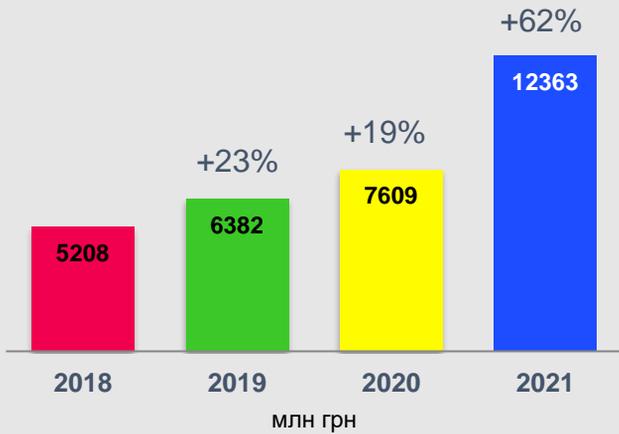


ОЦІНКА ОБСЯГУ РИНКУ ІНТЕРНЕТ МЕДІА РЕКЛАМИ ЗА 2021

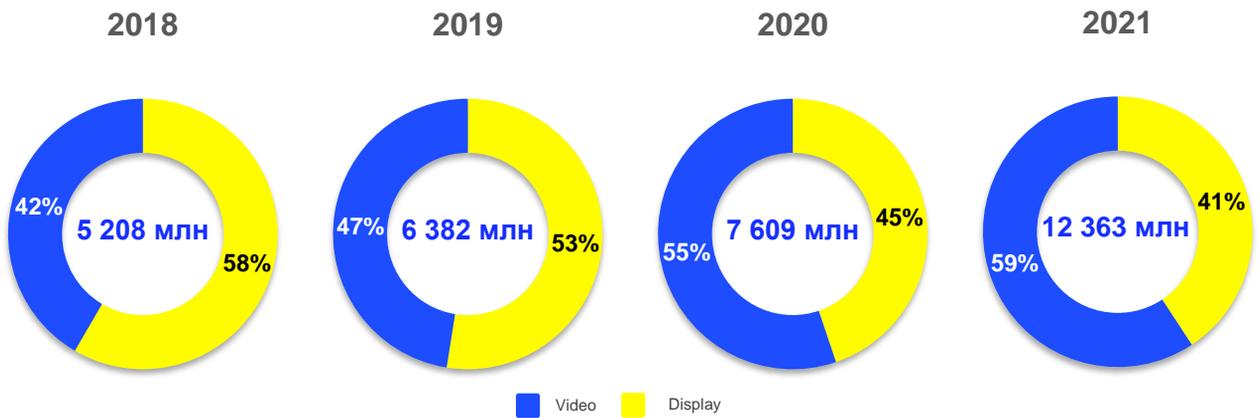
Медійна реклама



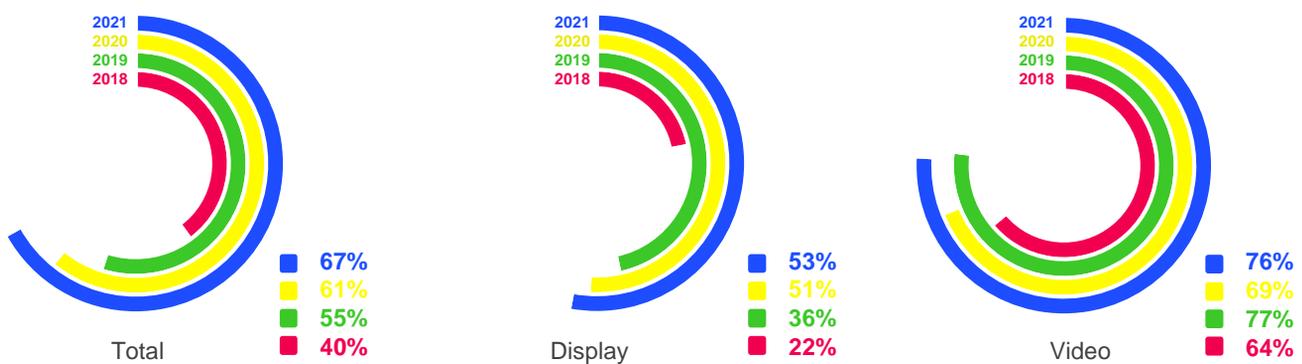
Платний пошук*



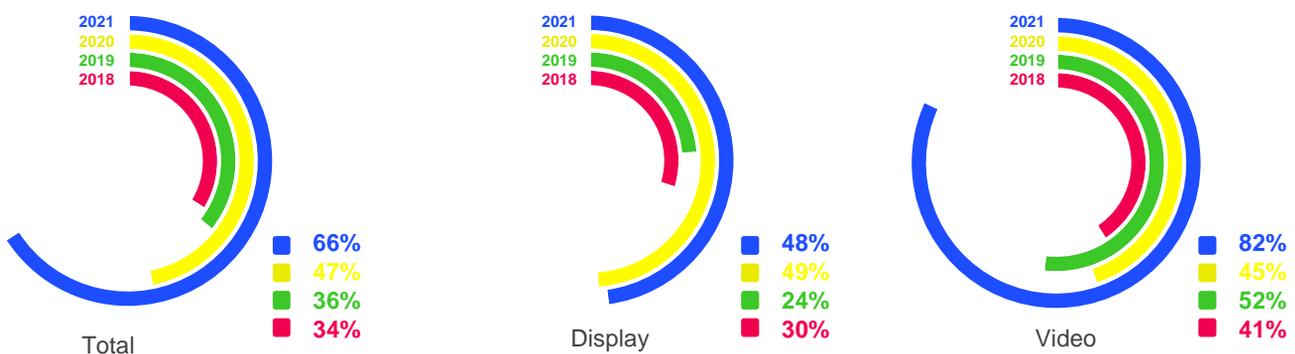
Динаміка обсягу ринку інтернет медіа реклами 2018-2021



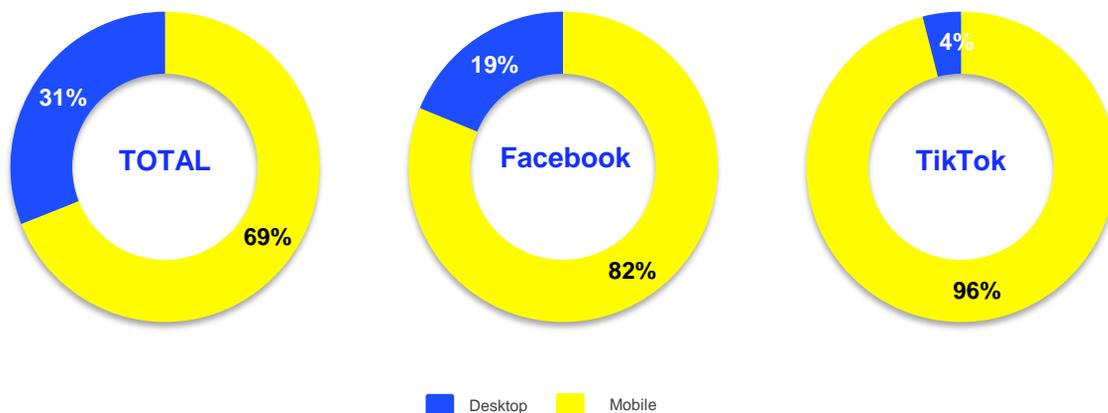
Вплив глобальних гравців (Facebook, Google, Instagram)



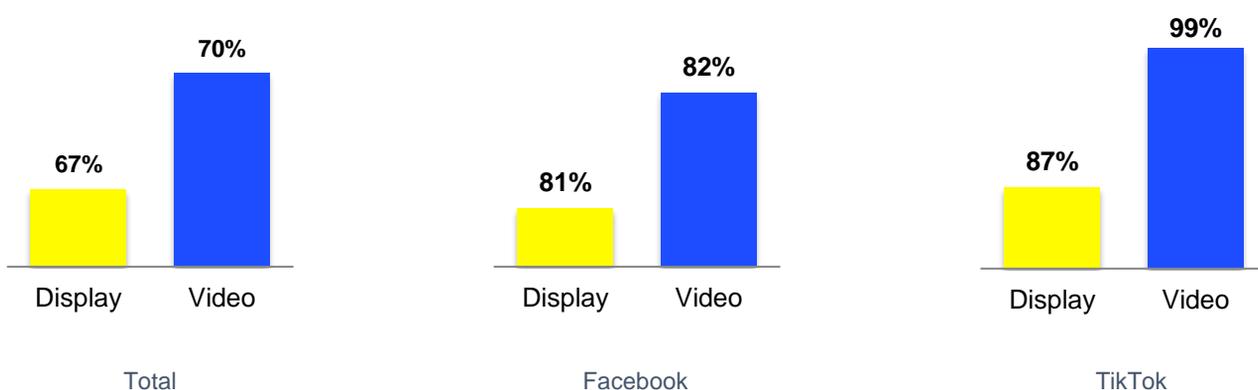
Відстежувана агенціями частка programmatic закупівель



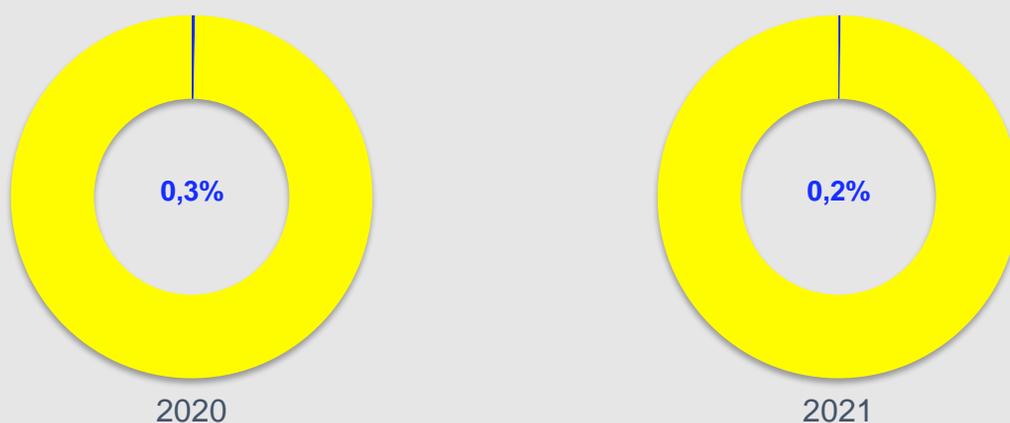
Розподіл медіа реклами mobile/desktop на ринку в цілому та за окремими гравцями



Частки мобільної дисплейної і відео реклами на ринку та у основних гравців



Частка діджитал аудіо



Анастасія Байдаченко CEO IAB Ukraine



- Інтернет ринок продовжує зростати. За даними пулу агенцій-учасників спостерігається зростання за всіма категоріями оцінки, включаючи платний пошук.
- Ключовим фактором зростання є вплив глобальних гравців та низький поріг входу у порівнянні з рекламою в інших медіа.
- Поточна методологія не оцінює категорію класифайдів та лідогенерації, що за експертною оцінкою IAB Україна має додати ще мінімум 10-15% до обсягу ринку.
- Тестування гіпотез оцінки ринку платного пошуку продовжується. Оцінки сегментів інфлюенсер маркетингу та SMM проводяться окремим дослідженням.

Пул учасників оцінки обсягу ринку інтернет медіа реклами 2021

Агенції

AdWork | dentsu Ukraine | GroupM | Havas Digital | MediaHead | Mix Digital | NCG (Nostra Communications Group) | NEOS | Netpeak | New Line Communications | OM | OMD Group | PROMODO | Publicis Groupe | RAZOM GROUP | Sasquatch | TMGU | Twiga Digital | Webpromo

Паблішери

Admixer | Adpartner | HTTPool | MEGOGO | MGID | Obozrevatel | Programmatic Media Group | ukr.net | ТРК "Люкс" | Український Медіа Дім

Методологія оцінки обсягу ринку інтернет медіа реклами 2021



Якщо у вас є зауваження, пропозиції та доповнення, будь ласка повідомте нас електронною поштою anastasiya.baydachenko@iab.com.ua