

# Сергей Ивакин

---

Директор по интегрированным коммуникациям  
Сбербанка



*P&G*

**Gillette**

 **Kimberly-Clark**

McKinsey  
& Company

 **Beeline™**

**Gett** 

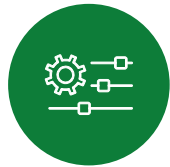
 **СБЕРБАНК**

## Вопросы для обсуждения сегодня



### Вопрос 1

Как может измениться рекламный рынок в 2020-21 годах?



### Вопрос 2

Что, «чёрный лебедь»? – теперь модели не работают?



### Вопрос 3

Как выбрать стратегию бренда на 2021 год?



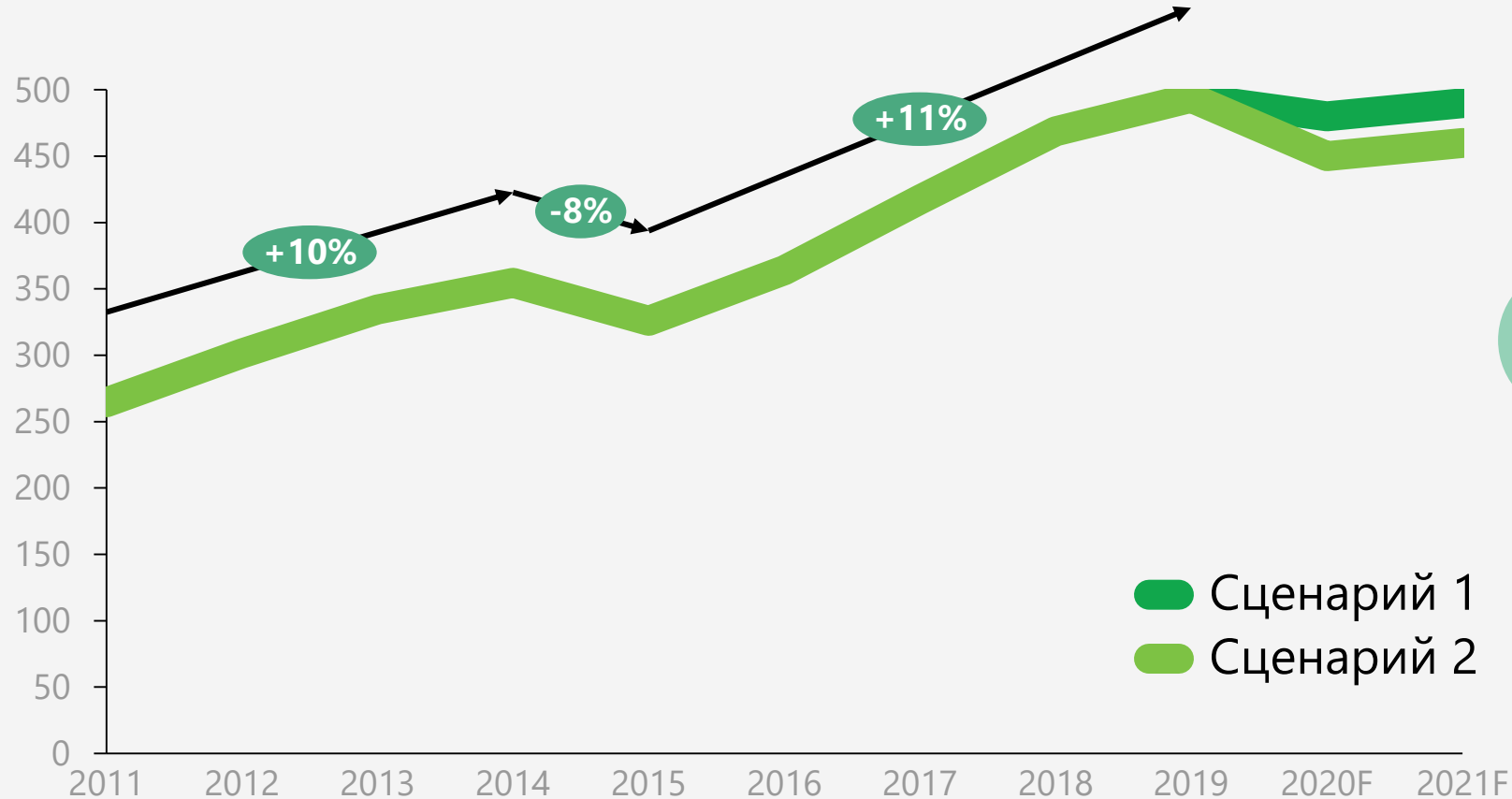
### Вопрос 4

Стоит ли использовать спецпроекты и другие нестандартные решения?

# Как может измениться медиа рынок в 2020-21 годах?

## Объем медиа рынка в России

Млрд рублей



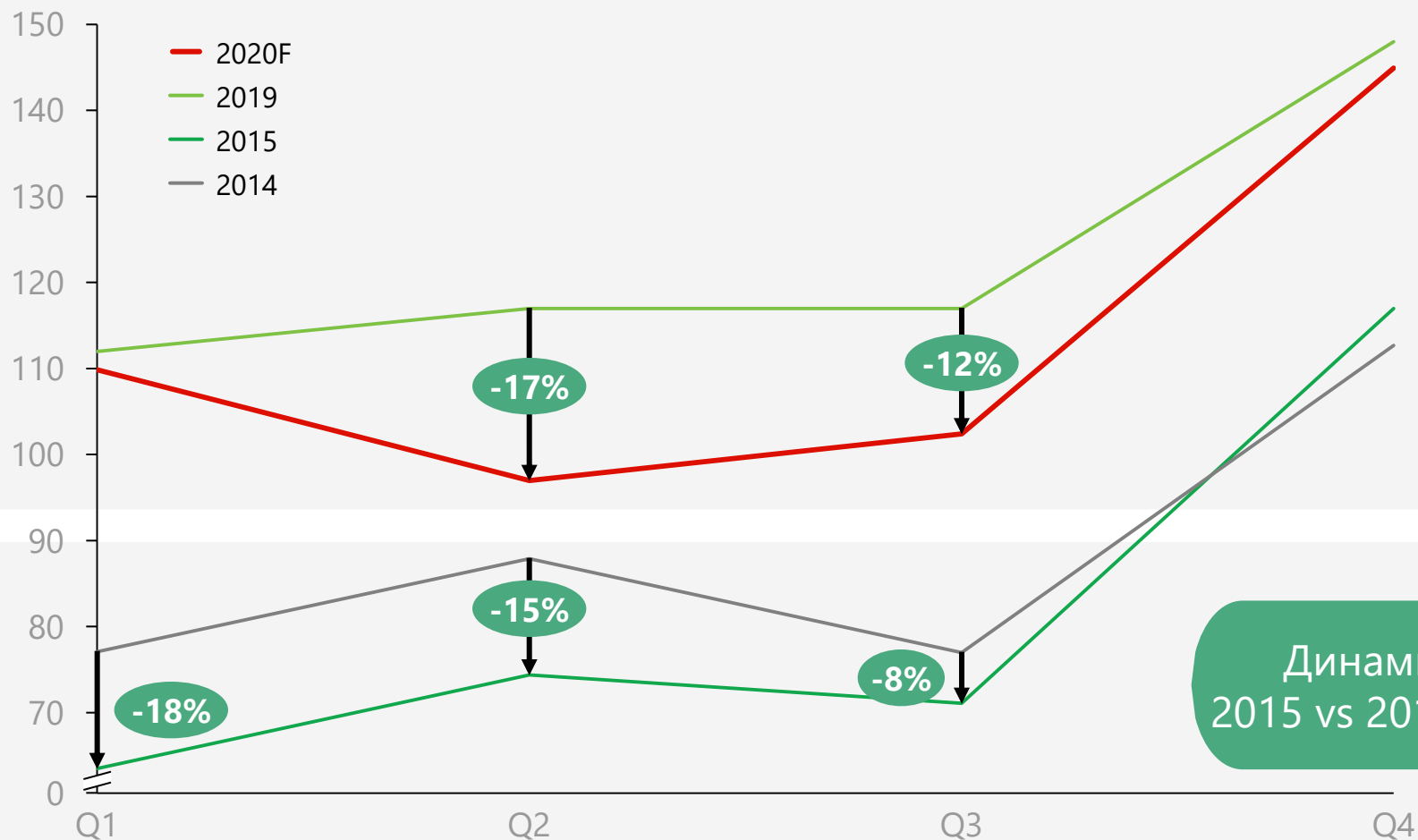
### Схожесть с 2015 годом

- Шок нефтяного рынка
- Шок рубля в начале года (Q1)
- Падение ВВП на 3% по результатам года

### Различия

- Шок глобальной экономики
- Шок малого бизнеса

# Если ситуация будет развиваться по сценарию 2015 года, то мы увидим сильное (~15%) падение рекламного рынка в Q2 и Q3 с восстановлением в Q4

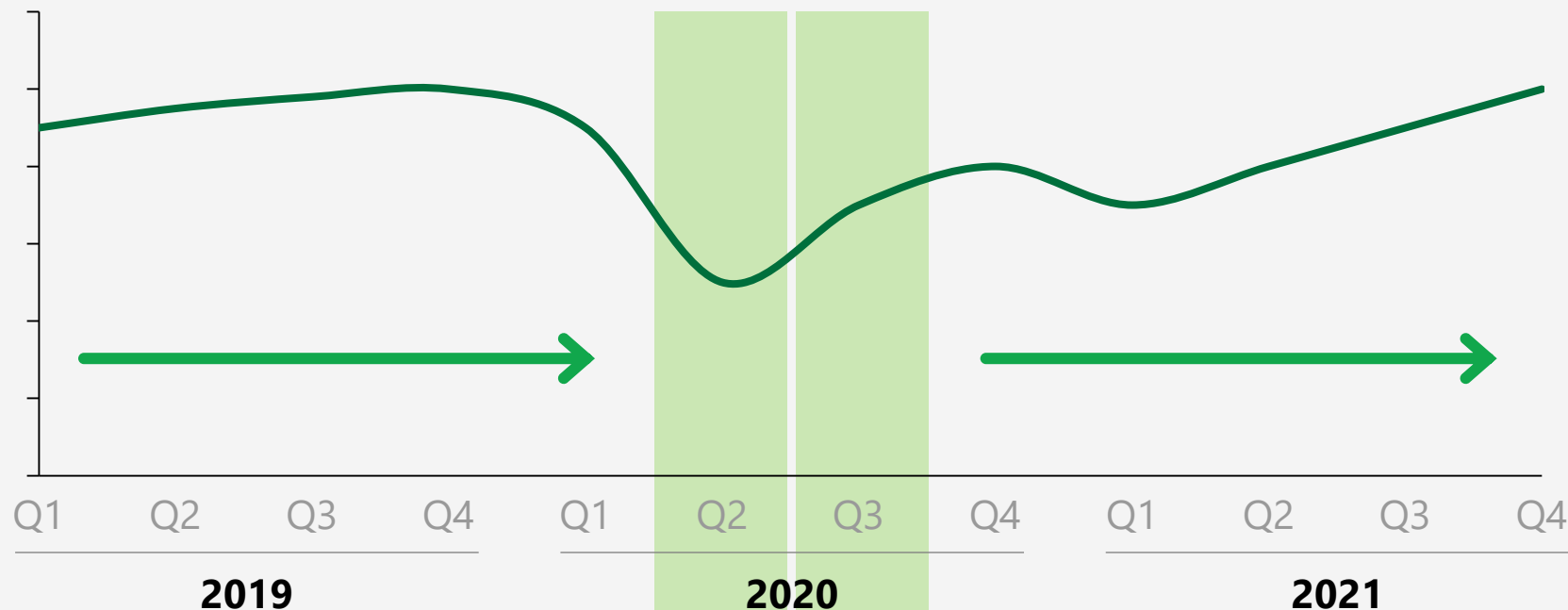


Динамика  
2020f vs 2019  
года

Динамика  
2015 vs 2014 года

# Можно ли применять Marketing Mix Modeling в условиях коронакризиса? Как оценка повлияет на планы на 2021?

Иллюстративное поведение рынка 2019-2020



Сейчас (в Q3 2020) сделанные ранее модели Marketing Mix Modelling могут считать и анализировать эффективность до Q1 2020 включительно

После прохождения острой фазы кризиса нужно калибровать модели и уже к сентябрю им можно пользоваться для прогнозирования 2021

## Как выбрать стратегию бренда на 2021 год?

На что делать упор:  
брендинг или промо,  
массовые или  
персонализированные  
коммуникации,  
диджитал или ТВ?

---



- 1 Не паниковать
- 2 Понять, что реально изменилось для Вашего бизнеса (для некоторых бизнесов – ничего)
- 3 Выбрать стратегию исходя из реалий ВАШЕГО бизнеса

**Как измерить  
вклад  
спецпроектов  
и других  
нестандартных  
решений и стоит  
ли использовать  
их в новых  
стратегиях**

---



Ответ на вопрос очень прост:

«В зависимости от целей Вашего бизнеса (продукта)»

Как и до кризиса:

---

Есть простые, понятные продукты для продвижения которых не нужны спецпроекты

---

Есть комплексные, сложные, новые продукты для продвижения которых обязательно нужно использовать спецпроекты