

All sides
of communication

SA Digest

Выпуск #10

sa.media



**SMART
VIEW**

All sides
of media

**TOTAL
VIEW**

All sides
of media

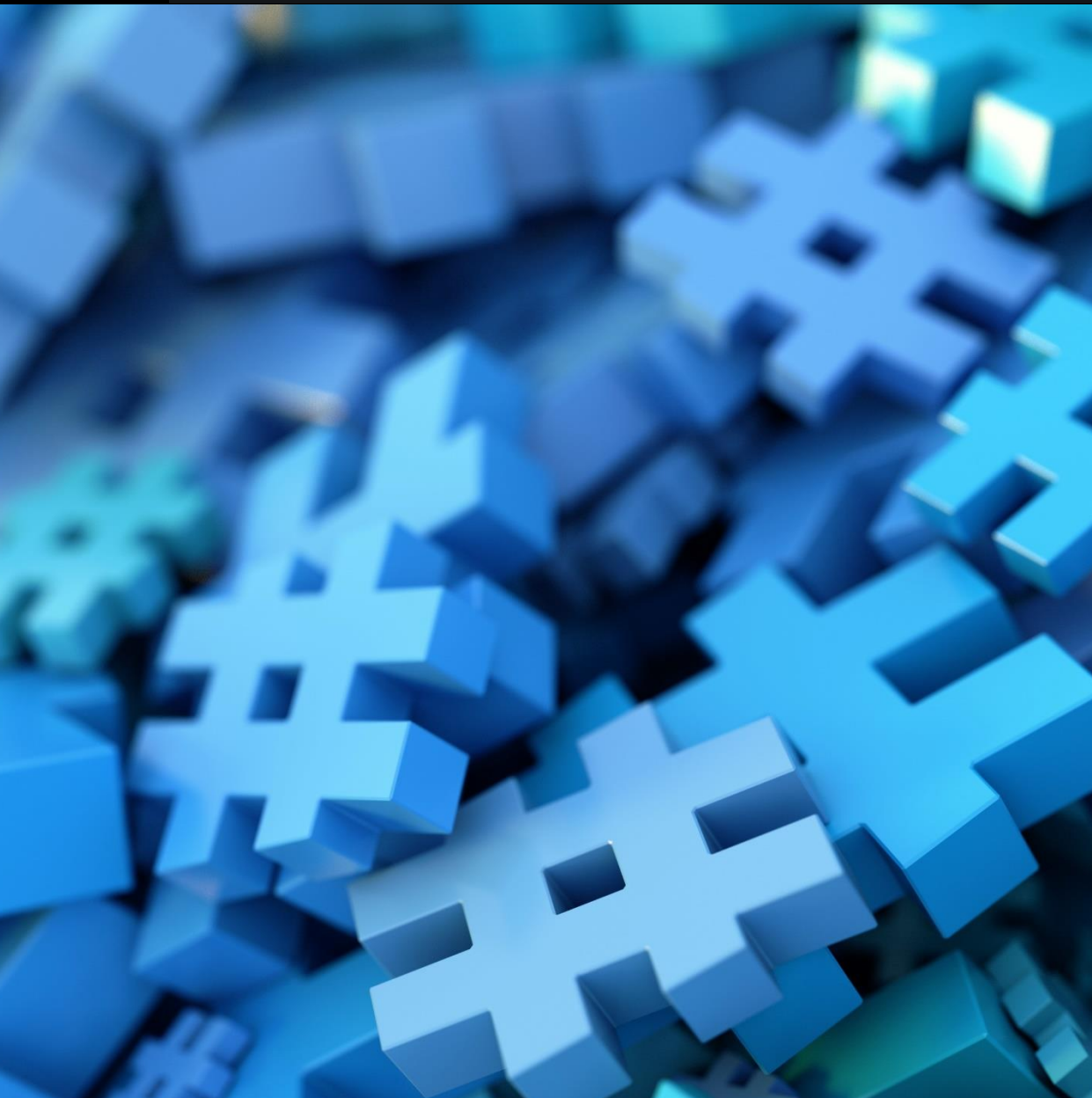
**SA
DIGITAL**

All sides
of digital

**DARO
MANIA**

All sides
of merchandise

RU__PORT КРЕАТИВНОЕ
АГЕНТСТВО



01 НОВОСТИ



Мы собрали для Вас интересные новости рынка за июль

«Магнит» завершил покупку «Дикси»
#ритейл

Бюджеты на наружку впервые
вырастут после пандемии

#наружка



Эксперты прогнозируют рост объёмов DOOH-сегмента до 50-60 млрд к \$2026 году

#наружка



Букмекеры возглавили топ-10 рекламодателей Игр-2020 на ТВ

#медиа



Число абонентов платного ТВ выросло на 160 тыс. во втором квартале

#медиа



Канал ТНТ стал лидером телесезона среди молодой аудитории

#медиа



Instagram ограничит таргетирование рекламы на несовершеннолетних

#digital



Facebook запустил генератор идей для рекламных кампаний

#digital



Сеть магазинов «ВкусВилл»
извинилась за рекламу с ЛГБТ-парой

#маркетинг



Delivery Club и Everink Tattoo
выпустили временные тату с QR-
кодами для кафе — в соцсетях
сравнили идею с концлагерем

#маркетинг



45% PR-агентств увеличили штат
сотрудников и расширили свой
функционал

#маркетинг



Доходы россиян во втором квартале
выросли на 6,8%

#исследования



70% россиян продолжают
экономить на фоне беспокойства
из-за роста цен

#исследования



Чат-боты решают 66% клиентских
запросов в банках, телекоме и
онлайн-ритейле

#технологии



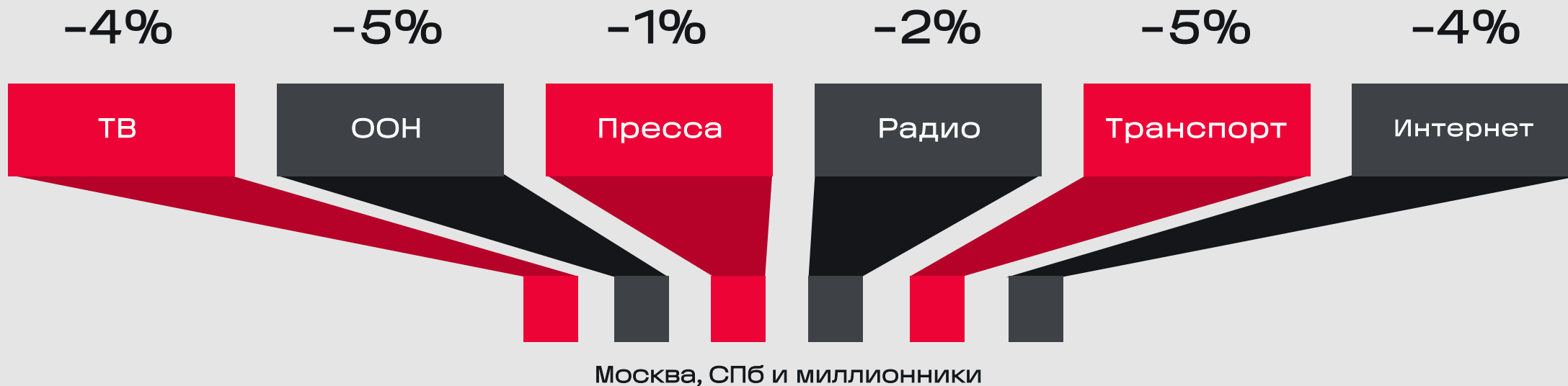


02 Аналитика



#АНАЛИТИКА

Дневной охват медиа к показателям прошлого месяца



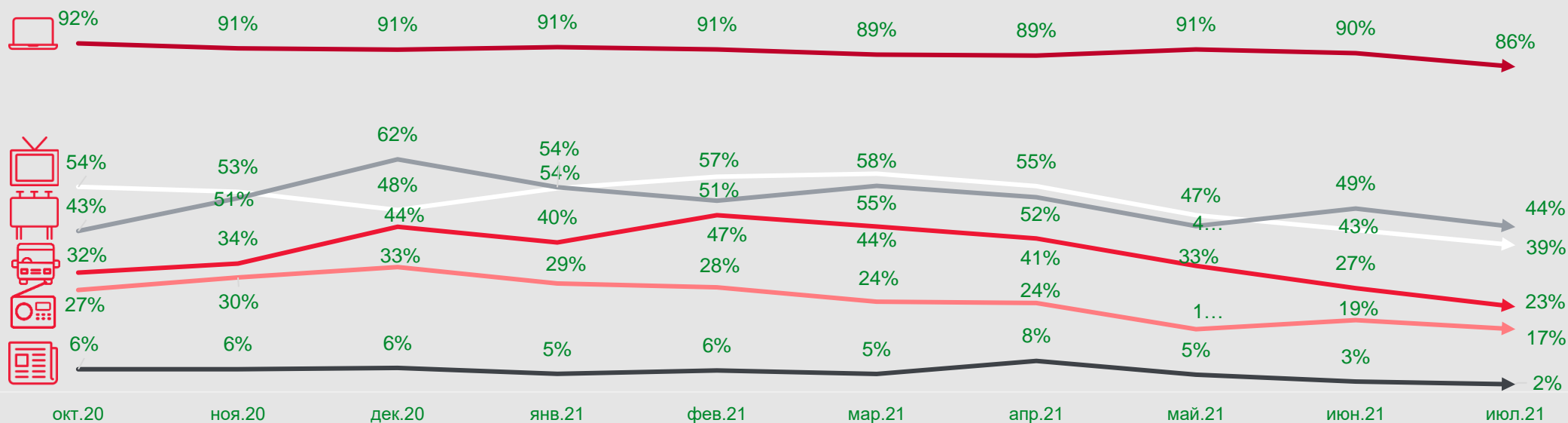
В июле потребление всех медиа снизилось.
Наибольшее падение демонстрируют ООН и транспорт.

#АНАЛИТИКА

Общая динамика медиапотребления

*раз в день и чаще

○ ТВ ● ООН ● Пресса ● Радио ● Транспорт ● Интернет



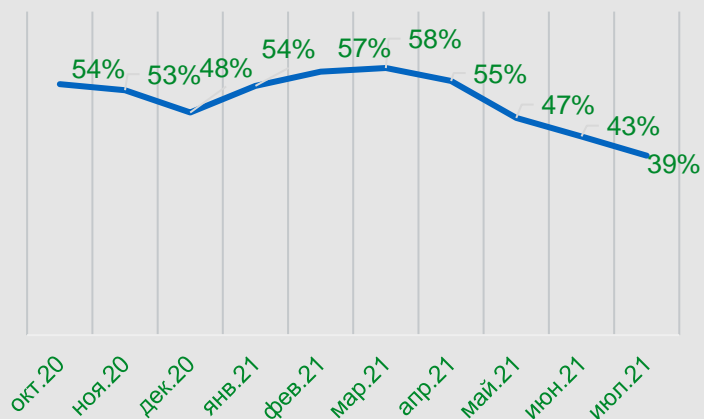
Наибольшую динамику за период проведения исследования показывают ТВ, ООН и транспорт. В июле наблюдается снижение по всем медиа.

#АНАЛИТИКА

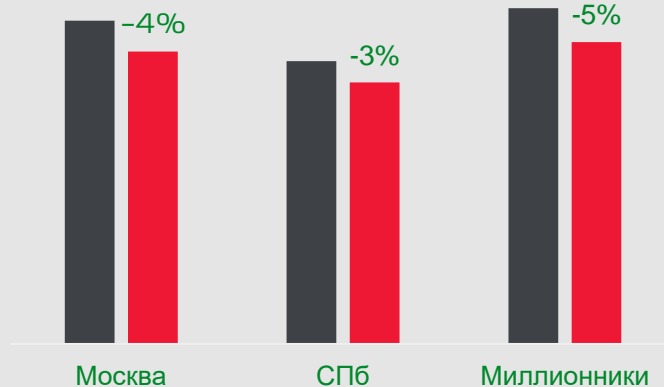
Медиапотребление: ТВ

*раз в день и чаще

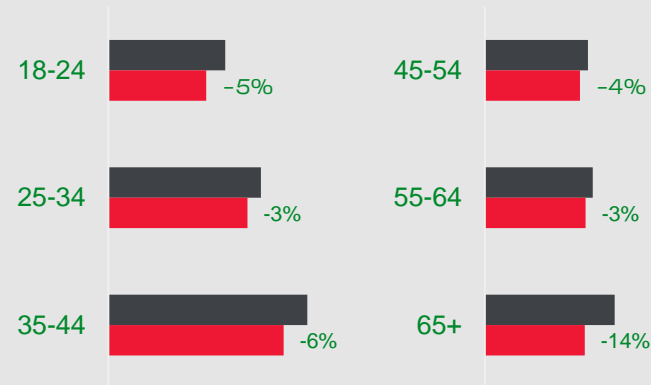
Общая динамика потребления (Мск, СПб, миллионники)



Динамика потребления в городах (к прошлому месяцу)



Динамика потребления в аудиториях (к прошлому месяцу)



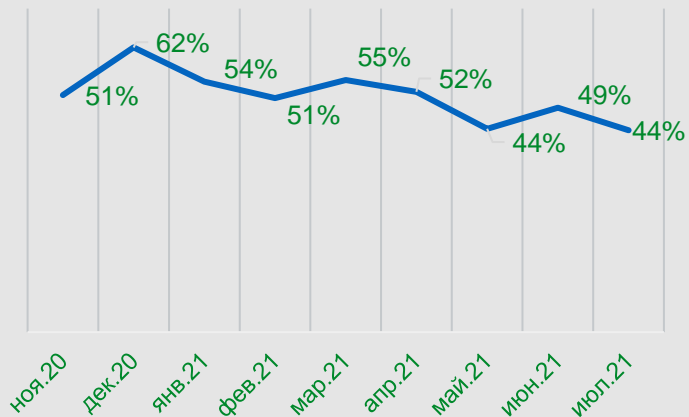
Потребление ТВ в июле снизилось во всех аудиторных группах.
Во всех географических стратах – снижение потребления ТВ на 3-5%.

#АНАЛИТИКА

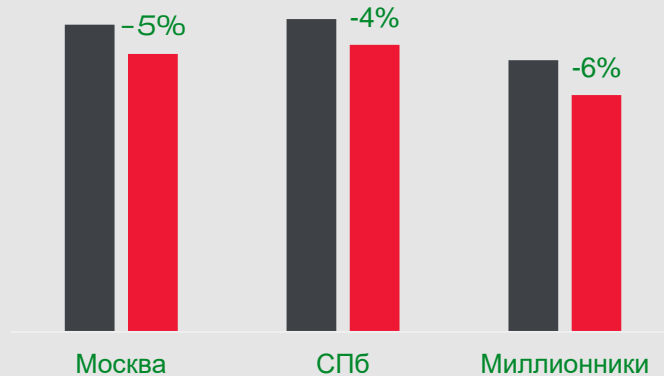
Медиапотребление: ООН

*раз в день и чаще

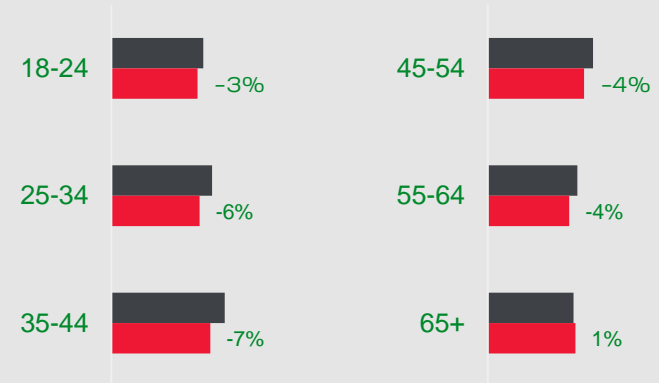
Общая динамика
потребления
(Мск, СПб, миллионники)



Динамика потребления
в городах
(к прошлому месяцу)



Динамика потребления
в аудиториях
(к прошлому месяцу)



ООН демонстрирует падение во всех гео-стратах и во всех аудиторных группах, кроме 65+ (+1%).

#АНАЛИТИКА

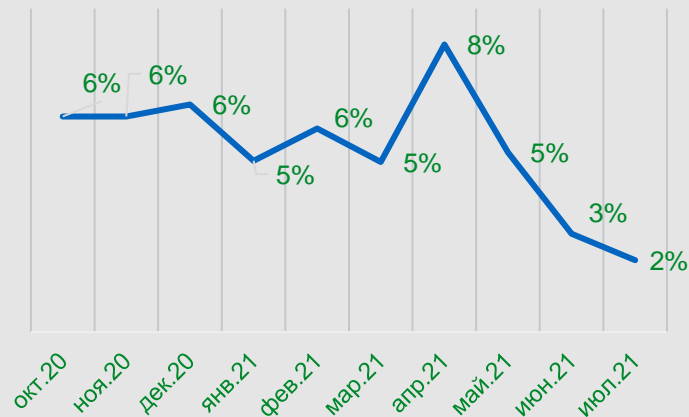
Медиапотребление: Пресса

*раз в день и чаще

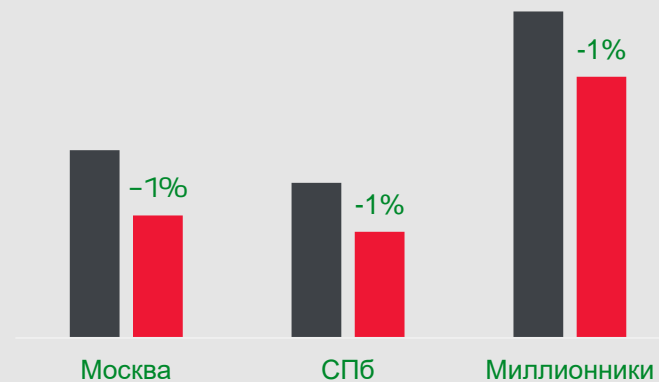


● Июнь ● Июль

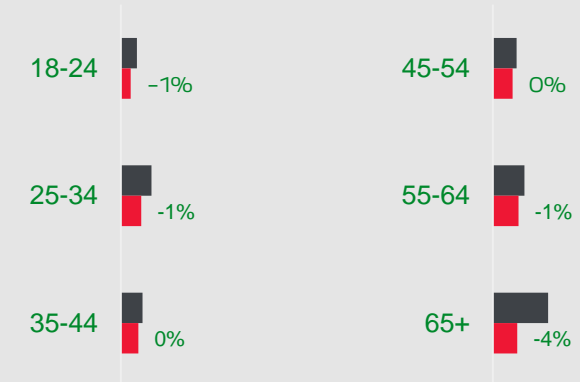
Общая динамика
потребления
(Мск, СПб, миллионники)



Динамика потребления
в городах
(к прошлому месяцу)



Динамика потребления
в аудиториях
(к прошлому месяцу)



Потребление прессы снижается: наибольшее падение в аудиторной группе 65+. Потребление на уровне прошлого месяца осталось у групп: 35-44 и 45-54.

Во всех гео-стратах также отмечается снижение потребления.

#АНАЛИТИКА

Медиапотребление: Радио

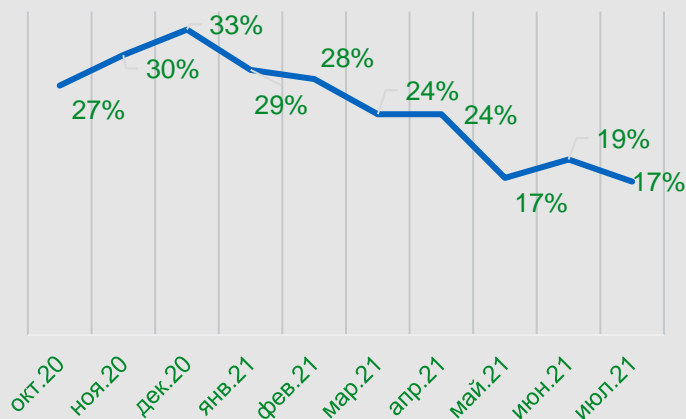
*раз в день и чаще



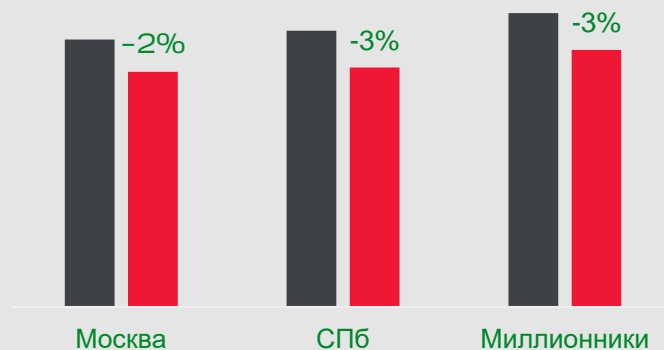
● Июнь

● Июль

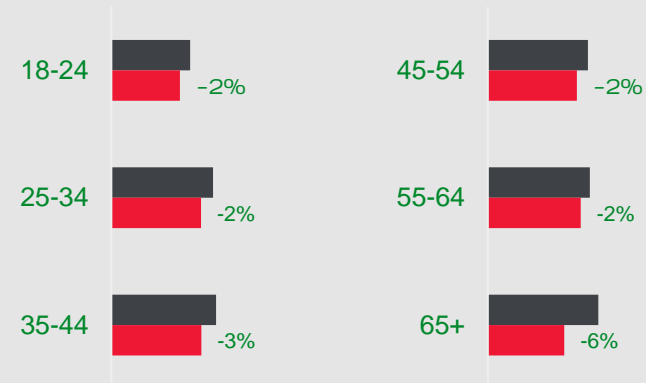
Общая динамика
потребления
(Мск, СПб, миллионники)



Динамика потребления
в городах
(к прошлому месяцу)



Динамика потребления
в аудиториях
(к прошлому месяцу)



Потребление снизилось во всех регионах и аудиторных группах.
Наибольшее падение радиослушания (-6%) у аудитории 65+.



#АНАЛИТИКА

Медиапотребление: Транспорт

*раз в день и чаще



Транспорт демонстрирует падение. Наибольшее снижение в Москве (7%) и в аудиторных группах 18-24 и 65+.

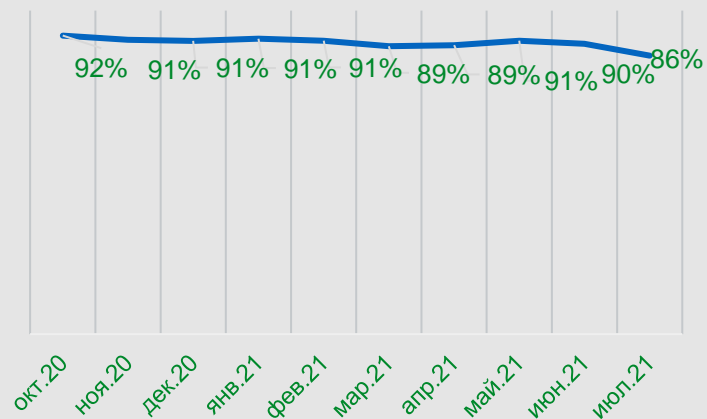
#АНАЛИТИКА



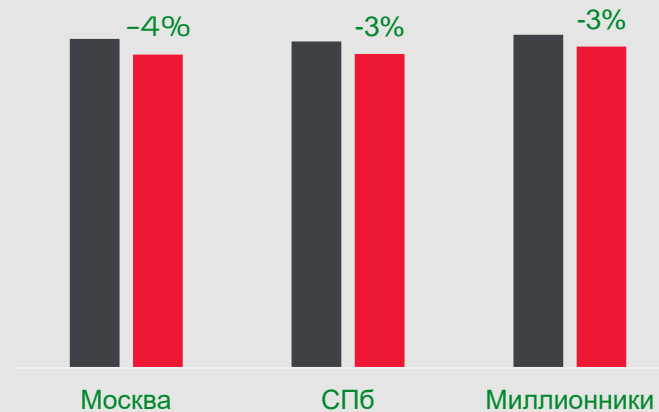
Медиапотребление: Интернет

*раз в день и чаще

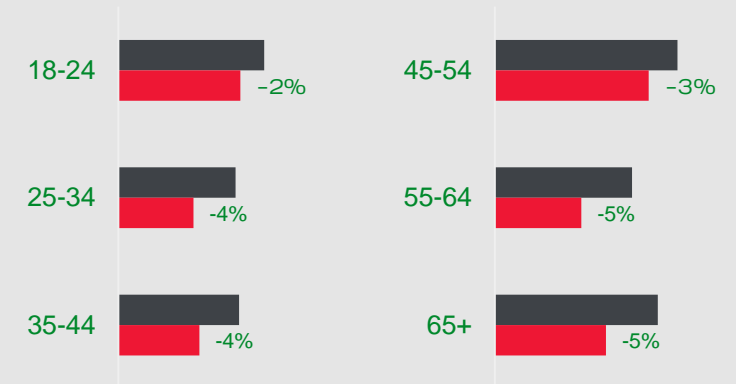
Общая динамика
потребления
(Мск, СПб, миллионники)



Динамика потребления
в городах
(к прошлому месяцу)



Динамика потребления
в аудиториях
(к прошлому месяцу)



Потребление интернета находится на стабильно высоком уровне, но в июле демонстрирует падение во всех гео-стратах и аудиторных группах.

#АНАЛИТИКА

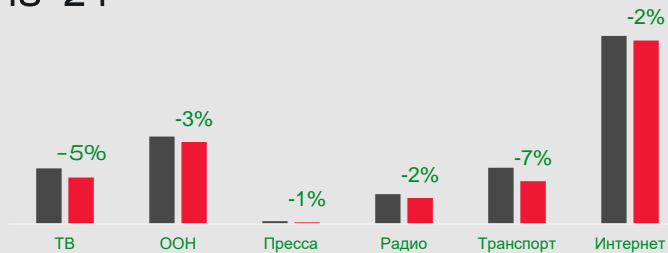
Медиапотребление в аудиторных группах

*раз в день и чаще



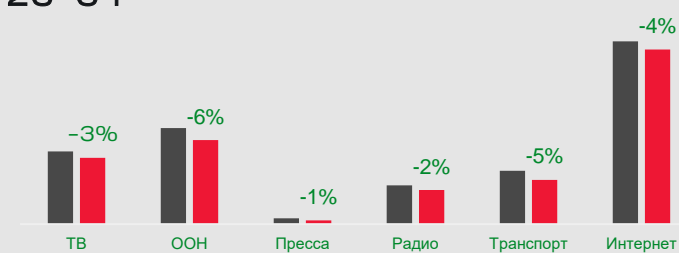
● Июнь ● Июль

18-24



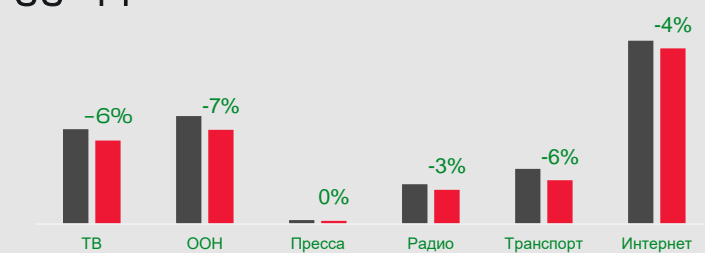
Приоритетное медиа – интернет, все медиа демонстрируют падение.

25-34



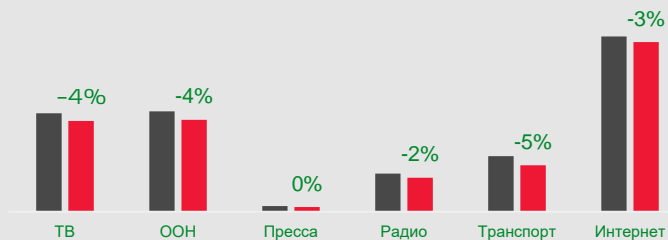
В июле все медиа демонстрируют падение. Максимальное снижение у ООН.

35-44



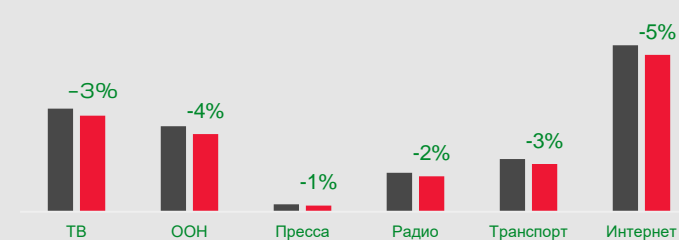
Приоритетные медиа: ТВ, ООН, интернет. Потребление прессы осталось на уровне прошлого месяца, потребление остальных медиа снижается.

45-54



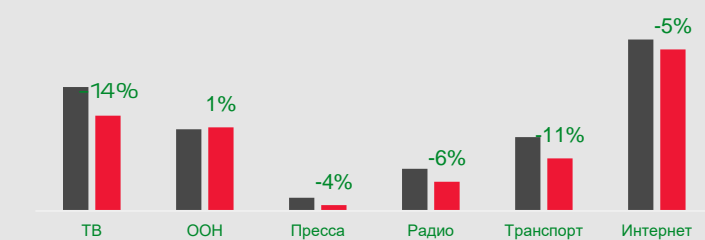
ООН – второе по потреблению медиа после Интернета. Все медиа, кроме прессы, демонстрируют падение.

55-64



Наибольшее снижение потребления демонстрирует интернет – 5%.

65+



Все медиа демонстрируют снижение, кроме ООН (+1%).

#АНАЛИТИКА



Медиапотребление в городах-миллионниках

● ТВ ● ООН ● Пресса ● Радио ● Транспорт ● Интернет

*раз в день и чаще



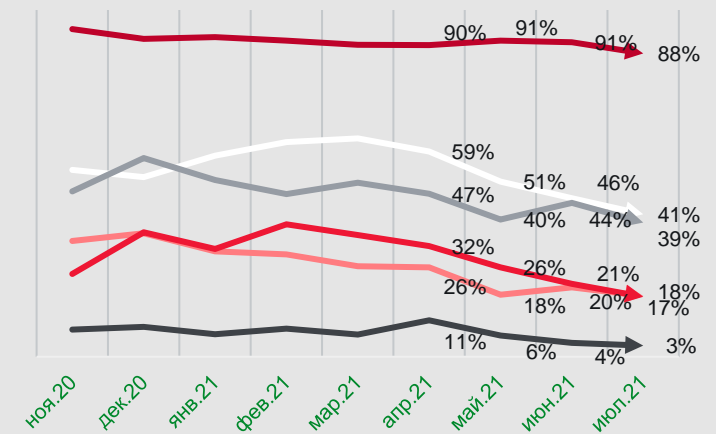
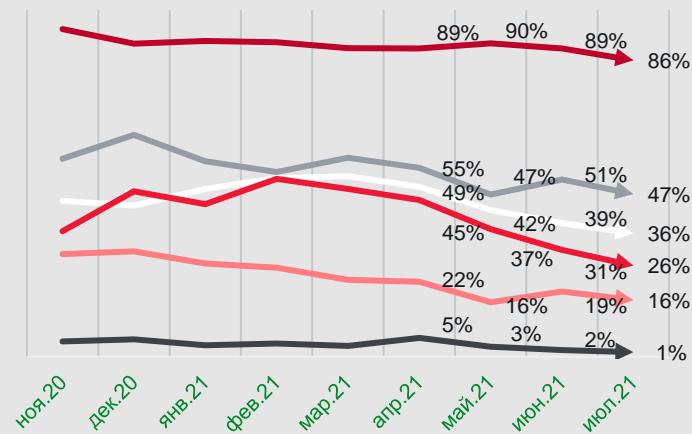
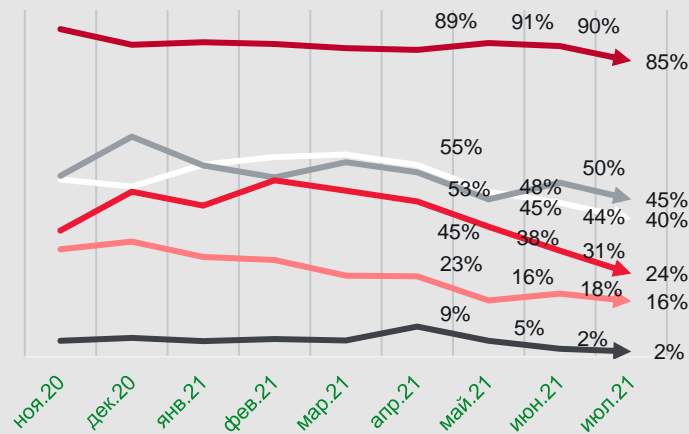
Москва



СПб



Миллионники



В Москве, СПб и городах-миллионниках динамика медиа идентична, ТОП-3 медиа в июле для всех регионов исследования – Интернет, ТВ и ООН. В СПб потребление ООН выше, чем потребление ТВ на 11%.

#ВОПРОС ОТ ЧИТАТЕЛЯ



Готовы ли Вы бойкотировать бренды из-за скандальной рекламной кампании?



Для 45% респондентов реклама и политика брендов не влияют на выбор. Каждый десятый опрошенный будет бойкотировать бренд, если его рекламная кампания идет вразрез с личными ценностями. 5% готовы отказаться от потребления бренда до тех пор, пока не изменится рекламная концепция.

#ВОПРОС ОТ ЧИТАТЕЛЯ



Готовы ли Вы бойкотировать бренды из-за скандальной рекламной кампании?



Москва



СПб



Миллионники

Реклама и политика брендов не влияют на мой выбор



42%



45%



49%

Нет, если от этого не страдает качество выпускаемой продукции



27%



25%



28%

Считаю, что подобные кампании повышают узнаваемость бренда. Становился клиентом после аналогичных случаев



13%



12%



14%

Да, если рекламная кампания идет вразрез с моими ценностями



13%



12%



5%

Могу временно перестать быть клиентом бренда, пока он не поменяет рекламную концепцию



6%



6%



5%



Во всех гео-стратах для 42 – 49% опрошенных реклама и политика брендов не влияют на выбор. 5-13% готовы отказаться от брендов, чья рекламная кампания идет вразрез с личными ценностями.

#ВОПРОС ОТ ЧИТАТЕЛЯ



Готовы ли Вы бойкотировать бренды из-за скандальной рекламной кампании?

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
Реклама и политика брендов не влияют на мой выбор	37%	40%	47%	51%	49%	50%
Нет, если от этого не страдает качество выпускаемой продукции	22%	23%	29%	28%	32%	27%
Считаю, что подобные кампании повышают узнаваемость бренда. Становился клиентом после аналогичных случаев	12%	14%	13%	13%	10%	15%
Да, если рекламная кампания идет вразрез с моими ценностями	15%	13%	10%	6%	7%	8%
Могу временно перестать быть клиентом бренда, пока он не поменяет рекламную концепцию	15%	11%	1%	1%	2%	0%



Свыше 35% представителей всех аудиторных групп считают, что политика и реклама брендов не могут повлиять на их выбор. 15% аудитории 18-24 могут временно перестать быть клиентами бренда, пока не будет изменена рекламная концепция. 10-15% опрошенных считают, что подобные кампании повышают узнаваемость брендов.

#ВЫВОДЫ



Для всех медиа характерно снижение потребления в июле 2021 года.



Транспорт и ООН демонстрируют самое высокое снижение - 5%.



Интернет остается наиболее релевантным медиа для всех аудиторных групп и гео-страт. По уровню потребления также лидируют ТВ и ООН.



В совокупности 45% опрошенных говорят о том, что реклама и политика брендов не влияет на их выбор. Самый высокий показатель в городах-миллионниках – 49%, самый низкий в Москве – 42%. 10% готовы отказаться от бренда, если его рекламная концепция идет вразрез с личными ценностями.



13% респондентов становились клиентами бренда после скандальных рекламных кампаний, считая, что подобная концепция повышает узнаваемость бренда. Такое поведение в основном характерно для аудиторий 25-34 и 65+.



03 Technology

dsp.oohdesk.ru



#OOHDESK DSP

Интеграция с операторами
RGB Графика, Перспектива,
Blackboard

В Oohdesk DSP пополнение в рядах медиафасадов. 2 медиафасада в Москве от RGB Графика (Аэропорт Внуково и Ленинградское шоссе). И дополнительные стороны в Нижнем Новгороде от операторов Перспектива и Blackboard.





ГЕНЕРАЦИЯ УПД

Теперь в конце месяца клиенту приходит универсальный передаточный документ (первичный учетный документ, содержащий одновременно все обязательные реквизиты, предусмотренные законодательством). Никакой бюрократии – **make rules.**

СКАЧИВАНИЕ СТАТИСТИКИ



Для самых внимательных в Oohdesk DSP сделали возможность скачивания выгрузки OTS по каждой стороне за каждый день кампании. Это подойдет для представителей малого и среднего бизнеса, которые находятся на стадии тестирования DOOH-возможностей. Вы сможете сравнивать эффективность своей РК по дням и регулировать настройки.

test											
1	Дата	Адрес	Вид	GID	Оператор	ИТОГО	Показы	Бюджет	OTS	% выигрыша	
2	23.04.2021	ТТК (Маслова Неклиня ул., д. 8, ЦРП, 3. оп. до Х с Башиловой	Биллборд (6x3)		MOS1189APL	Gallery	150	512,52	8895		100
3	23.04.2021	Новослободская ул., (38 м справа в область после д. 62 к)	Биллборд (6x3)		MOS2795APL	Gallery	2	6,5	196		100
4	23.04.2021	Бутырская ул., д. 62, (310 м до Хс ул. Новодмитровская)	Биллборд (6x3)		MOS1914APL	Gallery	2	7,44	171		100
5	23.04.2021	Волоколамское ш. д. 65	Биллборд (6x3)		MOS2702APL	Gallery	2	5,28	155		50
6	23.04.2021	Мира пр-т, д. 105, (1-2 оп. после Х со Звездным б-ром)	Биллборд (6x3)		MOS1281APL	Gallery	2	9,88	108		40
7	23.04.2021	Коровинское ш., д. 16	Биллборд (6x3)		MOS4537APL	Gallery	2	6,84	108		50
8	23.04.2021	Строгинское ш., (50 м от Строгинского моста (из центра))	Биллборд (6x3)		MOS2871APL	Gallery	3	9,14	210		100
9	23.04.2021	Волоколамское ш., д. 86-88 (17-18 оп. до Х со 2-м Волоколамским	Биллборд (6x3)		MOS0313APL	Gallery	3	5,68	72		100
10	23.04.2021	Свободы ул., д. 45, (Х с Парусным пр-дом)	Биллборд (6x3)		MOS4579APL	Gallery	3	8,51	156		100
11	23.04.2021	Новошчининская ул., д. 3	Биллборд (6x3)		MOS2343APL	Gallery	3	10,59	103		75
12	23.04.2021	Илимская ул., д. 9 Х с Алтуфьевским ш., д. 81	Биллборд (6x3)		MOS7303APL	Gallery	3	6,16	170		100
13	23.04.2021	Новошчининская ул., д. 4	Биллборд (6x3)		MOS2798APL	Gallery	2	5,1	71		100
14	23.04.2021	Дмитровское ш., д. 90 к.2	Биллборд (6x3)		MOS2713APL	Gallery	2	4,01	114		66
15	23.04.2021	ТТК, (внешняя сторона) (Сущевский Вал, д. 67)	Биллборд (6x3)		MOS2878APL	Gallery	3	6,24	140		100
16	23.04.2021	3-й Красногорский пр-д Х с Волоколамским ш., д. 30	Биллборд (6x3)		MOS7328APL	Gallery	2	8,88	190		40
17	23.04.2021	Строгинское ш., (100м до Х Аллея Дорога Жизни (из центра) поз. 2	Биллборд (6x3)		MOS2396APL	Gallery	1	6,12	147		33
18	23.04.2021	Строгинское ш., 275м до Строгинского моста (в центр)	Биллборд (6x3)		MOS2282APL	Gallery	3	14,72	106		100
19	23.04.2021	Академическая Большая ул. д. 31 к1, начало дома	Биллборд (6x3)		MOS1201APL	Gallery	2	8,04	66		50
20	23.04.2021	Шереметьевская ул., д. 10	Биллборд (6x3)		MOS7161APL	Gallery	3	7,55	144		100
21	23.04.2021	Ленинградский пр-т, д. 68-72	Биллборд (6x3)		MOS2653APL	Gallery	3	5,68	249		75
22	23.04.2021	Мира пр-т, д. 150	Биллборд (6x3)		MOS2297APL	Gallery	1	3,56	51		33
23	23.04.2021	Дмитровское ш., д. 29	Биллборд (6x3)		MOS2243APL	Gallery	2	12,96	144		50
24	23.04.2021	Королева Академика ул., д. 12-19, (ЦРП, 10 оп. до Х с ул. Новою	Биллборд (6x3)		MOS0946APL	Gallery	3	5,68	3		75
25	23.04.2021	Малюковского Маршала ул., д. 8, съезд на ул. Народного Ополчени	Биллборд (6x3)		MOS7354APL	Gallery	2	4,06	66		66
26	23.04.2021	Алтуфьевское ш., д. 8	Биллборд (6x3)		MOS7301APL	Gallery	1	9,48	327		16
27	23.04.2021	Алтуфьевское ш., четная сторона, 3-я оп. после съезда с Нововлад	Биллборд (6x3)		MOS1204APL	Gallery	2	11,39	159		50
28	23.04.2021	ТТК, (внешняя сторона) (Новая Башилова ул., после Х с Петровск	Биллборд (6x3)		MOS2879APL	Gallery	2	8,04	95		66
29	23.04.2021	ТТК, (внутренняя сторона) (Сущевский вал, д. 60, после Х с Олимп	Биллборд (6x3)		MOS2880APL	Gallery	1	7,85	118		20
30	23.04.2021	Ленинградское ш., д. 50 (напротив)	Биллборд (6x3)		MOS0437APL	Gallery	2	11,21	173		40
31	23.04.2021	Ленинградское ш., д. 9, корп. 1	Биллборд (6x3)		MOS0209APL	Gallery	3	9,82	177		100
32	23.04.2021	Ленинградское ш., д. 110, (у 1 оп. после съезда на ул. Беломорск	Биллборд (6x3)		MOS0554APL	Gallery	3	13,5	260		75
33	23.04.2021	Дмитровское ш., д. 80-85 (поз.1) (ЦРП)	Биллборд (6x3)		MOS2714APL	Gallery	2	5,1	113		28
34	23.04.2021	Алтуфьевское ш., д. 33, с.1	Биллборд (6x3)		MOS7003APL	Gallery	3	14,21	294		100
35	23.04.2021	ТТК, (внешняя сторона, Сущевский Вал ул., д. 31)	Биллборд (6x3)		MOS2603APL	Gallery	2	8,04	55		40
36	23.04.2021	Ленинградское ш., д. 21, (у моста)	Биллборд (6x3)		MOS0012APL	Gallery	2	12,85	176		66
37	23.04.2021	Дмитровское ш., д. 11	Биллборд (6x3)		MOS2422APL	Gallery	2	12,07	204		66
38	23.04.2021	Ленинградское ш., д. 21, (у моста)	Биллборд (6x3)		MOS0012BPL	Gallery	2	3,97	2		100
39	23.04.2021	Ленинградское ш. 92/1 (Digital)	Биллборд (6x3)		MSBB13812A1	Russ Outdoor	3	5,68	165		100
40	23.04.2021	Ленинградский пр-т 62А, ТК "Галерея Аэропорт", м. "Аэропорт" (Digital)	Биллборд (6x3)		MSBB15664A1	Russ Outdoor	0	0	0		0
41	23.04.2021	ТТК, Сущевский Вал ул. 75с5, н-в, р/н (Digital)	Биллборд (6x3)		MSBB06822A1	Russ Outdoor	0	0	0		0
42	23.04.2021	Бутырская ул. 7, Савеловский вокзал (Digital)	Биллборд (6x3)		MSBB00028A1	Russ Outdoor	0	0	0		0
43	23.04.2021	Ленинградское ш. 63Б, 100 м до Х с ул. Беломорская (Digital), (а/с Ауди Центр Север)	Биллборд (6x3)		MSBB04331A1	Russ Outdoor	0	0	0		0
44	23.04.2021	Дмитровское ш. 102, ЦРП, Х с Дубинским пр-дом (Digital), (светофор)	Биллборд (6x3)		MSBB13794A1	Russ Outdoor	0	0	0		0
45	23.04.2021	Новослободская ул. 54-57, ЦРП (Digital), (светофор)	Биллборд (6x3)		MSBB00263A51	Russ Outdoor	0	0	0		0
46	23.04.2021	ТТК, Сущевский Вал ул. 10-12, 100 м до Х с ул. Тихвинская (Digital)	Биллборд (6x3)		MSBB000928A1	Russ Outdoor	0	0	0		0



04 Event





#EVENT

Август 2021

Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
						1
2	3	4 ▪ Тренды digital-маркетинга	5	6	7	8
9	10	11 ▪ Новые сценарии O2O маркетинга	12 ▪ Маркетинг VS продажи	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29 4
30	31					

SA MEDIA GROUP ВМЕСТЕ С ВАМИ



<http://vr.sa.media/>



SA_DIGEST@SA.MEDIA

+7 (495) 937-16-18

МОСКВА, УЛ.
ЮЖНОПОРТОВАЯ 5,
СТР. 1, ЭТАЖ 2

