

УДК 339.13.024

АНАЛИЗ КАНАЛОВ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ВИДЕОРЕКЛАМЫ В ИНТЕРНЕТЕ

А.Ю. МАЛЕЙ

(Представлено: Т.Н. СЕРЕДА)

В статье рассмотрены каналы распространения видеорекламы в интернете. Особое внимание уделено особенностям социальных сетей как платформ для видеорекламы. На основе изученной информации предлагаются оптимальные для размещения на некоторых платформах форматы видеорекламы.

В настоящее время рынок видеорекламы стремительно развивается. По последним исследованиям увеличение инвестиций в онлайн-видеорекламу опережает общую тенденцию инвестиций в рекламу в интернете [1]. В связи с этим исследование онлайн-видеорекламы и средств достижения ею эффективности является актуальным и практически значимым. Одним из ключевых факторов эффективного перфоманса интернет-видеорекламы является правильный выбор каналов её распространения.

Чтобы правильно выбрать платформу размещения онлайн-видеорекламы, нужно рассмотреть возможные каналы ее распространения [2, 3].

Таблица 1. – Каналы распространения видеорекламы в интернете

Канал дистрибуции	Целевое использование
Вебсайт	Размещение рекламных роликов на странице собственного сайта компании или сайта с тематикой, схожей с тематикой продукции компании.
Целевая страница	Размещение рекламных роликов на странице для целевой аудитории (целевая страница – «веб-страница по сбору контактных данных целевой аудитории» [4]).
Электронное письмо	Рассылка электронных писем с видеороликами по заранее собранной базе данных.
Блог	Размещение видеорекламы в личных блогах.
Пресс-релиз	Размещение рекламных роликов в онлайн-статьях.
Поисковая система	Размещение видеорекламы в поисковой выдаче, когда пользователь вводит запрос.
Онлайн-кинотеатр	Размещение рекламных роликов в таких онлайн-кинотеатрах, как «Megogo», «Ivi», «Okko», «Kinopoisk», «Rutube», «Tvzavr», «Tvigle» и др.
Социальные сети	Размещение рекламных роликов на платформах «YouTube», «Facebook», «Instagram», «Twitter», «TikTok», «ВКонтакте», «Одноклассники» и др.

Исходя из таблицы 1, в интернете существует множество платформ для дистрибуции видеорекламы. Однако социальные сети представляют собой отдельную группу платформ, каждая из которых ориентирована на отдельный формат видеорекламы, имеет особые способы ее продвижения и отдельную целевую аудиторию. Таким образом, необходимо рассмотреть каждую социальную сеть как самостоятельный канал публикации рекламы в видеоформате.

Самой крупной в 2021 году социальной сетью, ориентированной на видеоконтент, является «YouTube» (этой социальной сетью пользуются более двух миллиардов людей [5]). «YouTube» – «видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки и показа видео» [6].

За платное продвижение видеорекламы на YouTube отвечает Google Реклама – «сервис контекстной рекламы от компании Google» [7]. В таблице 2 представлены форматы видеорекламы внутри данного сервиса, распространяемые через таргетинг целевой аудитории [8, 9].

Таблица 2. – Форматы видеорекламы на «Youtube»

Формат видеорекламы	Место размещения
Объявления In-Stream с возможностью пропуска	Видео на «YouTube» (в начале, середине или после окончания)
Объявления In-Stream без возможности пропуска	
Объявления Video Discovery	Поисковая выдача «YouTube»
Объявления-заставки	Сайты, приложения партнерских видеоресурсов Google, видео на «YouTube»
Объявления Out-Stream	Сайты, приложения партнерских видеоресурсов Google на мобильных устройствах
Объявления masthead	Главная страница «YouTube»

Помимо платных методов продвижения «YouTube» относится к немногим социальным сетям, в которых пользователи могут продвигать видеорекламу бесплатно. К бесплатным методам продвижения на видеохостинге «YouTube» относятся [10]:

- 1) включение ключевых слов в заголовок и описание канала и роликов;

- 2) добавление ссылок (на связанные каналы, блоки видео для простой навигации по ролику, плей-листы с тематическим контентом);
- 3) добавление хэштегов;
- 4) взаимодействие со зрителями и создание сообщества;
- 5) обмен трафиком с другими каналами (коллаборация).

Таким образом, «YouTube» – самая крупная, но в то же время самая конкурентная специализированная под видеоформат социальная сеть для размещения видеорекламы. Преимуществом данной площадки является возможность бесплатного продвижения видеорекламы.

Одним из распространенных он-лайн каналов распространения видеорекламы является социальная сеть «TikTok», которая также специализируется на видеоконтенте. Данная платформа предназначена для создания и просмотра коротких видеороликов [11]. Форматы видеорекламы в «TikTok» представлены в таблице 3.

Таблица 3. – Форматы видеорекламы в «TikTok»

Формат видеорекламы	Место размещения
Brand Takeover	Ролик, который показывается сразу после запуска приложения.
In-Feed Native Video	Ролик длиной от 5 до 60 секунд, который периодически показывается в процессе просмотра пользователем ленты.
Hashtag Challenge	Ролик в рамках определённого челленджа. Баннер с его условиями размещается на главной странице. Для участия в челлендже пользователи создают собственный контент. Лучшие ролики получают призы.
Top View	Формат, объединяющий Brand Takeover и In-Feed Video. Длится 15 секунд.
In-Feed Native Video	Ролик длиной от 5 до 60 секунд, который периодически показывается в процессе просмотра пользователем ленты.

Изучив форматы видеорекламы в «TikTok», можно сделать вывод, что данная платформа лучше всего подходит для рекламных видеороликов длиной до 60 секунд.

Рассматривая способы распространения рекламных роликов на «Facebook» (крупнейшая социальная сеть в мире на 2017 год [12]) и «Instagram» (социальная сеть для обмена фотографиями и видеозаписями [13]), можно сделать вывод, что они практически одинаковые, т.к. компания «Facebook» приобрела «Instagram» в 2012 году [13]. К видам видеорекламы, поддерживаемых данными социальными сетями относятся [14]:

- слайд-шоу;
- пятнадцатисекундные видео;
- кольцевая галерея;
- реклама In-Stream;
- интерактивная реклама;
- instant experience;
- видео 360°.

Варианты размещения видеорекламы в «Facebook» и «Instagram» представлены на рисунке 1.

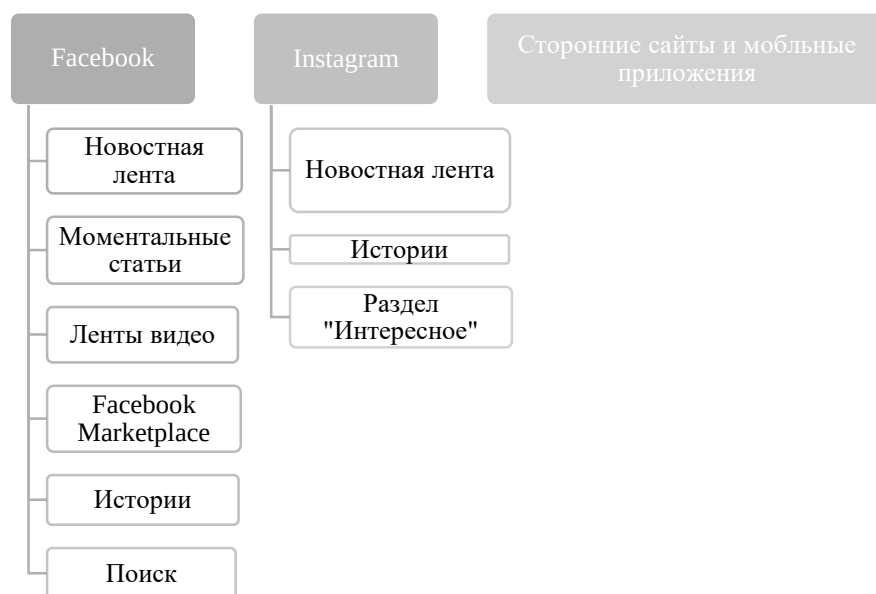


Рисунок 1. – Варианты размещения видеорекламы в «Facebook» и «Instagram»

Таким образом, один и тот же формат видеорекламы подходит как для «Facebook», так и для «Instagram», что для рекламодателей является большим удобством.

Из социальных сетей, популярных среди жителей СНГ, стоит рассмотреть сеть «ВКонтакте» («российская социальная сеть со штаб-квартирой в Санкт-Петербурге, принадлежит Mail.ru Group» [15]) и «Одноклассники» («российская социальная сеть, принадлежащая Mail.ru Group» [16]). В «ВКонтакте» видеореклама показывается в новостной ленте пользователя или перед видео в стандартном проигрывателе, а её продолжительность не превышает 20 секунд [17, 18]. «Одноклассники» размещает рекламные ролики в ленте пользователя и в играх внутри соцсети [18].

Заключение. В результате анализа мы можем сделать следующий вывод: в интернете существует множество каналов распространения видеорекламы. Рекламные ролики могут публиковаться на странице вебсайта, целевой странице, в блоге, пресс-релизе, рассылаться по электронной почте, проигрываться в начале, середине и конце видеоконтента в онлайн-кинотеатрах, встраиваться в результаты выдачи поисковой системы. Социальные сети обладают отдельными отличительными свойствами, позволяющими увеличить эффективность видеорекламы, грамотно выбрав платформу для ее размещения. Например, длинное видео скорее подойдет для публикации на видеохостинге «YouTube», а 60-секундный ролик более эффективно прорекламирует товар/услугу в «TikTok». Таким образом, перед публикацией видеорекламы в интернете нужно внимательно изучить каналы распространения рекламы в видеоформате и их особенности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Online video viewing to reach 100 minutes a day in 2021 [Электронный ресурс] // Zenith ROI Agency. – London, 02.10.1995. Mode of access: <https://www.zenithmedia.com/online-video-viewing-to-reach-100-minutes-a-day-in-2021/>. – Date of access: 20.02.2021.
2. Подробный гид по видеорекламе [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://medianation.ru/blog/youtube/podrobnyy-gid-po-videoreklame/>. – Дата доступа: 20.02.2021.
3. Технологии производства видеорекламы [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://studme.org/34922/marketing/tehnologii_proizvodstva_videoreklamy. – Дата доступа: 20.02.2021.
4. Целевая страница [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A6%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%86%D0%B0. – Дата доступа: 22.02.2021.
5. YouTube для прессы [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.youtube.com/intl/ru/about/press/>. – Дата доступа: 22.02.2021.
6. YouTube [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/YouTube>. – Дата доступа: 22.02.2021.
7. Google Ads [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Google_Ads. – Дата доступа: 23.02.2021.
8. Справка – Google Реклама. Как настроить таргетинг в видеокампаниях [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://support.google.com/google-ads/answer/7131506?hl=ru&ref_topic=3119118. – Дата доступа: 23.02.2021.
9. Справка – Google Реклама. Форматы видеорекламы [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://support.google.com/google-ads/answer/2375464?hl=ru&ref_topic=3119118. – Дата доступа: 23.02.2021.
10. Продвижение видео на YouTube [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.ashmanov.com/education/articles/prodvizhenie-video-youtube/>. – Дата доступа: 23.02.2021.
11. TikTok [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/TikTok>. – Дата доступа: 23.02.2021.
12. Facebook [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Facebook>. – Дата доступа: 23.02.2021.
13. Instagram [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Instagram>. – Дата доступа: 23.02.2021.
14. Видеореклама. Новые способы охватить аудиторию с помощью видео [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://ru-ru.facebook.com/business/ads/video-ad-format>. – Дата доступа: 23.02.2021.
15. ВКонтакте [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B5>. – Дата доступа: 23.02.2021.
16. Одноклассники [Электронный ресурс] // Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B8_\(%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D0%B5%D1%82%D1%8C](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B8_(%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D0%B5%D1%82%D1%8C)). – Дата доступа: 23.02.2021.
17. Реклама видео ВКонтакте [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://oneretarget.com/ru/wiki/%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0-%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BE-%D0%B2%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B5/>. – Дата доступа: 23.02.2021.
18. Форматы видеорекламы: стоимость и эффективность [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://studio.everypixel.com/ru/blog/video-advertising-forms-cost-and-efficiency>. – Дата доступа: 23.02.2021.