



# Смотрим в будущее

Ольга Барская

Вице-президент по развитию OMD OM Group

# Ситуация... За счет чего и как мы растем?

1

Население России не увеличивается\*

2

Консолидация рынка: НРА, RWB, VK и Яндекс

3

Рост рынка 2025:  
Традиционные медиа + 14%  
Сегмент eRetail + 50%

## Медиаинфляция

2024	2025 (F)	2026 (F)
19%	19%	17%

19%

19%

17%

# Как растут бренды?

## Классический коммуникационный процесс



**Visual**



**Сценарий +  
Анимация**



**ТВ**



**Digital**

## Пришел eCom & AI



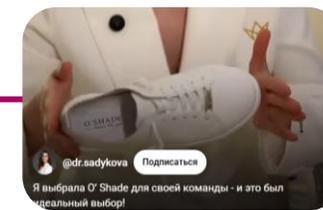
**Старт в Еcom**



**ООН**



**ТВ**



**Ифлюенсеры**

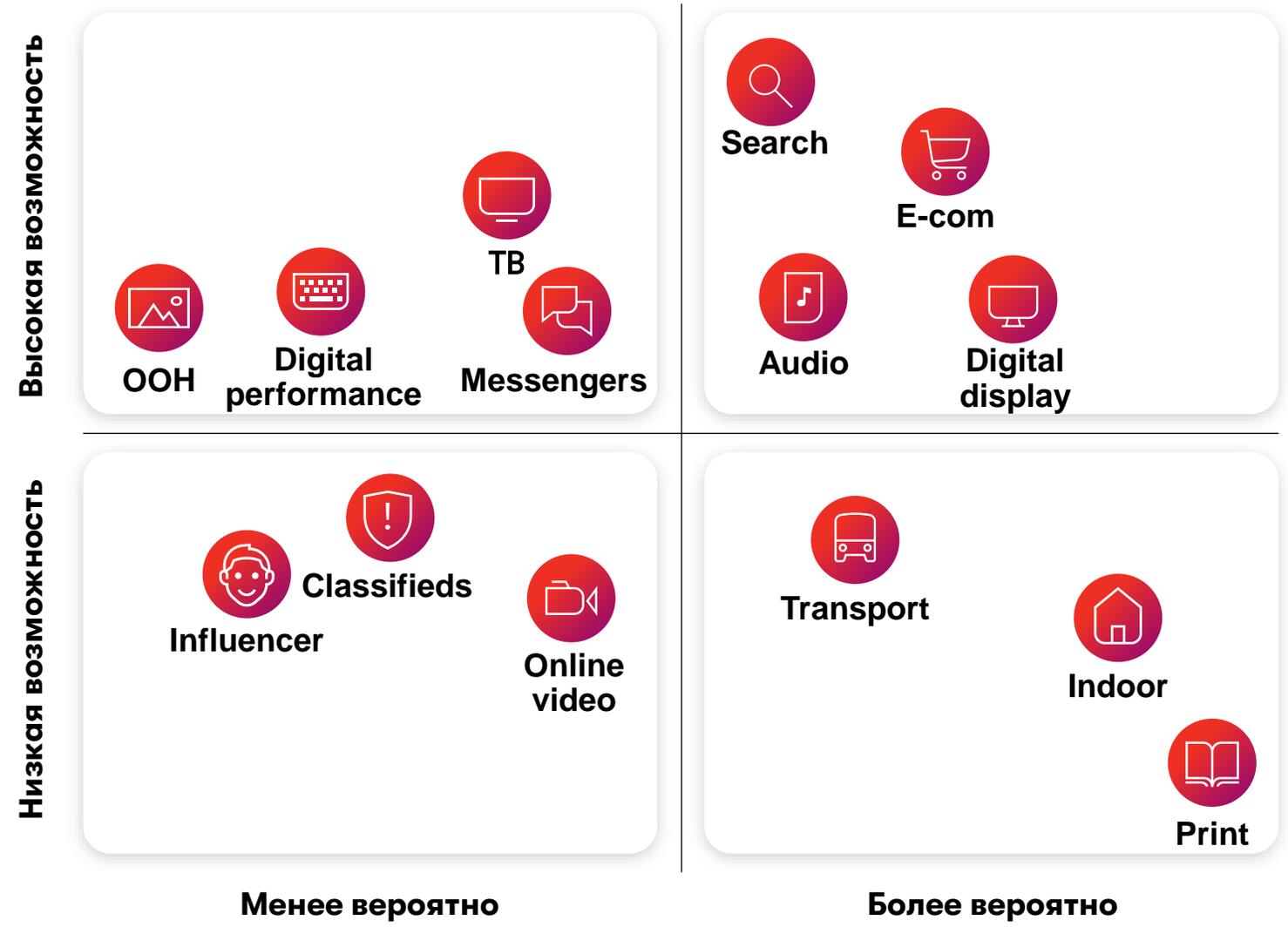
# Что закладывали в оценку

- Охваты
- Ценообразование
- Инфляция
- Стоимость контакта
- Внимание (fraud rate и viewability)
- Технологические возможности (таргетинги)

# Не закладывали

- Категорийные исследования ROI
- Индивидуальные ценовые факторы по клиентам

## Эстимация баланса возможности достижения высоких результатов и его вероятности



# Но на рекламу все еще есть деньги

**ДРР**

**5-15%**

# Какая метрика станет решающей?

NPS

BHT

ARPU

C3P

ROMI

CPO

ROI

CPC

CR

CTR

# Какая метрика станет решающей?

Customer Acquisition Cost  
**CAC**

NPS

BHT

ARPU

C3P

ROMI

CPO

ROI

CPC

CR

CTR

