



О рекламном бизнесе VK простыми словами

Одним из ключевых источников выручки VK является онлайн-реклама: в первом полугодии 2022 г. ее доля составила 40% от общего дохода компании. Рекламные решения помогают нашим клиентам работать с пользователями на каждом этапе воронки продаж в течение всего дня и в любых локациях. Например, находить новых покупателей через продвижение ВКонтакте и Одноклассниках, на других ресурсах VK и в партнерской сети. Или увеличивать знание бренда и продажи с помощью цифровой наружной рекламы на улицах городов, цифровой видео- и аудиорекламы в супермаркетах почти по всей России и рекламы на Smart TV.

Благодаря рекламе многомиллионная аудитория получает бесплатный доступ к разнообразному контенту на наших площадках и персонализированные предложения брендов. В этом IR блоге мы расскажем, от чего зависит стоимость продвижения на ресурсах VK и в рекламной сети, на какие метрики ориентируются рекламодатели, как мы развиваем рекламный бизнес.

Более детальное описание работы рекламного бизнеса VK вы можете найти в презентации на нашем [сайте](#).

От чего зависит стоимость рекламы?

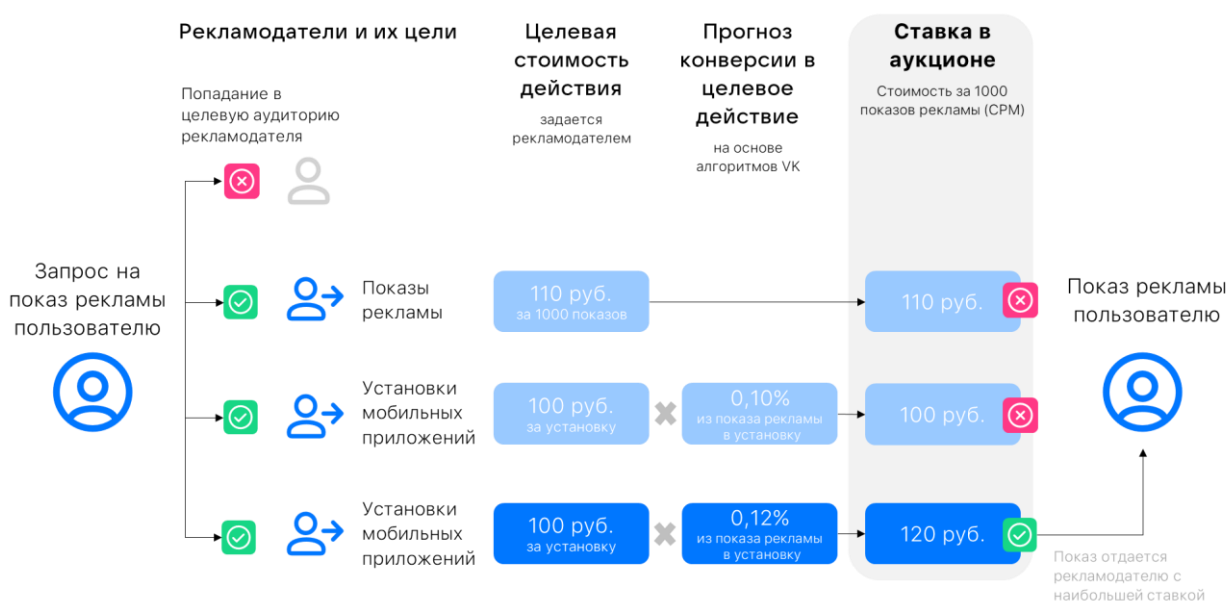
Этот показатель зависит от нескольких факторов:

- **Размера аудитории**, которая регулярно посещает наши ресурсы;
- **Количества времени**, которое пользователи проводят на наших площадках. Вместе эти два параметра определяют объем рекламы, которую мы показываем на ресурсах VK и в партнерской сети;
- **Цены, которую рекламодатель готов заплатить** за показ своего объявления.

Большая часть доходов от продвижения формируется в рекламном аукционе, где в режиме реального времени определяется стоимость каждого показа рекламы. Чем больше рекламодателей претендует на показ объявления пользователю, тем выше ставка.

Схема формирования цены в рекламном аукционе

* Упрощенная схема на условных цифрах



На какие метрики ориентируются рекламодатели для оценки эффективности?



В зависимости от цели реклама делится на медийную (18% рынка онлайн рекламы в России в 2021 г. по данным АРИР) и перформанс (82% рынка).

- Цель **медийной рекламы** — познакомить как можно больше пользователей с брендом, товаром или услугой. Ключевая метрика, на которую смотрит рекламодатель в этом случае — охват кампании (т.е. размер аудитории, которая увидела рекламу) и частота контакта пользователей с объявлением. Этот подход к продвижению популярен среди таких категорий рекламодателей, как FMCG, «бытовая техника и электроника», «фармацевтика» и другие.
- Цель **перформанс-рекламы** — привести клиента на сайт, в мобильное приложение или сообщество рекламодателя и мотивировать его на совершение целевого действия (оформление заказа, звонок в отдел продаж, покупку и др.). Ключевая метрика, на которую смотрит рекламодатель, — количество целевых действий за потраченный бюджет. Такой формат пользуется спросом у следующих категорий рекламодателей: «электронная коммерция», «финансовые организации», «игры» и другие.

Наш подход к развитию решений для рекламодателей

Мы фокусируемся на повышении эффективности медийной и перформанс-рекламы, чтобы компании любого размера могли достигать поставленных целей на каждом этапе воронки продаж. Алгоритмы наших рекламных платформ позволяют прогнозировать вероятность кликов по объявлениям, количество установок и других событий, а также дают нашим клиентам возможность увеличивать конверсию и возврат инвестиций в продвижение. Для того чтобы и дальше успешно развивать рекламные технологии, мы сосредоточились на нескольких задачах:

1. **Запуск новых форматов продвижения** в перспективных сегментах рынка: видеореклама, реклама мобильных приложений и другие;
2. **Развитие инструментов автоматизации**, которые работают на базе алгоритмов машинного обучения и позволяют рекламодателям увеличивать конверсии по оптимальной стоимости;
3. **Упрощение рекламных инструментов** для среднего, малого и микробизнесов, более **3 млн** которых присутствуют на наших площадках.

Таким образом, у рекламного бизнеса VK следующие драйверы для дальнейшего развития:

- Структурное увеличение доли онлайн-рекламы на рынке в будущем с учетом перехода многих брендов в онлайн;
- Разработка и развитие медийных и перформанс-решений;
- Автоматизация и упрощение рекламных инструментов.

За дополнительной информацией обращайтесь:

Контакты для инвесторов

E-mail: ir@vk.team

Контакты для прессы

Email: pr@vk.team