

Media Instinct Group

ЭКОНОМИКА **рекламы**

Экономика **людей**

2023



У рекламодателей есть деньги

Вопрос только в том,
сможем ли мы
убедить их
проинвестировать
в рекламу
и бренд



741 млрд руб.

Промобюджет

31 млрд руб.

FMCG

510 млрд руб.

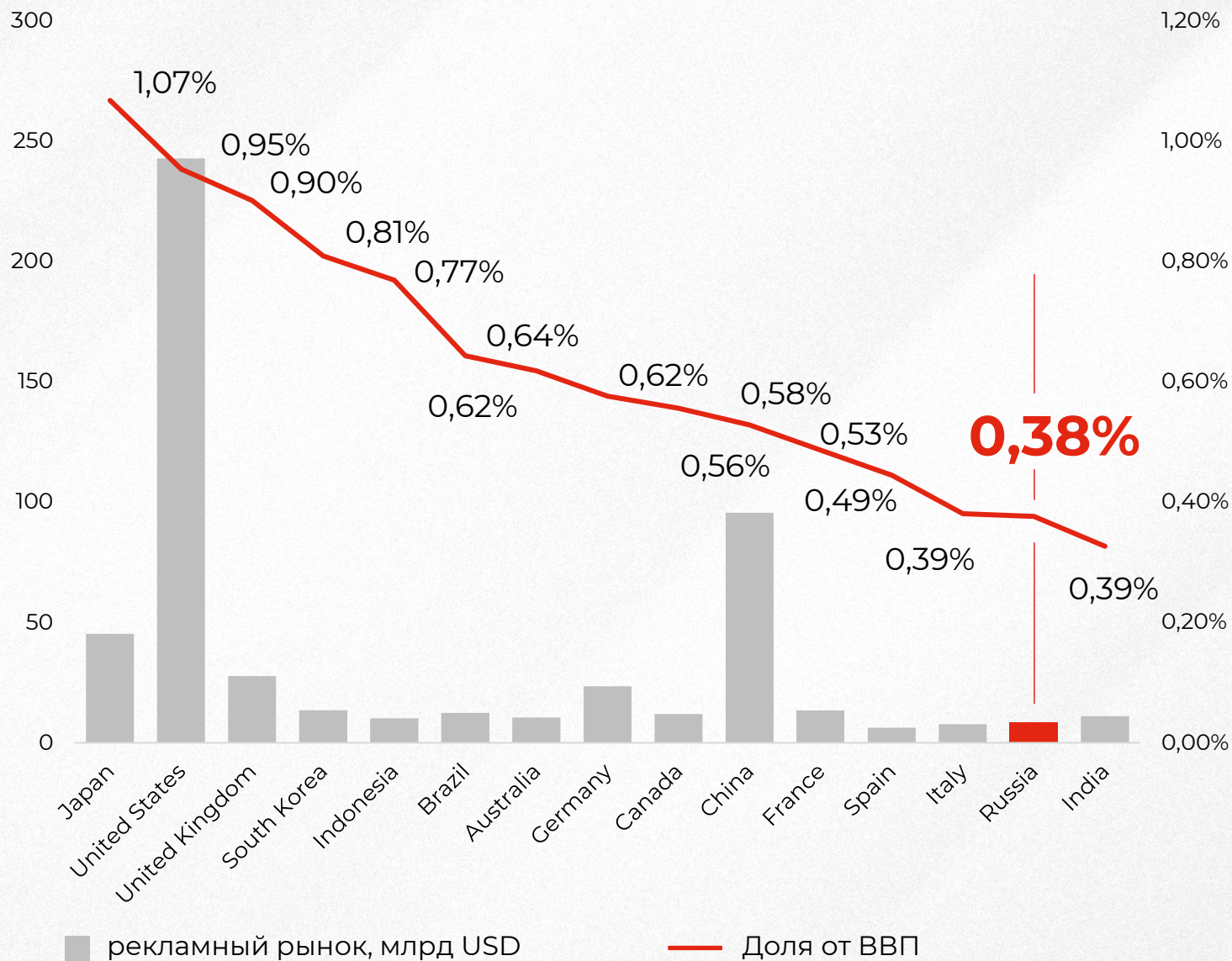
Медиабюджеты



x2

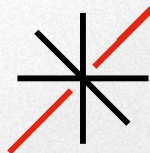
Как ни крути,
медиа рынок России
**еще имеет
потенциал удвоения**

Источник: World Bank, 2022, Statista



Вопрос:

Что мы делаем
для того, **чтобы получить**
ЭТИ ИНВЕСТИЦИИ?



**Media
Instinct
Group**



Назревающий
контентный кризис,
набирающий оборот



но который **еще можно
остановить**

Люди,
на которых
все забили



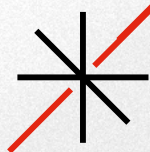
кадровый дефицит,
который аукнется
через 2 года

Новые рекламодатели,
**которых никто
не ждет**



кроме
маркетплейсов

Контентный кризис



**Media
Instinct
Group**

Впервые фиксируется снижение общего видеосмотра

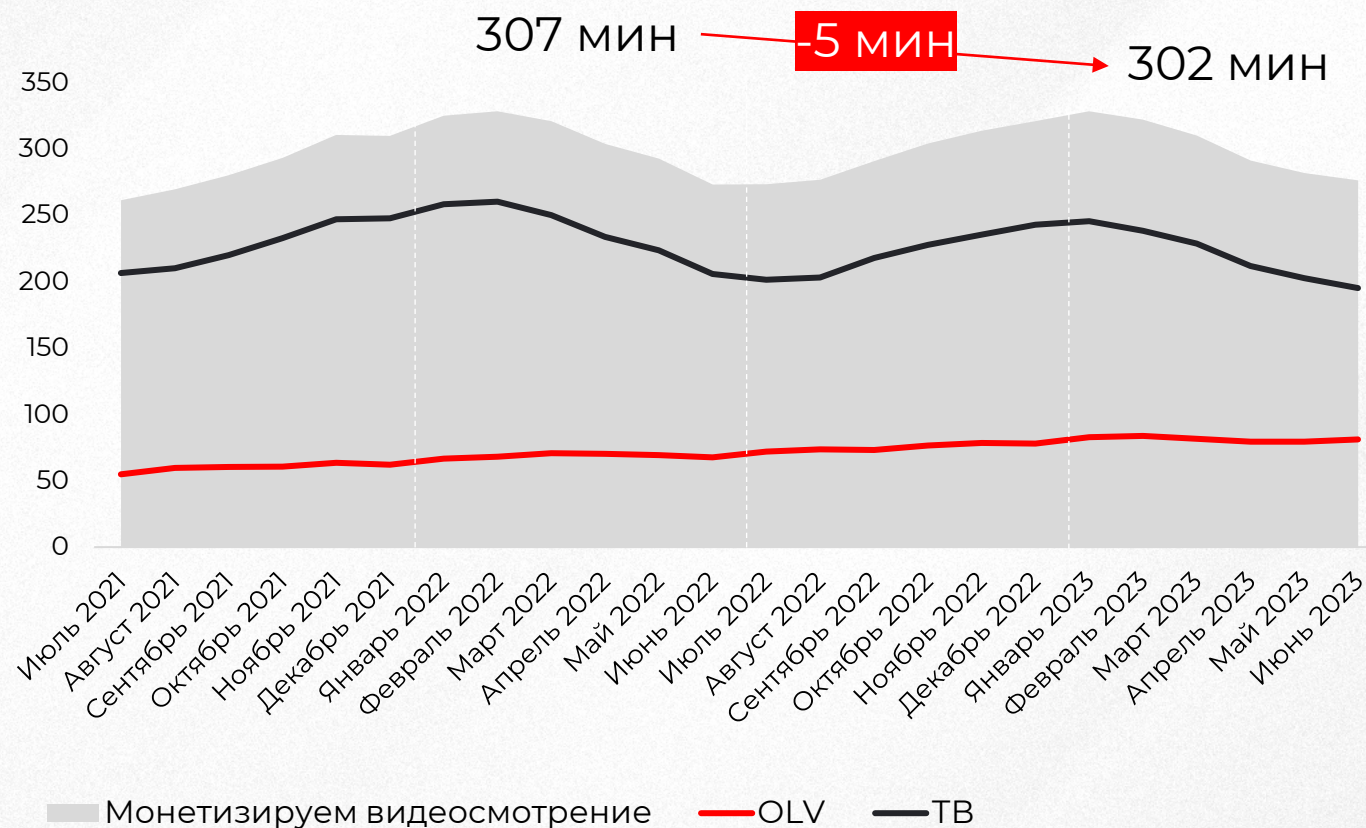
Отсутствие контента — общая проблема медиарынка

И в 2023 году эта проблема нарастает



Объем видеопотребления

Average Daily Duration на население, мин в день*





Content is the king!

Мы много говорим
про контент,
**но недостаточно много
инвестируем в контент**

-5 мин

Видеосмотрения

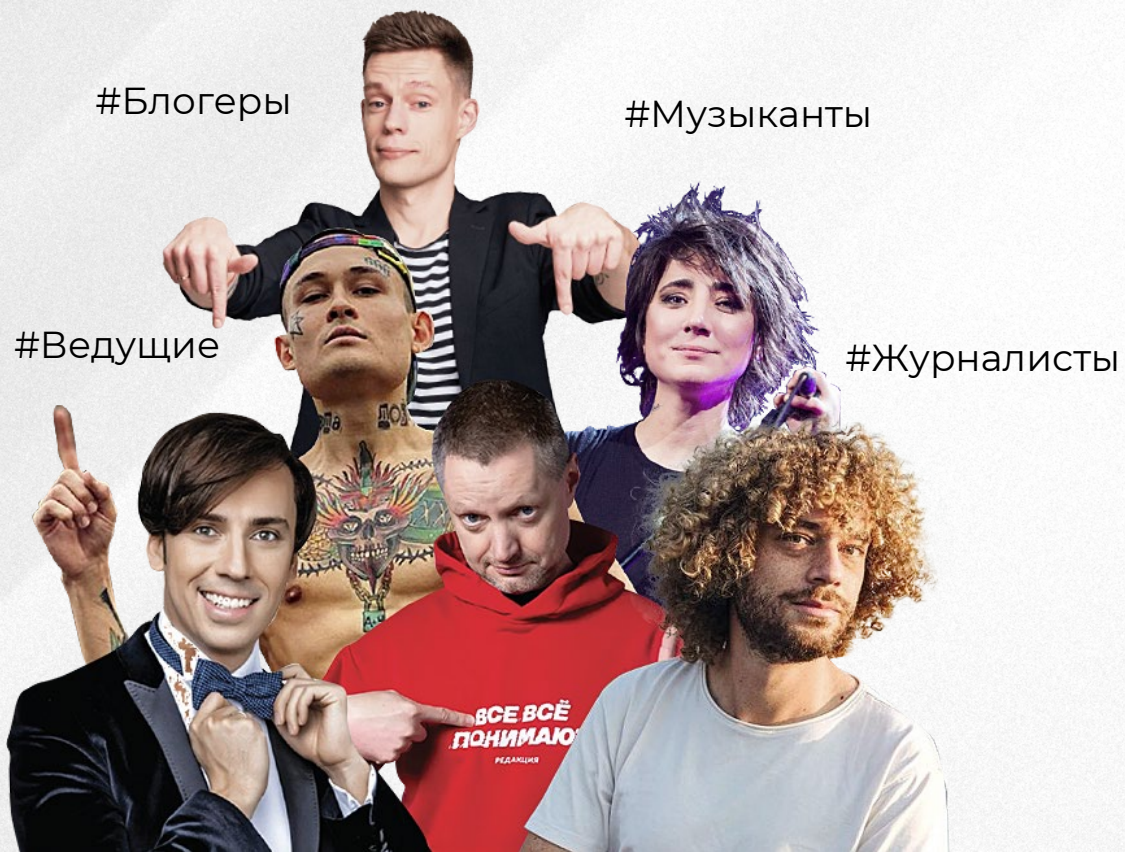
-3 млрд руб.

Медиаинвентаря



57%

всех иноагентов —
это производители контента



Иноагенты



Источник: Минюст
Данные на 17 мая 2023 года

Медиаканалы

Don't kill the king!

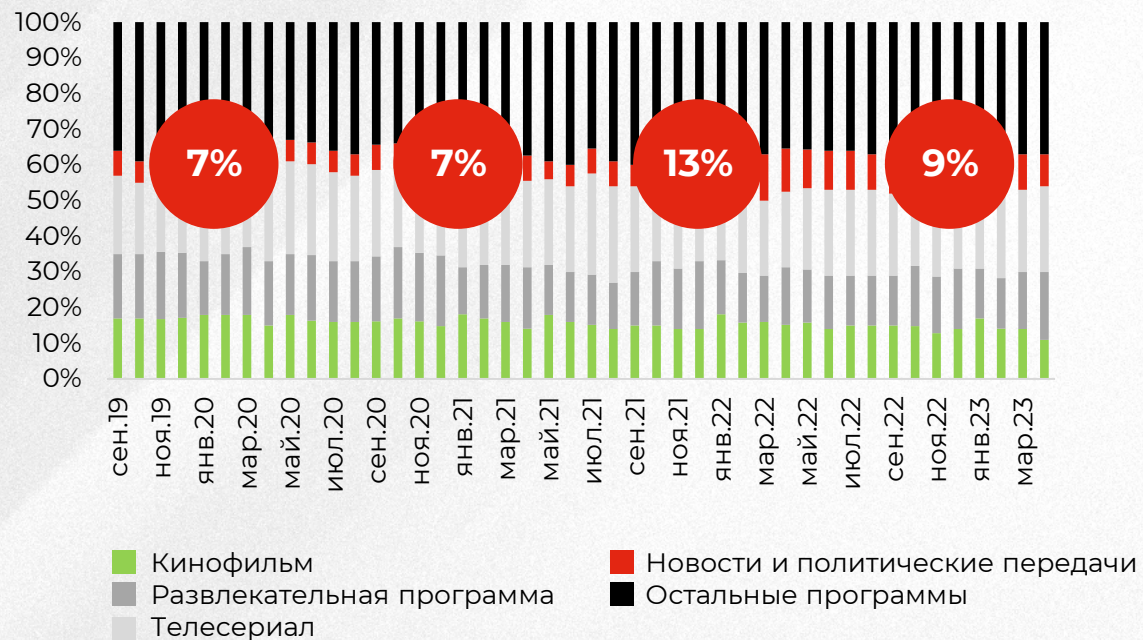
Если медиа будут больше
тратить на контент,
а эффективность
медиаинвестиций вырастет,
**это приведет к притоку
медиабюджетов**



ТВ 2023

Новости уже задолбали

↑
● **Распределение зрителей по жанрам передач**



ТВ 2023

Новости уже задолбали



OLV 2023

...или не монетизируются

33%



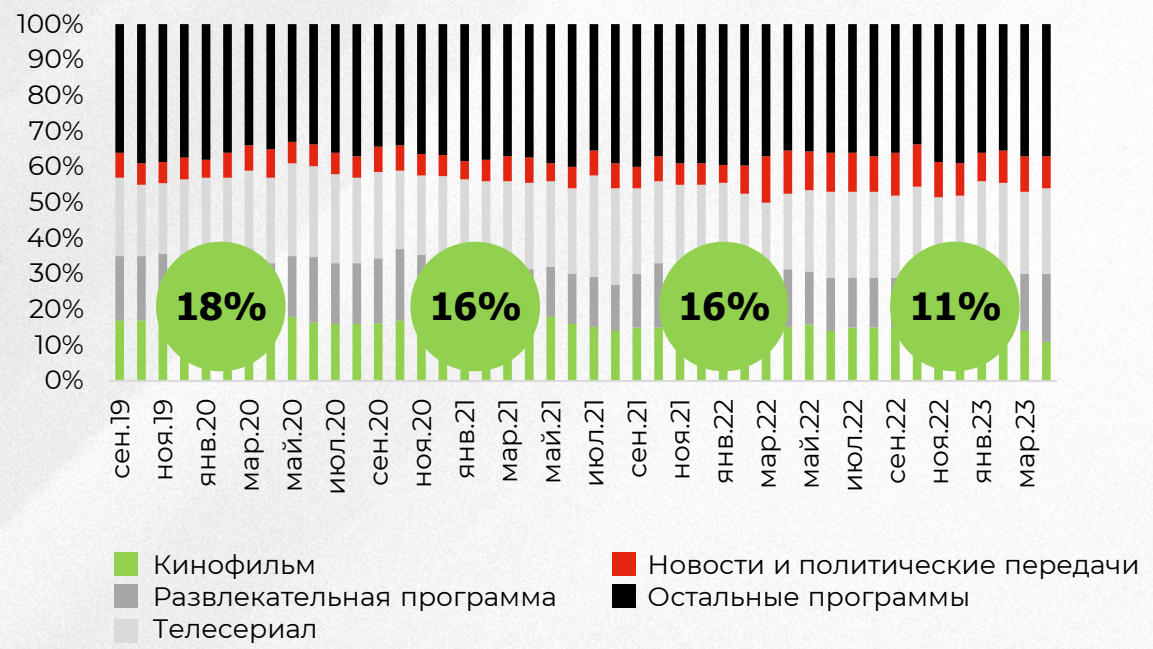
67%



ТВ 2023

А кино **еще не подвезли**

Распределение зрителей по жанрам передач



Источник: Palomars Russia 0+; 08.2019-04.2023, Все 18-45

OLV 2023

>10%



объема просмотров онлайн-кинотеатров приходилось на контент с **отозванными правами**

67%

- ökker
- Wink
- KION ОНЛАЙН-КИНОТЕАТР МТС
- more.tv
- START
- ИВИ
- КИНОПОИСК
- RUTUBE
- PREMIER

Источник: TelecomDaily

Люди,
на которых
все забили



**Media
Instinct
Group**



До группхеда за 2 года

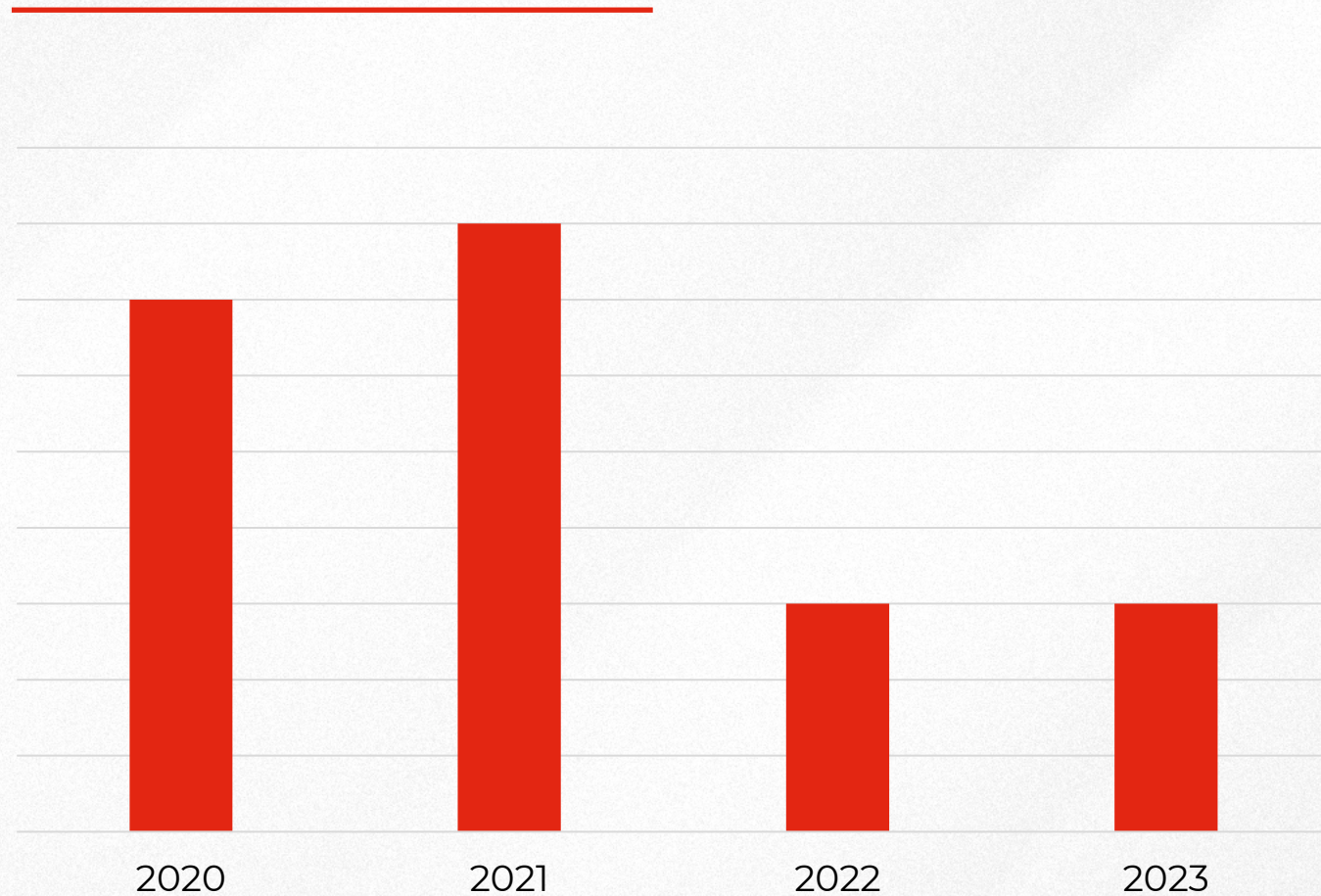
Мы не набирали людей
в 2020 и 2022 году

В 2024 году группхедами
смогут стать люди,
**владеющие навыками
умножения...**

2x2=?



Количество джунов





Клиенты в очереди за экспертами

Как тебе такое,
Илон Маск?





Клиенты в очереди за экспертами

Как тебе такое,
Илон Маск?



В краткосрочной перспективе выиграли те, **кто не увольнял** в 2020 и 2022 гг.



В среднесрочной — те, **кто доукомплектовался** в 2023



В долгосрочной — рынок должен инвестировать **в популяризацию медиа и обучение молодых кадров**

**Рекламодатели,
КОТОРЫХ НИКТО
НЕ ЖДЕТ**



**Media
Instinct
Group**



Как перепрыгнуть пропасть в два прыжка?

Или что делать малому бизнесу, перед которым стоит задача из маленького бренда стать федеральным. Причем СРАЗУ



**Уровень
дистрибуции**

Медиаканалы

**Эффективный
CPT**

**Медиа
ROI**

**Быстрый
рост**

до 15%

Маркетплейсы
Социальные сети

<200 руб.

1-3



	Уровень дистрибуции	Медиаканалы	Эффективный CPT	Медиа ROI
Быстрый рост	до 15%	Маркетплейсы Социальные сети	<200 руб.	1-3
Долина смерти	15-50%	+ ТВ и OLV инвестиции в полку, но с высоким CPT из-за невозможности полной синхронизации с дистрибуцией	1000-2000 руб.	0,3-1,0



	Уровень дистрибуции	Медиаканалы	Эффективный CPT	Медиа ROI
Быстрый рост	до 15%	Маркетплейсы Социальные сети	<200 руб.	1-3
Долина смерти	15-50%	+ ТВ и OLV инвестиции в полку, но с высоким CPT из-за невозможности полной синхронизации с дистрибуцией	1000-2000 руб.	0,3-1,0
Большие бренды	>50%	Video First	300-500 руб.	>1 + имидж и возможность обосновывать стоимость бренда



Уровень дистрибуции

Медиаканалы

Требования

Быстрый
рост

до 15%

Сверхконкуренция
на онлайн-полке

Наличие достаточного
кол-ва компетентных кадров

Долина
смерти

15–50%

- Покрытие **медиа не синхронизировано с дистрибуцией**
- Рег. инвентарь отдается в федералку = рост рег. СРТ

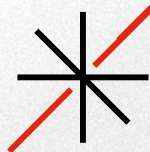
- Поиск нетривиальных решений
- Особые пакеты для новых брендов

Большие
бренды

>50%

Тут все и так эксперты =)

В сухом остатке

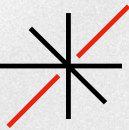


**Media
Instinct
Group**



Технологии vs Люди





Технологии

VS

Люди

Ключевой вектор
инвестиций 2025

Люди



Способные компетентно
управлять ростом бизнеса

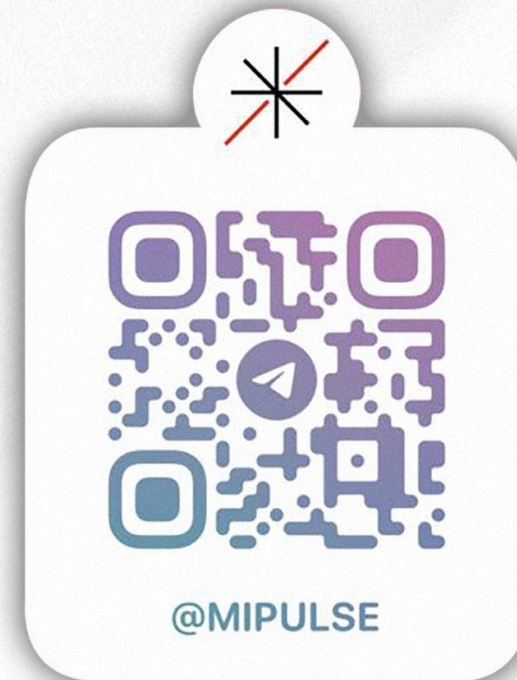
Способные производить
качественный контент



Сироватский Александр

Вице-президент по стратегии
Media Instinct Group

Подписывайтесь
на наш канал



**Media
Instinct
Group**