



**iab**•russia

# ONLINE BRANDING

СЛОВАРЬ

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

**AdFraud / Fraud** — это недействительный трафик, являющийся результатом намеренной манипуляции с откруткой рекламы и/или её измерениями, либо создающий фиктивную пользовательскую активность.

**Banner Expand** — это интерактивный баннер, содержащий дополнительный слой «расхлоп», раскрывающийся поверх контента сайта или сдвигающий контент сайта, как правило по инициативе пользователя (клик или наведение на основной баннер), также возможно и автоматическое открытие «расхлопа».

**Benchmarks (Бенчмарки)** — применительно к интернет-рекламе — это средние значения ключевых показателей (например, CTR, Viewability rate, Complete rate), используемые в качестве ориентиров при планировании эффективности и оценке полученных результатов. Например, если, в среднем, размещения определенного формата для определенной категории бренда показывали результат X, то значение X может быть использовано как прогноз при вновь планируемом размещении такого формата для той же категории бренда. Также термин используется для обозначения часто используемых и/или зарекомендовавших себя стратегий и подходов для достижения определенных целей.

**Botnet** — серверы/машины, созданные для накрутки трафика, действуют как большее количество пользователей и создают события (просмотры рекламы и т.д.).

**Brand safety** - защита бренда рекламодателя и его рекламных креативов от упоминания в негативном/неблагоприятном для репутации бренда информационном контексте.

**Click** — это нажатие на рекламное сообщение, которое инициирует интерактив с пользователем или переход на другую страницу (смену URL).

**Close (Close Rate)** — это количество (% от показов) пользователей, закрывших рекламное сообщение.

**Clutter** (Клаттер) — это 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.

**Complete (Complete Rate)** — это количество (процент от показов) пользователей, просмотревших рекламное сообщение до конца.

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

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

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

**Firewall** — это сумма показов, не прошедших по критериям безопасности бренда и качества контакта пользователя с креативом D30.

**Impression** — это показ рекламного сообщения.

**In-banner video** — это 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** — это 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.

**MRC Viewable** — (баннерные форматы) — это не менее %50 баннера в видимой области в активной вкладке более 1 секунды / (видео форматы) — это не менее %50 баннера в видимой области в активной вкладке в течение не менее 2 последовательных секунд.

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

**Out-stream** — видеореклама, которая транслируется в контенте (например, в тексте статьи) или маскируется под контент (например, под пост в социальной сети).

**PayWall** — это способ монетизации контента, при котором пользователю предлагается заплатить определенную сумму, то есть приобрести платную подписку для получения доступа к контенту. Особенно распространено в онлайн-кинотеатрах. Как правило, в рамках платного доступа к контенту, сайт не показывает пользователю рекламу, поэтому данный способ монетизации является одним из способов решения проблемы Ad Block паблишерами. Также существует вариант PayWall, в котором паблишер продает именно услугу отключения рекламы (например, wi-fi в метро).

**Rich Media** — это 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.

**Standart Banner (Стандартный баннер)** — это 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).

**Traffic loss** — это потери трафика; синтетическая метрика, в которую относится процент показов, которые не привели к досмотру, клику или закрытию креатива.

**User experience** — это опыт пользователя, влияющий на его предпочтения. В понятие может входить как опыт навигации по конкретному сайту, так и опыт общения с брендом (рекламными материалами, приложениями и пр.) в целом.

**Viewability** — это метрика, оценивающая возможность визуального контакта пользователя с рекламным материалом, базируется на оценке площади креатива, которая находилась в видимой области экрана в активной вкладке и временного промежутка, в течение которого креатив находился в видимой области. Одна из ключевых метрик для оценки эффективности рекламных кампаний, особенно имиджевых.

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

**Лояльный формат** — рекламные сообщения, не прерывающие навигацию пользователей по контенту сайтов и имеющие минимальное раздражающее воздействие на пользователя.

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

**Поведенческая реклама (Таргетированная реклама)** — это технология показа рекламных сообщений, на основе данных об интересах пользователя (поведенческие характеристики).

**Рекламный блок** – совокупность нескольких рекламных сообщений подряд.

**Ретаргетинговая реклама** — это технология показа рекламных сообщений, посредством которой онлайн-реклама направляется тем пользователям, которые уже просмотрели рекламируемый продукт.

# 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](mailto:add@iabrus.ru)

[www.iabrus.ru](http://www.iabrus.ru)

# ONLINE BRANDING COMMITTEE

**IAB Russia Online Branding Glossary 2019**  
**выпущен в рамках комитета по Online Branding**

Председатель комитета IAB Russia по Online Branding:  
Эльвира Сафаева, Директор по работе с клиентами Weborama  
в Восточной Европе и Центральной Азии

Июнь 2019

---



