



PMA NETWORK. Worldwide mobile DSP

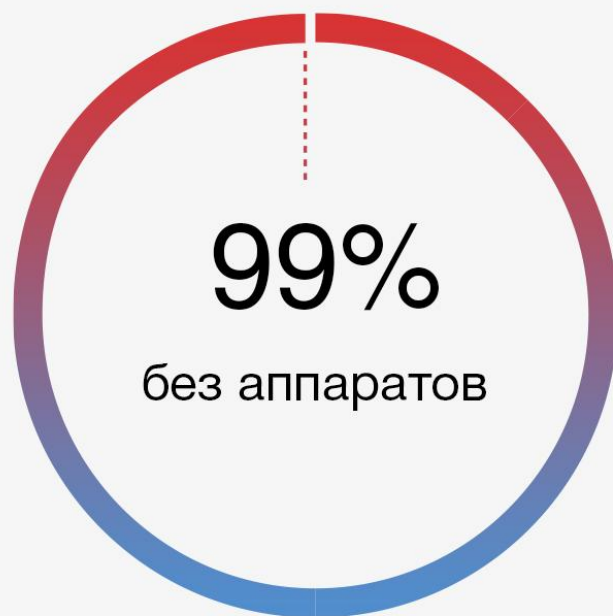
XVII БИЗНЕС-ФОРУМ TOP MARKETING

МОБИЛЬНЫЙ РЫНОК СЕГОДНЯ В МИРЕ

МОБИЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СТАНОВИТСЯ БОЛЬШЕ

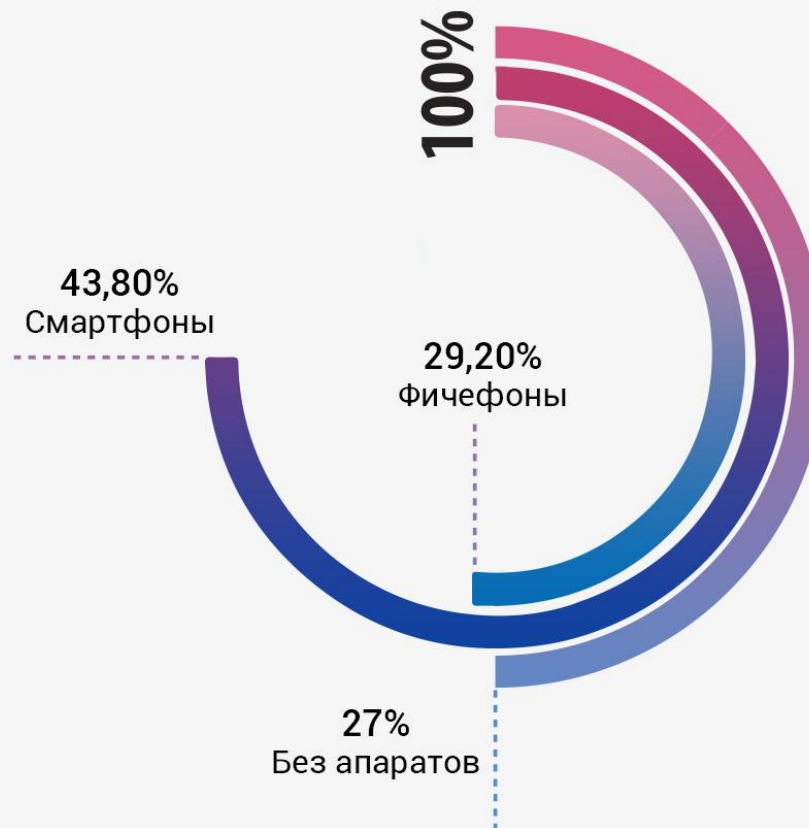
1995г. - 80 млн

1% проникновения



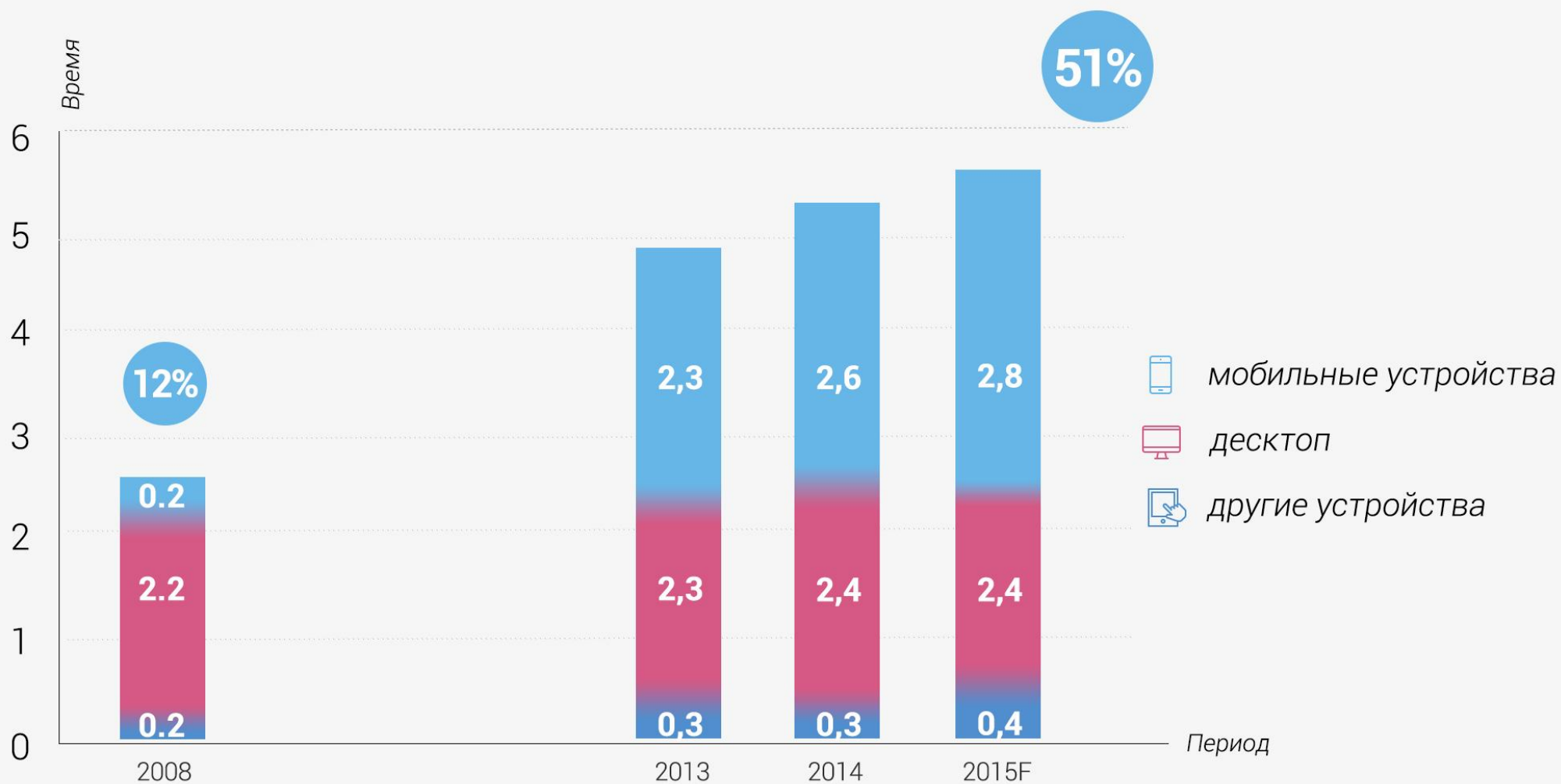
2014г. - 5,2 млрд

73% проникновения



МОБИЛЬНЫЙ РЫНОК СЕГОДНЯ В МИРЕ

ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ПРОВОДЯТ В МОБИЛЬНОМ ИНТЕРНЕТЕ ВСЕ БОЛЬШЕ ВРЕМЕНИ



Source: eMarketer 9/14 (2008-2010), eMarketer 4/15 (2011-2015). Note: Other connected devices include OTT and game consoles. Mobile includes smartphone and tablet. Usage includes both home and work. Ages 18+; time spent with each medium includes all time spent with that medium, regardless of multitasking.

МОБИЛЬНЫЙ РЫНОК СЕГОДНЯ В РОССИИ

АУДИТОРИЯ В РОССИИ ПЕРЕХОДИТ В МОБИЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ

Россия 100k+, 12+ лет



В мобильном
интернете **50** млн человек



В сети
интернет **82** млн человек

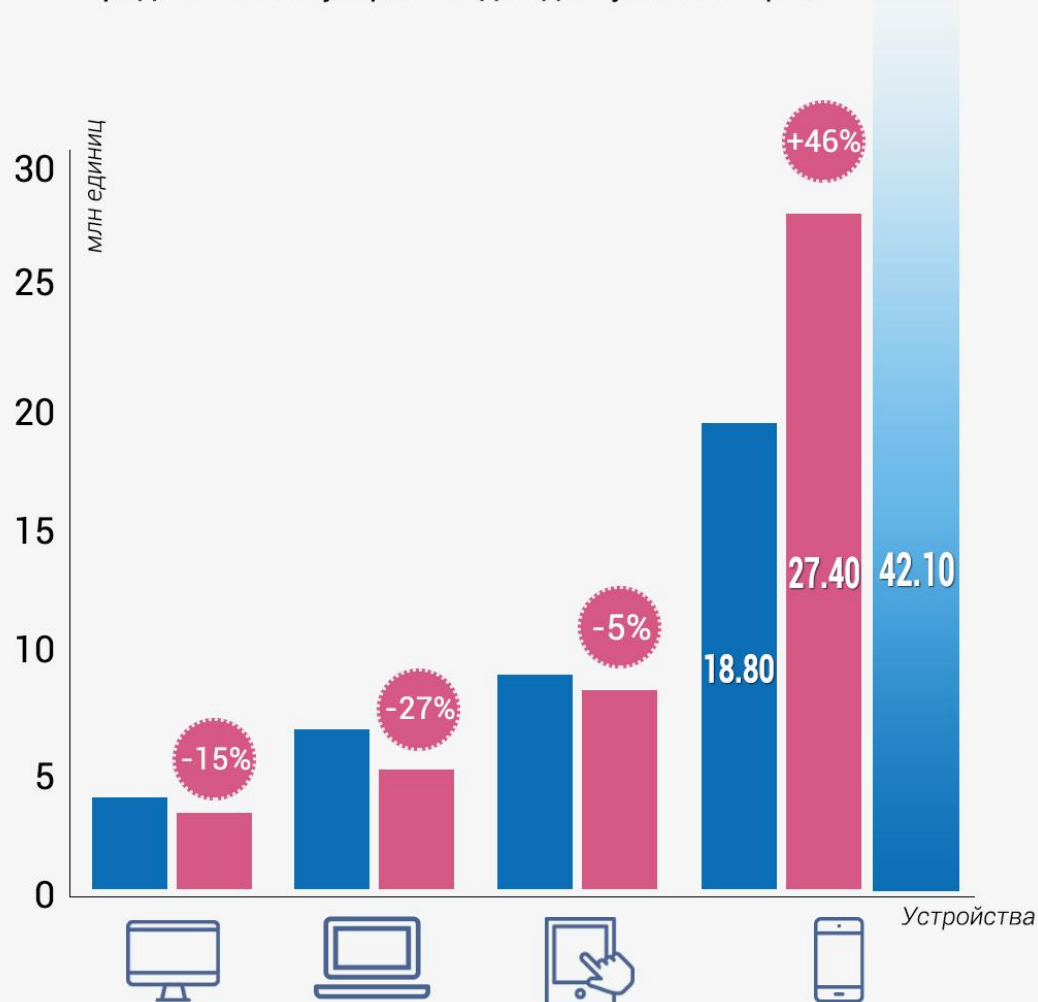


Население
России **123** млн человек

МОБИЛЬНЫЙ РЫНОК СЕГОДНЯ В РОССИИ

В 2014 ГОДУ СМАРТФОН СТАЛ ОСНОВНЫМ УСТРОЙСТВОМ ДЛЯ ДОСТУПА В ИНТЕРНЕТ

Продажи новых устройств для доступа в Интернет



В России ежегодно продается

В 4,5 РАЗА

БОЛЬШЕ МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ

для доступа

в интернет, **ЧЕМ ДЕСКТОПНЫХ**

В **2019г.**

продажи смартфонов увеличатся

до 42,1 млн

новых устройств



2013



2014



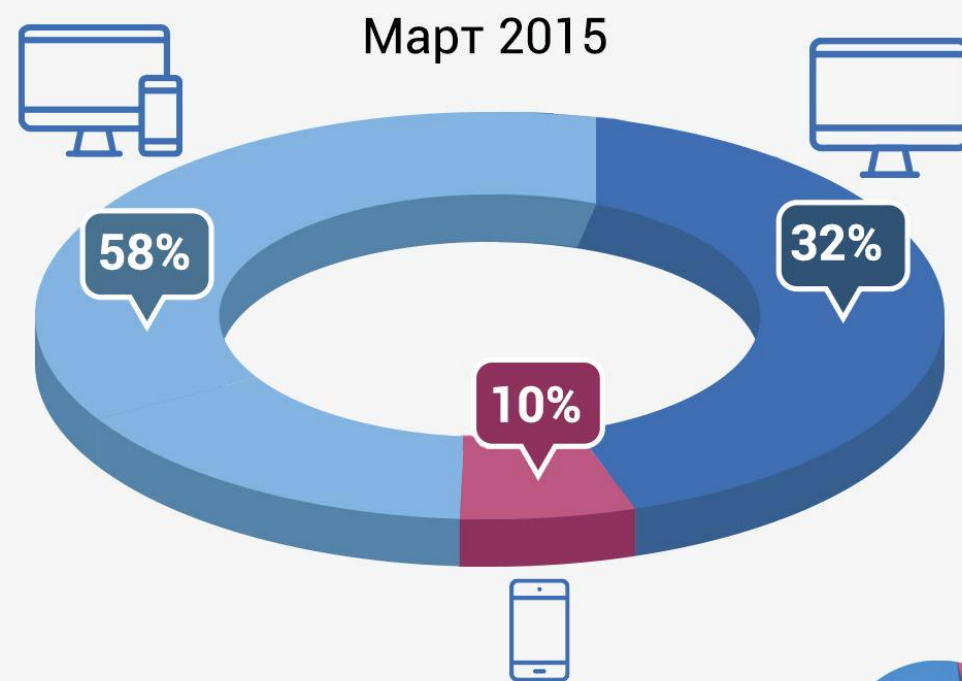
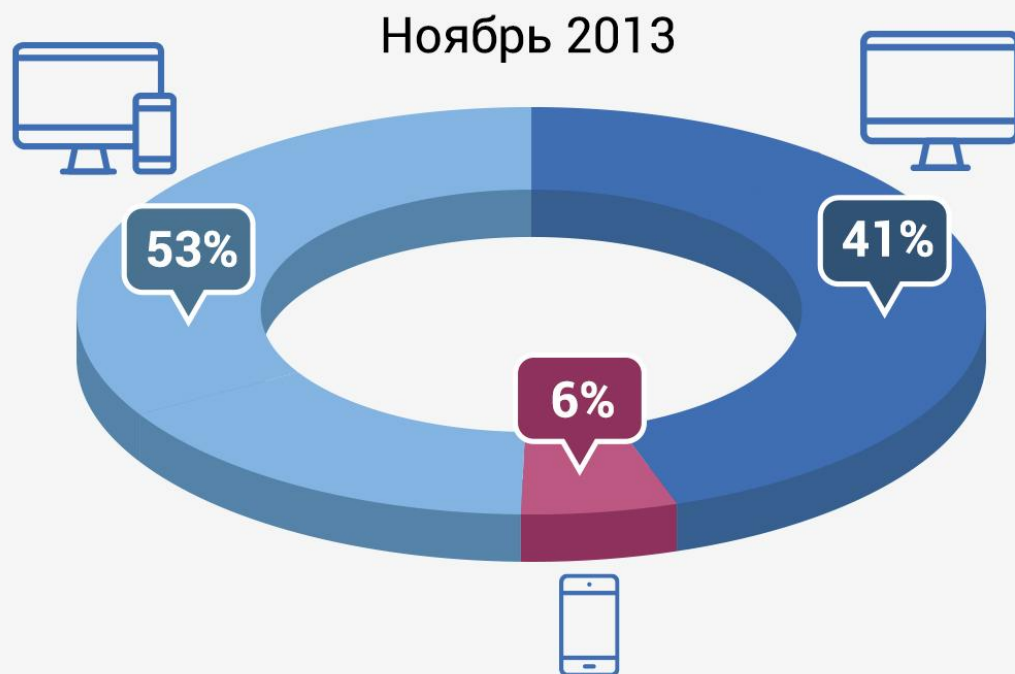
2019*

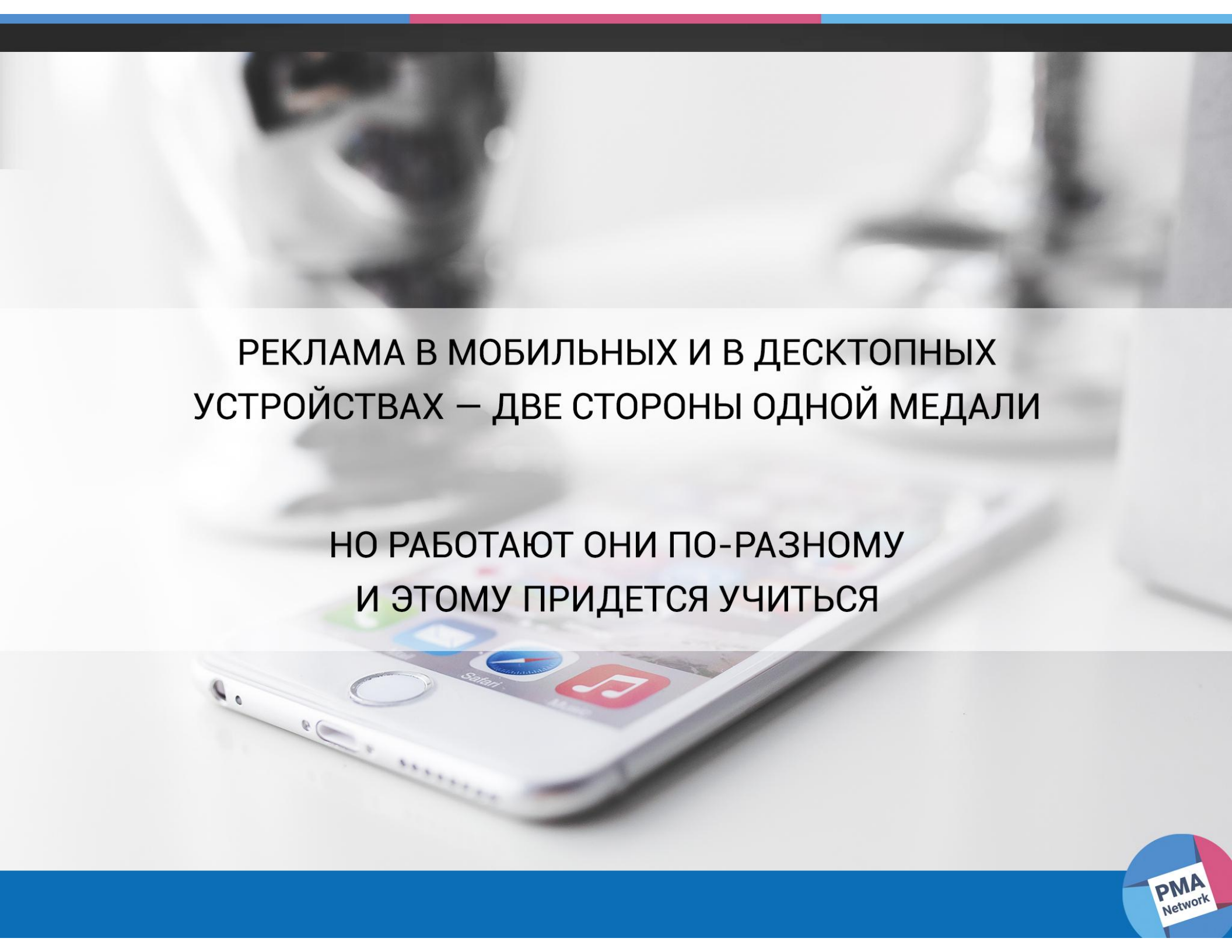


МОБИЛЬНЫЙ РЫНОК СЕГОДНЯ В РОССИИ

ЧЕМ ДАЛЬШЕ, ТЕМ МОБИЛЬНЕЕ

Россия 100k+, 12+ лет





РЕКЛАМА В МОБИЛЬНЫХ И В ДЕСКТОПНЫХ
УСТРОЙСТВАХ – ДВЕ СТОРОНЫ ОДНОЙ МЕДАЛИ

НО РАБОТАЮТ ОНИ ПО-РАЗНОМУ
И ЭТОМУ ПРИДЕТСЯ УЧИТЬСЯ

ГДЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ ВИДИТ МОБИЛЬНУЮ РЕКЛАМУ?

ДЛЯ ЧЕГО ИСПОЛЬЗУЮТ МОБИЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ?



- В среднем у пользователя установлено 36 приложений
- Социальные и игровые приложения это наиболее используемые приложения
- В среднем в день каждый пользователь использует 5.6 приложений

ЧАЩЕ ВСЕГО МОБИЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ ИСПОЛЬЗУЮТ ДЛЯ:

82%



Ищут
информацию

67%



Общаются
в социальных
сетях

52%



Пользуются
картами и
смотрят пробки

48%



Оплачивают
товары/услуги

39%



Пользуются
мессенджерами

22%



Играют
в онлайн-игры

ФОРМАТЫ РЕКЛАМНЫХ БАННЕРОВ

NATIVE & NATIVE VIDEO

- ИМЕЕТ ПОВЫШЕННУЮ КОНВЕРСИЮ
- НЕ РАЗДРАЖАЕТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ
- НЕ ВОСПРИНИМАЕТСЯ КАК РЕКЛАМА
- ВПИСЫВАЕТСЯ В КОНТЕНТ
- ПОДХОДИТ ДЛЯ ВСЕХ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ



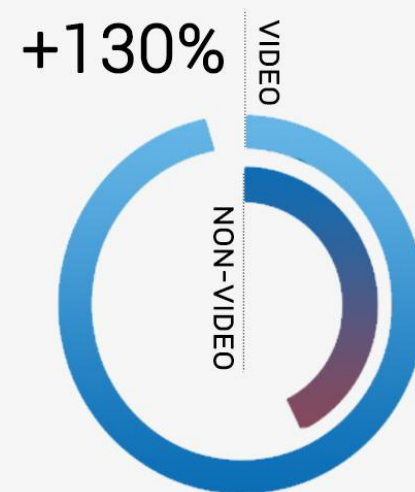
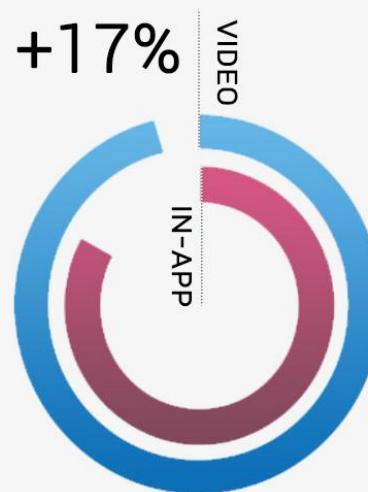
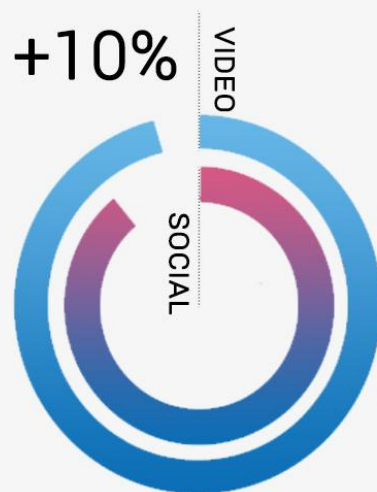
ФОРМАТЫ РЕКЛАМНЫХ БАННЕРОВ

VIDEO РЕКЛАМА



- Тренд 2015 года
- Принципиально новый подход к донесению информации в мобильной рекламе.
- Подходит всем рекламодателям.
- Обеспечивает захватывающий эффект

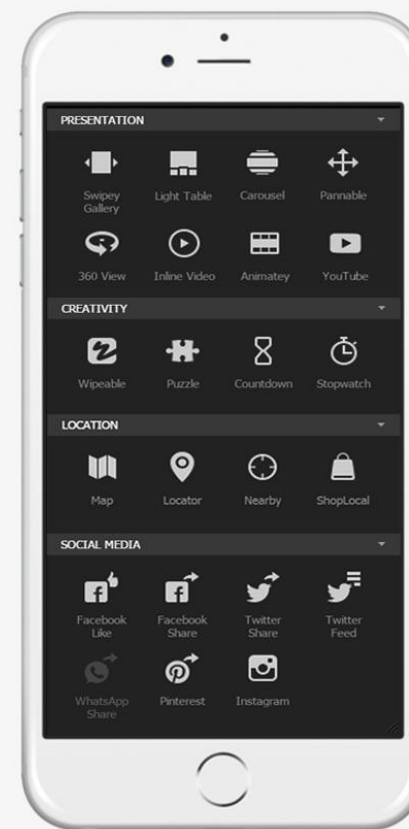
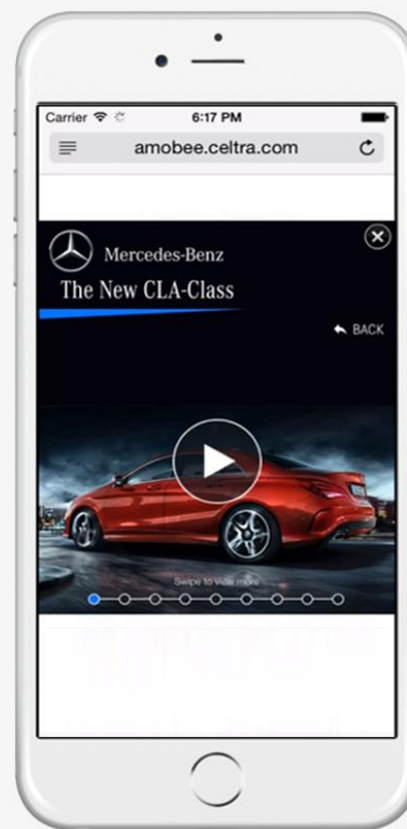
Мобильная видео реклама показывает RETENTION RATE на 10% больше, чем трафик из социальных сетей



ФОРМАТЫ РЕКЛАМНЫХ БАННЕРОВ

RICH-MEDIA

- Интерактивный формат
- Высокая вовлекающая составляющая
- Множество вариантов взаимодействия
- Высокий показатель отклика пользователя
- Отлично подходит для брендовых кампаний.



ОХВАТ СЕТИ ВАЖЕН? PROGRAMMATIC!

Мы работаем по RTB протоколу. И это значит, что мы можем показывать рекламу **ТОЛЬКО** вашей целевой аудитории, вне зависимости от площадки, где она находится.

Но: объем нашей аудитории не столь важен для вас. Для вас важен объем **ВАШЕЙ** аудитории.

Для этого мы выделяем целевую аудиторию по параметрам (таргетингам)

ТАРГЕТИНГИ



Пол



Возраст



ОС



География



Геолокация



Частота
показа



Соединение



Устройство



Тема
приложения



Интересы

ЕСЛИ ВАС И ВАШЕГО БРЕНДА НЕТ В МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВАХ,
ТО ДЛЯ ЧАСТИ ВАШЕЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

ВАС ПРОСТО НЕТ

КОНТАКТЫ

SALES@PMA-NETWORK.COM

8 (495) 269-01-15

Andrew Shatrov

CEO/Co-Founder

Mob.tel.: +7 (929) 681 23 83

ashatrov@pma-network.com

