

All sides
of communication

SA Digest

Выпуск #1

sa.media



**SMART
VIEW**

All sides
of media

**TOTAL
VIEW**

All sides
of media

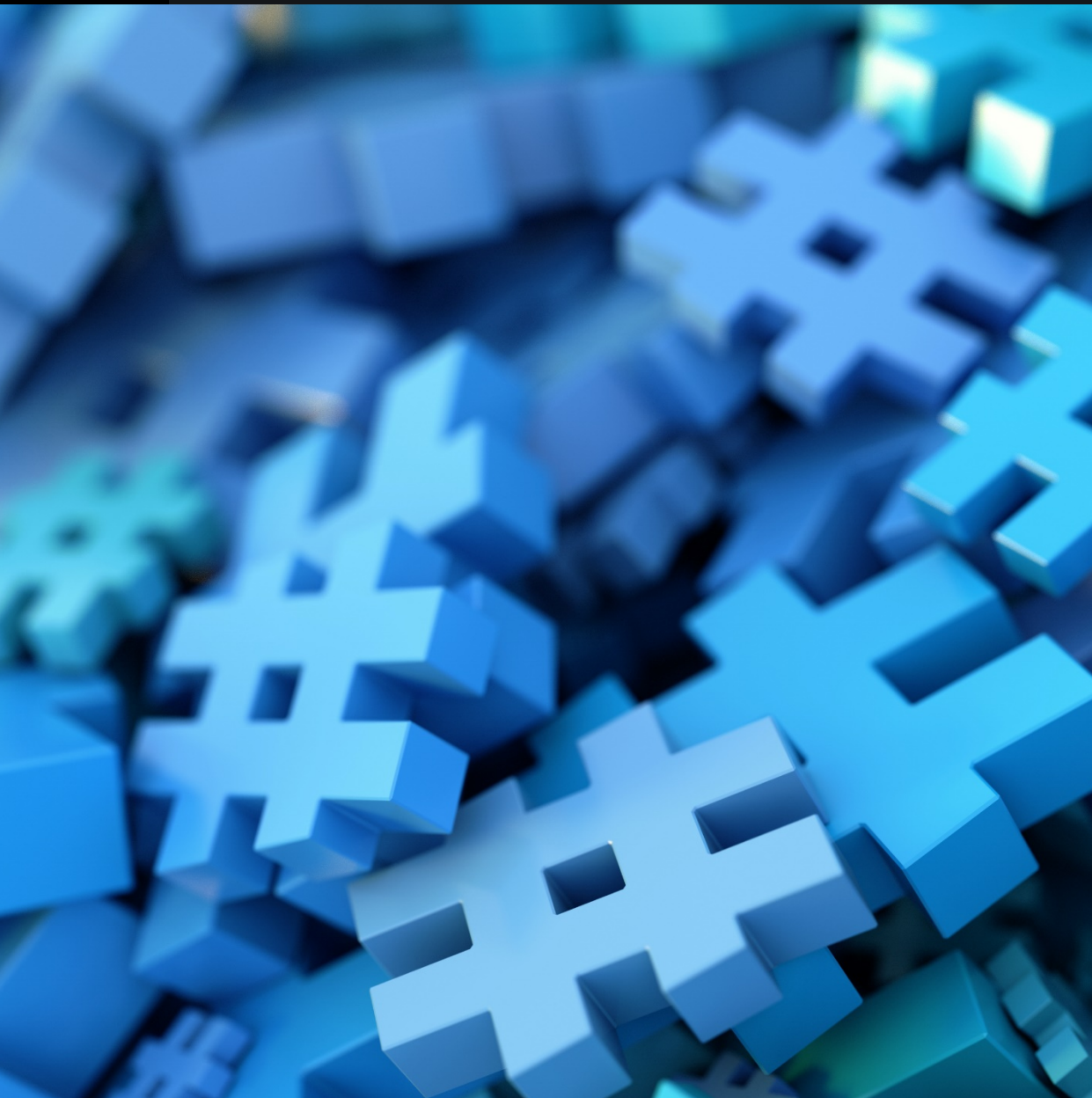
**SA
DIGITAL**

All sides
of digital

**DARO
MANIA**

All sides
of merchandise

RU__PORT КРЕАТИВНОЕ
АГЕНТСТВО



01 НОВОСТИ



Мы собрали для Вас интересные новости рынка за октябрь

ТРЦ «Ривьера» в Москве обыграл названия конкурентов в рекламе ✎

#КРЕАТИВ

В Лондоне придумали сервис оправданий для тех, кто не хочет сидеть в Zoom ✎

#КРЕАТИВ



«Сбер» начал продавать рекламу на ЖК-панелях в отделениях банка ✎

#ПЛОЩАДКИ

«Вера-Олимп» станет новым рекламным партнером РЖД ✎

#РЫНОК

Российский медиарынок по итогам 2020 года сократится на 5% ✎

#ИССЛЕДОВАНИЯ

Платящая аудитория онлайн-кинотеатров выросла вдвое с февраля по сентябрь ✎

#АНАЛИТИКА

YouTube станет маркетплейсом ✎

#DIGITAL

Lamoda геймифицирует опыт покупателей интернет-магазина ✎

#DIGITAL

Телеком-рынок предложил альтернативу «Витрине ТВ» ✎

#ТЕХНОЛОГИИ

Минцифры предложило снять часть ограничений на рекламу алкоголя и рецептурных лекарств в СМИ ✎

#ЗАКОНЫ

Интернет-гигантам готовят глобальный налоговый минимум ✎

#ЗАКОНЫ

Google Maps покажет степень загруженности общественных мест ✎

#СЕРВИСЫ

Nestle могут оштрафовать за нарушение указа о переводе сотрудников на удаленную работу ✎

#ЗАКОНЫ

«Билайн» нашел директора по маркетингу в Visa ✎

#КАДРЫ



02 Аналитика



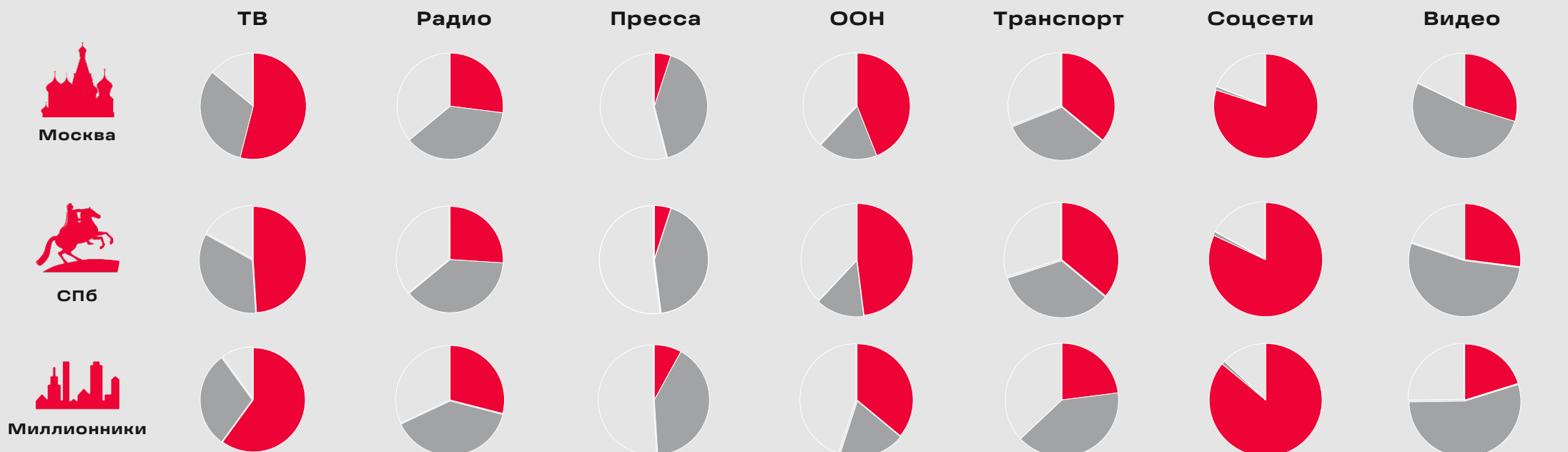
#АНАЛИТИКА

Активность потребления медиа

● Как минимум раз в день

● Не реже раза в месяц, но не чаще раза в несколько дней

○ Ни разу за месяц



Самые потребляемые медиа (не реже раза в месяц) в октябре 2020:

ТВ (~88%), ООН (~58%), Социальные сети (~85%).

В городах 1 млн+ чаще смотрят ТВ (90%) и слушают радио (68%).

В Москве и Санкт-Петербурге больше смотрят онлайн-видео (~83%), а также ездят на авто и транспорте (~65%).

#АНАЛИТИКА

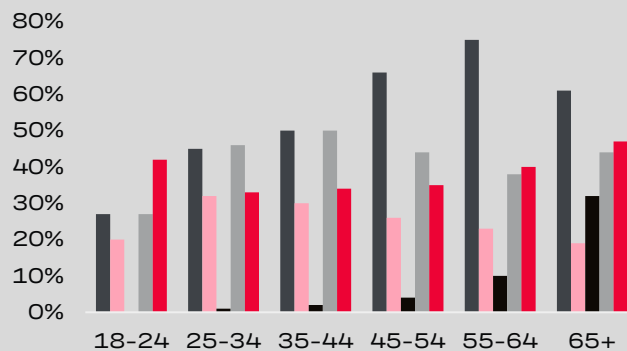
Потребление оффлайн медиа в разбивке по возрастным группам

● ТВ ● Радио ● Пресса ● ООН ● Транспорт

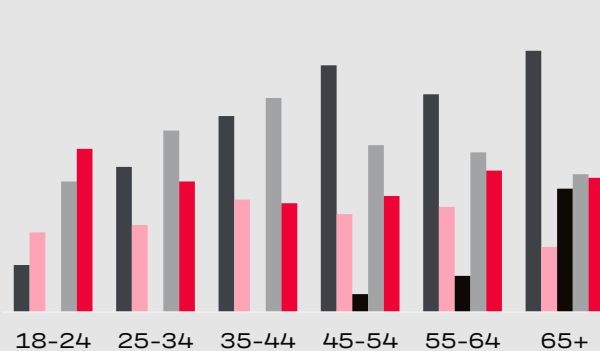
Как минимум раз в день



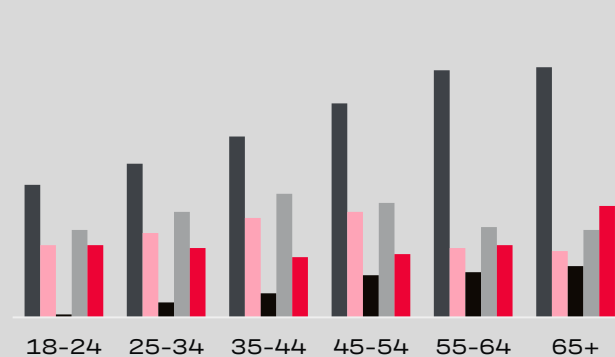
Москва



Санкт-Петербург



Миллионники



ТВ чаще смотрит аудитория 45+ до 70% (>1 р. день).

Ежедневные поездки на автомобиле и слушание радио характерны для 25-54 и мегаполисов ~50%.

Самое низкое потребление прессы у всех групп и практически отсутствует у молодежи.

#АНАЛИТИКА

Потребление онлайн медиа в разбивке по возрастным группам

● Мобильный интернет

● Социальные сети

● Онлайн видео

Как минимум раз в день



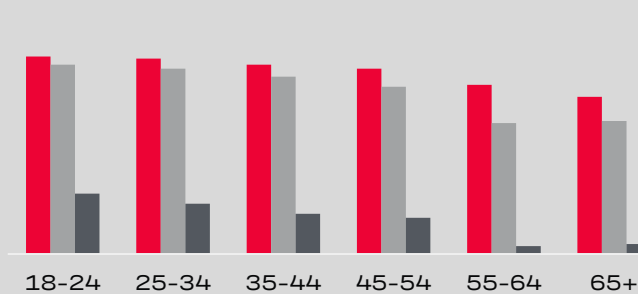
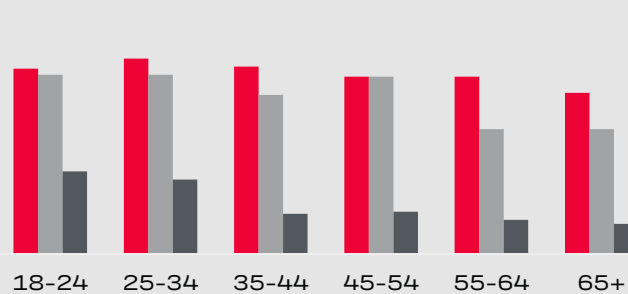
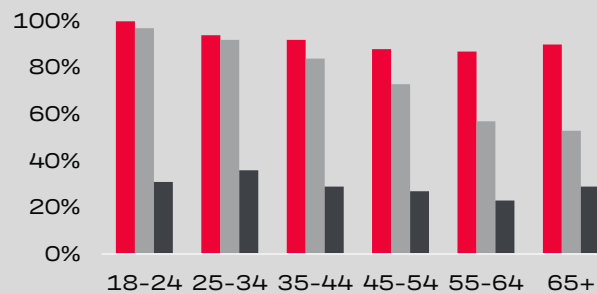
Москва



Санкт-Петербург



Миллионники



Мобильным интернетом и социальными сетями пользуются (>1 р. день) практически все группы аудитории ~90%.
Меньше всего соцсетями пользуются 55+: ~60%.
Проникновение онлайн-видео выше у 18-34 в Москве и Санкт-Петербурге ~35%.

#АНАЛИТИКА

Изменение модели поведения с начала пандемии

Стали меньше пользоваться с апреля 2020:



Москва



Санкт-Петербург



Миллионники



- Пандемия больше всего повлияла на снижение поездок на общественном транспорте у москвичей 83%.
- Около половины стали реже пользоваться авто. Снизилась частота, но не объем аудитории. Треть стали меньше слушать радио.
- Наибольшее снижение этих трех медиа сказалось на аудитории старше 45 лет
- Около четверти жителей городов-миллиоников в возрасте до 34 лет не отметили снижения медиапотребления.
- Интернет-ресурсы и ТВ оказались самыми стабильными медиа.



#АНАЛИТИКА



Резюме



Гибкий вопрос:

Задайте свой вопрос и мы опубликуем результаты в следующем месяце

1

За время пандемии заметно снизилось использование общественного транспорта, особенно среди возрастных групп. Доля автомобилистов выросла (выбор в пользу более безопасного транспорта)

2

Самые стабильные медиа с апреля по ноябрь – ТВ и Интернет. Но вместе с этим в Москве и СПб до 7% населения сократили потребления ТВ и Интернета, чтобы оградиться от негативных новостей. Потребление ООН не упало в охватах, но ниже привычного уровня в частоте потребления (реже пользуются авто)

3

Основные каналы коммуникации для 18+ на начало ноября 2020 года – Интернет (мобильный интернет, социальные сети), ТВ и наружная реклама

4

В рамках ежедневного медиапотребления для возрастной аудитории 45+ характерно телесмотрение, для группы 25-44 – передвижение на автомобиле (потребление ООН и Радио), для молодой до 34 лет – онлайн-видео. Пресса востребована крайне узкой аудиторией

03 Technology

dsp.oohdesk.ru



#OOHDESK DSP

Новые возможности наших продуктов за октябрь

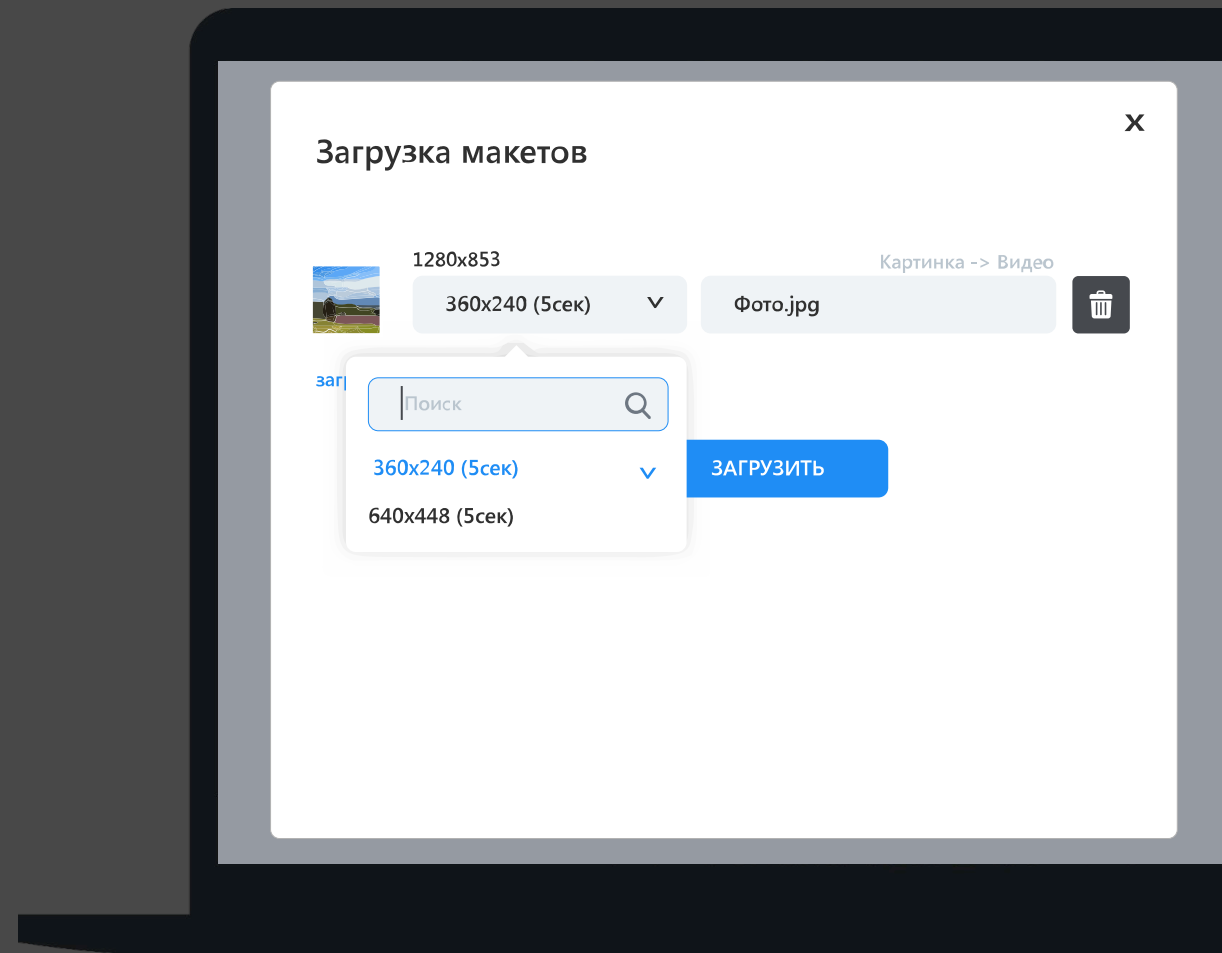
Конвертация фото в видео

Для чего?

Время — самый ценный ресурс. Если ваш креатив создан в формате картинки, не тратьте время на сервисы для конвертирования файла в видео. Oohdesk DSP сделает это сам.

Как это работает?

При создании кампании в шаге 2 загружайте креатив в исходном формате. Конвертирование произойдет автоматически с учетом технических требований инвентаря



#OOHDESK DSP

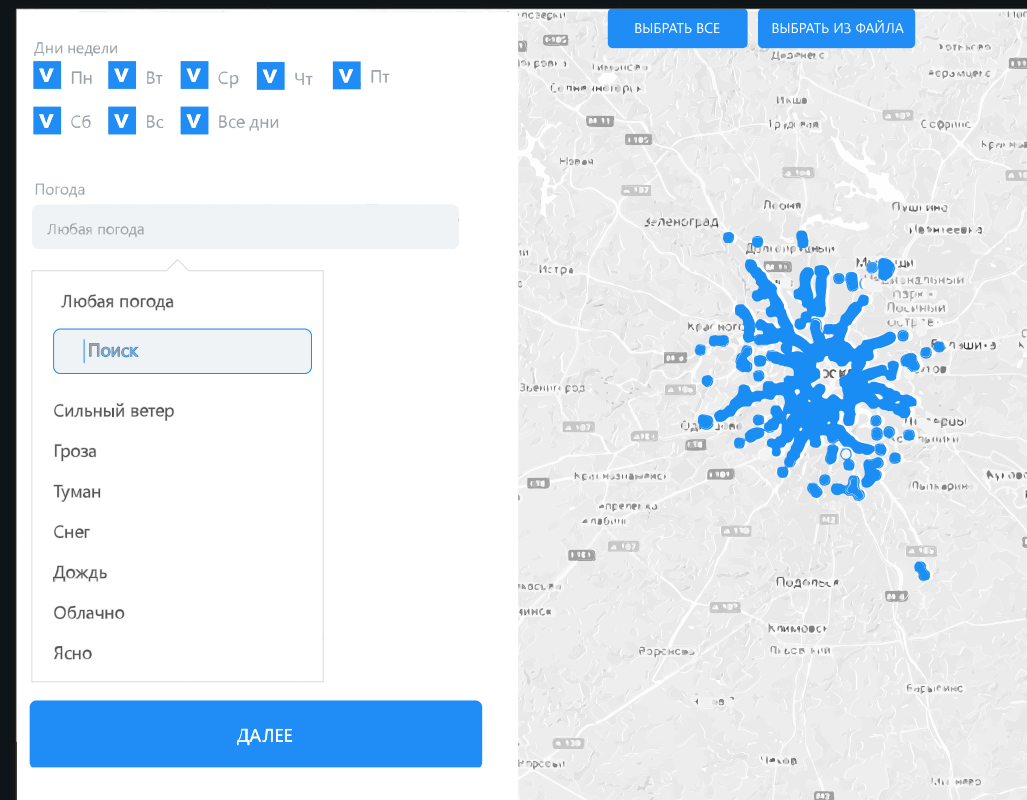
Размещение по погодному триггеру

Для чего?

Вы можете менять креативы в зависимости от погоды. Реклама становится более персонализированной. Новые возможности для коммуникации.

Как это работает?

При создании кампании, выбирайте только необходимые условия для трансляции креатива, в остальных случаях показы будут отключены. Создавайте свой креатив для каждой погоды. Новая опция подойдет для служб доставки и онлайн сервисов, где услуга только выигрывает от ливня, снега и мороза. “Зачем выходить из дома, если можно заказать?”. А ритейлеры предложат аудитории необходимые сезонные товары.



#OOHDESK DSP

Агрегированная статистика для агентства

Для чего?

Анализируйте все кампании “в одном окне” в блоке “Статистика”. Устанавливайте фильтры и получайте необходимую информацию по кампаниям агрегированно.

Как это работает?

Отдельный блок упрощает работу для тех, кто запускает охватные кампании, в том числе и по разным городам. Вам будет проще следить и анализировать РК. Благодаря фильтрам, вы сразу увидите основные параметры: операторы, бюджет, показы и прочее.



The screenshot displays the Oohdesk DSP interface. At the top, there are tabs for 'Информация' and 'Статистика'. Below these are filters for 'Дата начала' (01.08.2020), 'Дата конца' (31.10.2020), and 'Фильтр по статусам кампаний' (Все, Активные, Запущенные, Архивные). There are also buttons for 'Последний месяц', '3 последних месяца', and 'весь период'. A prominent blue button reads 'ПОСТАВИТЬ ЗАДАЧУ НА ПОДСЧЕТ'.

The main table is titled 'Все кампании за период с 01.08.2020 по 31.10.2020'. It has columns for 'ДАТА', 'ГОРОД', 'АДРЕС КОНСТРУКЦИИ', 'GID', 'ВИД', 'ОПЕРАТОР', 'КЛИЕНТ', 'ЗАКУПКА', and 'ПОКАЗЫ'. The table shows three rows of data for campaigns in Moscow, all with a budget of 9176.

ДАТА	ГОРОД	АДРЕС КОНСТРУКЦИИ	GID	ВИД	ОПЕРАТОР	КЛИЕНТ	ЗАКУПКА	ПОКАЗЫ
2020-10	Москва	Кутузовский пр-т, д.45, (м/у 1-2 оп. после X с ул. 1812 года)	MOS3032APL	Биллборд (6x3)	Gallery	Клиника Первая Линия		9176
2020-10	Москва	Кутузовский пр-т, д.14 (конец дома)	MOS3032APL	Биллборд (6x3)	Gallery	Клиника Первая Линия		9176
2020-10	Москва	Кутузовский пр-т, д.1/7 (выезд с наб. Тараса Шевченко, у моста)	MOS3032APL	Биллборд (6x3)	Gallery	Клиника Первая Линия		9176

#OOHDESK DSP

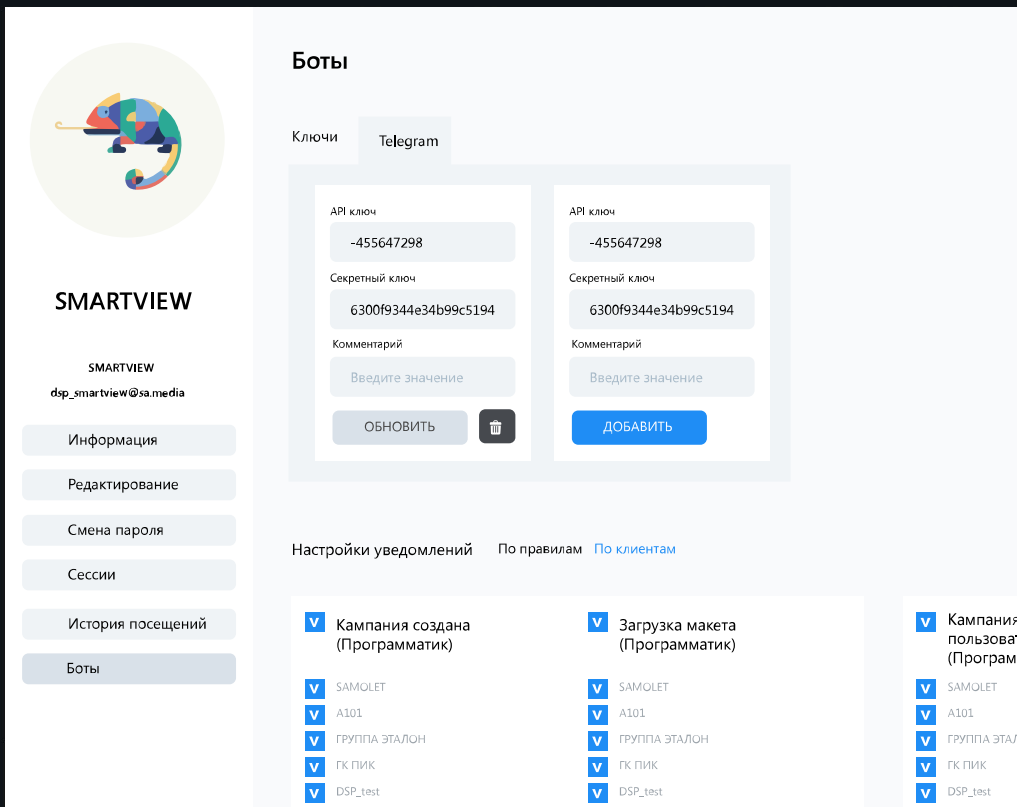
Уведомления в процессе реализации + Telegram бот

Для чего?

Мы любим запускать рекламные кампании быстро и для этого ускоряем все процессы. Чтобы следить за уведомлениями в процессе реализации, переводите их в Telegram бот ChameleonOohdeskBot.

Как это работает?

В настройках личного кабинета в разделе “Боты” подключите бота-хамелеона к Telegram. Выберите уведомления, которые хотите получать. Теперь вы точно не пропустите, когда креатив пройдет модерацию. А если настройкой кампании занимается подрядчик, уведомления — лучшая отчетность.





04 Event



#EVENT

Ноябрь 2020

Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
						1
2	3	4	5	6	7	8
<ul style="list-style-type: none"> • MateMarketing 2020 • Неделя ритейла 2020 9	<ul style="list-style-type: none"> • MateMarketing 2020 • Неделя ритейла 2020 • Бизнес-завтрак SILVER MERCURY 10	<ul style="list-style-type: none"> • MateMarketing 2020 • Неделя ритейла 2020 11	<ul style="list-style-type: none"> • MateMarketing 2020 • Неделя ритейла 2020 12	<ul style="list-style-type: none"> • MateMarketing 2020 • Неделя ритейла 2020 • Forum.Digital Marketing 13	14	15
TECH WEEK 16	TECH WEEK 17	<ul style="list-style-type: none"> • TECH WEEK • Российский Девелоперский форум • Ритейл: Трафик. Продажи. Клиент 18	TECH WEEK 19	20 Шоу "IT-Nights"	21	22 Награждение фестиваля нового дизайна "Среда"
23	24	25	26 Церемония награждения премии "Топ менеджеры НПБК"	27	28	29
30	1	2	3	4	5	6

СПАСИБО

SA_DIGEST@SA.MEDIA

+7 (495) 937-16-18

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

