

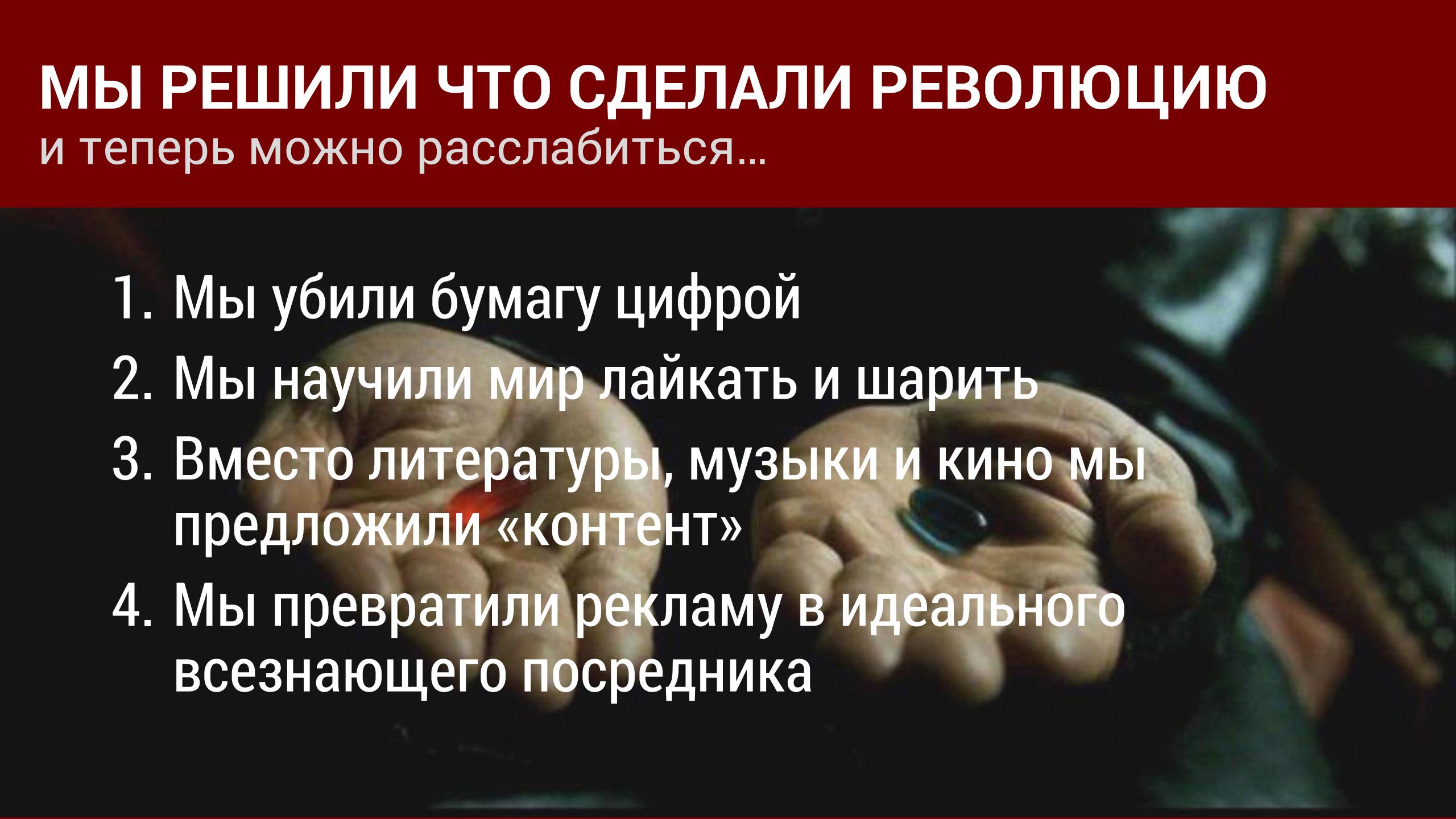
БУДУЩЕЕ МЕДИА

ВЗГЛЯД СПЕКУЛЯНТА

Павел Черкашин, венчурный инвестор

МЫ РЕШИЛИ ЧТО СДЕЛАЛИ РЕВОЛЮЦИЮ

и теперь можно расслабиться...

- 
1. Мы убили бумагу цифрой
 2. Мы научили мир лайкать и шарить
 3. Вместо литературы, музыки и кино мы предложили «контент»
 4. Мы превратили рекламу в идеального всезнающего посредника

ТЕПЕРЬ ПРИШЛИ ЗА НАМИ...

следующее поколение не готово ждать

- Facebook для них – как для нас «Одноклассники»
- Наши медиа для них скучны, сложны и нелогичны
- Наша реклама для них наполнена средневековыми условностями

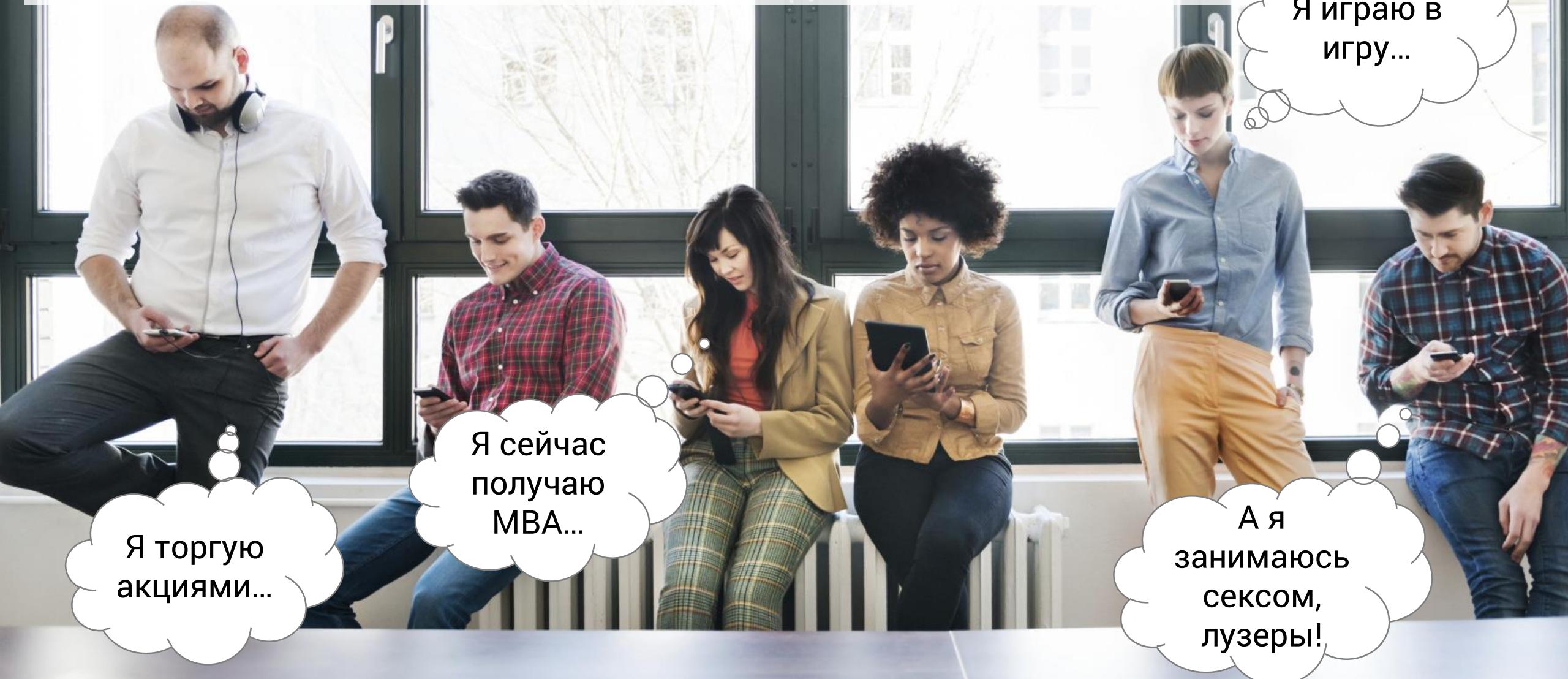




Каждый раз
очередной виток
технологической
эволюции
застает
инвесторов
врасплох...

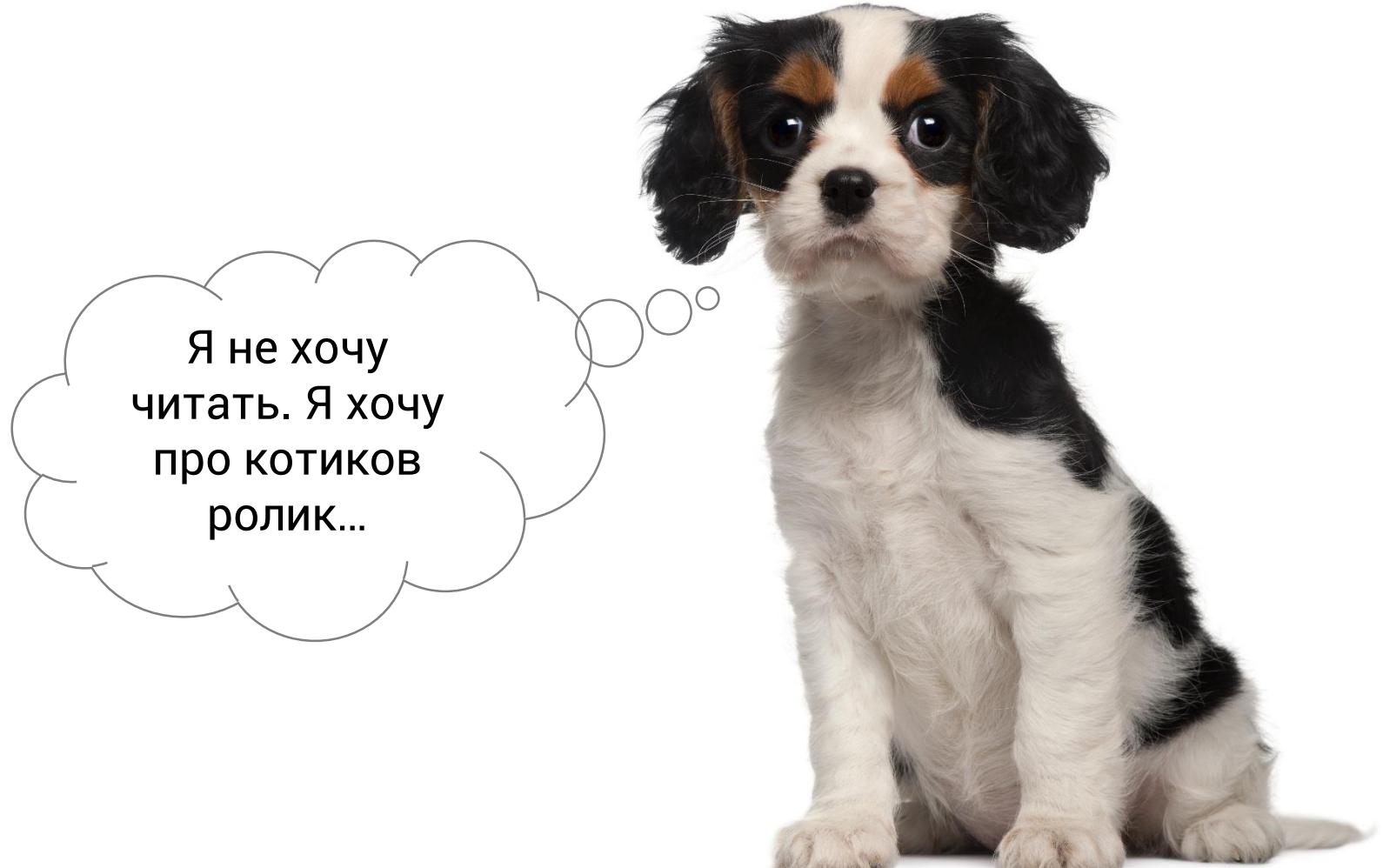
КОНТЕНТ КАК ФАСТФУД

Потребляется на ходу, но может быть здоровым



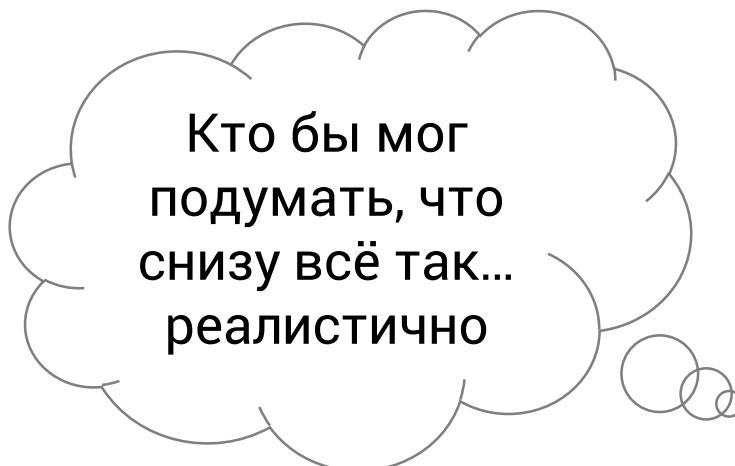
ВНИМАНИЕ: ЛОНГРИД!

Все что длиннее страницы уже считается «слишком сложным» для восприятия



ГЛУБОКОЕ ПОГРУЖЕНИЕ

Хочешь привлечь внимание? Удивляй каждый раз



ЗНАНИЯ ДОСЯГАЕМЫЕ НО НЕДОСТУПНЫЕ

Абонемент в библиотеку не гарантирует знания

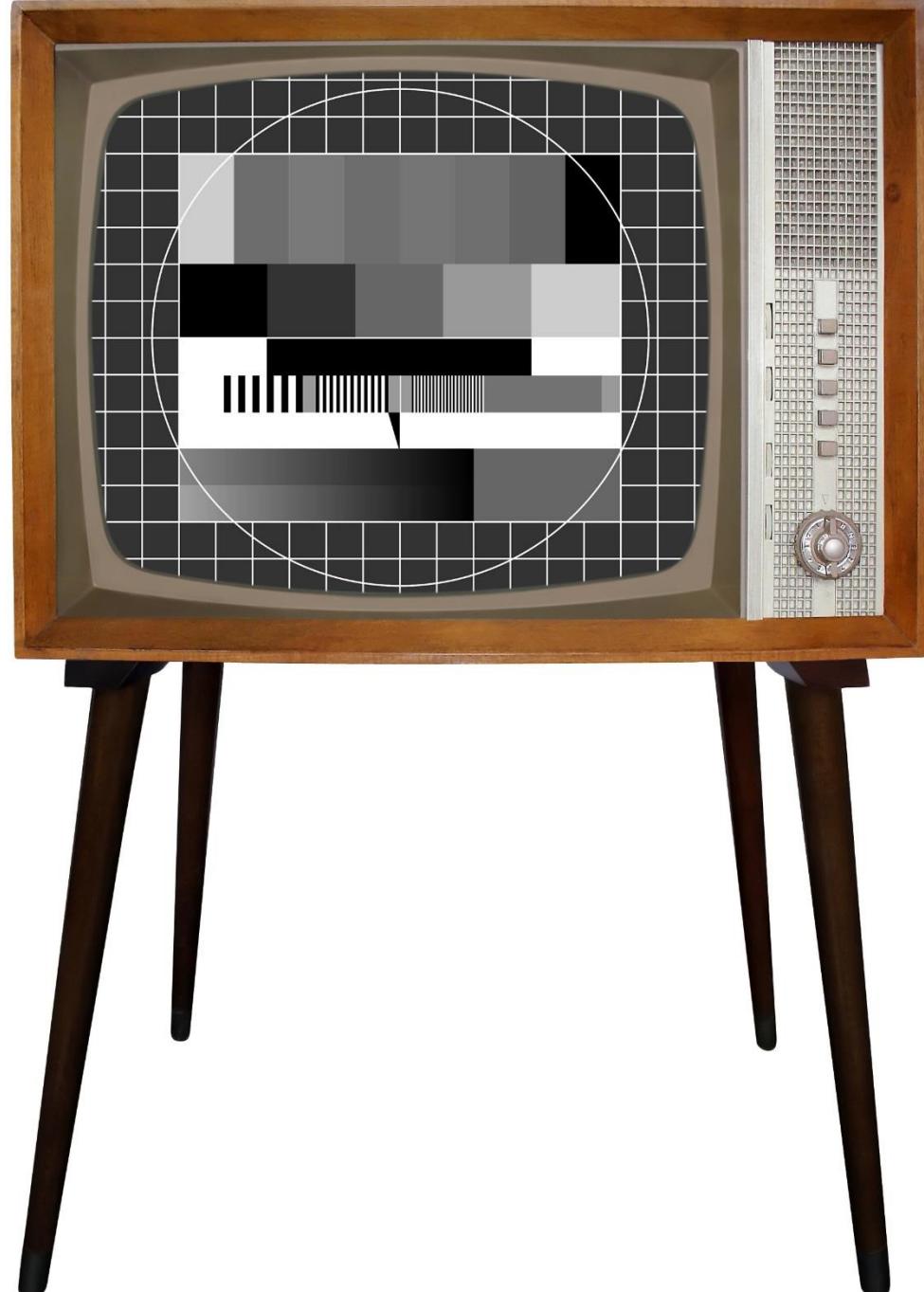
Обнаружение информации
становится важнее ее
создания или накопления

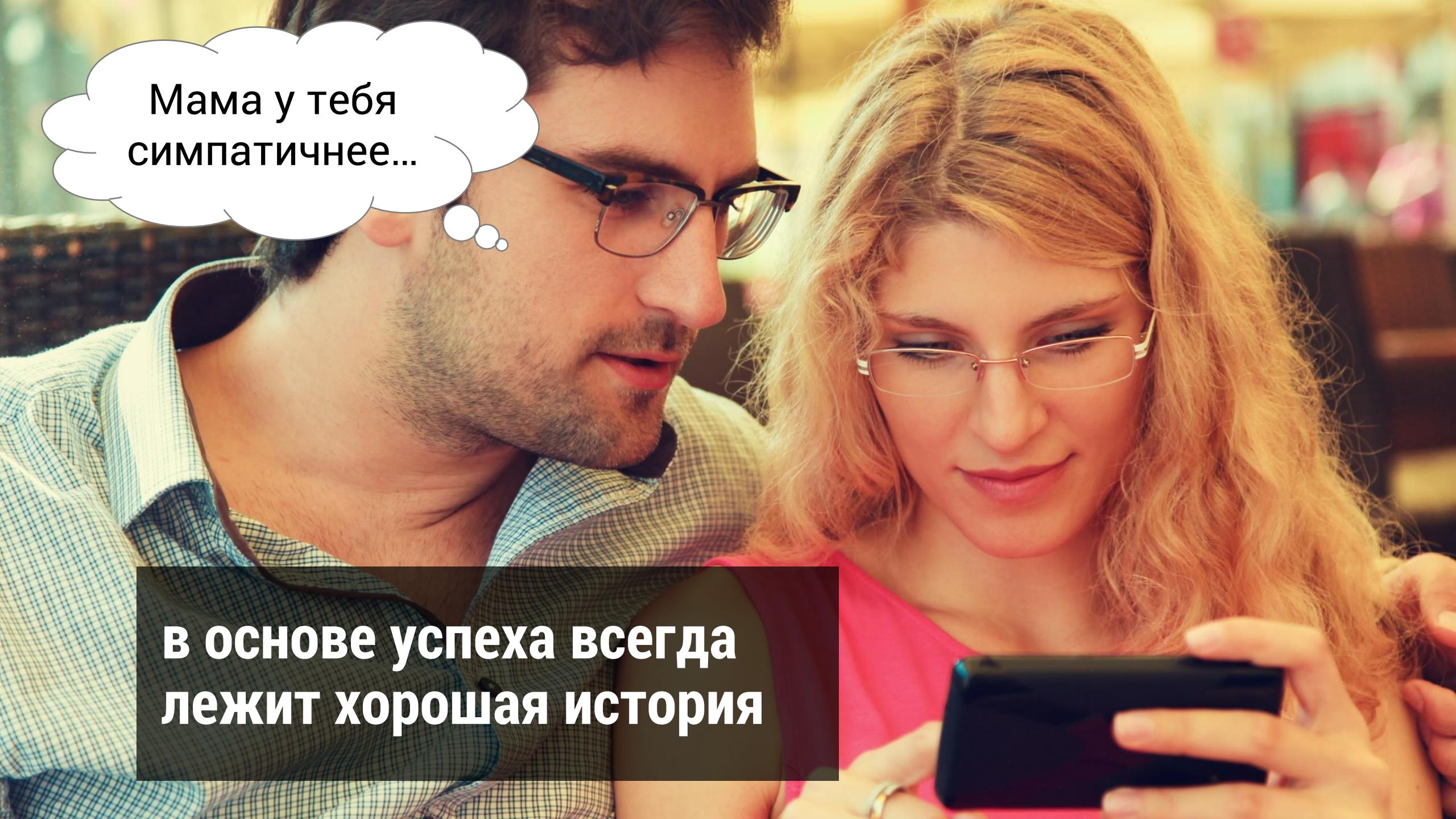


ЛЮБОЙ МОЖЕТ СТАТЬ МЕДИА

От подростка до корпорации

- Крупнейшая в мире медиа-компания не производит контента (Facebook)
- Объединив бесплатную доставку с видео Amazon превратился в крупнейший «магазин на диване»
- 16-летний подросток зарабатывает в Instagram \$10,000/день и имеет аудиторию федерального телеканала





Мама у тебя
симпатичнее...

в основе успеха всегда
лежит хорошая история



ТРАНСФОРМЕРЫ

Искусство или рекламный ролик?

Угловатая машина со слабым двигателем и к тому же ядовито-желтого цвета вдруг стала культовой для всякого подростка, потому что в ней прячется металлический пришелец, защищающий человечество от монстров.

ДРУЖБА С РОБОТАМИ

Человеку остается потребление и творчество

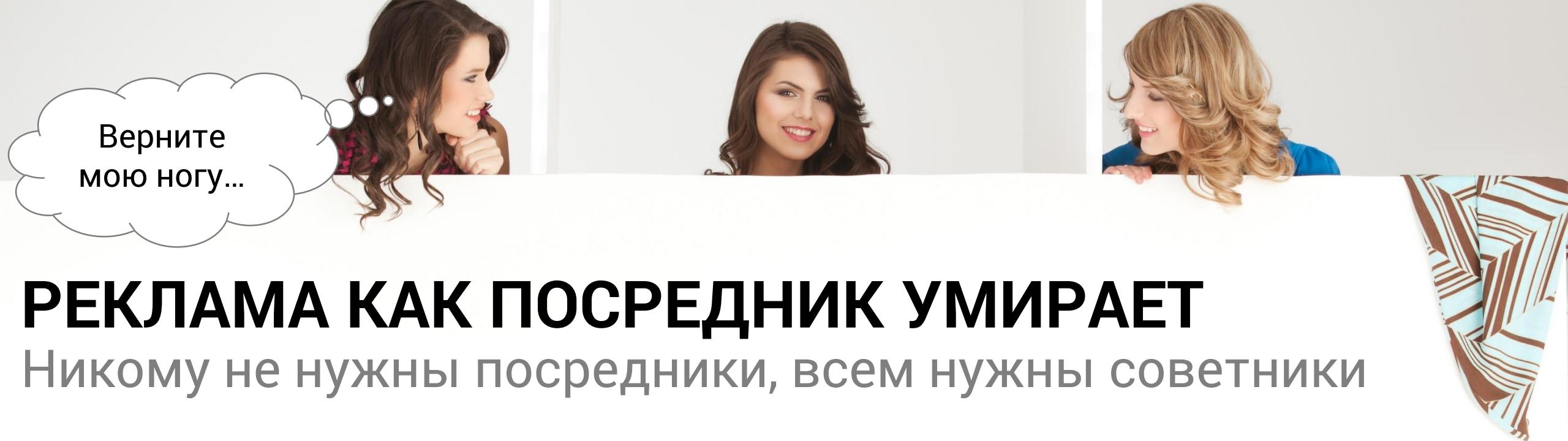
- Нейронные сети дошли до уровня интеллекта 6-летнего ребенка (скоро будет взрослый)
- Нет нужды помнить (интеллект-по-запросу)
- Человеку останется самовыражаться в сфере потребления и творчества

БИТВА ЗА ЧУВСТВО ПРЕКРАСНОГО

Доступность создает избирательность

- Новый сериал задает культурный контекст
- Дизайн iPhone определяет стандарт интерфейса
- Звезда Instagram определяет моду
- Глобальные унифицированные стандарты желаний





Верните
мою ногу...

РЕКЛАМА КАК ПОСРЕДНИК УМИРАЕТ

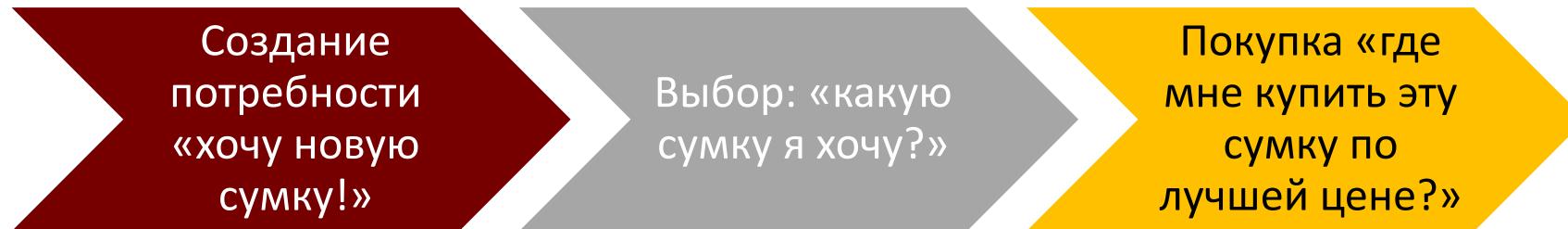
Никому не нужны посредники, всем нужны советники

В момент когда у человека сформировалась
потребность – ему уже поздно что-то
предлагать, он сам это возьмет

СЦЕНАРИИ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Сейчас и в будущем

- В нашей Вселенной цепочка потребления выглядит так:



- Во Вселенной наших детей цепочка потребления выглядит так:



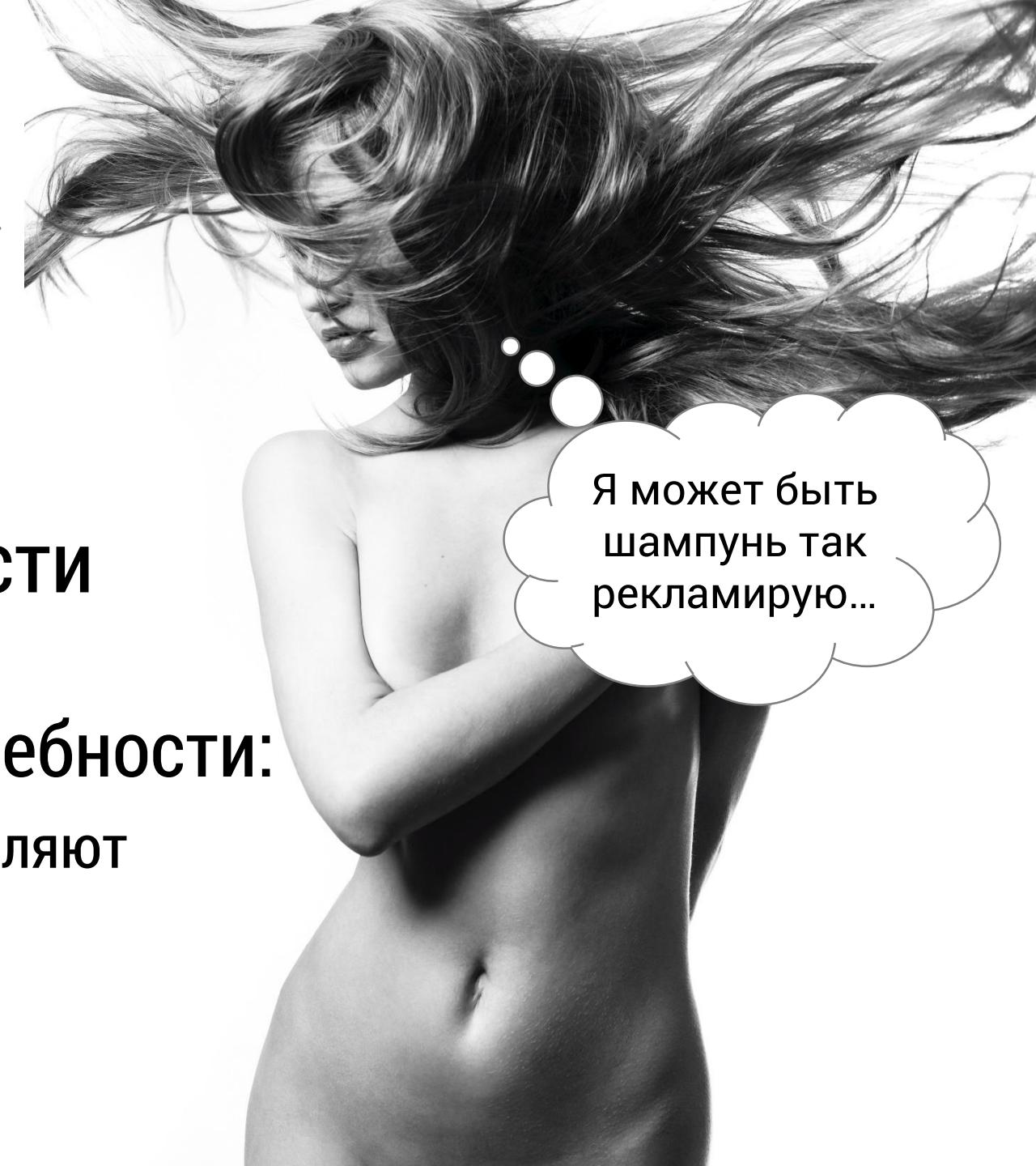
РЕКЛАМА КАК ЛИДЕР

«Мы скажем что тебе хотеть»

Реклама будущего - это
формирование потребности

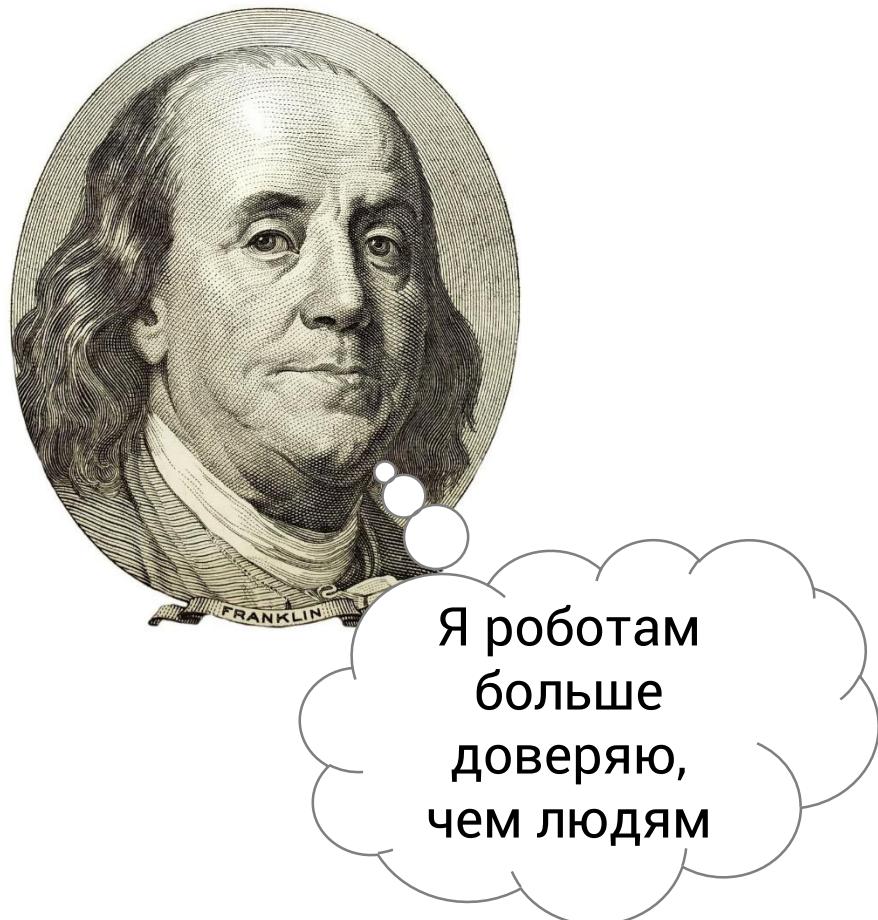
Законы формирования потребности:

1. Делать контент, который потребляют
2. Весь контент должен продавать



К ЧЕМУ ГОТОВИТЬСЯ?

В какую версию будущего верят инвесторы



1. Роботы как производители и сортировщики контента
2. Геймификация и фастфудизация всего
3. Умные рекомендации
4. Смешение жанров (развлечение, обучение, потребление, реклама)

ПРИМЕР: PORNHUB КАК ИСТОЧНИК УПРАЖНЕНИЙ ДЛЯ СЕКС-ФИТНЕСА

Это развлечение, образование или реклама?



«Я знаю, что сегодня вы
ощущаете здесь тьму. Но
нет причин сдаваться...
В душе я знаю, что мы
непобедимы, потому
что есть ответ, который
откроет эту дверь... Одна
отличная идея все
спасет»



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ



ПАВЕЛ ЧЕРКАШИН

Управляющий партнер

GVA Capital / Vestor.In Partners

Неисправимый мечтатель

pavel@vestor.in

[@p_cherkashin](https://www.instagram.com/p/_cherkashin)