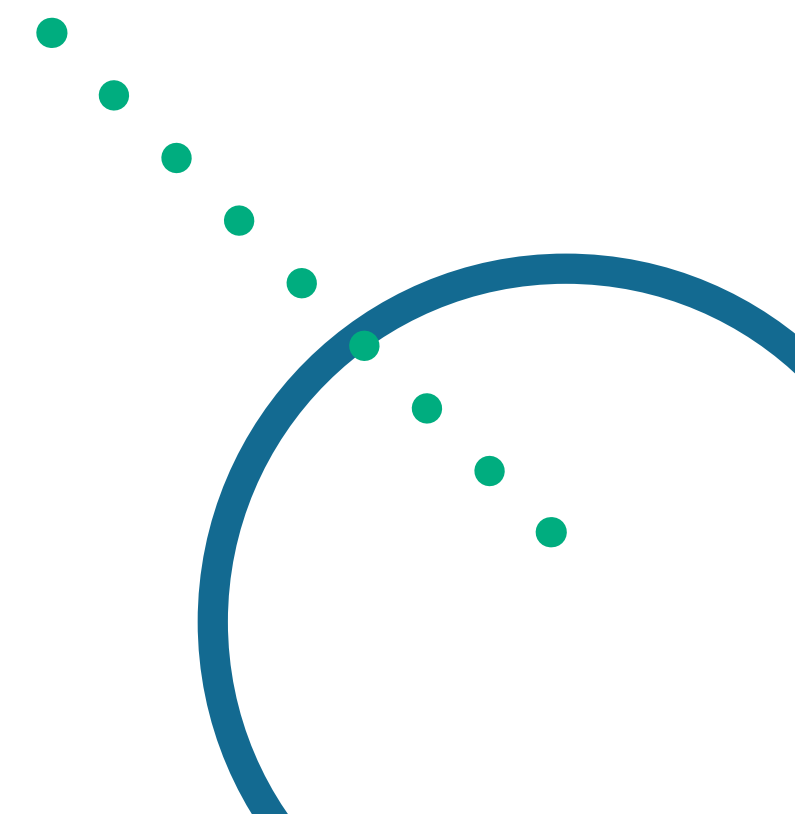


UNILEAD NEWS

Annual report



МОБАЙЛ: ИТОГИ 2017

Стремительно приближается к концу 2017 год. Во всех индустриях он был неоднозначным, для отдельных отраслей одиозным, ну а для мобайла выдался хотя и спокойным, но не без открытий. Разберем подробно, чем он запомнился и почему важно учесть его уроки в грядущем 2018.

Мы перечислим основные тенденции, поясняя, почему так случилось и что ожидать от этих событий.



PROGRAMMATIC-РЕКЛАМА

Первое — значительный рост программатик закупок на рынке по сравнению с предыдущим годом. По данным исследования Between Exchange и Adindex доля programmatic рекламы в 2017 составила 19,3%, а в 2018 году этот показатель должен вырасти на 32% по заявлениям компаний, готовящихся вложить бюджеты в эту сферу.

52,6% партнёров Between Exchange и Adindex собираются увеличить затраты на программатик-сегмент в грядущем году. 30,2% респондентов не ожидают никакого роста объемов затрат. А 8,8% настроены пессимистично, подозревая, что затраты уменьшатся. Этот прогноз основывается на опросах брендов, уже использующих programmatic-закупки.

Подавляющее большинство (свыше 80%) рекламодателей, использующих программатик-рекламу, размещают баннеры по модели RTB. Однако, несмотря на активное развитие индустрии, она ещё достаточно сыра. В этом бизнесе до сих пор не хватает:

- Более точных инструментов для таргетирования;
- Инструментов для выявления бот-трафика;
- Инструментов для аналитики;
- Квалифицированных кадров;
- Премиального инвентаря;
- Инструментов для кросс-девайсных кампаний;
- Инструментов для анализа Viewability.
- Грамотного анализа фрода;
- Brand Safety.



Даже Facebook в марте [открыл](#) свою Audience Network для мобильных паблишеров, давая полный доступ к header bidding.

У Pixalate ежемесячно обновляется [рейтинг доверия](#) продавцам программатик-рекламы для десктопа, в мобайле, in-app, видео и др. В мобайле AdColony на уверенном первом месте, inMobi на четвертом.

КОНСОЛИДАЦИЯ РЫНКА

Тенденция консолидации it-рынка не прекращает набирать обороты. Она вызвана продолжением роста конкуренции, а целью является сохранение или увеличение прибыли. Взглянем на основные M&A (Mergers and acquisitions) уходящего года:

Яндекс и Uber

Условия соглашения включают в себя инвестиции в размере \$225 млн со стороны Uber и \$100 млн — от Яндекса в новую компанию, которая оценивается в \$3,725 млрд.

59,3% компании будут принадлежать Яндексу, 36,6% — Uber, а 4,1% — их сотрудникам.

В новой компании будут использованы технологии Яндекса в области картографии, навигации и поисковых систем, а также глобальный опыт Uber, являющегося мировым лидером по заказу перевозок среди онлайн-сервисов.

Mail.ru (как в РФ, так и за границей)

Mail.Ru купила у Rambler&Co автомобильный портал Am.ru за \$10 млн. Холдинг планировал полностью интегрировать проект с другим сервисом объявлений компании — «Юла».

Помимо этого Mail.Ru Group купила второй по величине сервис доставки еды ZakaZaka. До этого у компании была доля в ZakaZaka в 9,91%.

«Российский рынок доставки еды продолжает стабильно расти, что подтверждает правильность нашего решения выходить в сегмент foodtech» — рассказал сооснователь и председатель совета директоров Mail.Ru Group Дмитрий Гришин.



Он отметил, что первым успешным шагом на этом рынке стала покупка группой Delivery Club.



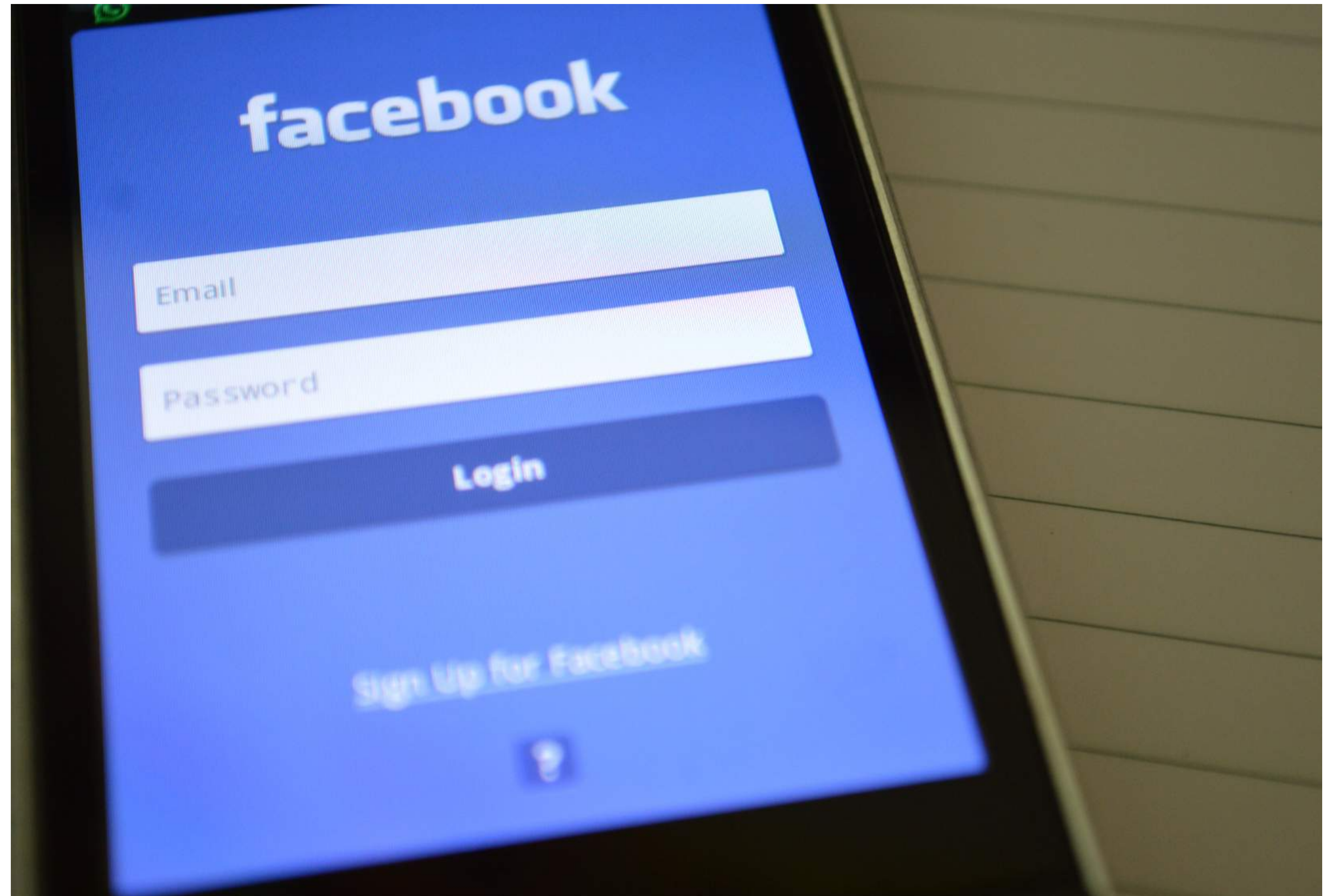
Verizon и Yahoo!

В июне 2017 года состоялась сделка между крупной телекоммуникационной компанией Verizon и Yahoo!. Verizon заплатила за операционный бизнес Yahoo!, которая сменила название на Altaba Inc, \$4,48 миллиардов. При этом за Altaba Inc осталось 15% акций и права на часть патентов.

Facebook

Facebook объявила 16 октября о покупке мобильного приложения tbh. Это приложение существует чуть больше пяти месяцев, но уже привлекло несколько миллионов пользователей. Tbh позволяет отвечать на вопросы о своих друзьях. Например, такие: «Кто лучший гость на вечеринке?», «Чья настойчивость вызывает восхищение?», «Кто может стать поэтом?»

Все эти покупки связаны с мобильными приложениями. Их развитие и эволюция привлекает всё большие инвестиции. Насколько большие? Давайте посмотрим.



МОБИЛЬНАЯ РЕКЛАМА

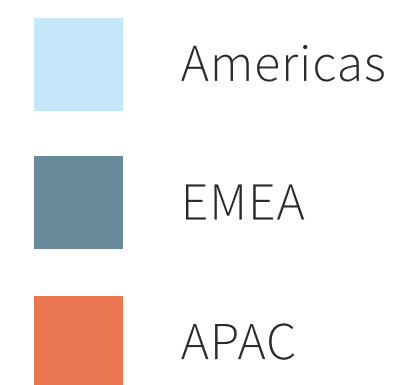
Глобальные тренды в мобильной рекламе распределились следующим образом:

- Рекламодатели [продолжают](#) следовать за потребителями, иными словами, «мобайл растёт», особенно расходы на мобильную рекламу увеличились в Бразилии, Колумбии, Канаде и США;
- 94% мирового мобильного бюджета тратится на рекламу внутри приложений, 6% — на мобильный веб. Исключение только в Южной Корее и Японии, там примерно 70/30;
- Видео растёт быстрее всех, расходы увеличились на 142% по сравнению с прошлым годом;
- На Android больше бюджеты (55% от мира), на iOS – выше eCPM, средний пользователь iOS посмотрел вдвое больше объявлений, чем на Android, из-за разницы в устройстве систем;
- Таргетирование по полу увеличивает eCPM

увеличивает eCPM в среднем в 2,5 раза.

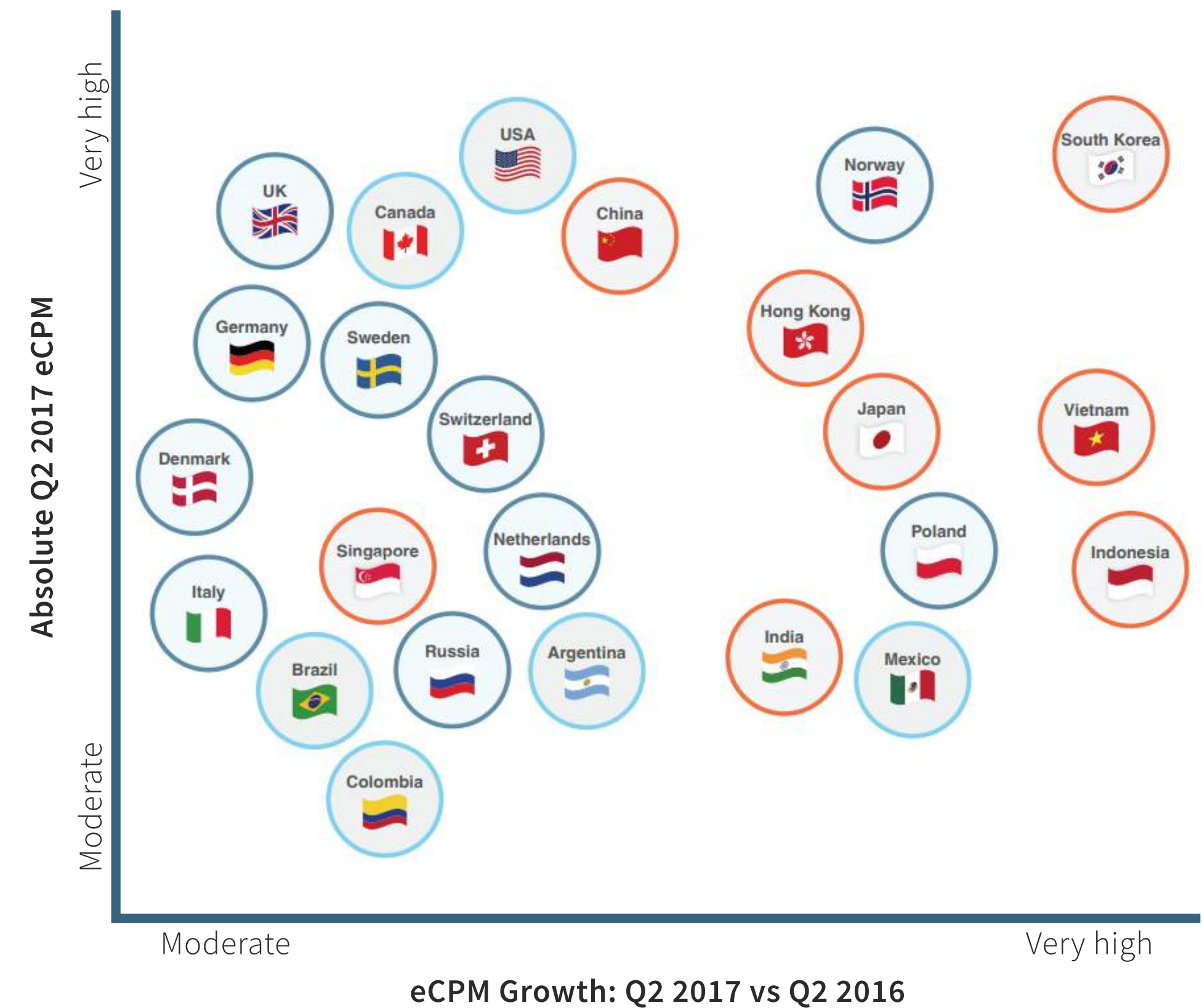
56% рекламы таргетировано на мужчин, 44% на женщин, у женщин eCPM больше на 25%;

- В Китае больше пользователей смартфонов, чем во всей Европе, включая Россию, и США вместе взятых. 99% времени китайские пользователи проводят в приложениях, 98% бюджетов идет на рекламу внутри них.



Top Global Markets by Absolute eCPM and eCPM Growth

Q2 2017 vs Q2 2016



ComScore [утверждает](#), что большинство пользователей в США не скачивают приложения. Сторы и реклама уже не так хорошо привлекают юзеров. Надежда одна: миллениалы. Они покупают все больше.

Поп-апы мало того, что всех раздражают, так еще и в 97% случаев [нарушают условия](#) AdSense на десктопе, в 54% — в мобайле. В Google в августе были недовольны проводили воспитательные беседы.

Facebook [сообщила](#) о том, что во втором квартале 2017 года прибыль компании выросла на 71% и составила \$3,89 млрд. По данным Reuters, это произошло благодаря развитию видеорекламы на мобильных устройствах — 87% от общего дохода от рекламы в \$9,16 млрд пришлось на мобильные объявления.

Рост квартальной прибыли [увеличил](#) стоимость акций Facebook до рекордного уровня в начале торгов в четверг и добавил к ее рыночной стоимости более \$27 млрд. Дейв Вейнер, финансовый директор Facebook, подтвердил, что в этом году

ожидается замедление роста выручки из-за нехватки рекламного пространства в ленте новостей, в связи с чем Facebook [запустила](#) рекламу в Messenger. Генеральный директор Facebook Марк Цукерберг ожидает, что видео будет основным источником доходов в течение следующих нескольких лет.

AppsFlyer [выпустила](#) отчет о лучших источниках трафика в мобайле. Основные выводы:

- Apple быстро захватывает рынок. Меньше чем через год после запуска Search Ads уже тягается с тяжеловесами индустрии. По данным AppsFlyer, Search Ads занимают первое место по ROI на iOS среди рекламных сетей: ARPU выше на 30%, а цена на 40% ниже.
- Facebook и Google продолжают доминировать. Facebook с недостижимым размером и достойным качеством своей рекламной сети остается главным источником трафика для маркетологов по всему миру. Google также не отстает от своего главного конкурента, уступая лишь в по размеру своей сети. Превосходство двух гигантов особенно заметно в неигровых приложениях, где количество инсталлов из этих источников

было выше на 70%, чем в играх. Twitter тоже стал ценным источником трафика для неигровых приложений.

В целом же, по мнению AppsFlyer, игровые маркетологи стараются уменьшить количество рекламных сетей, с которыми они работают. По сравнению с их коллегами их неигровых отраслей они используют в среднем в два раза меньше источников.

Ключевые цифры Facebook за Q2 2017:
Выручка: \$9,32 млрд, что на 45% больше, чем в Q2 2016.

Ежемесячные активные пользователи: 2,01 млрд. по сравнению с 1,94 млрд. в Q2 2016.
Ежедневные активные пользователи: 1,32 млрд по сравнению с 1,28 млрд. в Q2 2016.



AR, VR

Эти две аббревиатуры буквально завоевали информационное пространство наравне с биткоином и майнингом. Тенденции интеграции виртуальной и дополненной реальности в мобильные приложения неуклонно растут. К примеру:

- В квартальном отчёте Apple [говорилось](#), что в App Store уже свыше 1000 AR-приложений.
- Snapchat [открыла](#) рекламодателям доступ к World Lenses, своей AR-платформе.
- Согласно исследованию BI Intelligence, 360° реклама Hong Kong Airlines была в 35 раз более [эффективной](#), чем то же самое 2D-объявление. В VR-центрах IMAX за первые четыре месяца 2017 года было [проведено](#) более 25 тыс. испытаний с механизмами VR, и средний недельный доход одного из центров в Лос-Анджелесе насчитывал \$15 тыс.

- В России [появилась](#) первая магистерская программа по AR и VR.
- В июне 2017 года была запущена платформа [ARKit](#) от Apple, а в августе — [ARCore](#) от Google.



УСТРОЙСТВА

На рынке мобильных гаджетов тоже не утихает борьба между основными конкурентами. 2017 год стал удивительным, потому что мы увидели сразу два iPhone. Между их релизами прошло едва ли пару месяцев, а продажи говорят сами за себя. iPhone X ждали гораздо больше, тогда как на продажи iPhone 8 пришло гораздо меньше людей и это была первой в истории Apple продажей без гигантских очередей по всему миру.

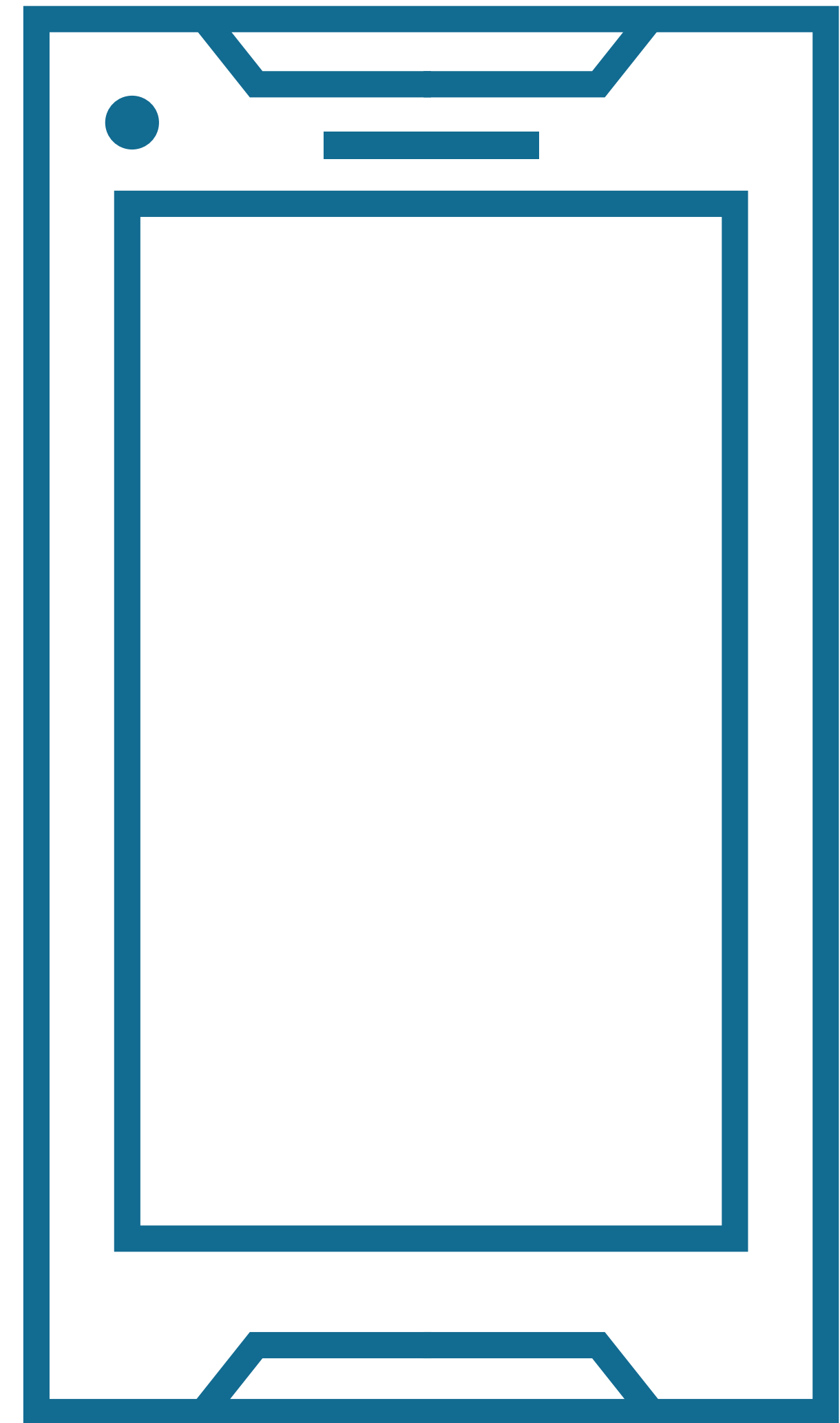
В июле-сентябре 2017 года российский рынок смартфонов вырос на 38% в поквартальном и на 7% в годовом исчислении, а поставки iPhone оказались рекордными и выросли на 56% в сравнении с 2016 годом. Всего в нашу страну за год поступило свыше 9 млн смартфонов. Среди факторов, обеспечивающих позитивную динамику, аналитики назвали востребованность недорогих аппаратов, растущие онлайн-продажи и распространение программ обмена старых

аппаратов на новые с доплатой (trade-in и buy back).

Совместная доля Samsung и Apple на российском рынке смартфонов достигла рекордного уровня, по данным аналитиков Counterpoint Technology Market Research. В январе-марте 2017 года эти две компании совместно контролировали более двух третей (66,6%) продаж в денежном выражении.

Samsung и Apple лидировали по объему поставленных смартфонов в страну. На долю южнокорейского бренда пришлось 31% от общего числа отгруженных устройств. Вклад iPhone специалисты оценили в 12%, добавив, что iPhones 5s остается самой востребованной у россиян моделью Apple.

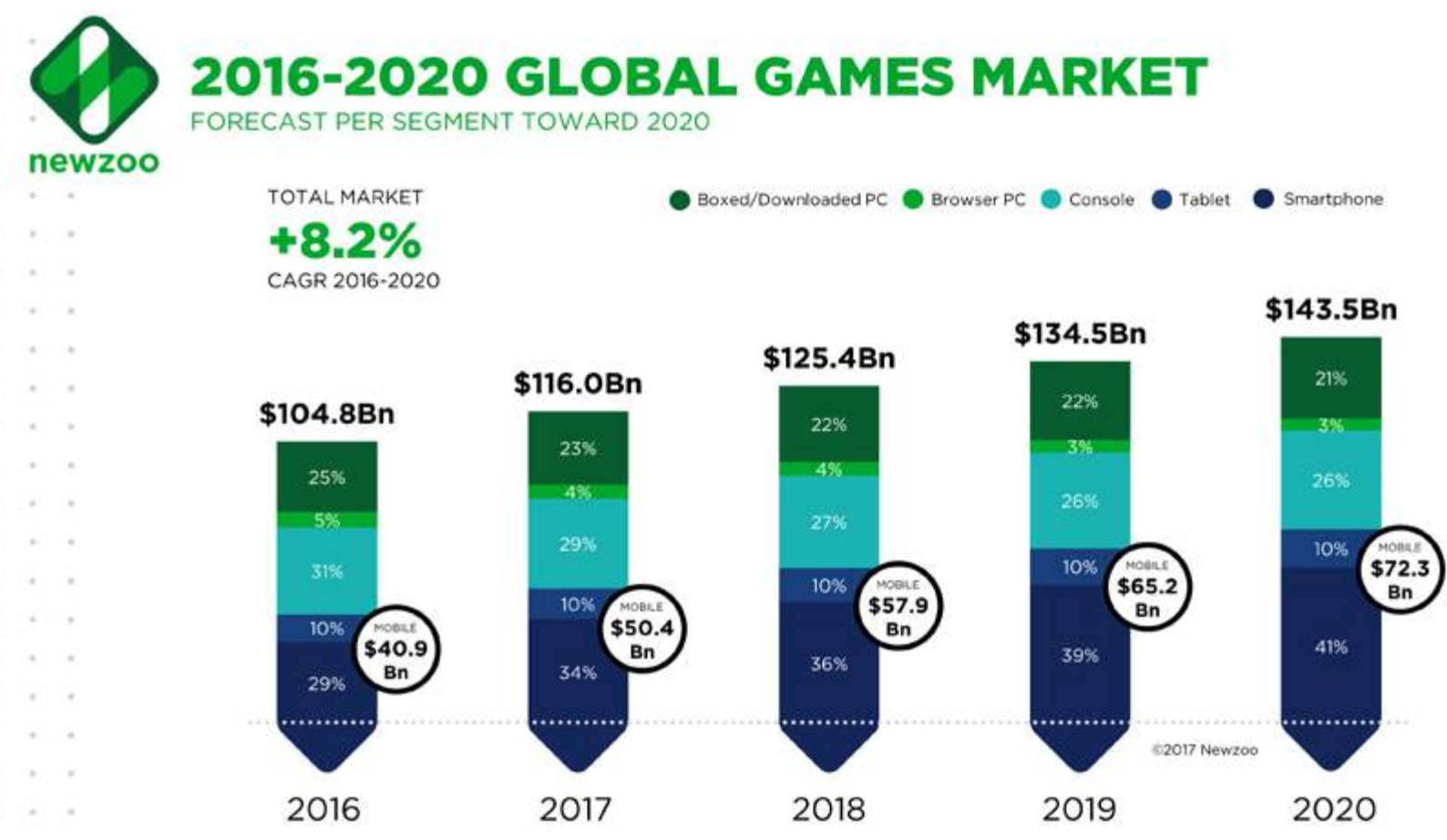
Пока Apple и Samsung продолжают свое противостояние, Xiaomi становится 5ым крупнейшим брендом смартфонов в РФ.



МОБИЛЬНЫЕ ИГРЫ

Рынок мобильных игр продолжает расти. Его общая выручка перевалила за \$50 млрд в год, что составляет, по данным [NewZoo](#), 43% от всего глобального рынка игр на всех платформах. Рост выручки составил 23,3% по отношению к 2016 году. Такими темпами, к 2020 году нас ожидает рост прибыли от мобайл-сегмента до \$72,3 млрд.

Facebook Audience Network и исследовательская компания 2CV провели опрос среди разработчиков игр, геймеров и рекламодателей из Европы, Восточной Азии и Северной Америки с целью исследовать рекламный потенциал на рынке мобильных игр. Согласно данным, пользователи мобильных устройств проводят за играми в 3,6 раза больше времени, чем за другими приложениями, а 73% опрошенных положительно относятся к внутриигровой рекламе.



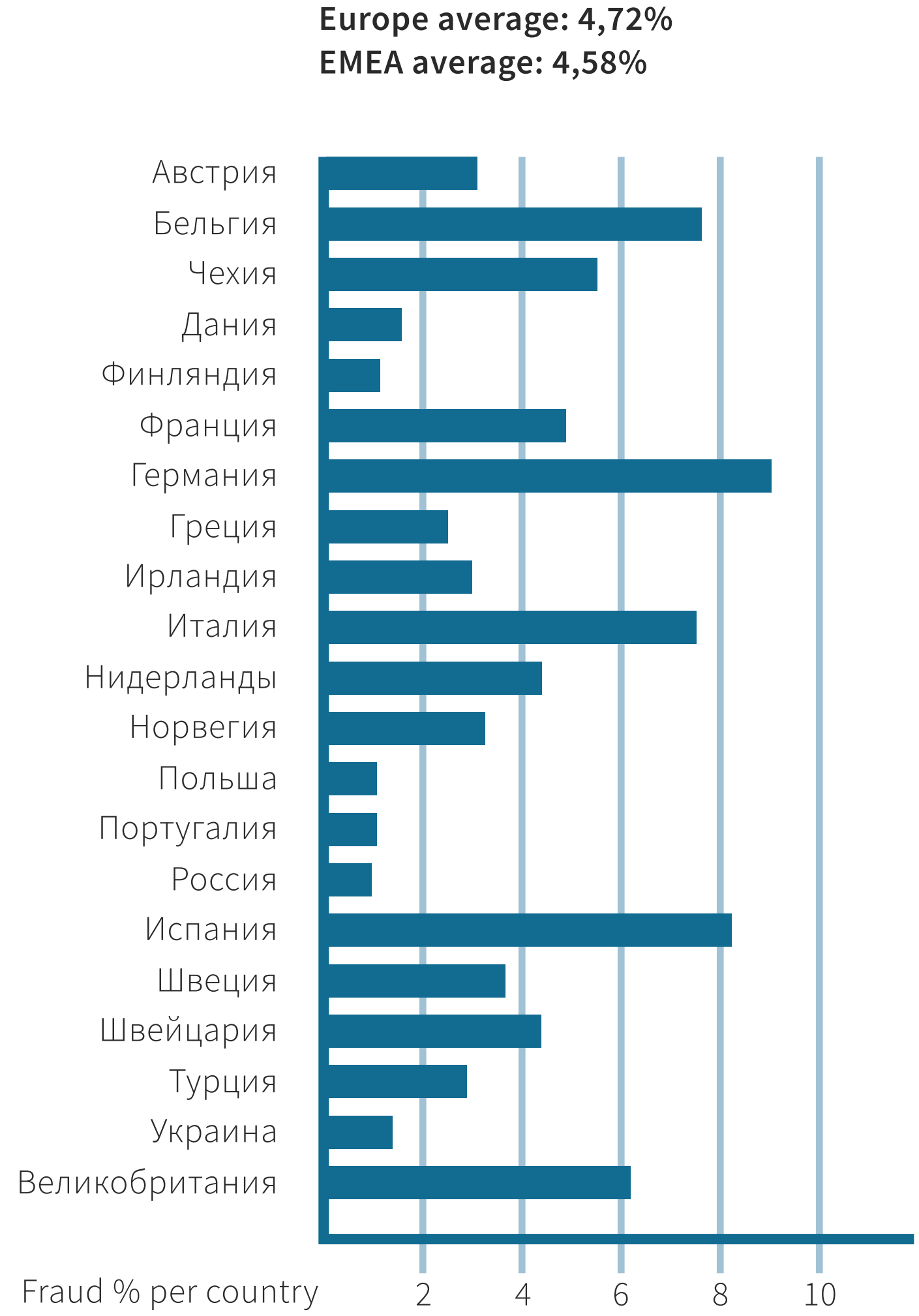
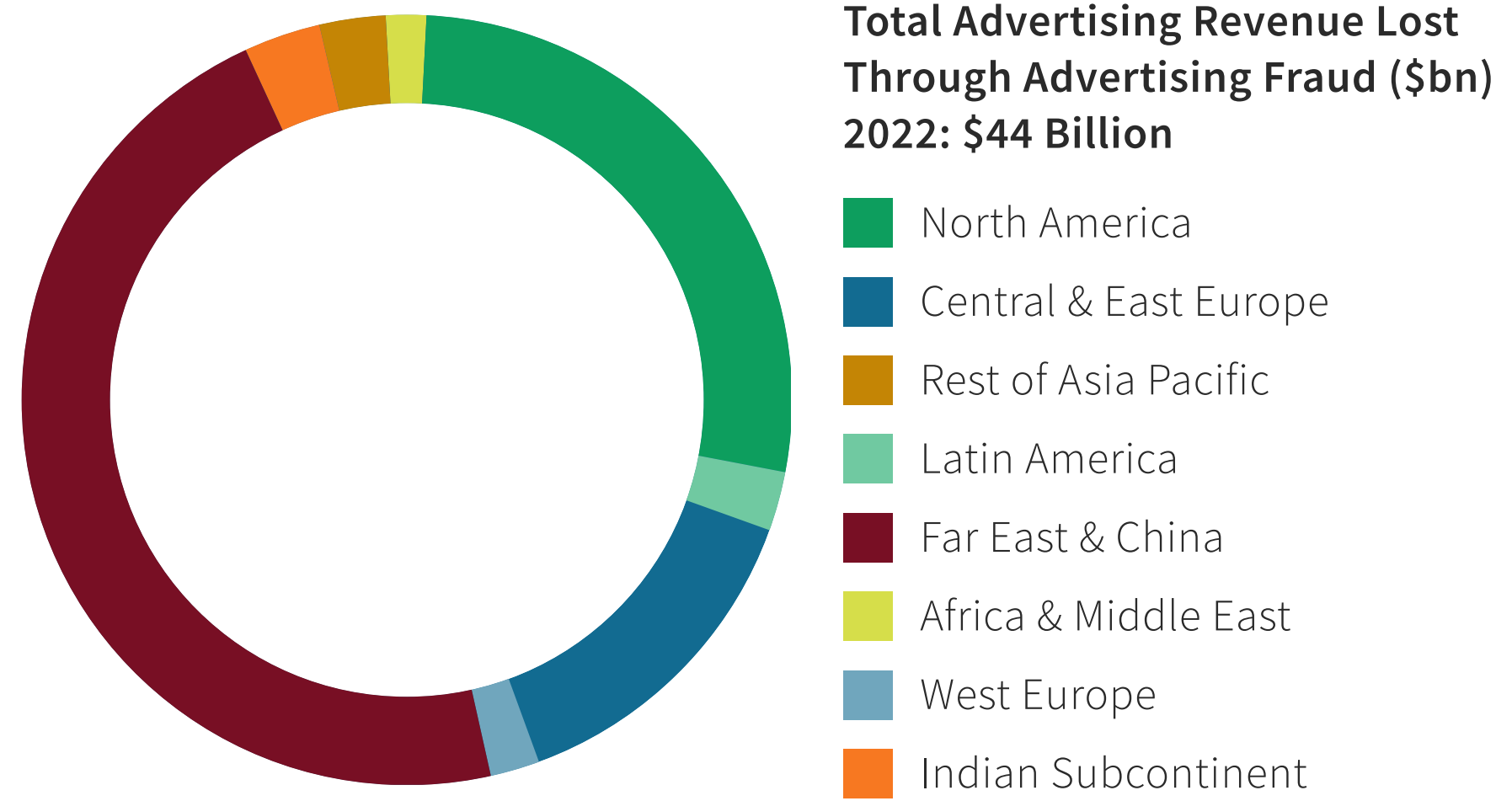
In 2017, mobile games will generate **\$50.4Bn** or **43%** of the global market.

newzoo

ФРОД

Проблемы с фродом сохраняются. Яркий пример — [суд](#) Uber с агентством Fetch, которое компания обвиняла в фроде. Агентство все отрицало и заявляло, что Uber перестала платить, а они, в свою очередь, перестали лить трафик. За год Uber закупила рекламы на \$80+ млн, а сотрудничали они с 2014. Juniper Research в связи с этим заявили, что если так будет продолжаться, в 2022 году индустрия потеряет 44 миллиарда долларов. В 2017 году на фроде уже потеряно \$14,2 миллиарда. Решать эту проблему [предлагается](#) с помощью искусственного интеллекта.

В свою очередь TUNE [посчитали](#) уровень мобильного фрода по всему миру. У России самый низкий показатель во всей Европе, всего 1,12%. На втором месте Португалия с 1,13%. У многих доходит до 8%.



В Procter & Gamble — кто бы мог подумать — очень не любят фрод. Поэтому их компания-партнер теперь умеет [отслеживать](#) объявления, показываемые ботам, и не засчитывать их.

По расчетам AppsFlyer, в 2017 году фрод обойдется рекламодателям в \$2,2–2,6 млрд. Авторы исследования считают, что проблема «загрязняет» даже лучшие рекламные сети, и рекомендуют маркетологам тщательно изучать все данные, независимо от их медиа-партнеров.

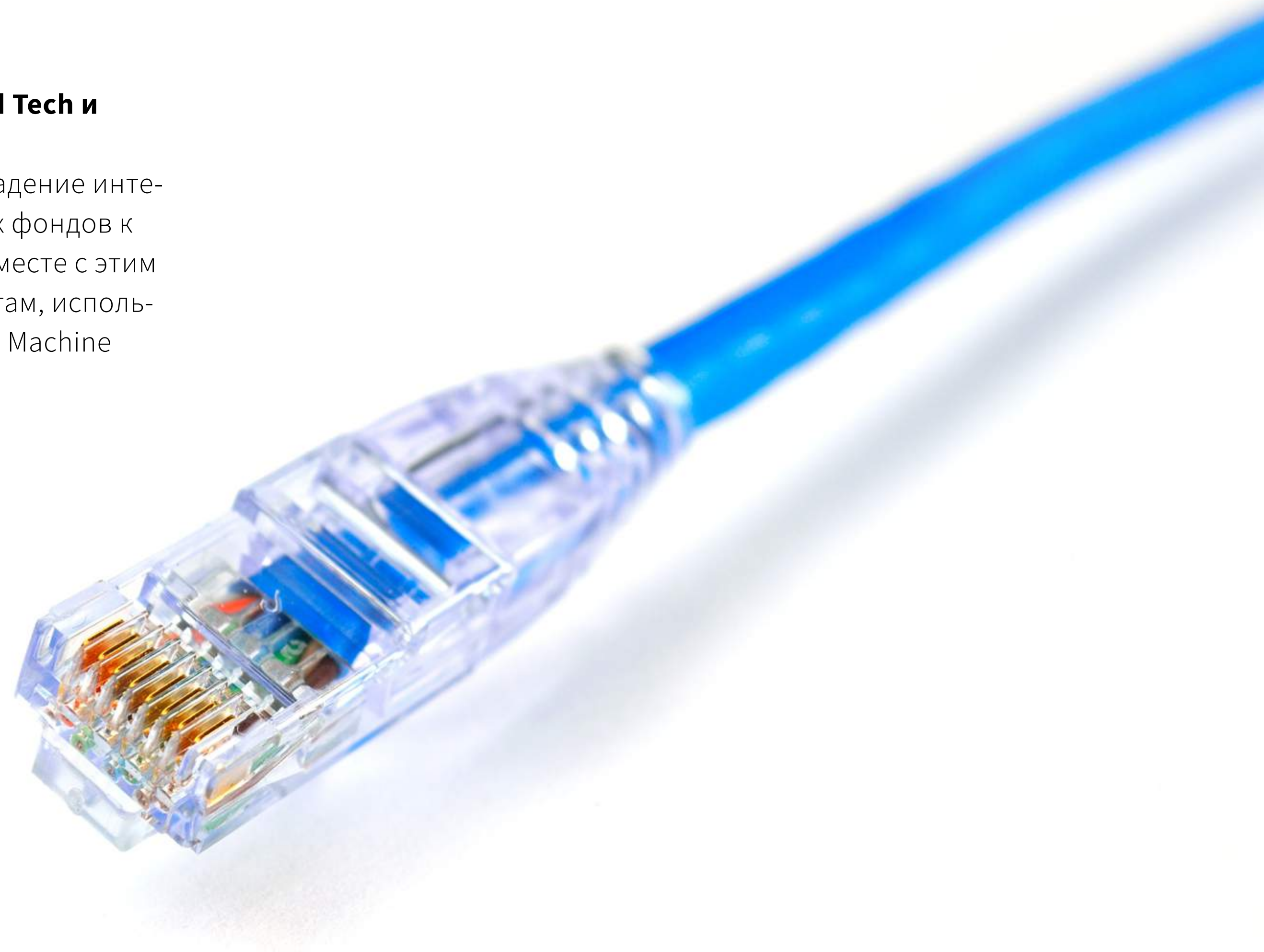
Блокировка рекламы

По мировой статистике на февраль 2017 года, всего 8% интернет-пользователей, которые имеют доступ к интернету хотя бы раз в месяц, [используют](#) программы блокировки рекламы. Показатель выглядит незначительным, особенно по сравнению со статистикой по ПК и ноутбукам. Однако, если принимать во внимание то, что начиная с прошлого года, глобальный интернет-трафик в основном [осуществляется](#) через смартфон и то, что в последнее время именно мобильные рекламные объявления [подпитывают](#)

рекламную отрасль, то нетрудно понять, почему рост количества блокировщиков рекламы ожидается именно на мобильных устройствах.

Падение интереса фондов к Ad Tech и мобильной рекламе

Один из очевидных трендов — падение интереса инвестиционных венчурных фондов к Ad Tech и мобильной рекламе. Вместе с этим их интерес к мобильным продуктам, использующим технологии Blockchain и Machine Learning, сильно возрос.



ПРОГНОЗ НА 2018

Согласно нашему прогнозу, основные тренды в большинстве своем будут повторяться, интерес к ним будет эволюционировать, расти. Но что же тогда нового?

Технологии

В технологическом плане мы пришли к потолку роста технологии. По большому счету производители телефонов не добавляют ничего кардинально нового. Какого-то существенного прорыва в этой области ожидать не стоит. Сканированием лица и отпечатков пальцев уже мало кого удивит.

Однако, самым интересным может быть рост популярности технологии блокчейн и ее применение на мобильных устройствах (майнинг криптовалюты или распределенное защищенное хранилище данных). Вот в этом сегменте может случиться революция.

Мобильная реклама

Тренд на консолидацию крупными игроками рекламного инвентаря сохранится. Хотя порог входа на этот рынок молодых компаний все еще довольно дешевый, срок жизни таких фирм низкий, по причине риска конкуренций.

Ожидаем рост программатик-закупок и частичную автоматизацию рыночных процессов.

Переход на мобильные продукты

Все больше крупного бизнеса переходит на мобильные продукты, позволяющие оперативно управлять сотрудниками, процессами, (логистика, транспорт, взаимодействие, обмен информации). Это открывает новые горизонты для компаний занимающихся разработкой программного обеспечения для корпоративного сектора.

Кратко об остальных трендах 2018

- Распространение дешевого интернета;
- Ужесточение политики (в частности, законодательства) государств, касающейся интернета;
- Повышенная увлеченность мобильным киберспортом и перенос крупных игр на мобильные ОС;
- Увеличение объемов перепродажи персональных данных.
- Ещё более активное влияние криптовалют на глобальные экономические процессы.