



ADS ×



ИНФЛЯЦИЯ ВНИМАНИЯ И ДЕФИЦИТ ВОВЛЕЧЁННОСТИ

Почему человеку становится
всё сложнее воспринимать информацию,
а брендам — быть услышанными



Артём Пуликов

Коммерческий директор
MTC AdTech



ПОЧЕМУ СРАВНИВАЕМ РОССИЮ И ЮЖНУЮ КОРЕЮ



Южная Корея

994 МЛРД ₺*

Объём рекламного
рынка за 2025 год



Россия

981 МЛРД ₺

Объём рекламного
рынка за 2025 год





ПОЧЕМУ СРАВНИВАЕМ РОССИЮ И ЮЖНУЮ КОРЕЮ

 Южная Корея

994 МЛРД ₺*

Объём рекламного
рынка за 2025 год

52 МЛН

Население страны



 Россия

981 МЛРД ₺

Объём рекламного
рынка за 2025 год

145 МЛН

Население страны





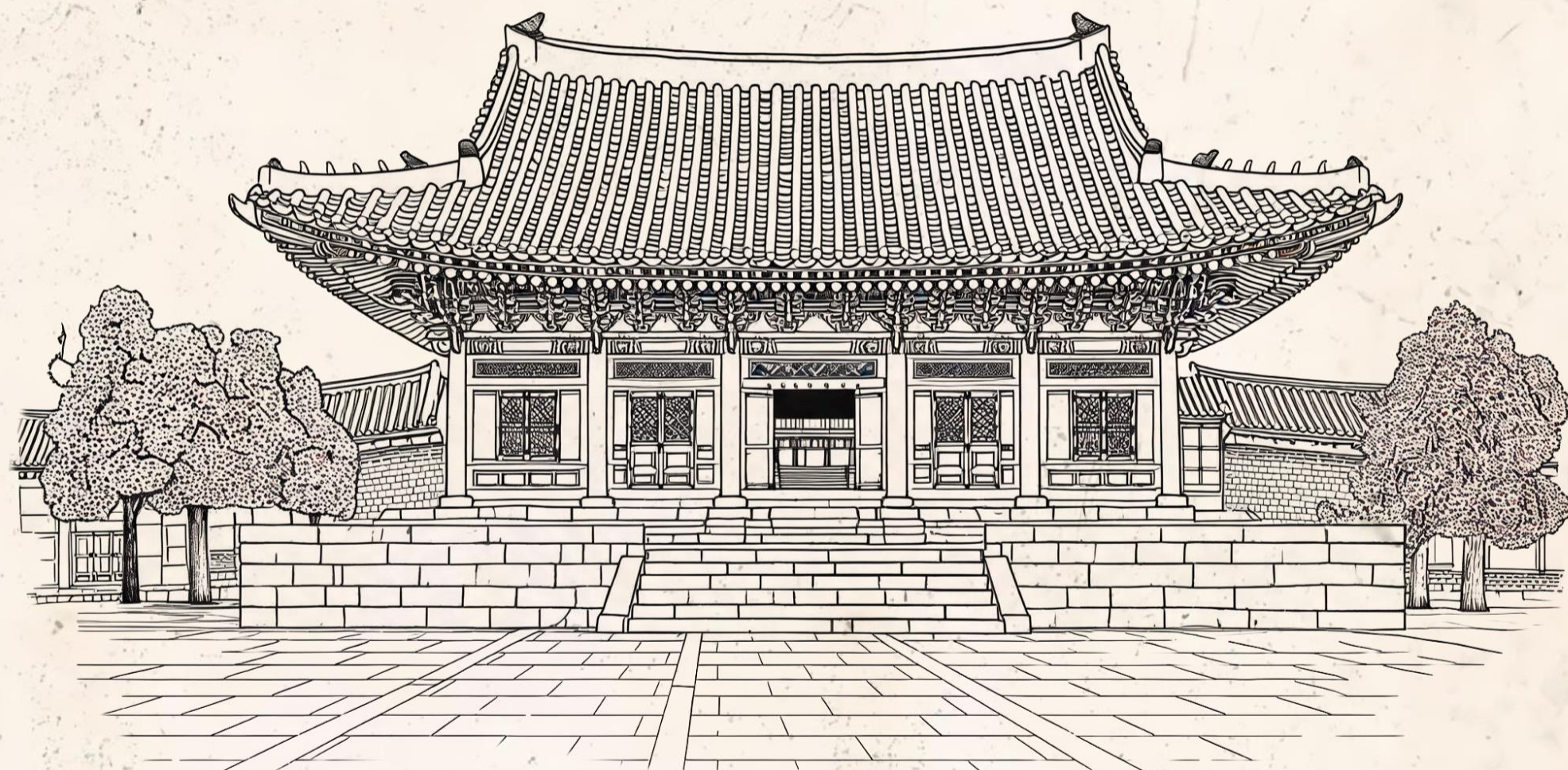
ПУТИ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ КОНТЕНТА

Распределение каналов по потреблению контента

 Южная Корея

 Россия

2021 г.





РАНЬШЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ ОПРЕДЕЛЯЛ СРЕДУ

**ТЕПЕРЬ КОНЪЮНКТУРА
ОПРЕДЕЛЯЕТ, ГДЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ
МОЖЕТ НАХОДИТЬСЯ**





2025 ГОД: DIGITAL-РЫНКИ РОССИИ И КОРЕИ

Распределение каналов по потреблению контента



Южная Корея

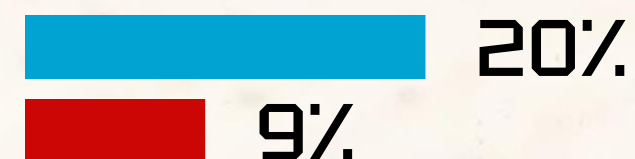
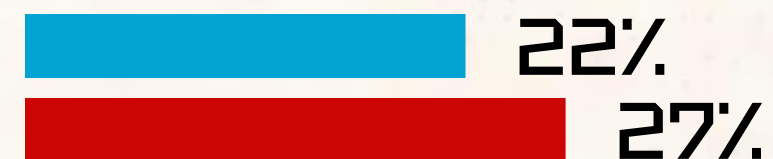


Россия

2021 г.



2025 г.



РАСПРЕДЕЛЁННЫЙ
И ОРГАНИЧЕСКИЙ



БАРЬЕРЫ РЕКЛАМНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

01

Перегрев рекламных платформ

Рост спроса на рекламные размещения опережает доступный объём аудитории площадок

02

Ограниченный выбор инвентаря и форматов

Сокращение доступных форматов снижает гибкость медиапланирования

03

Смена пользовательских привычек

Изменение условий доступа к зарубежным платформам влияет на привычки потребления контента и поведение аудитории

04

Снижение влияния на верхнюю часть воронки

Сложность потребления и уменьшение доли западного контента

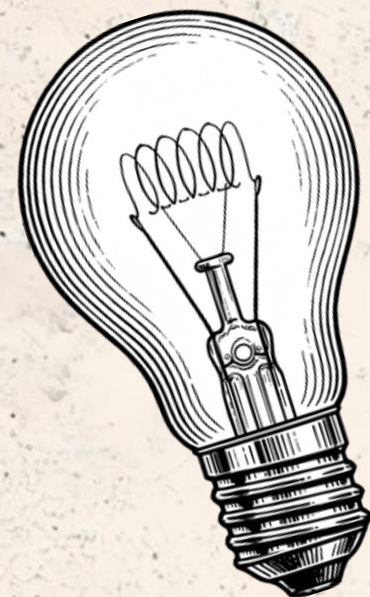
05

Рост фрода

Распространение ботов и синтетического трафика снижает эффективность рекламных инвестиций



КАК БРЕНДАМ БОРОТЬСЯ ЗА ВНИМАНИЕ



БОЛЬШЕ ЭКСПЕРИМЕНТИРОВАТЬ

В рекламных каналах
с высоким качеством трафика



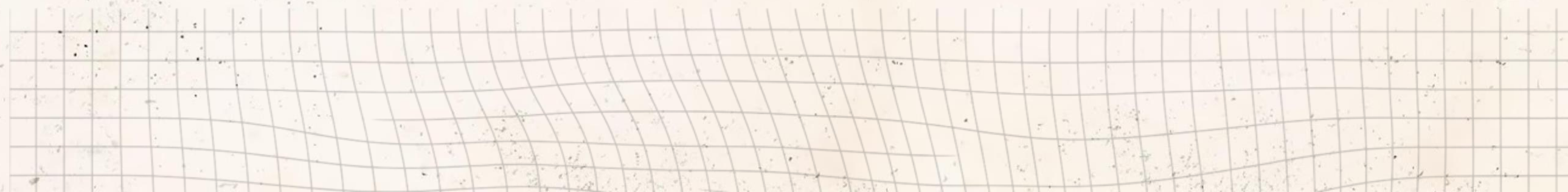
ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ НА СТАРЫЕ ФОРМАТЫ

SMS/MMS, email, push



НАБРАТЬСЯ ТЕРПЕНИЯ

Развитие нового
инвентаря





ADS ×



СПАСИМО!