

SA MEDIA GROUP

CEO PA «SA Media»



CEO Oohdesk

“

**Цифровизация
и автоматизация помогут ООН?**

”

В 2021 РЫНОК ООН ВЫРОС К 2019

РОСТ БЫЛ НЕРАВНОМЕРНЫМ

45

млрд

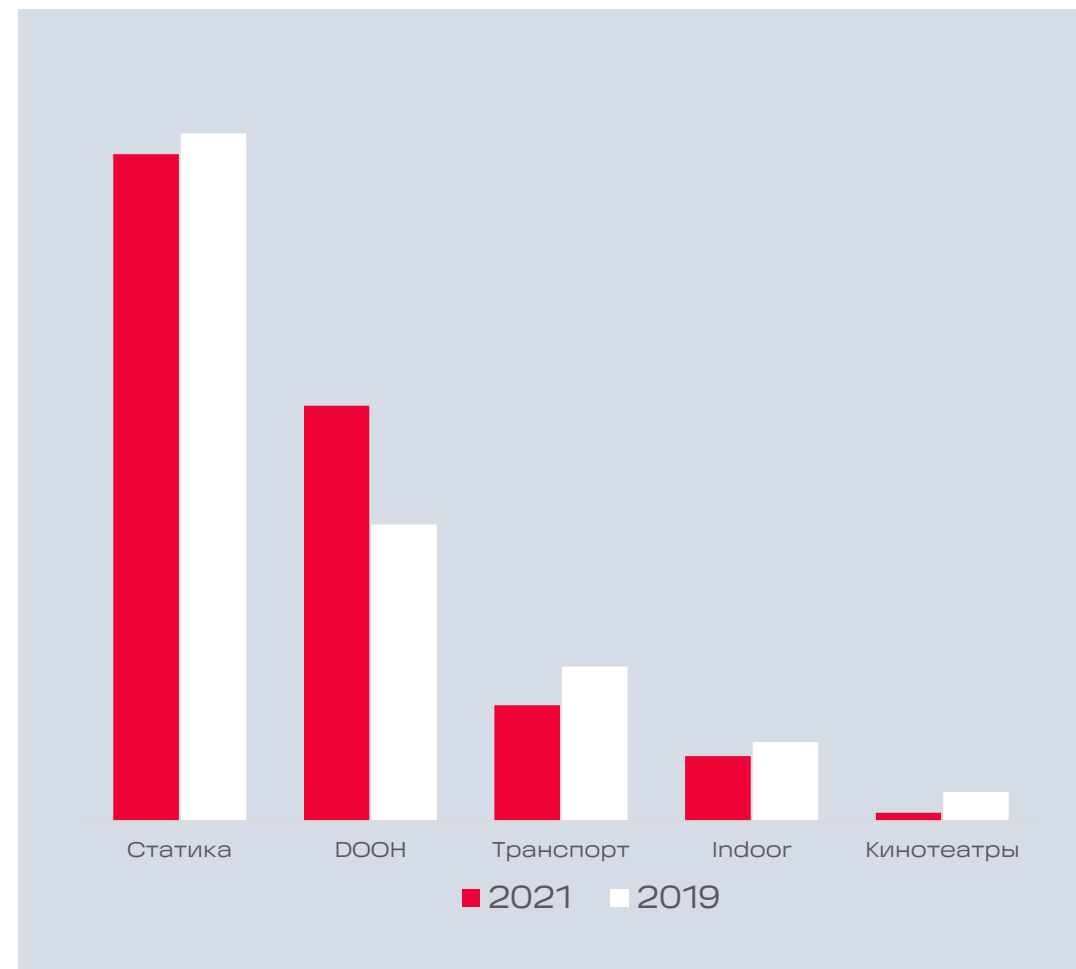
Рекламные инвестиции
в ООН в 2021 году

+3%

Динамика к 2019 году

>45%

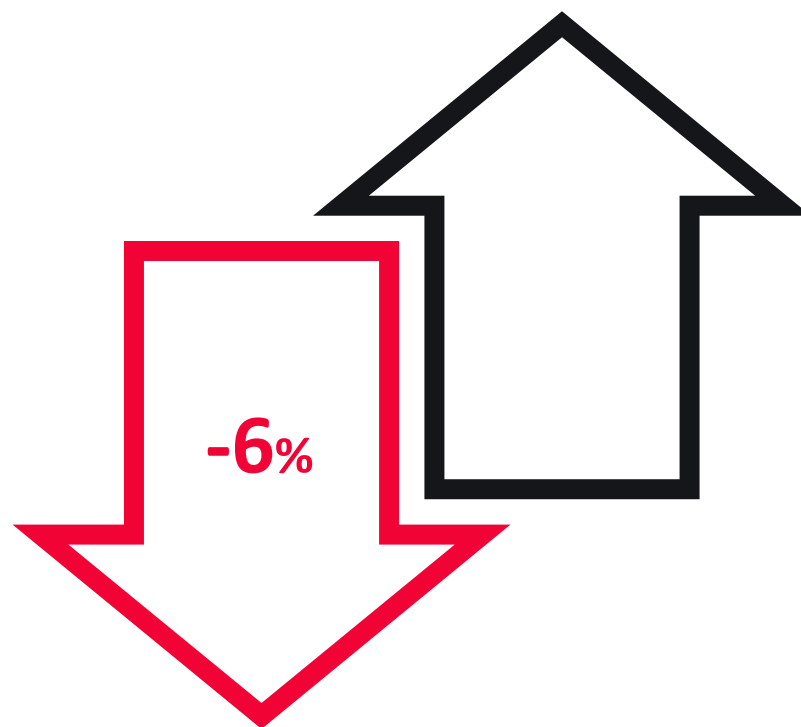
Составила доля DOOH



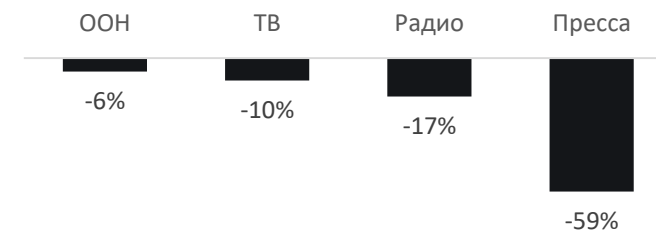
РЕГИОНАЛЬНЫЕ РЕКЛАМОДАТЕЛИ БЫЛИ МЕНЕЕ АКТИВНЫ

Динамика региональных бюджетов
2021 vs 2019

*Федеральные рекламодатели = те, у кого
было размещение в Москве, С.-Петербурге и
еще 5 городах-миллионниках



Все еще лучше, чем в
остальных offline медиа



“

ООН падает,
ДООН растёт

”

БАРЬЕРЫ

НАХОДЯТСЯ В ОБЛАСТИ

- Измеримости
- Прозрачности
- Гибкости
- Цены



ИЗМЕРИМОСТЬ

- Не все регионы измеряются
- Нет аудиторных данных, таргетинга
- Вклад ООН не оценить



Трудно обосновать

ПРОЗРАЧНОСТЬ

- Не прозрачный план/факт по объемам
- Real time статусы запусков
- Отсутствие верификатора



Трудно контролировать

ГИБКОСТЬ

- Сроки отказа
- Сроки запуска
- Рваные периоды



Трудно адаптировать

ЦЕНА

- Высокий порог входа



Трудно решиться

РЫНОК ООН ЭТО КТО?

65%

Те кто всегда
размещал ООН и
будет

Этим брендам, почти не мешают
существующие барьеры

35%

Те кто не
размещает или
делает это изредка

Снятие барьеров – точка роста
для рынка ООН

0%

Те, кому это дорого

Новые деньги, если снизить
порог входа

ПОТЕНЦИАЛ



“

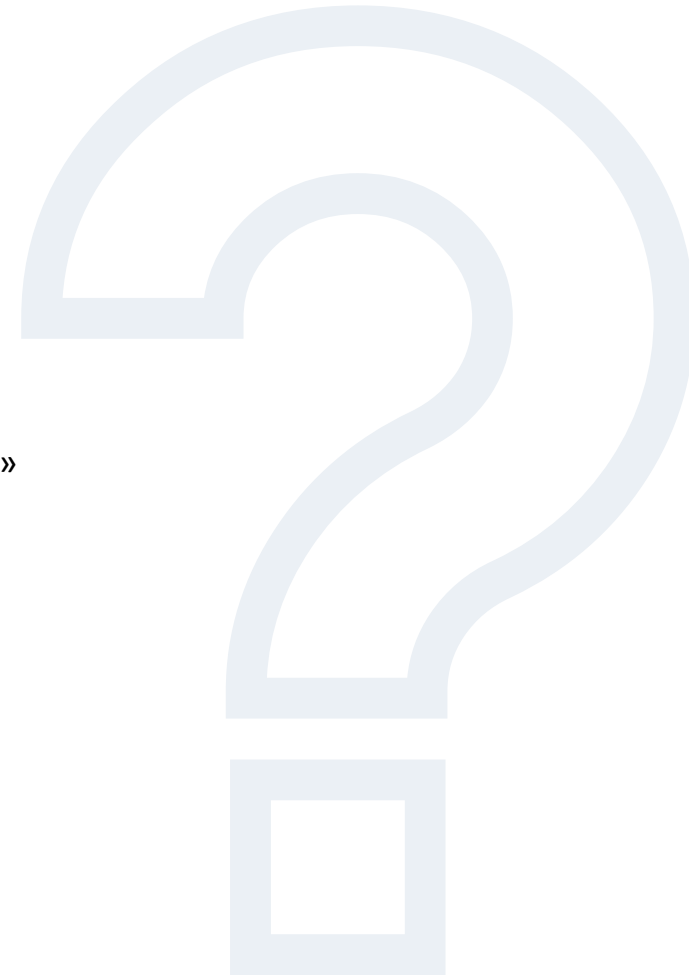
Автоматизация и Данные

”

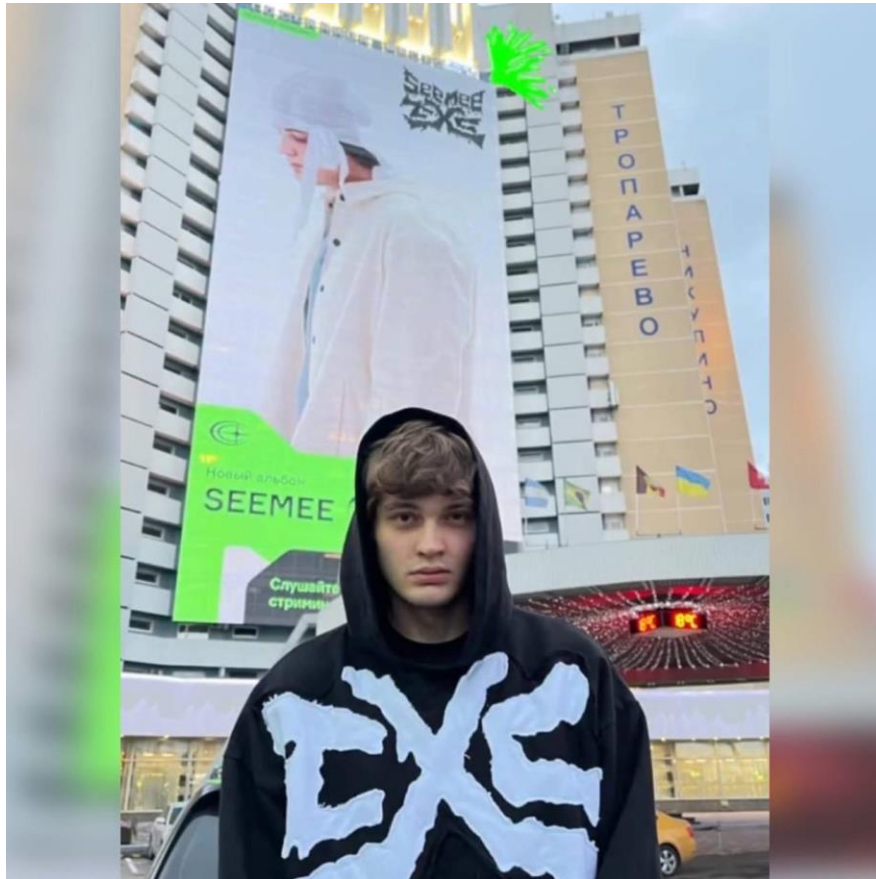
ВЫ ЕМИНЕМ И НИКОГДА НЕ РАБОТАЛИ С ООН



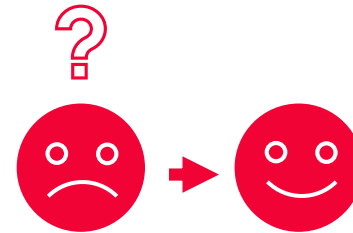
- куда идти?
- заключить договор
- выбор конструкций:
 - много операторов/цен/скидок
 - сложность покупки «кривых сроков»
- ТТ креатива:
 - дисклеймеры
 - анимация
- оплата
- контроль размещения



ВЫ SEEMEE И НИКОГДА НЕ РАБОТАЛИ С ООН

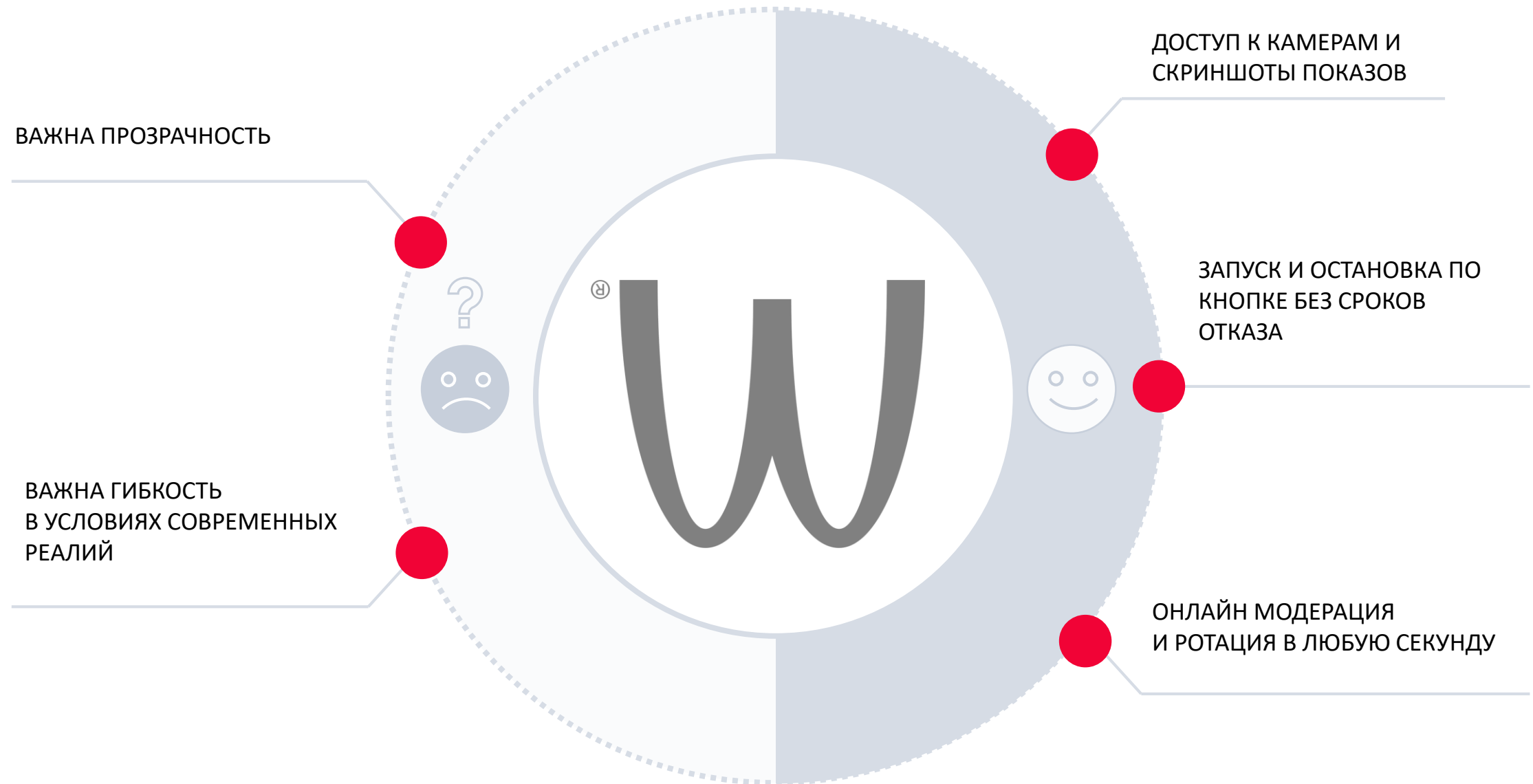


CJ



- | | |
|--|--|
| ▪ куда идти? | ▪ В платформу |
| ▪ заключить договор | ▪ Оферта |
| ▪ выбор конструкций:
- много операторов /цен/ скидок
- сложность покупки «кривых сроков» | ▪ Единая карта конструкций-
цены / фото / маркетинговые
метрики |
| ▪ ТТ креатива:
- дисклеймеры
- анимация | ▪ ТТ креатива:
- все описания у каждой конструкции
- ресайзы система делает сама |
| ▪ оплата | ▪ онлайн |
| ▪ контроль размещения | ▪ - эфирная справка Proof of play
▪ - фото показов |

ВЫ КРУПНЫЙ БРЕНД



ИНТЕГРАЦИЯ ООН В СПЛИТ

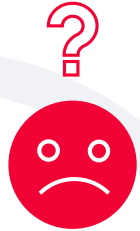
~~ВЫ ЕЩЕ НЕ~~ DIGITAL АГЕНТСТВО
И НИКОГДА НЕ РАБОТАЛИ С ООН



- как планировать?
- как посчитать факт ?
- какая частота?
- какая конверсия?
- аналитика вклада медиа?
- таргетирование на аудиторию



ИНТЕГРАЦИЯ ООН В СПЛИТ



- как планировать?
- как посчитать факт ?
- какая частота?
- какая конверсия?
- аналитика вклада медиа?
- таргетирование на аудиторию



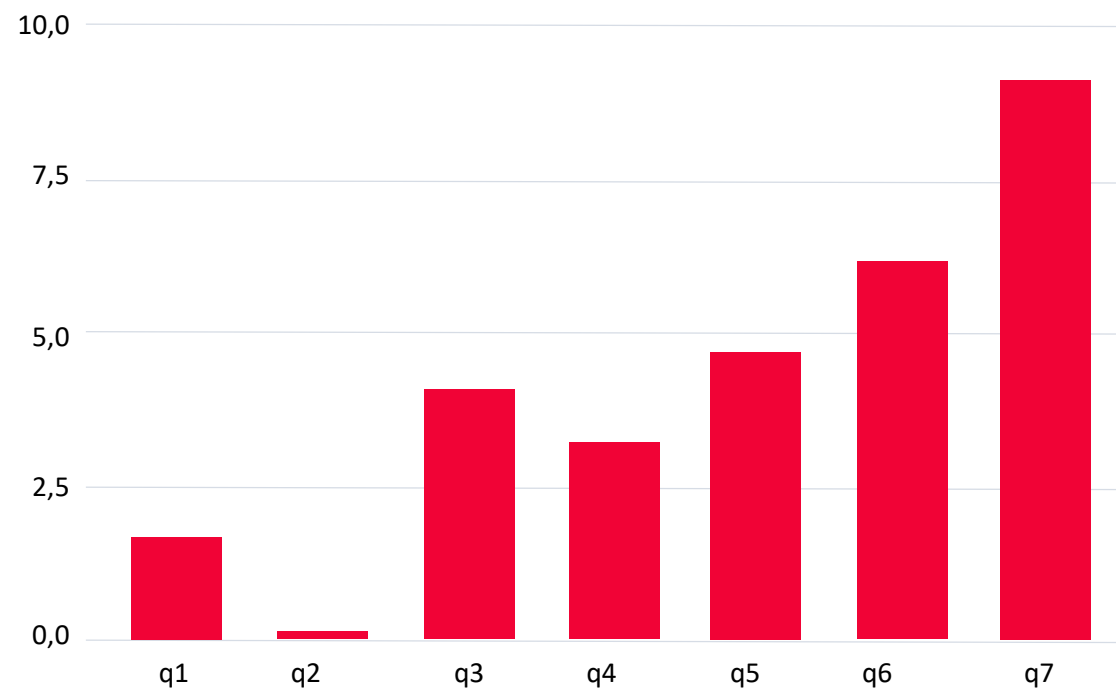
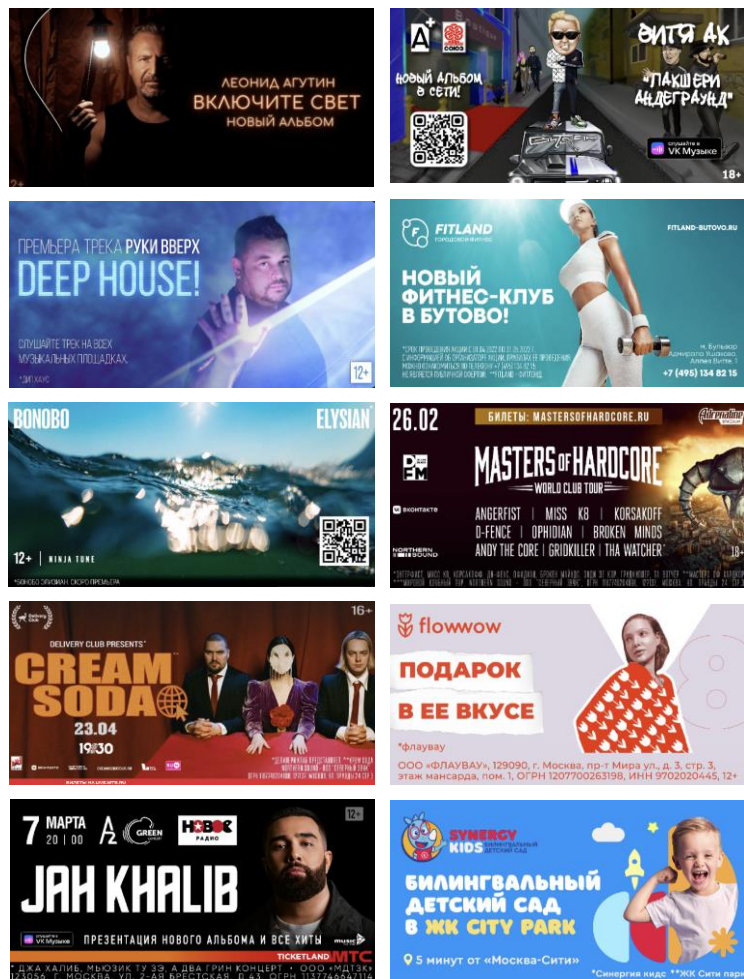
SORRY
ТОЛЬКО В МОСКВЕ



- прямое измерение частоты
- возможность догонять онлайн до эффективной
- доходимость/ инсталл/ покупка
- построение атрибуционных моделей
- нет потокового
- есть Data Driven планирование + замер аффинитивности
- O2O

ДЕНЕГ НЕТ, НО ВЫ ДЕРЖИТЕСЬ

Рост МСБ в рамках продукта



ВЫВОД

В ТОМ, ЧТО ЗНАЧИТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ БАРЬЕРОВ УЖЕ ИМЕЕТ ТЕХНИЧЕСКОЕ РЕШЕНИЕ

ИЗМЕРИМОСТЬ

- Не все регионы измеряются
- Нет аудиторных данных, таргетинга
- Вклад ООН не оценить

ПРОЗРАЧНОСТЬ

- Не прозрачный план/факт по объемам
- Real time статусы запусков
- Отсутствие верификатора

ГИБКОСТЬ

- Сроки отказа
- Сроки запуска
- Рваные периоды

ЦЕНА

- Высокий порог входа



73%

РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ



СЧИТАЮТ ООН
НЕ ТЕХНОЛОГИЧНЫМ МЕДИА

“

**ОТСУТСТВИЕ ЕДИНСТВА В ПОДХОДЕ К
РАБОТЕ С ООН**

- ЕЩЕ ОДИН БАРЬЕР

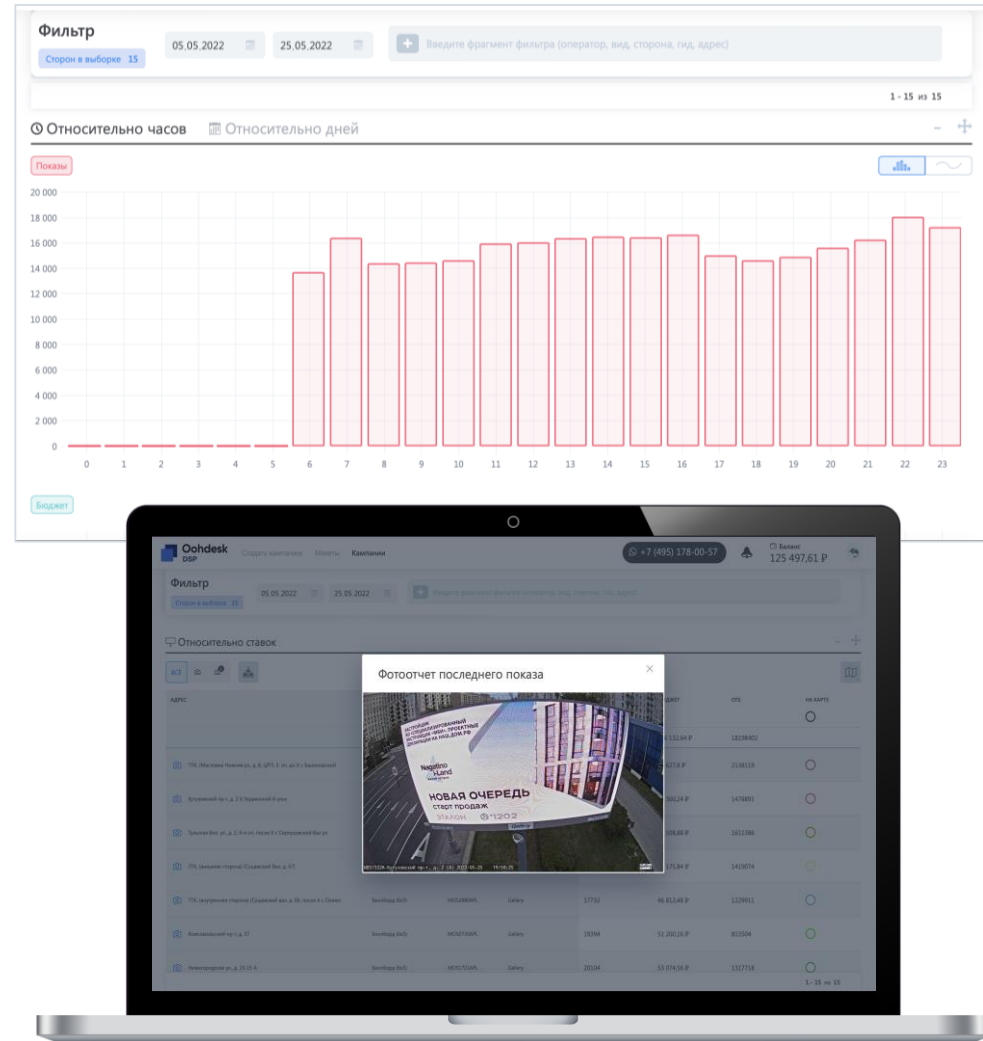
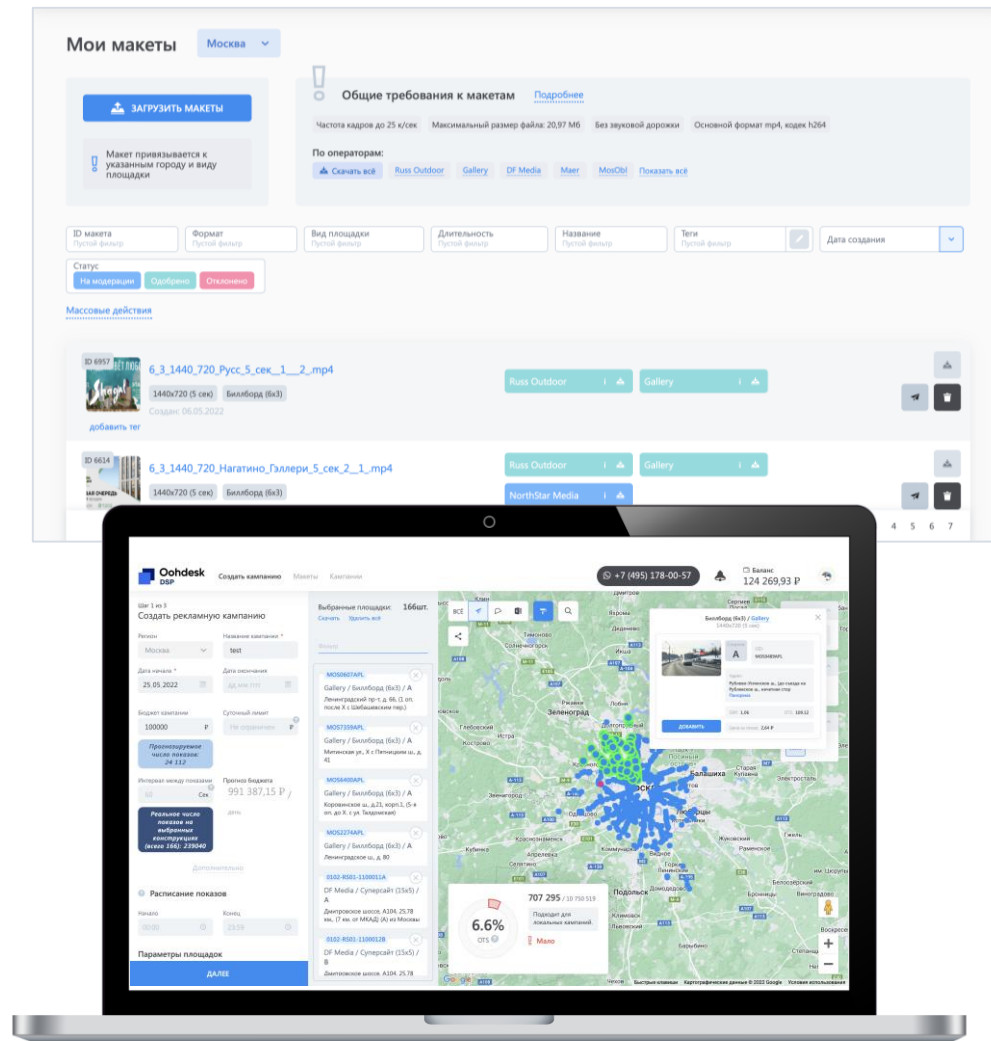
”

“

**КОТОРЫЙ БУДЕТ СНЯТ КАК ТОЛЬКО ВСЕ
БУДУТ ЗНАТЬ, ЧТО «НАРУЖКА»...**

”

... МОЖЕТ БЫТЬ ТАКОЙ:



SA MEDIA GROUP

CEO PA «SA Media»



CEO Oohdesk

СПАСИБО!