

mediální skupina **mafra**

ÓČKO

HYBRIDNÍ VYSÍLÁNÍ ÓČKO TV

22.1.2018

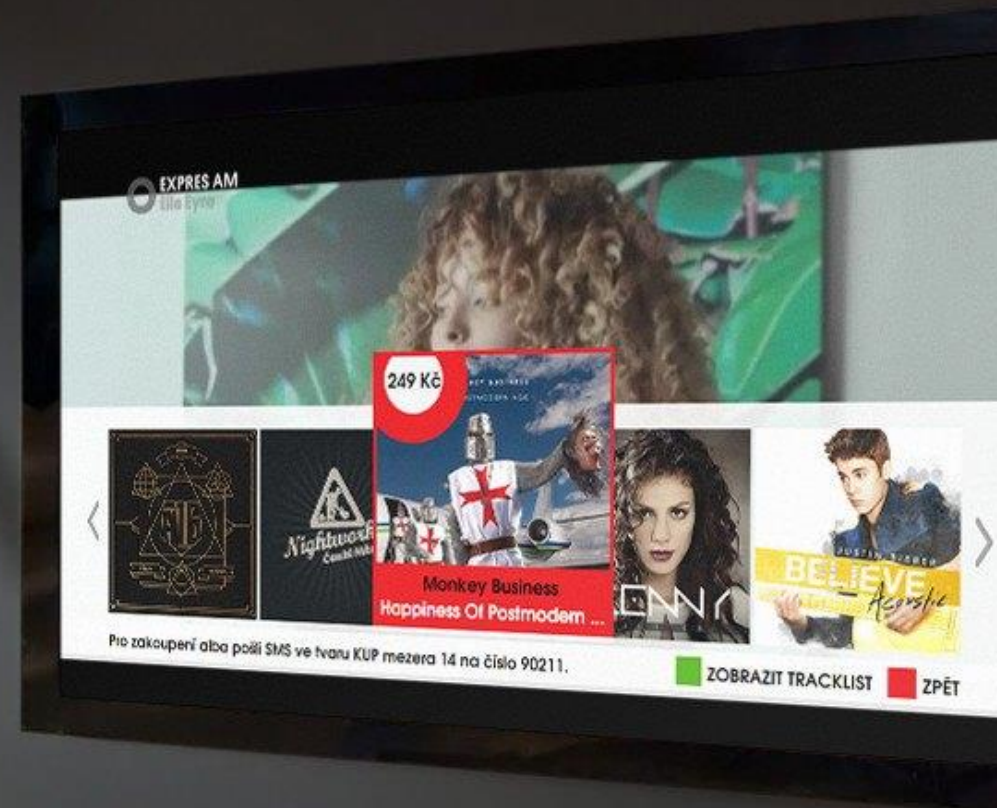


ÓČKO HbbTV

ÓČKO STAR EXPRES

Co je to HbbTV?

- Kombinace televizního vysílání se širokopásmovým internetem
- Službu HbbTV v současnosti využívá **více než 1,3 milionu diváků***
- Umožňuje **rozšířit možnosti televizoru** – kromě televizního vysílání poskytuje možnost příjmu obsahu, šířitelného po internetu
- Překrytí televizního vysílání další informační vrstvou
- Uživatel k příjmu potřebuje televizní přijímač nebo set-top-box, který podporuje tuto službu (HbbTV) a připojení k internetu
- Služba HbbTV se spouští stisknutím červeného tlačítka na dálkovém ovladači televizoru





PROČ HbbTV NA ÓČKU

- **nejvhodnější cílová skupina diváků** pro tento revoluční formát
 - **58%** diváků kanálů ÓČKA jsou **lidé do 40 let** (u TV obecně je to 25%)
 - **54%** diváků kanálů ÓČKA tvoří lidé **ve věku 15 – 54 let se socioeko profilem ABC** (u TV obecně 33%)
- **vysoká míra prokliku** (až 2,5%+*) – „zvědavější“ diváci
- proklikem práce s divákem nekončí – **naši diváci jsou hraví**
 - např. hru Candy Crash 2 si už zahrálo **více než 23 tisíc diváků** a průměrná doba, kterou strávil divák jednou hrou [= návštěvou] je **více než 21 minut**

Uživatelé / měsíc
[ÓČKO a ÓČKO STAR]

620.000
440.000

Počet návštěv / měsíc
[ÓČKO + ÓČKO STAR]

6.000.000+

Průměrný počet
návštěv / den

200.000

(140.000+ všední dny – 300.000+ víkendy)





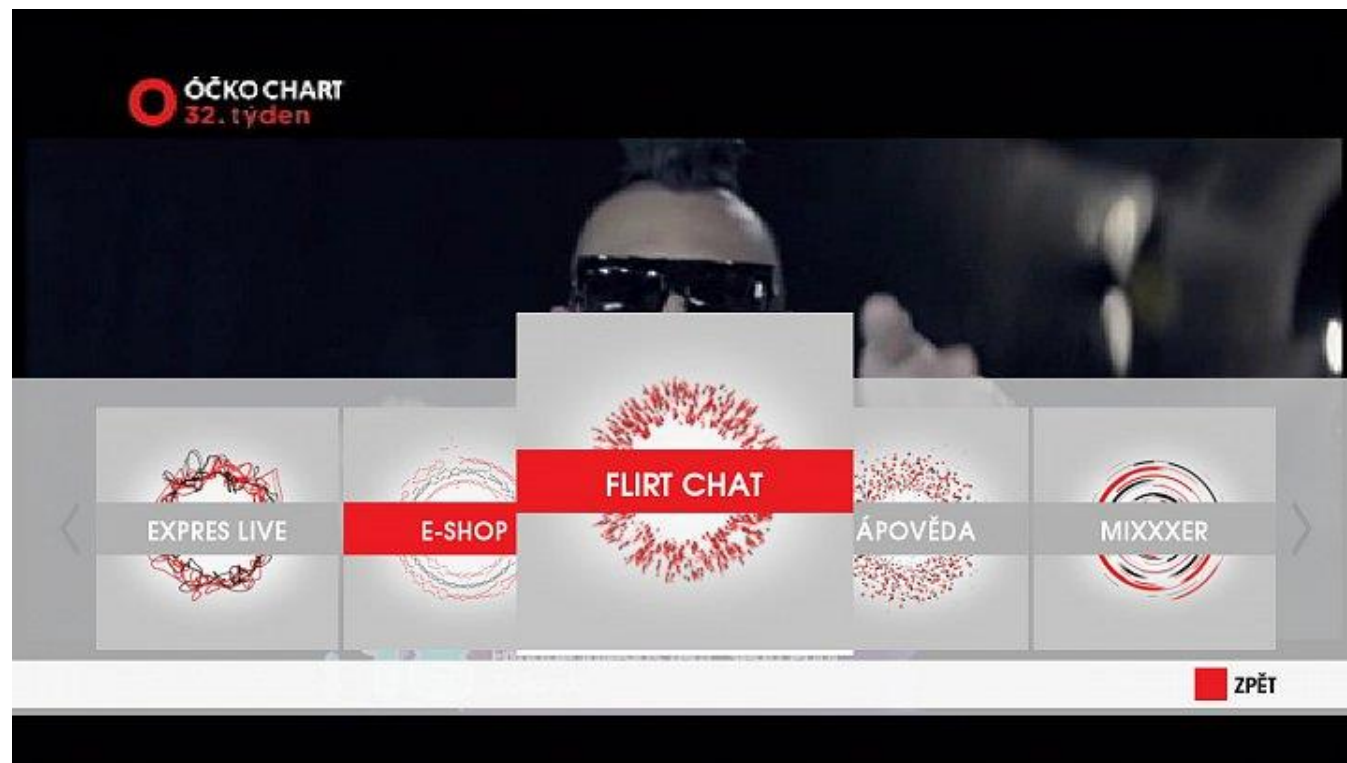
VÝHODY HYBRIDNÍHO VYSÍLÁNÍ

oproti televiznímu vysílání

- přesné měření pomocí Google Analytics
- interakce s divákem
- sběr informací
- nový, nevšední a neokoukaný formát
- bannerové formáty
- microsite
- gametizace

oproti internetu

- masivní zásah diváků
- multi-audience (společné sledování více osob)
- vysoká míra customizace
- rapidně rostoucí zásah





POSTOJE DIVÁKŮ / ZADAVATELŮ K HbbTV

DIVÁCI

HBBTV JAKO MOŽNOST ZÍSKAT VÍCE INFORMACÍ O PRODUKTECH

26 %

...se v poslední době stalo, že je zaujal nějaký inzerovaný produkt natolik, že o něm chtěli získat více informací

...by uvítalo možnost dozvědět se v rámci reklamy více o produktu, který je zaujal

45 %

MEDIÁLNÍ AGENTURY

Základ: Ti, kteří mají televizi připojenou k internetu, N=1524

JE HBBTV REKLAMA ATRAKTIVNÍ PRO ZADAVATELE?



Podle **5 z 8** zástupců mediálních agentur spíše ano.

...A PRO JAKÉ PRODUKTY?



produkty vyžadující více informací (pojištění...)



luxusní produkty



produkty vyžadující investici



TYPY KAMPANÍ

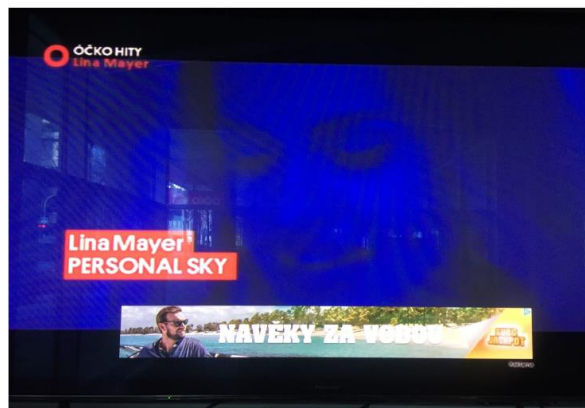
BANNEROVÉ A VIDEO FORMÁTY

- ve vysílání je vložena bannerová pozice
- klient může i vydražit přes aukční systém
- zobrazuje se pak buď
 - neproklíkávací banner
 - nebo banner proklíká do aplikace (viz další slide)
- Rozměry [další technické specifikace na konci]:

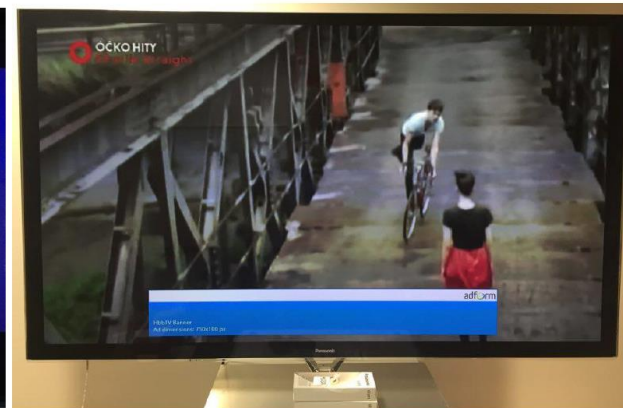
• Leaderboard	750x100
• Big Banner	1024x200
• Red Button	340x240
• XXL Banner	284x720 +996x160
• Menu Button	300x300
- Případně speciální video formáty

• Push2Play	320x240 + video
• Pre-roll	videos

leaderboard



leaderboard



push2play





TYPY KAMPAŇÍ

APLIKACE

- klient má vlastní aplikaci, která je anoncována bannerem [viz výše], který může mít různé grafické zpracování a který vykonává funkci „červeného“ tlačítka pro vstup do klientovy aplikace
- obsah aplikace: **video, text, formulář, animace, hry** apod.





TYPY KAMPANÍ

PŘÍKLADY SPECIÁLNÍCH HbbTV APLIKACÍ ÓČKA

HRA CANDY CRASH 2

- Zábavná hra
- Zahrálo si zatím 23.000+ diváků – průměrně v délce návštěvy více než 21 minut
- Komerční možnosti: pre-roll



CHCI SE BAVIT

STISKNI  A BAV SE

ÓČKO VIDEO

- Archiv pořadů ÓČKA – ÓČKO CHART, Cinema Geek, Smash, Best of KBBA
- Komerční možnosti: pre-roll



**ÓČKO VIDEO
VYBER SI A SLEDUJ**

STISKNI  A BAV SE

ÓČKO STAR EXPRES

KRB

- Pro co nejpříjemnější zimní náladu
- Komerční možnosti: pre-roll



MOŽNOSTI CÍLENÍ

- **na celé inventory**
 - **čas**
 - **pořad**
 - **reklama**
 - **geograficky**
 - **podle IP**
- červené tlačítko se zobrazí při každém přepnutí
 červené tlačítko se zobrazuje jen v určitou dobu
 červené tlačítko se zobrazuje během určitého pořadu
 červené tlačítko se zobrazuje během reklamního sdělení [spárování]
 cílení na určitou polohu klienta
 cílení podle adresního rozsahu



PŘÍKLAD CÍLENÍ GEOGRAFICKY

- Klient: LIFTAGO – cílení na Prahu
- **dynamická aplikace** s možností objednání taxislužby
- vlastnosti: voucher na 400Kč + přehledná mapa taxi vozů po Praze



TECHNICKÉ SPECIFIKACE FORMÁTŮ

FORMÁT	TECHNICKÉ SPECIFIKACE
Switch roll	video max 30 sec / 16:9 / max 10 MB [bitrate 700kbps] / .mp4
XXL banner	284x720px a 996x160px / max 250Kb / .jpg
Red button	320x240px / max 150kb / .jpg .png .gif
Push to play	display + video max 90 sec / 320x240px + video 16:9 / max 250Kb + video max 10 MB [bitrate 700kbps] / .jpg .png .gif + .mp4
Pre-roll	video max 30 sec / 16:9 / max 10 MB [bitrate 700kbps] / .mp4
Leaderboard	750x100px / max 250Kb / .jpg .png
Menu button	300x300px / max 150Kb / .jpg

DOPORUČENÍ PRO TVORBU APLIKACÍ

Čeho se vyvarovat při tvorbě kampaní

- zaměňování hybridních aplikací za internetové
- tvorba jednoduchých aplikací, které nenabízejí divákovi přidanou hodnotu – nízká míra prokliku CRT [0,7% - 1,3%]
- brát v potaz možnosti dálkového ovladače
- brát v potaz uživatelské chování
- aplikace vyvinuté bez znalosti televizního prostředí nemusí fungovat

TECHNOLOGIE SE MŮŽOU ZMĚNIT. LOGA SE MŮŽOU ZMĚNIT. HUDBA SE ALE NEZMĚNÍ.

LP



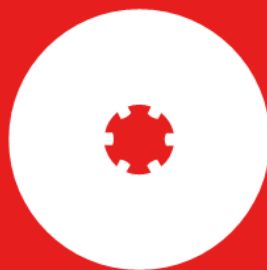
1948

MT



1956

MC



1963

CD



1983

IPOD



2001

ÓČKO



2012

e-mail obchod@ocko.tv
web <http://ocko.tv/ocko-info>
youtube [youtube.com/user/ockocomercial](https://www.youtube.com/user/ockocomercial)

Stanice O, a. s.

Anděl Media Centrum
Karla Engliše 519/11
Praha 5 – Smíchov, 150 00