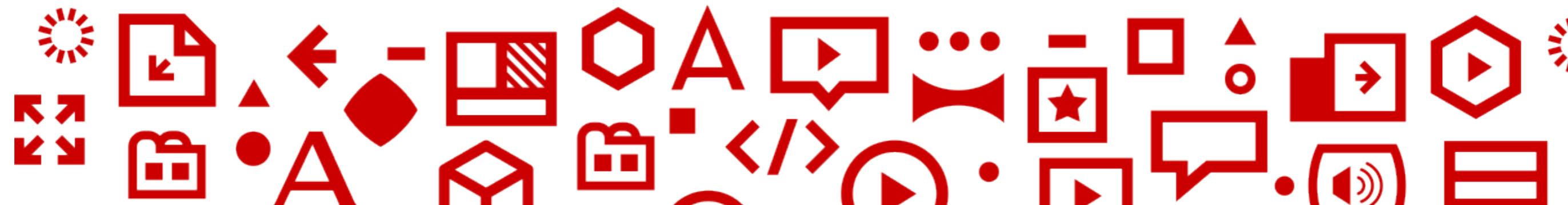




Взгляд на RTB со стороны площадок. Цифры и факты.

etarget 2013



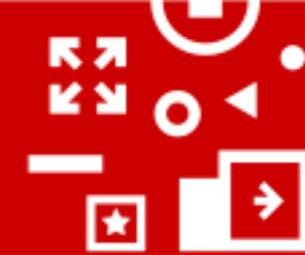


SSP продажи на российском рынке

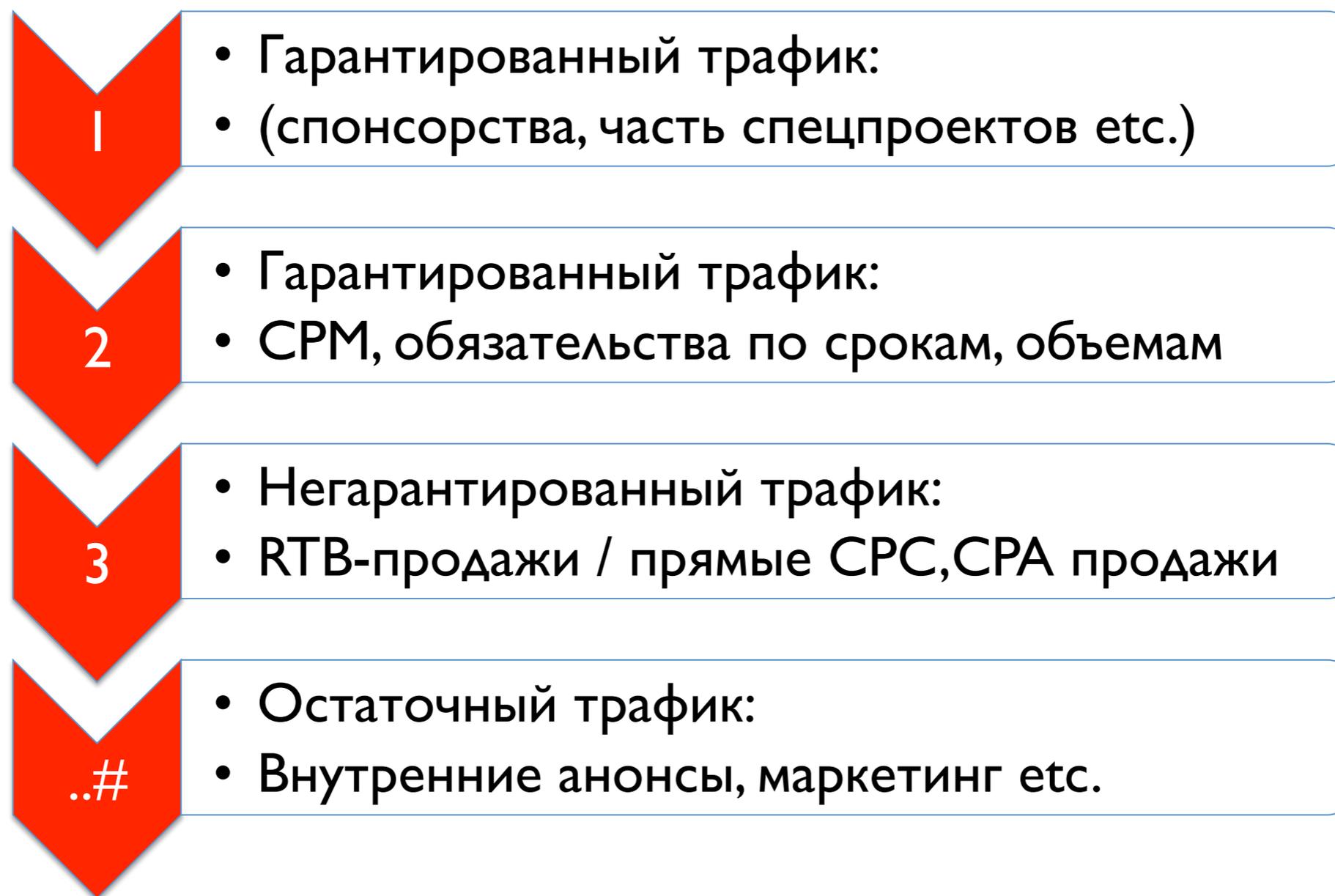
RTB продажи рекламы для площадок сейчас – время экспериментов и освоения новых инструментов.

Задача старая: монетизация трафика.

Как это работает и какие есть результаты в цифрах.



Схематично: работа с трафиком для площадки:





Особенность работы с трафиком через SSP (sell-side-platform)

- Выставляются на продажу только некоторые форматы (которые пользуются наибольшим спросом)
- Выставляется только часть трафика (после прямых продаж)
- Условия аукциона - минимальная цена, запрещенные списки рекламодателей etc. – периодически меняются.



Какие форматы закупаются через RTB в рунете



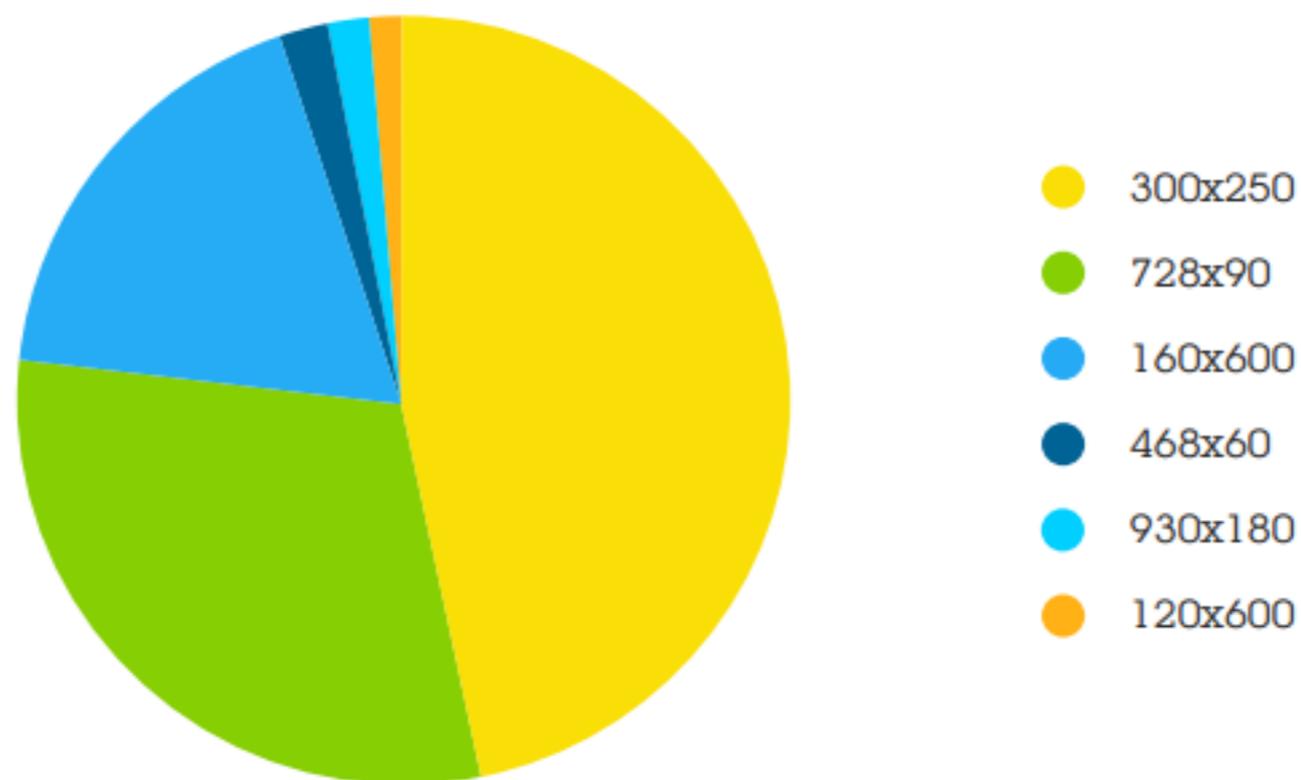
- 728x90
- 240x400
- 300x250



Какие форматы закупаются через RTB

Для сравнения – распределение по форматам для европейского рынка

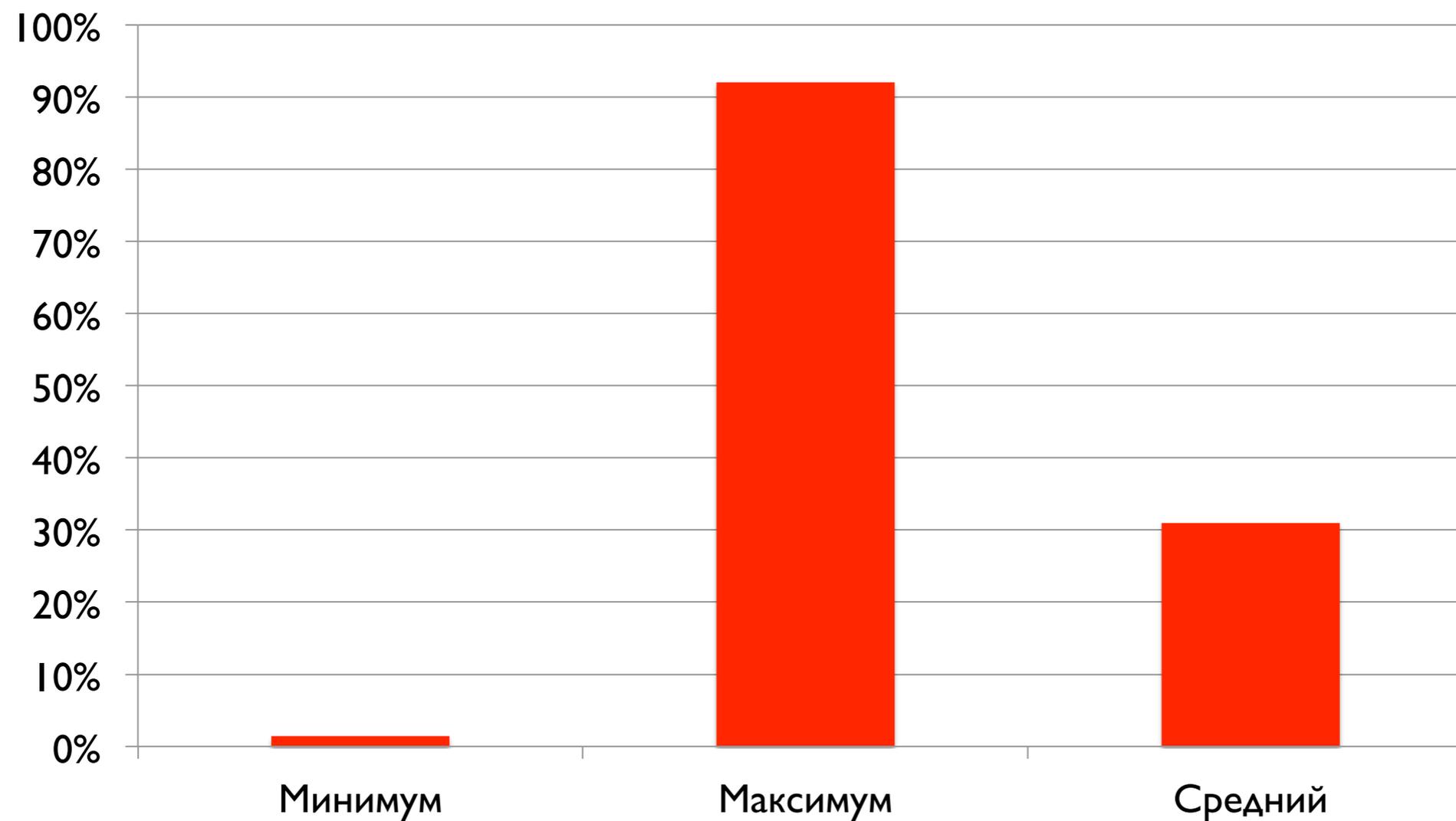
TOTAL SPENT ON RTB FORMATS



Данные Adform RTB European Trend Report за 2012 год

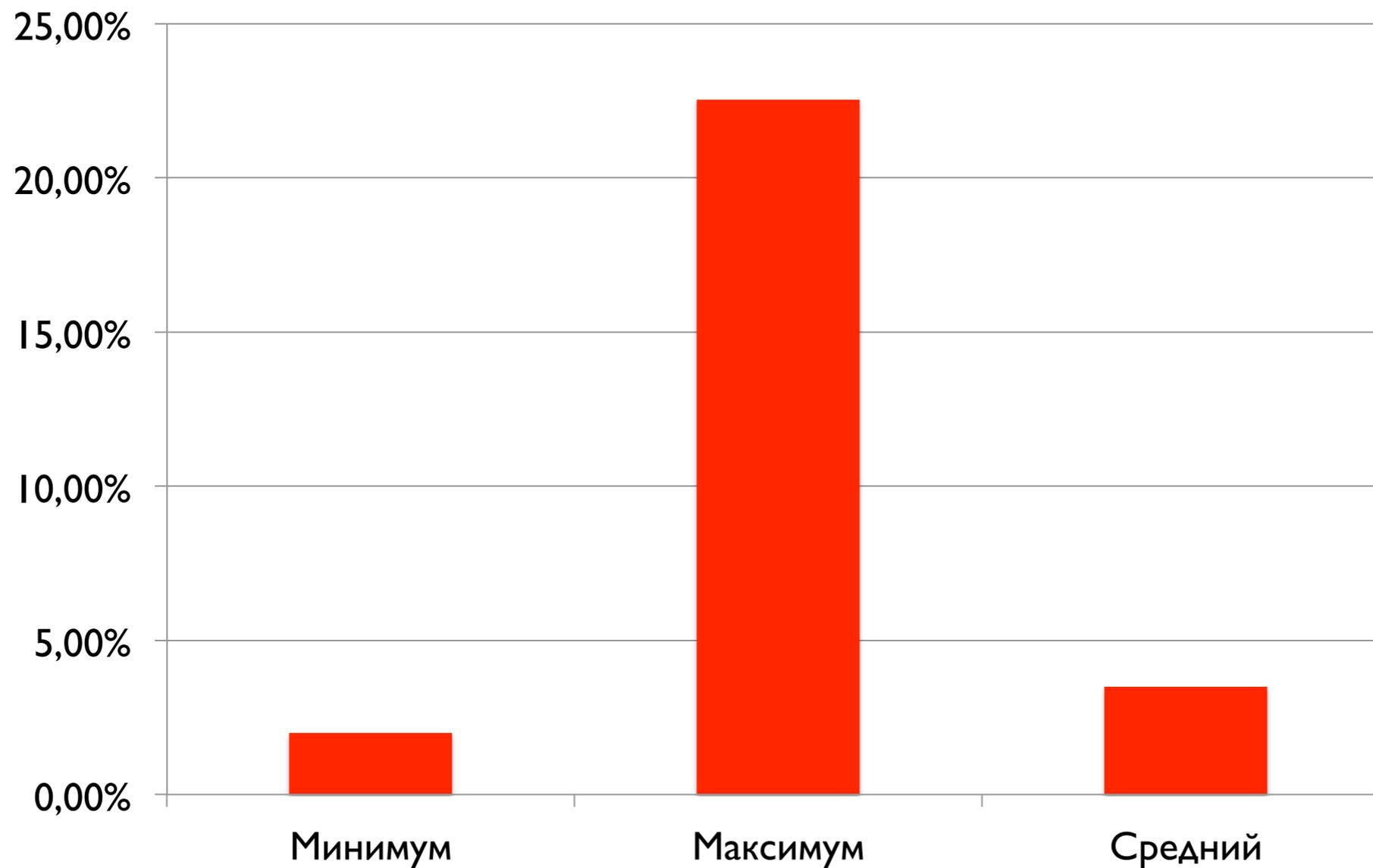


Какой процент своего трафика площадки выставляют на продажу по RTB?



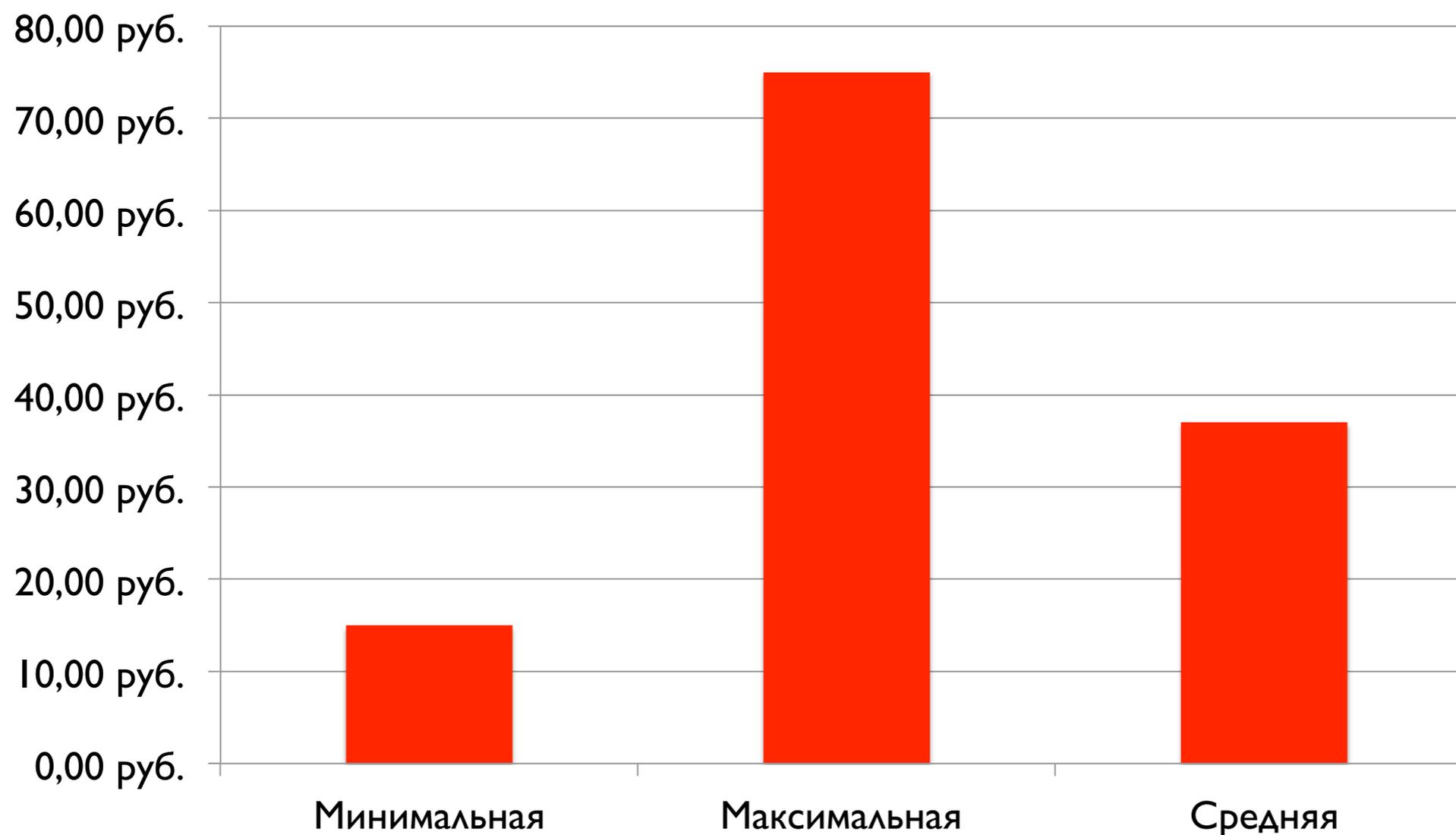


Какой процент из выставленного на RTB-торги трафика выкупают DSP?



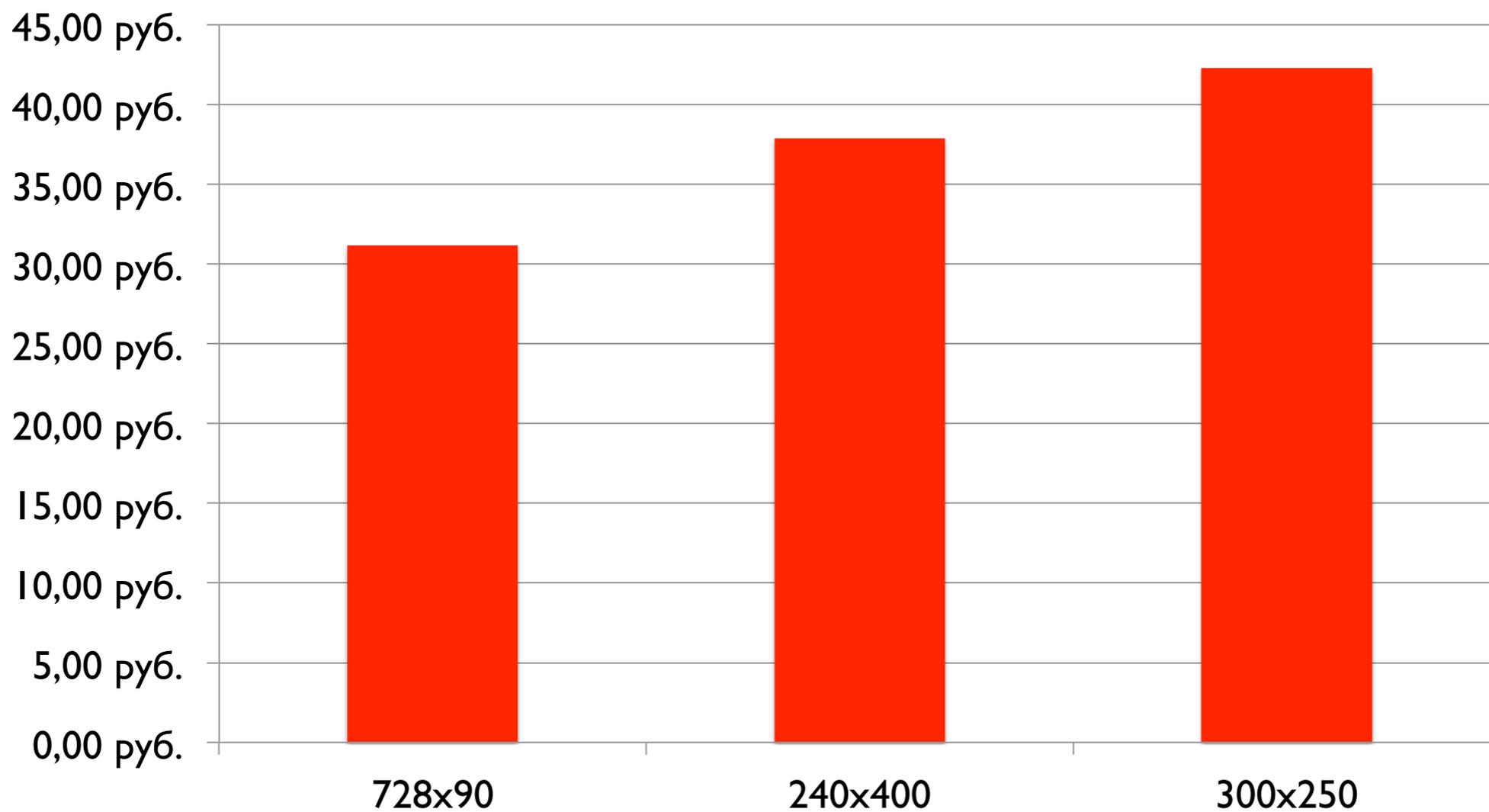


Какие минимальные цены (СРМ) для аукциона назначают площадки?





По какой цене (в CPM) в среднем покупают DSP разные форматы





Почему такая большая разница между площадками?

- Время экспериментов – время крайностей со стороны и площадок, и покупателей.
- Продолжается период накопления данных об аудитории, неравномерность их применения при закупке рекламы.





Прогнозы на ближайшее будущее

- Прямые продажи негарантированного трафика снижаются, объем выставляемого на RTB-торги – увеличивается.
- Увеличивается количество форматов, выставляемых на RTB торги.
- Увеличивается спрос со стороны покупателей, растет процент выкупаемого трафика.



Спасибо

Никита Пасынков

Исполнительный директор ADFOX

nikita@adfox.ru