



Н:Р:А

НА ПЕРЕКРЁСТКЕ ВРЕМЁН

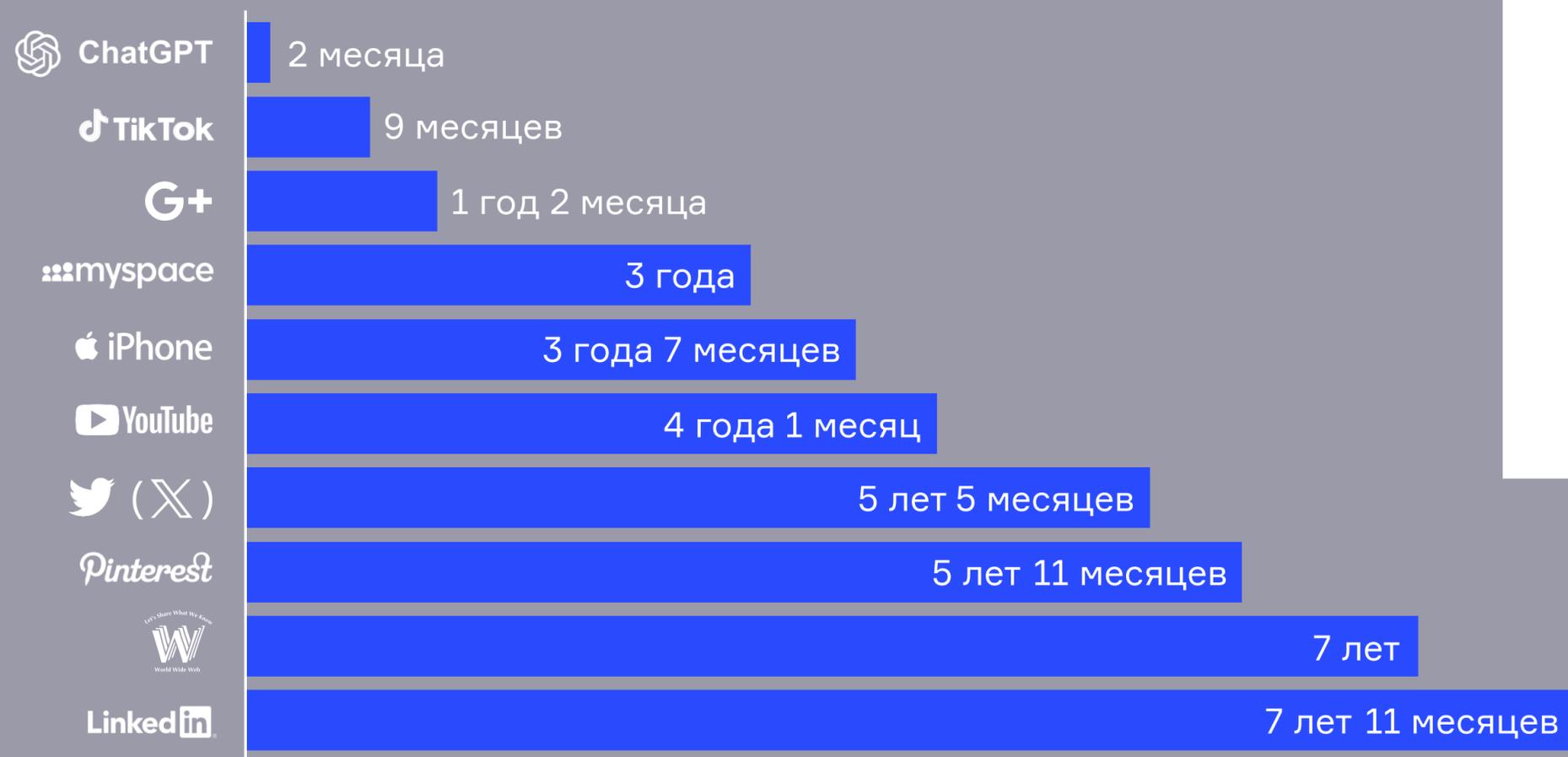
Алексей Толстого
Генеральный директор НРА



За последние 3 года маркетинг изменился сильнее, чем за последние 50 лет

Ещё через 2 года мы его не узнаем

Время, за которое компания достигла 100 млн пользователей цифровых продуктов и сервисов



Мы действительно на перекрёстке времён, но перемены определяются не только сменой экономической модели и политической повестки.

Куда важнее изменения, которые вносит в нашу жизнь цифровизация.

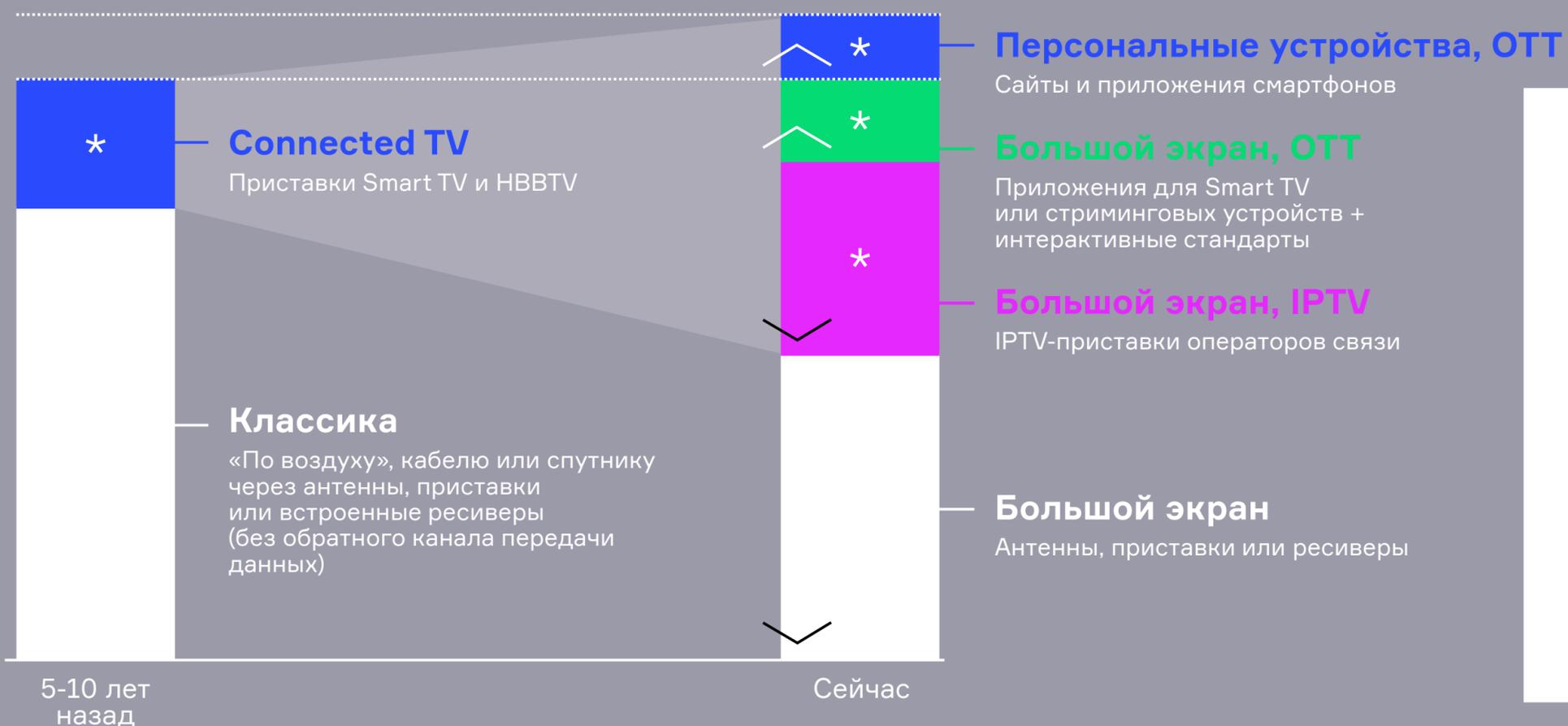
Ещё важнее — темп этих изменений.



Трансформация аудитории важнее трансформации клиентского листа

В среднесрочной перспективе всё медиапотребление станет цифровым, а все наши рекламодатели станут диджитальными бизнесами

Глобальные тенденции: трансформация объёма, структуры и методов измерения ТВ-просмотра



Цифровизация просмотра уже меняет медиаландшафт:

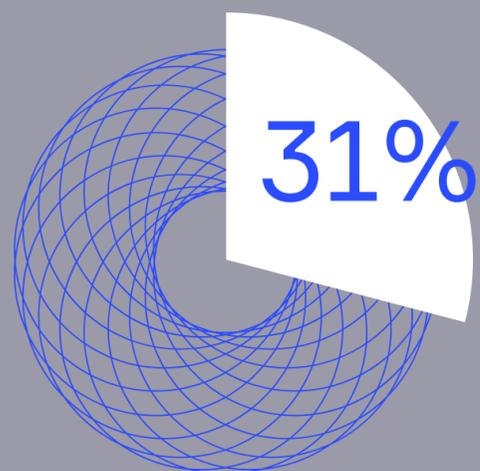
Connected TV охватывает 8,5 млн телезрителей в месяц (6% населения)

Addressable TV — 18,1 млн телезрителей в месяц (12% населения)

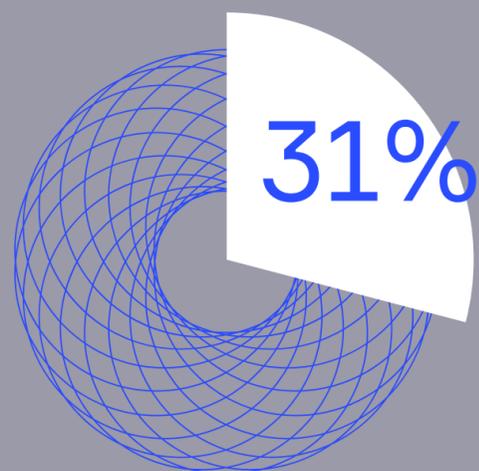


Интеграция и коммодизация ИИ

Для чего интернет-пользователи используют нейросети¹



Генерация изображений



Генерация текстов

Какую функцию в рамках ТВ-размещения чаще всего будет обеспечивать ИИ в перспективе 3-5 лет²

Умное размещение на KPIs клиента с учётом текущей активности конкурентов и их SOV

48%

Таргетирование аудитории

17%

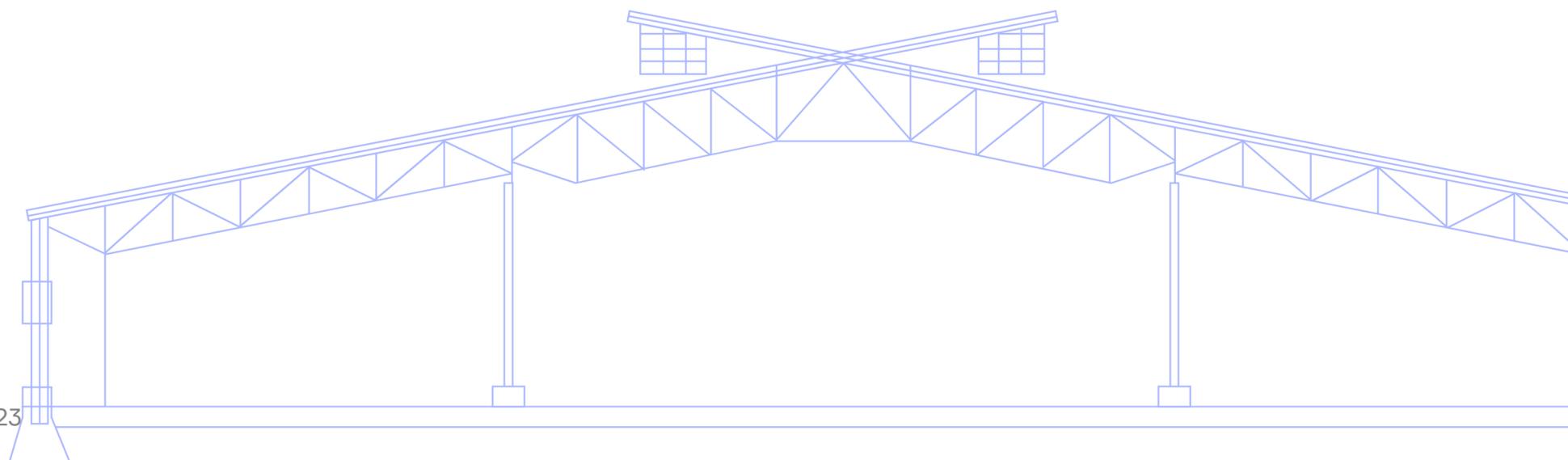
Создание ТВ-креативов

35%

Интеграция ИИ повсеместна, нет оснований полагать, что она не коснётся ТВ-рекламы

Нам предстоит адаптировать к этой реальности все свои процессы: от формирования стратегии до корректировки правовой базы

1. Нейростат, проект Яндекса, по данным опроса городских жителей 18–45 лет, 2023
2. Результаты онлайн-опроса Group4Media на конференции Медиаркания, 6 декабря 2023





**ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ОТЧЁТ НРА
2022–2023**

КОНСТРУКТИВИЗМ

Отсканируйте QR-код, чтобы
ознакомиться с интерактивной версией