

Sahrai bir kelebeğe bastı

**Pazarlama ve reklam dünyasında 2020'nin çeşitli olayları
nedeniyle neler olmadı ve tam da bundan dolayı neler oldu**

Hoparlörler



**Dmitry
Turkevich**

MediaSniper
Kurucu



**Roman
Antonovsky**

Ingrad Şirketler
Grubu
Yaratıcı Yönetmen



**Alexander
Kazakov**

MGCom
Programmatic
ve AdTech Başkanı



**Timur
Spiridonov**

NTV-PLUS
Pazarlama
Direktörü



**Alexander
Kubaneishvili**

Kubik birleşik
Baş yönetici



Between Exchange
Geliştirme Direktörü



**Vadim
Melnikov**

Bireysel Girişimci
Melnikov
Bireysel Girişimci



Роман Антоновский



Девелопмент

До и после пандемии



До пандемии

Прогулка жителя по району



После пандемии



До пандемии

Бабушки на лавочке



После пандемии



До пандемии

**Дети
играют
во дворе**



После пандемии



До пандемии

Прогулка с питомцем по жилому кварталу



После пандемии



До пандемии

Очередь в салон красоты

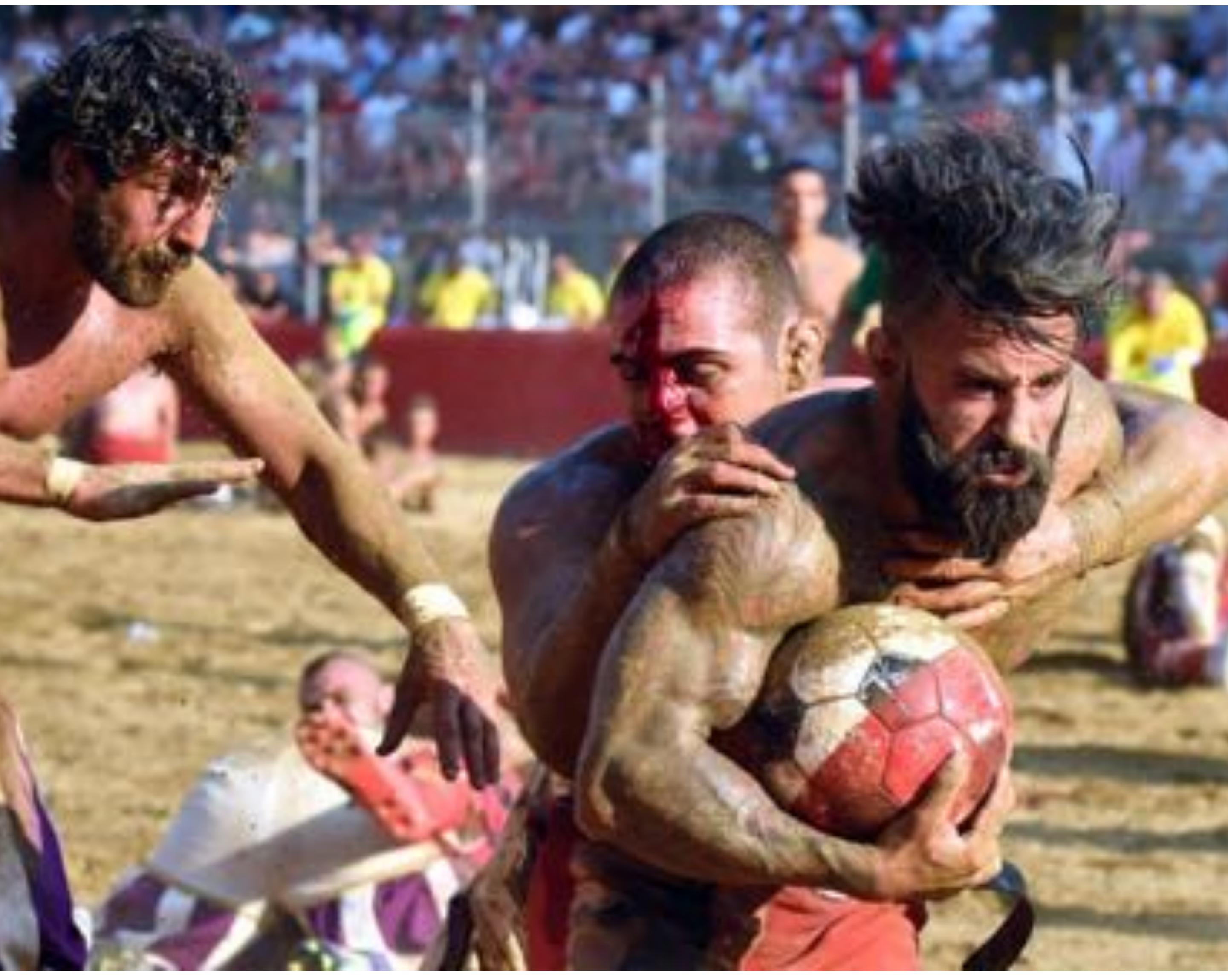


После пандемии



До пандемии

Футбол



После пандемии



До пандемии

Свидание



После пандемии



До пандемии

Заселение в квартиру



После пандемии

ЧЕМ ОТВЕТЯТ ДЕВЕЛОПЕРЫ?

Рециркуляторы воздуха и дезинфекторы воздуха



Открытие дверей по Face ID



**Бесконтактные
постаматы
для доставки
пищи**



Измерение температуры тела в лифте



Антивандальные домофоны и входные двери



**Выбор и покупка
квартиры
полностью онлайн**





Тимур Спиридов

● НТВ, плюс

ВСЕГДА. ВЕЗДЕ. НА ЛЮБОМ УСТРОЙСТВЕ



Клиент

Всё ещё прав

**Сложившаяся
ситуация
VS ожидания**

Ситуация в телекоме



Ситуация в вещании

Что вы еще не видели
из того, что хотели
бы посмотреть



Что делается правильно,
а что можно было бы
изменить



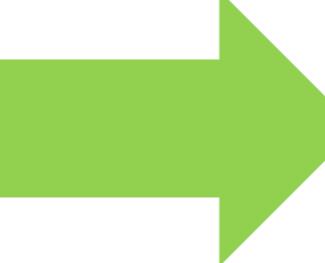
Где моя тачка, чувак ?

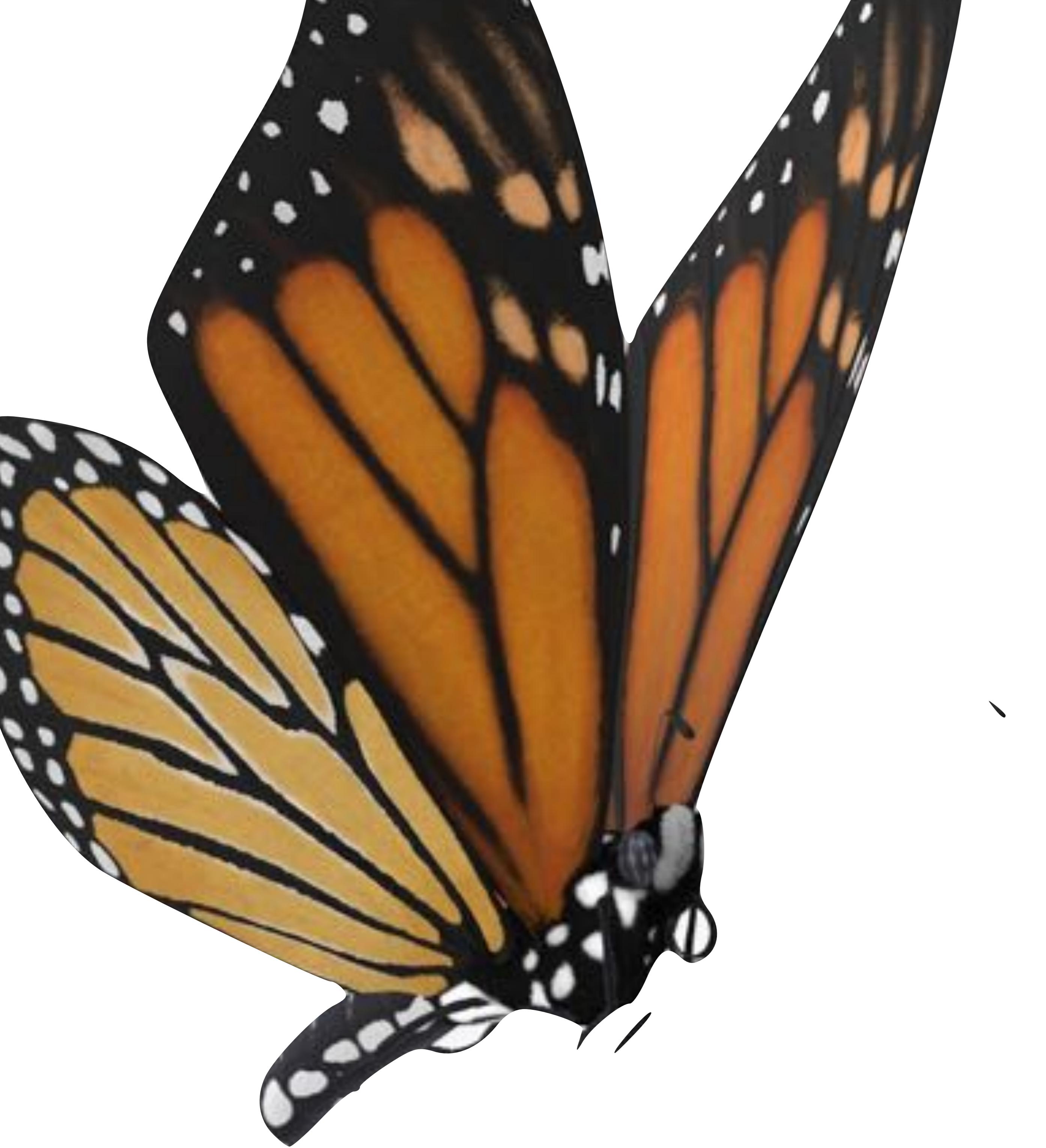


Александр Казаков

MGCom

Дуализм помидора





**ОНА
ПРОДОЛЖАЕТ
ЛЕТАТЬ**



МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ ОТ КОММИТОВ





**ЕЩЁ БОЛЬШЕ
ОДИНАКОВЫХ
СОТРУДНИКОВ
И ШАБЛОННЫХ ЗАДАЧ**

**ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ БЫВАЕТ
НЕ ТОЛЬКО МЕДИЙНЫЙ,
НО И ПЕРФОРМАНС,
А ТАКЖЕ SEO**





РОЛЬ АГЕНТСТВА — МЕДИА ПАРТНЁР



ЭХ, ГЛЕБУШКА...



ПЛАНИРОВАНИЕ ОТ РЕЗУЛЬТАТА В БИЗНЕСЕ





**НОВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
СОТРУДНИКОВ**

ЕДИНОЕ СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И АНАЛИТИКА





РОЛЬ АГЕНТСТВА — СТРАТЕГИЧЕСКИЙ КОНСАЛТИНГ



Дмитрий Туркевич

 *MediaSniper*

DATA X BUTTERFLY



MediaSniper



ЕСЛИ БЫ ОНА УЦЕЛЕЛА





МЫ ЗНАЛИ БЫ ИХ ТОЛЬКО
С ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СТОРОНЫ

THANKS TO THE QUARANTINE
I FINALLY FINISHED PORNHUB

GOTTA SAY IT GETS
REALLY WEIRD NEAR THE END

**3RD PARTY COOKIES
ЖИЛИ БЫ ВЕЧНО,
А РЕКЛАМА
ПРЕДУГАДЫВАЛА
ЖЕЛАНИЯ**

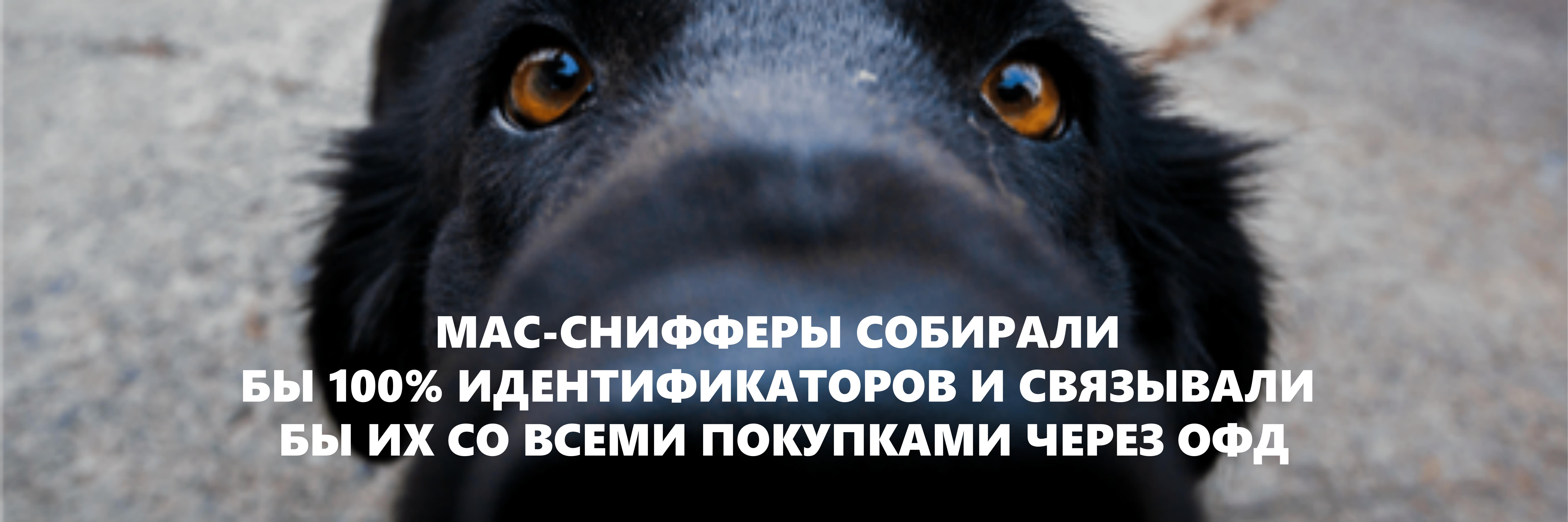




МАРКЕТПЛЕЙСЫ ПРОДАВАЛИ БЫ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМ

У ТЕЛЕКОМА ПОЯВИЛИСЬ БЫ ПОТРЯСАЮЩЕ
ЭФФЕКТИВНЫЕ РЕКЛАМНЫЕ ПРОДУКТЫ



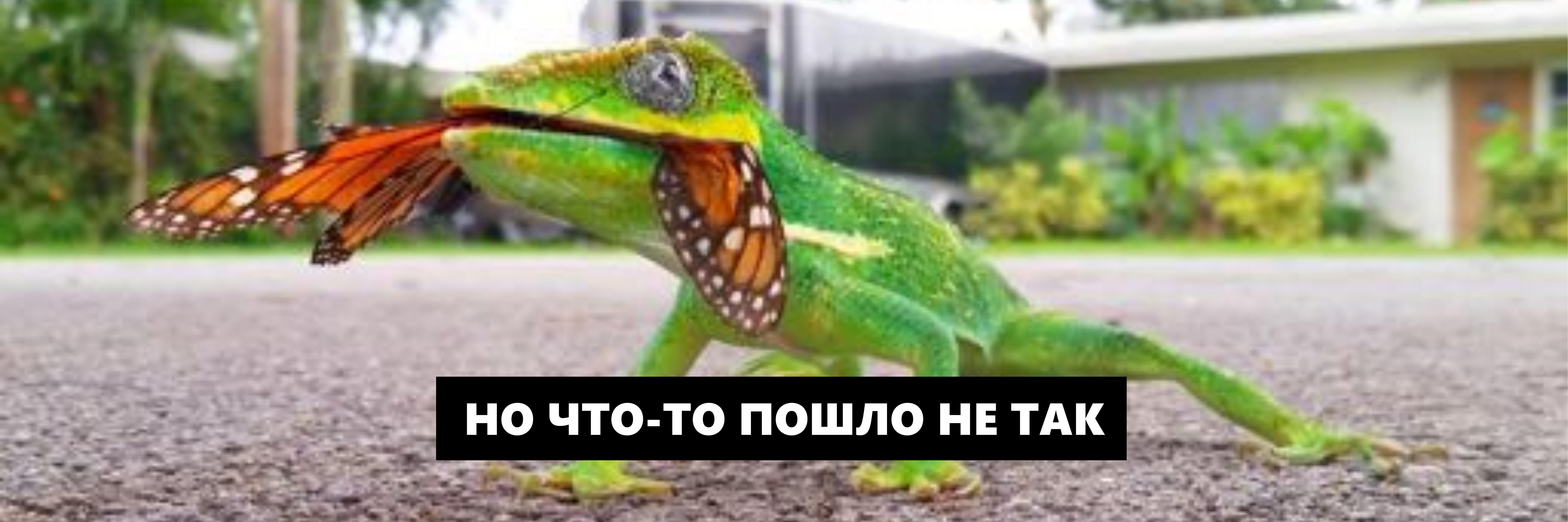


МАС-СНИФФЕРЫ СОБИРАЛИ
БЫ 100% ИДЕНТИФИКАТОРОВ И СВЯЗЫВАЛИ
БЫ ИХ СО ВСЕМИ ПОКУПКАМИ ЧЕРЕЗ ОФД

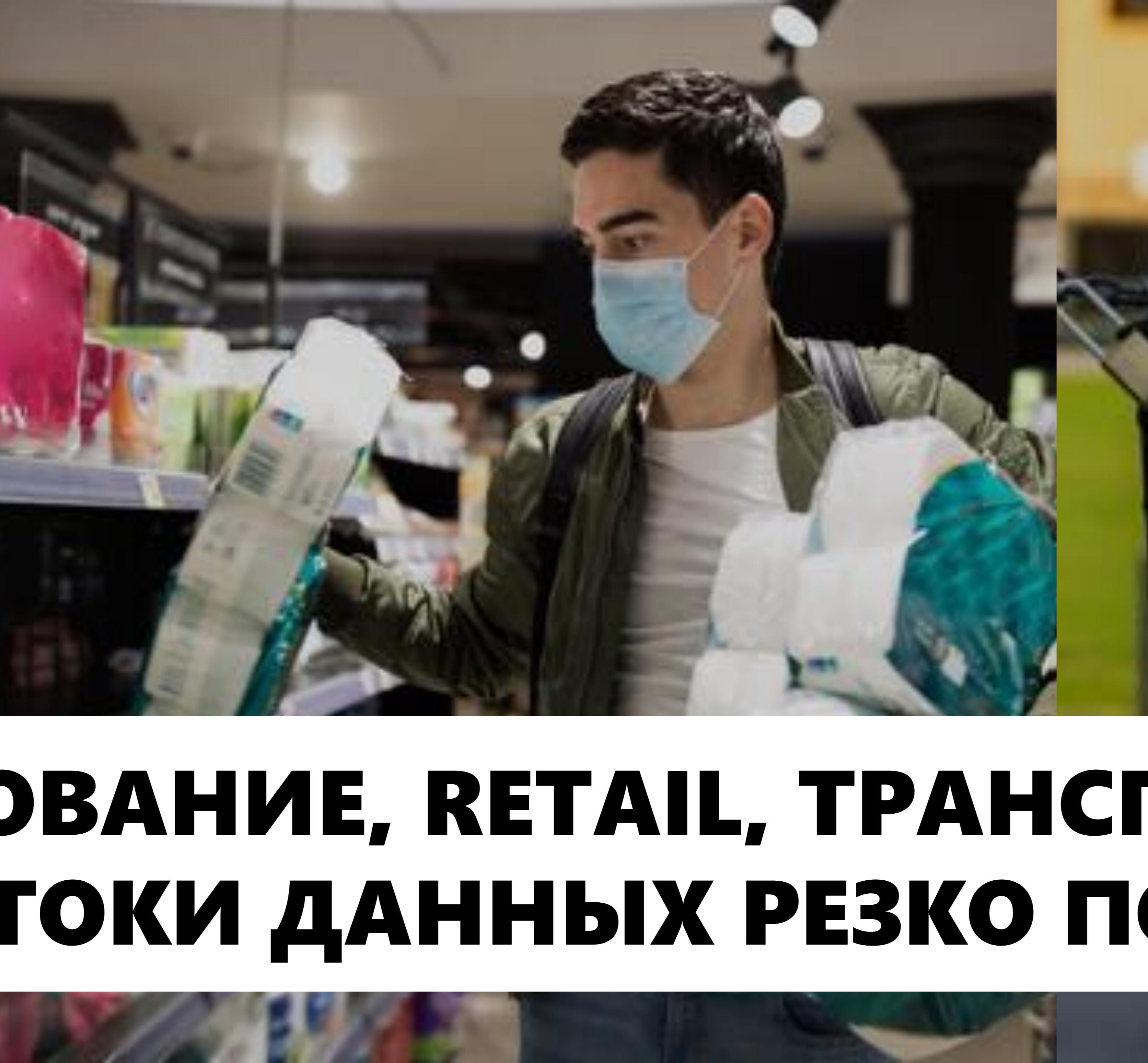
CRM НА 100% МАТЧИЛИСЬ БЫ
С РЕКЛАМНЫМИ ИДЕНТИФИКАТОРАМИ

CRM-кампании

USER



НО ЧТО-ТО ПОШЛО НЕ ТАК



**ОБРАЗОВАНИЕ, RETAIL, ТРАНСПОРТ,
УСЛУГИ И ПОТОКИ ДАННЫХ РЕЗКО ПОМЕНЯЛИСЬ**



CCPA

CONTEXT&1ST
PARTY DATA

SAFARI

FINGERPRINTING

CHROME

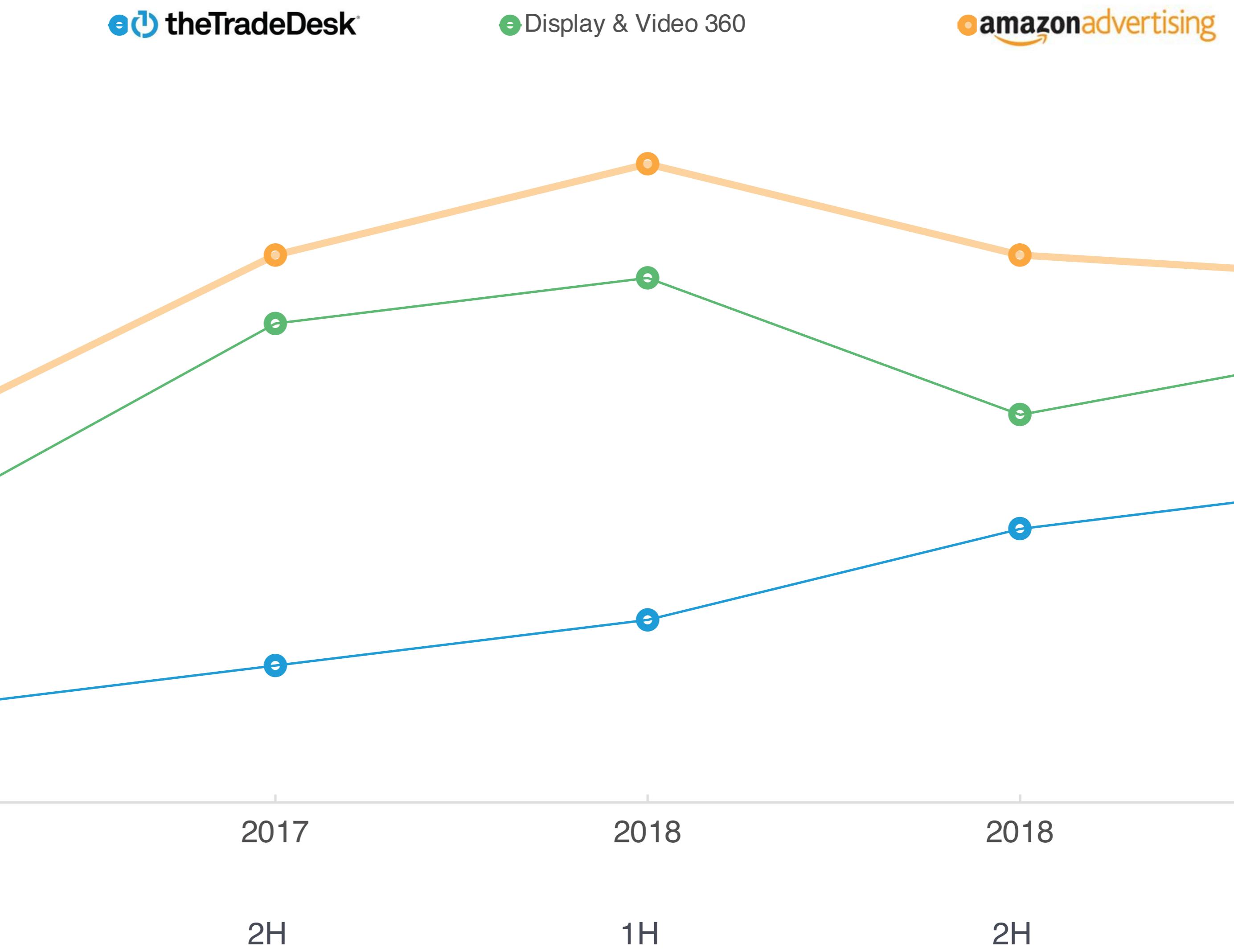
3RD PARTY COOKIES & WEB RETARGETING
& SMALL PUBLISHERS

GDPR

FIREFOX

МАРКЕТПЛЕЙСЫ ПРОДАЮТ НЕ ТОЛЬКО ТОВАРЫ

#1 PREFERRED DSP ?
AMAZON



**РЕКЛАМНЫЕ ПРОДУКТЫ ОПЕРАТОРОВ ПОКА НЕ ВЗЛЕТЕЛИ,
А СКОРО ПРИДЕТ DNS OVER HTTPS**



**ЗЛОБНЫЕ
ОПЕРАЦИОНКИ
ОТДАЮТ СНИФФЕРАМ
НЕПРАВИЛЬНЫЕ
МАС-АДРЕСА**





CRM MATCH-RATE

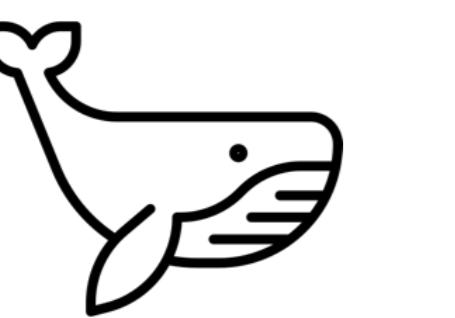


Александр Кубанеишвили



**Площадок
(медиа площадок)
больше нет**





ADVERTISERS

МТС
PepsiCo
Tele2
Мегафон
Nestle
М Видео/Эльдорадо
Сбербанк
Билайн
OTC Pharm
Reckitt Benckiser

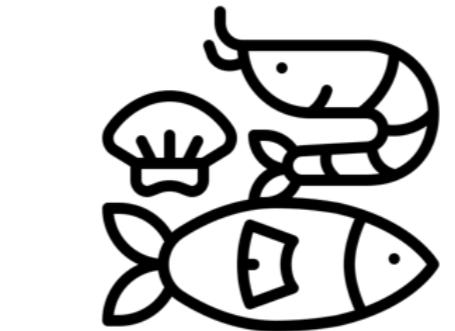
\$ 648 bln



AGENCIES

Omnicom
WPP
Publicis Groupe
Dentsu
IPG
Havas

\$ 62 bln



PLOSCHADKI

Yandex
Google
Mail.ru Group
Facebook
Avito

\$ 1 795 bln



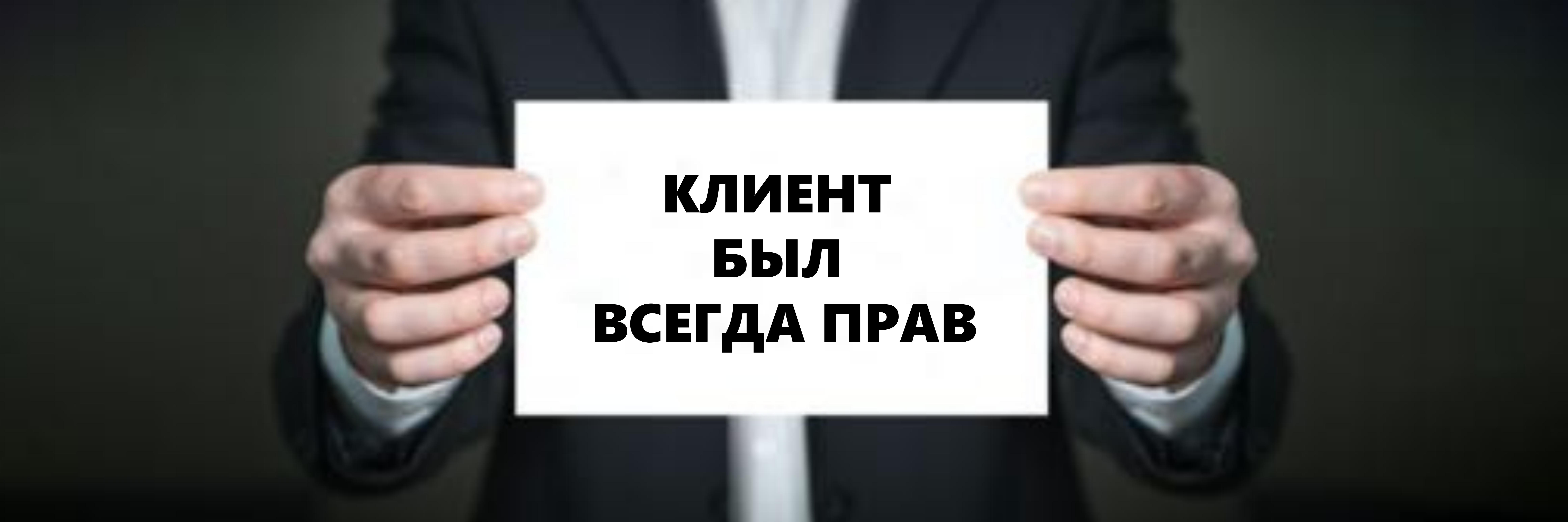
verizon



... "My guess is that all these advertisers will be back on the platform soon enough".

... "We're not going to change our policies or approach on anything because of a threat to a small percent of our revenue".





**КЛИЕНТ
БЫЛ
ВСЕГДА ПРАВ**



Вадим Мельников



РЫНОК



ЧТО ЖДАЛИ ОТ РЕКЛАМНОГО РЫНКА 2020 ГОД НАЗАД

group^m



Zenith
The ROI agency

OMP

Среднерыночно

+3,9%
+5,7%
+6%
+7,7%
+5,9%



ЧТО ЖДАЛИ ОТ ДИДЖИТАЛ РЕКЛАМНОГО РЫНКА 2020 ГОД НАЗАД



Среднерыночно

+10%
+11,5%
+22%
+15,8%



ЧТО ЖДУТ ОТ РЕКЛАМНОГО РЫНКА 2020 СЕЙЧАС



group^m



Среднерыночно

-4,8%
-11%
-7%
-10,6% / 17,2%
-10%

**ВВП -4,5%-5,5% (Банк России) / -3,9%
(Минэкономразвития) / -5%
(Минпромторг) / -6,6% (МВФ) / -4% (ВЭБ) /
-4,2% (НИУ ВШЭ) ~ -4,6%**



ЧТО ЖДУТ ОТ ДИДЖИТАЛ РЕКЛАМНОГО РЫНКА 2020 СЕЙЧАС



group^m



Среднерыночно

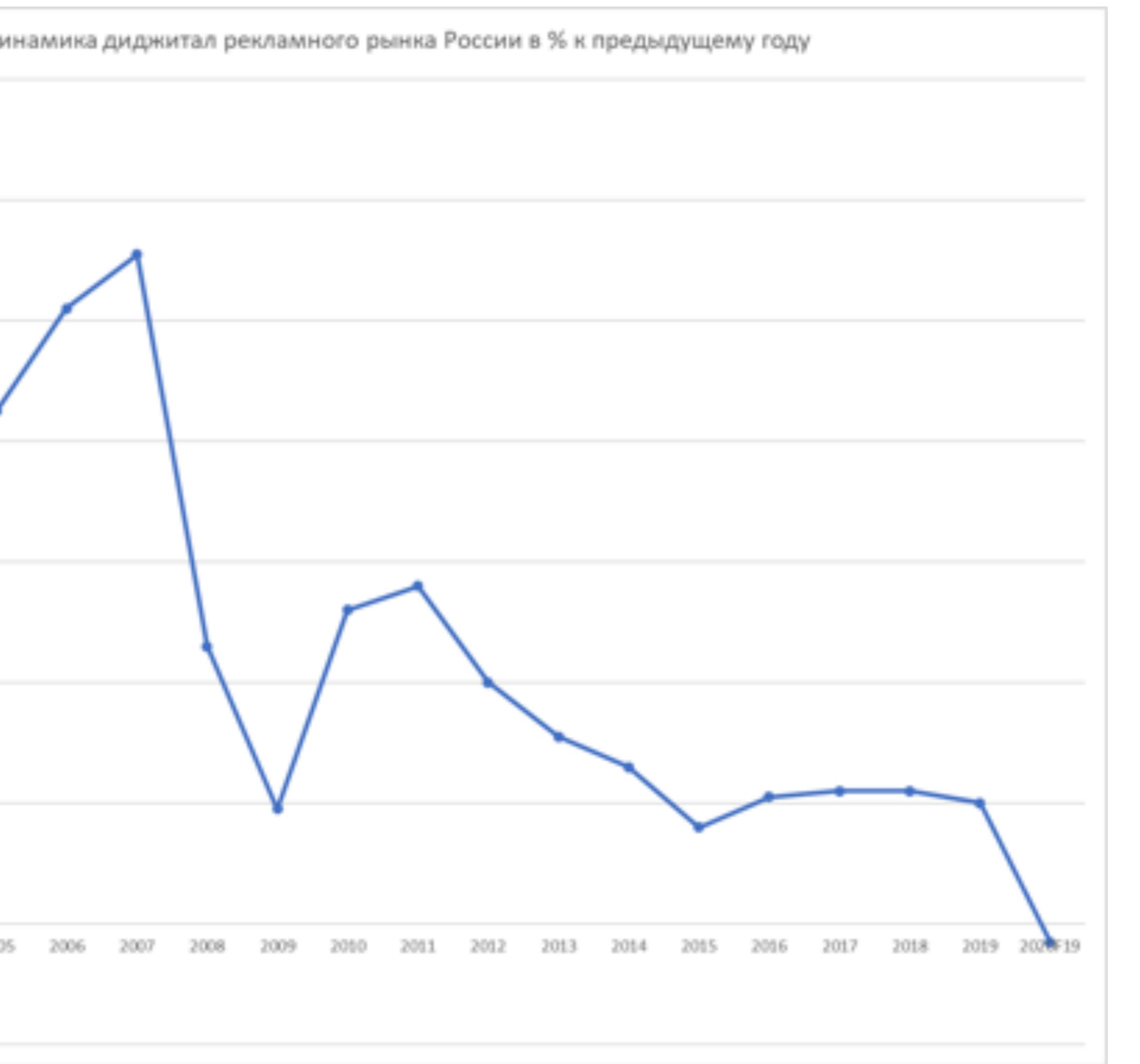
+3,5%

-2,1%/-9,7%

-6%

+2%

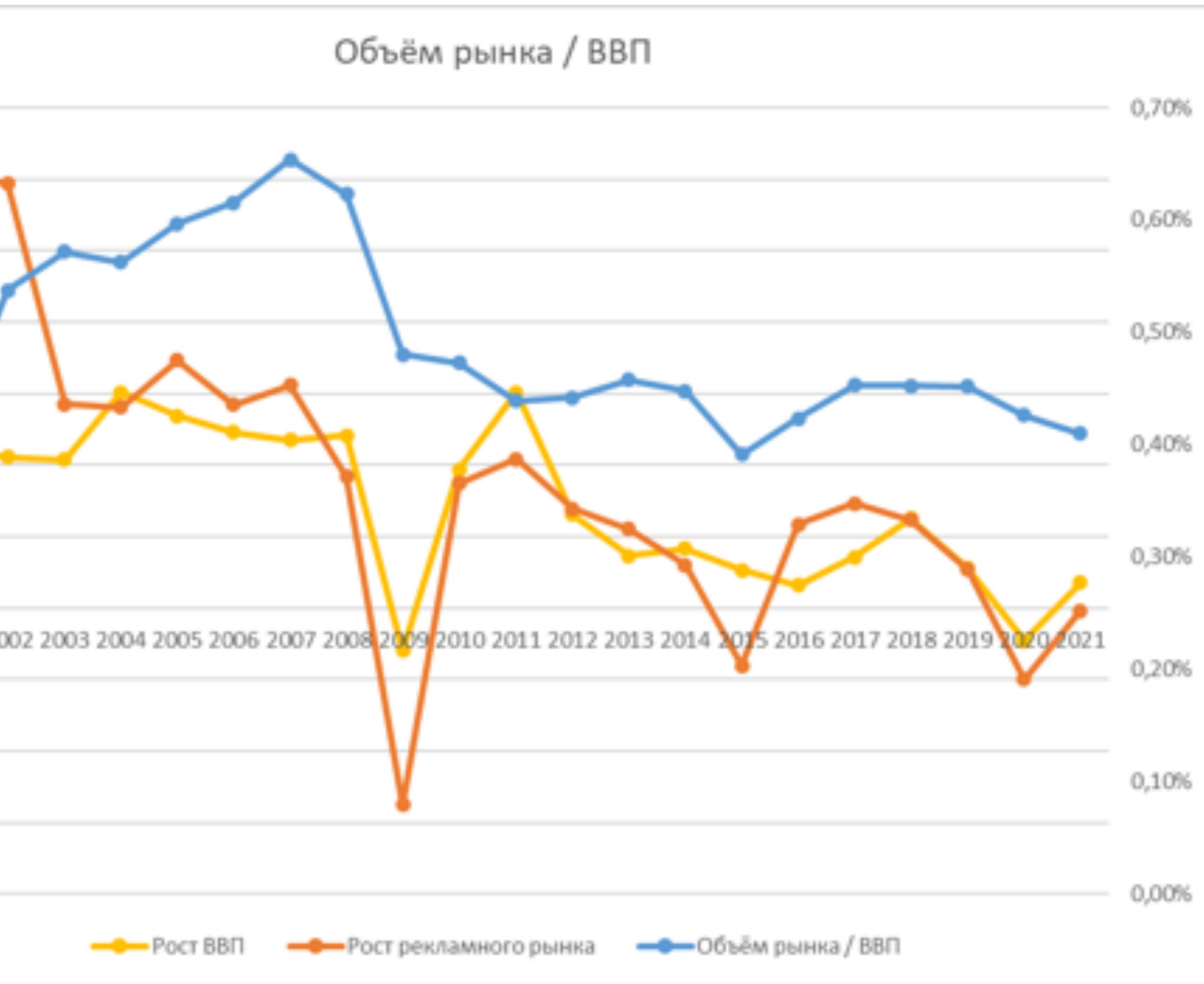
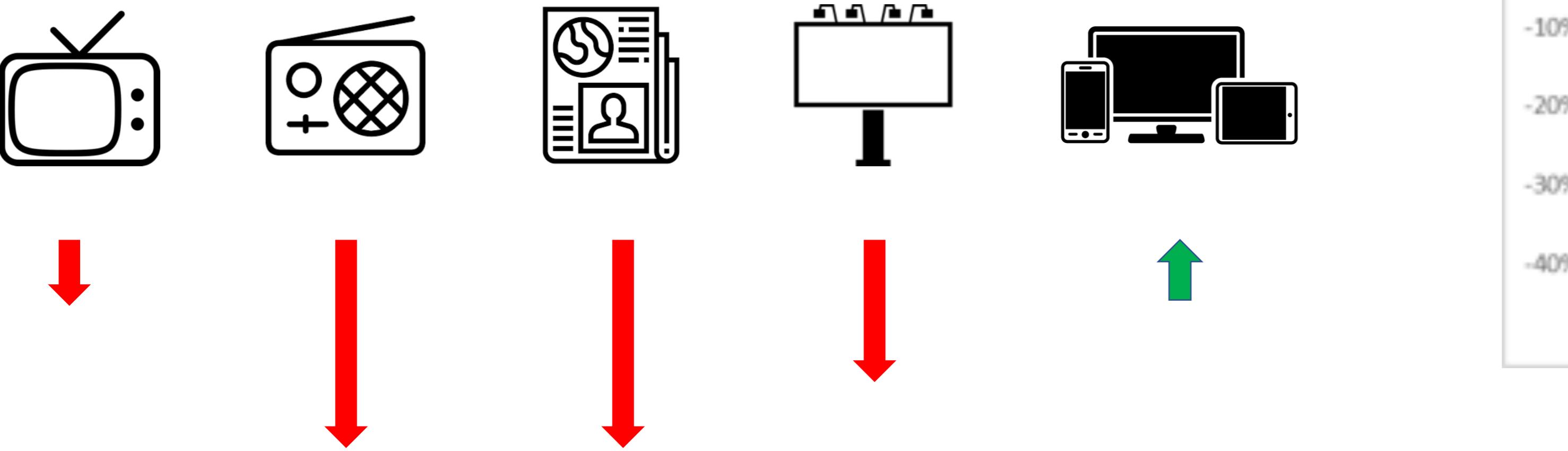
-3%



ПРОГНОЗ НА 2021

**ВВП +3,5 (BofA) / +4,4% (МВФ) /
3,1% (НИУ ВШЭ) ~ 3,5%**

**При падении индекса
«объём рынка к ВВП» до 0,41
это даст падение рынка
рекламы на 0,4%**





Олег
Николаев

КОФЕ С СОБОЙ



ШАУРМА





ВСЁ!