



iab•russia

GAMING & DIGITAL ENTERTAINMENT

СЛОВАРЬ

General

Banner (Баннер) — рекламный формат с графическим или видео изображением рекламного характера.

Brand association — представление потребителей о бренде, уникальный набор ассоциаций в сознании целевых клиентов, набор убеждений о конкретном бренде, восприятие потребителем продукта и общая оценка бренда потребителями.

Brand association — представление потребителей о бренде, уникальный набор ассоциаций в сознании целевых клиентов, набор убеждений о конкретном бренде, восприятие потребителем продукта и общая оценка бренда потребителями.

Brand awareness — показатель осведомленности потенциальных потребителей о бренде.

Brand safety — защита бренда компании от упоминаний (в первую очередь рекламных) в неблагоприятном контексте. Так называемая репутационная безопасность бренда - это защита бренда компании и ее рекламных материалов от неблагоприятного информационного окружения.

Click (Клик) — нажатие пользователем на рекламное сообщение, которое инициирует интерактив с пользователем или переход на целевую страницу.

Clutter (Клаттер) — метрика, отражающая уровень рекламного шума, объем рекламных сообщений в категории на 1 потребителя. В более узком смысле — это количество рекламных баннеров в пределах одного экрана. Уровень клаттера может быть большим, малым или отсутствовать. Если этот уровень является избыточным, рекламные сообщения и основной контент начинают вызывать у пользователей негативную реакцию.

Conversion Rate — показатель эффективности рекламы, уровень отдачи от рекламного объявления, который представляет собой процентное соотношение посетителей, выполнивших целевые действия (совершивших покупку, зарегистрировавшихся, оформивших подписку и т.д.) и общего числа аудитории.

CPC (Cost-per-click) — ценовая модель performance marketing, основанная на оплате за клик.

CPL (Cost-per-lead)/CPA (Cost-per-action) — ценовая модель performance marketing, основанная на оплате за целевое действие на сайте или в приложении рекламодателя.

CPM (Cost Per Mille) — модель закупки рекламы по показателю, означающему стоимость 1 000 показов рекламного сообщения.

CPV (Cost Per View) — модель закупки рекламы по показателю, означающему стоимость одного просмотра рекламного видеоролика.

CRM (Customer Relationship Management) — система управления взаимоотношениями с клиентами. Программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с клиентами. Хранит транзакции и историю общения с клиентом, основываясь на твердых идентификаторах (hard key), таких как телефон или e-mail.

CTA (Call To Action) — мотивирующий к действию текст, оформленный в виде кнопки или стимулирующей к действию/покупке фразы.

CTR (Click-Through Rate) — соотношение количества кликов на рекламное сообщение к числу его показов, выраженное в процентах.

Fraud (Фрод) — выполнение нужных рекламодателю действий (клики, установки, посещения сайта и т.д.) ботами или лицами, незаинтересованными в продукте. К такой мере могут прибегать рекламные площадки, агрегаторы и агентства для выполнения KPI по качеству/объемам трафика.

Impression (Показ) — показ рекламного сообщения.

In-banner video — рекламный видеоролик, размещенный в баннерном формате. Видеоролик может быть встроен как в стандартный баннер, так и в «расхлоп» формата Banner Expand. Обычно видеоролик в баннере стартует без звука, звук можно включить наведением на область видео или кликом на кнопку.

In-stream — рекламный видеоролик, размещаемый непосредственно в контенте, то есть в плеере сайта, как правило такого сайта, на котором именно видео-контент является основным. Может демонстрироваться перед стартом основного контента (pre-roll), во время воспроизведения контента (mid-roll), во время постановки контента на паузу пользователем (pause-roll) или по окончании демонстрации контента (post-roll). Если интернет-ресурс продает все перечисленные рекламные форматы единым пакетом, то обобщенно такой формат называется all-roll или multi-roll.

Lead (Лид) — потенциальный клиент, отреагировавший на маркетинговую коммуникацию. Лидом называют еще контактные данные пользователя, добровольно оставленных на сайте или через мобильное приложение.

Mobile application (Мобильное приложение) — программное обеспечение для мобильных устройств, работающих на платформе IOS или Android.

OLV (Online video) — общее название для рекламных видеороликов в онлайн. Делится на три большие части: in-stream, out-stream и in-banner video.

Out-stream — видео реклама, которая транслируется в контенте (например, в тексте статьи) или маскируется под контент (например, под пост в социальной сети). Как правило, плеер появляется на странице после того, как пользователь доскролил до заранее заданного места. Видео при этом стартует без звука, включение звука инициируется пользователем при наведении на плеер или клике на кнопку.

Post (Пост) — любая статья или запись на интернет-странице. Название «пост» произошло от английского «post», что в переводе на русский язык означает «размещать», «публиковать».

Product placement (Продакт плейсмент) — приём неявной (скрытой) рекламы, заключающийся в том, что реквизит, которым пользуется блогер в видео, имеет реальный коммерческий аналог. Может проявляться в демонстрации непосредственно самого рекламируемого продукта, его логотипа, а также упоминания продукта в положительном смысле.

Reach & Frequency (RF) — количество контактов одного уникального пользователя с рекламным сообщением за период рекламной кампании. **Reach (Охват аудитории)** — количество представителей целевой аудитории, хотя бы один раз совершивших контакт с рекламным сообщением в рамках рекламной кампании.

Reach (Охват аудитории) — количество представителей целевой аудитории, хотя бы один раз совершивших контакт с рекламным сообщением в рамках рекламной кампании.

Rich Media — общее название для всех «нестандартных» рекламных форматов, которые содержат интерактивные возможности и/или элементы, выходящие за границы стандартного баннерного места. Также в обиходе их могут называть «спецпроекты». Как правило, такие форматы используются для решения имиджевых и обучающих задач бренда.

Standard Banner — баннерный рекламный формат фиксированного размера, расположенный в контенте сайта в специально отведенном для него месте (например, боковой баннер 240x400). Называется стандартным в противовес «нестандартным» форматам (Rich Media).

Targeting — механизм, при помощи которого из всей аудитории можно выделить только ту ее часть, которая соответствует определенным критериям (частотным, временным, географическим, социально-демографическим, поведенческим, триггерным и др.), и донести до нее рекламную информацию.

Viewability (Видимость) — это показатель, который отображает фактическую видимость рекламного сообщения для пользователей. Обычно видимым показ считается при нахождении 50% площади рекламного сообщения на экране пользователя в течение 1 и более секунд (в зависимости от стандарта).

Аудитория — группа пользователей, объединенная по какому-либо признаку (например: аудитория сайта, целевая аудитория и т.д.).

Имиджевая реклама — форма маркетинговой коммуникации, нацеленная на создание и поддержание благоприятного имиджа бренда, узнаваемости, завоевания доверия пользователя.

Конверсия — коэффициент посетителей, выполнивших целевые действия (сделавших покупку, зарегистрировавшихся на сайте, оформивших подписку и т.д.) и общего числа посетителей.

Кросспостинг — размещение одного и того же материала на разных ресурсах (блоги, форумы, социальные сети).

Лендинг — интернет-страница, куда в рамках рекламной кампании направляется трафик. Как правило, характеризуется одной узкой целью, которая находится ниже в воронке конверсий относительно перехода на сайт: подписка на рассылку, заявка на уточняющий звонок, покупка конкретного продукта и т.д.

Нативная интеграция — незаметная для пользователя реклама, как часть естественного контента.

Нелицензионный контент (Пиратский контент) — контент, распространяемый с нарушением действующего законодательства.

Офлайн реклама — это комплекс мер по привлечению внимания целевой аудитории к бренду или продукту вне интернета. Сюда относятся маркетинговые способы продвижения (брендинг сцены, зрительного зала и примыкающих помещений, а также трансляция контента на экранах во время проведения LAN-турнира как внутри, так и снаружи места проведения турнира), а также реклама — наружная, на телевидении, по радио, в прессе и прочая.

Пересечение аудитории — показатель предоставляет информацию о количестве пользователей/фолловеров определенного сайта/блогера/стримера/команды, которые посещают и другие сайты или являются фолловерами других блоггеров, стримеров, команд в течение определенного периода.

Спецпроект — формат рекламы, в котором контент создается совместно с медийной личностью специально для бренда в рамках определённой темы.

Стандартный формат — формат, зависящий от платформы, на которой он реализуется: Инстаграм - рекламная интеграция в формате фото в ленте или сториз - видео до 15 секунд; YouTube — рекламная вставка без дополнительной идеи и продакшена.

Формат 24 часа — рекламное размещение в формате сториз, которое доступно для аудитории в течение 24 часов.

Целевая аудитория — совокупность потенциальных или существующих потребителей, которых стремится охватить рекламодатель в рамках маркетинговых активностей. Может определяться комбинацией пола, возраста, уровнем дохода, интересами и другими характеристиками.

Целевое действие — желаемое для рекламодателя действие пользователя / потенциального клиента, совершенное на сайте или в мобильном приложении Заказчика.

Advanced

Ad block — программное обеспечение, разработанное для блокировки рекламных материалов. Распространяется как в виде расширений к браузерам, так и в виде отдельных программ и приложений.

AR (Augmented Reality) — это интерактивный опыт реальной среды, в которой объекты, находящиеся в реальном мире, усилены сгенерированной компьютером перцептивной информацией, иногда с помощью нескольких сенсорных модальностей, включая визуальные, слуховые, тактильные, соматосенсорные и обонятельные. AR можно определить как систему, которая включает в себя три основных функции: комбинацию реального и виртуального миров, взаимодействие в реальном времени и точную трехмерную регистрацию виртуальных и реальных объектов. Наложённая сенсорная информация может быть конструктивной (т. е. добавленной к естественной среде) или деструктивной (т. е. маскировкой естественной среды). Этот опыт органично переплетается с физическим миром, так что он воспринимается как иммерсивный аспект реальной окружающей среды. Таким образом, дополненная реальность изменяет текущее восприятие реальной среды, тогда как виртуальная реальность полностью заменяет реальную среду пользователя смодели-

лированной. Дополненная реальность связана с двумя в значительной степени синонимичными терминами: смешанная реальность и реальность, опосредованная компьютером.

DAU (Daily active users) — количество игроков, запускающих игру каждый день.

F2P, FTP, Free-to-play, Условно-бесплатные игры — видеоигры, распространяющиеся бесплатно, но предполагающие внутриигровые покупки (IAP) за реальные деньги. Такие внутриигровые покупки повышают комфорт игрока и открывают доступ к контенту, позволяя более эффективно или быстро проходить игру. Например, игроки могут купить ускоритель в гоночной игре, более мощное оружие или защитное обмундирование в шутерах, уменьшить время, необходимое на постройку внутриигровых построек и тп. На данный момент большинство мобильных, социальных и многопользовательских игр распространяются по модели Free-to-play. Freemium игры — игры, подразумевающие бесплатное использование демоверсии игры. Для доступа к полной версии необходимо произвести оплату. Часто понятие Freemium и Free-to-play игр смешиваются и используются как синонимы.

Freemium игры — игры, подразумевающие бесплатное использование демоверсии игры. Для доступа к полной версии необходимо произвести оплату. Часто понятие Freemium и Free-to-play игр смешиваются и используются как синонимы.

IAP, in-app purchases (Внутриигровые покупки, микротранзакции) — покупки, которые совершают пользователи в игре для получения доступа к дополнительному контенту. Как правило, стоимость одной покупки небольшая (может быть и 10-20 рублей).

IN-APP реклама — реклама внутри мобильных приложений и игр. Influencer Marketing (Маркетинг влияния) — форма продвижения товаров и услуг через инфлюенсеров.

Influencer Marketing (Маркетинг влияния) — форма продвижения товаров и услуг через инфлюенсеров.

Just Chatting (Общение) — стримеры общаются со своей аудиторией или смотрят видео, фильмы, мультфильмы и сериалы.

LAN (Local Area Network) — игроки находятся в одном помещении и связаны локальной сетью, а не играют из дома через интернет.

MAU (Monthly active users) — количество игроков, запускающих игру хотя бы один раз за месяц.

MR (Mixed Reality) — иногда называемая гибридной реальностью - представляет собой слияние реального и виртуального миров для создания новых сред и визуализаций, в которых физические и цифровые объекты сосуществуют и взаимодействуют в реальном времени.

Mid-roll — рекламная вставка, которая показывается в процессе просмотра через заданный промежуток времени.

Online ивент — игроки связаны через интернет и один единый сервер, который находится где-то в другом месте. Игроки также могут находиться где угодно, а играть им придется на своем собственном компьютере и через домашний интернет.

Post-roll — рекламная вставка, которая показывается в конце онлайн видео.

Pre-roll — рекламная вставка, которая загружается до начала запрошенного пользователем онлайн-видео и длится, как правило, до 30 секунд.

Tracker (Трекер) — аналитическая платформа для трекинга статистических данных.

Travel & Outdoors — люди проводят прямые трансляции на улице, в парке или во время своих путешествий в другие страны.

Twitch — видеостриминговый сервис, специализирующийся на тематике компьютерных игр, в том числе трансляциях геймплея и киберспортивных турниров. Видео на платформе Twitch можно просматривать как в реальном времени, так и по запросу.

VR (Virtual Reality) — это смоделированный опыт, который может быть похож на реальный мир или полностью отличаться от него. Приложения виртуальной реальности включают развлечения (например, видеоигры), образование (например, медицинское или военное обучение) и бизнес (например, виртуальные встречи). Другие различные типы технологий в стиле VR включают дополненную реальность и смешанную реальность, иногда называемую расширенной реальностью или XR.

Аукцион — рубрика во время трансляции, на которой стример просит присылать своих зрителей донаты с указанием какую игру он должен застримить. По итогу аукциона побеждает игра набравшая наибольшую сумму донатов.

Блогер — это любой человек (даже виртуальный), который ведет онлайн-дневник (блог), регулярно делится новым контентом.

Браузерные игры — видеоигры, в которые играют по сети Интернет с использованием Интернет-браузера. Могут быть одно- или многопользовательскими, а также принадлежать к разным жанрам. Изначально не предполагали установку программного обеспечения (так называемого клиента игры) на компьютер игрока, однако сейчас это часто необходимо.

Видеоигра — игра, основанная на взаимодействии с электронным устройством: компьютером, игровой приставкой, мобильным телефоном и пр. В российской практике под видеоиграми могут подразумевать только игры для игровых консолей или портативных устройств (Sony Playstation, Microsoft Xbox, Nintendo Switch), тогда как в международной практике в понятие “видеоигры” также включают игры и для мобильных телефонов и смартфонов, и для компьютера.

Виджет — это консольное приложение предоставляющее дополнительные чат команды и программы для стримеров платформы Twitch. Гейминг — процесс игры в видеоигры и все, что с этим связано.

Гейминг — процесс игры в видеоигры и все, что с этим связано.

Дизлайк (Кнопка «Не нравится») — опущенный вниз большой палец руки. Дословно — не нравится — прямая противоположность лайка, выражение неодобрения материалу или пользователю.

Жанр игры — одна из основных характеристик видеоигр, набор специфических характеристик геймплея, позволяющий объединять видеоигры в категории. Часто игра может быть отнесена к нескольким жанрам сразу. Примеры игровых жанров: шутер, RPG или ролевая игра, гонки, Match-3 или три-в-ряд, приключения, симуляторы, экшен и др.

Инфлюенсер — пользователь, имеющий обширную и лояльную аудиторию, блогер, публикации которого оказывают заметное влияние на подписчиков.

Киберспорт (англ. e-sports) — онлайн-видеоигры, геймплей в которых построен на соревнованиях между игроками или командами игроков. Киберспорт в России признан официальным видом спорта.

Киберспортивные дисциплины — видеоигры, в рамках которых проходят киберспортивные соревнования, например, Dota 2, League of Legends и др. Популярность дисциплины тесно связана с популярностью игры.

Лайк (Кнопка «Нравится») — функция в коммуникационном программном обеспечении, предназначенном для социальных сетей, блогов, интернет-форумов, сервисов социальных закладок, новостных сайтов, которая используется для выражения отношения пользователей к тому или иному контенту.

Лига — это один из самых популярных форматов соревнований в киберспорте. Она проходит с относительной периодичностью, с определенной тематикой и включает в себя открытые квалификации и серию турниров, которые завершаются LAN (Local Area Network)-финалом.

Лидер мнений — человек/образ, чье мнение для его окружения по какой-либо тематике имеет больший вес, чем мнение среднего представителя такого окружения.

Мини-игра — представляет собой короткую видеоигру, доступную в рамках другой видеоигры, приложения или электронного продукта. Как правило, мини-игры подразумевают короткие игровые сессии длительностью одну-две минуты, а также простое управление и геймплей, которые позволяют сразу начать играть. Часто используются как рекламный формат в связи с высокими показателями вовлеченности пользователей.

Просмотр — единица измерения зрительного восприятия различного контента (баннер, ролик на Youtube, трансляция киберспортивного турнира, трансляция стрима и т.д.) в интернете.

Сегментация блогеров — это система градации блогеров на основе количества подписчиков.

Наноблогеры — блогеры с 10К - 50К подписчиков

Микроблогеры — блогеры с 50К - 100К подписчиков

Миниблогеры — блогеры с 100К - 500К подписчиков

Средние блогеры — блогеры с 500К - 1 МЛН подписчиков

Крупные блогеры — блогеры с 1 МЛН - 2 МЛН подписчиков

ТОП-блогеры — блогеры от 2 МЛН подписчиков

Селебрити — публичные личности, имеющие поклонников и последователей, но не обязательно занимающиеся блогерской деятельностью.

Сообщества Twitch — сообщества объединяют стримеров и помогают им во взаимодействии. Сообщество стримеров в Twitch выглядит следующим образом: участники сообщества указаны в списке слева, при этом активные в настоящее время каналы находятся вверху списка. Видеопроигрыватель отображает прямые трансляции участников, при этом под ним приведено описание сообщества.

Стрим — прямой эфир на интернет-сервисе, например, Twitch или YouTube.

Стример — человек, транслирующий себя через интернет, как в прямом эфире, так и посредством предварительно записанных видео.

Фолловер — подписчик на чей-либо аккаунт/канал, который может отслеживать новые посты/ролики/стримы интересующих его людей.

Эксклюзив — создание полноценного ролика (а не преролла интегрированного в ролик блогера) по техническому заданию и под потребности клиента, может быть размещен как на ютуб канале инфлюенсера, так и на канале бренда.

Specialized

CS:GO (Counter-Strike: Global Offensive) — многопользовательская компьютерная игра, разработанная компаниями Valve и Hidden Path Entertainment. Выпуск игры для персональных компьютеров на операционных системах Windows и macOS, также игровых приставках Xbox 360 и PlayStation 3 состоялся 21 августа 2012 года.

Dota 2 (Defense of the Ancients) — компьютерная многопользовательская командная игра в жанре multiplayer online battle arena, разработанная корпорацией Valve. Игра является продолжением DotA — пользовательской карты-модификации для игры Warcraft III: Reign of Chaos и дополнения к ней Warcraft III: The Frozen Throne.

HS (Hearthstone) — коллекционная карточная онлайн-игра по мотивам вселенной Warcraft, разработанная компанией Blizzard Entertainment и распространяемая по модели free-to-play.

LoL (League of Legends) — многопользовательская компьютерная игра в жанре MOBA, разработанная и выпущенная американской компанией Riot Games в 2009 году для платформ Microsoft Windows и macOS. Игра создавалась как подражание DotA, пользовательской карте (модификации) для Warcraft III. Она распространяется бесплатно, по модели free-to-play.

Major (Мейджор) — крупный киберспортивный турнир, как правило, международный.

Minor (Минор) — мелкий киберспортивный турнир, как правило, по призовому фонду (в зависимости от игры) и уровню команд меньше мажоров.

PUBG (PlayerUnknown's Battlegrounds) — многопользовательская онлайн-игра в жанре королевской битвы, разрабатываемая и издаваемая студией PUBG Corporation, дочерней компанией корейского издателя Bluehole.

Rainbow 6 (Tom Clancy's Rainbow Six: Siege) — тактический шутер от первого лица, разработанный Ubisoft для Microsoft Windows, Xbox One и PlayStation 4.

Twitch дрон — автоматические подарки за просмотр трансляции.

Valorant — многопользовательская компьютерная игра, разработанная и издаваемая компанией Riot Games. Является первой игрой Riot Games в жанре шутер от первого лица.

Бан — временное или пожизненное отлучение администрацией пользователей доступа к функционалам сервиса или игры. Причиной бана может быть любое нарушение правил: грубость, ботоводство, читерство, нарушение авторских прав и т.п.

Гайд — руководство, содержащее информацию о прохождении игры, секретах и методах достижения того или иного блага в игре.

Донат — 1. Покупка за реальные деньги внутриигровых предметов или валюты. Обычно присутствует в условно-бесплатных играх. 2. Денежный взнос в поддержку блогера.

Кастить — вести онлайн-трансляцию на стриминговой платформе/комментировать.

Королевская битва — один из жанров массовых многопользовательских онлайн-игр, совмещающий в себе элементы симулятора выживания с режимом last man standing. «Королевская битва» сталкивает большое количество управляемых игроками персонажей с минимальным набором снаряжения на ограниченной карте; игроки должны искать на карте оружие и уничтожать противников, пока в игре не останется только один.

Моба — 3D-жанр многопользовательской командной сессионной игры, в которой игроки сражаются друг против друга, управляя уникальными персонажами и используя их уникальные наборы способностей.

Рейд — перенаправление зрителей от популярного стримера на прямую трансляцию безызвестного новичка. Из-за этого счётчик зрителей на стриме достигает 100+, 1000+ и даже 10000+ при привычных 5-10 человек.

Хайлайты (Нарезка) — своеобразный формат видеозаписей, распространённый на Twitch. Нарезки представляют собой видеосборники из наиболее интересных (по мнению составителя) фрагментов, вырезанных из записей онлайн-видеотрансляций на сайте Twitch. В качестве интересных моментов выбираются различные смешные или казусные ситуации, оговорки, случаи неожиданного поведения, инциденты или фэйлы, попавшие помимо воли участников в прямой эфир стримов. При составлении нарезок при монтаже используются дополнительные видеоэффекты, выделяющие мимику участников или подробности видеозаписей с целью усиления юмористического эффекта. В нарезках часто встречаются нецензурные выражения, темы 18+, всякий трэш и взрослый юмор, характерный для Твича. Юмор на Твиче специфический, и часто бывает понятен только самим участникам Твича.

Шутер — жанр компьютерных игр. На момент зарождения жанра за рубежом укрепилось слово «шутер», как вариант описания игрового процесса и перевод для слова shooter, в России и некоторых других странах постсоветского пространства жанр изначально был назван как «стрелялка».

0 IAB Russia

The Interactive Advertising Bureau (IAB) Russia

Ассоциация развития интерактивной рекламы

входит в международную сеть ассоциации IAB, основная задача которой – рост и развитие рынка интерактивной рекламы. Отделения IAB успешно работают в 43 странах на 4 континентах.

Приоритетными направлениями деятельности The Interactive Advertising Bureau (IAB) Russia являются:

- Образовательная деятельность;
- Работа над формированием индустриальных стандартов, гайдлайнов и глоссария;
- Проведение отраслевых мероприятий, включая MIXX Conference и MIXX Awards;
- Проведение исследований в области интернет рекламы с учетом имеющихся международных методологии и практик в этой сфере.

Контакты:

127018, г. Москва, ул. Полковная, д.3, стр. 3, этаж 4.

телефон/факс: +7 (495) 662-39-88

email: add@iabrus.ru

www.iabrus.ru

GAMING&DIGITAL ENTERTAINMENT COMMITTEE

**IAB Russia Gaming & Digital Entertainment Glossary 2021
выпущен в рамках комитета по Gaming&Digital Entertainment**

Сопредседатели комитета по Gaming&Digital Entertainment:
Родион Соколов, Управляющий партнер Cybernetica
Екатерина Ширшова, Digital Director PHD (MDG)

Мы выражаем благодарность
участникам комитета Gaming&Digital Entertainment

Декабрь 2021

