

Google будет продавать YouTube только своими силами по новой модели закупки. Комментарий VivaKi Russia

В августе 2015 года Google объявил о прекращении продаж рекламного инвентаря YouTube через сторонние DSP. Для рекламодателей это означает, что с 1 января 2016 года купить YouTube можно будет только с помощью инструментов самого Google — DoubleClick Bid Manager (DBM) и AdWords, при этом в DBM инвентарь YouTube будет продаваться только с оплатой за просмотры.

Какие важные последствия несет за собой решение Google?

1. Google ограничивает доступ к инвентарю YouTube для внешних DSP. Как внешние DSP будут компенсировать потерю YouTube

По данным VivaKi Russia, именно YouTube обеспечивает больше половины всего видеоинвентаря, доступного через RTB в России. По новым правилам, DBM станет единственной DSP с доступом к инвентарю YouTube. Другие DSP (ViHub, Adap.tv, TubeMogul и др.), использовавшие инвентарь YouTube, будут отключены.

Внешние DSP попробуют вернуть YouTube, выступая в роли Trading Desk. Это означает, что система будет покупать трафик через DBM, а сама только отображать статистику по размещениям (полноценное управление размещениями реализовать нельзя в силу особенностей API DBM). Однако даже несмотря на это ухищрение контролировать сквозную частоту между YouTube и другими площадками не получится.

Шаг Google, безусловно, если и не уничтожает конкуренцию совсем, то существенно ее ограничивает, поскольку сторонним DSP теперь будет сложно что-то противопоставить DBM: никакие технологические плюсы платформы не компенсируют потерю почти половины всех показов, доступного посредством алгоритмической закупки.

2. Как изменится модель покупки видеоинвентаря в Youtube

Модель покупки видеоинвентаря в Youtube поменяется: если раньше купить YouTube в DBM и других DSP можно было по модели CPM, то с 1 января 2016 года YouTube будет продаваться только с оплатой за просмотры (формат TrueView с оплатой по CPV). При этом остальной видеоинвентарь, не имеющий отношения к YouTube, можно будет по-прежнему покупать по CPM.

Фокус YouTube на развитие формата TrueView означает для рекламодателей необходимость больших инвестиций, так как размещения TrueView обычно обходятся дороже размещений, покупаемых по CPM. Хотя YouTube заявляет, что напрямую форматы сравнивать нельзя, это не отменяет того факта, что цены на инвентарь в целом увеличатся.

Способ покупки	до января 2016	после января 2016
AdWords	CPM, CPV	CPM, CPV
DBM	CPM	CPV
Programmatic Direct в DBM	n/a	CPM (beta)
Внешние DSP (не-Google)	CPM	n/a

Для рекламодателей, которые все же не хотят покупать видео с оплатой за просмотры, будут доступны два решения:

- Останется возможность купить стандартные прероллы с оплатой за показы в AdWords.
- В будущем появится возможность покупать стандартные прероллы с оплатой за показы с помощью технологии Programmatic Direct в DBM.

3. Что это значит для клиентов VivaKi

В течение последних лет VivaKi использует DBM в качестве основной DSP для своей собственной RTB-платформы Audience on Demand (AOD), вследствие чего все агентства группы в полной мере используют все возможности, которые дает DBM, поэтому как такового технологического перехода клиенты VivaKi не почувствуют.

В целом заявление Google о прекращении закупок рекламного инвентаря YouTube через DoubleClick AdX и об изменении моделей закупки имеет как положительные, так и отрицательные последствия для индустрии:

- Google, являясь крупным провайдером видеоинвентаря в России, позволяет себе диктовать условия на рынке, ограничивая развитие конкурентов и, потенциально, рынка в целом.
- Для рекламодателей, которые оценивают эффективность по охватным метрикам, стоимость размещений может увеличиться в связи с невозможностью купить в инвентарь по кост-эффективной модели CPM.
- Несмотря на трудности, игроки рынка получают возможность использовать новые технологии для закупок видео, например, Programmatic Direct через DBM.

Мы следим за запуском новых продуктов от Google, которые сейчас находятся в разработке (True View и Programmatic Direct в DBM), и будем информировать вас при появлении новостей.