

# ROOM FACTORY



# ПОДПИСЧИКИ КАНАЛА

ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ПОДПИСЧИКОВ  
НА КАНАЛЕ YOUTUBE

3 000 000 +



330 000+  
ПОДПИСЧИКОВ



140 000+  
ПОДПИСЧИКОВ

# С КАКИХ УСТРОЙСТВ СМОТРЯТ



МОБИЛЬНЫЙ ТЕЛЕФОН 67%



КОМПЬЮТЕР 20%



ПЛАНШЕТНЫЙ ПК 11%



ТВ 2%



ИГРОВАЯ ПРИСТАВКА 0,4%

# УДЕРЖАНИЕ АУДИТОРИИ

|  |           |      |     |
|--|-----------|------|-----|
| КОГДА СЛОМАЛ КОМПЬЮТЕР                                 | 1 181 107 | 2:25 |     |
| ТИПЫ ЛЮДЕЙ КОГДА ОТКЛЮЧИЛИ СВЕТ                        | 890 162   | 1:30 | 70% |
| ВЛОГ ТАИЛАНД <small>тн</small> / МОЯ ДНЮХА / СЪЕМК...  | 765 755   | 4:08 | 32% |
| КАЖДЫЙ ЛУЧШИЙ ДРУГ ТАКОЙ                               | 735 862   | 1:42 | 71% |
| КОГДА КАЧАЛ НОВУЮ ИГРУ                                 | 299 080   | 1:31 | 45% |
| ТИПЫ ЛЮДЕЙ НА ОТДЫХЕ                                   | 298 344   | 1:49 | 71% |
| ВЛОГ КАНАДА <small>са</small> / ЧЕМПИОНАТ МИРА ПО R... | 228 362   | 4:07 | 21% |
| ТИПЫ ЛЮДЕЙ НА ДЕТСКОЙ ПЛОЩАДКЕ                         | 214 709   | 2:03 | 74% |
| ТИПЫ ЛЮДЕЙ В МАГАЗИНЕ                                  | 174 719   | 1:49 | 71% |
| ТИПЫ ЛЮДЕЙ ПОСЛЕ ШКОЛЫ                                 | 165 056   | 1:30 | 71% |
| ТИПЫ СОСЕДЕЙ   | 155 292   | 1:49 | 69% |
| ТИПЫ ЛЮДЕЙ ПЕРЕД ЭКЗАМЕНОМ                             | 152 042   | 2:26 | 72% |
| ТИПЫ ЛЮДЕЙ ВО ВРЕМЯ ПЕРЕЕЗДА                           | 151 574   | 2:14 | 72% |
| ТИПЫ ЛЮДЕЙ ЗИМОЙ                                       | 150 138   | 2:08 | 70% |
| ТИПЫ ЛЮДЕЙ В КАФЕ                                      | 144 332   | 1:56 | 77% |
| ТИПЫ ЛЮДЕЙ В ДУШЕ                                      | 140 959   | 2:05 | 65% |
| ТИПЫ ЛЮДЕЙ ПОСЛЕ ПРОСМОТРА ФИЛЬМ...                    | 139 772   | 2:02 | 65% |
| ТИПЫ ЛЮДЕЙ В ДВОРОВОМ ФУТБОЛЕ                          | 139 416   | 1:55 | 74% |
| ТИПЫ ЛЮДЕЙ КОГДА НИКОГО НЕТ ДОМА 😊                     | 139 027   | 2:12 | 66% |

создать

ВАШИ СУБТИТРЫ И ПЕРЕВОДЫ

Справка и отзывы

НОВАЯ ТВОРЧЕСКАЯ СТУДИЯ (БЕТА)



# СТАТИСТИКА ПЛАТФОРМ

| <input type="checkbox"/> Операционная система ? | Время просмотра (минуты) ? ↓ | Просмотры ?      | Время просмотра по подписке YouTube Red (минуты) ? | Просмотры по подписке YouTube Red ? | Средний просмотр (в минутах) ? |
|---|------------------------------|------------------|--|-------------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Android                | 44 478 899 (62%)             | 24 175 629 (64%) | 992 (34%)  | 500 (33%)                           | 1:50                           |
| <input type="checkbox"/> Windows                | 16 319 057 (23%)             | 8 395 283 (22%)  | 444 (15%)  | 234 (15%)                           | 1:56                           |
| <input type="checkbox"/> iOS                    | 8 556 012 (12%)              | 4 294 183 (11%)  | 1 371 (47%)  | 745 (48%)                           | 1:59                           |
| <input type="checkbox"/> Smart TV ?             | 1 303 123 (1,8%)             | 586 006 (1,5%)   | 18 (0,6%)  | 10 (0,6%)                           | 2:13                           |
| <input type="checkbox"/> Windows Mobile         | 288 875 (0,4%)               | 140 979 (0,4%)   | 0 (0,0%)   | 0 (0,0%)                            | 2:02                           |
| <input type="checkbox"/> PlayStation            | 197 901 (0,3%)               | 96 542 (0,3%)    | 0 (0,0%)   | 0 (0,0%)                            | 2:02                           |
| <input type="checkbox"/> Macintosh              | 189 130 (0,3%)               | 97 491 (0,3%)    | 85 (2,9%)  | 42 (2,7%)                           | 1:56                           |
| <input type="checkbox"/> Другое                 | 117 332 (0,2%)               | 57 145 (0,2%)    | 1 (0,0%)   | 1 (0,1%)                            | 2:03                           |
| <input type="checkbox"/> Xbox                   | 78 585 (0,1%)                | 36 889 (0,1%)    | 0 (0,0%)   | 0 (0,0%)                            | 2:07                           |
| <input type="checkbox"/> Linux                  | 50 933 (0,1%)                | 25 556 (0,1%)    | 8 (0,3%)   | 4 (0,3%)                            | 1:59                           |
| <input type="checkbox"/> Tizen                  | 20 143 (0,0%)                | 9 596 (0,0%)     | 0 (0,0%)   | 0 (0,0%)                            | 2:05                           |
| <input type="checkbox"/> WebOS                  | 6 433 (0,0%)                 | 2 909 (0,0%)     | 0 (0,0%)   | 0 (0,0%)                            | 2:12                           |

# СОТРУДНИЧЕСТВО С БРЕНДАМИ



Google

MEIZU



МТС



nutella



Avito

badoo

Яндекс



HUAWEI



GAMELOFT



tinder

Kopikot+



Тинькофф

# ВИДЫ РЕКЛАМЫ

- ЭКСКЛЮЗИВ
- ИНТЕГРАЦИЯ
- СПЕЦ.ПРОЕКТ
- РОЛИК ПОД КЛЮЧ
- НАТИВНАЯ РЕКЛАМА

# ЭКСКЛЮЗИВ

Ролик, полностью сориентированный под ваши потребности, это:

- сценарий, созданный под тематику бренда;
- с помощью вашего продукта решается проблема героев;
- акцент только на вас;
- информация о вас в первой строчке описания;
- призыв купить, установить, скачать ваш продукт в конце видео;
- размещение ролика на нашем канале;
- реклама ролика на наших страницах в соцсетях.






# ПРИМЕР РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА #1

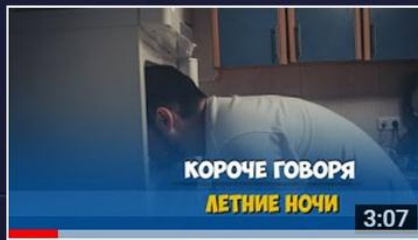
БРЕНД: 

КОЛ-ВО РОЛИКОВ: 4 (РОЛИК ПОД КЛИЕНТА)



КОРОЧЕ ГОВОРЯ  
МЫ СХОДИЛИ НА ПЛЯЖ 2:32

Короче говоря, мы сходили на пляж  
4 923 182 просмотра • Год назад



КОРОЧЕ ГОВОРЯ  
ЛЕТНИЕ НОЧИ 3:07

Короче говоря, летние ночи  
3 744 837 просмотров • Год назад



КОРОЧЕ ГОВОРЯ  
СОЧИ 2:03

Короче говоря, Сочи  
2 218 018 просмотров  
Год назад



КОРОЧЕ ГОВОРЯ  
МОЙ ДРУГ ЗАДРОТ 2:42

Короче говоря, мой друг задрот  
4 351 251 просмотр • Год назад

4,9 МЛН ПРОСМОТРОВ

99 ТЫС. **LIKES**

3,7 МЛН ПРОСМОТРОВ

92 ТЫС. **LIKES**

2,2 МЛН ПРОСМОТРОВ

73 ТЫС. **LIKES**

4,3 МЛН ПРОСМОТРОВ

110 ТЫС. **LIKES**



15,1 МЛН



380 ТЫС.



10,5 ТЫС.

# ИНТЕГРАЦИЯ

Интеграция — это совмещение отдельного сюжета с вашей рекламой. Его особенности:

- сценарий не связан с тематикой бренда;
- упоминание бренда в течение 10-30 мин. видео;
- информация о вас в первой строчке описания;
- призыв купить, установить, скачать ваш продукт в конце видео;
- размещение ролика на нашем канале;
- реклама ролика на наших страницах в соцсетях.



# ПРИМЕР РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА #2

БРЕНД: *Coca-Cola*

КОЛ-ВО РОЛИКОВ: 2 (РОЛИК ПОД КЛИЕНТА + ПОСТРОЛЛ)



Короче говоря, мы решили научиться танцевать

5,6 млн просмотра •  
Год назад

**РОЛИК ПОД  
КЛИЕНТА**

**5,6 МЛН YOUTUBE  
+300 ТЫС. VK  
ПРОСМОТРОВ**



Короче говоря, первый снег

4,1 млн просмотра •  
Год назад

**ПОСТРОЛЛ**

**4,1 МЛН YOUTUBE  
+300 ТЫС. VK  
ПРОСМОТРОВ**



10,2 МЛН



200 ТЫС.



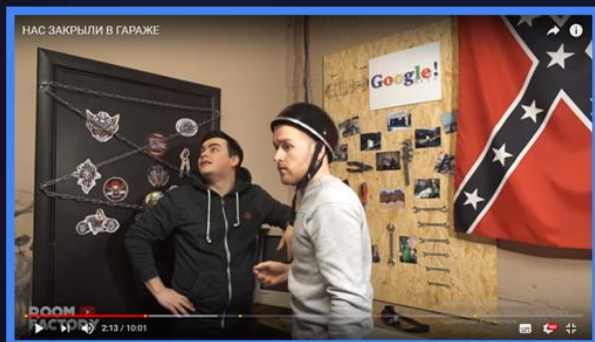
4,5 ТЫС.



# СПЕЦПРОЕКТ

Если у вас возникла идея ролика не в формате нашего канала. Такой вид рекламы имеет следующие особенности:

- вы занимаетесь разработкой идеи ролика;
- вы занимаетесь операторской работой, озвучкой, монтажом, продюсированием и т.д.;
- мы участвуем в качестве актеров;
- информация о вас в первой строчке описания;
- призыв купить, установить, скачать ваш продукт в конце видео;
- размещение ролика на нашем канале;
- реклама ролика на наших страницах в соцсетях.





# ПРИМЕР РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА #3

БРЕНД: **Google**

КОЛ-ВО РОЛИКОВ: **1** (СПЕЦПРОЕКТ)



НАС ЗАКРЫЛИ В ГАРАЖЕ

2,1 млн просмотров •  
7 месяцев назад

## СПЕЦПРОЕКТ

2,1 МЛН ПРОСМОТРОВ



2,1 МЛН



84 ТЫС.



3 ТЫС.

# РОЛИК ПОД КЛЮЧ

В формате «под ключ» мы берем на себя:

- создание креативного сценария в любом формате;
- съемки ролика;
- продюсирование;
- монтаж;
- озвучку;
- анонс выхода ролика на наших ресурсах.

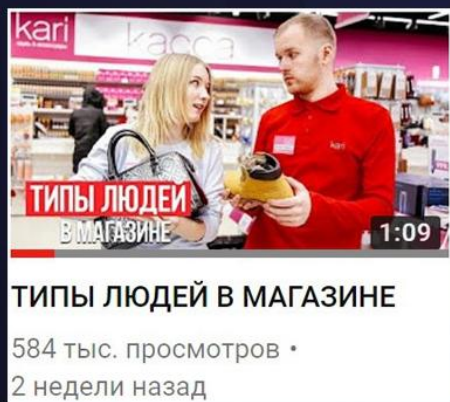
Вы размещаете готовый ролик на своих площадках и мы занимаемся продвижением его.



# ПРИМЕР РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА #4

БРЕНД: **KARI**

КОЛ-ВО РОЛИКОВ: **1** (РОЛИК ПОД КЛЮЧ)



## РОЛИК ПОД КЛЮЧ

580 ТЫС. ПРОСМОТРОВ  
+ 7 ТЫС. ПОДПИСЧИКОВ



580 ТЫС.



20 ТЫС.



600

# НАТИВНАЯ РЕКЛАМА

Главный плюс нативной рекламы — она не раздражает зрителя, плавно подводя его к приобретению вашего продукта.

Особенности рекламного продвижения:

- легкий акцент на вашем товаре в виде крупного плана логотипа, продукции,
- положительной реплики героя;
- размещение в одном или серии видео;
- информация о вас в первой строчке описания;
- призыв купить, установить, скачать ваш продукт в конце видео;
- размещение ролика на нашем канале;
- реклама ролика на наших страницах в соцсетях.