

Игровая платформа Roblox объявила о партнерстве с Google, чтобы внедрить формат рекламы под названием «Rewarded Video» — видео с вознаграждением. С 2 апреля пользователи смогут добровольно смотреть ролики длительностью до 30 секунд и получать за это внутриигровые бонусы, такие как валюта или усиления. Нововведение направлено на привлечение брендов к 85 миллионам ежедневных пользователей Roblox, большинство из которых — «зумеры».

Формат «Rewarded Video» — это часть программы «Immersive Ads» от Google, где реклама естественно вписывается в игровой процесс. Игроки сами решают, смотреть ли объявления, а тесты показали, что 80% зрителей досматривают их до конца благодаря ценности наград. Roblox также планирует расширить сотрудничество, добавив в Google Ad Manager свои «видео-билборды» — статичные объявления внутри виртуальных миров.

Платформа уже сотрудничает с крупными компаниями вроде IKEA и Gucci, а теперь с помощью Google рассчитывает привлечь еще больше рекламодателей.