

5 трендов в мобильном программатике

Расходы на мобильную рекламу в 2016 году выросли на 44,7%. Такие данные публикует агентство Smaato в своем ежеквартальном отчете «Global Trends in Mobile Advertising» за последний квартал 2016 года. Компания проанализировала большой массив данных и выделила 5 важных тенденций на рынке мобильной рекламы.

Доходы от мобильной рекламы удвоились

Уровень доходов в отчете анализируется по среднему значению eCPM – выручка с каждой 1000 показов, показатель демонстрирует среднюю стоимость трафика. За прошлый год eCPM вырос на 92% по всем странам.



На карте синим цветом выделены регионы, в которых средний eCPM вырос более чем, на 100%. Наиболее выраженный рост в Китае, Скандинавии, западной части Южной Америки и некоторых европейских странах. Лидеры рынка мобайла – США, Великобритания, Германия – показали умеренный рост, средний eCPM в этих странах вырос в диапазоне 50-100%.

Вернёмся к расходам. Крупнейший регион по расходам на мобильную рекламу – Америка. В среднем расходы здесь выросли в 2016 на 56%, в США – на 58,1%, в Канаде – на 103,5%. Значительный скачок произошел в развивающихся странах Латинской Америки – Парагвай (+183%), Уругвай (+137%), Пуэрто-Рико (+122%). В Азиатском регионе рост расходов на мобильную рекламу составил 36,4%, в лидерах Китай (+252%) и Япония (143%). Среди европейских стран на первом месте Швеция (+101%).

In-app реклама лидирует

Последние несколько лет в диджитал-рекламе бюджеты перетекают в мобайл: в 2013 процентное соотношение расходов на десктопную рекламу к мобильной было 84% к 16%, в

Юлия Лезговка lezgovkajulia@gmail.com

2016 расходы на мобильную рекламу впервые превзошли десктопную – 44% к 56%, а в 2019 по прогнозу Smaato мобильная реклама будет занимать около 71% в общем объеме расходов на цифровую рекламу.



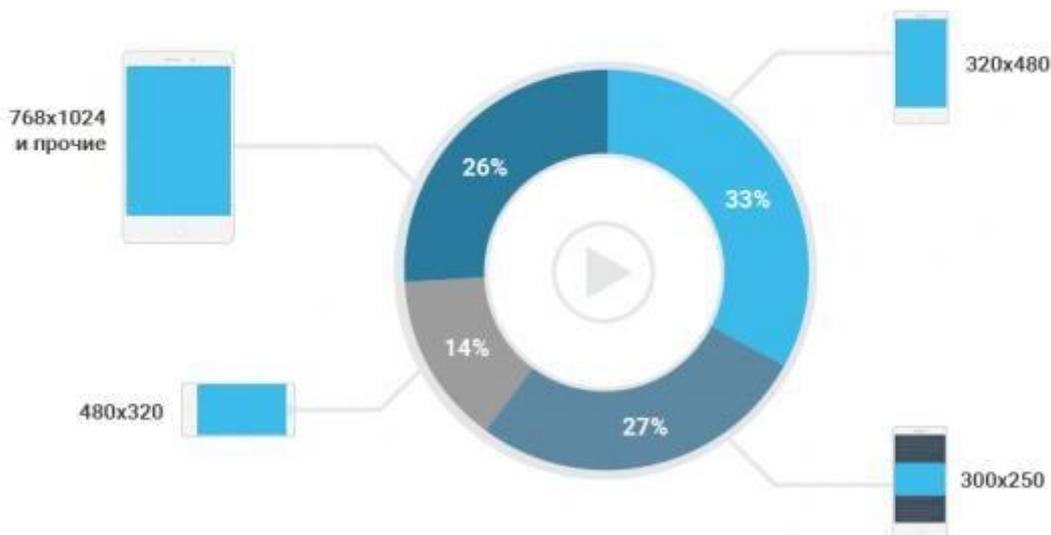
Интересно распределение расходов в самом мобайле: 85% расходов за прошлый год пришлось на in-app рекламу. Это закономерно, ведь по статистике в среднем пользователи смартфонов 85,7% времени проводят в приложениях. В системе [PMA Network](#) около 90% рекламы in-app. Показатель eCPM в in-app рекламе вырос на 130%, а на мобильных веб-сайтах – на 67%.

В Китае самая высокая доля расходов на in-app рекламу среди всех мобайл-расходов – 99%, в США – 84%, в Германии – 89%. Среди 20-ти крупнейших стран по расходам на рекламу этот показатель не ниже 50%.

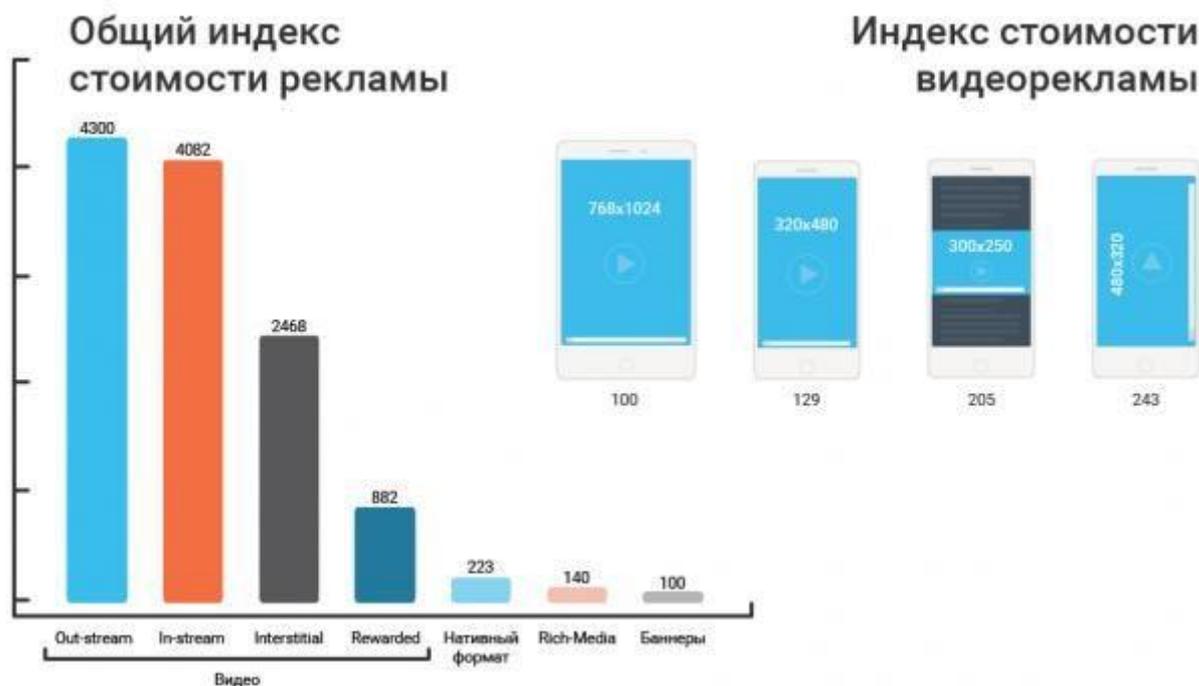
Расходы на видеорекламу выросли в три раза

В среднем по миру расходы на мобильную видеорекламу выросли на 172% (в 4 квартале 2016 по сравнению с 3 кварталом 2016), в США этот показатель увеличился более чем в два раза (+129%), в Азии скачок вообще колоссальный: расходы увеличились почти в десять раз. А по доходам от мобильной видеорекламы в лидерах США, Германия и Австралия.

Доля расходов на видеорекламу в зависимости от формата



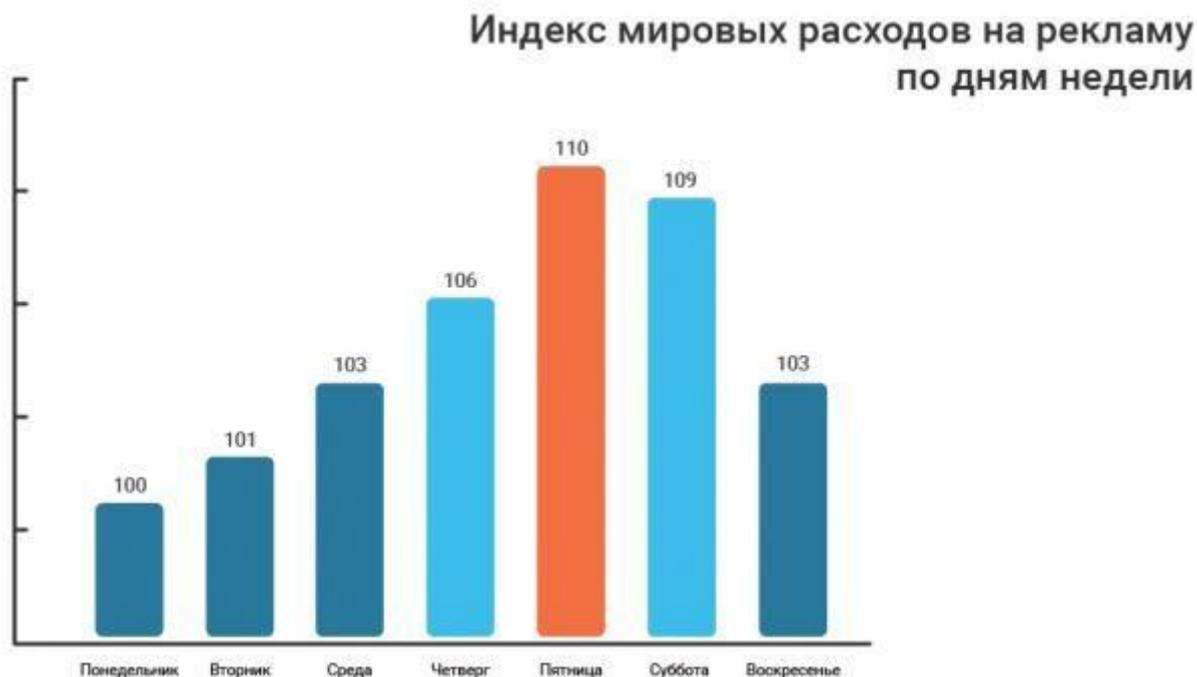
По наблюдениям Smaato рекламодатели предпочитают вертикальный формат видео 320x480 – около трети всех расходов (33%), следующий по популярности – формат 300x250, 27% расходов. На третьем месте – горизонтальный баннер 480x320, он же лидирует по eCPM.



Если сравнивать различные форматы видеорекламы по средней стоимости трафика, лидируют outstream и instream, они превышают стандартные баннеры по eCPM почти в 40 раз.

Пятница - лучший день для мобильной рекламы

Smaato сравнил расходы на мобильную рекламу по дням недели. Наибольшее число расходов приходится на пятницу и суббота, далее идёт четверг. По понедельникам расходы ниже на 10%, чем в пятницу. Несмотря на географические и культурные различия зависимость расходов на мобильную рекламу от дня недели прослеживается во всех крупных странах. Так в США, Китае и Японии самый популярный день – суббота, а в Германии, Великобритании и Австралии – пятница.



Black Friday и Singles' Day

Ноябрь и декабрь – период праздников во многих странах. В предыдущие годы, наибольшее число рекламных расходов приходилось на предрождественские дни и Рождество, но в этом году пиковыми по расходам стали два других праздника – Black Friday, с которого начинаются рождественские распродажи, и Singles' Day, традиционный для Азиатских странах «день холостяка».

Singles' Day отмечают в Китае с 90-х годов в противоположность западному «Дню Святого Валентина», в этом году он пришелся на 11 ноября. Этот день интернет-магазины отмечают распродажами, за сутки объем продаж 16 крупнейших китайских онлайн-маркетов составил 25.94 млрд. долларов. Это отразилось и на уровне расходов на мобильную рекламу. 10 и 11 ноября Smaato отметил самый высокий уровень расходов на рекламу в ряде стран, среди них Япония, Малайзия и Гонконг. А в европейских странах и США наибольший уровень расходов на мобильную рекламу в 4 квартале 2016 пришелся на Black Friday (25 ноября).

Перевод и адаптация [PMA Network](#).

Оригинальная версия отчета [здесь](#).

Юлия Лезговка lezgovkajulia@gmail.com

Ссылки на публикации:

<https://www.cossa.ru/pma/155633/>

<https://spark.ru/startup/pma-network/blog/28204/5-trendov-v-mobilnom-programmatike>

<https://fact4money.wordpress.com/2018/04/06/5-trendov-v-mobilnom-programmatike/>

<https://news.sputnik.ru/finansy/69e05f529208e103054a1ec7cb1c503615176282>