

МТС выделит 6 млрд рублей на свою видеоплатформу NUUM, рассказала Наталья Братчикова, руководитель проекта. Платформа позволяет смотреть длинные и короткие видео, прямые трансляции и вертикальные видео. Тестирование NUUM началось 5 декабря 2023 года.

В марте началась партнёрская программа для блогеров: платформа показывает рекламу в горизонтальных роликах, где автор получает 55% и больше рекламной выручки. Присоединиться к программе могут авторы с более чем 50 подписчиками и суммарно более пяти часов просмотров за последние 30 дней. По словам Братчиковой, на момент апреля месяцев NUUM имел более 5,2 млн уникальных пользователей и 40 тыс. авторов, включая непрофессиональных блогеров.

Сервис ориентируется на пользователей от 18 до 24 лет с расширением возрастной группы до 15–35 лет. Основная аудитория (60%) мужская, так как сервис изначально появился на стриминговой платформе МТС для геймеров WASD.TV. Братчикова также уточнила, что развитие NUUM идёт во всех форматах видео, а не только вертикальных, как у TikTok.