

ЭВЕРЕСТ

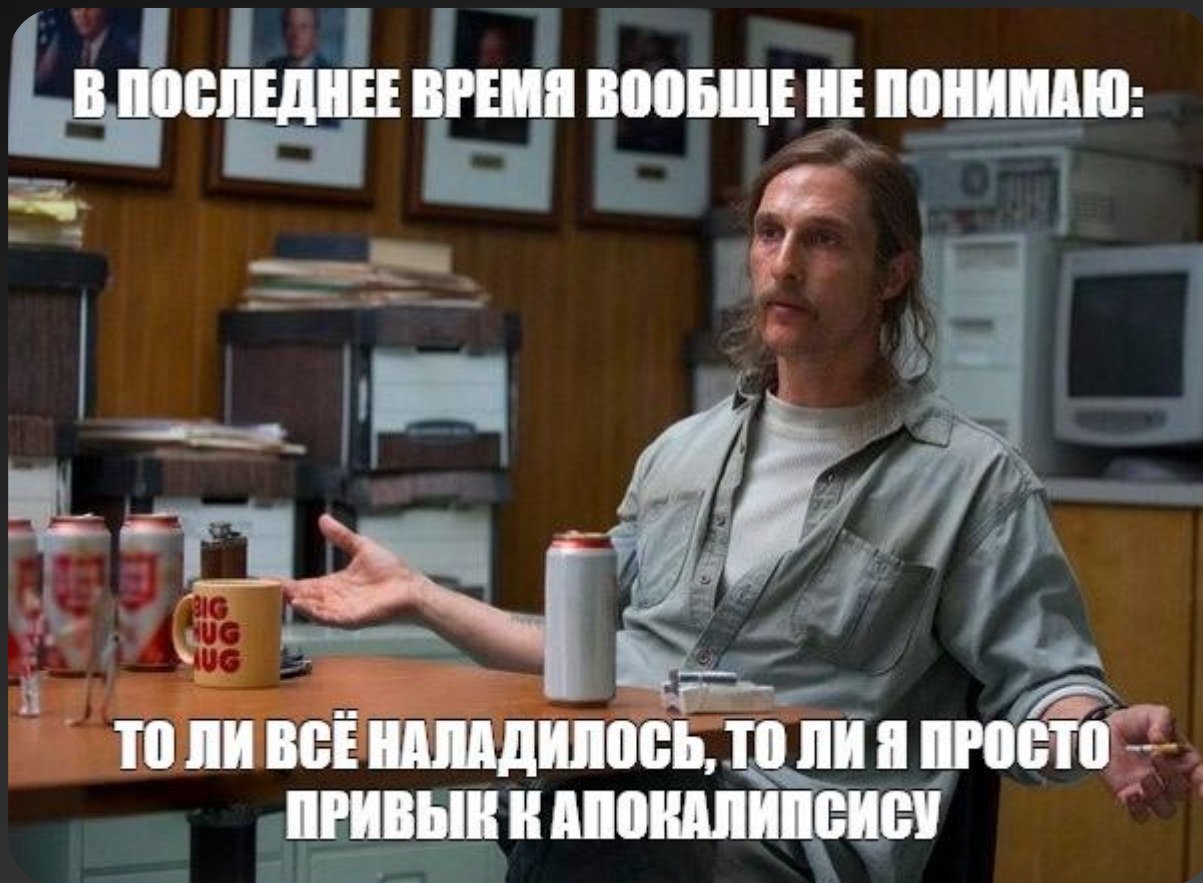
СЕЙЛЗ-ХАУС

Дегустация будущего: сценарное планирование как инструмент управления неопределенностью

КАРОЛИНА СОКОЛОВА, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР,
СЕЙЛЗ-ХАУС «ЭВЕРЕСТ»



В ПОСЛЕДНЕЕ ВРЕМЯ ВОООЩЕ НЕ ПОНИМАЮ:



**ТО ЛИ ВСЁ НАЛАДИЛОСЬ, ТО ЛИ Я ПРОСТО
ПРИВЫК К АПОКАЛИПСИСУ**

в 2022 году мы
попробовали
все методы
прогнозирования:

- Математическое моделирование
- Анализ трендов
- Форсайт
- ~~Гадание на таро~~

СДЕЛАЛА РАСКЛАД НА РЫНОК



СИЖУ, ЖДУ...

мы искали подход, который сможет
ответить на все вопросы

- Учесть бесконечность вариантов будущего
- Заложить все значимые риски
- Подготовить нас к возможностям
- Не быть слишком сложным

Ответ – **сценарное планирование**

сценарное планирование: **немножко теории**

Придумайте **тему**
и **ограничения**

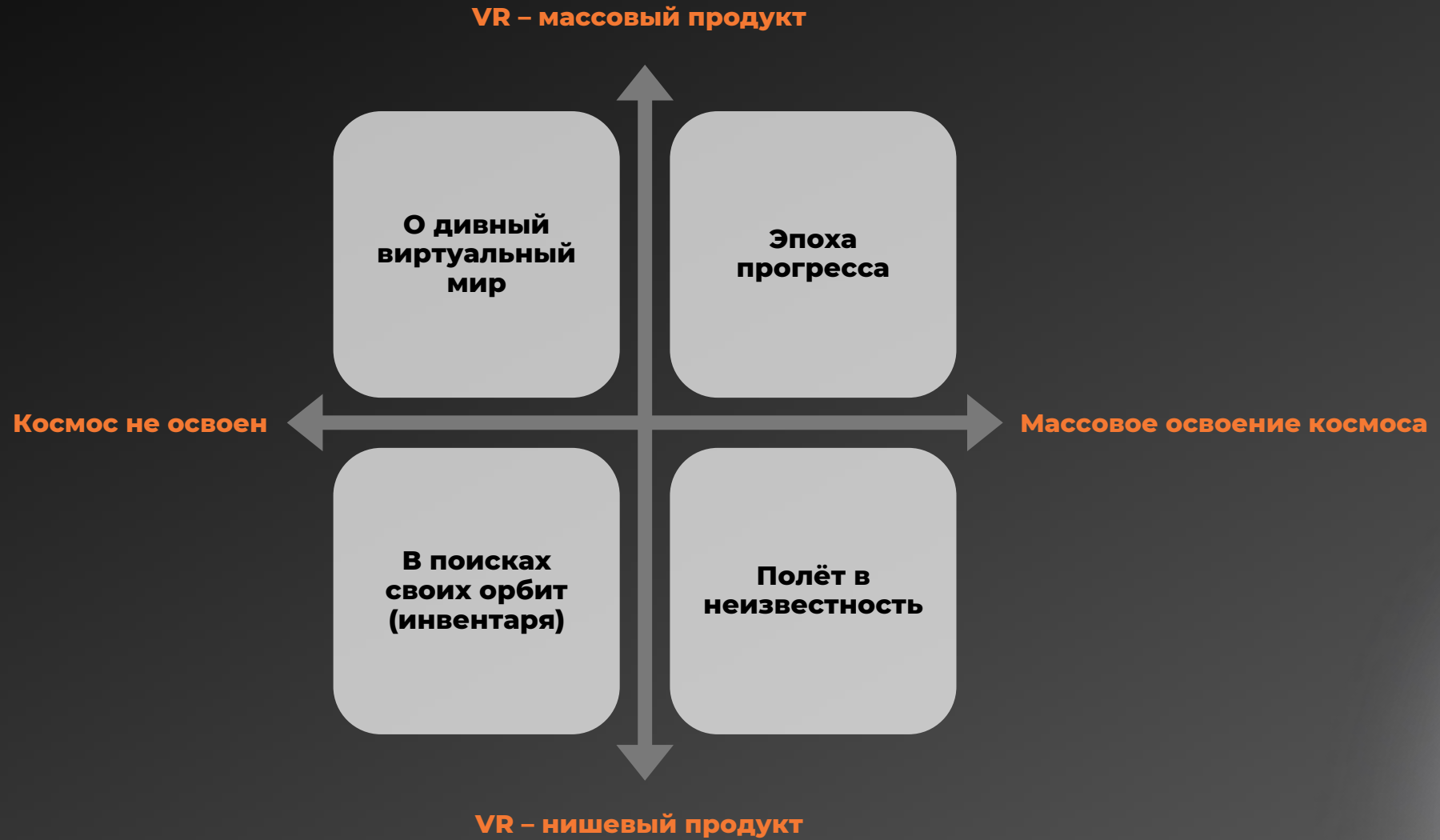
Определите
ключевые
неопределенности

Создайте **каркас**
сценариев

Сформулируйте
4 сценария

В результате получается **несколько образов будущего**, которые легко поддаются аналитике и могут использоваться для принятия решений

4 невероятных сценария



4 невероятных сценария

VR – массовый продукт

2050: время, проведенное в VR, достигло 5 часов в день

2100: доля ЭВЕРЕСТ на рынке VR-рекламы 50%



2050: время в VR 5 часов в день, запущен массовый космический туризм

2100: ЭВЕРЕСТ – в ТОПе по размещению VR-рекламы и рекламы в звездолётах

Космос не освоен

Массовое освоение космоса

2050: 80% рекламодателей ищут новые инструменты продвижения

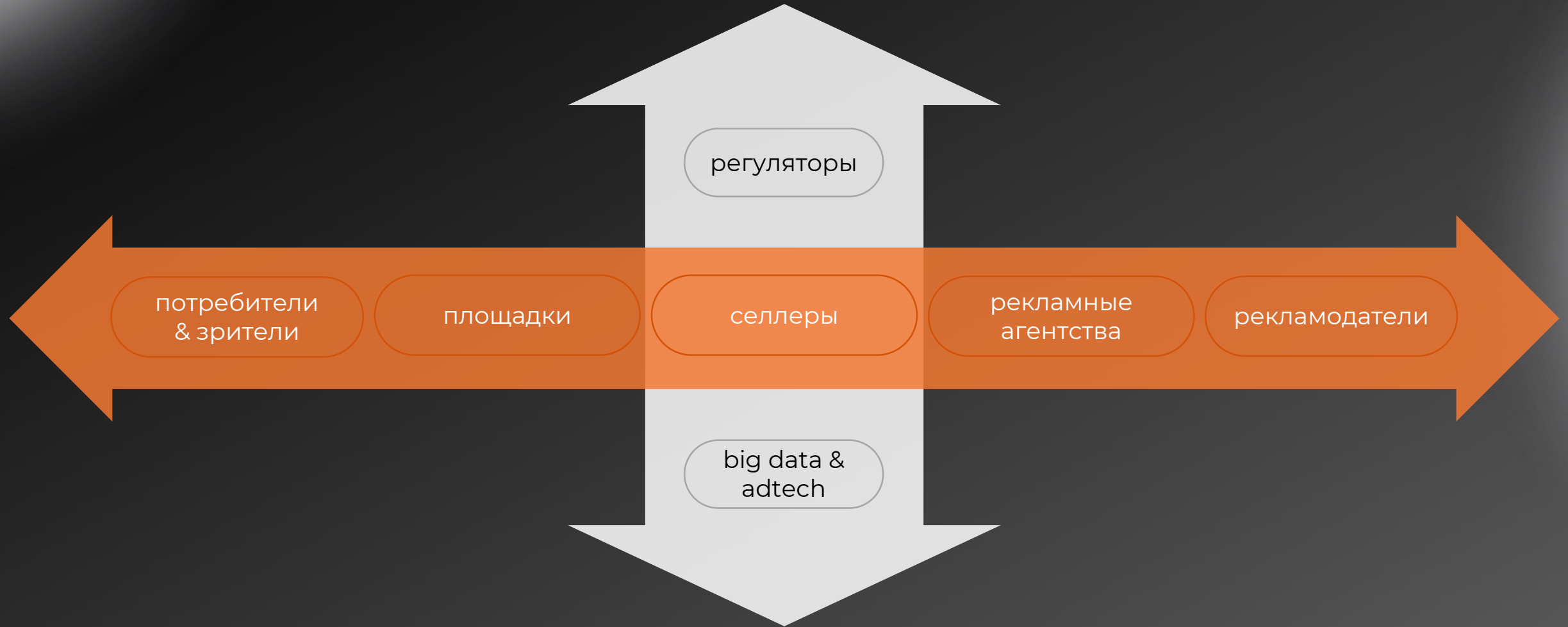
2100: ЭВЕРЕСТ пилотирует рекламу на упаковках дополняющих товаров

2050: путешествия в космос доступны массовому потребителю

2100: космический туризм +20% в год, ЭВЕРЕСТ – лидер по рекламе в звездолётах

VR – нишевый продукт

экосистема рынка



сценарное планирование: **что влияет на рекламный рынок?**

Желание оплачивать контент у зрителей

Влияние e-com

Конкуренция в категориях рекламодателей

Технологическая деградация как итог санкций

Горизонт планирования у рекламодателей

Появление новых рекламных сегментов/продуктов

Появление селлера-монополиста в digital

Возможности ИИ по замене человека

Ввод блокирующих санкций

Пиратский доступ к иностранному контенту

Субсидирование рекламы

Новая бизнес-модель для телеканалов

4 невероятных сценария



4 невероятных сценария

2025: высокая маржинальность – только у компаний-лидеров в категории

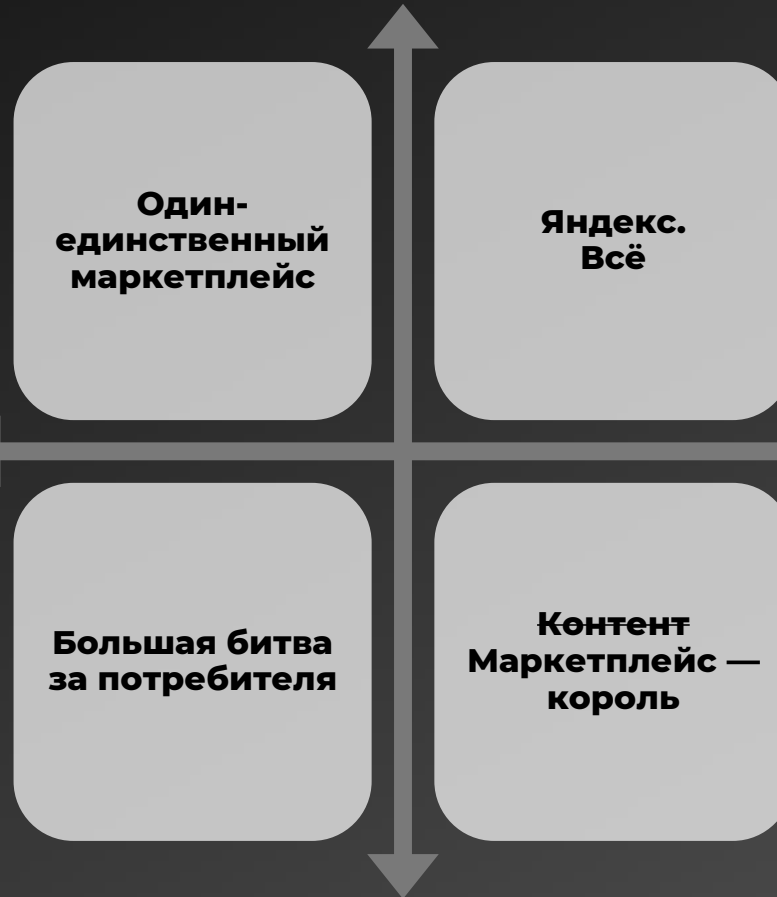
2030: рынок рекламы снижается, доля имиджевой рекламы – главного сегмента ЭВЕРЕСТ – 80%

Е-com как один из каналов

2025: запустилось >10 тыс. новых бизнесов в год

2030: рекламный рынок увеличился x10 за 5 лет, ЭВЕРЕСТ опережает рынок

Монополизация



2025: Яндекс покупает известный бренд одежды, косметики, спорт. товаров и федеральный телеканал

2030: ЭВЕРЕСТ реализует рекламные возможности телеканалов Яндекс

Безграничная роль е-com

2025: в поисках новых сегментов крупные маркетплейсы заключили 40 сделок за год

2030: ЭВЕРЕСТ заключает партнерство с крупным маркетплейсом

Конкурентная экономика

4 вероятных сценария



4 вероятных сценария



и что делать, чтобы **прийти к успеху**?



Проработать сценарии

- Определить «ранние сигналы»
- Выбрать наиболее вероятные
- Найти возможности внутри каждого



Провести стресс-тестирование

- Оценить устойчивость бизнеса
- Составить план действий на каждый сценарий

Приходите в ЭВЕРЕСТ
дегустировать будущее

