

МЕТОДЫ МОНЕТИЗАЦИИ ОНЛАЙН СЕРВИСОВ ПРОСМОТРА ВИДЕО

Ерёмченко Антон Сергеевич

*магистрант научно-практического отделения Белорусского государственного университета информатики и радиоэлектроники,
Республика Беларусь, г. Минск
E-mail: ae@sengee.by*

Сиротко Сергей Иванович

*научный руководитель, доцент, кандидат физико-математических наук
Белорусского государственного университета информатики
и радиоэлектроники,
Республика Беларусь, г. Минск*

В современном мире видео контент играет важную роль в жизни людей, будь то любимые фильмы, веселые мультфильмы, образовательные программы или научно-популярные передачи. В сети интернет сейчас существует бесчисленное количество видео контента, рост числа которого происходит в геометрической прогрессии. Появление таких гигантов, как YouTube [2] позволяет пользователям не только наиболее быстро и просто публиковать свой контент, а также зарабатывать на этом. Общей чертой таких сервисов является ориентирование именно на качественный контент, которые бы привлекал большую аудиторию ежемесячно. Существует много категорий контента, на которых могут специализироваться те или иные сайты, однако суть данных сервисов в любом случае останется одна - привлечение наибольшей возможной целевой аудитории на свой сервис и извлечение из этой аудитории максимально возможной прибыли.

Существует масса методов и инструментов для монетизации в сети Интернет. Новые способы создаются и развиваются с эволюцией сети, прогресс не стоит на месте. В данной работе я бы хотел выделить наиболее популярные способы, которым прибегают сайты, для получения прибыли. Эти способы и методы можно разбить на несколько категорий:

- Рекламные
- Сервисные
- Товарные

- Другие

В каждой из категорий можно выделить основные инструменты для привлечения средств и монетизации сервиса.

К рекламным методам можно отнести следующие:

Размещение баннерной рекламы: один из наиболее популярных способов монетизации сайтов. Суть данного метода заключается в размещении на сайте отдельных блоков, отведенных под рекламный контент рекламодателей и отображении в них целевой рекламы. Данный способ является наиболее простым методом по привлечению рекламодателей, т.к. является относительно недорогим в использовании и поддержке. Существует несколько способов биллинга трафика по данному инструменту, зависящему от того, какую платформу и бизнес-модель использует тот или иной рекламодатель. Сам же процесс монетизации по данной модели будет заключаться в биллинге за один из нескольких действий пользователя по отношению к блоку рекламы, будь то простой просмотр, переход на целевой сайт, действия (регистрация или покупка) на целевом сайте и другие. Прибыль от таких методов также может быть как единовременной, зависящей от конкретного действия пользователя, так и долговременной, в зависимости от конкретного целевого ресурса и его политик.

Прямая реклама: данный способ является одним из самых наиболее прибыльных, т.к. подразумевает явную рекламную кампанию одного продукта или сервиса. Проявлений прямой рекламы может быть много: от размещения логотипов целевого ресурса, до написания рекламных текстов, лозунгов и даже целых статей и обзоров, посвященных данному ресурсу или продукту. Отдельным проявлением данного типа рекламы является брендинг сайта элементами (отдельными или сайта целиком) целевого сайта, размещение его атрибутики и слоганов в шапке сайта, его основных элементах управления и зонах сайта, где происходит наибольшая активность пользователей. Для рекламодателя данный тип является довольно выгодным, т.к. позволяет максимально монополизировать рекламные площади на сайте, не позволяя отображать рекламные блоки своих непосредственных конкурентов. Однако данный способ также будет в общем случае являться также и одним из

наиболее затратных для рекламодателя, а следовательно и наиболее прибыльным для сайта-хостера.

Данные способы являются одними из наиболее используемых инструментов монетизации сайтов, поставщиков видео контента в сети в данной категории.

Однако реклама является не единственным способом монетизации. Авторы постоянно ищут новые способы и методы привлечения средств на свои ресурсы. Естественно, что направление, основанное на предоставлении той или иной услуги, а также качество этой услуги также является одним из способов извлечения прибыли на сайте.

Хотелось бы выделить следующие методы монетизации:

Подписки и тарифные планы для доступа к контенту являются одними из наиболее популярных подкатегорий данной. Основной идеей для таких инструментов является непосредственно доступ к контенту, ограниченный на определенных критериях, будь то временные интервалы доступа к ресурсам (по времени, дате и др.), время пользования ресурсами (просмотр каждой минуты контента может быть тарифицирован, в зависимости от потребностей и уровня уникальности контента), количества просмотров ресурсов и так далее. Эти инструменты являются основополагающими другим, однако в последнее время начали уступать другим услугам.

Просмотр видео контента в улучшенном качестве, по сравнению с бесплатной версией является одной из таких услуг. С развитием техники, пользователи стали более требовательными именно к качеству картинки просматриваемого контента и готовы за это платить. Можно наблюдать корреляцию между уровнем развития техники отображения картинки и качеством контента. Можно предположить, что в ближайшем будущем данный тип монетизации еще будет актуальным, однако быстрый и постоянный рост качества картинки может привести к большему количеству высококачественного контента при меньших затратах на его производство, что может негативно сказаться на ресурсах, которые могут искусственно занижать качество своих видео ресурсов.

Не только качество самого контента может выступать в роли монетизатора ресурса. Дополнительный функционал, который доступен пользователям во время просмотра видео также может позволять извлекать прибыль. Пользователи способны платить за тот функционал, который упрощает им определенные процессы доступа к ресурсу и работе с ним, будь то использование списков воспроизведения или возможность пометок видео ресурсов своими тегами и временными метками с комментариями.

Пользователи также склонны к оплате возможности на внеочередной доступ к любимым ресурсам, до основного релиза контента для широкой публики. Извлечение прибыли из желания людей быть первыми в чем-либо естественно для ресурсов, желающих заработать.

Не только внеочередной доступ может выступать в роли монетизатора, но также и доступ к ограниченному контенту, не доступному для широкой аудитории может выполнять эту роль. Обладание доступом к уникальному контенту способно мотивировать пользователей совершать данный вид покупки на сайте, т.к. также основан на естественном желании и стремлении человека выделяться из толпы любым доступным способом.

Одно из наиболее привлекательных предложений сайта - отключение рекламных роликов и баннеров на всем сайте и также контенте. Большая часть пользователей могут использовать сторонние инструменты для отключения большей части рекламного контента, однако очевидно, что использование подобной функции от самого поставщика контента сайта и генератора страниц будет иметь лучший эффект, по сравнению с другими инструментами.

Монетизация услугами также включает в себя и продажу разнородных артефактов на сайте, как виртуальных, так и реальных. При продаже виртуальных артефактов (будь то уникальный аватар, значки либо статусы) больший упор делается именно на статусности, выделяющей пользователя среди других пользователей ресурса. При продаже реальных физических артефактов (это может быть цифровая копия фильма, либо дополнительный

контент, недоступный в онлайн) могут взиматься комиссии при продаже, если данный товар был произведен сторонним производителем.

Также существуют интернет ресурсы, которые используют механизмы краудфайдинга, для поддержания его в рабочем состоянии. Многие люди хотят сперва просмотреть и оценить контент, а затем уже оплатить, либо не оплатить его, в зависимости от качества материала, способа подачи, скорости работы и др. критерий. Данный способ не обязательно лимитирует минимальные и максимальные пределы сумм, которые могут быть перечислены на счета владельцев ресурсов, ценовая политика в данном случае будет целиком зависеть от качества контента, поэтому чем он лучше, тем больше пользователи будут согласны за него платить. Этот механизм также позволяет не навязывать оплату, а больше склоняет самих пользователей оценить работу по достоинству, сделать такой контент, за который пользователи будут хотеть платить.

Разумеется, что при добавлении любого из данных инструментов монетизации на сайт не обязательно ограничиваться только одним из них. В общем случае каждый инструмент будет иметь свой максимальный предел прибыли, который он может сгенерировать за период существования. Комбинация из вышеприведенных методов является наиболее рентабельной тактикой монетизации ресурсов, т.к. позволяет более гибко реагировать на текущие потребности пользователей и завоёвывать свой, определенный тип целевой аудитории, готовой оплачивать услуги и товары, необходимые для них в данный момент. Смешение этих инструментов, подходов и стилей приводит к появлению гибридов, позволяющих наиболее полно удовлетворять потребности пользователей при наименьших затратах производителя, что в свою очередь будет приводить к появлению новых методик и инструментов монетизации.

Список литературы:

1. Методы монетизации интернет проектов [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <https://habrahabr.ru/post/158951/>. Дата доступа: 13.10.2016.
2. Способ заработка с YouTube [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <https://creatoracademy.youtube.com/page/lesson/revenue-basics>. Дата доступа: 13.10.2016.