



iab•russia

AUDIO AD

СЛОВАРЬ

AudioMix — рекламная кампания, построенная преимущественно на аудиорекламе с задействованием сразу нескольких площадок, сеток аудиорекламы, в том числе микс с аудиорекламой в эфирном радио.

CTP (Модель закупки) — стоимость за тысячу аудиоконтактов с целевой аудиторией.

CTR (Click-through rate) — соотношение количества кликов на рекламное сообщение к числу его показов, выражается в %.

In-stream — предзаписанный аудиоролик, распространяемый совместно с медиаконтентом, содержащим звуковой ряд.

Interactive online audio — онлайн-аудиореклама с возможностями интерактивного взаимодействия с аудиторией.

MediaMix — рекламная кампания, в которой аудиореклама используется наряду с другими форматами в соответствии с определенными для нее целями/ролью.

Midroll — аудиоролик, размещенный в логических паузах между медиаконтентом.

Podcast (Подкаст) — это медиафайл по запросу, который слушатели либо скачивают, чтобы слушать позже, либо слушают онлайн. В отличие от формата потоковой передачи, более распространенного в видео, подкасты продолжают загружать из-за удобства существующей платформы и функциональности приложения.

Post-listening — техническое решение, позволяющее отследить пользователей, которые совершили целевое онлайн действие в любой заданный период после того, как прослушали аудиорекламу.

Pre-roll — аудио ролик, размещенный до начала воспроизведения медиаконтента.

Remarketing (Ремаркетинг) — показ баннера через некоторое время на других площадках для вовлечения в интерактивное взаимодействие в более подходящий момент.

Аудиореклама — формат маркетинговых коммуникаций, где основная информация передается посредством звукового ряда.

Аудиореклама с голосовой реакцией — пользователь может управлять рекламой с помощью речи (отвечать на вопросы в рекламе голосом).

Брендированное спонсорство — упоминание бренда в форме аудиоролика, сообщающее о том, что он является спонсором совмещенного с аудиорекламой контента или предоставленного аудитории доступа к контенту, который обычно является платным или еще как-либо ограниченным.

Диалоговая реклама — диалог в рекламной паузе развивается исходя из голосовых реакций пользователя.

Импрессия — показ рекламного сообщения.

Компаньон-баннер — графический интерактивный элемент, размещаемый на экране устройства, в том числе поверх экрана блокировки на смартфонах, в момент воспроизведения рекламного аудиоролика.

Непропускаемость — отсутствие кнопки пропуска рекламы.

Онлайн-аудиореклама — аудиореклама, распространяемая в онлайн среде.



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. Полковая, д.3, стр. 3, этаж 4.

телефон/факс: +7 (495) 662-39-88

email: add@iabrus.ru

www.iabrus.ru



AUDIO AD COMMITTEE

IAB Russia Audio Ad Glossary 2019 выпущен
в рамках комитета по Audio Ad

Основатель и председатель комитета
по Audio Ad: Михаил Ильичев, CEO Unisound

Декабрь 2019

