

# Место Digital в общей медиастратегии рекламного бренда

Елена Пикунова





# Основные стратегические шаги и рекламные медиа

# Пять стратегических шагов



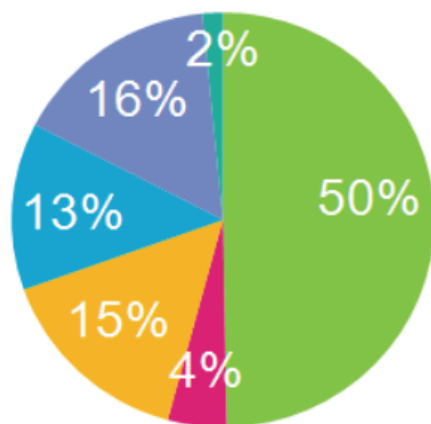
# Распределение бюджетов на общие медиа



Рынок  
интернет-рекламы:  
**42 млрд. руб.**

+56% за год

**Российский рынок —  
наиболее динамичный  
в Европе**



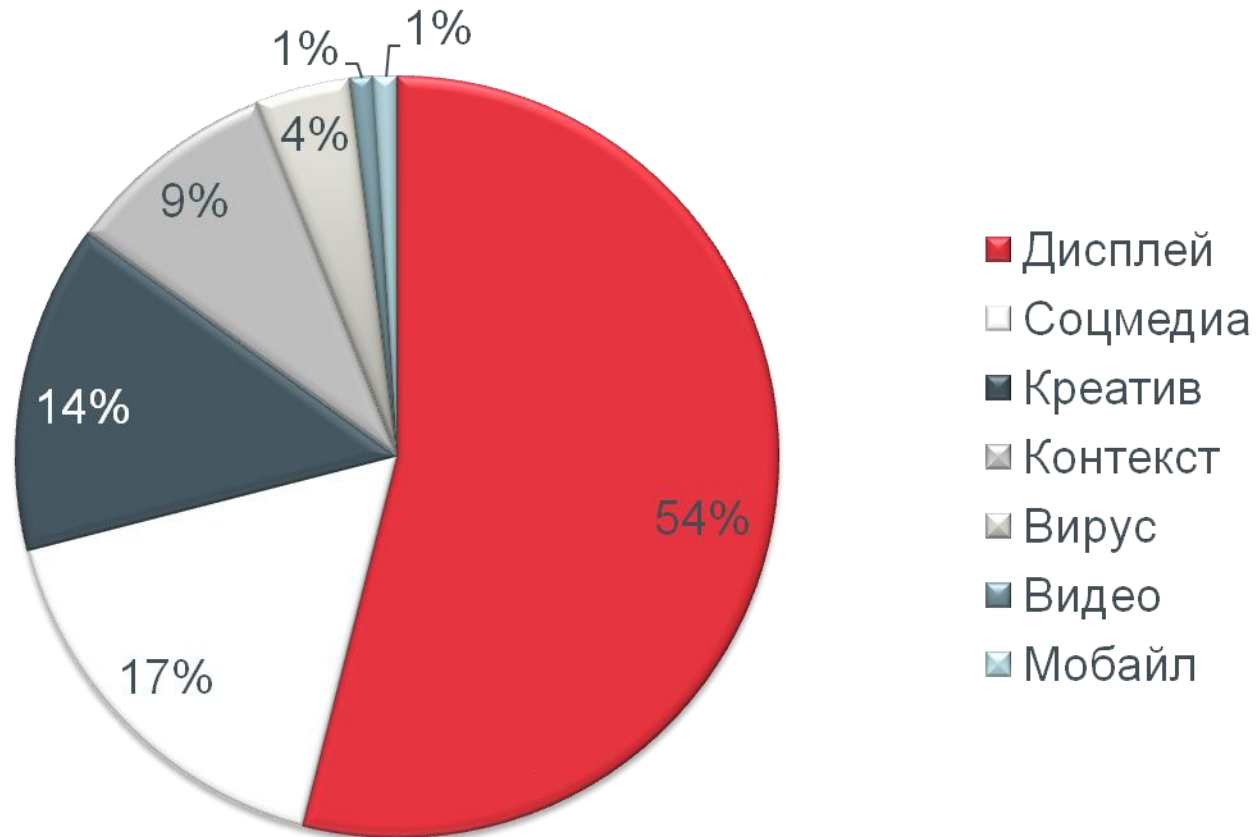
Телевидение	+18%
Радио	+15%
Печатные СМИ	+6%
Наружная реклама	+15%
Интернет	+56%
Прочие	+32%

Рынок Интернет-рекламы уступает только ТВ

Источник: АКАР, IAB



Рекламный бюджет





Интернет – среда digital стратегии



- **Медиа №1...**
  - **Потенциально почти для всего**
- **Баннеры – 3,8% доли рынка**
- **Контекст – 5,5% в 2009 году**



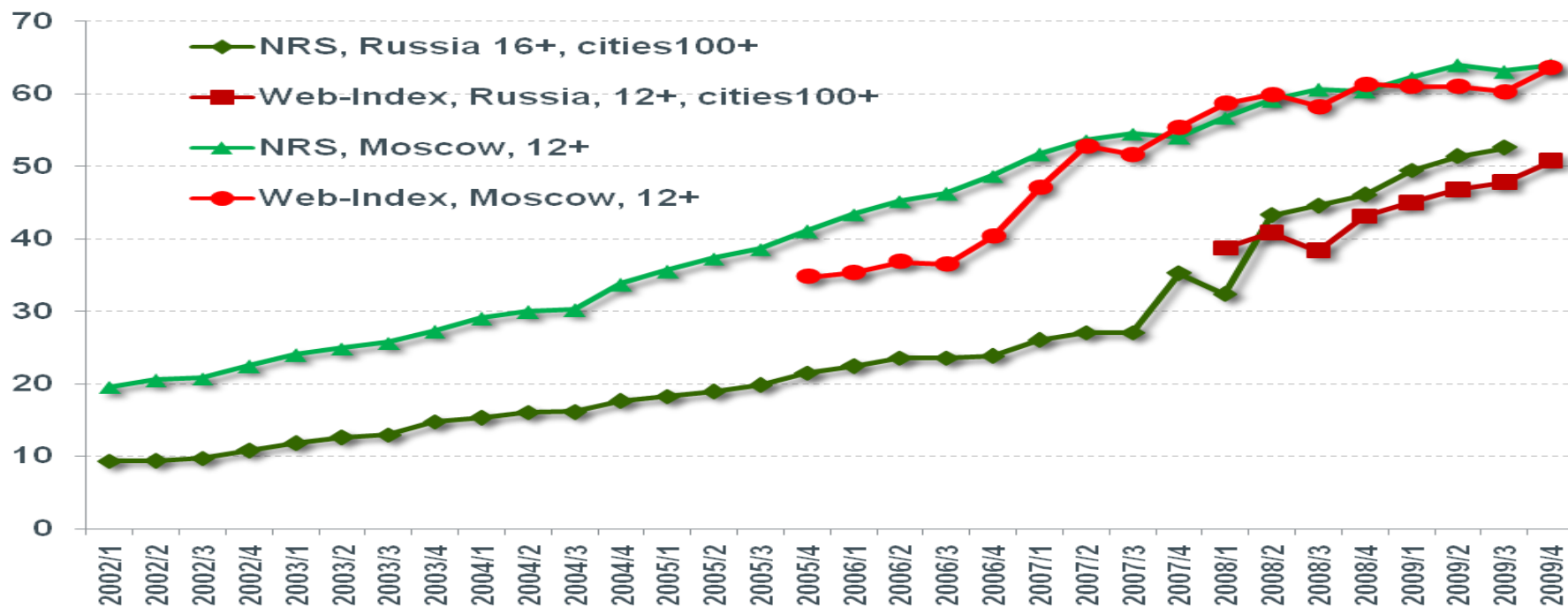
## *Достоинства*

- **Огромные информационные возможности**
- **Живое общение с целевой аудиторией**
- **Неограниченные возможности по созданию контента**
- **Хороший охват отдельных целевых групп**
- **Приемлемая стоимостная эффективность**
- **Таргетинг**

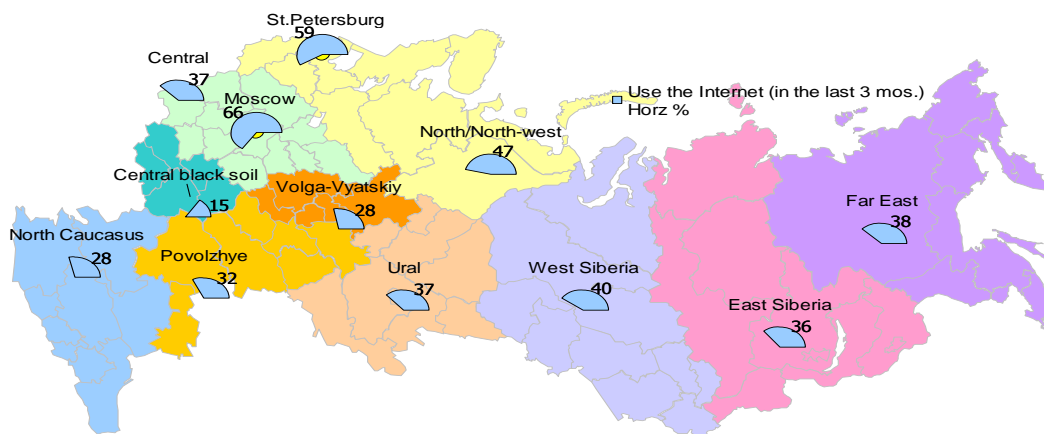
## *Недостатки*

- **Лимитированный охват в России**
- **Недоверие со стороны рекламодателей**
- **Нет отработанных технологий планирования**

# Общие факты про Интернет



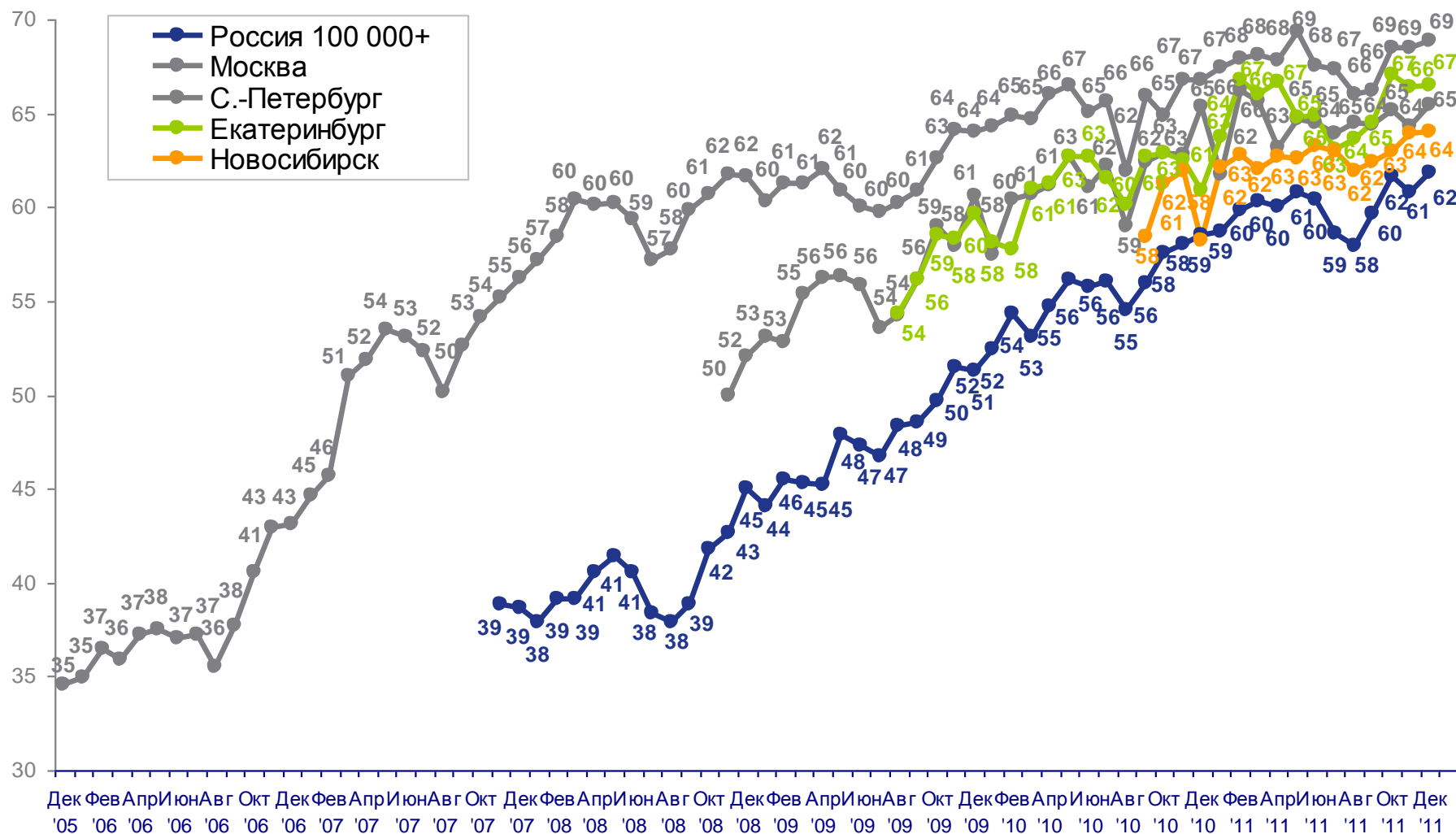
● Охват Интернета растет невзирая на кризис



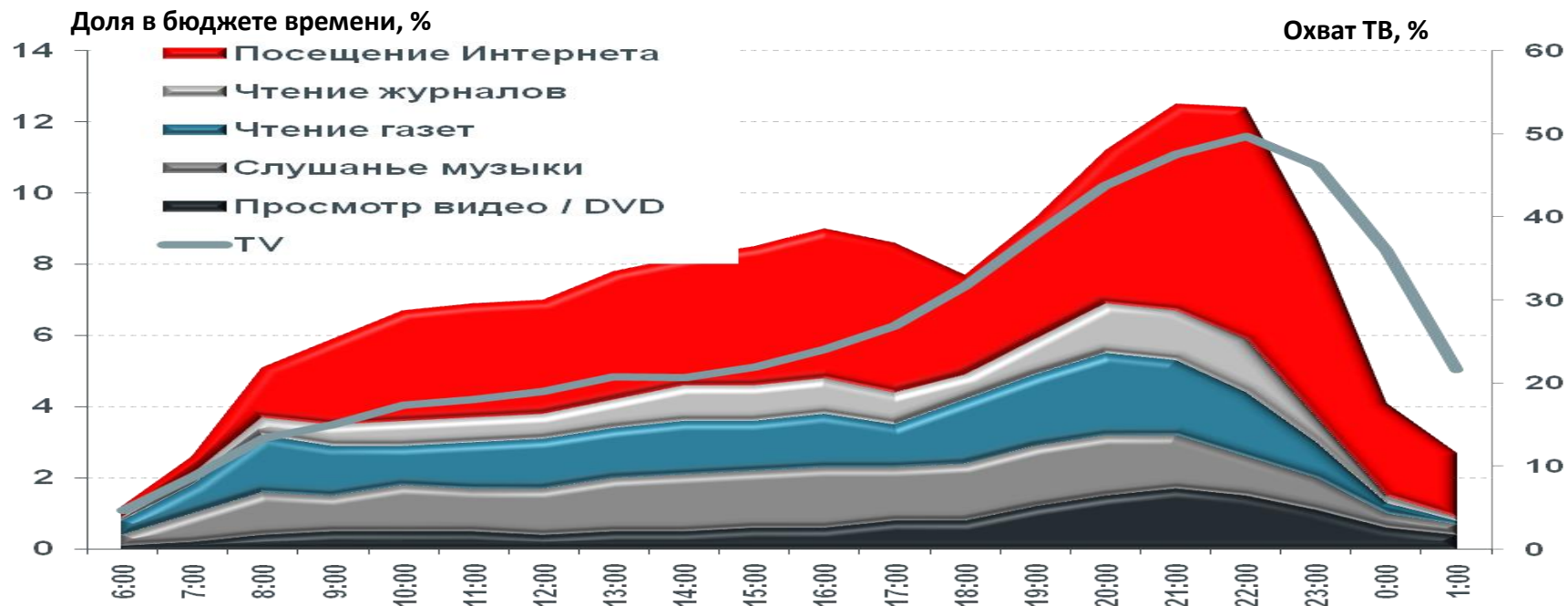


# Динамика аудитории Интернета

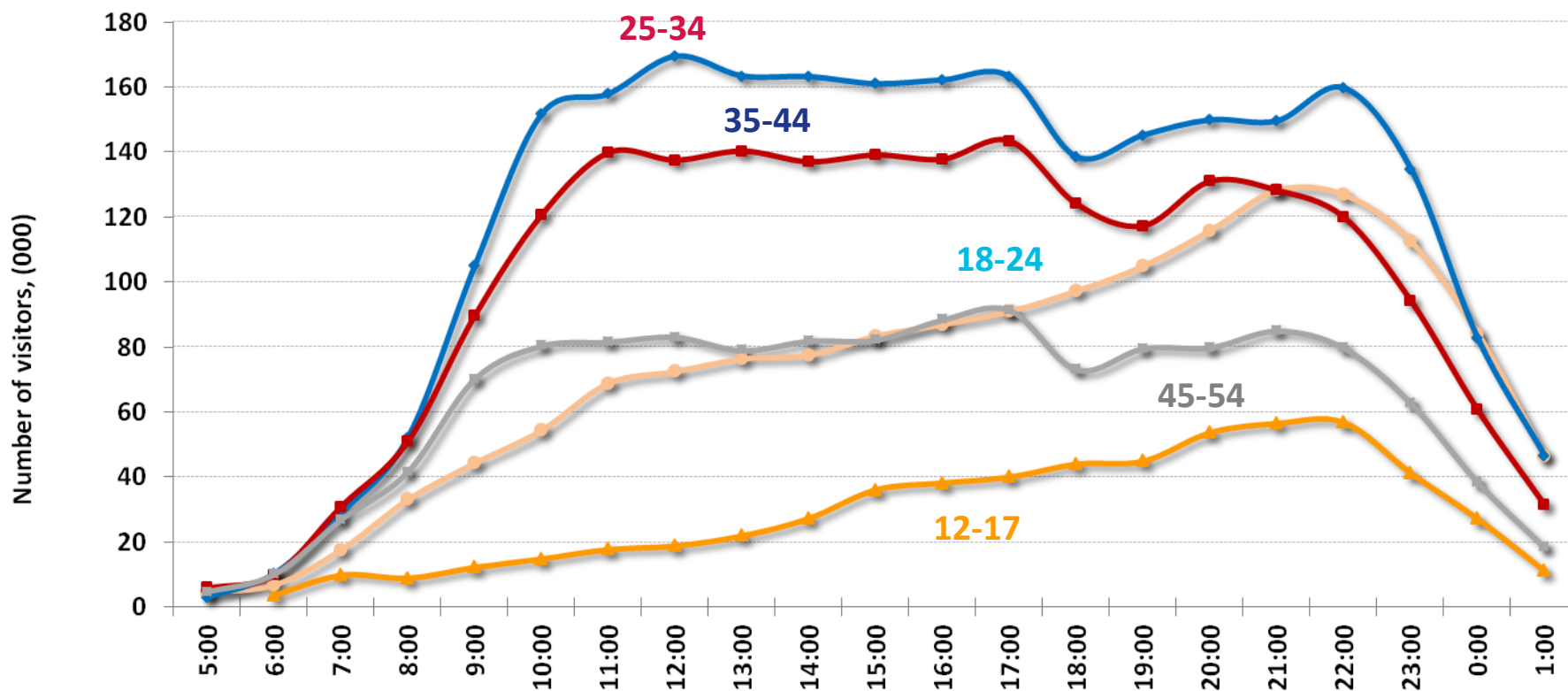
## Monthly Reach%, 12+ лет



# Бюджет времени, будние дни

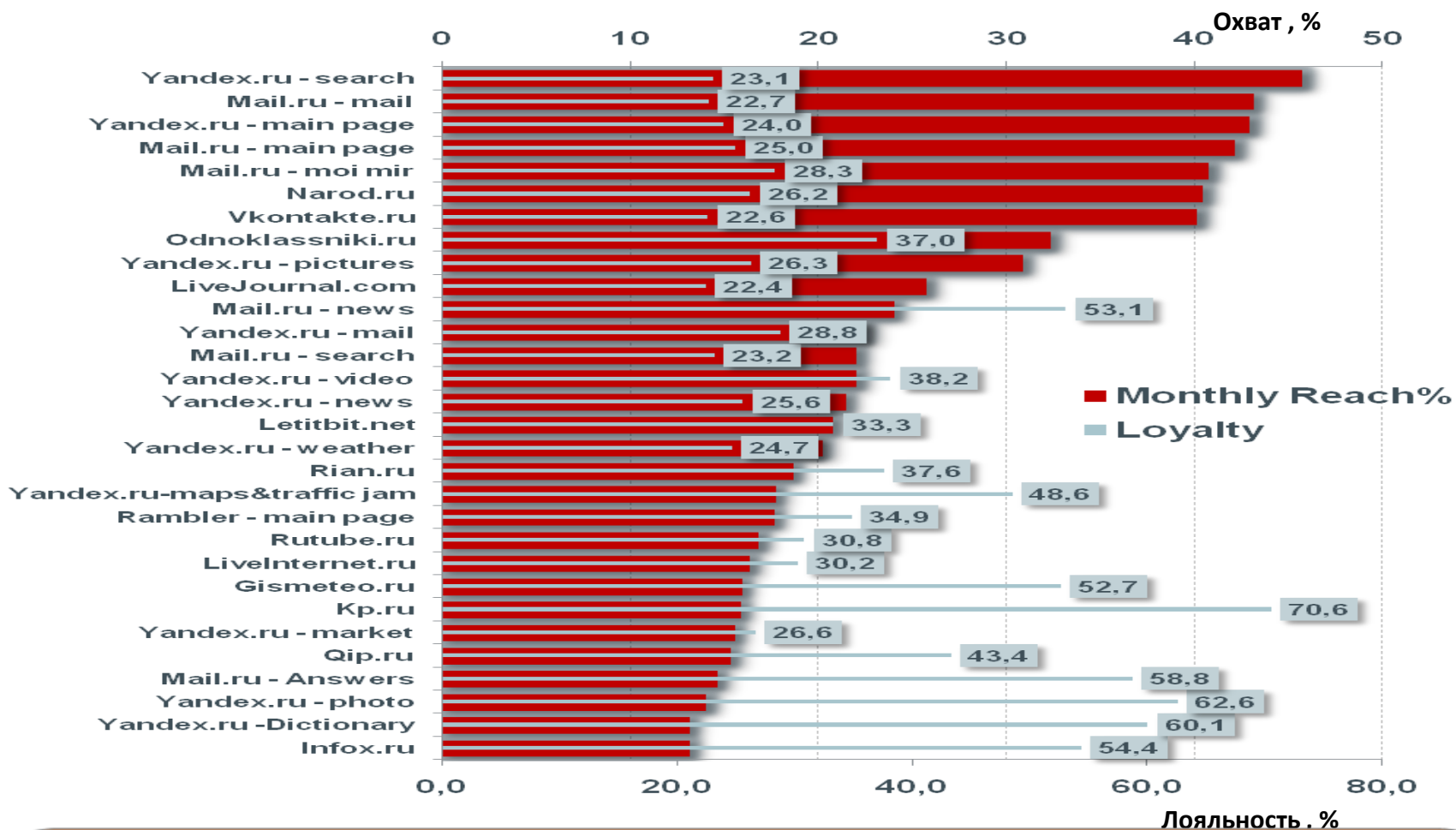


**Интернет уже стал более популярным способом проведения досуга, чем все традиционные варианты и конкурирует уже с ТВ**  
**Рост качества соединения и количества доступных сервисов еще больше увеличивает времени, проводимое в сети**



**В зависимости от возраста, график посещения Интернета  
меняется весьма существенно**

# Самые популярные сайты Ру-нета



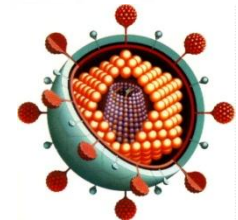
Лояльность рассчитана как отношение дневного охвата к недельному и показывает регулярность пользования ресурсом

Пользование Интернетом в России централизовано – львиная доля аудитории концентрируется на порталах



Интернет – среда digital стратегии

# Глобальное отражается в локальном





# Основные тренды в цифровых медиа



## *Рост количества пользователей*

- *Растет проникновение Интернета в регионах*
- *Увеличивается активность нынешних пользователей*

## *Рост интереса «технологичных» форматов*

- *Он-лайн видео*
- *Дополненная реальность*

## *Бум социальных медиа*

- *Растет активность в блогах, дневниках, социальных сетях*

## *Востребована привязка ко времени и месту*

- *Пользователи стремятся получить информацию, актуальную здесь и сейчас*