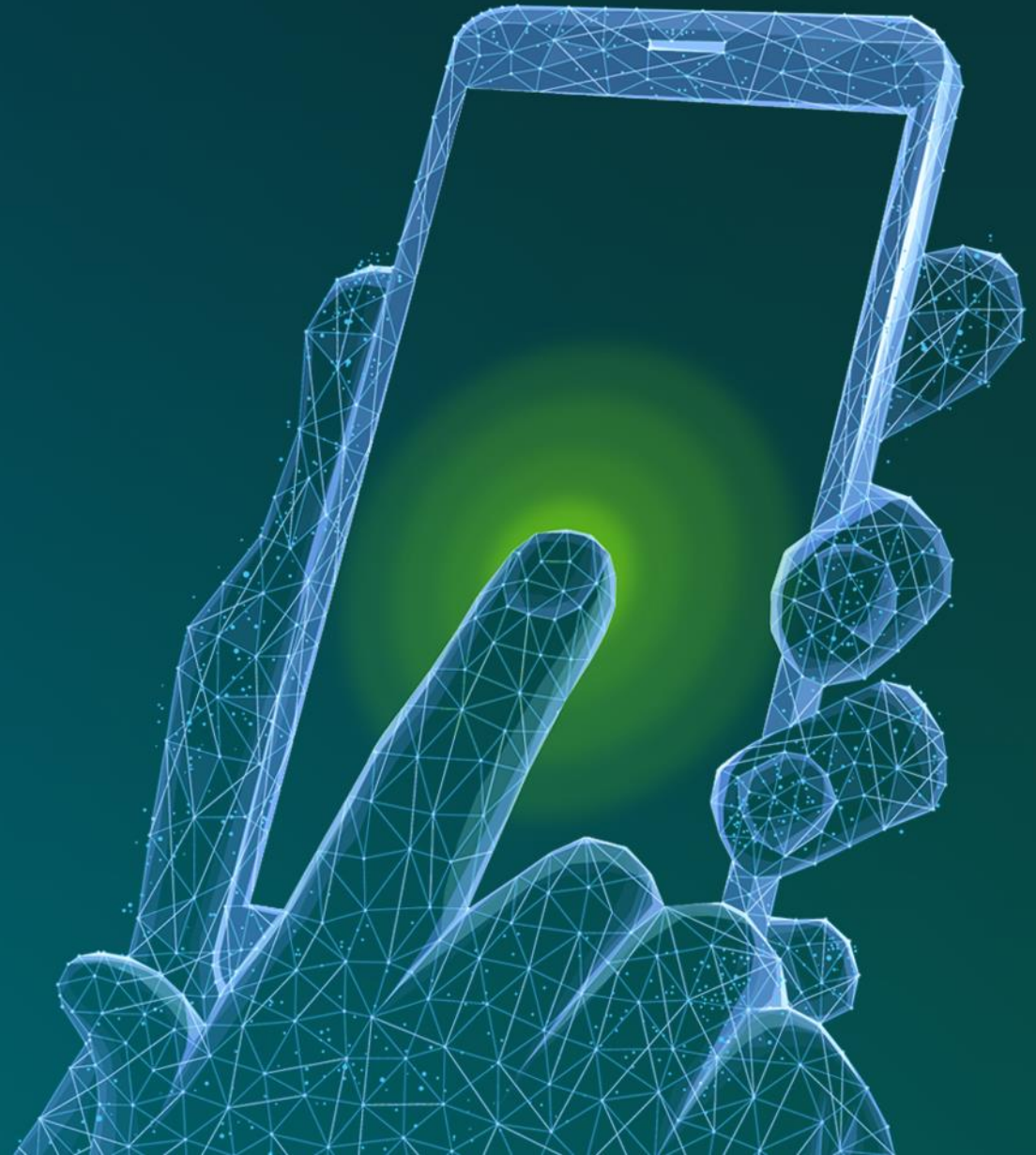


adventum.

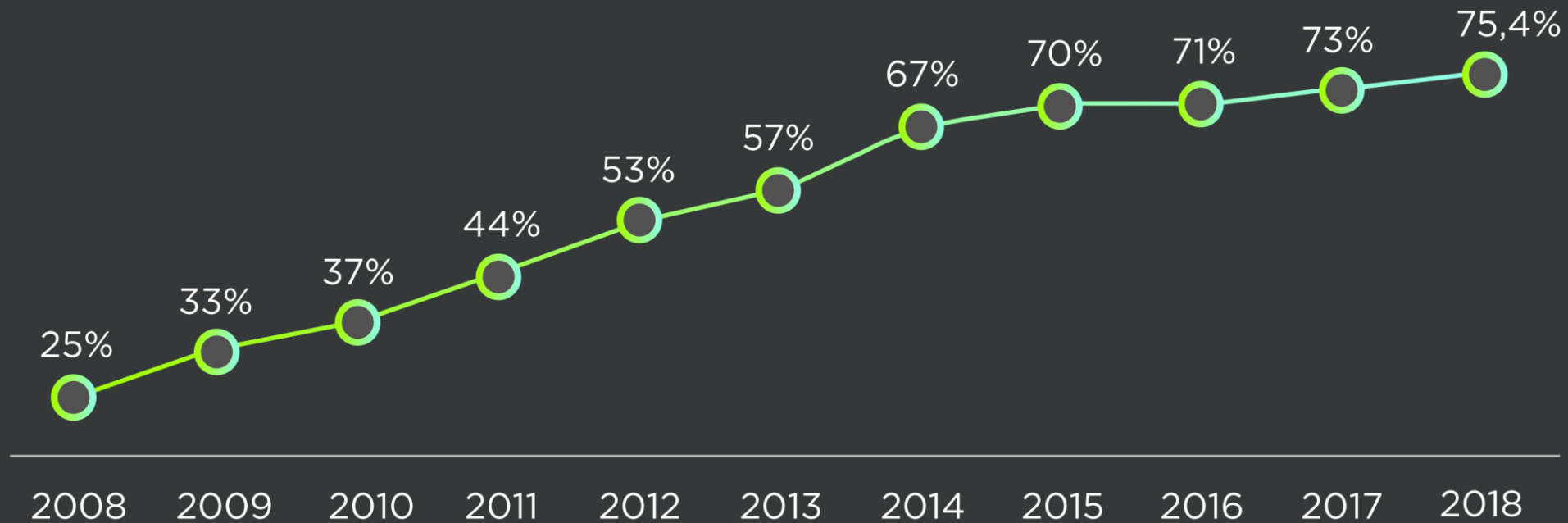
**Digital  
Mobile  
Trends**



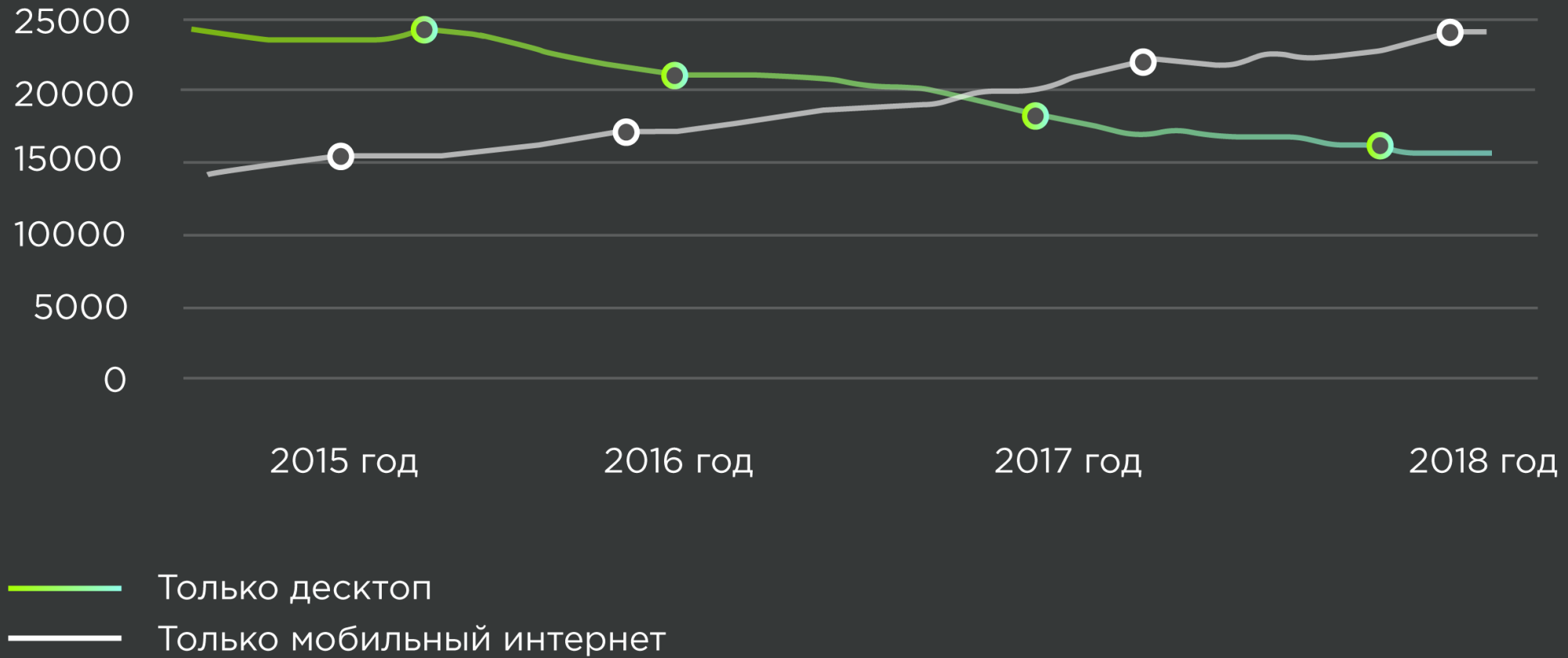


# Какова общая ситуация проникновения интернета в России?

В России более 90 миллионов человек от 16 лет являются пользователями интернета.



# Мобайл VS Десктоп: кто побеждает?



## Будущее за мобильным интернетом?

**Аудитория мобильного интернета в России достигла 61% к началу 2019 года.**

В 2017 – 2018 гг. развитие мобильных технологий стало главным драйвером изменений на российском рекламном рынке.



# Какова общая ситуация проникновения мобильного интернета в России?

78 071.1<sup>▲</sup>

тыс.чел.

В среднем пользователей  
в месяц

77 000.5<sup>▲</sup>

тыс.чел.

В среднем пользователей  
в неделю

72 034.0<sup>▲</sup>

тыс.чел.

В среднем пользователей  
в день

# 140 минут в день проводят пользователи в интернете через смартфоны



Мужчины  
12 - 64



Женщины  
12 - 64



Мужчины и женщины  
12 - 24

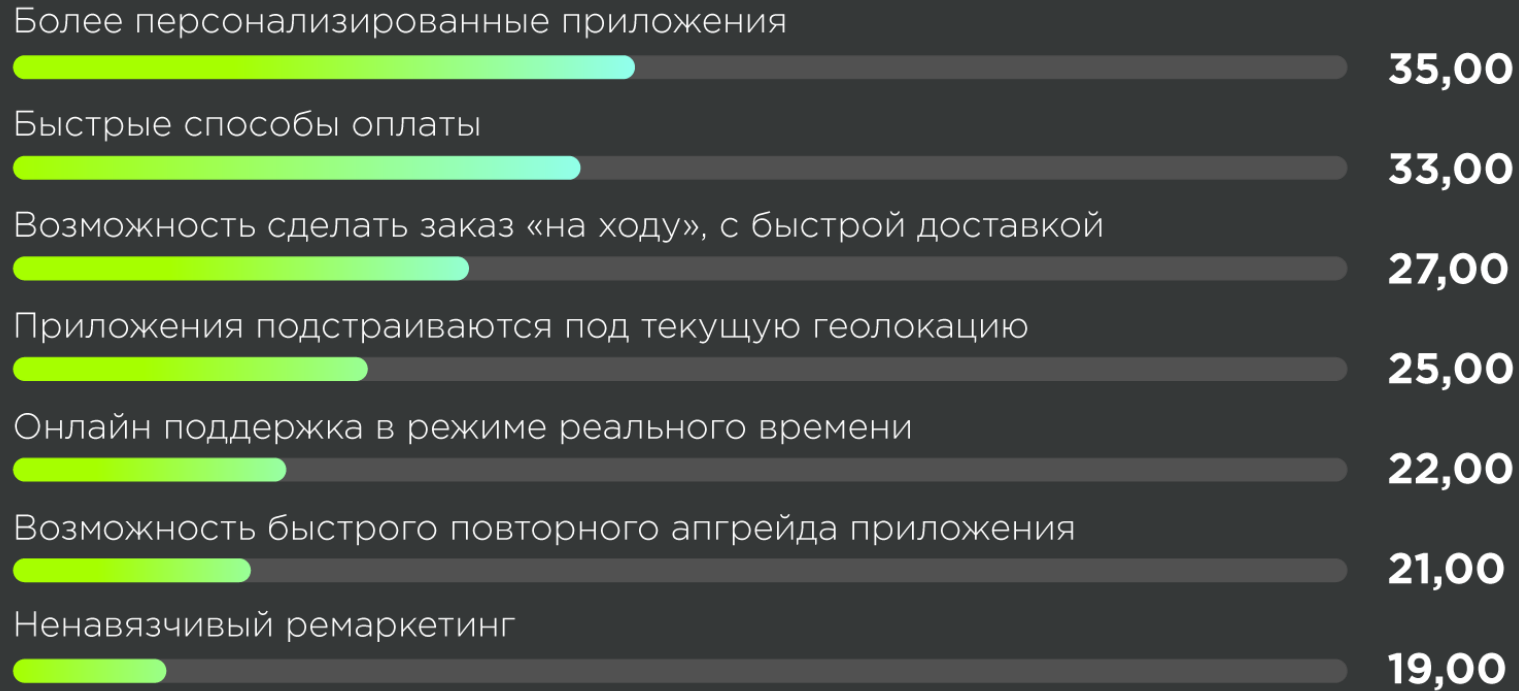


Мужчины и женщины  
25 - 34



Мужчины и женщины  
35 - 64

## Что ожидают пользователи?



Персонализация, ориентированность на пользователя и конфиденциальность информации – основа успеха любого приложения.








% от опрошенных респондентов

# Какие приложения пользуются наибольшей популярностью?

По итогам 2018 года пользователи по всему миру совершили 194 млрд загрузок.

## По количеству скачиваний

### Приложения






-  WhatsApp Messenger
-  VK
-  Sberbank Online
-  Instagram
-  Joom

### Игры

- Helix Jump
- Knife Hit
- Clever - Game with Prizes
- Subway Surfers
- Paper.io 2

## По количеству уникальных пользователей

### Приложения

-  WhatsApp Messenger
-  Viber
-  VK
-  Sberbank Online
-  Instagram

### Игры

- My Talking Tom
- Helix Jump
- Minecraft Pocket Editon
- Subway Surfers
- My Talking Angela



# На что именно идут затраты на мобильную рекламу?

Распределение бюджетов зависит от категории.

FMCG, авто, телекоммуникации,  
фарма, развлечения

82%

18%

E-commerce, игры, интернет-сервисы

14%

86%

Рынок в целом

58%

42%

● Мобильные приложения

● Мобильный веб

**59%** всех затрат на мобильную рекламу приходится на рекламу мобильных сайтов.

**41%** — на рекламу мобильных приложений.

## 45% рекламных бюджетов тратят рекламодатели на продвижение в мобильных приложениях



**По итогам 2018** года бюджеты рекламодателей составляли 29,5%.  
**К концу 2019 года** ожидается рост на 3,9% в сравнении с прошлым годом.  
**К 2020 году** прогнозируется рост бюджетов до 36,1%.

# Какие прогнозы?

## Драйверы

- Рост аудитории мобильного интернета;
- Развитие мобильных приложений;
- Широкие технологические возможности:
  - Узкие таргетинги;
  - Отслеживание мобильных конверсий;
  - Интеграция с оффлайном;
  - Совершенствование видеоформатов.

Это позволяет эффективнее планировать мобильные кампании в конкурентной среде.

# Какие прогнозы?

## Стоп-факторы

- Отсутствие регулярных качественных измерений мобильного рынка;
- Большое количество фрода на рекламных площадках;
- Отсутствие у рекламодателей адаптированных под мобильную среду сайтов, лендингов и других креативных материалов;
- Размеры экрана телефона, не позволяющие сделать некоторые дисплейные форматы с большим количеством деталей.

## Какие тренды мобильной рекламы в России?



Андрей Кудряшов  
Head of Paid Social & Mobile в **Adventum**

Основными источниками с хорошей конверсией по-прежнему являются социальные сети. Появляются in-app-сети с высоким качеством трафика. Например, мы часто работаем с платформами Youappi и Mobilda.

Тренд в мобильной рекламе – работа по **Revenue Share\***. Это система отчислений процентов агентству из прибыли от покупок пользователей в приложении.

Пример расчёта прибыли агентства:

\$1000 – затраты агентства

\$1300 – потраченная пользователями сумма в приложении

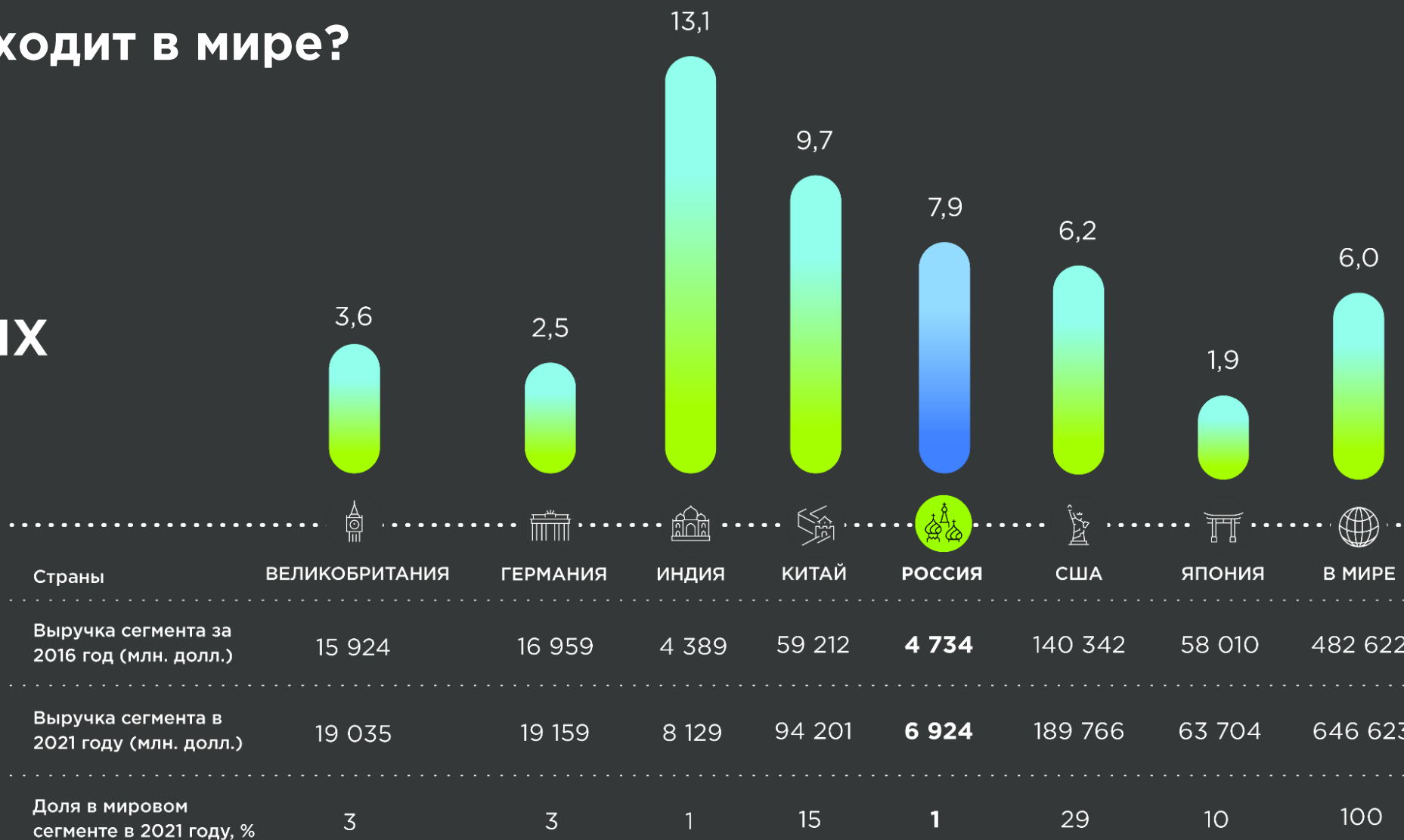
1,2 – коэффициент от рекламодателя на основе LTV-пользователей (опционально).

Итоговая формула:  **$\$1300 * 1,2 - \$1000 = \$560$**

# А что происходит в мире?

СГТР\*

КЛЮЧЕВЫХ  
СТРАН, %



\*среднегодовой темп роста

## Какой он, пользователь смартфона?



**194 млрд**

Мировых загрузок  
в 2018-м году



**\$101 млрд**

Составили  
потребительские  
расходы во всём  
мире в App Store  
в 2018-м году



**3 часа**

В день в среднем  
проводил  
пользователь в  
смартфоне в 2018-м  
году



**на 360%**

Выросли акции  
компаний, которые  
сфокусировались  
на мобильных  
устройствах  
в 2018-м году



**на 30%**

Более высокий  
уровень  
вовлечённости  
в неигровых  
приложениях для  
поколения Z

В среднем, пользователь проводит около 3 часов в день за смартфоном, что на 50% больше чем в 2016 г. Половина времени приходится на соцсети и мессенджеры. Около 15% — видеоплееры, 10% — на игры.

## Каковы мировые затраты на приложения?

2018



2019



2020



● Установка и затраты на приложения, млрд

К 2020 году траты рекламодателей на продвижение мобильных приложений увеличатся на 65%.

Ежегодные темпы роста этого рынка будут падать — от 44% в 2018 году до 24% в 2020.

Основные причины, которые повлияют на увеличение трат разработчиков и издателей на продвижение приложений:

- Удорожание рекламы;
- Увеличение конкуренции;
- Подключение новых пользователей.





## А что дальше?

**Конкуренция в сфере мобильных приложений будет только расти.**

Маркетологам понадобится прибегнуть к AI, Big Data, Machine Learning и прочим решениям, чтобы сохранять показатели KPI.

Потребуется больше усилий и денег для защиты от фрода, кликджекинга.

AI – Artificial Intelligence – искусственный интеллект.

Кликджекинг – технология обмана, когда по клику происходит неожиданное для пользователя действие (к примеру, подписка).

## Будущее за Китаем?

**10% доходов от мобильной рекламы Facebook получает из Китая.**

В ближайшее время активность рекламодателей из Китая будет только усиливаться.

Их бюджеты позволяют им расширять зону своих интересов, продвигая цифровые продукты — сервисы, мобильные приложения за пределами страны.

## Успешный кейс: социальная сеть для обмена видео TikTok

**На сервис пришлось 10% всех скаченных приложений в 2018 году.**

В Китае TikTok пользуются 300 млн. человек. После слияния с musical.ly приложение занимает **7 место** среди бесплатных в российском сегменте Google Play и **14 место** — в App Store.





**Остались вопросы?  
У Adventum есть решение.**

Елизавета Дементьева  
[pr@adventum.ru](mailto:pr@adventum.ru)