

Зритель без расписания: что и как измерять сегодня

Конференция
Национальной Медиа Ассоциации

Астана
10 сентября 2025



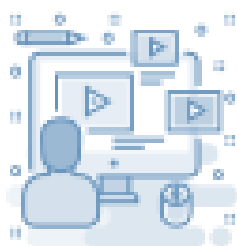
Просмотр видео становится все более нелинейным

смотрят видео **3:07** минут

в среднем в день



Телевидение



Онлайн видео



Социальные сети

15-24 25-34 35-54 55+



Растут технические возможности для просмотра видео:

у зрителя больше доступных платформ и устройств

71%

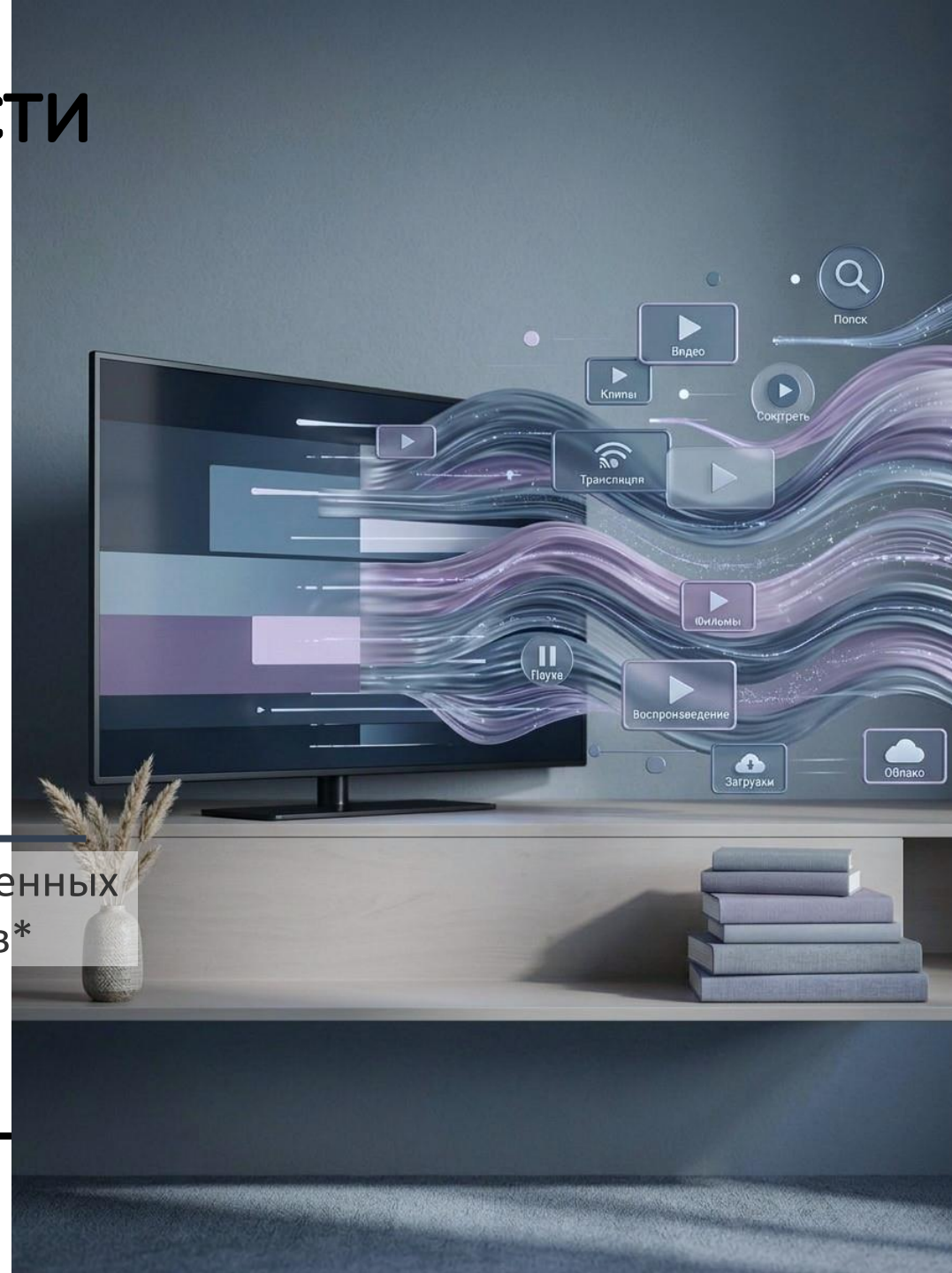
Smart TV

38%

IPTV

2

веб-подключенных
устройств*



Доступность технологий - меняет поведение зрителя

От «что идёт сейчас?» — к «что я хочу посмотреть сейчас?»

38% населения РК

смотрят видео через
интерактивные приложения

78% на смартфоне

59% на Smart TV

21% на ноутбуке



Локальный контент остается востребованным

Казахстанский контент также начинает жить
на разных платформах и экранах

18% смотрит казахстанские
фильмы и сериалы на стриминговых
сервисах
и

6% казахстанские
телеканалы

Усложняется экосистемы потребления видео контента

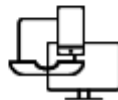
Контент × Платформа × Устройство × Сценарий

Контент
Линейный, VOD, UGC, catch-up, live



Платформы
TV, IPTV, OTT, Web, YouTube, соцсети

Сценарий
Прайм, фоновый, мобильный, совместный

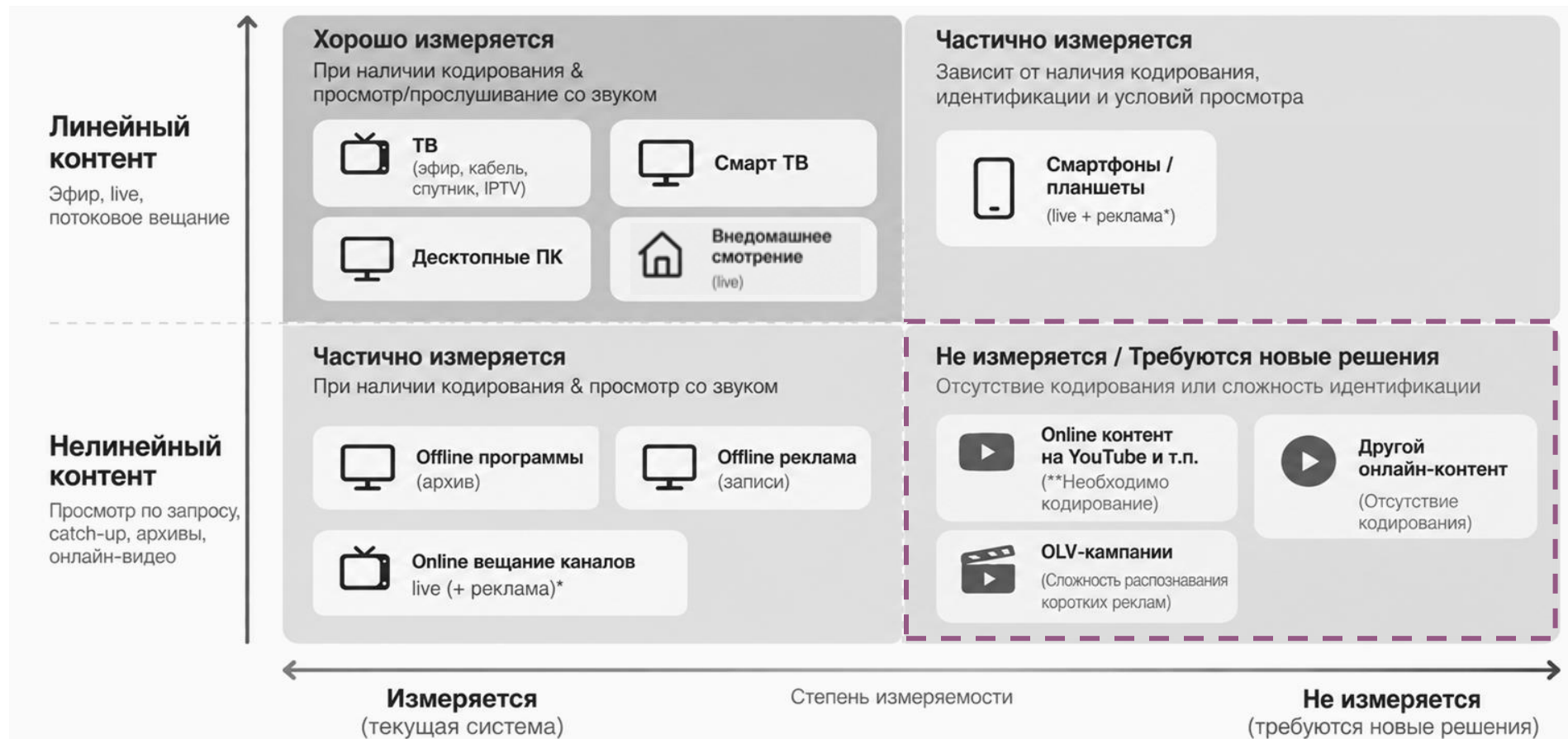


Устройства
Smart TV, смартфон, планшет, ноутбук



Где начинается новая задача для измерителя

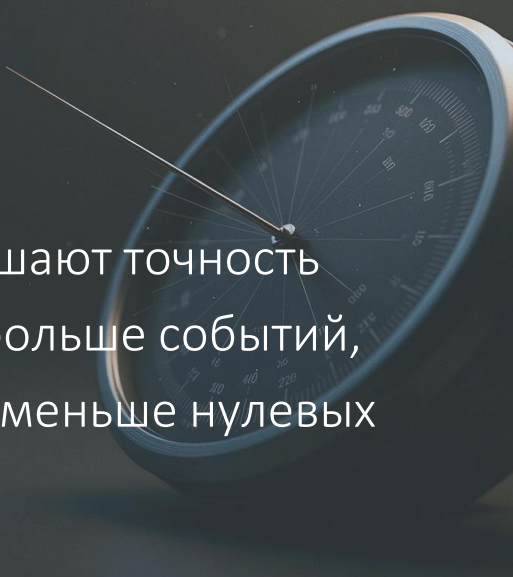
Технология PPM + уникальные коды [WM] уже идентифицируют линейный ТВ-контент независимо от экрана, места и времени.



Два направления развития измерений:

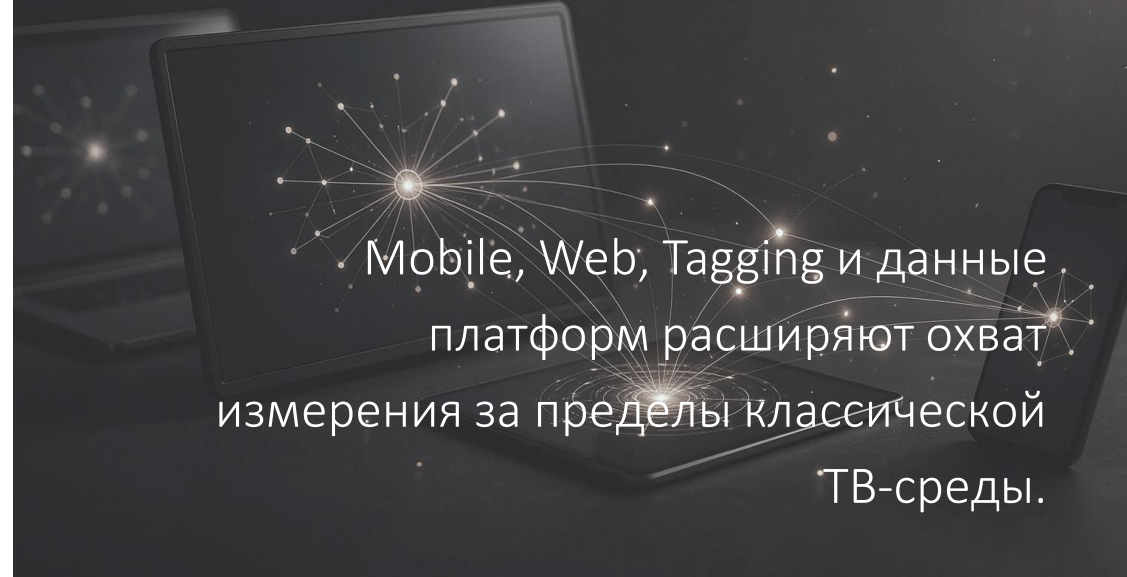
повышение точность и увеличение охвата

ТОЧНОСТЬ



RPD / IPTV Big Data повышают точность линейного измерения: больше событий, стабильней показатели, меньше нулевых минут.

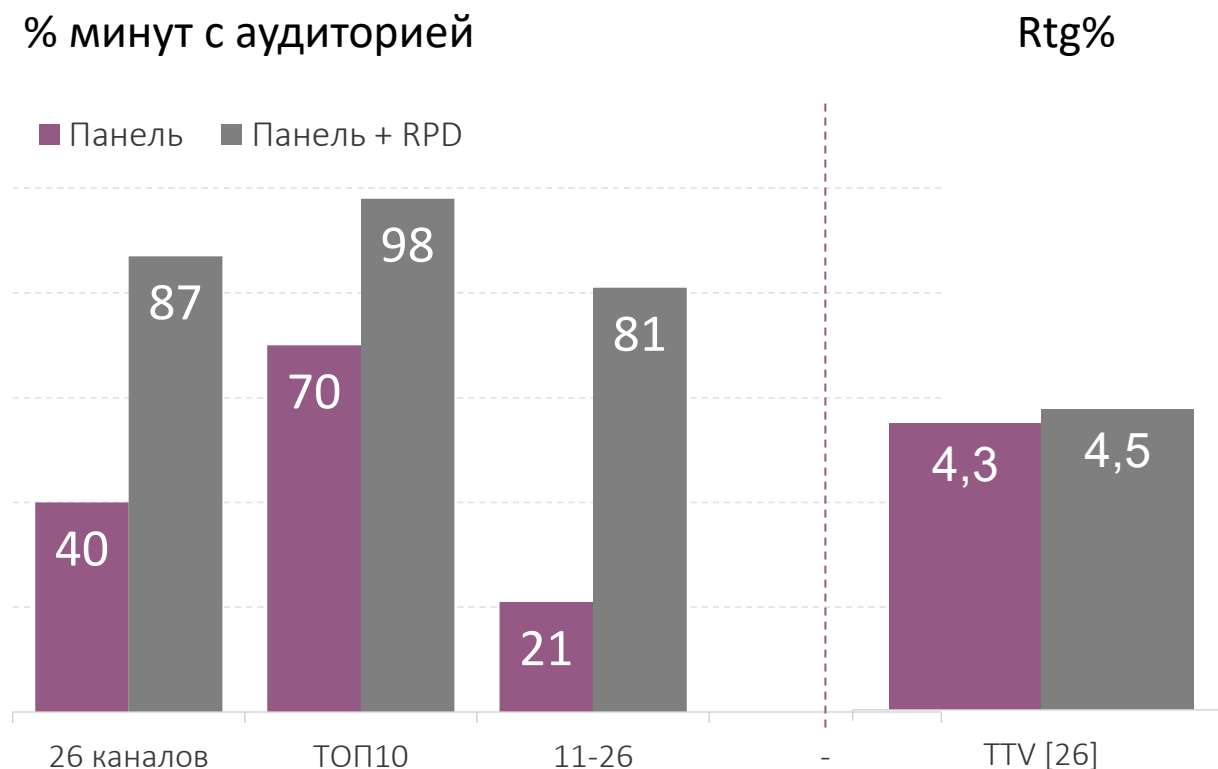
ОХВАТ



Mobile, Web, Tagging и данные платформ расширяют охват измерения за пределы классической ТВ-среды.

Оба направления **дополняют**, а не заменяют друг друга.

Кейс RPD: больше данных — выше точность линейного измерения



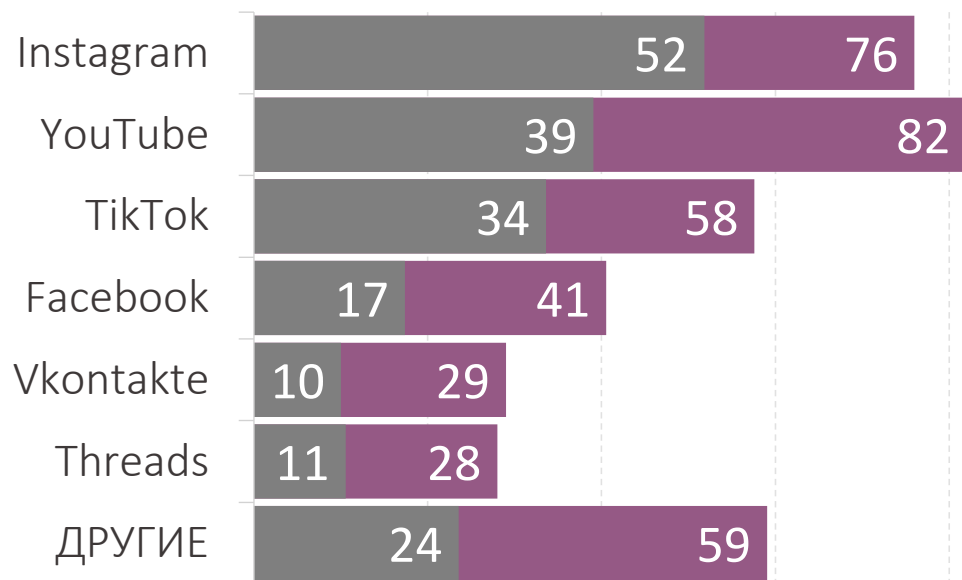
**Панель = тысячи респондентов
+ RPD = миллионы сеансов**

Панель остаётся источником
профиля аудитории и
инструментом калибровки.

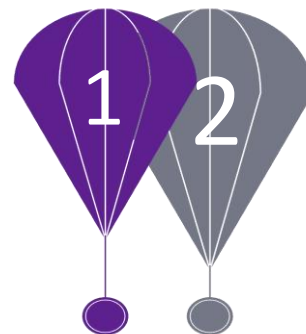
Кейс Mobile: увидеть то, что происходит вне классической ТВ-среды

Охват видеоплатформ, %

■ ЗА МЕСЯЦ ■ ЗА ДЕНЬ



От платформ — к контенту



Mobile Panel

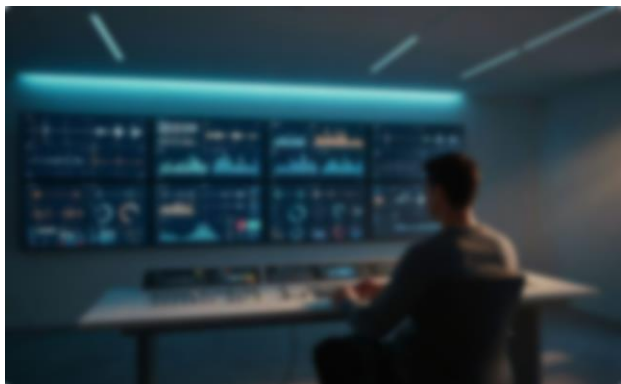
Данные об аудитории платформ и ресурсов.

Mobile Panel + Tagging [WM]

Маркировка контента для оценки аудитории контента.

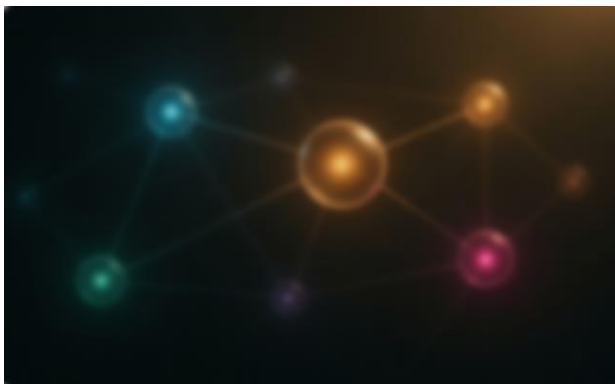
Новый принцип измерения - избирательность

Нелинейная среда слишком многомерна для равномерного охвата. Измерение строится вокруг актуальных задач рынка



КОНТРОЛЬ

Контента и аудитории
линейного и нелинейного ТВ-
контента



КОНКУРЕНЦИЯ

Понимание доли внимания в
условиях многоплатформенной
среды



МОНЕТИЗАЦИЯ

Согласованная валюта для
продажи аудитории
рекламодателям



СПАСИБО!

K Research Central Asia

Казахстан, А15Е2Р9, Алматы,
пр. Аль-Фараби, 17/1,
БЦ «Нурлы-Тау», блок 5 «Б»,
9 этаж, офисные помещения №16 и 18
тел.: +7 (727) 347 05 03
E-mail: info@k-research.kz
URL: <https://k-research.kz>