

TREND CHALLENGE

Как отличить хайп от тренда?
Жизненный цикл тренда
В какие стоит инвестировать?



Александр Сироватский
директор по стратегии
и развитию
MediaInstinct



Елена Быковская
директор группы по
стратегическому
планированию
MediaInstinct

КЛИЕНТ:

**Ну скажи еще раз
«цифровая
трансформация»**



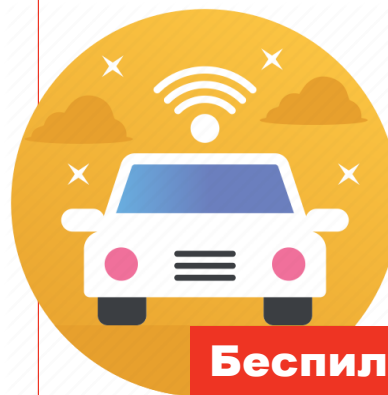
ТАКЖЕ КЛИЕНТ:

Предскажите нам новую Big Data Как отличить хайп от тренда?



~1-3%

**реальный вклад макро-
трендов в экономику на
начальном этапе не
впечатляет**



**Беспилотники
1,9% в 2020**



**Дроны в России - 2% в
2020 от мирового рынка**



**Доставка продуктов
3% в 2019**

х**6** раз

выросла доля затрат
на рекламу в
интернете за 11 лет

Еще вчера забавные
фишки, тренды
меняют правила с
течением времени



Programmatic Ads

3,8 млрд
в 2014



13,5 млрд
в 2019



Мобильный интернет

3,6%
в 2007



74%
в 2019



Реклама в Интернете

6%
в 2008



50%
в 2019

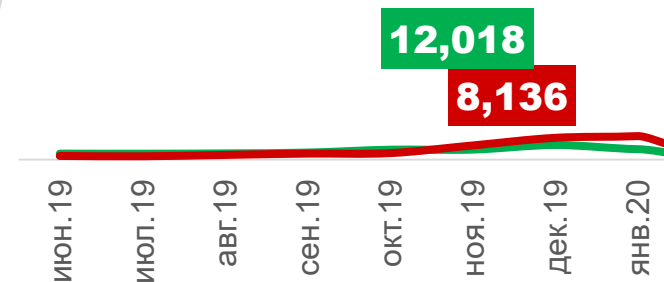


~3 млрд руб

составили инвестиции в развитие онлайн продаж с 2017 года (perekrstok.ru, Пятерочка, Перекресток)

Поисковые запросы доставка

— Ашан доставка
— Пятерочка доставка



X5 RETAIL GROUP

~4 раза

чаще потребитель искал
возможности заказа в
Пятерочке, чем в Ашане в
апреле 2020

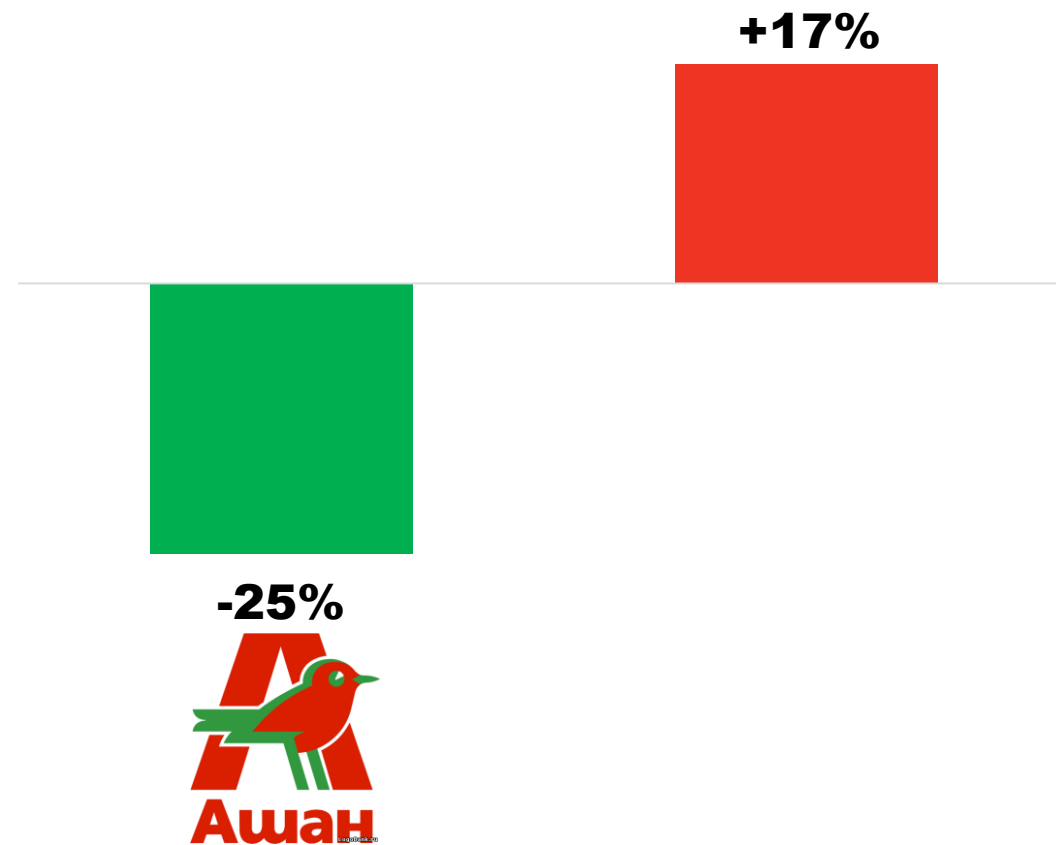


+42%

долгосрочные инвестиции в технологии позволили X5 удержать такой гэп в кризисный месяц, выведя X5 в лидеры онлайн продаж продуктов, сместив Утконос

Динамика продаж за апрель YoY

X5 RETAIL GROUP



-25%

Ашан

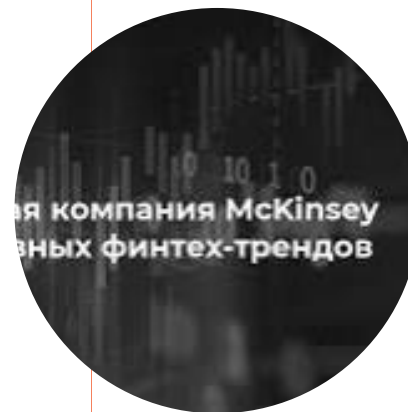
MEDIAINSTINCTGROUP

Мы узнаем о тренде, когда он уже медийно перегрет

онлайн-конференция о
**DIGITAL
МАРКЕТИНГ
2020**

**ТРЕНДЫ
И АНТИТРЕНДЫ**

Ed Qmarketing Alytics GetP



КОНСАЛТИНГ продает экспертизу

ИНФЛЮЕНСЕРЫ построят свой бренд

ПЛОЩАДКИ делают воркшопы, вебинары и конференции

БРЕНДЫ И АГЕНТСТВА прокачивают инновационность

БИРЖИ спекулируют на новостях

5 этапов

проходят большинство технологий, методики, торговые марки и социальные явления

Цикл хайпа по Gartner



Пузырь доткомов в США

упав на дно
разочарования, индекс
NASDAQ Composite
восстановился с
коэффициентом хайпа

равным **x2**



Programmatic реклама

х **2,3**

коэффициент хайпа для
programmatic технологии

Динамика воспринимаемой и реальной эффективности



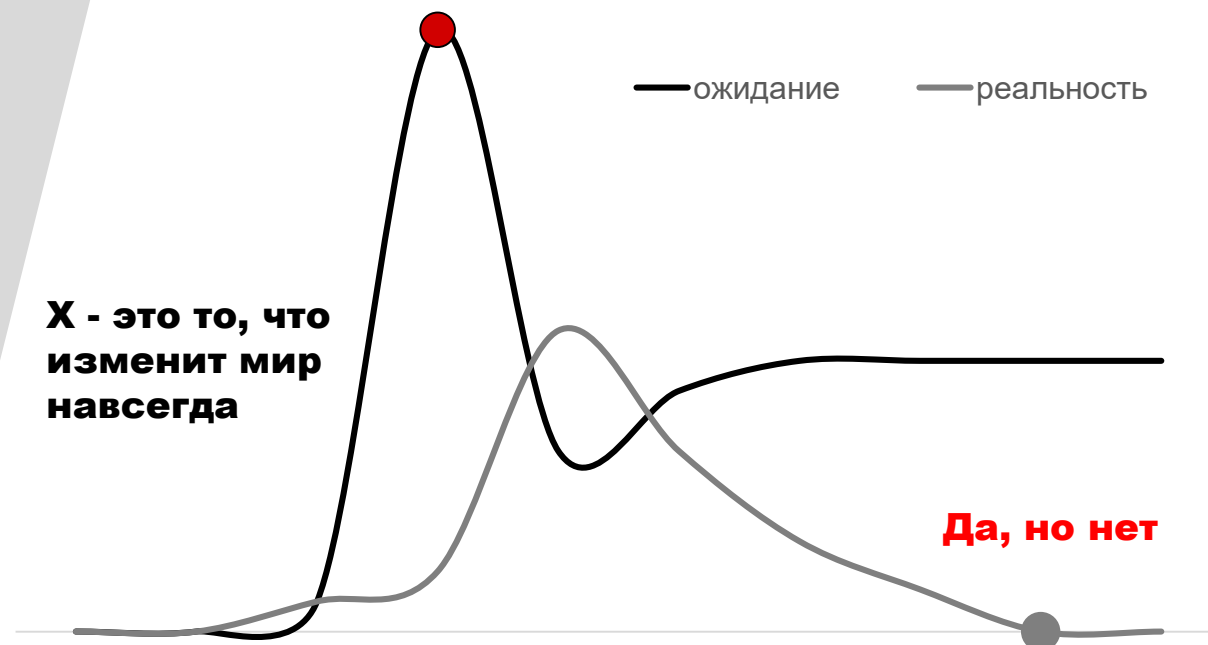


**Отсутствие рыночных барьеров и
внедряемость определяют
СКОРОСТЬ И ДОЛГОСРОЧНОСТЬ
тренда**

**Есть 3 возможных сценария
прохождения цикла Гартнера**

Многие из инноваций так и **остаются хайпом**, интересны только в контексте ситуативного маркетинга

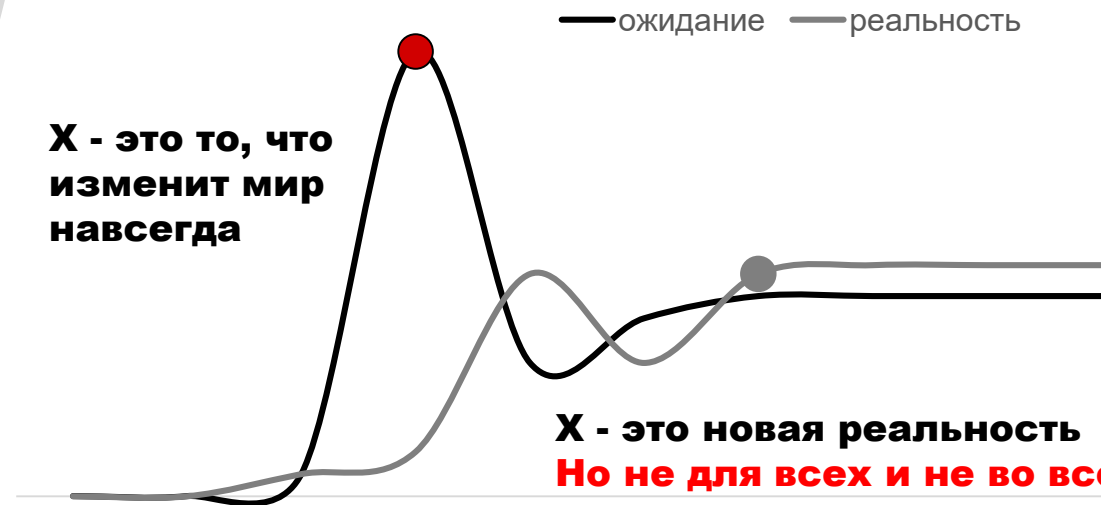
Х - это то, что изменит мир навсегда



MEDIAINSTINCTGROUP

Другие будут
преодолевать
барьеры, чтобы
занять нишу - **узкая
ЦА, нишевые
бренды, маленькие
агентства**

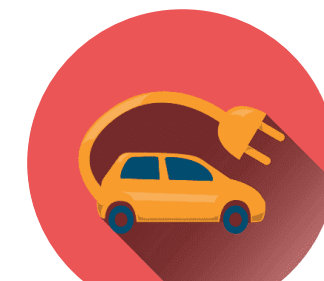
**X - это то, что
изменит мир
навсегда**



Блогеры



QR коды



электрокары



Геймификация

INSTINCTGROUP

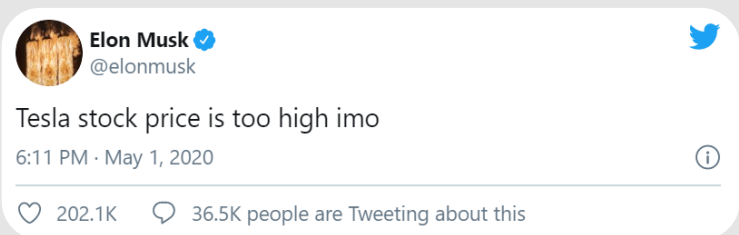


ПИК ОЖИДАНИЙ

TESLA



ИННОВАЦИОННОСТЬ электрокаров
ЗАПУСК Crew Dragon
МЕДИЙНОСТЬ Илона Маска



0,4
МЛН



ПРОДУКТИВНОСТЬ

TOYOTA



10,7
МЛН
авто
в 2019



MEDIAINSTINCTGROUP



лаборатория современной косметики

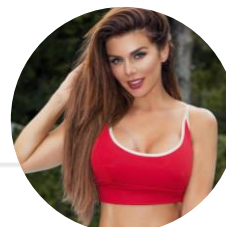
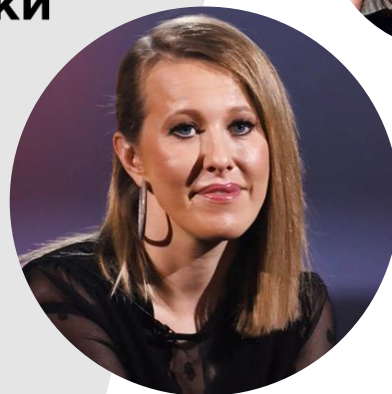
20 млн рублей

инвестиций в рекламу бренда через популярных блогеров в соцсетях

4.4 млн

подписчиков в Instagram

**Выход из ниши через
3 года после лонча**



**И только макро-
тренды на стыке
индустрий и
категорий со
временем
действительно
меняют мир и
потребителя**

**X - это то, что
изменит мир
навсегда**

— ожидание — реальность

**X постепенно
действительно
начинает менять мир**



Реклама в интернете



Мобильный интернет



Big Data



Экосистемы

Когда хайп, пройдя все стадии цикла, становится трендом

NASDAQ Composite
INDEXNASDAQ: .IXIC

+ Подписаться

10 017,00 +107,84 (1,09%) ↑

25 июн., 17:15 GMT-4 · Отказ от обязательств

1 день 5 дней 1 месяц 6 месяцев С1ЯН 1 год 5 лет МАКС.



TREND ROI

Критерии

Стадия жизни

Стратегия инвестиции в тренд

3 критерия оценки тренда



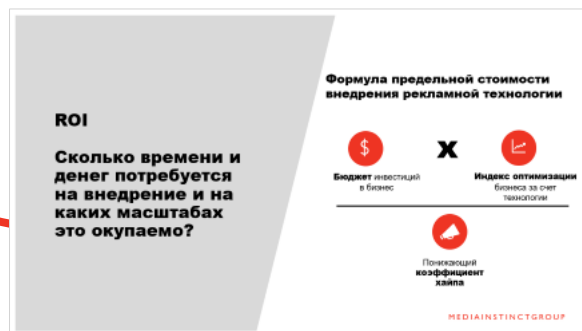
1

Внедряемость
Вероятность успешного внедрения



2

Business Value
Какой потенциал экономии несет в себе технология



3

ROI
Оценка предельно целесообразных инвестиций

>50%

**составит индекс
внедряемости на
этапе выхода с дна
разочарования на
склон просветления**



Ожидания от
тренда всегда
завышены

x2

средний
коэффициент
хайпа



ROI

Сколько времени и денег потребуется на внедрение и на каких масштабах это окупаемо?

Формула предельной стоимости внедрения рекламной технологии



Бюджет инвестиций
в бизнес

X



Индекс оптимизации
бизнеса за счет
технологии



Понижающий
коэффициент
хайпа

Формула ROI

Предельный объем
инвестиций в
технологию должен

быть в **2** раза ниже
ожидаемой
оптимизации от
внедрения



Рекламный бюджет бренда А
= **500 млн руб**



Рост эффективности рекламных
затрат за счет технологии X = **+30%**
(денежный эквивалент 150 млн руб)



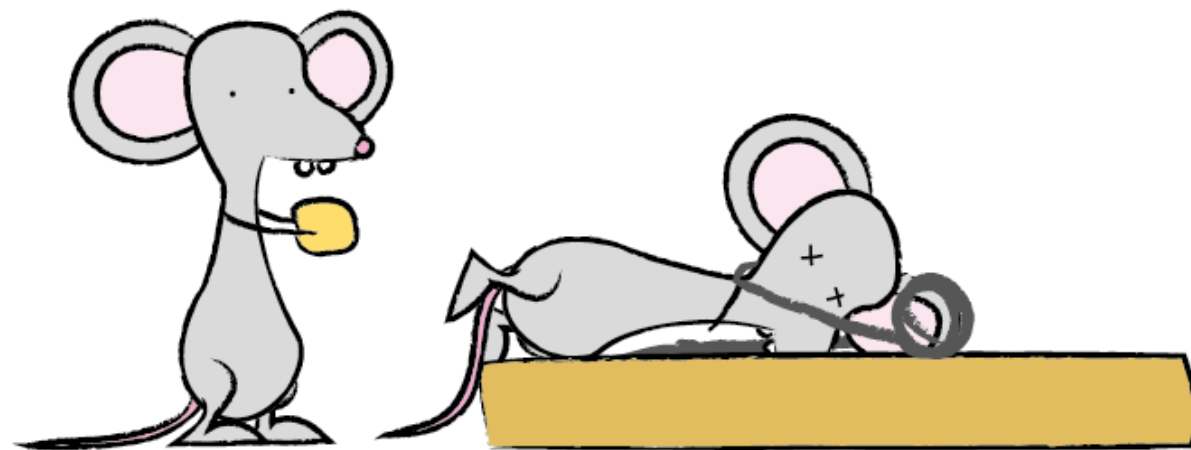
Коэффициент хайпа технологии
X к ожидаемой эффективности
= **x0,5**

Положительный ROI
внедрения рекламной
технологии X

< 75
млн руб

**Инноваторы
всегда рискуют
больше, чем
последователи**

**The early bird gets the worm, but the
second mouse gets **the**
cheese**



3 критерия оценки тренда



Оптимизация

Какой потенциал экономии несет в себе технология



Внедряемость

Вероятность успешного внедрения



ROI

Оценка предельно целесообразных инвестиций

СТРАТЕГИИ ВНЕДРЕНИЯ ТРЕНДА/ТЕХНОЛОГИИ

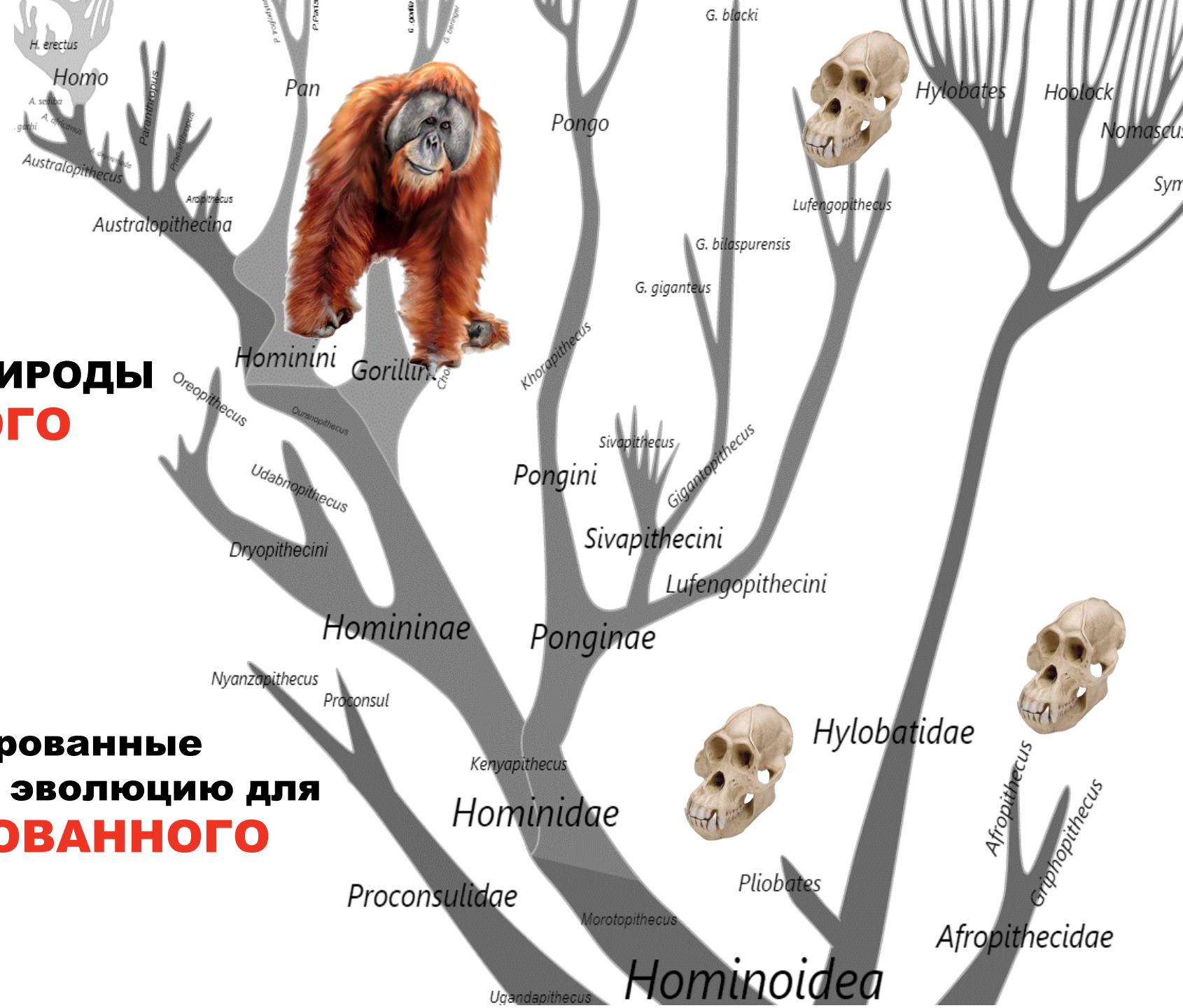
In house
разработка

Инновационный
Партнер



Стратегия ПРИРОДЫ
как КРУПНОГО
ИГРОКА

дифференцированные
инвестиции в эволюцию для
ГАРАНТИРОВАННОГО
УСПЕХА



Segments

СберДанные



СБЕРБАНК

СБЕР Маркетинг

Стратегия **ГАРАНТИРОВАННОГО УСПЕХА** Сбербанка в условиях неограниченного ресурса

ВНУТРЕННИЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ АГРЕГАЦИИ И АНАЛИТИКИ ДАННЫХ



13%

от чистой прибыли составил ИТ-бюджет Сбербанка в 2019

ИТ-бюджет Сбербанка, млрд руб.



3 критерия оценки тренда



Оптимизация

Какой потенциал экономии несет в себе технология



Внедряемость

Вероятность успешного внедрения



ROI

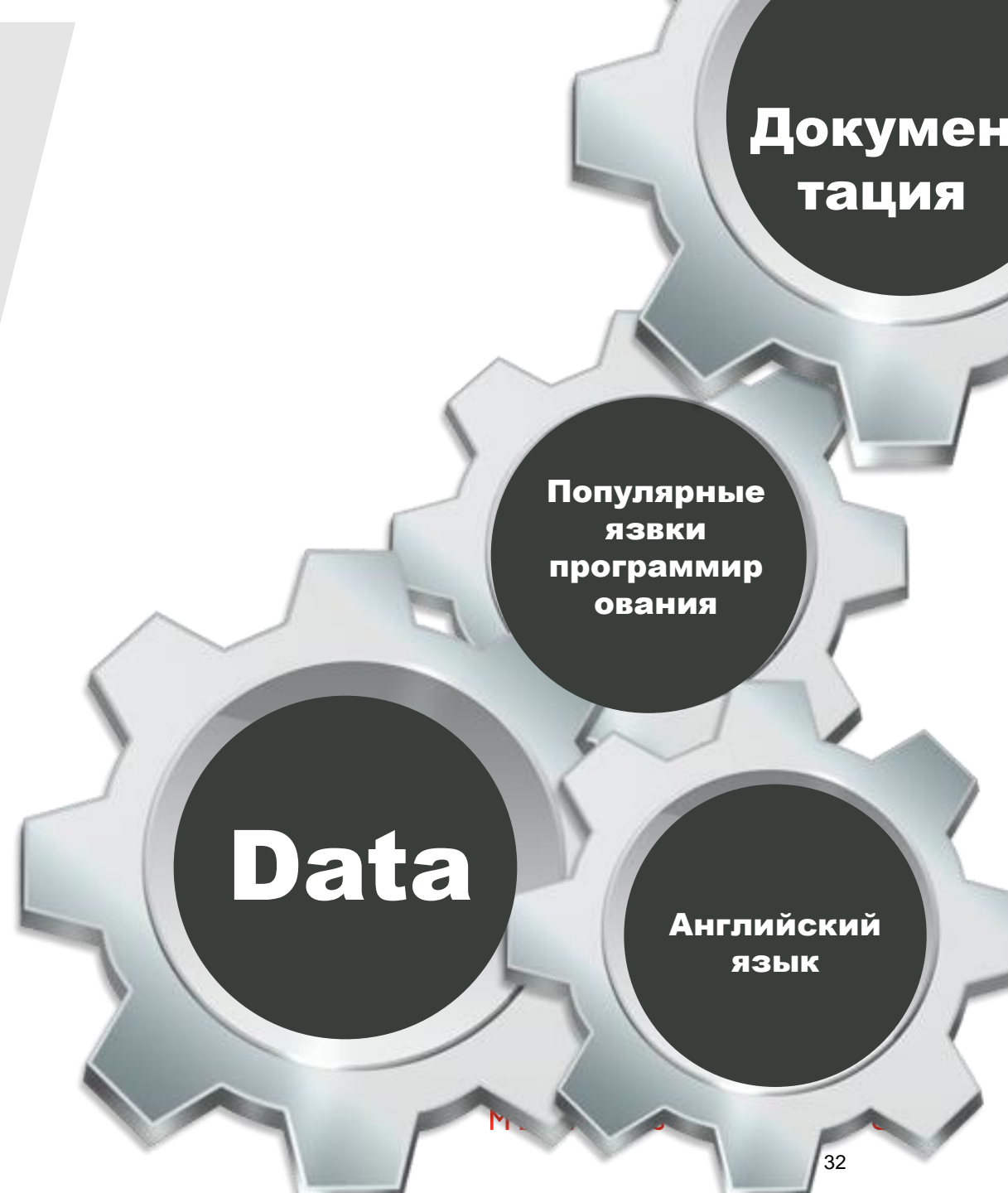
Оценка предельно целесообразных инвестиций

СТРАТЕГИИ ВНЕДРЕНИЯ ТРЕНДА/ТЕХНОЛОГИИ

In house разработка

Инновационный
Партнер

**Для работы с
инновационными
партнерами важно,
чтобы бизнес
обеспечивал
универсальные
технологические
стеки**



Big Data

>2 лет

>170 млн рублей

**нужно потратить на
развертывание
собственной DMP**

