

All sides
of communication

SA Digest

Выпуск #10

sa.media



SMART
VIEW

All sides
of media

TOTAL
VIEW

All sides
of media

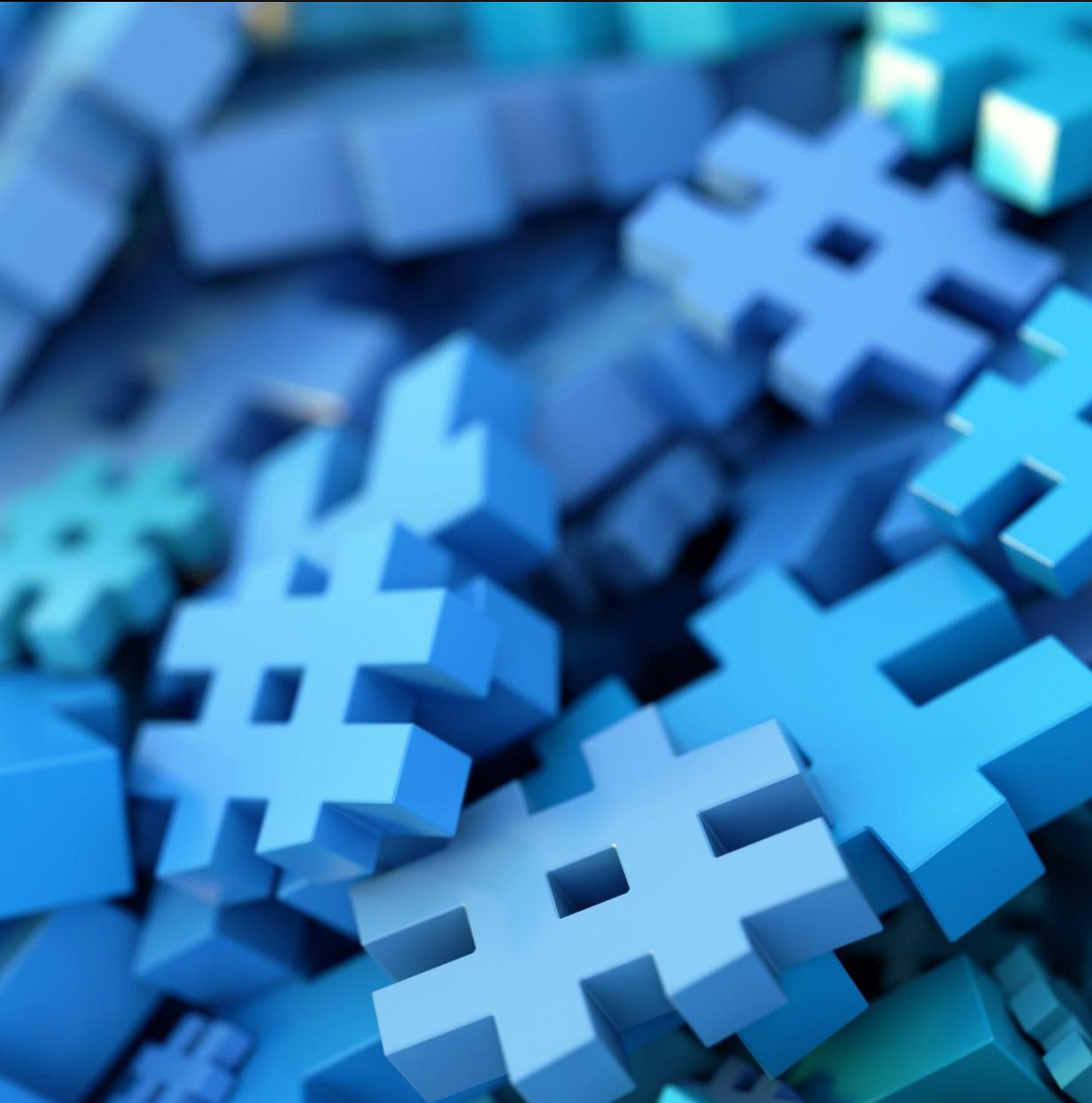
SA
DIGITAL

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 объемов 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-ретейле

#технологии

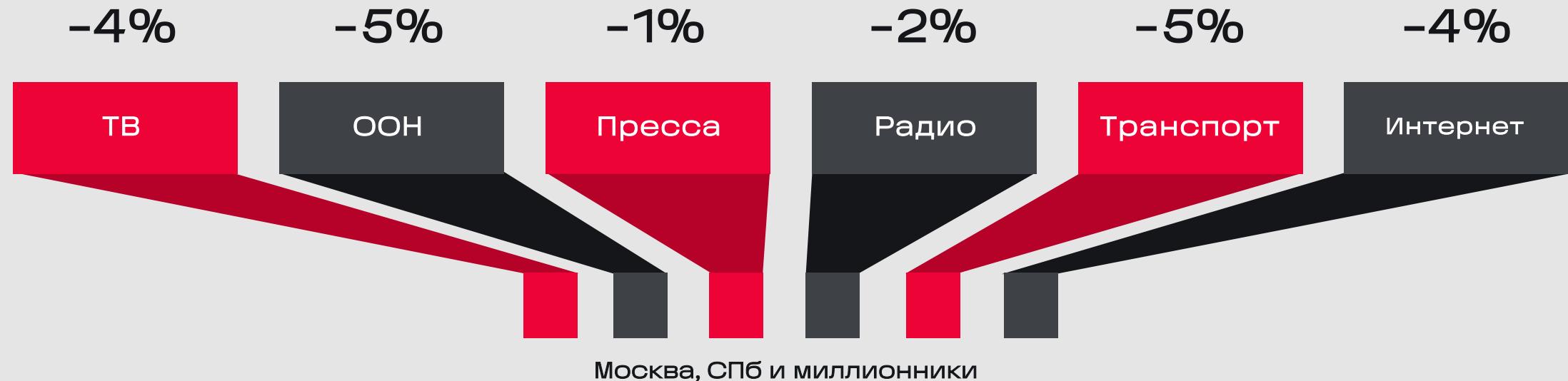




02
Аналитика

#АНАЛИТИКА

Дневной охват медиа к показателям прошлого месяца

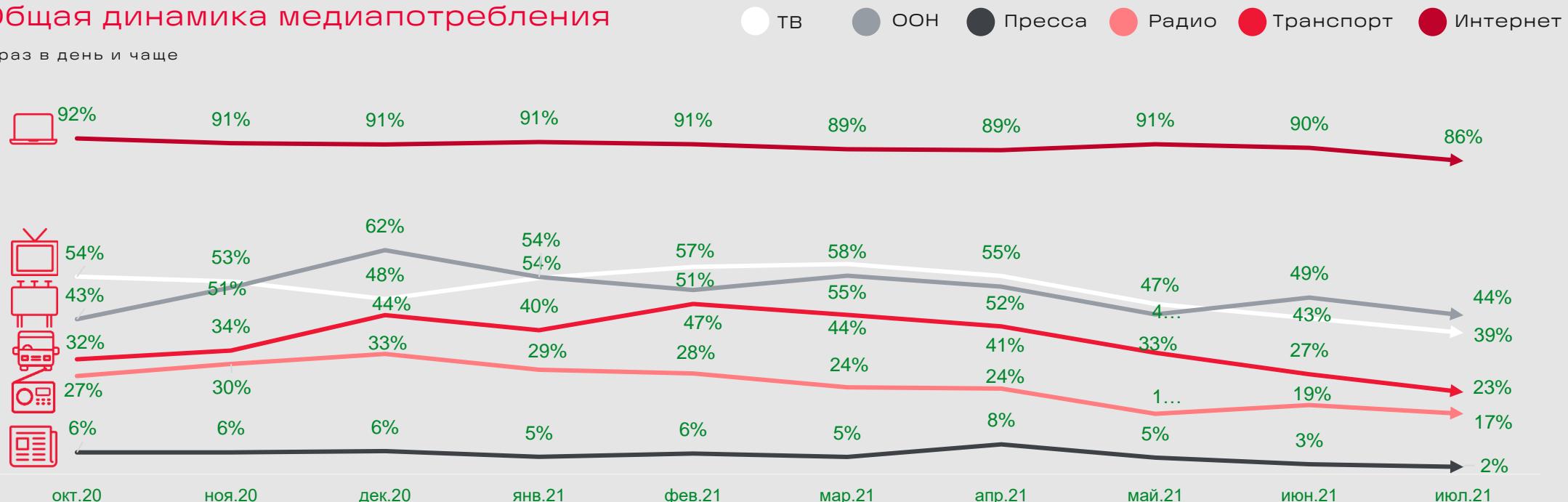


В июле потребление всех медиа снизилось.
Наибольшее падение демонстрируют ООН и транспорт.

#АНАЛИТИКА

Общая динамика медиапотребления

*раз в день и чаще



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

#АНАЛИТИКА



Медиапотребление: ТВ

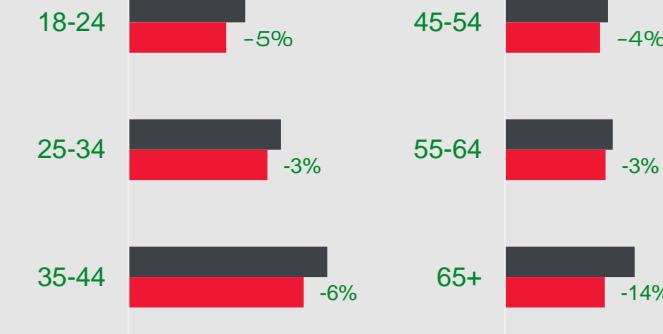
*раз в день и чаще



Динамика потребления в городах (к прошлому месяцу)

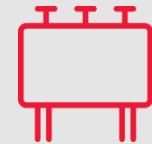


Динамика потребления в аудиториях (к прошлому месяцу)



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

#АНАЛИТИКА

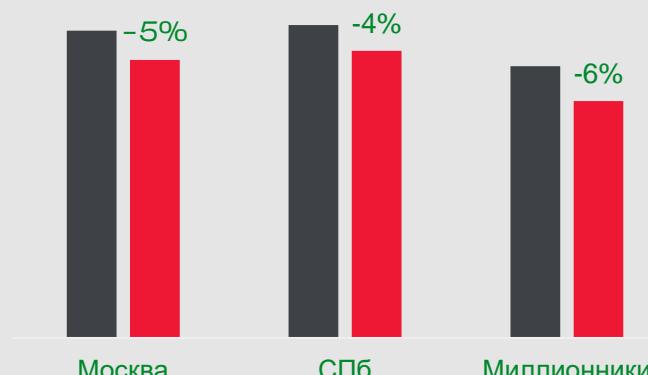


Медиапотребление: ООН

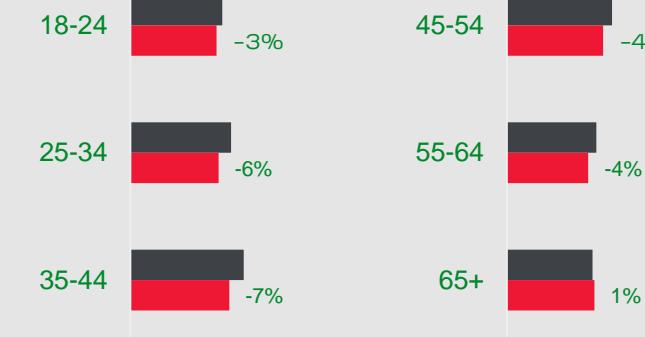
*раз в день и чаще



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

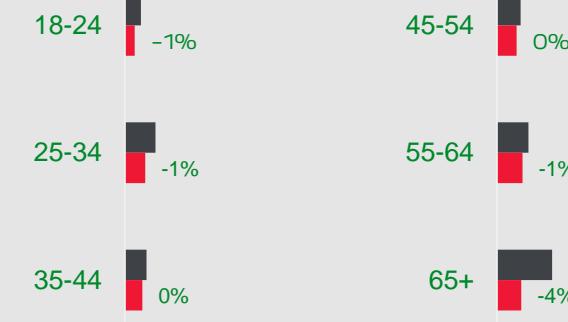
*раз в день и чаще



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

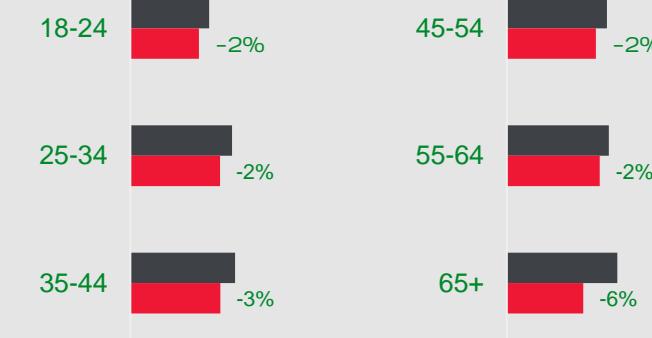
*раз в день и чаще



Динамика потребления в городах (к прошлому месяцу)



Динамика потребления в аудиториях (к прошлому месяцу)



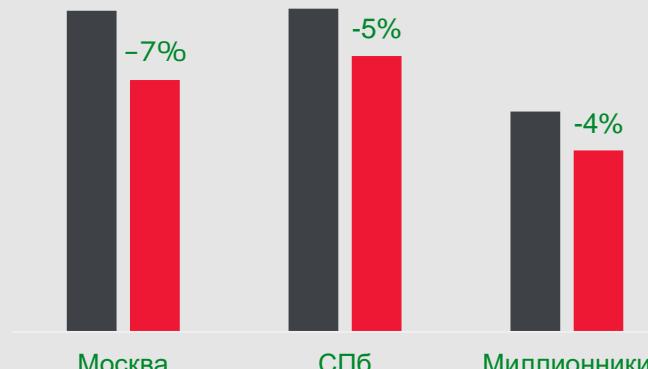
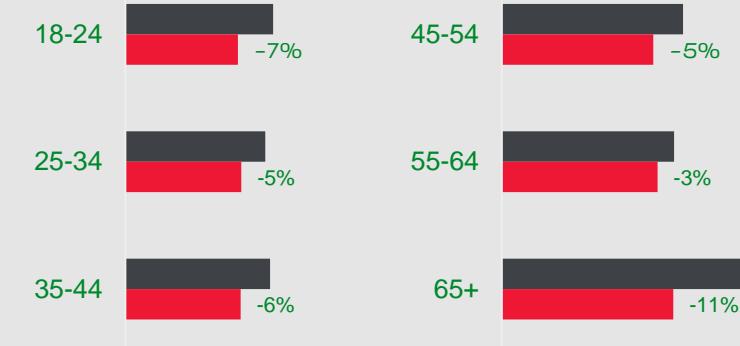
Потребление снизилось во всех регионах и аудиторных группах. Наибольшее падение радиослушания (-6%) у аудитории 65+.

#АНАЛИТИКА



Медиапотребление: Транспорт

*раз в день и чаще

**Динамика потребления в городах (к прошлому месяцу)****Динамика потребления в аудиториях (к прошлому месяцу)**

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

#АНАЛИТИКА

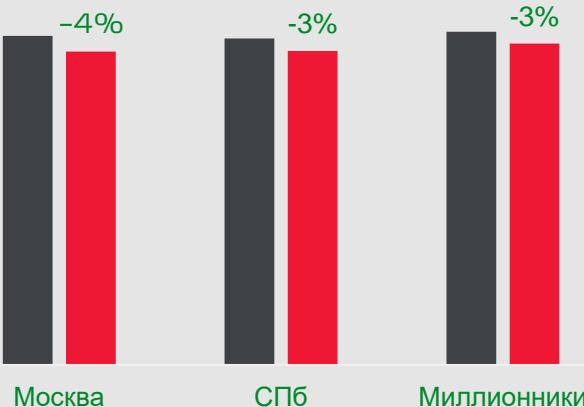


Медиапотребление: Интернет

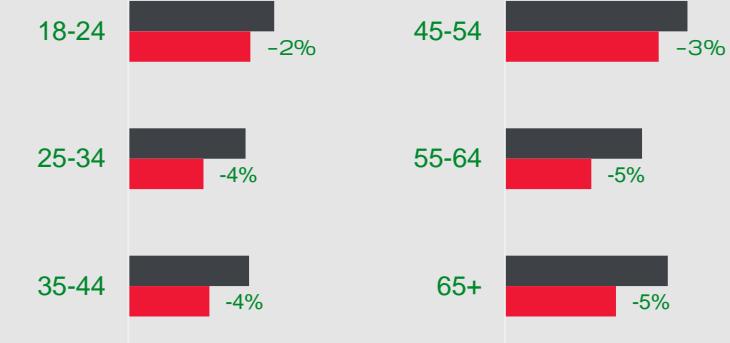
*раз в день и чаще



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

18-24



Приоритетное медиа – интернет, все медиа демонстрируют падение.

25-34



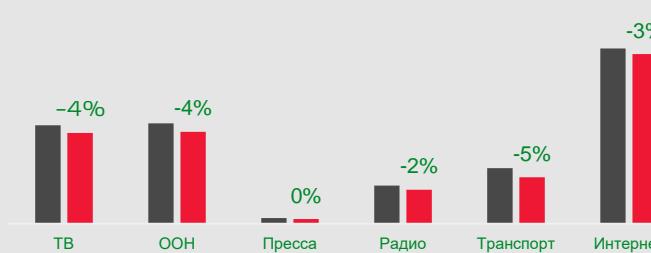
В июле все медиа демонстрируют падение. Максимальное снижение у OOH.

35-44



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

45-54



OOH – 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 OOH (+1%).

#АНАЛИТИКА

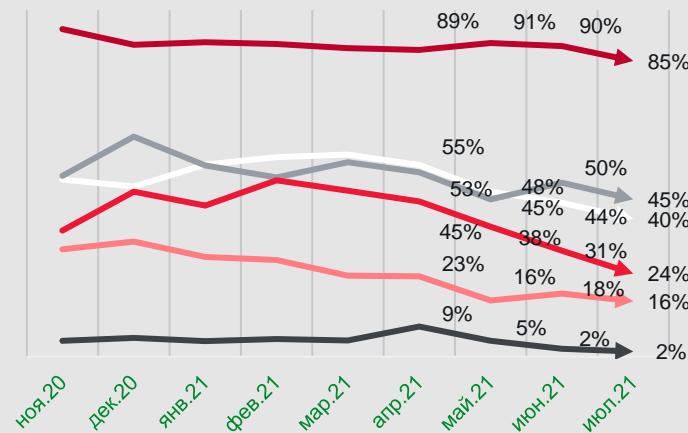


Медиапотребление в городах-миллионниках

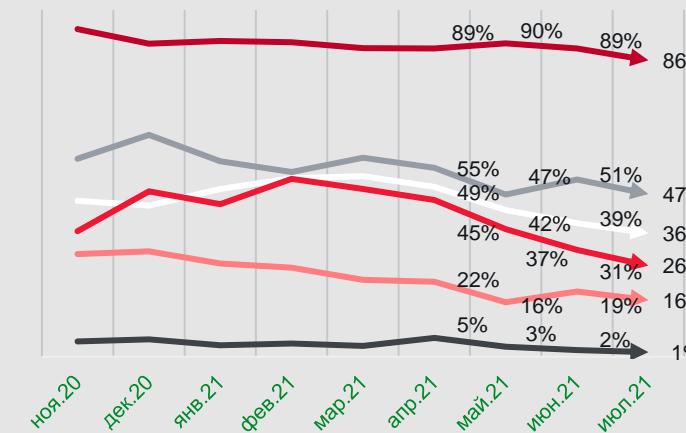
*раз в день и чаще



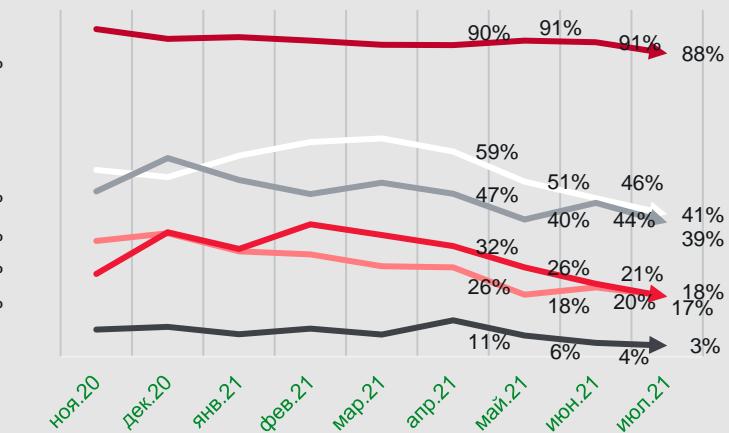
Москва



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?

Результат опроса
(Мск, СПб, города-миллионники)



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

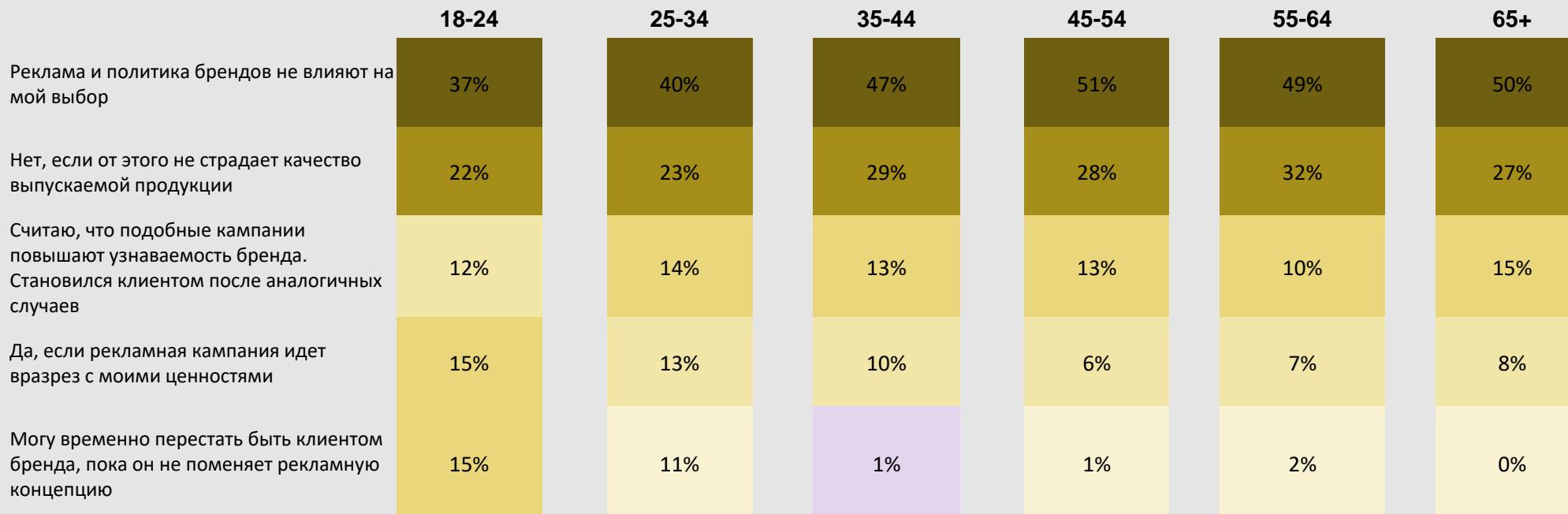


Во всех гео-стратах для 42 - 49% опрошенных реклама и политика брендов не влияют на выбор.
5-13% готовы отказаться от брендов, чья рекламная кампания идет вразрез с личными ценностями.

#ВОПРОС ОТ ЧИТАТЕЛЯ



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



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+.

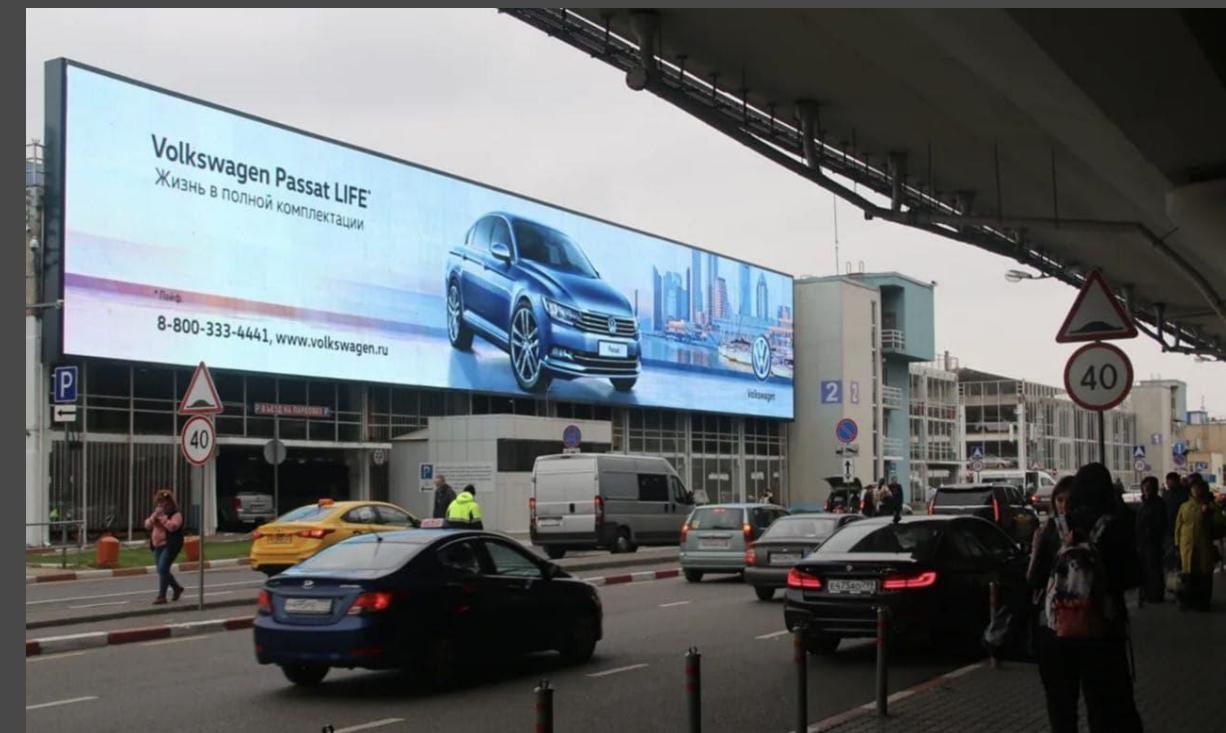


03 Technology

#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**.

The screenshot displays the Oohdesk DSP software interface. At the top, the logo 'Oohdesk DSP' is visible, along with navigation links: 'Создать кампанию', 'Макеты', and 'Кампании'. The main title 'Биллинг' is centered above a navigation bar with 'Главная', 'Сформированные счета', and 'Акты выполненных работ'. Below this, a section titled 'Акты выполненных работ' includes a link 'Скачать всё' and a note: 'Каждый месяц система формирует акт выполненных работ.' A preview of the generated document for 'июнь 2021' is shown, featuring a table with columns for 'Номер документа', 'Номер документа', 'Периодичность', 'Номер документа', 'Номер документа', and 'Номер документа'. The table contains data such as '1', '30 июня 2021 г.', '1', '1', '1', and '1'. The document is a formal bill of exchange with various sections and signatures at the bottom.

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.

1 2 3	Дата	Адрес	Вид	GID	Оператор	test				
						ИТОГО	Показы	150	Бюджет	512,52
4	23.04.2021	ТТК, (Масловка Нижняя ул., д. 8, ЦРП, 3. оп до Х с Башиловской	Биллборд (бх3)		MOS1189APL	Gallery	2	6,5	196	100
5	23.04.2021	Новослободская ул., (38 м справа в область после д. 62 к)	Биллборд (бх3)		MOS2795APL	Gallery	3	7,44	171	100
6	23.04.2021	Бутырская ул., д2, (310 м до Хс ул. Новодмитровская)	Биллборд (бх3)		MOS1914APL	Gallery	2	5,28	155	50
7	23.04.2021	Волоколамское ш. д. 65	Биллборд (бх3)		MOS2702APL	Gallery	2	9,88	108	40
8	23.04.2021	Мира пр-т, д. 105, (1-2 оп после Х со Звездным б-ром)	Биллборд (бх3)		MOS1281APL	Gallery	2	6,64	108	50
9	23.04.2021	Коровинское ш., д. 16	Биллборд (бх3)		MOS4537APL	Gallery	3	9,14	210	100
10	23.04.2021	Строгинское ш., (50 м от Строгинского моста (из центра))	Биллборд (бх3)		MOS2871APL	Gallery	3	5,68	72	100
11	23.04.2021	Волоколамское ш., д8-88 (17-18 оп. до Х со 2-м Волоколамским	Биллборд (бх3)		MOS0313APL	Gallery	3	8,51	156	100
12	23.04.2021	Свободы ул., д. 45, (Х с Парусным пр-дом)	Биллборд (бх3)		MOS4579APL	Gallery	3	10,59	103	75
13	23.04.2021	Новощучинская ул., д. 3	Биллборд (бх3)		MOS2343APL	Gallery	3	6,16	170	100
14	23.04.2021	Ильинская ул., д. 9 Х с Алтуфьевским ш., д.81	Биллборд (бх3)		MOS7303APL	Gallery	2	5,1	71	100
15	23.04.2021	Новощучинская ул., д. 4	Биллборд (бх3)		MOS2798APL	Gallery	2	4,01	114	66
16	23.04.2021	Дмитровское ш., д.90 к.2	Биллборд (бх3)		MOS2713APL	Gallery	3	6,24	140	100
17	23.04.2021	ТТК, (внешняя сторона) Суздальский Вал, д. 67)	Биллборд (бх3)		MOS2878APL	Gallery	2	6,88	190	40
18	23.04.2021	3-й Красногорский пр-д Х с Волоколамским ш. д. 30	Биллборд (бх3)		MOS7328APL	Gallery	1	6,12	147	33
19	23.04.2021	Строгинское ш., (100м до Х Алея Дорог Жизни (из центра) поз. 2	Биллборд (бх3)		MOS2396APL	Gallery	3	14,72	106	100
20	23.04.2021	Строгинское ш., 275м до Строгинского моста (в центре)	Биллборд (бх3)		MOS2282APL	Gallery	2	8,04	66	50
21	23.04.2021	Академическая Большая ул. д. 31 к1, начало дома	Биллборд (бх3)		MOS1201APL	Gallery	3	7,55	144	100
22	23.04.2021	Шереметьевская ул., д. 10	Биллборд (бх3)		MOS7161APL	Gallery	3	5,68	249	75
23	23.04.2021	Ленинградский пр-т, д. 68-72	Биллборд (бх3)		MOS2653APL	Gallery	1	3,56	51	33
24	23.04.2021	Мира пр-т, д. 150	Биллборд (бх3)		MOS2297APL	Gallery	2	12,96	144	50
25	23.04.2021	Дмитровское ш., д. 29	Биллборд (бх3)		MOS2243APL	Gallery	3	5,68	3	75
26	23.04.2021	Королева Академика ул., д. 12-19, (ЦРП, 10 оп до Х с ул. Новомо	Биллборд (бх3)		MOS0846APL	Gallery	2	4,06	66	66
27	23.04.2021	Малиновского Маршала ул., д. 8, съезд на ул. Народного Ополчени	Биллборд (бх3)		MOS7354APL	Gallery	1	9,48	327	16
28	23.04.2021	Алтуфьевское ш., д. 8	Биллборд (бх3)		MOS7301APL	Gallery	2	11,39	159	50
29	23.04.2021	Алтуфьевское ш., четная сторона, 3-я оп. после съезда с Нововлад	Биллборд (бх3)		MOS1204APL	Gallery	2	8,04	95	66
30	23.04.2021	ТТК, (внешняя сторона) (Новая Башиловка ул., после Х с Петровск	Биллборд (бх3)		MOS2879APL	Gallery	1	7,85	118	20
31	23.04.2021	ТТК, (внешняя сторона) (Суздальский вал, д. 60, после Х с Олимп	Биллборд (бх3)		MOS2880APL	Gallery	2	11,21	173	40
32	23.04.2021	Ленинградское ш., д. 50 (напротив)	Биллборд (бх3)		MOS0437APL	Gallery	3	9,82	177	100
33	23.04.2021	Ленинградское ш., д. 9, корп. 1	Биллборд (бх3)		MOS0209APL	Gallery	3	13,5	260	75
34	23.04.2021	Ленинградское ш., д. 110, (у 1 оп. после съезда на ул. Беломорск	Биллборд (бх3)		MOS0564APL	Gallery	2	5,1	113	28
35	23.04.2021	Дмитровское ш., д. 80-85 (пос.1) (ЦРП)	Биллборд (бх3)		MOS2714APL	Gallery	3	14,21	294	100
36	23.04.2021	Алтуфьевское ш.д.33, с.1	Биллборд (бх3)		MOS7003APL	Gallery	2	8,04	55	40
37	23.04.2021	ТТК, (внешняя сторона, Суздальский Вал ул., д. 31)	Биллборд (бх3)		MOS2603APL	Gallery	2	12,85	176	66
38	23.04.2021	Ленинградское ш., д. 21, (у моста)	Биллборд (бх3)		MOS0012APL	Gallery	2	12,07	204	66
39	23.04.2021	Дмитровское ш., д. 11	Биллборд (бх3)		MOS2422APL	Gallery	2	3,97	2	100
40	23.04.2021	Ленинградское ш., д. 21, (у моста)	Биллборд (бх3)		MOS0012BPL	Gallery	3	5,68	165	100
41	23.04.2021	Ленинградское ш. 9/21 (Digital)	Биллборд (бх3)		MSBB13812A1	Russ Outdoor	0	0	0	0
42	23.04.2021	Ленинградский пр-т 62А, ТК "Галерея Аэропорт", м. "Аэропорт" (Digital)	Биллборд (бх3)		MSBB15664A1	Russ Outdoor	0	0	0	0
43	23.04.2021	ТТК, Суздальский Вал ул., 75с5, н-р, р/н (Digital)	Биллборд (бх3)		MSBB06822A1	Russ Outdoor	0	0	0	0
44	23.04.2021	Бутырская ул., 7, Савеловский въезд (Digital)	Биллборд (бх3)		MSBB00282A1	Russ Outdoor	0	0	0	0
45	23.04.2021	Ленинградское ш. 63Б, 100 м до Х с ул. Беломорская (Digital), (в/с Ауди Центр Север)	Биллборд (бх3)		MSBB04331A1	Russ Outdoor	0	0	0	0
46	23.04.2021	Дмитровское ш. 102, ЦРП, Х с Дубининским пр-дом (Digital), (светофор)	Биллборд (бх3)		MSBB13794A1	Russ Outdoor	0	0	0	0
47	23.04.2021	Новослободская ул. 54-57, ЦРП (Digital), (светофор)	Биллборд (бх3)		MSBB00263A51	Russ Outdoor	0	0	0	0
48	23.04.2021	ТТК, Суздальский Вал ул. 10-12, 100 м до Х с ул. Тихвинская (Digital)	Биллборд (бх3)		MSBB00928A1	Russ Outdoor	0	0	0	0



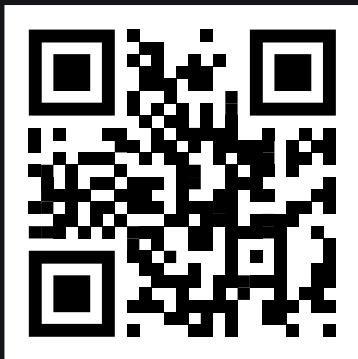
04 Event

#EVENT

Август 2021

Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
						1
2	3	4	5	6	7	8
		▪ Тренды digital-маркетинга				
9	10	11	12	13	14	15
		▪ Новые сценарии O2O маркетинга	▪ Маркетинг VS продажи			
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

