

Bagaimana cara memulakan perniagaan online



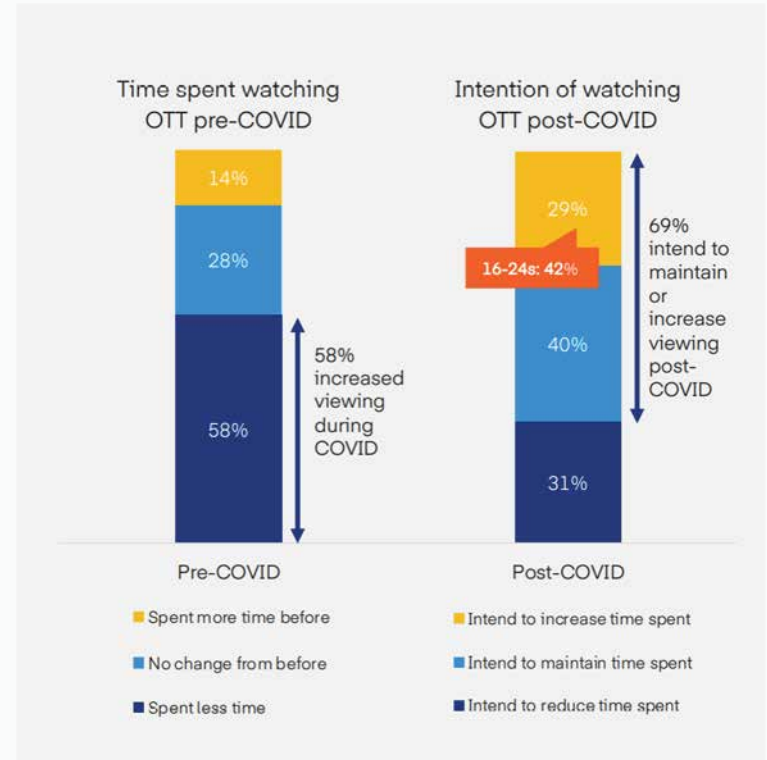
APA ITU 'OTT' DAN MENGAPA IA RELEVAN

OTT (singkatan 'Over The Top') adalah pengiklanan dalam talian secara terus kepada penonton melalui perkhidmatan penstriman video

Dalam tempoh 4-5 tahun kebelakangan ini sahaja, arena OTT telah mencapai kematangan, dipacu oleh pengadaptasian digital semenjak COVID-19 melanda.

- 58% OTT di Malaysia melaporkan, mereka mengalami peningkatan tontonan di platform OTT semenjak pandemik bermula.

- 69% dari pengguna terus kekal atau semakin banyak menghabiskan masa mereka menonton OTT pasca COVID-19.



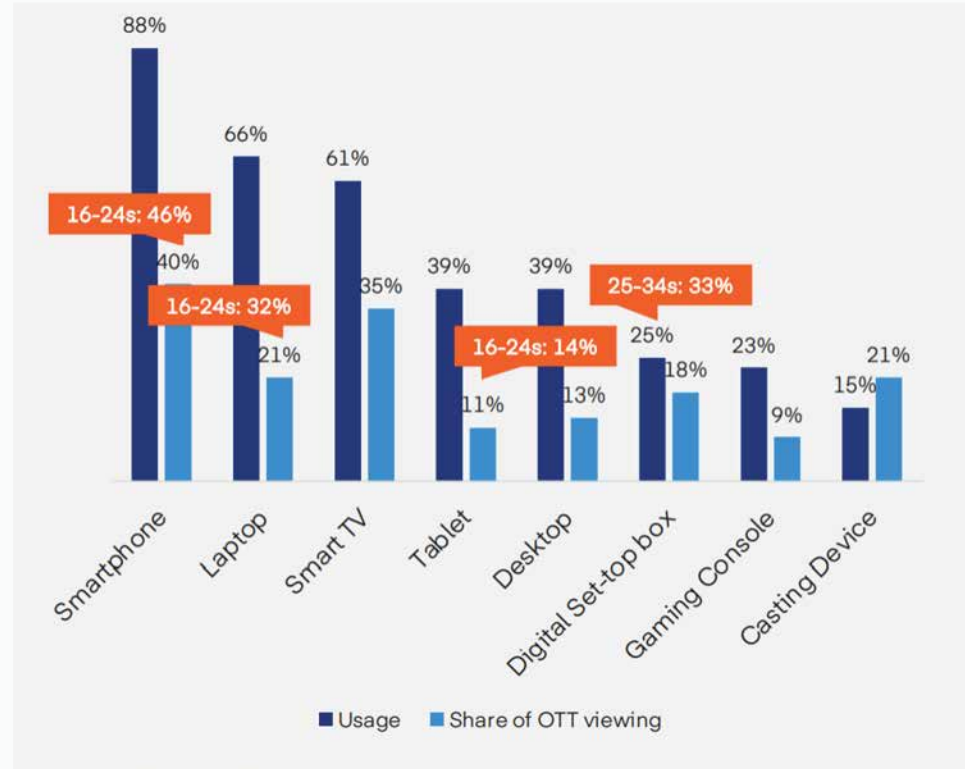
PENSTRIMAN OTT MENGIKUT JENIS GAJET

Kebanyakan penstriman OTT adalah melalui telefon pintar. Walaubagaimanapun, tontonan melalui Smart TV atau pelbagai gajet yang lain semakin meningkat.

88% dari keseluruhan tontonan OTT adalah melalui telefon pintar, diikuti dengan laptop dan Smart TV.

73%

dari pengguna OTT di Malaysia menggunakan 3 atau lebih gajet untuk menonton



PERBANDINGAN DI ANTARA OTT DAN TV SERTA SALURAN MEDIA LAIN

Secara purata, tontonan OTT di Malaysia adalah sebanyak 17 hari sebulan dan 2.7 jam sehari. Penonton OTT di Malaysia menonton lebih banyak OTT dari saluran TV biasa (2.5 jam)

2.7 JAM

Purata masa tontonan OTT sehari vs. Tontonan di Asia Tenggara: 2.5 jam

6.1 JAM

Purata masa tontonan OTT setiap hari untuk pengguna tegar

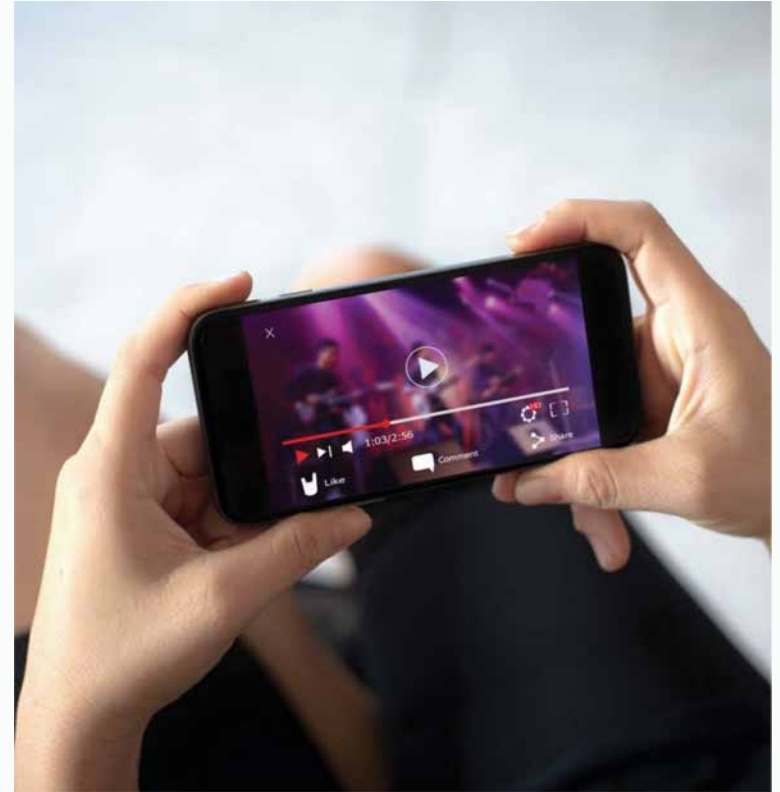
Kekerapan Vs Penggunaan Saluran Media

Media	Penggunaan	Kekerapan
OTT	Tinggi	Rendah
Televisyen Biasa	Rendah	Rendah
Youtube	Tinggi	Tinggi
Media Sosial	Tinggi	Tinggi

PENGIKLANAN OTT: PERKARA YANG PERLU DIPERTIMBANGKAN

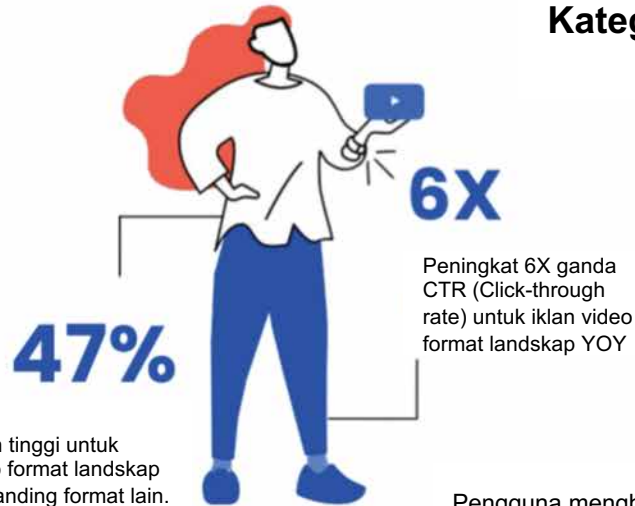
Tumpukan pada pengguna gajet mudah alih atau *mobile first*. Sama ada orientasi atau dimensi video dan juga golongan sasar pengiklanan anda. Terdapat beberapa faktor kritikal yang harus dipertimbangkan apabila melancarkan kempen pengiklanan *mobile first* anda di OTT:

- Tentukan orientasi video yang tepat: sama ada video saiz landskap atau menegak
- Durasi sesuatu video
- Memaksimumkan ketelusan & keselamatan jenama
- Jadikan iklan anda relevan kepada penonton



PASTIKAN VIDEO LANDSKAP YANG BETUL

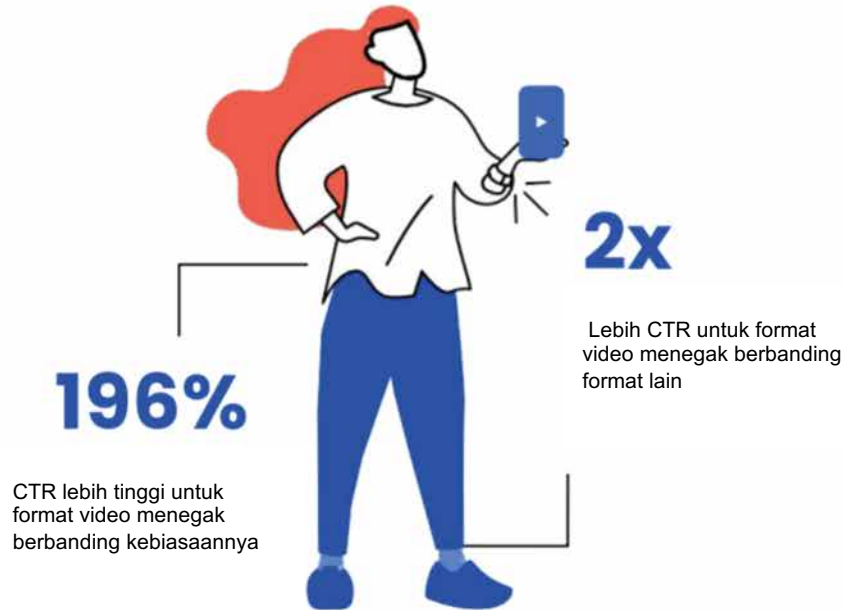
Kategori tertinggi pembeli untuk video format landskap



Pengguna menghabiskan lebih banyak masa menonton video, kita dapat melihat perkembangan yang lebih konsisten untuk CTR yang menggunakan kaedah ini. Para peniaga online yang berjaya telah mengenalpasti trend ini dan membuat pelaburan yang tinggi terhadap video format landskap kerana ianya mudah dengan hanya menekan butang 'play' untuk kempen mereka.

PASTIKAN VIDEO MENEGAK YANG BETUL

Video menegak menunjukkan peningkatan CTR yang memberangsangkan, tahun demi tahun, hasil dari penambahan masa oleh pengguna



Kategori tertinggi pembeli untuk video format menegak



DURASI VIDEO ADALAH PENTING!

Berpandukan matlamat kempen anda, pilih durasi video yang tepat & bersesuaian.

Tips: video pendek dan padat dengan info adalah salah satu cara yang berkesan untuk menyampaikan mesej kepada penonton anda!



MAKSIMUMKAN KETELUSAN & KESELAMATAN JENAMA



Keselamatan Jenama (Brand Safety)

Jalankan kolaborasi dengan rakan ekosistem yang boleh mengukur serta memaksimumkan capaian umum dengan efektif



Anti Penipuan (Anti-Fraud)

Bekerjasama dengan rakan kongsi yang mengadaptasi sistem anti penipuan terbaik termasuklah pengadaptasian ads.txt dan schain



Kebolehcapaian (Viewability)

Jalankan kolaborasi dengan rakan ekosistem yang boleh mengukur serta memaksimumkan capaian umum dengan efektif



Utamakan Privasi (Privacy First)

Menjalankan kerjasama dengan syarikat pemain yang mengutamakan privasi dalam industri termasuk IAB



Kawal Selia (Measurement)

Bekerjasama dengan rakan-rakan kawal selia untuk menentukan keberkesanan kempen anda

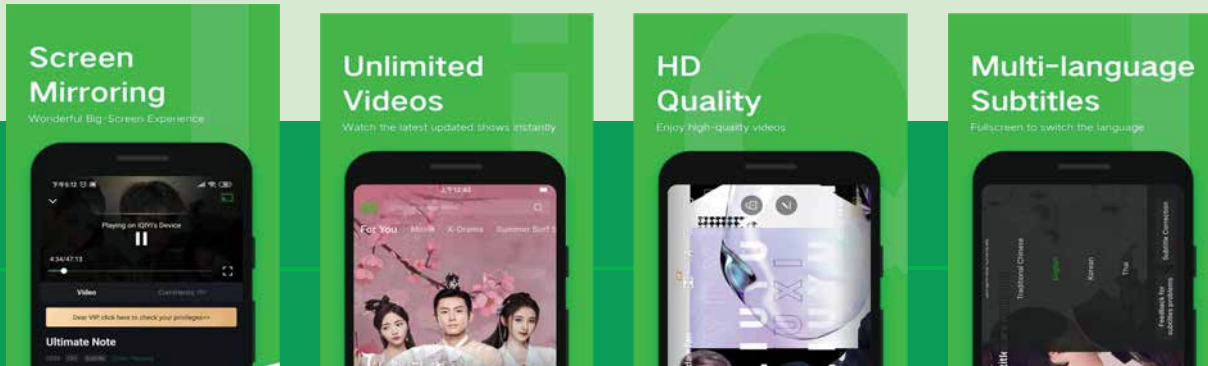
iQiyi adalah....



iQIYI, Inc. adalah **perkhidmatan hiburan dalam talian berinovasi tinggi** terkemuka di China. Platform kami mempunyai senarai tontonan komprehensif seperti **tontonan siri *originals* popular**, 'Partner-generated' (PGC) dan 'User-generated Content' (UGC).

Kami amat berbangga dengan platform kami yang disokong oleh **sistem AI dan analisis data yang canggih** disamping pelbagai teknologi utama dan terkini.

iQiyi telah berjaya menarik **jumlah pengguna yang tinggi** dimana ianya telah mempelbagaikan model penjaanaan kewangan seperti perkhidmatan langganan, perkhidmatan iklan dalam talian, pengedaran rancangan TV atau filem, siaran langsung, permainan dalam talian, perlesenan IP, sastera dalam talian serta e-dagang.





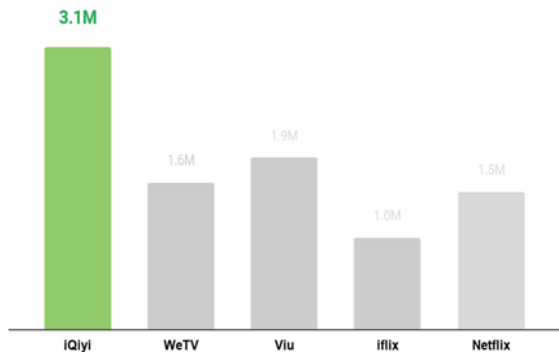
PENDEKATAN DIPRAKTIKKAN OLEH iQiyi

- **Model *Freemium*:** Peringkat percuma (menyokong iklan) + Peringkat VIP (Langganan Berbayar)
- **Fokus tontonan premium dari Asia:** Cina + Korea + Drama Melayu + Anime
- **Pelbagai peranti:** Strim melalui telefon mudah alih, tablet atau TV
- **Sari kata:** Terdapat lebih dari 12 bahasa - termasuk Bahasa Melayu, Bahasa Inggeris & Bahasa Cina
- **Kelajuan muat turun terpantas:** Dikuasakan oleh teknologi terkini dari iQiyi, pengalaman penstriman terpantas di Asia Tenggara!
- **Tontonan berkualiti tinggi:** Resolusi Video 1080P, Dolby Atmos
- **Mod pembayaran mudah:** Kad kredit/debit utama, App/Play store, Pembayaran melalui bil telefon, e-wallets (ie. TnG)

METRIK UTAMA iQiyi

Jumlah Muat Turun Aplikasi iQiyi berbanding Pesaing

20 Ogos - 21 Mac



Source: App Annie

METRIK UTAMA iQiyi MALAYSIA

#1

Aplikasi OTT Paling Banyak Dimuat Turun

20 Ogos - 21 Mac

500k+

DAU

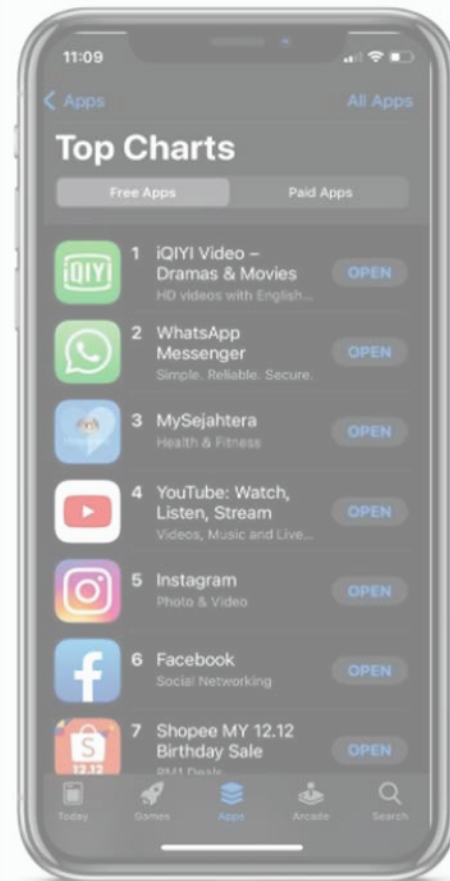
Daily Active Users
(Pengguna Aktif Harian)

3mil+

MAU

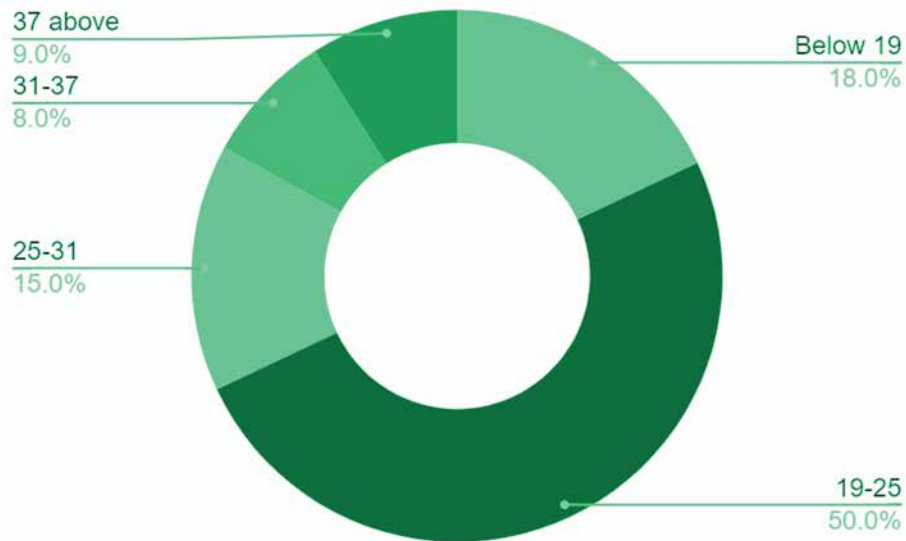
Monthly Active Users
(Pengguna Aktif Bulanan)

Source: iQiyi Internal Data



TABIAT PENGGUNA iQiyi

Demografik Pengguna Kami
80% berumur di antara 19 - 31



58%



42%



75%
Peranti
Android



91%
Melalui
aplikasi



25%
Peranti
Apple



9%
Melalui
komputer

FORMAT STANDARD PENGIKLAN DIGITAL

Pembukaan aplikasi

User Journey Upon Firing Up iQIYI app

Semasa melayari aplikasi

Semasa Penstriman

Keluar dari aplikasi



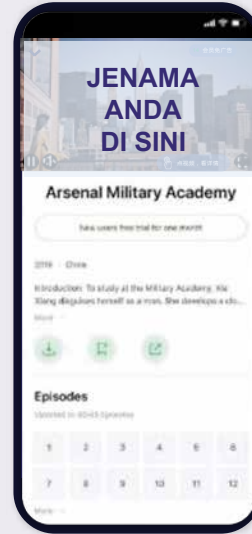
Opening Splash Ad akan muncul semasa pengguna membuka aplikasi iQiyi



Masthead adalah iklan berbentuk *banner* di bahagian atas laman utama



In-feed ads akan terpapar di antara ruangan feed pengguna



Re-Roll Ad adalah video promosi yang muncul sebelum sesuatu rancangan bermula



A Paused ad adalah iklan berbentuk *banner* apabila video yang sedang ditonton, dihentikan sementara



Interstitial adalah iklan yang muncul apabila pengguna keluar dari video yang ditampilkan selepas 20 minit



Always Fun Always Fine

Hubungi kami sekiranya anda berminat untuk ketahui lebih lanjut:

Keith Pua

Emel: keithpua@qiyi.com

Nombor telefon: +6017 319 4822