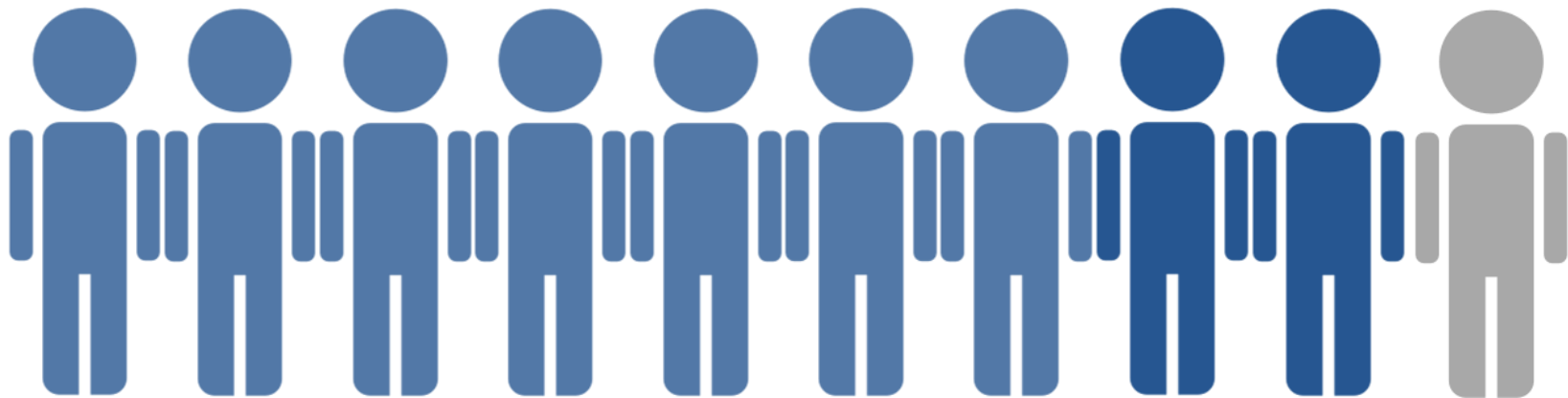




GAZPROM-MEDIA DIGITAL

9 из 10



российских пользователей Интернета смотрят он-лайн видео

Большой рост видео за 1 год!

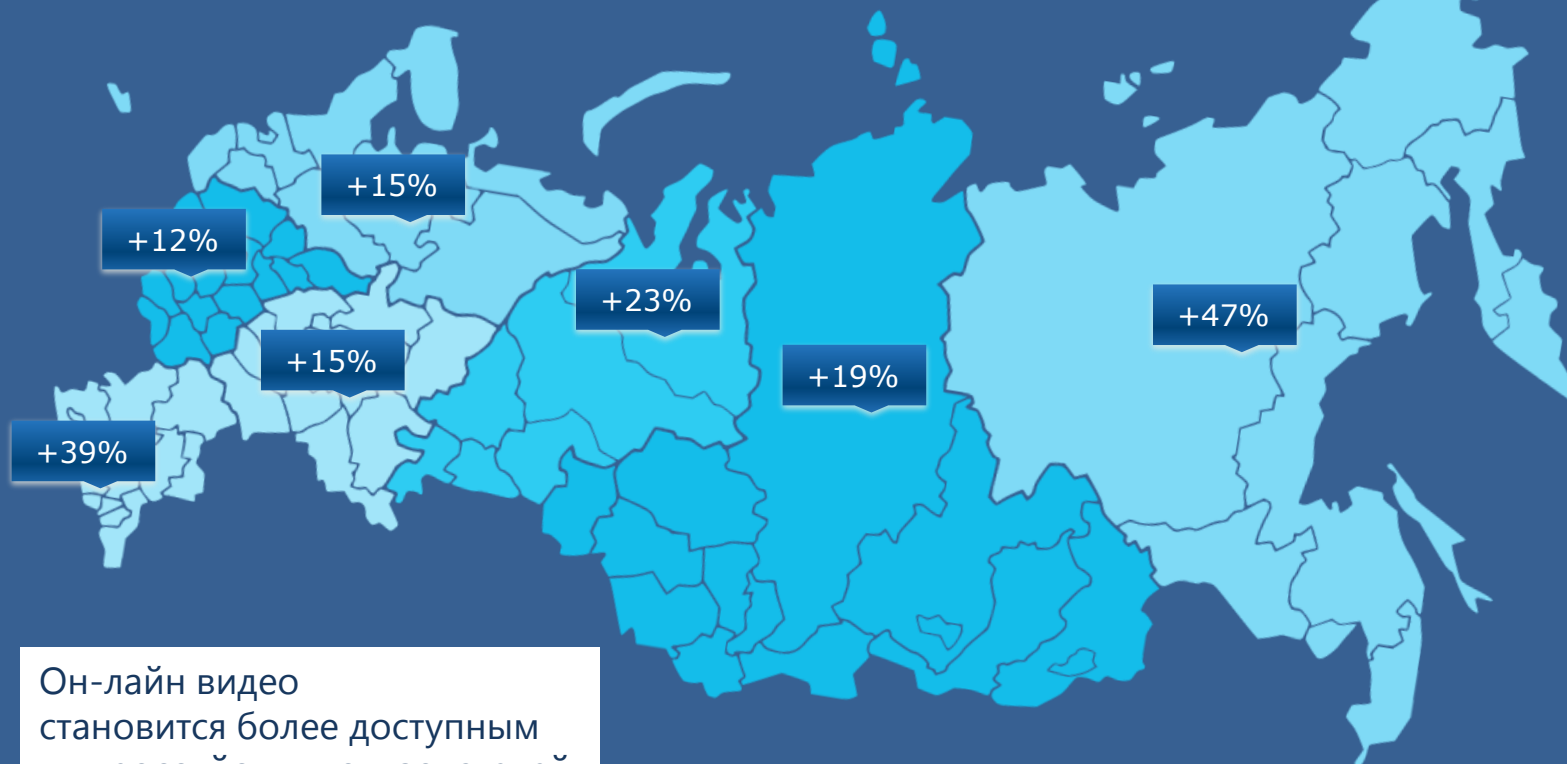
10 508 922 000 просмотров видео **+63,6%**

55 975 000 уникальных пользователей **+ 16,3%**

1 382 минут (23 часа) на просмотр видео в месяц **+ 30,7%**

188 просмотров роликов 1 пользователем в месяц **+40,7%**

Видео проникает в регионы



Он-лайн видео становится более доступным для российских пользователей

Среднесуточная аудитория медиа

+2%



ТВ

+46%



Он-лайн видео

+10%



Интернет

Охват GPMД сопоставим с ТВ-каналами


Аудитория 12-54

1	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	41 553
2	РОССИЯ 1	40 450
3	НТВ	40 264
4	СТС	39 622
5	ТНТ	37 793
6	РЕН ТВ	37 336
7	ПЯТЫЙ КАНАЛ	33 493
8	ТВ-3	32 885
9	ПЕРЕЦ	32 824
10	ТВ ЦЕНТР	31 632
11	РОССИЯ 2	30 636
12	ДОМАШНИЙ	30 469
13	РОССИЯ 24	30 408
14	РОССИЯ К	27 799
15	ЗВЕЗДА	27 146
16	Ю	27 132
17	MTV	26 123
18	КАНАЛ DISNEY	24 257
19		19 666
20	2X2	19 270

Аудитория 18-35

1	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	19 324
2	НТВ	18 398
3	РОССИЯ 1	18 248
4	СТС	18 224
5	ТНТ	17 696
6	РЕН ТВ	16 641
7	ТВ-3	14 832
8	ТВ ЦЕНТР	14 423
9	ПЯТЫЙ КАНАЛ	14 374
10	ПЕРЕЦ	14 118
11	РОССИЯ 2	13 567
12	ДОМАШНИЙ	13 295
13	РОССИЯ К	13 054
14	Ю	12 918
15	MTV	12 717
16	РОССИЯ 24	11 693
17	КАНАЛ DISNEY	11 488
18		10 851
19	ЗВЕЗДА	9 575
20	2X2	8 612

Аудитория 12-17

1	СТС	3 251
2	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	3 230
3	РОССИЯ 1	3 071
4	ТНТ	3 001
5	НТВ	2 907
6	РЕН ТВ	2 684
7	ПЯТЫЙ КАНАЛ	2 342
8	КАНАЛ DISNEY	2 288
9		2 220
10	ТВ-3	2 205
11	ПЕРЕЦ	2 074
12	ТВ ЦЕНТР	2 067
13	ДОМАШНИЙ	1 986
14	Ю	1 921
15	РОССИЯ 2	1 901
16	РОССИЯ К	1 772
17	MTV	1 771
18	РОССИЯ 24	1 702
19	2X2	1 624
20	ЗВЕЗДА	1 484

ТВ + Интернет = ...

Пользователи видео в Рунете, смотрящие ТВ

Light TV viewers

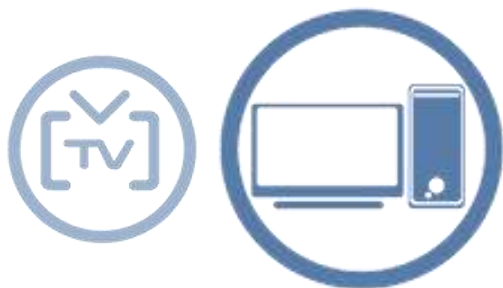
Medium TV viewers

Hard TV viewers

29%

43%

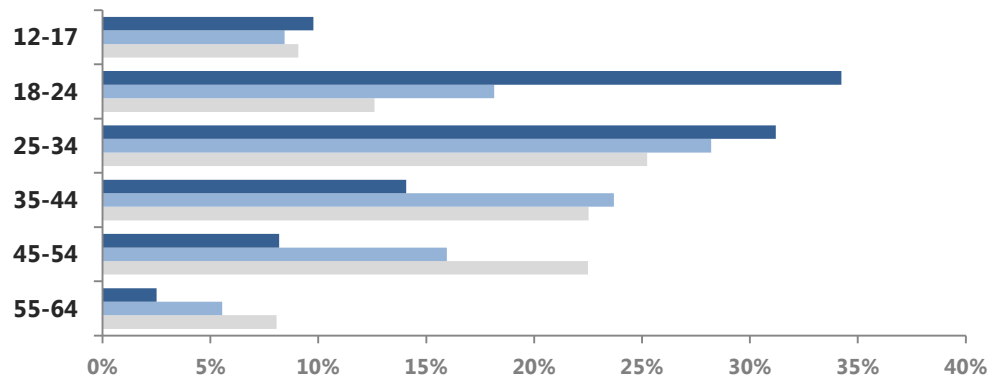
27%



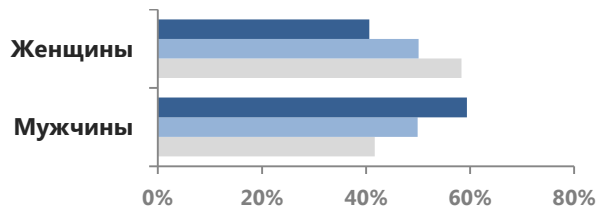
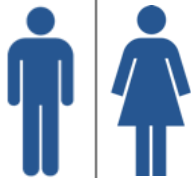
Соц.-дем. портрет пользователей видео (телесмотрение)

■ LTV ■ MTV ■ НТВ

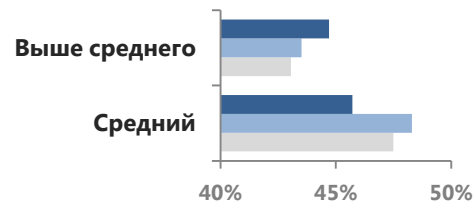
Возраст



Пол




Уровень дохода



Потребляемый пользователями контент

-  Гаджеты - **85%** (LTV + MTV)
-  Авто – **92%** (LTV + MTV)
-  Кино, сериалы - **80%** (LTV + MTV)
-  Новости – **80%** (LTV + MTV)
-  Спорт – **94%** (LTV + MTV)

-  Кино, сериалы - **40%** (HTV)
-  Новости – **34%** (HTV)
-  Спорт – **47%** (HTV)
-  ТВ проект в он-лайн – **67%** (HTV)

12-34 
Light\Medium TV Viewers

35-64 
Hard TV Viewers

Какой ролик подходит для аудитории больше?

Для молодой аудитории: ДИНАМИКА\ДВИЖЕНИЕ

Для консервативной аудитории: ЗНАКОМЫЕ ОБРАЗЫ



Общее правило: длинный рекламный ролик должен воздействовать на аудиторию эмоционально


Будущее – за интерактивными форматами

ВИДЕО

Усэйн Болт стал диджеем

Усэйн Болт оригинально отпраздновал свою тройную победу на Олимпийских играх

Самый быстрый человек в мире, Усэйн Болт на праздновании своего олимпийского триумфа предстал в необычном для себя образе.



RTN [YouTube](#)

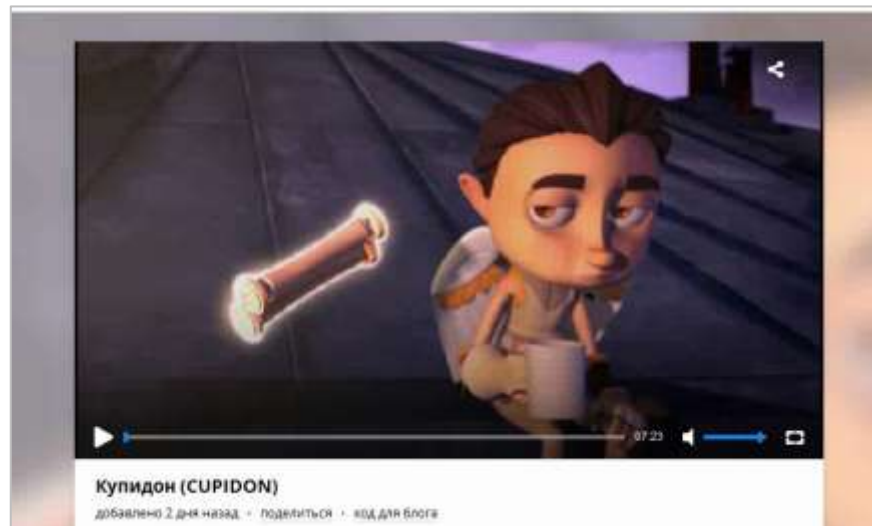
Подписаны: 11 августа 2012 года, видео было просмотрено 11 74
Длительность: [3:04](#)

АКТИВ СУБСЦИПТОРОВ

Сентябрь 2012

1	2	3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16		
17	18	19	20	21	22	23		
24	25	26	27	28	29	30		

AdSelector



Брендированный ролл





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

По вопросам сотрудничества пишите на sales@gpm-digital.com