

Рекламный бизнес VK

простыми словами

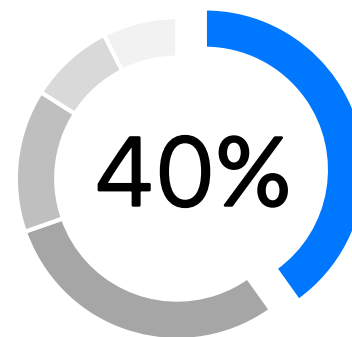
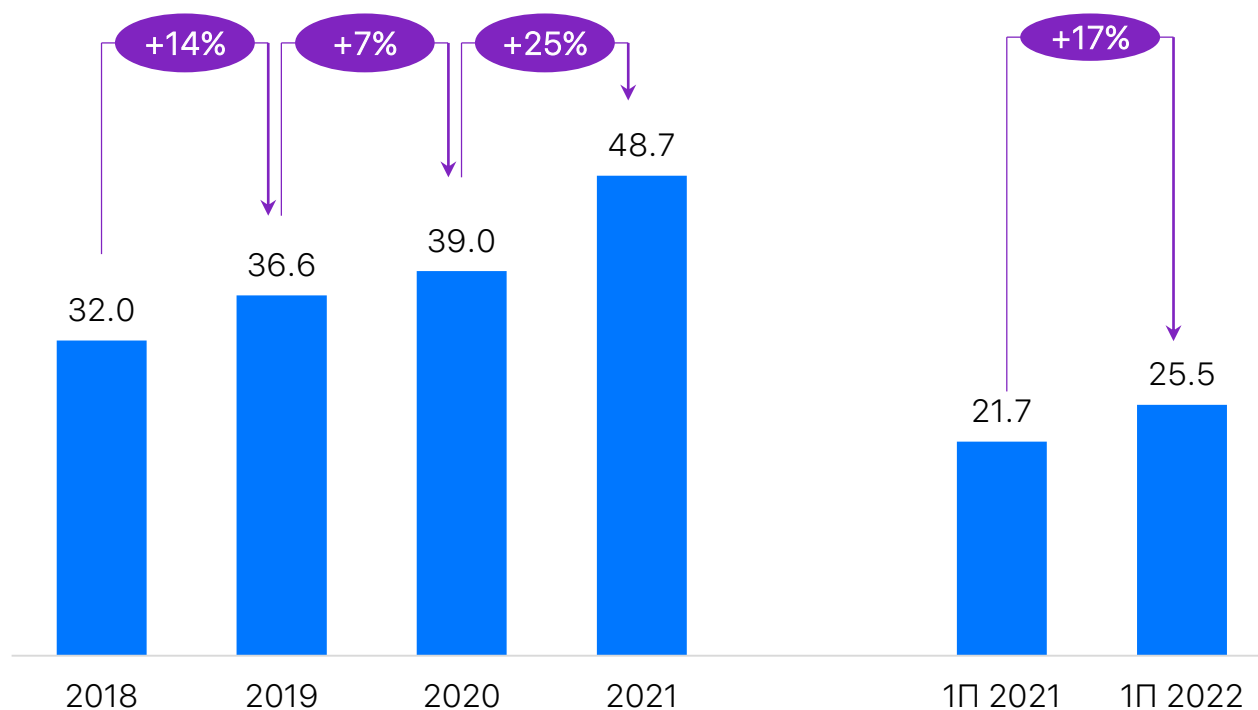


2022

Рекламная выручка VK

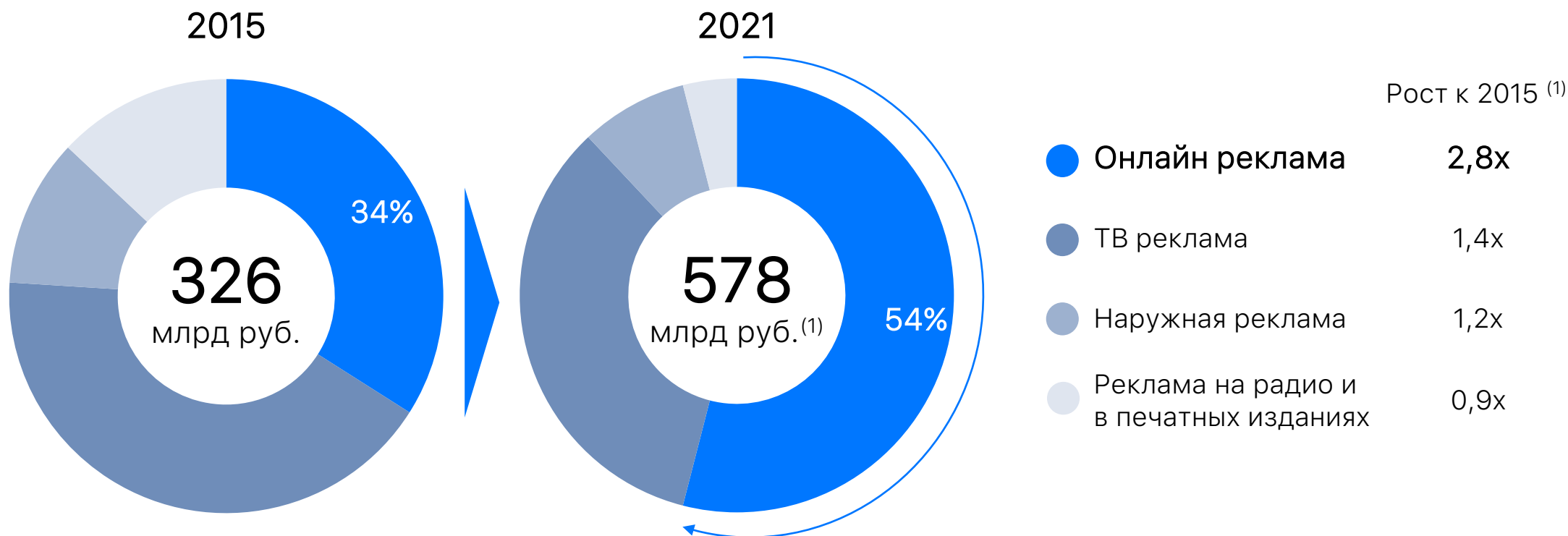
Онлайн-реклама – один из крупнейших источников выручки VK (~40% в 1П 2022).

Выручка VK от онлайн-рекламы, млрд руб. ⁽¹⁾



Составила доля
онлайн-рекламы от
общей выручки VK
в 1П 2022

Рынок рекламы в России



- Рынок онлайн-рекламы в России вырос почти в 3 раза с 2015 г.
- Доля онлайн рекламы в совокупных рекламных бюджетах увеличилась на 20 п.п. с 2015 г. и превысила 54% в 2021 г.
- В среднем по миру на онлайн-рекламу приходится ~ 65% рекламного рынка с прогнозным ростом доли до 70%+ к 2025 г.⁽²⁾

Преимущества онлайн-рекламы

- 1 Доступ к многомиллионной аудитории в интернете
- 2 Широкие возможности подбора целевой аудитории (таргетирование)
- 3 Прозрачность и измеримость результатов: развитие инструментов сквозной аналитики
- 4 Быстрый путь пользователя к оформлению заказа / покупке
- 5 Разнообразие технологий, инструментов, форматов объявлений и мест для их размещения
- 6 Доступность для среднего, малого и микробизнесов

Факторы, которые влияют на цену в аукционе

1

Размер аудитории, которая посещает ресурсы VK, и **время**, которое она там проводит

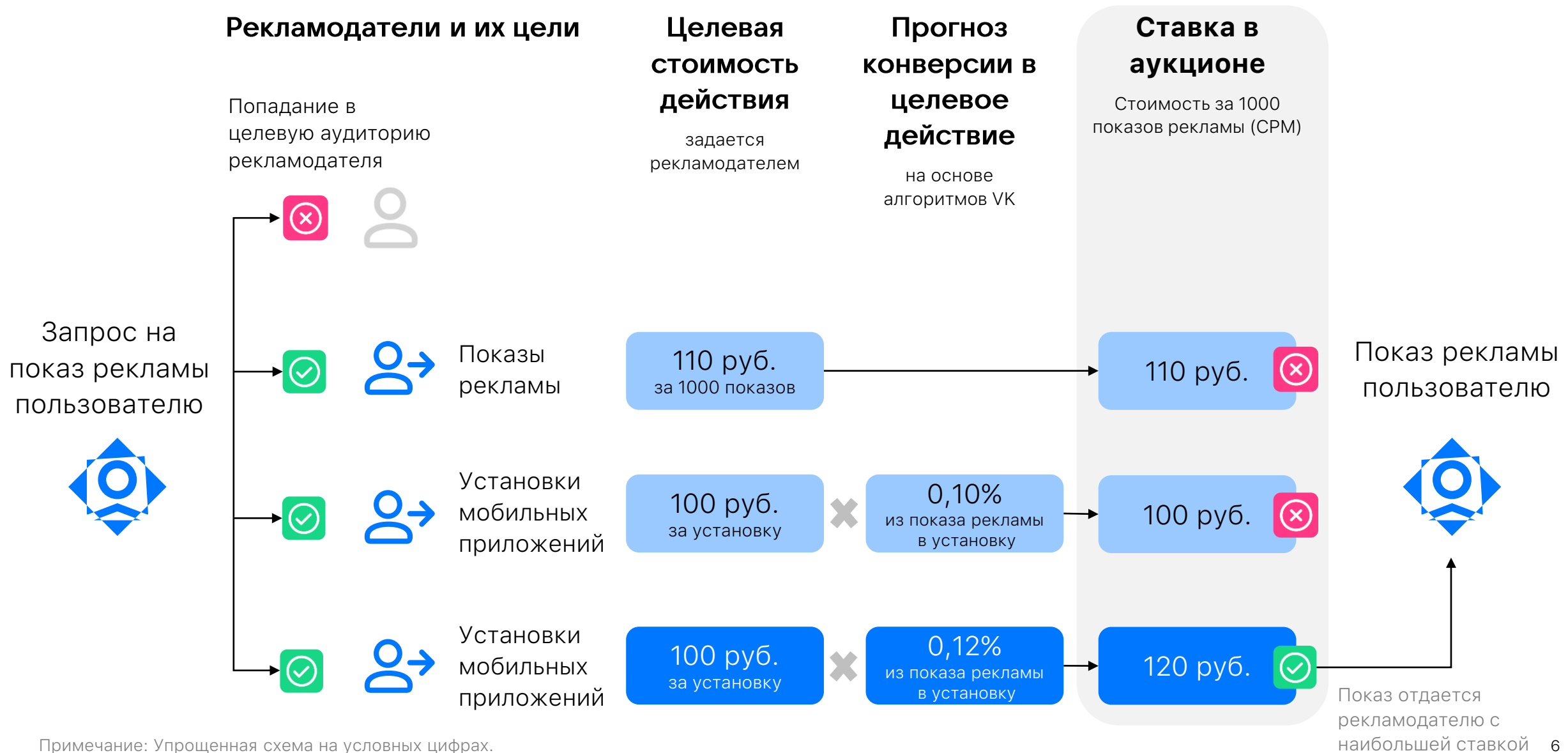
- Эти параметры определяют возможный объем рекламных показов
- Продуктами и сервисами VK пользуются более 90% аудитории рунета
- Показы рекламы в партнерской сети: >3 тыс. внешних веб-сайтов и 18 тыс. мобильных приложений размещают рекламу наших рекламодателей у себя на площадках

2

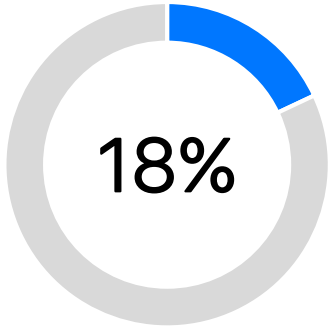
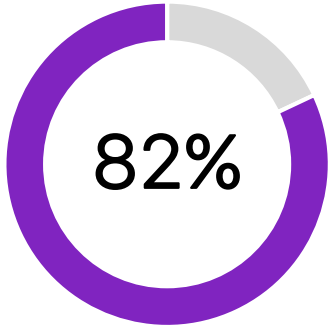
Цена, которую рекламодатель готов заплатить за показ рекламы

- Превалирующая часть рекламных доходов формируется в рекламном аукционе
- В аукционе в режиме реального времени определяется стоимость каждого показа рекламы: чем больше рекламодателей претендует на показ объявления пользователю, тем выше ставка
- Показ отдается рекламодателю, предложившему наибольшую цену

Схема формирования цены в рекламном аукционе



Метрики оценки эффективности рекламы

Тип рекламы	Доля сегмента на рынке онлайн-рекламы в России ⁽¹⁾	Цель рекламы	Примеры ключевых рекламодателей
Медийная реклама	 18%	Познакомить с брендом, товаром или услугой как можно больше людей, повысить узнаваемость и предпочтение бренда	Товары повседневного спроса (FMCG), бытовая техника и электроника, фармацевтика
Перформанс реклама	 82%	Привести клиента на сайт, в мобильное приложение или сообщество и побудить его к оформлению заказа, подаче заявки и др.	Онлайн-торговля, финансы, онлайн-развлечения и игры

Воронка целей рекламодателя



Технологии и инструменты VK для поиска и взаимодействия с аудиторией

Платформы для рекламы и взаимодействия с клиентами



Рекламные технологии

- Таргетинги на основе больших данных VK
- Аудитории внешних поставщиков данных (Data Marketplace)
- Кастомизированные аудитории на основе больших данных VK
- Кастомизированные аудитории e-commerce поставщиков данных (Sales Promo Ads)
- Кастомизированные аудитории на основе данных клиента

Каналы/форматы

- Интернет-реклама
- Цифровая аудиореклама (Digital Audio)
- Цифровая наружная реклама (DOOH)
- Цифровая Indoor реклама
- Видеореклама Smart TV

Нерекламные инструменты

- Social-commerce
- Вовлекающий контент сообщества
- Персонализированная коммуникация

Расширенные возможности

- CDP для управления и обработки данных
- App Marketplace (внешние приложения)
- Инновационные решения
- Решения для цифровой трансформации
- Сервис рекомендации контента Пульс
- Сеть нативной рекламы Relap

Наш подход к развитию рекламных продуктов



Укрепление позиций в сегменте **медийной** рекламы

Конкурентные преимущества

- Широкий охват аудитории (продуктами и сервисами VK пользуются более 90% аудитории рунета)
- Высокая вовлеченность аудитории
- Разнообразные возможности таргетирования
- Широкий пул интеграций с внешними партнерами: панели исследовательских компаний, верификаторы, ритейлеры



Наращивание доли рынка в сегменте **перформанс** рекламы при укреплении позиций в Медийной рекламе

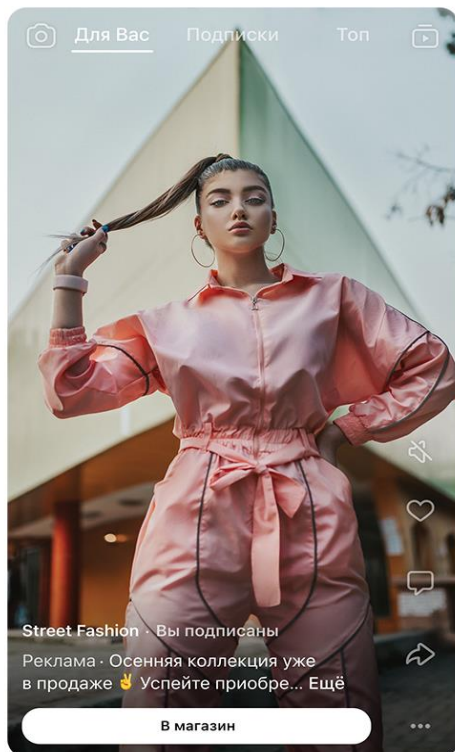
Ключевые задачи в рамках фокуса

- 1 **Запуск новых форматов рекламы** в растущих сегментах рынка (видеореклама, реклама онлайн-торговли, реклама мобильных приложений)
- 2 **Переход к автоматизированным рекламным кампаниям**, которые позволяют рекламодателям показывать рекламу пользователям, которые вероятнее совершат целевое действие
- 3 **Развитие простых и эффективных рекламных инструментов** для среднего, малого и микробизнесов

Развитие новых форматов рекламы в растущих сегментах рынка

Реклама между Клипами

короткие вертикальные видео



Пример медийного формата, который также может решать и перформанс-задачи

Shoppable-реклама внутри длинных видео

Форматы для рекламодателей из сферы электронной коммерции с бесшовным переходом из ролика с рекламой товара на страницу для покупки (shoppable ads)

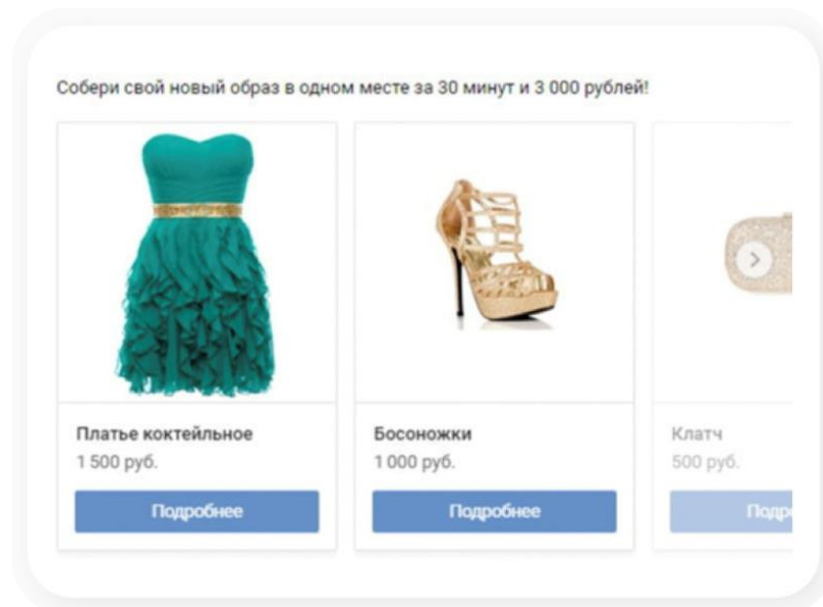


1

Развитие новых форматов рекламы в растущих сегментах рынка

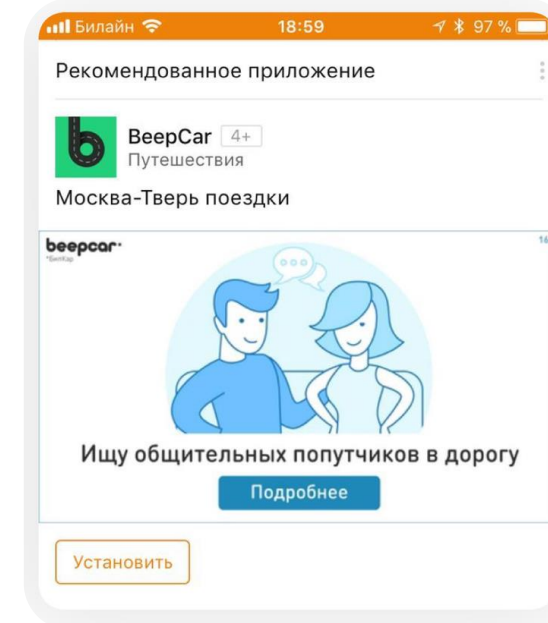
Динамические рекламные объявления формируются автоматически на основе продуктового фида и помогают привлекать новых клиентов на сайт или в приложение бренда

Реклама с динамическими рекламными объявлениями



Форматы для рекламы **мобильных приложений** с призывом к установке или совершению конверсии внутри него

Реклама с призывом к установке приложения



Переход на автоматизацию



VK Реклама

новая рекламная платформа, которую запустили в апреле 2022 года



Высокие результаты

за счет автоматизации



Удобство управления

благодаря трехуровневой структуре кампаний



Быстрый запуск

за счет адаптации объявлений под все площадки



Умное таргетирование

благодаря показу объявления в зависимости от предпочтений пользователя

- На первом этапе после запуска платформы доступно продвижение **мобильных приложений**. В дальнейшем планируется расширить функциональность платформы на все типы рекламируемых объектов.
- Интеграция RuStore и VK Рекламы для продвижения мобильных приложений для Android. Тесты показали, что интеграция инструментов платформ позволяет сократить стоимость установки от пользователей RuStore в среднем на 20%.

VK Реклама

объединяет в себе современные алгоритмы, которые позволяют рекламодателям показывать рекламу пользователям, которые вероятнее совершат целевое действие

Алгоритмы позволяют:

1

адаптировать объявления под доступные места размещения

2

автоматически оптимизировать кампании на целевые действия

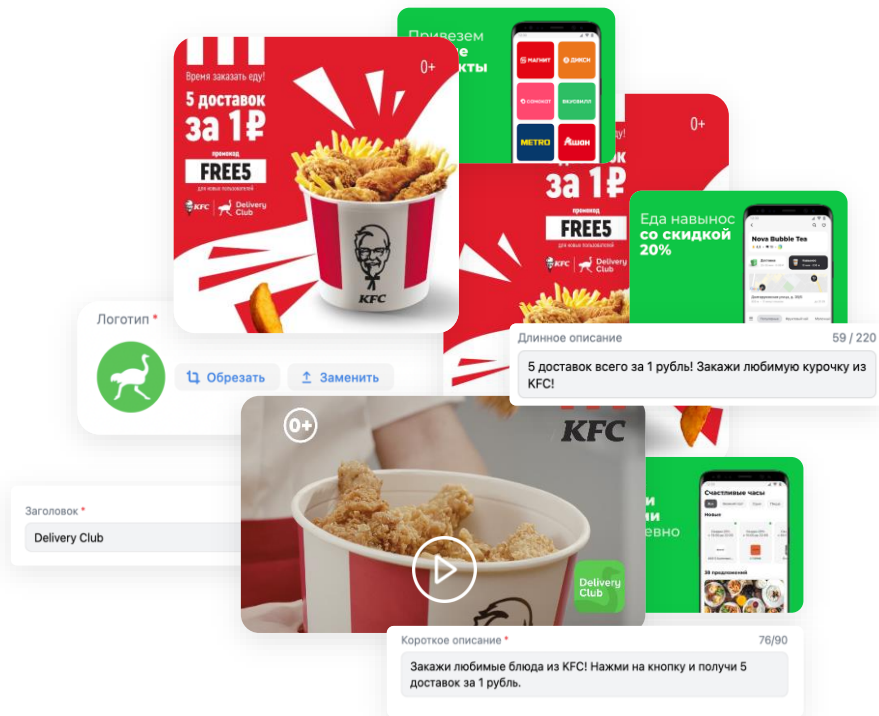
3

автоматически управлять ставкой



Алгоритмы автогенерации адаптивных форматов объявлений

- 1 Рекламодатель загружает набор картинок и видео разного размера



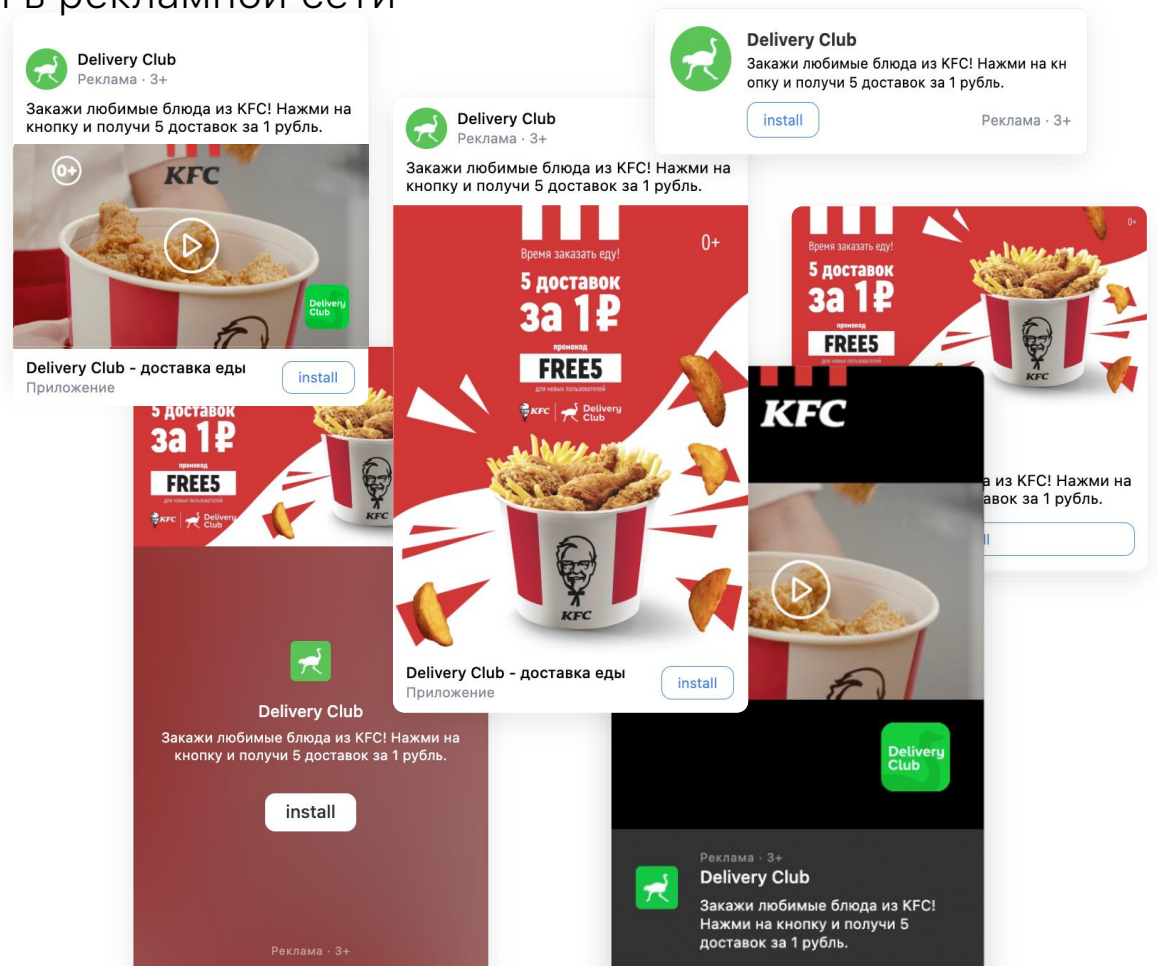
Автоматический импорт атрибутов приложения из магазинов приложений

логотип название приложения

текст из описания

все видео все изображения

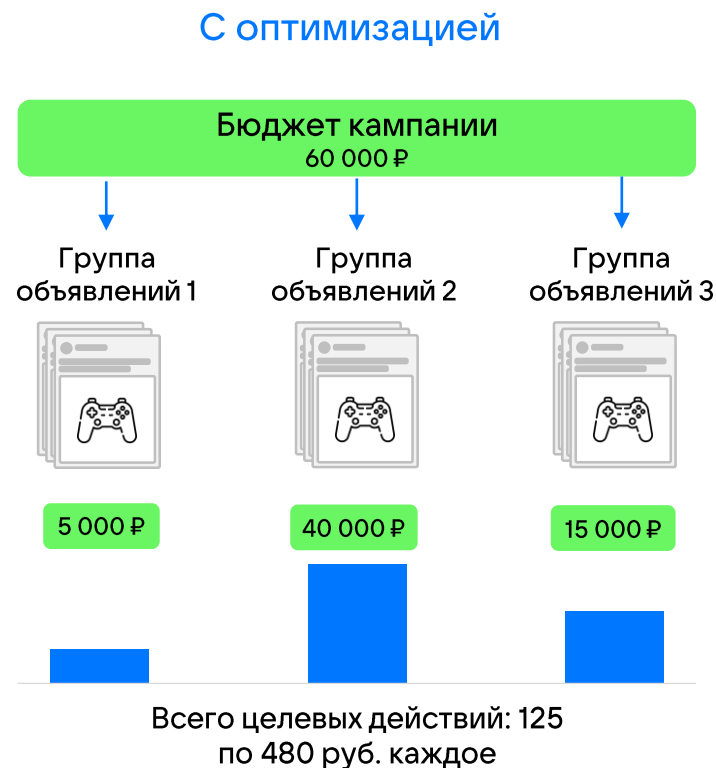
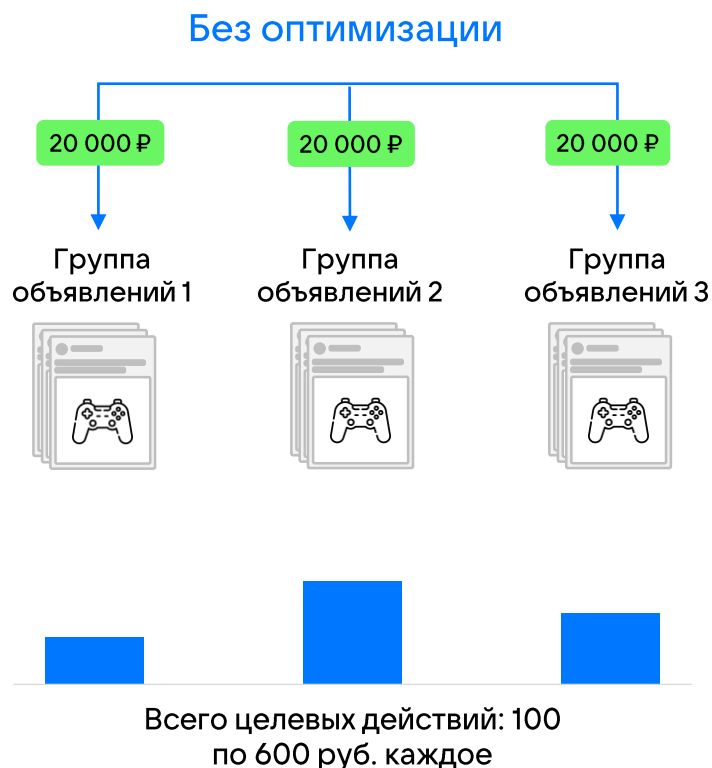
- 2 Система автоматически создает разные варианты объявлений для размещения на доступных площадках VK и в рекламной сети



Алгоритмы оптимизации по целевым действиям

Выберут пользователей, которые вероятнее совершат целевое действие, а также подберут для них наиболее привлекательные размещения. Бюджет автоматически распределяется в пользу самых эффективных объявлений.

Оптимизация бюджета на уровне рекламной кампании

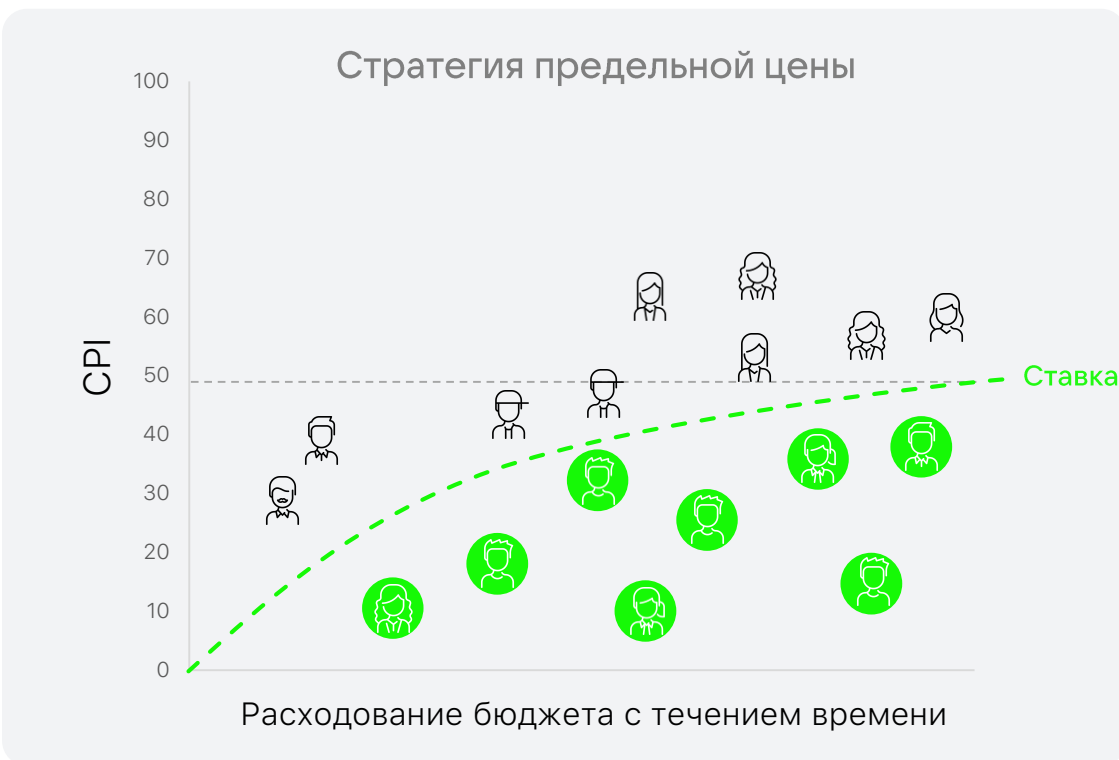


■ Количество целевых действий, полученных от показа каждой группы объявлений

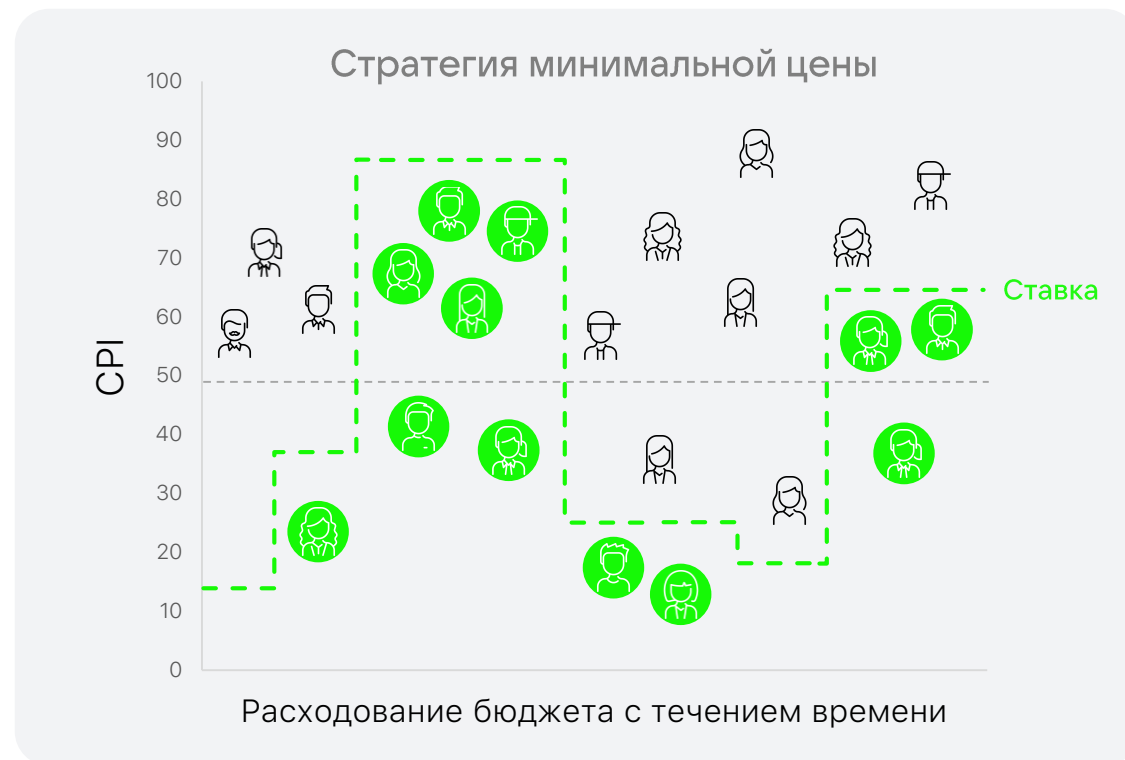
Алгоритмы автоматического управления ставкой (автобид)

Следят за рекламным аукционом, повышая или понижая ставку в зависимости от ситуации. Рекламодатель не переплачивает за каждую конверсию и получает доступ к большему объему целевой аудитории, которая раньше оставалась вне ценового диапазона его ставки.

Цель «Максимальное количество событий с ограничением по стоимости»



Цель «Максимальное количество событий за установленный бюджет»



Развитие рекламных инструментов для среднего, малого и микробизнесов



>3 млн

МСП ведут бизнес на
площадках VK



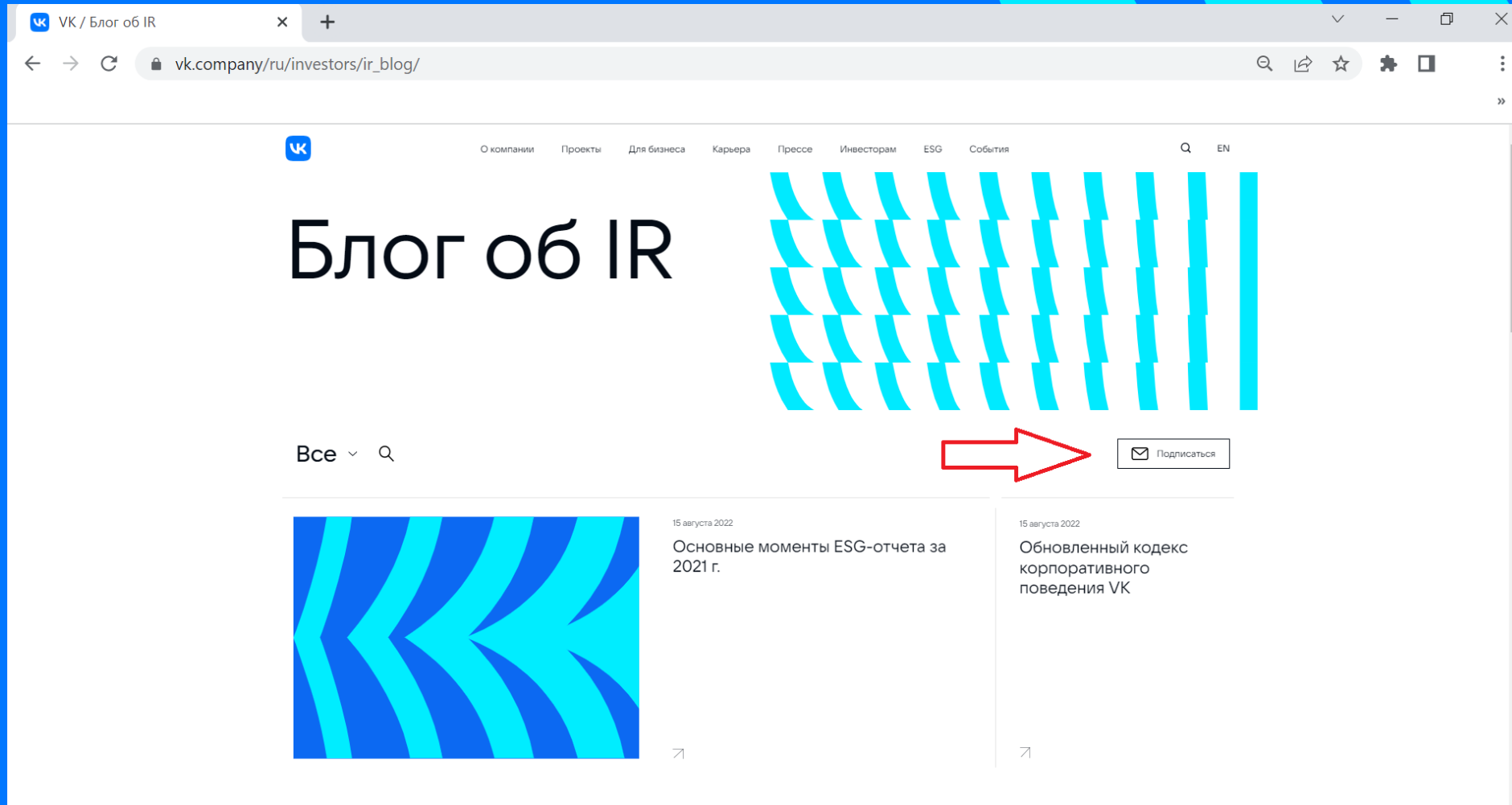
2x

Рост активных МСП
рекламодателей в июне
2022 г/г

Драйверы для дальнейшего развития рекламного бизнеса VK

- 1 Рост доли онлайн-рекламы на рынке рекламы в целом
- 2 Разработка и развитие медийных и перформанс решений
- 3 Автоматизация и упрощение рекламных инструментов

Подписывайтесь на наши новости и рассылки



Заявление об ограничении ответственности

Информация, представленная в данной презентации, может включать заявления прогнозного характера. Прогнозные заявления содержат заявления, касающиеся планов, задач, целей, стратегий, будущих событий или результатов деятельности, а также лежащие в их основе предположения и другие заявления, которые отличаются от заявлений об исторических фактах. Слова "полагать", "ожидать", "предвидеть", "намереваться", "оценивать", "прогнозировать", "проектировать", "будет", "может", "должен" и подобные выражения относятся к заявлениям прогнозного характера, но не являются исключительным средством для обозначения таких заявлений. Заявления прогнозного характера фигурируют в ряде мест в данной презентации и могут включать заявления относительно: стратегии, прогнозов и перспектив развития; будущих планов, ожиданий, прогнозов и потенциала будущего роста; планов или намерений, связанных с приобретениями; будущих доходов и результатов деятельности; ликвидности, капитальных ресурсов и капитальных затрат; экономических перспектив и отраслевых тенденций; влияния регуляторных инициатив; конкурентных преимуществ и недостатков; преимуществ конкурентов; ожидаемого влияния пандемии коронавируса (COVID-19), включая, без ограничений, влияние на экономические и финансовые рынки и на Компанию, макроэкономические и геополитические события. Прогнозные заявления в данной презентации основаны на различных предположениях, многие из которых, в свою очередь, основаны на других предположениях, включая, но не ограничиваясь, изучения руководством исторических тенденций деятельности, данных, содержащихся в документации Компании, и других данных, полученных от третьих сторон. Хотя Компания считает, что эти предположения были обоснованными на момент их выдвижения, эти предположения по своей природе подвержены значительным известным и неизвестным рискам, неопределенностям, непредвиденным обстоятельствам и другим важным факторам, которые трудно или невозможно предсказать и которые находятся вне контроля Компании. Такие риски, неопределенности, непредвиденные обстоятельства и другие важные факторы могут привести к тому, что фактические результаты деятельности Компании или отрасли будут существенно отличаться от результатов, выраженных или подразумеваемых в данной презентации посредством таких прогнозных заявлений. Не существует никаких заверений, что любое из этих прогнозных заявлений или прогнозов сбудутся, или что любой прогнозируемый результат будет достигнут, и мы предостерегаем вас от чрезмерного полагания на любое прогнозное заявление.

Все прогнозные заявления действительны только на дату их составления и отражают добросовестные убеждения, предположения и ожидания Компании, но не являются гарантией будущих результатов или событий. Никто не обязуется публично обновлять или пересматривать любое такое прогнозное заявление.

Инвестиции в ценные бумаги, включая ГДР, сопряжены с существенным риском. Указания на будущие доходы не являются обещаниями или даже оценками фактических доходов, которых может достичь инвестор. Прогнозы, содержащиеся в настоящем документе, приведены исключительно в иллюстративных целях и не должны рассматриваться как совет или интерпретироваться как инвестиционная консультация или рекомендация в соответствии с каким-либо законодательством, включая российское законодательство.

Инвестирование в ценные бумаги может быть ограничено применимым законодательством, в связи с чем инвестор должен внимательно самостоятельно изучить возможности инвестирования в ГДР Компании, применимые к нему ограничения и налоговые последствия.

Информация, приведенная в настоящем документе, отражает оценку Компанией преобладающих условий на текущую дату, которые могут измениться.

Данная презентация не предназначена и не является частью какого-либо предложения, приглашения или рекомендации о покупке, приобретении, подписке, продаже или ином отчуждении каких-либо ценных бумаг или обязательств, или любого другого приглашения или побуждения к участию в инвестиционной деятельности; ни данная презентация (или любая ее часть), ни факт ее распространения не являются основанием для заключения какого-либо договора или принятия инвестиционного решения и не могут быть положены в его основу.

Информация и мнения, содержащиеся в данной презентации, предназначены исключительно для справочных целей. Компания не дает никаких заверений, гарантий или обязательств, явных или подразумеваемых, в отношении точности, полноты информации или мнений, содержащихся в данной презентации. Компания не берет на себя обязательство по обновлению представленной информации.

За дополнительной информацией
обращайтесь по адресу:
ir@vk.company

