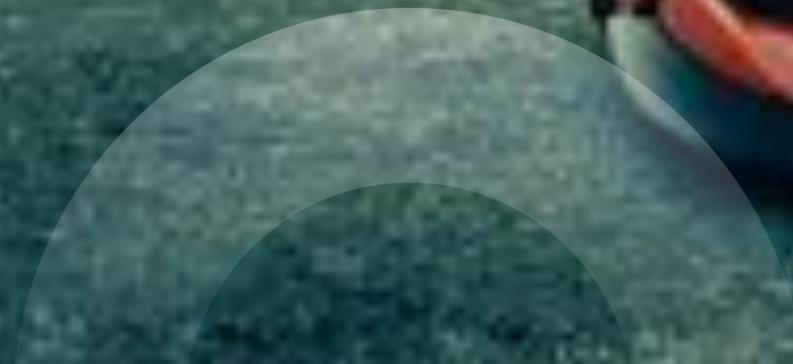
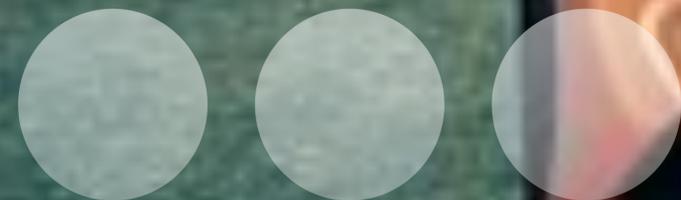


Кирилл Смирнов, Creative Director, Okko

Видимо невидимо

или что у нас под капотом



Чокак?

Стремительный рост в последней пятилетке

Успех Netflix мотивировал создание новых компаний, радикально изменивших привычную модель создания и распространения контента

Локализация и оригинальный контент как основа независимости

Как только рынок распространения заполнился, новые игроки перешли к созданию оригинального контента

Коронавирус помог (да, это звучит ужасно)

Внезапно оказавшиеся дома люди недолго решали что им смотреть, быстро начав диктовать спрос на новый контент. Предложение расширялось бы ещё быстрее, не начнись ценовые войны



ökko

Измени
Сознание
2020

За всё нужно платить...

Быстрее всего растут либо богатые страны, либо большие страны со спросом на локальный контент

Ключевые регионы развитие: Северная Америка и Юго-Восточная Азия

Средние траты на контент на одно домохозяйство в месяц: США – \$89, Австралия – \$72, Швеция – \$70

Главные драйверы – доход и мобильный интернет



ökko

Измени
Создание
2020

Как мы смотрим?

Как не удивительно, но главный экран покупки видео это – компьютер

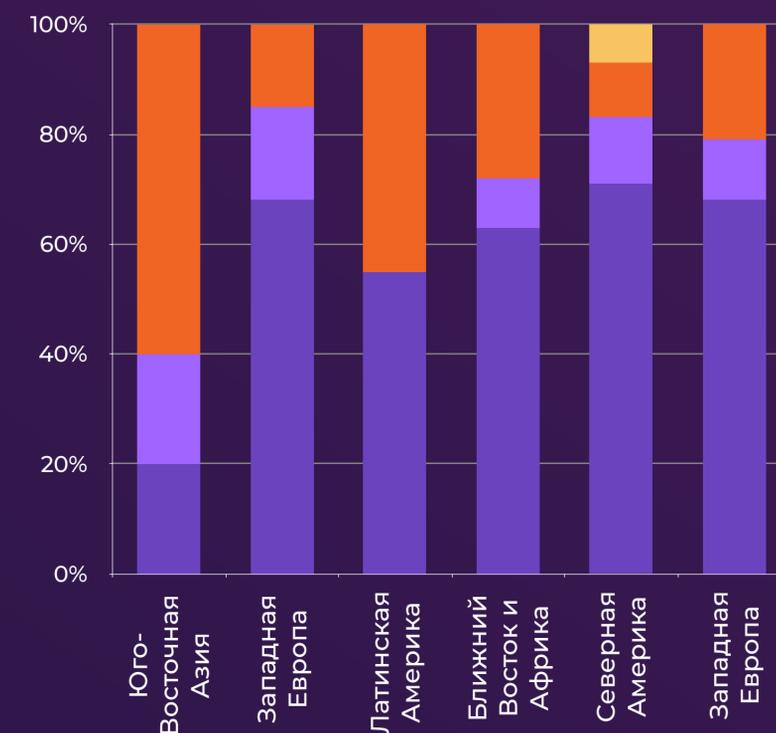
За исключение Азии (низкий доход, мобильные устройства, мобильный шоппинг) ПК является главным экраном, за которым следует смартфон

68% подписок на стриминговые сервисы в Германии проведены через ПК. 65% европейцев по данным Euromonitor говорят, что смотрят видео или ТВ на смартфоне не больше нескольких раз в месяц

Происходит стремительная переориентации стриминговых сервисов на СмартТВ

Покупки подписок стриминговых сервисов 2019

■ ПК ■ Планшеты ■ Смартфоны ■ Другие устройства



Кто самый злобный враг?

ökko
Измени
Сознание
2020

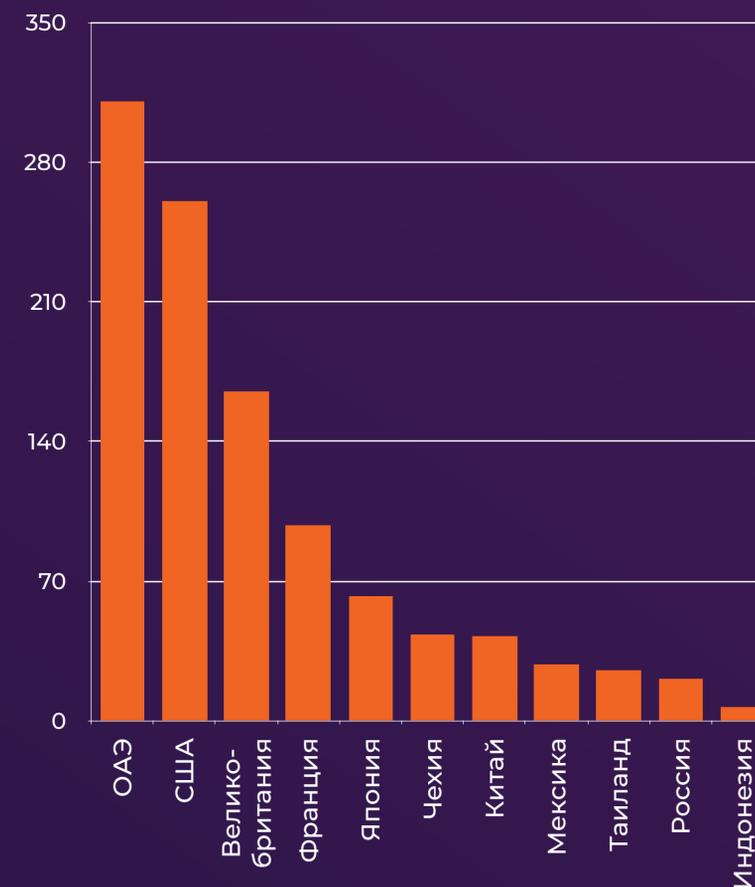
Пиратство (после нищеты) является главным барьером роста видеосервисов

65% жителей Индии регулярно смотрят видео и фильмы на мобильных устройствах, а по цифрам подписок оно должно составлять в районе 12%

В России в 2019 году было осуществлено 15,000,000,000,000 (пятнадцать миллиардов) заходов на сайты с нелегальным контентом

Наиболее воруемый (после музыки) контент – это телевизионные сериалы

Цифровые стриминговые сервисы:
продажи на домохозяйство, 2019



Так что же будет дальше?

Рост, у которого есть только четыре барьера

ДОХОД

ДОСТУП

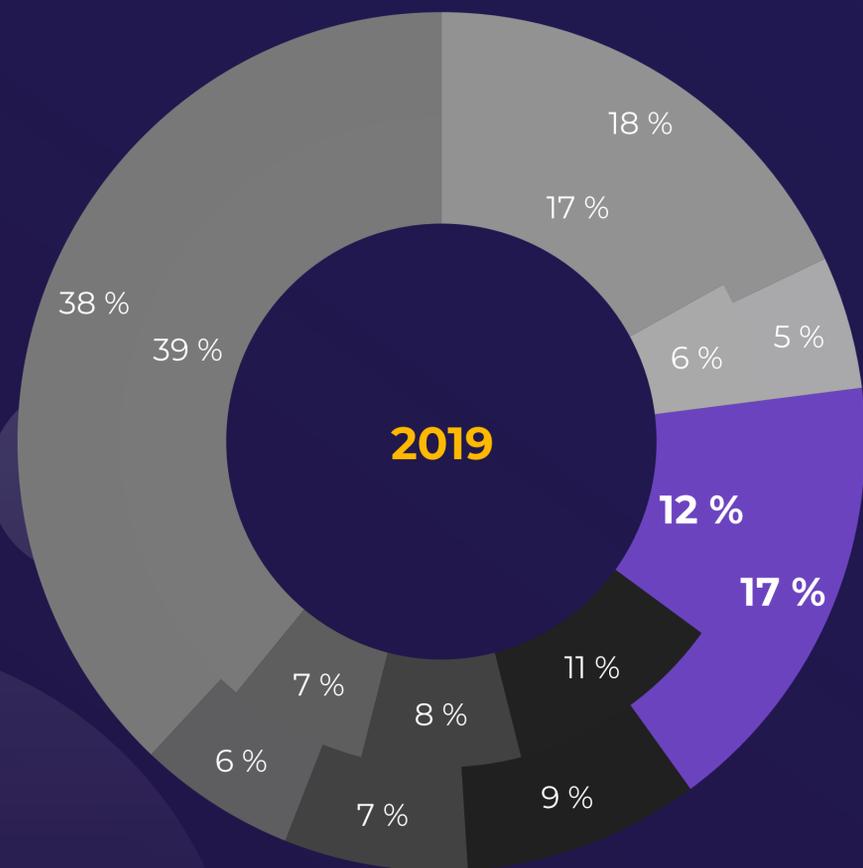
КОНТЕНТ

ПИРАТЫ

ökko
Измени
Сознание
2020



Мы выжили и выросли



Изменение долей основных игроков рынка онлайн-видео в России с 2019 по 2020

- ivi (платная модель) 0%
- ivi (AVOD модель) 0%
- Okko+5%**
- YouTube-2%
- MeGoGo-1%
- Ростелеком-1%
- Другие-1%



Источник #1 – контент

ökko
Измени
Сознание
2020

Образование



Изоляция вызвала мега рост онлайн обучения и сотни небольших компаний обратились к тем OTT платформам, кто оказался готов принять новый контент

Фитнесс



Вы сидите дома, службы доставки привозят вам еду из ресторанов, у вас появилось время на кулинарные курсы. Через 4-6 недель вы начинаете заниматься

Спорт



Спорт и до изоляции был мощным драйвером роста, на изоляции мы смотрели архивы, теперь спорт вернулся, но при пустых трибунах, а так хочется смотреть вместе



ökko

*Измени
Сознание*
2020



Источник #2 – технологии

ökko
Измени
Сознание
2020

Трансляции



UGC, спорт и игры сделали формат привычным для зрителя, а внедрение железа для трансляций стимулировало необходимость его дозагрузки

AR/VR



Платформам нужно дополнительное вовлечение зрителя в контент, поэтому развитие этого направления видится не просто возможным, а очевидным

Новые инструменты

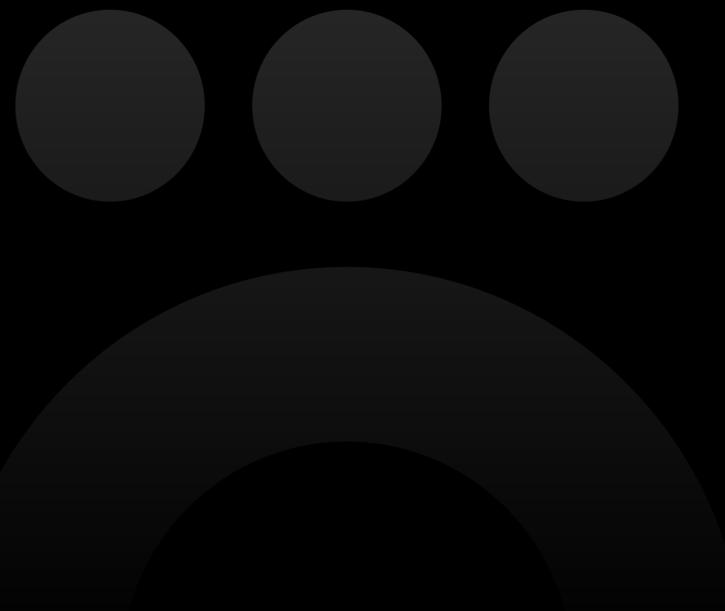


Голосовой интерфейс, обмен мета данными, бесшовный просмотр, дополнительные слои, смартфон, как ассистент – технологические возможности безграничны



ökko

*Измени
Сознание*
2020



Что нас ждёт завтра?

Всё меняется так быстро, что никто не готов взять ответственность за точный прогноз.

Поэтому давайте поиграем в любимую игру продюсеров – устроим сценарный конкурс.

ökko
Измени
Сознание
2020



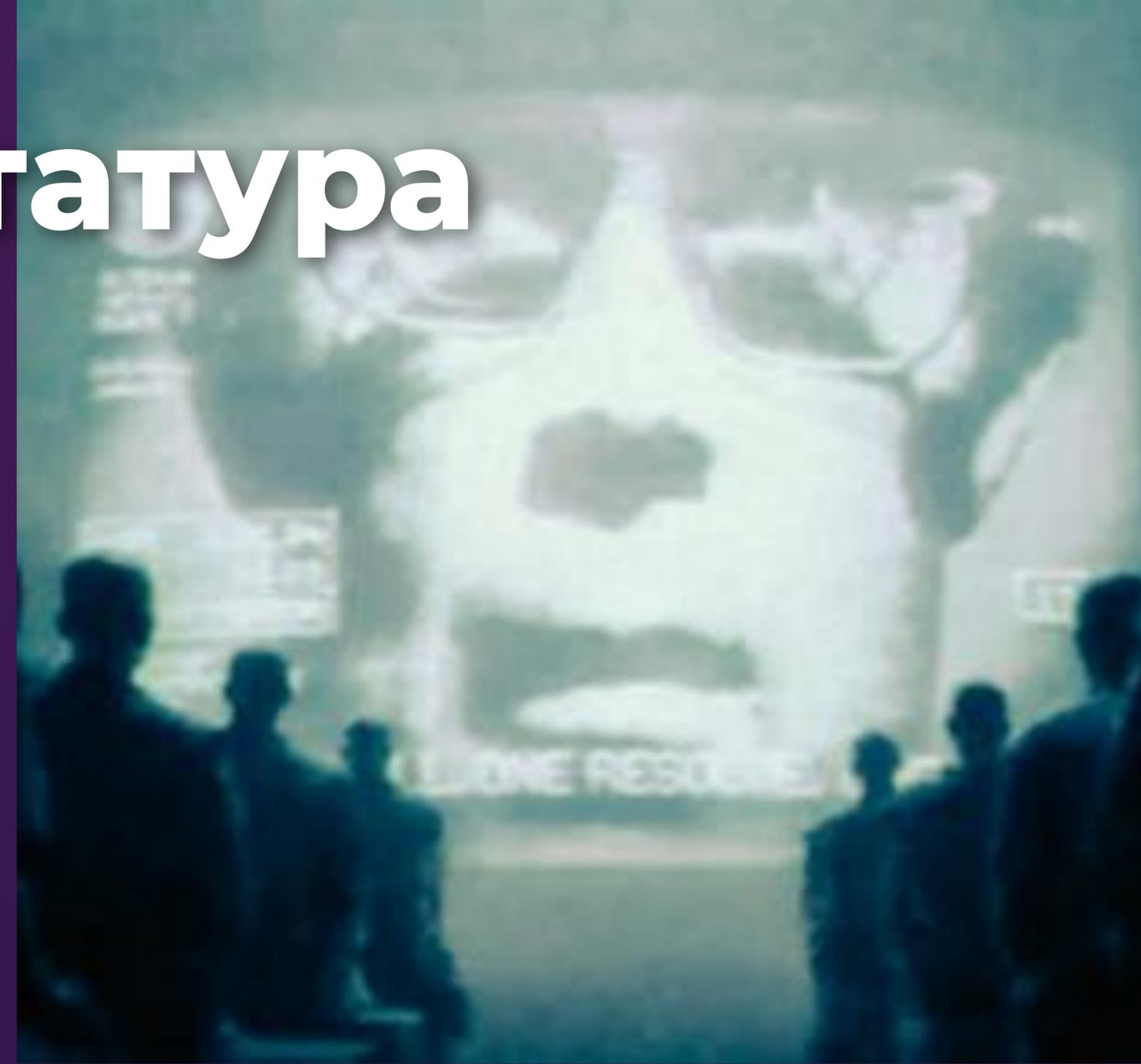
Оптимистичная диктатура

Высокотехнологичная утопия, философская притча о том, что самые лучшие устремления приводят совсем не туда

Новый мир не долго был прекрасным, неожиданно быстро оказалось, что его захватили глобальные цифровые игроки.

В этом сценарии несколько мировых платформ перехватили у локальных игроков агрегацию и распространение контента. Теперь они контролируют все звенья пищевой цепочки, от производства до CRM.

Также как огромные ТРЦ, новые монополисты предлагают широкую линейку приблизительно одинакового глобального и локального контента, разбавленного эксклюзивными проектами и спортом.



Оптимистичная диктатура

Интернет уничтожил вещание в привычной форме. Вещатели эволюционировали в поставщиков контента для чужих каналов, но не исчезли. Зрители требуют локального или локализованного контента.

Упование на качество контента не сработало, а OTT запустили AI технологии создания и разработки. Началась консолидация вендоров, теперь финансовая мощь платформ даёт им возможность диктовать правила.

Реклама и CRM переехали на платформы, вещатели ушли на rev share, агентства уничтожены персонализированным интерактивным контентом, регуляторы бездействуют, ведь доступ к локальному контенту есть.



ökko
Измени
Сознание
2020

Месть любимых игрушек

**Семейный фильм про супергероев
с элементами ужасного, но не совсем ужаса**

Мир захвачен мегалитическими супергероями, повсеместно отбирающих у детей и взрослых свои игрушечные прообразы.

В этом сценарии побеждают глобальные владельцы и производители контента. Создав вертикально интегрированные платформы они планомерно уничтожают дистрибьюторов, отбирая у них контент для распространения через свои каналы.



Месть любимых игрушек

Контент стал главным инструментом, а распространение стало коммодити. Производители блокбастеров уничтожили независимых игроков. Качество компенсировало однообразие. Вещатели ушли в локальные проекты.

Так как зритель перестал платить за распространение контента, то платформы деградировали до дистрибьюторов, научившись зарабатывать на freemium контенте.

Так как контент стал, наконец, королём, то производители перешли на прямые рекламные контракты, отчего выиграли глобальные бренды, локальным брендам остаётся спонсорство контента.



ökko
*Измени
Сознание*
2020

Революция ящиков

Техногенная катастрофа в которой интернет порабощён, а антенный кабель становится единственным источником сигнала

Телевизионные вещатели прошли через процесс цифровой трансформации быстрее остальных игроков.

Телеканалы трансформировались в цифровые платформы, производя и распространяя VOD контент. В этом процессе они первыми адаптировали передовые цифровые технологии – персонализация рекламы, интеллектуальные рекомендательные системы, ранее доступные только цифровым платформам. Тотальная доминация дала им новые рычаги регулирования цифрового рынка.



ökko

Измени
Создание
2020

Революция ящиков

Вещатели и глобальные платформы сосуществуют, обеспечивая разнообразие контента, зритель выбирает между линейным и VOD просмотром в глобальном или локальном проекте.

Технологические союзы сделали локальные решения ультимативным рекламным инструментом. Smart распространение сформировало новые платформы данных – и рекламы.

Получив доступ к инсайтам зрителя вещатели возвращают доверие рекламодателей. Агентства создают новые, более точные цифровые инструменты персонализации рекламы.

ökko

Измени
Сознание
2020



Как я так и не стал русским

Комедийный сериал о приключениях иностранного контента, с трудом находящего себе место в чужой стране

История в которой телеведущие и видеоплатформы живут в относительной гармонии, называемой почему-то экосистемой.

Зрители получают удовольствие как от разнообразия контента, так и от быстрой эволюции предложения в конкурентной среде.

Спрос на локальный контент ведёт к созданию трансграничных союзов и отчётливому разделению на производителей и распространителей контента.



ökko

Измени
Сознание
2020

Как я так и не стал русским

ökko

Измени
Сознание
2020

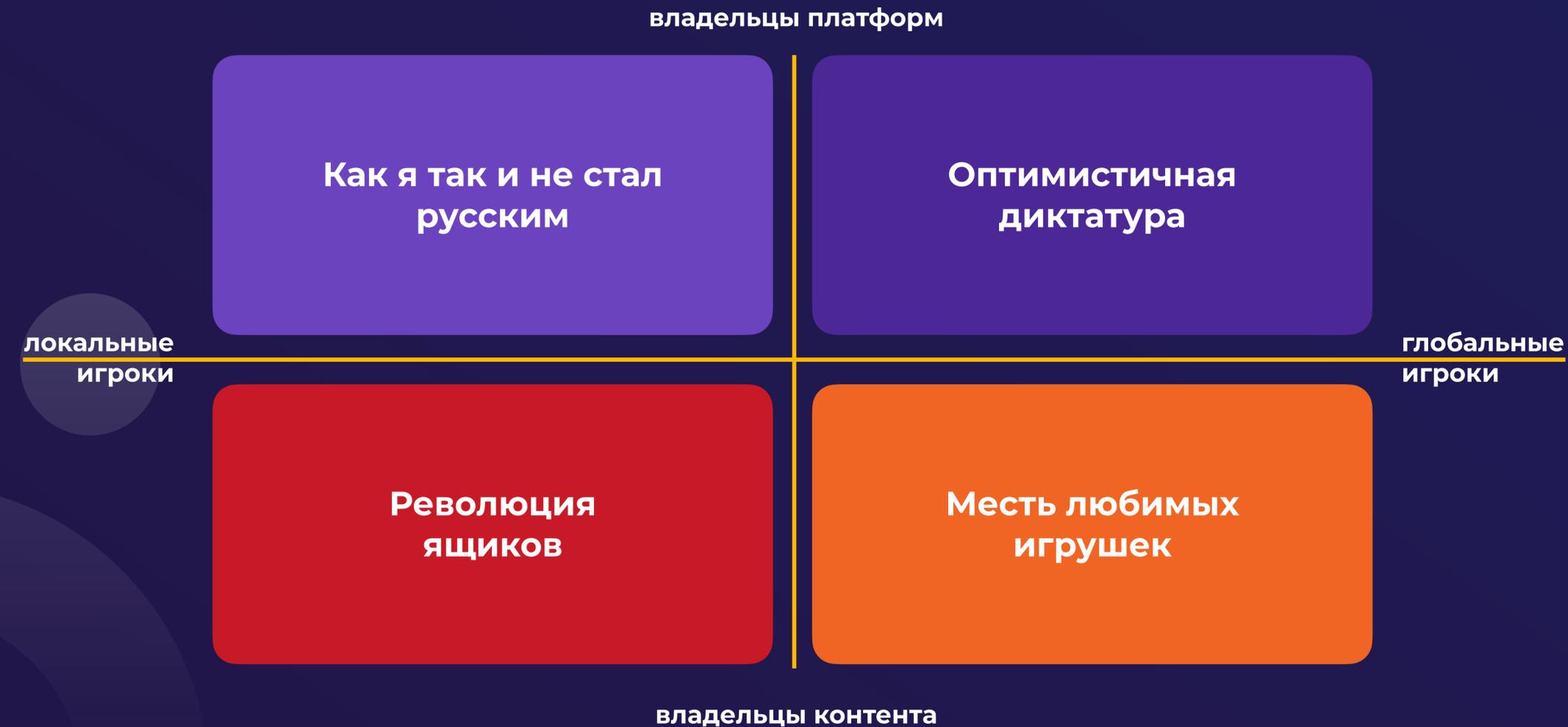
Каждый занимается своим делом, у каждого появляется своя цифровая платформа. Между платформами заключаются союзы разных форматов. Появляются агрегаторы и кросс-платформенные решения. Лояльность зрителя распадается.

Локальные сервисы обслуживают спрос на местные новости, события, контент. Вещатели используют свои платформы для распространения. Остальные игроки работают на соединении глобальных и местных сервисов.

Агентства сохраняют важную роль, обслуживая большие бюджеты на создании кампаний, соединяющих различные контентные экосистемы, тем самым наращивая свою кросс-платформенную экспертизу



И что теперь будет?



To be continued...

С чем к нам приходит?

Мы рады любым формам сотрудничества за границами AVOD модели, потому, что в Okko нет рекламы

Контентные проекты, интеграция в контент

Спонсорство трансляций

Метаданные, обмен, обогащение, поведенческие модели

Новые технологические решения, связанные с простором и видеоконтентом

AR/VR/Deepfake/AI

ökker
*Измени
Сознание*
2020



Спасибо