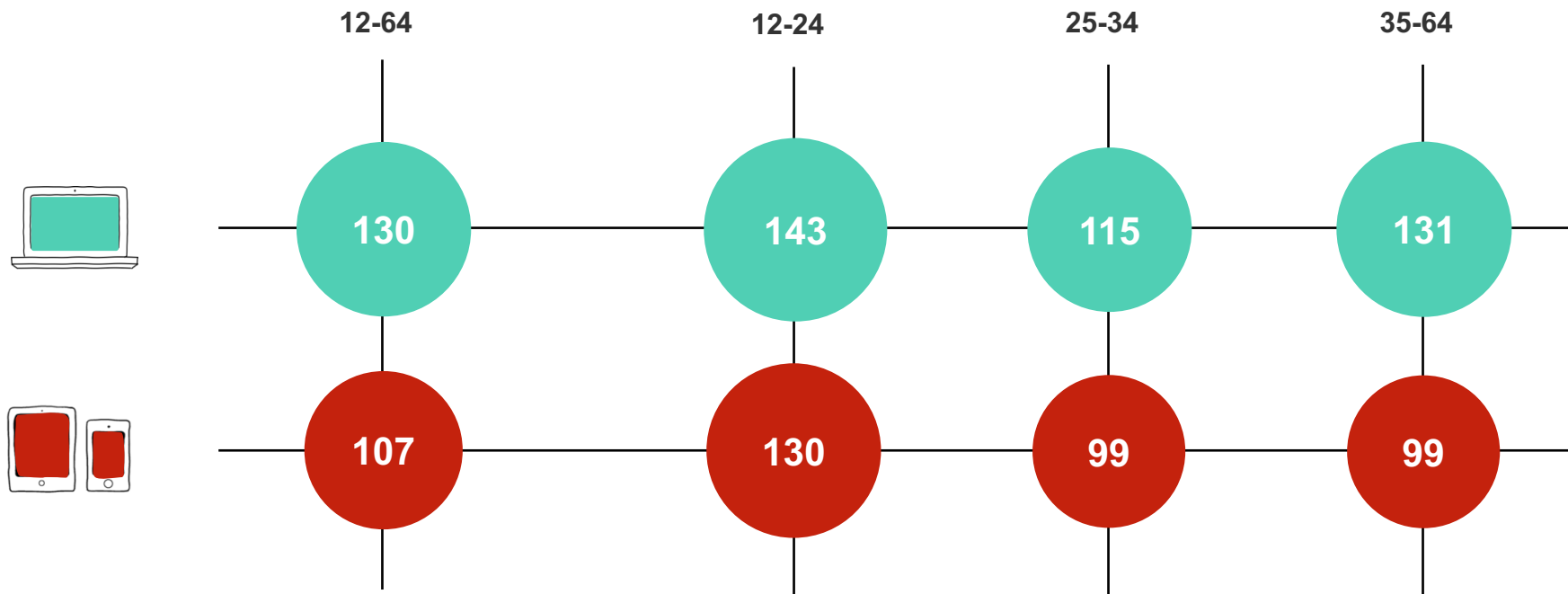


Average Daily Duration, мин



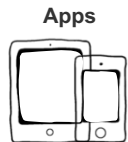
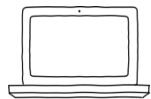
Время в интернете

Россия 700k+, среднее время в сети на пользователя (минут в сутки)



На что уходит время в Интернете

Россия 700k+, 100%=время в десктопном/мобильном Интернете за месяц, топ3



Соцсети

Видео

Музыка

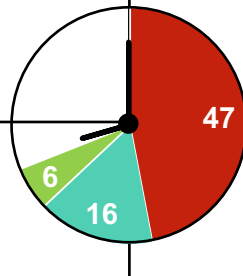
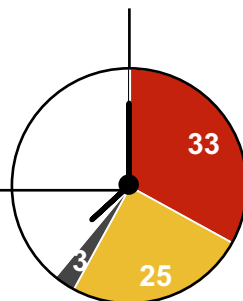
Почта

Браузеры

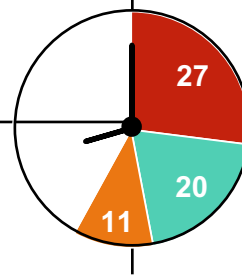
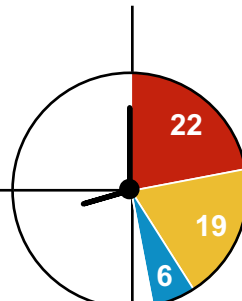
Игры

Messengers

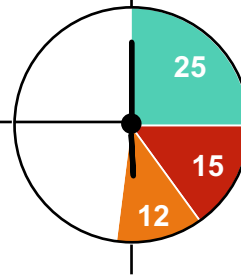
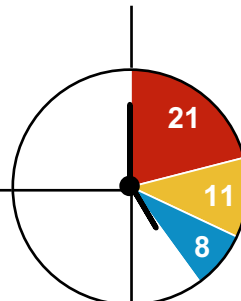
12-24



25-34

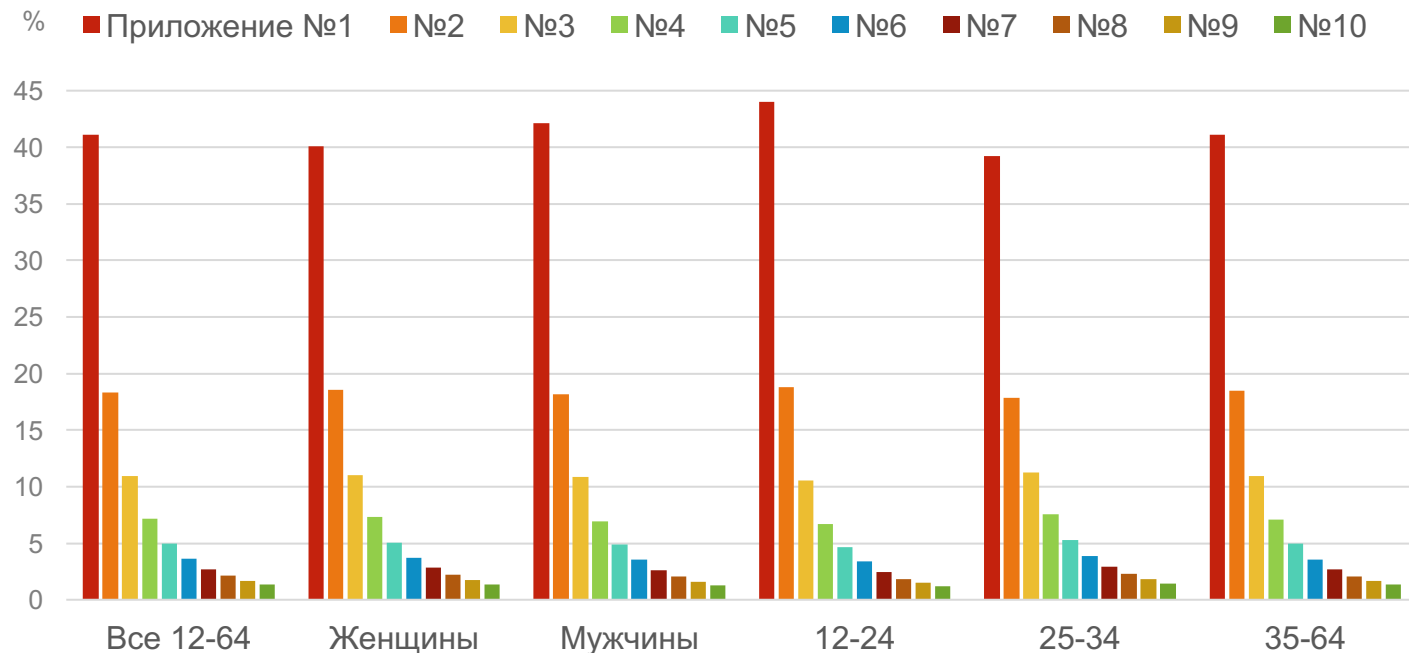


35-64



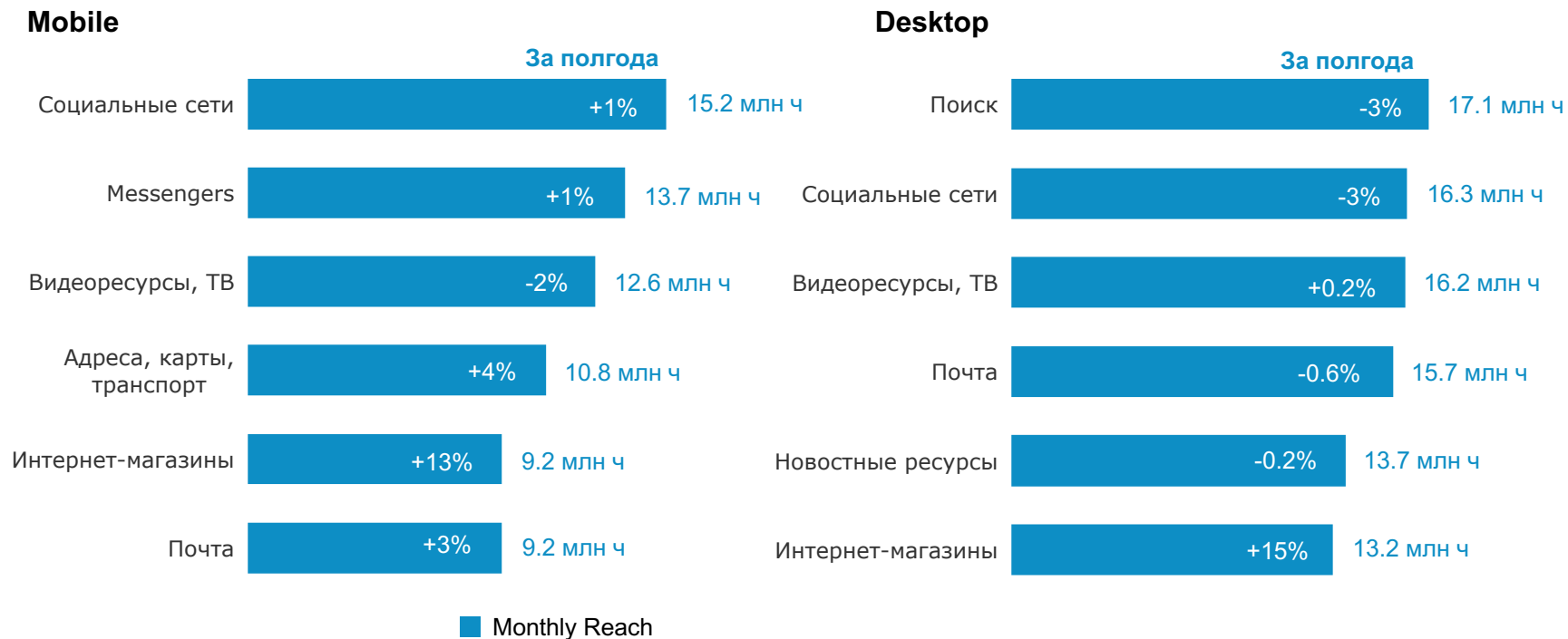
На самое любимое приложение тратят 40-45% времени

Россия 700k+, 12-64, Октябрь 2016, 100%=время пользователя на мобильных устройствах за месяц



Крупнейшие тематики

Россия 700k+, 12-64, Октябрь 2016, Monthly Reach, млн. человек

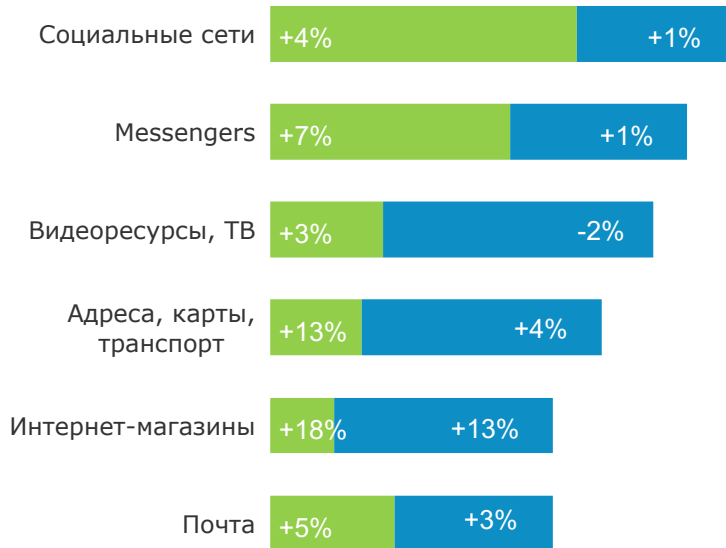


Крупнейшие тематики

Россия 700k+, 12-64, Октябрь 2016, Monthly Reach, Daily reach, млн. человек

Mobile

За полгода



Desktop

За полгода

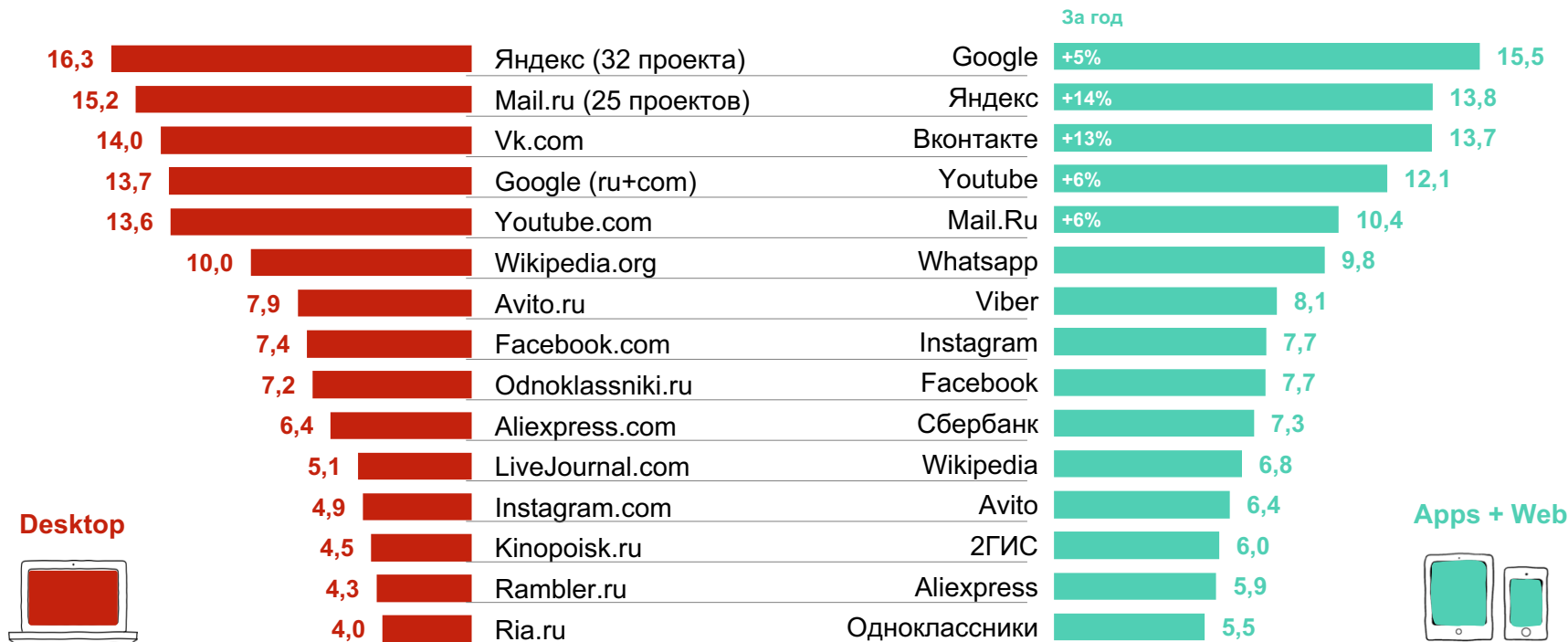


Monthly Reach

Average Daily Reach

Крупнейшие ресурсы: desktop vs. mobile

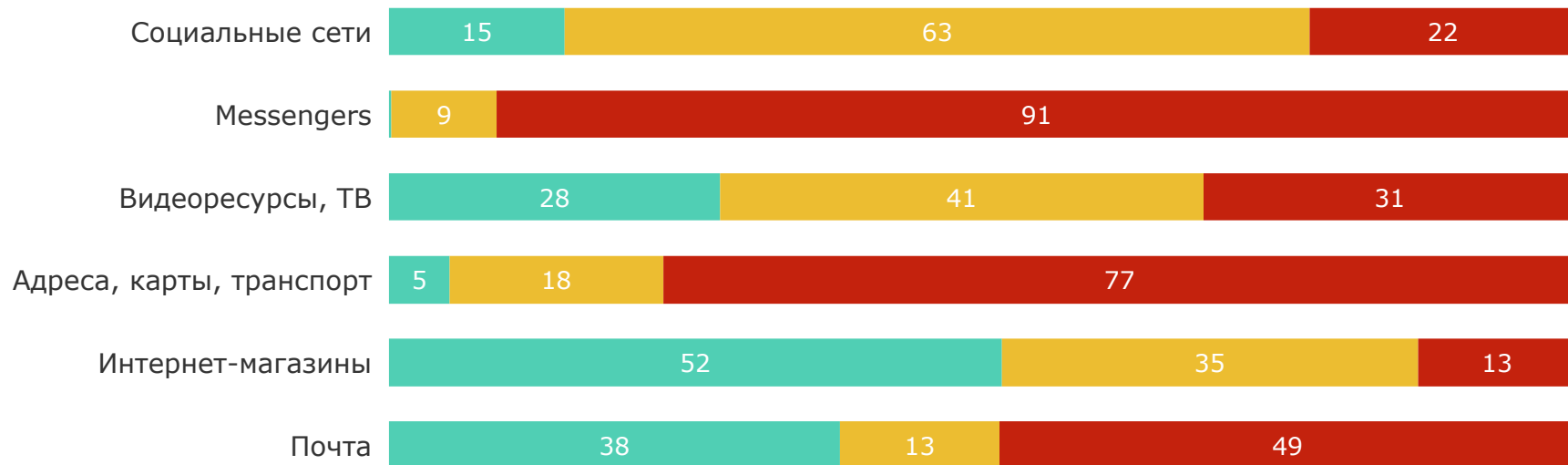
Россия 700k+, 12-64, Октябрь 2016, Monthly Reach, млн. человек



Крупнейшие тематики: mobile

Россия 700k+, 12-64, Октябрь 2016, Monthly Reach, млн. человек

■ Только браузеры ■ И то, и другое ■ Только приложения



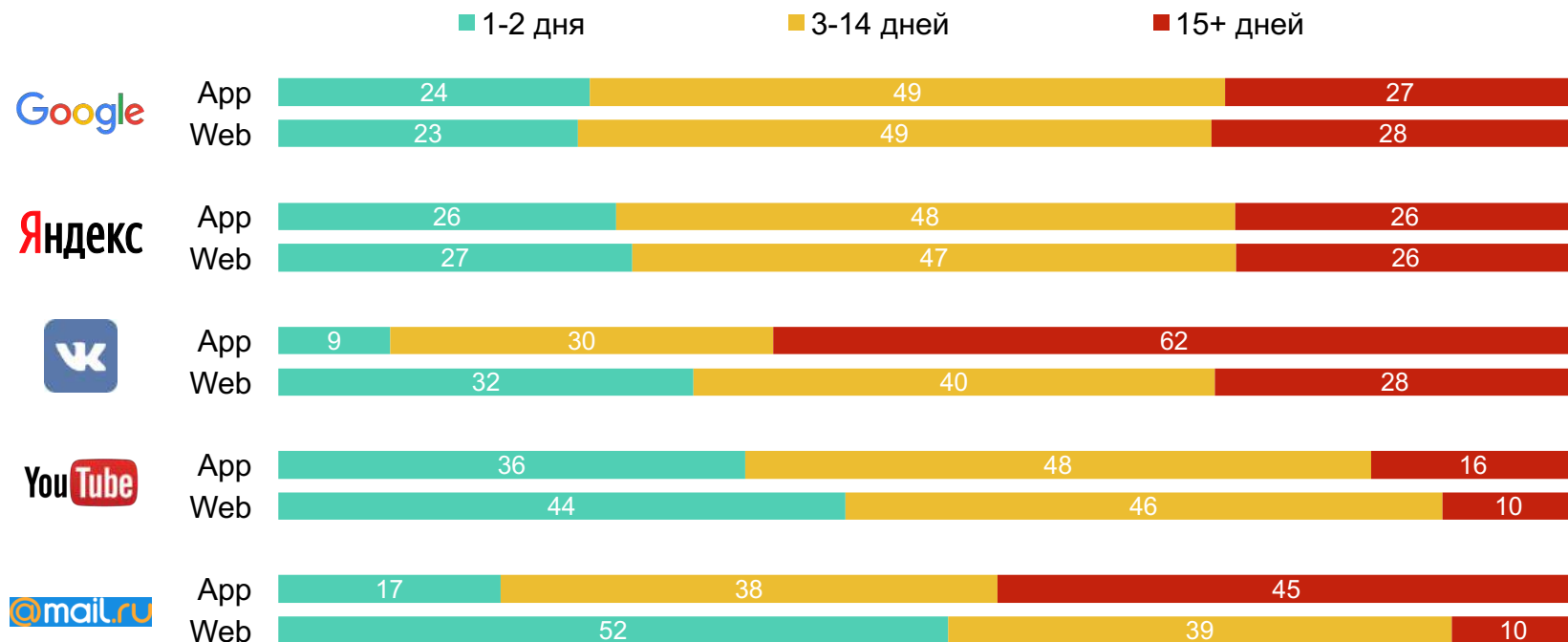
Топ внутри мобильных ресурсов: приложения vs. веб

Россия 700k+, 12-64, Октябрь 2016, Monthly Reach, млн. человек



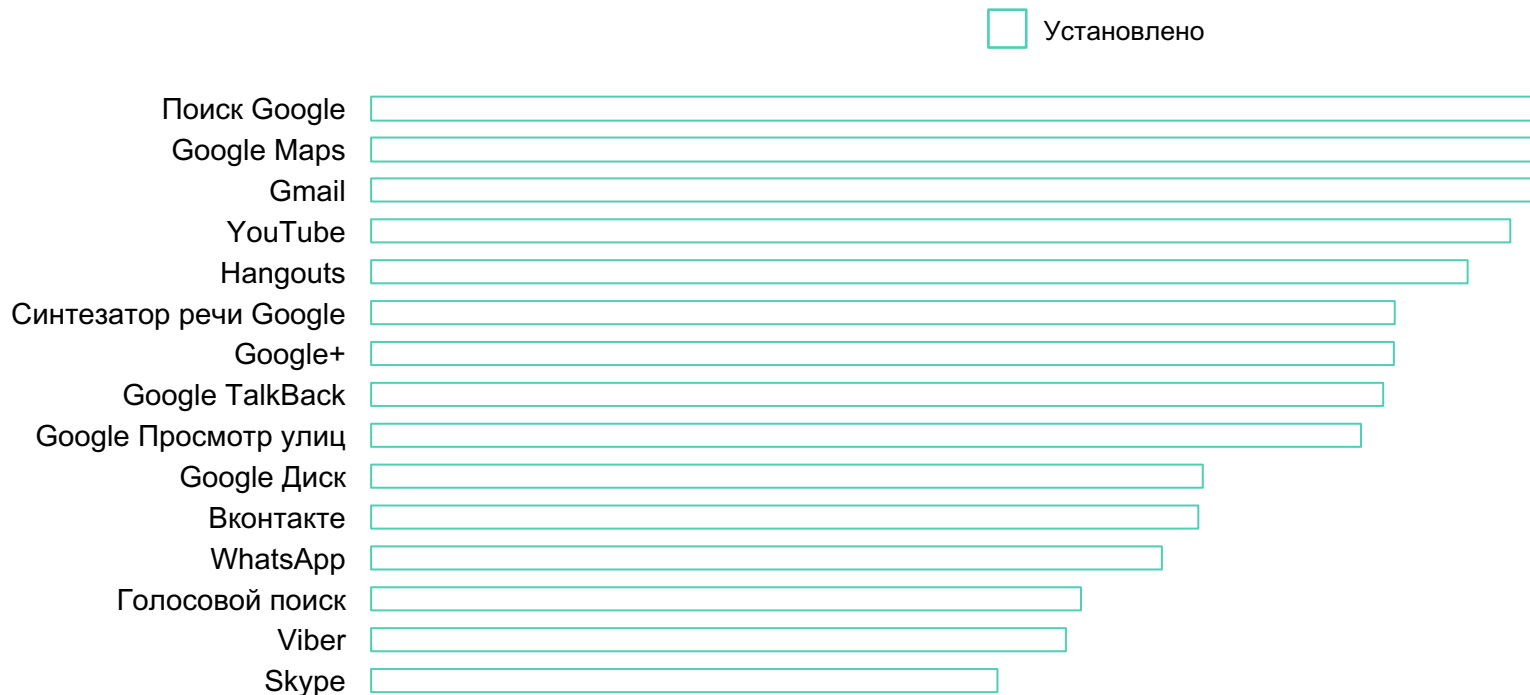
Активность мобильных пользователей: Apps vs. Web

Россия 700k+, 12-64, Август 2016, % от Monthly Reach



Крупнейшие установленные приложения

Россия 700k+, 12-64, Октябрь 2016, Monthly Reach



Крупнейшие установленные приложения

Россия 700k+, 12-64, Октябрь 2016, Monthly Reach



Клиентская конференция: Москва, 20 декабря 2016

Mail.ru Group, desktop+mobile

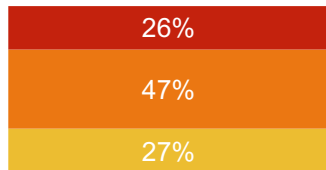
Россия 700k+, 12-64, Октябрь 2016, Monthly Reach, Average Daily Reach



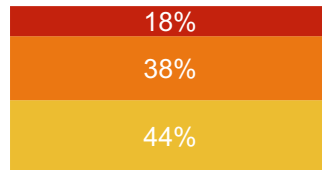
Monthly Reach

18.9 млн.ч.

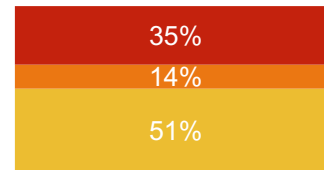
- Mobile only
- Cross
- Desktop only



18.5 млн.ч.



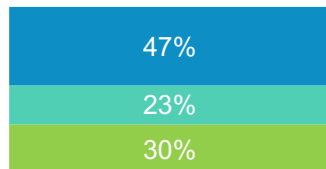
11.1 млн.ч.



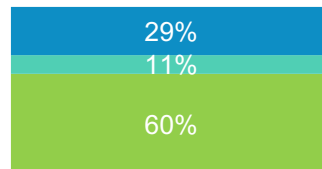
Daily Reach

12.0 млн.ч.

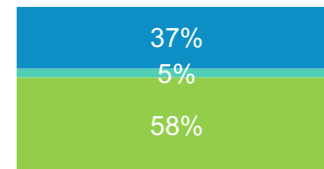
- Mobile only
- Cross
- Desktop only



9.0 млн.ч.



3.8 млн.ч.



Яндекс, desktop+mobile

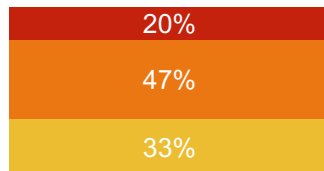
Россия 700k+, 12-64, Октябрь 2016, Monthly Reach, Average Daily Reach



Monthly Reach

20.3 млн.ч.

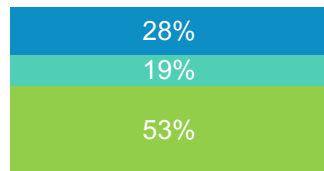
- Mobile only
- Cross
- Desktop only



Daily Reach

12.0 млн.ч.

- Mobile only
- Cross
- Desktop only



Google & Youtube, desktop+mobile

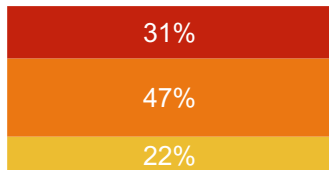
Россия 700k+, 12-64, Октябрь 2016, Monthly Reach, Average Daily Reach

Google

Monthly Reach

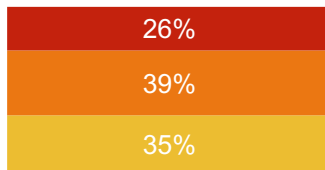
19.9 млн.ч.

- Mobile only
- Cross
- Desktop only



You Tube

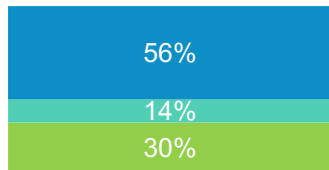
18.5 млн.ч.



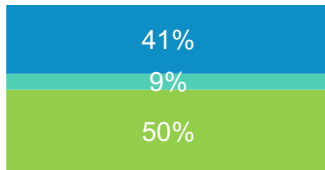
Daily Reach

10.1 млн.ч.

- Mobile only
- Cross
- Desktop only

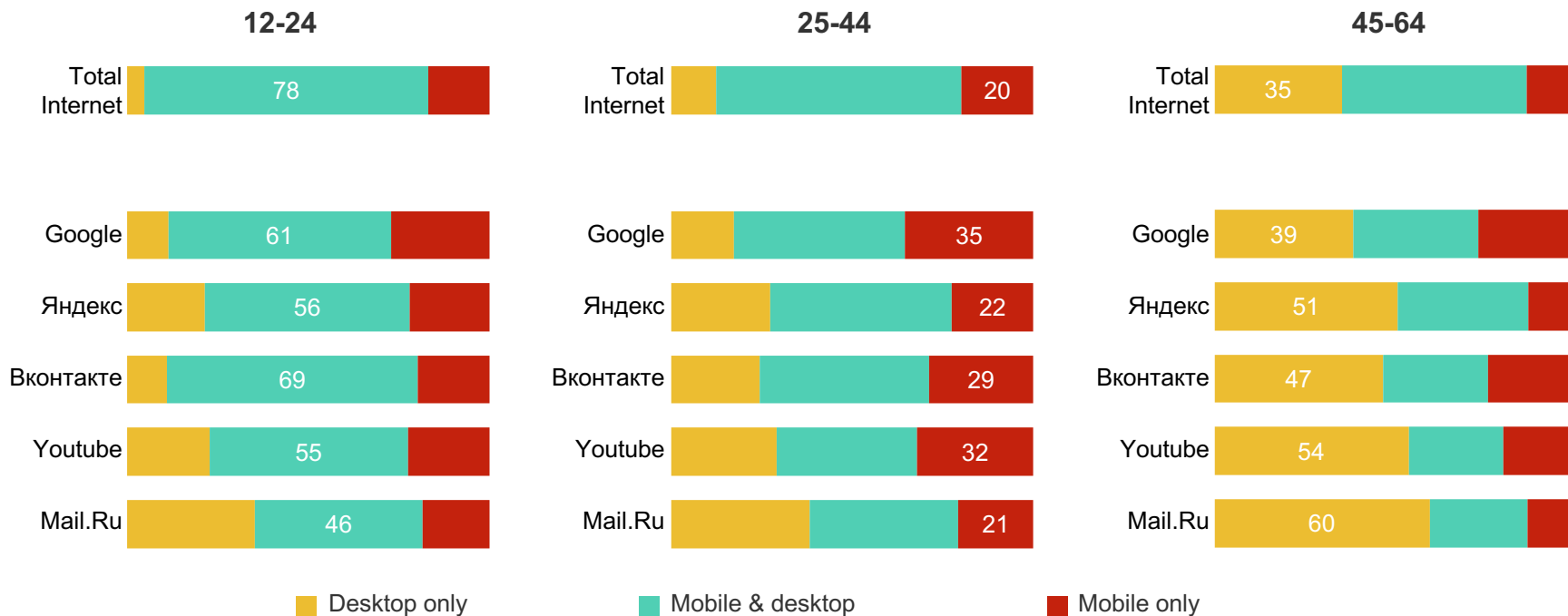


6.9 млн.ч.



Крупнейшие ресурсы Mobile

Россия 700k+, Октябрь 2016, % от Monthly Reach



4

Как мы это делаем: Отчетность



Форма предоставления данных

- ▶ Панели
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ **Отчетность**

Desktop Apps + Web



Ежемесячные отчеты

Информирование рынка об основных тенденциях, изменениях аудиторий сайтов

Десктоп: выходит ежемесячно 20-ого числа месяца, следующего за отчетным

Мобайл: добавлен с сентября 2016. Выходит ежемесячно, через 30 дней после окончания месяца

Desktop Apps + Web



ПО iStar

Возможность глубокого анализа объема и структуры аудитории сайтов

Десктоп: данные обновляются еженедельно в пятницу за предыдущую неделю

ПО iStar-2: Возможность cross анализа аудитории Десктоп+Мобайл, 700k+

Десктоп+Мобайл: Данные обновляются ежемесячно, через 30 дней после окончания месяца

Desktop



ПО Atelier Internet

Планирование рекламных кампаний в Интернет, десктоп

Данные предоставляется ежемесячно

Desktop



API

Возможность загрузки данных с помощью робота. Доступен пользовательский интерфейс

Десктоп

ПРОФИЛЬ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

КАК ДЕЛАЕМ И ЧТО ПОЛУЧАЕТСЯ

Что можно проверить в вашей рекламной кампании



ОХВАТ

Сколько людей увидели рекламу

ПРОФИЛЬ

Кто эти люди: пол, возраст, род занятий, доход, образование, семейное положение

ТАРГЕТИНГ

Насколько хорошо работал

КРОСС

Пересечение аудитории кампании интернет и ТВ

СРАВНЕНИЕ

Как выглядит аудитория в сравнении с другими медиа

Автоматизированный процесс заведения кампании

1. Инструмент для работы с рекламной кампанией <https://tns-adcampaigns.ru/>

- ▷ Создание счетчиков для РК с автоподгрузкой в iStar
- ▷ Выбор рекламодателя из каталога Media Intelligence
- ▷ Возможность изменять атрибуты кампании
- ▷ Отслеживание старта РК

2. На стороне баннерной крутилки

Данные по рекламным кампаниям

- ▶ Панели
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ **Отчетность**

	Россия 100k+	Россия 0-99k+
Desktop 	Еженедельная поставка данных (iStar) + iStar Prefact на следующий день после завершения недели	ТЕСТ Reach в формате xls
Apps + Web 	ТЕСТ Счетчик для измерения РК в приложениях	

Все - только для тегированных кампаний

Форма предоставления данных по аудитории РК

- ▶ Панели
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ **Отчетность**

Desktop



ПО iStar-префакт

Возможность анализа аудиторных данных по РК

Данные обновляются еженедельно **в понедельник** за предыдущую неделю

Desktop

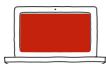


ПО iStar

Возможность анализа аудиторных данных по РК

Данные обновляются еженедельно в пятницу за предыдущую неделю

Desktop



Дашборд

Высокая скорость работы. Графическое представление

Данные обновляются еженедельно в понедельник

Desktop

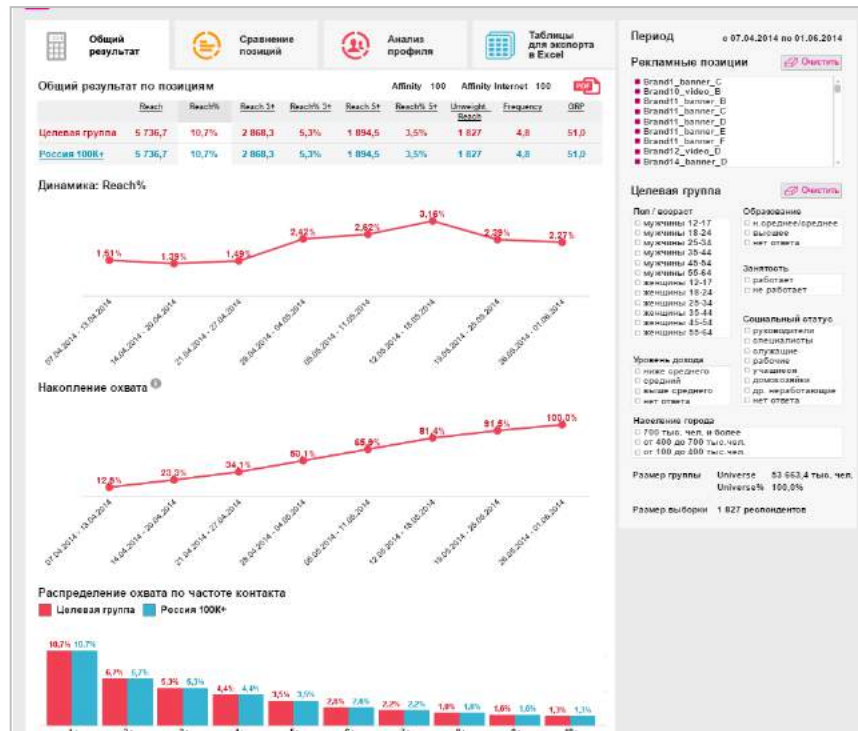


Данные по запросу

Данные счетчика, доля мобильных показов, доля аудитории в России 0-99k

Дашборд: удобно, быстро, красиво

- ▶ Панели
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ Отчетность



Автоматическое обновление

Простой интерфейс

Готовые отчеты
XLS, PDF

Клиентская конференция: Москва, 20 декабря 2016

МОНИТОРИНГ ИНТЕРНЕТА

КАК ДЕЛАЕМ И ЧТО ПОЛУЧАЕТСЯ

Он не такой, как все

100 000
ВЫХОДОВ В ДЕНЬ

Или 4 000 выходов в час - количество выходов креативов. Без выходных. Без праздников. Без перерыва на обед

Он не такой, как все

5 000 000

файлов в месяц

Обработанных картинок, флешек или видео

Он не такой, как все

4 400 000
скриншотов в месяц

Подтверждение рекламы на конкретной странице

Он не такой, как все

55 000
кампаний в месяц

Описанных рекламных кампаний

Он не такой, как все

250 баннерных сетей

В месяц. У каждой индивидуальные настройки

Текущий статус: что измеряем

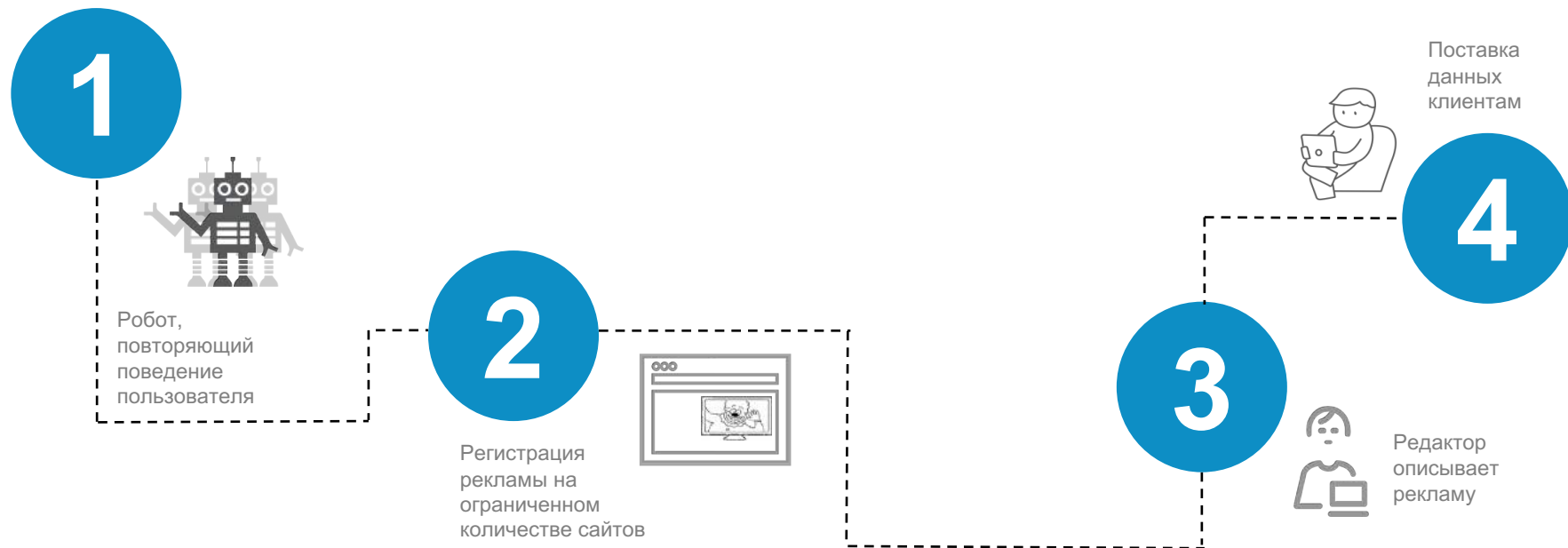
МЕДИЙНАЯ РЕКЛАМА, в т.ч. OUT-STREAM

1. Формат
2. Позиция на странице
3. Способ показа
4. Landing page
5. Таргетинг
Пол, возраст, география

СПЕЦПРОЕКТЫ

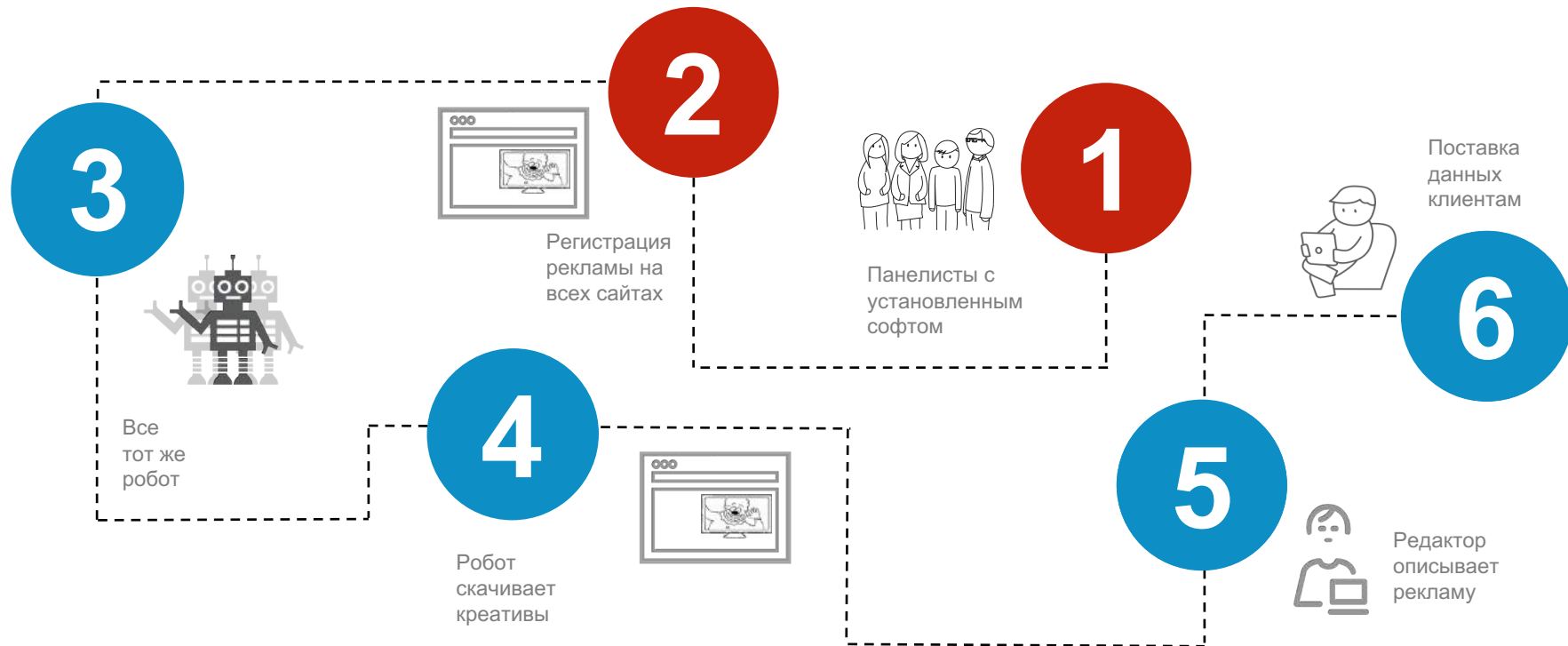
Факт выхода
Креативы

Схема мониторинга



Клиентская конференция: Москва, 20 декабря 2016

Новая, дополненная схема мониторинга



Клиентская конференция: Москва, 20 декабря 2016

Развитие мониторинга



ПАНЕЛИСТЫ

Реальное поведение пользователя в сети (авторизация, таргетинги, покупки...)

Без ограничения

Все виды роллов

Возможны

Невозможен

Минимизация трафика

Живые люди

ПОВЕДЕНИЕ

ГЕОТАРГЕТИНГ

ВИДЕО

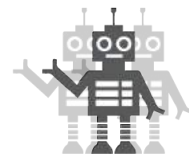
АУДИТОРНЫЕ ДАННЫЕ

СБОР КРЕАТИВОВ

ОБЪЕМ ДАННЫХ

БЛОКИРОВКА

РОБОТЫ



Имитация (авторизация только на выбранных сайтах)

Ограниченный список городов

Только пре-роллы

Невозможны

Возможен

Не ограничен

Возможность вычислить робота

Текущий статус: что измеряем

МЕДИЙНАЯ РЕКЛАМА, в т.ч. OUT-STREAM



ВИДЕО РЕКЛАМА: НОВЫЕ АТТРИБУТЫ

1. Формат

2. Позиция на странице

3. Способ показа

4. Landing page

5. Таргетинг

Пол, возраст, география

1. Skip

Возможность пропуска рекламного ролика пользователем

2. Duration

Длина рекламного ролика в секундах

3. Advertisement adsystem

Рекламный сервер

4. Player

Платформа, через которую осуществлялся показ ролика

5. Visible URL

Url-адрес страницы для перехода на сайт рекламодателя, который указывается поверх рекламного ролика

6. TV Clip ID

ID телевизионного рекламного ролика идентичного интернет-ролику по звуку, видеоряду и длительности

СПЕЦПРОЕКТЫ

Форма предоставления данных мониторинга

- ▶ Панели
- ▶ Технологии
- ▶ Обработка
- ▶ **Отчетность**

Баннеры Видео



Оперативное оповещение

Автоматическое оповещение о факте выхода нового креатива

Баннеры Видео



ПО Palomars AdEx

Информация о размещении рекламодателей в Интернете

Факт наличия рекламы по дням - еженедельно по пятницам за предыдущую неделю

Возможность просмотра креативов

Баннеры Видео



ПО i-Creative

Возможность анализа креативов (+ скриншоты для спецпроектов) в Интернете

Еженедельно по пятницам за предыдущую неделю

Баннеры Видео



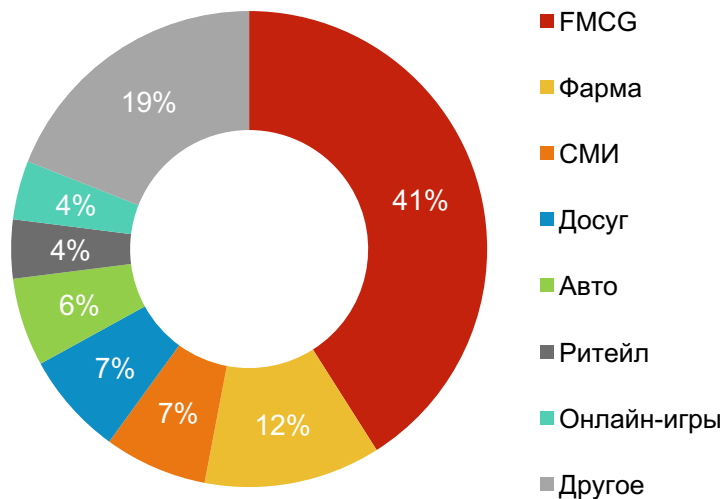
Отчет

Предоставление данных в электронном или печатном виде

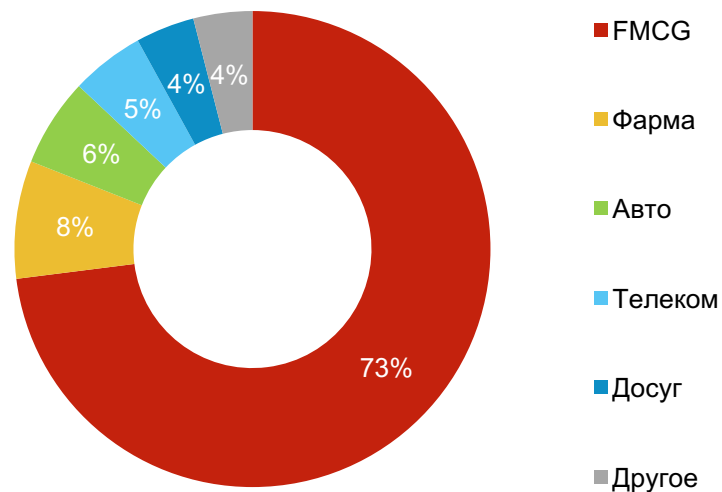
Доли товарных категорий в видеорекламе

Сентябрь 2016

In-stream



Out-stream



Доли товарных категорий в видео-рекламе

Изменение, сентябрь 2016 к марту 2016

In-stream

Категория	Доля, Сент 2016	Изменение, п.п.
FMCG	41	-9
Фарма	12	-11
СМИ	7	+2

Out-stream

Категория	Доля, Сент 2016	Изменение, п.п.
FMCG	73	-3
Фарма	8	-1
Авто	6	+1

Какую рекламу чаще всего показывали в сентябре

Desktop, сентябрь 2016, Россия, 12-64, видеореклама, топ-3 в каждой целевой группе

IN-STREAM ВИДЕО-РЕКЛАМА, ТОП-3

OUT-STREAM ВИДЕО-РЕКЛАМА, ТОП-3

М 12-17	 Билайн®					
М 18-24			 Билайн®			
М 25-34						
М 35-44						
М 45-54						
Ж 12-17						
Ж 18-24						
Ж 25-34						
Ж 35-44						
Ж 45-54						

Видеореклама, топ-10 рекламодателей в сентябре

IN-STREAM

1	PROCTER & GAMBLE
2	MON'DELEZ INTERNATIONAL
3	NESTLE
4	WARGAMING.NET
5	L'OREAL
6	WALT DISNEY
7	SANDOZ FARMA
8	PEPSI CO
9	RECKITT BENCKISER
10	VISA INTERNATIONAL

OUT-STREAM

1	MARS-RUSSIA
2	DANONE
3	NESTLE
4	PROCTER & GAMBLE
5	RECKITT BENCKISER
6	COCA-COLA
7	HOCHLAND
8	MCDONALD'S
9	MON'DELEZ INTERNATIONAL
10	BERKSHIRE HATHAWAY

Видеореклама out-stream, топ-10 рекламодателей

Сентябрь (Апрель)

1 (1)	MARS-RUSSIA
2	DANONE
3 (2)	NESTLE
4 (3)	PROCTER & GAMBLE
5	RECKITT BENCKISER
6 (9)	COCA-COLA
7 (6)	HOCHLAND
8	MCDONALD'S
9	MON'DELEZ INTERNATIONAL
10	BERKSHIRE HATHAWAY

РАЗВИТИЕ ПРОЕКТА

ИСТОРИЯ И ПЛАНЫ

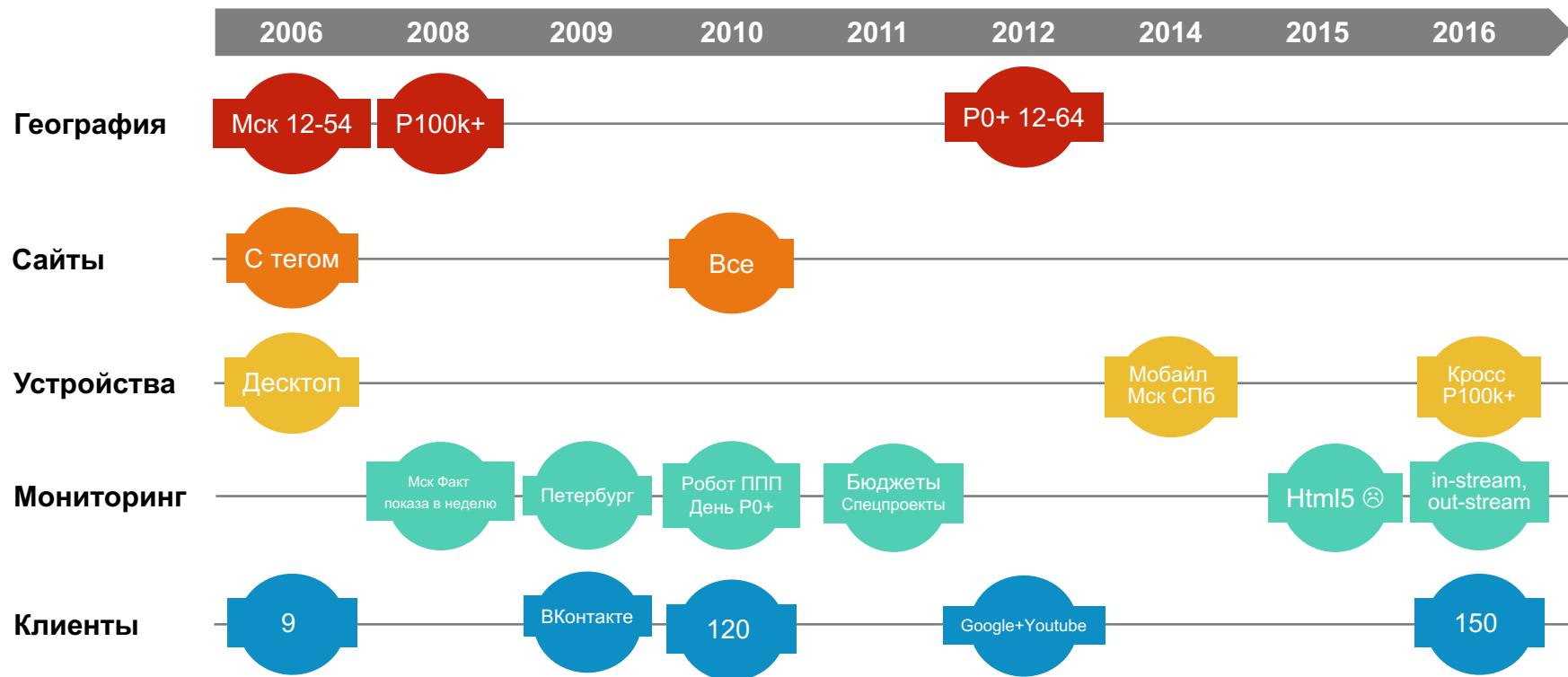
Некоторые вещи с возрастом становятся только лучше



10
web index



Проекту WEB-Index 10 лет



Клиентская конференция: Москва, 20 декабря 2016

TNS WEB INDEX: что дальше?

2016-2017 и ДАЛЕЕ

- МОБИЛЬНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ В РОССИИ 100K+
- POST-CAMPAIGN АНАЛИЗ МОБИЛЬНОЙ АУДИТОРИИ
- ИЗМЕРЕНИЕ АУДИТОРИИ ВИДЕО И МОНИТОРИНГ ВИДЕО РЕКЛАМЫ

Мобильное измерение в Р100k+: как мы это сделали

App-centric

1 Запустили рекрутирование в панель в городах 100-699k в середине 2016

2 1600 активных панелистов, про которых известен идентификатор мобильного устройства, + 3500 панелистов в городах 700k+

3 Рекрутирование среди десктопных панелистов + эксклюзивных мобильных

4 App-centric подход

5 Определили наших панелистов среди пользователей приложений Mail.ru Group, используя идентификатор мобильного устройства,

6 Получили охваты

Аудитория мобильных приложений Mail.ru

12-64, Сентябрь 2016, **Monthly Reach**, в млн. человек и в % от населения



Россия 700k+

10,6 млн ч

41,1%

Россия 700k+

4,4 млн ч

17,3%

Россия 700k+

3,0 млн ч

11,6%

Россия 100-699k

11,1 млн ч

39,9%

Россия 100-699k

5,1 млн ч

18,3%

Россия 100-699k

5,8 млн ч

20,9%

Россия 100k+

21,7 млн ч

40,5%

Россия 100k+

9,5 млн ч

17,8%

Россия 100k+

8,8 млн ч

16,4%

Приложения Mail.ru

12-64, Сентябрь 2016, **Monthly Reach**, в % от аудитории приложения, Σ по строке = 100%

%

■ Desktop only

■ Desktop + mobile

■ Mobile only

ВКонтакте



Mail.Ru Почта



Одноклассники



Desktop&Mobile apps аудитория Mail.ru в России 100k+

12-64, Сентябрь 2016, **Monthly Reach**, в млн. человек и в % от населения



Россия 700k+

17,6 млн ч	68,3%
------------	-------

Россия 700k+

13,4 млн ч	51,9%
------------	-------

Россия 700k+

9,0 млн ч	34,8%
-----------	-------

Россия 100-699k

18,2 млн ч	65,5%
------------	-------

Россия 100-699k

13,3 млн ч	47,9%
------------	-------

Россия 100-699k

12,7 млн ч	45,7%
------------	-------

Россия 100k+

35,8 млн ч	66,9%
------------	-------

Россия 100k+

26,7 млн ч	49,8%
------------	-------

Россия 100k+

21,7 млн ч	40,5%
------------	-------

Мобильное измерение в Р100k+: что будет дальше

User-centric

1

User-centric подход – перехват всего мобильного трафика с устройства панелиста

2

Установка VPN-серверов в 100+ городах 100-699k
ТАКОГО НИКТО НИКОГДА НЕ ДЕЛАЛ

3

После установки VPN серверов, сбор данных пойдет по аналогии с 700k+

4

Совокупная аудитория десктоп-мобайл (app+web)



Мобильное измерение в Р100k+: как мы это сделали

Сравнение app-centric и user-centric подхода

USER-CENTRIC

И приложения,
и мобильный веб

Все измерение происходит
на устройстве панелиста

Больше

Весь рынок



ПОВЕДЕНИЕ

ПОДХОД

**НАГРУЗКА НА
ПАНЕЛИСТА**

РЕСУРСЫ



APP-CENTRIC

Данные только по приложениям

Требует дополнительных действий
со стороны измеряемой площадки

Меньше

Ограниченный список ресурсов

Post-campaign анализ мобильной аудитории

2017 и ДАЛЕЕ

- ▶ Поставка данных по РК в мобильных приложениях в ПО iStar
- ▶ ТЕСТ: старт измерения РК в мобильном вебе
- ▶ Ежедневная поставка префакт данных

Измерение аудитории видео и мониторинг видео рекламы

2017 и ДАЛЕЕ

- ▶ Предоставление аудиторных данных по видео
 - ▷ Видео-плееры
 - ▷ Видео-реклама

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

ИНТЕРНЕТ КОНЧИЛСЯ, НАЧАЛСЯ ФУРШЕТ ☺