



Media  
Instinct  
Group

# ПРО ВОЛАНДОВ И ЛЮДЕЙ,

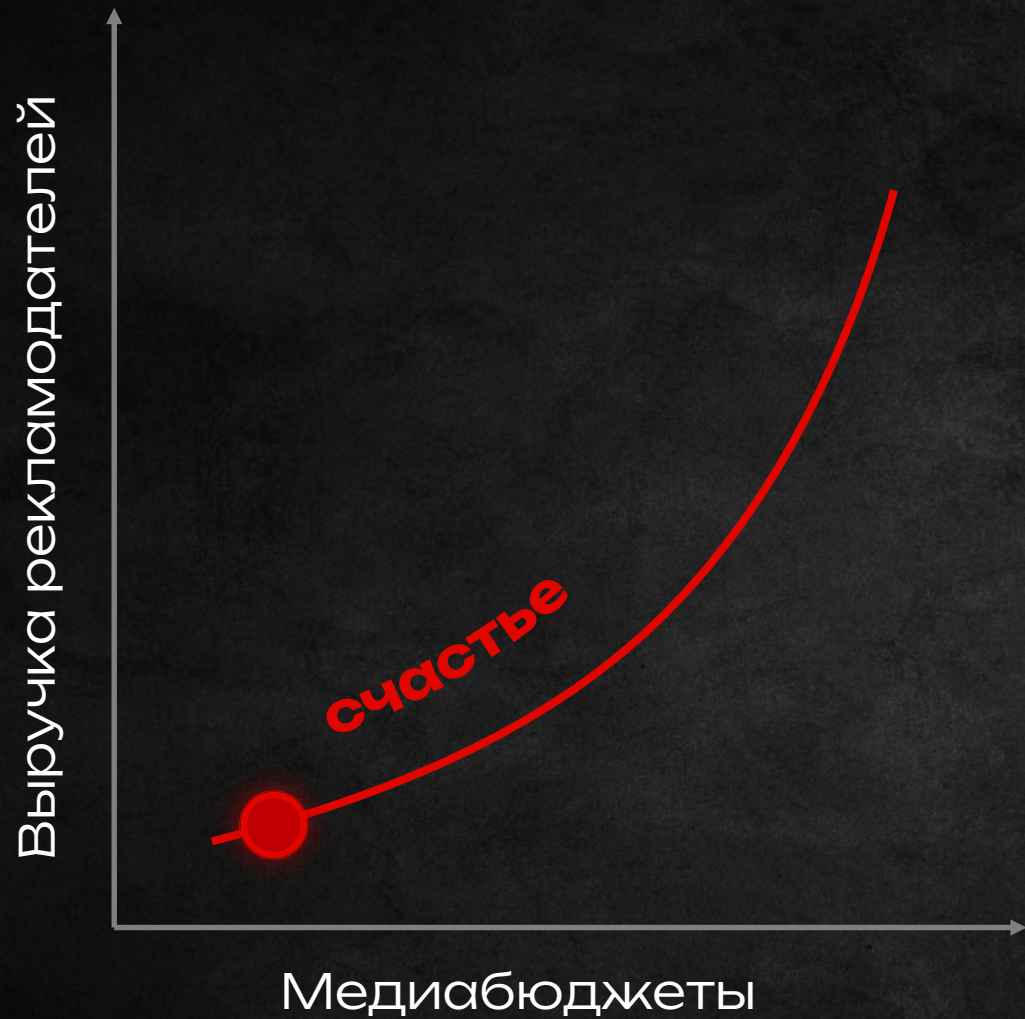
или как **алчность** стала частью нашей стратегии **счастья**



Мы правда  
**становимся**  
**счастливыми,**  
когда много  
зарабатываем







Но есть ощущение,  
что можно стать ещё  
богаче и счастливее,  
сделав **счастливыми**  
**других**



Мы тут проверили  
кое-что и выяснили,  
что это правда

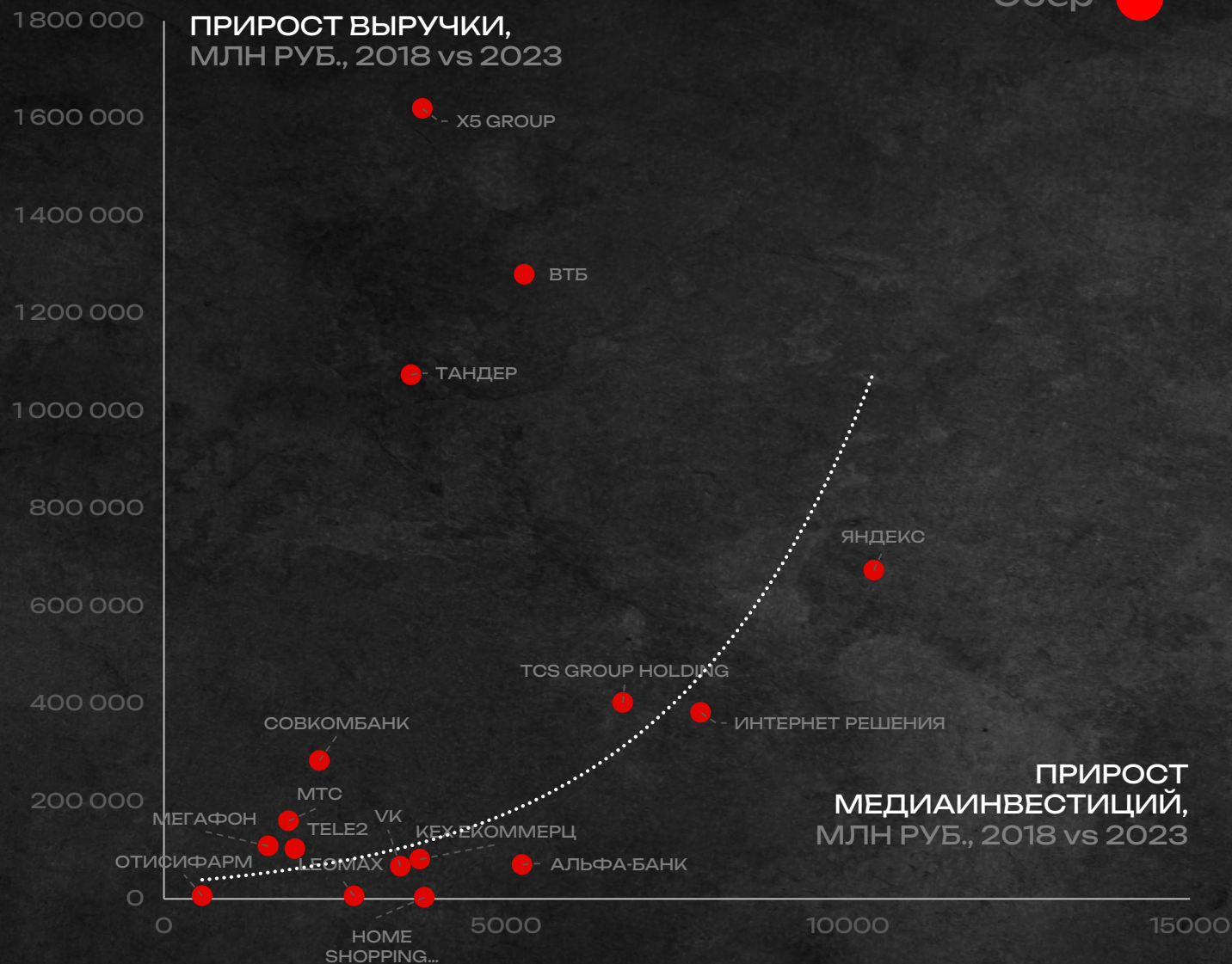
61%

Корреляция динамики  
роста выручки  
и медиаинвестиций  
то публичных  
рекламодателей

71 компания из топ-100  
рекламодателей условно публична  
50% — их доля на медиарынке

Источник: оценка Media Instinct по данным Mediascope и открытым источникам

Сбер ●





# Оказывается, **счастье** клиентов, медиаарынка и Media Instinct **рядом**

Данные 2018–2023 гг.

+ **68** %

Выручка крупнейших  
публичных клиентов

+ **96** %

Выручка публичных  
клиентов Media Instinct

+ **165** %

Медиаинвестиции  
крупнейших  
публичных клиентов

+ **89** %

Медиаинвестиции  
публичных клиентов  
Media Instinct

На базе 71 рекламодателей

На базе 14 рекламодателей



# КОНЦЕПЦИЯ СЧАСТЬЯ

или Как воздушные мечты стали  
для нас **бизнес-метрикой**



# Бизнес-метрики **счастья** клиента

**9,2**  
балла

Средняя оценка уровня  
сервиса клиентов  
Media Instinct в 2023 г.

Против 8,9  
баллов в 2022 г.



**+28%**

Биллинг клиентов,  
у которых выросла оценка  
уровня сервиса vs 2022 г.

Против среднего  
роста +22%





Но можно ли  
**кого-то сделать**  
**счастливым,**  
если несчастлив сам?



Среднерыночная  
агентская **текучка**

**> 32%**

← счастливые  
сотрудники?





**Высокая  
текучка**



Команда  
не укомплектована



Выгорание



Низкое качество  
сервиса




Отсутствие времени  
на прорывные идеи



**Несчастный  
клиент**



A romantic couple is shown in profile, embracing each other. The woman is in the foreground, wearing a light-colored top, and the man is behind her, wearing a white shirt. They are positioned near a window with a view of green foliage. In the lower center, there is a bouquet of white flowers. The background is softly blurred, showing trees and a window frame.

**Только  
счастливые  
люди способны  
создавать  
и менять мир  
к лучшему!**



# Переменные **счастья** индустрии

< **15** %

## Текучка кадров в агентствах

Счастливые сотрудники не уходят из компании и создают ценность для клиента и его бизнеса

Против текущего уровня 32%

> **9** баллов

## Удовлетворённость клиентов

Счастливые клиенты увеличивают выручку своего бизнеса и инвестируют больше

Потому что видят пользу от рекламы и агентства

> **10** %

## Рост медиаиндустрии

Индустрия растёт, опережая темпы инфляции

Оценка инфляции 5,1% от Минэкономразвития на 2024 год от 23.04.24 г.



В СИЛАХ ЛИ  
МЫ **УПРАВЛЯТЬ**  
**СЧАСТЬЕМ?**



« Для того, чтобы управлять,  
нужно, как-никак, иметь  
точный план на некоторый,  
хоть сколько-нибудь  
приличный срок... Ну, лет,  
скажем, ~~в тысячу~~.

....хотя бы пять





# КАК СВЯЗАНЫ **НЕ НАНЯТЫЕ** В 2020 ГОДУ АССИСТЕНТЫ И **ПЛОХОЕ КАЧЕСТВО** СЕРВИСА В 2024 ГОДУ?

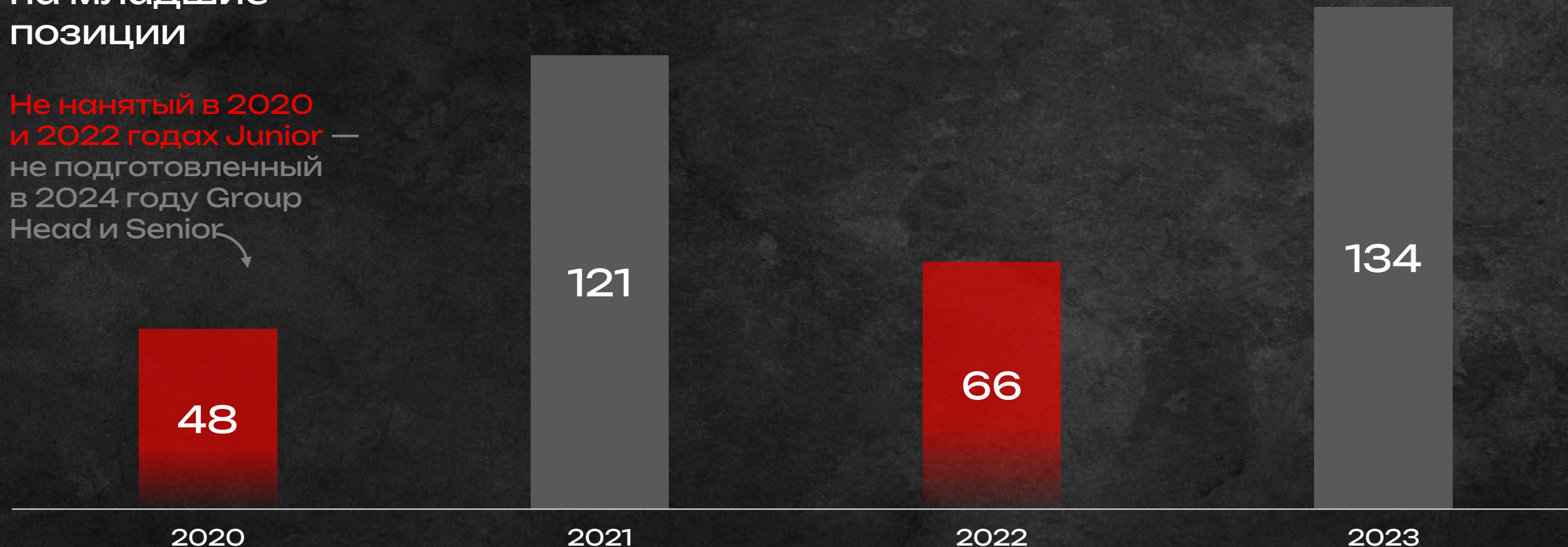
или Почему будущее индустрии в 2030 году  
формируется прямо сейчас



# Причины кадрового голода в индустрии — не нанятые в 2020 и 2022 году люди

Найм  
на младшие  
позиции

Не нанятый в 2020  
и 2022 годах Junior —  
не подготовленный  
в 2024 году Group  
Head и Senior

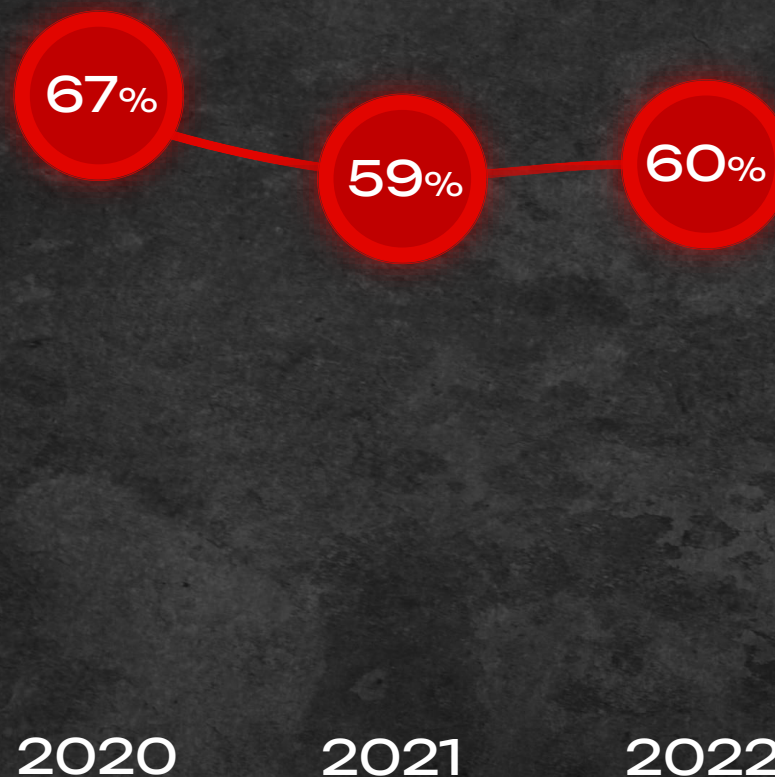




Динамика текучки  
на младших позициях

62%

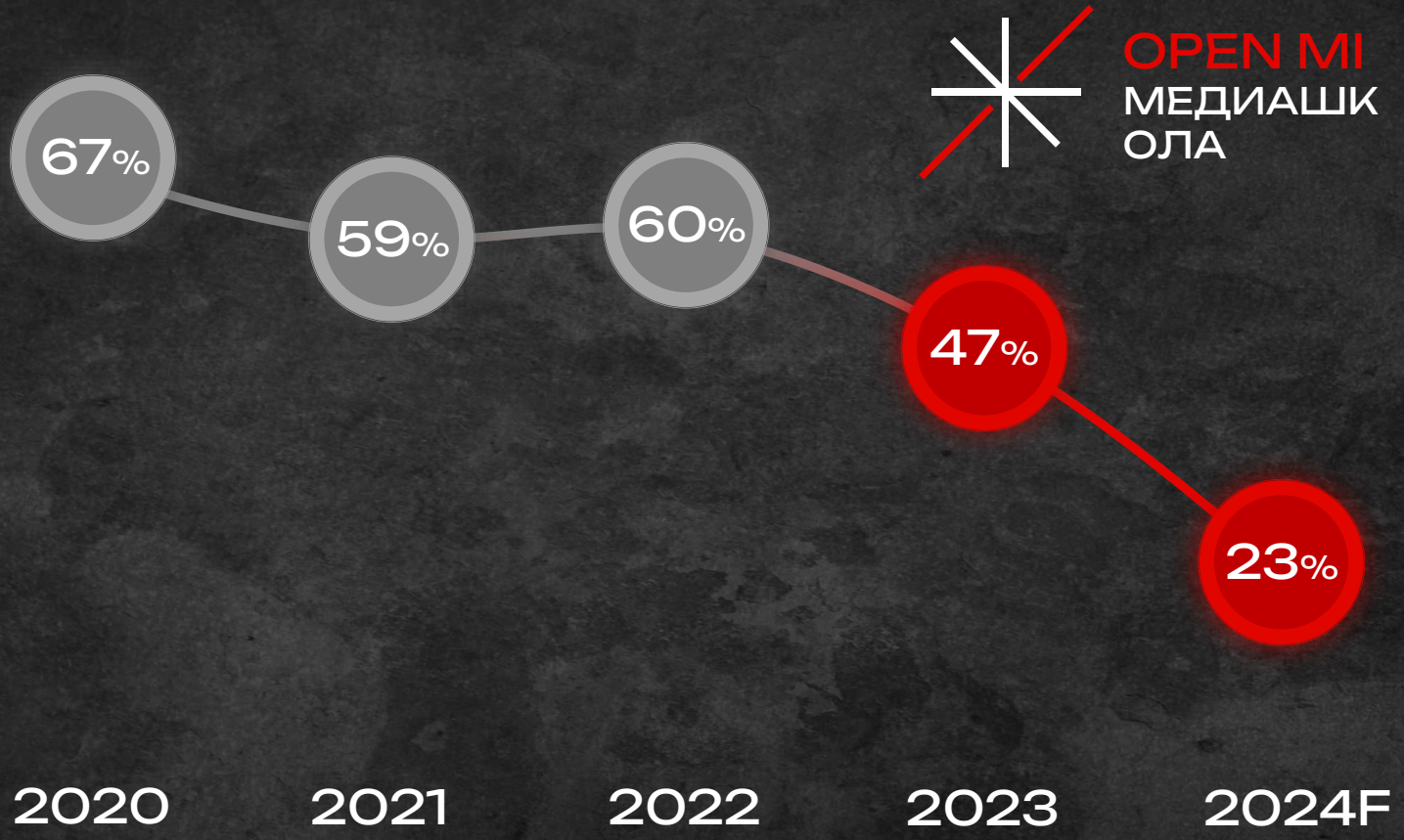
Средний уровень  
текучки младших  
специалистов  
в 2020–2022 гг.





Инвестиции  
в качественное  
развитие  
молодёжи —  
**это инвестиции  
в рост всей  
индустрии**

Динамика текучки  
на младших позициях



Источник: данные Media Instinct Group





# OPEN MI МЕДИАШКОЛА

**850**

Отобранных  
резюме

**160**

Кандидатов  
на отборочных  
этапах

**3**

Месяца  
интенсивного  
обучения  
внутри

**42**

Человека,  
прошедших  
отбор





# OPEN MI МЕДИАШКОЛА

850

Отобранных  
резюме

160

Кандидатов  
на отборочных  
этапах

3

Месяца  
интенсивного  
обучения  
внутри

42

Человека,  
прошедших  
отбор

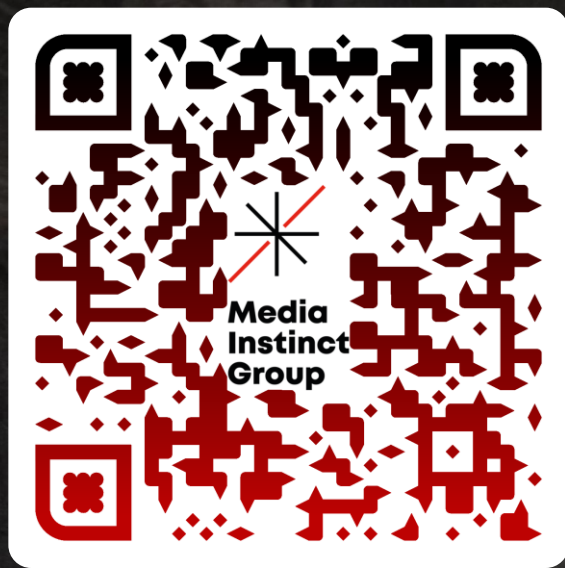
>2000к

СТОИМОСТЬ  
ПОДГОТОВКИ  
ОДНОГО Junior

За *счастье*  
завтра нужно  
платить уже  
сегодня вчера







Отправляйте  
молодёжь  
в **OPEN MI**



Развивайте свои  
медиашколы

И то и другое решит наш  
общий кадровый голод!





ОККАМ



group<sup>m</sup>



RORE NMI ...

# НКО «Медиа Институт»

Но к такому  
мы, **наверное**,  
ещё не готовы

...ХОТЯ?



«  
Всякая власть является  
насилием над людьми.  
Настанет время, когда  
не будет власти  
ни кесарей, ни какой-  
либо иной власти

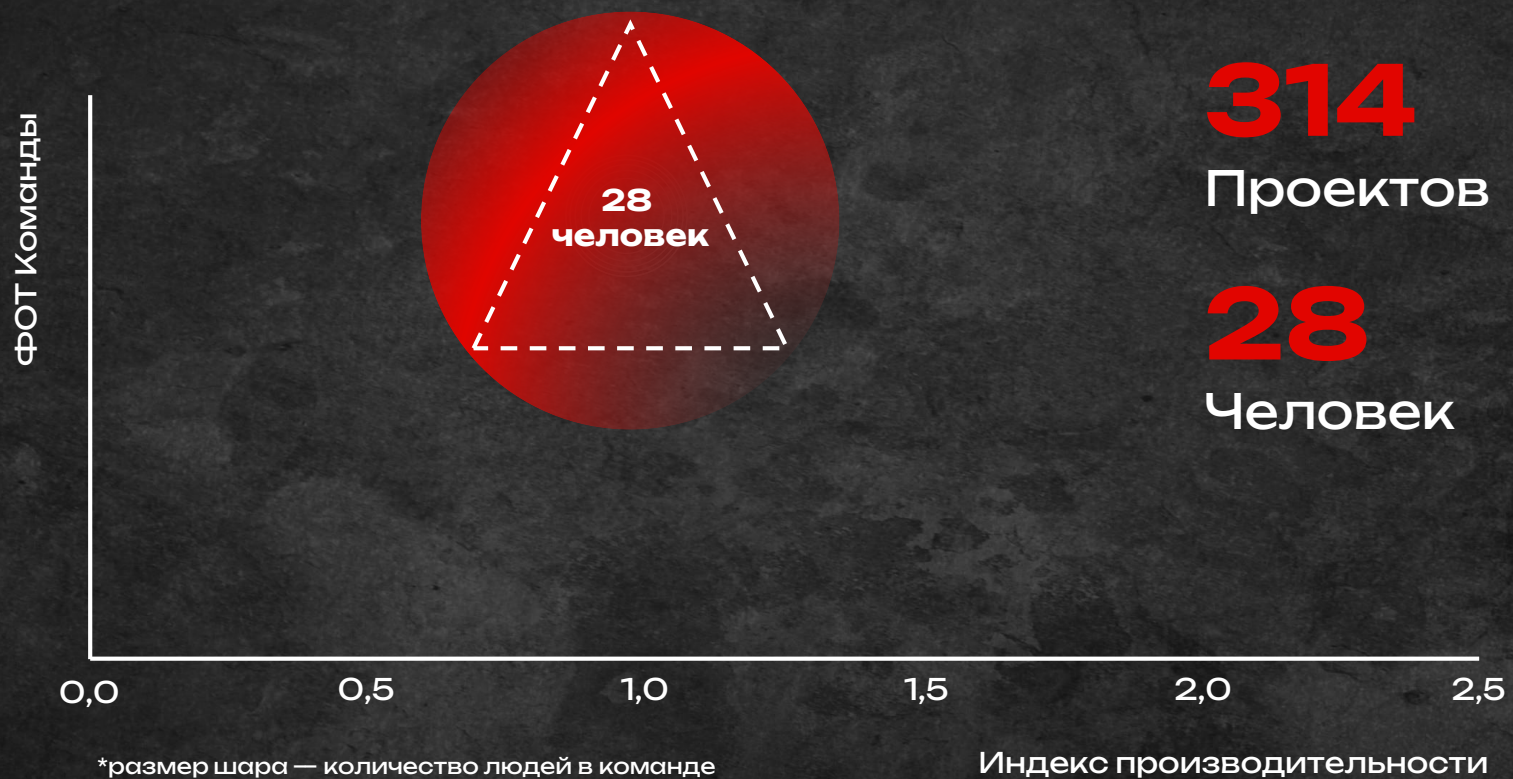




СТАНУТ ЛИ ЛЮДИ  
СЧАСТЛИВЫМИ,  
ЕСЛИ **ДАТЬ ИМ**  
**СВОБОДУ?**



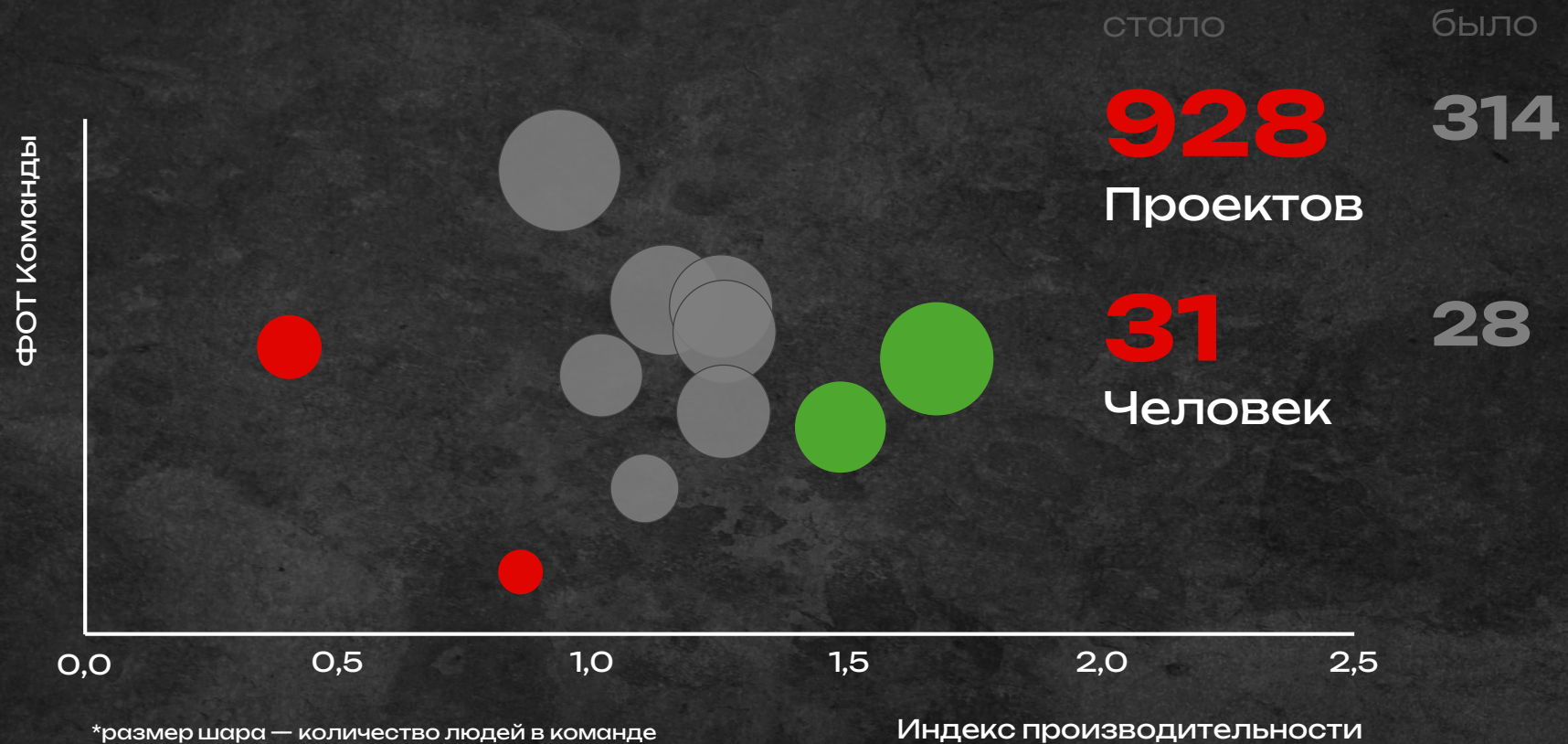
# Стратегический хаб Media Instinct 2020



Суммарный индекс количества задач и качества (на основе оценок сданных проектов)



# С 2021 — децентрализация. Дали свободу!



Суммарный индекс количества задач и качества (на основе оценок сданных проектов)



# С 2021 — децентрализация. Дали свободу!



Суммарный индекс количества задач и качества (на основе оценок сданных проектов)



**+28%**

**ПРОИЗВОДИТЕ  
ЛЬНОСТЬ**

**+182%**

**КОЛИЧЕСТВО  
ЗАДАЧ**

**+87%**

**БИЛЛИНГ  
КОМАНДЫ**

**+61%**

**ФОТ**





Люди стали

**ЭФФЕКТИВНЕЕ**

**И БОГАЧЕ**

Рост  
биллингов  
клиентов

Высокий  
доход



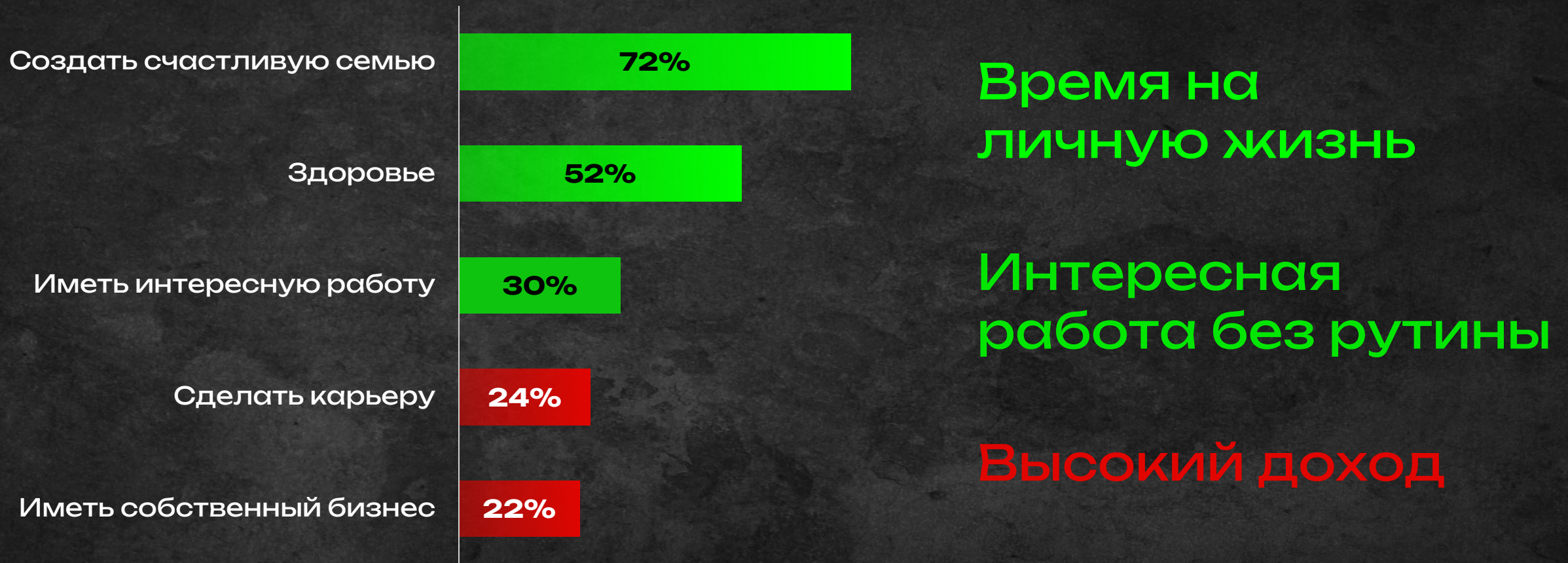


Люди стали  
**ЭФФЕКТИВНЕЕ**  
**И БОГАЧЕ,**

**но СТАЛИ ЛИ**  
**ОНИ**  
**СЧАСТЛИВЫ**

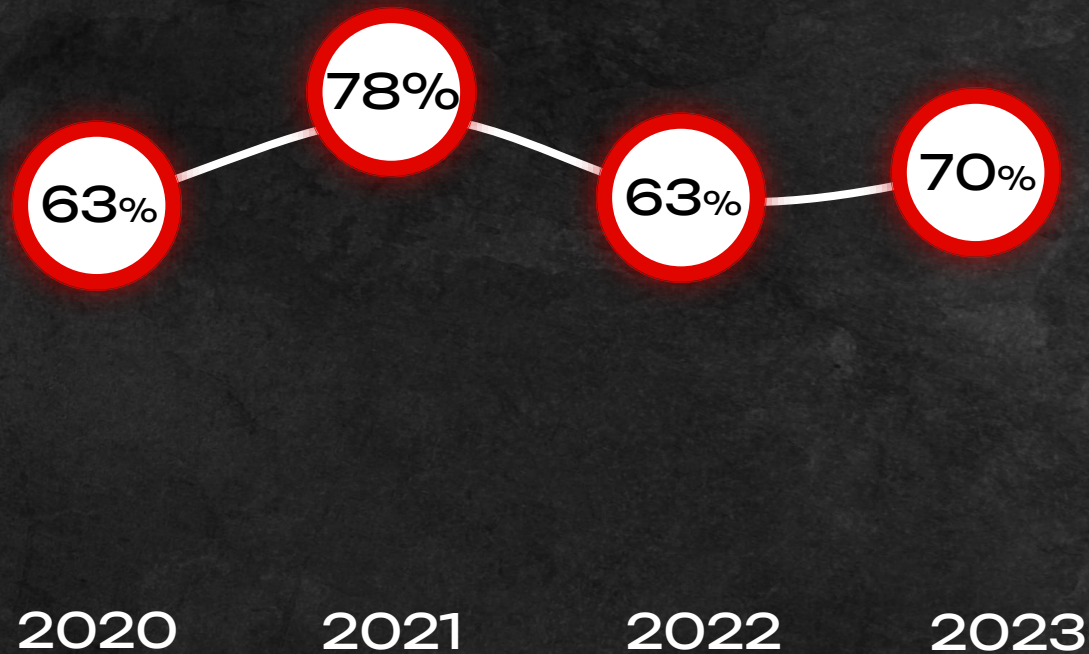


# Счастье важнее, чем деньги!





# Индекс благополучия

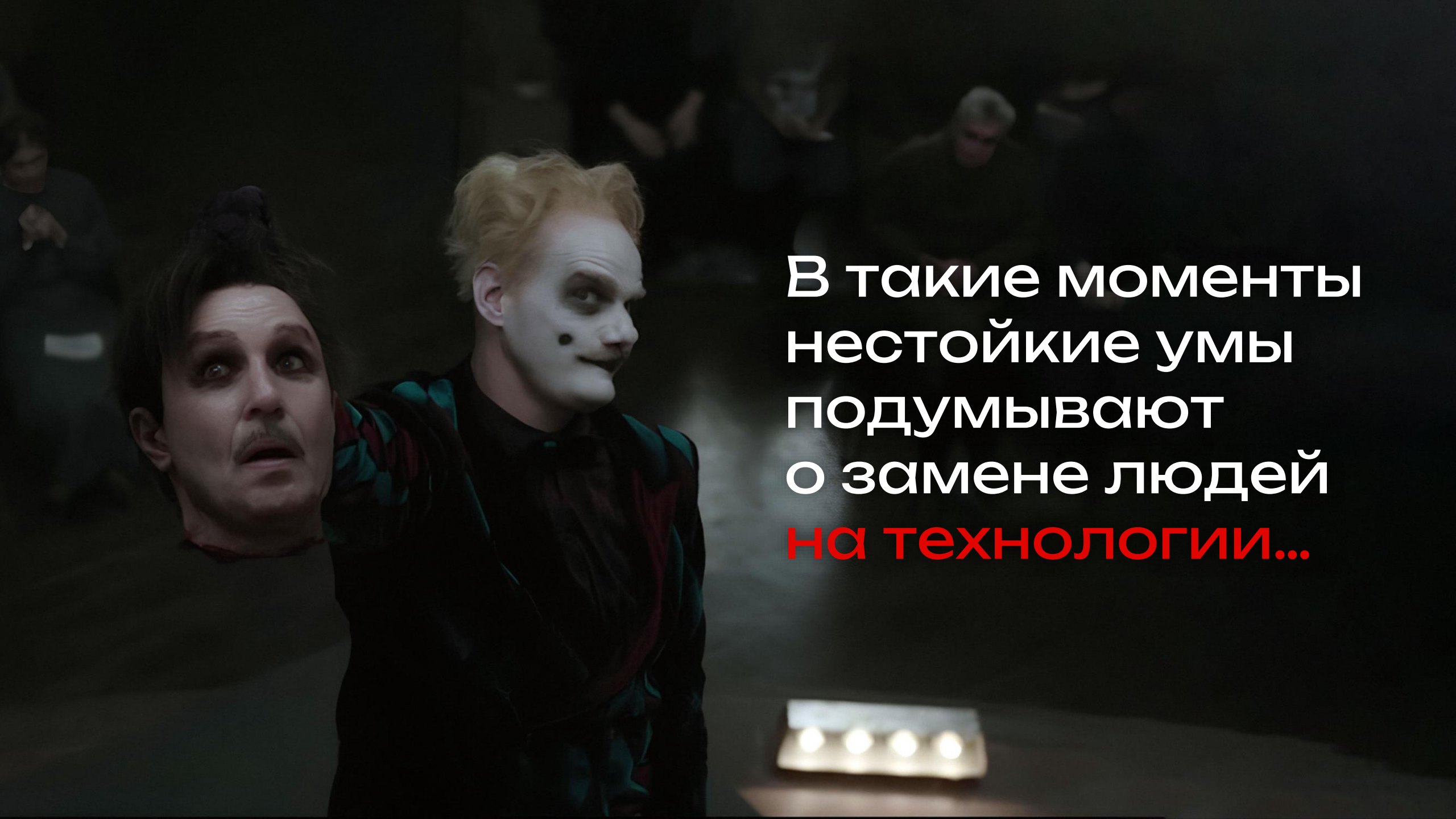


> **75%**

Цель не достигнута...

для достижения  
здорового уровня  
благополучия  
сотрудников





В такие моменты  
нестойкие умы  
подумывают  
о замене людей  
на технологии...



Менять следует  
не людей, а отношение  
к ним и технологиям,

которыми мы по глупости своей  
пытаемся заменить людей...



ТЕХНО  
ЛОГИИ

для


**КЛИЕНТА**

VS

для

**ЛЮДЕЙ**





Раньше в индустрии  
все были уверены:

**чем больше технологий  
для клиента создали —  
тем мы круче  
и эффективнее...**





Но на деле **НИКТО**  
**НЕ ИСПОЛЬЗОВАЛ**  
**ЭТИ ТЕХНОЛОГИИ**

**СТРОИТЕ  
С НАМИ, ТОВАРИЩИ!**





Ненадёжные

Тяжёлые  
в освоении

Узко применимые

Негибкие



Ненадёжные

Тяжёлые  
в освоении

Узко применимые

Негибкие

И все это просили  
«потерпеть», потому  
что технологии очень  
дорогие и вообще  
уже оплачено...



« Свежесть бывает  
только одна — первая,  
она же и последняя.

А если ~~осетрина~~ *технология*  
второй свежести,  
то это означает,  
что она тухлая!





ТЕХНО  
ЛОГИИ

для

**клиента**

VS

для

**людей**



# Технологии для людей

должны отвечать  
следующим  
критериям:

снимают рутину;

снижают  
вероятность ошибки;

НИКОГДА  
НЕ НАЧИНАЮТСЯ СО СЛОВ  
«надо потерпеть»;

НИКОГДА не ставят  
задачу заменить  
людей!



# 14

Изначальный  
технологический стек  
«для клиента»



А ПОТОМ МЫ СПРОСИЛИ:  
«За какие технологии вы готовы  
отдать хотя бы по 10к?»

14

Изначальный  
технологический стек  
«для клиента»



3

Технологии, в которые  
готовы инвестировать  
сотрудники



Они позволяли **быстро, надёжно**  
**и без ошибок** работать



MEDIA**MIX**  
**CALCU**  
**LATOR**

**Быстрые**  
медиамиксы  
и прогноз знания



MI  
**VERBA**

**Быстрый**  
коммуникационный  
анализ

econometrics  
**TAMBURIN**

**Быстрое**  
эконометрическое  
моделирование





**72 346**

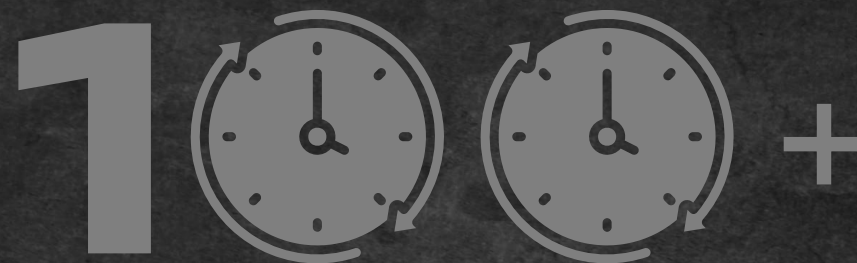
**роликов**

Анализирует весь  
ТВ-креатив с 2018 года  
по вербатимам (словам)

**ОДИН**  
**рабочий день**

На просмотр и анализ  
коммуникации на ТВ

**VS**



**рабочих дней**

Чтобы просто посмотреть  
все ролики, нужно 40 дней...

(плюс время на вдумчивый анализ –  
если, конечно, на него хватит сил)



## «Почему промокоммуникация перестала растить атрибут „низкая цена“?»

% TRP 18+  
с ценовыми  
словами

72 346 роликов



Рекламодаатель	Ценовые TRP18+ в 2023
СБЕР	141 010
ИНТЕРНЕТ РЕШЕНИЯ	79 938
ТАНДЕР	57 932
ЯНДЕКС	54 204
YUM! RESTAURANTS	46 500
ВКУСНО — И ТОЧКА	46 125
WILDBERRIES	33 161
КЕХ ЕКОММЕРЦ	32 740
М.ВИДЕО	30 766
X5 GROUP	25 492
TCS GROUP HOLDING	24 529
МЕГАФОН	22 162
ЭВАЛАР	18 350
СОВКОМБАНК	15 945
ВТБ	13 852
АЛЬФА-БАНК	13 082
СРАВНИ.RU	12 898
КУПИШУЗ	12 549
СПОРТМАСТЕР	12 498
ОТИСИФАРМ	12 339



«Почему **жёлтый** рекламодатель уступает в эффективности **чёрному?**»

SOV TRP20

15%

13%

Инвестиции 2019–2023

17 млрд

14 млрд

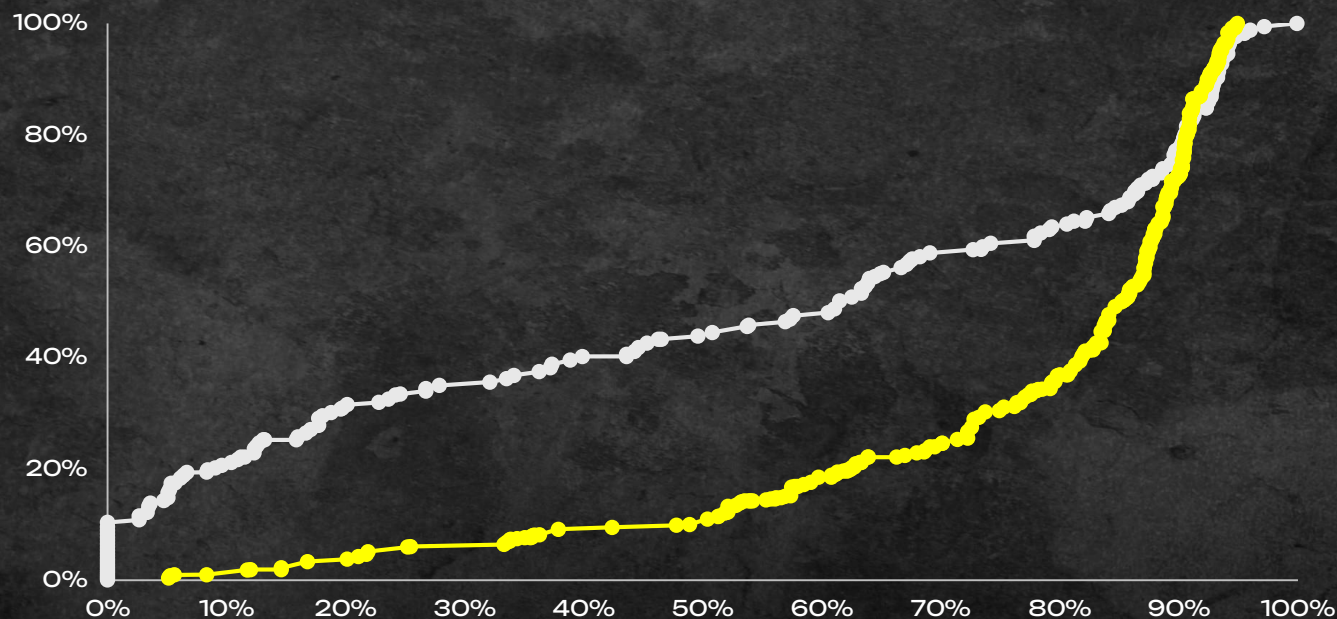
Спонтанное Знание Рекламы

45%

29%

## 1 рабочий день

Накопленное распределение упоминания бренда в ролике, % от всех TRP упоминаний



Продолжительность ролика





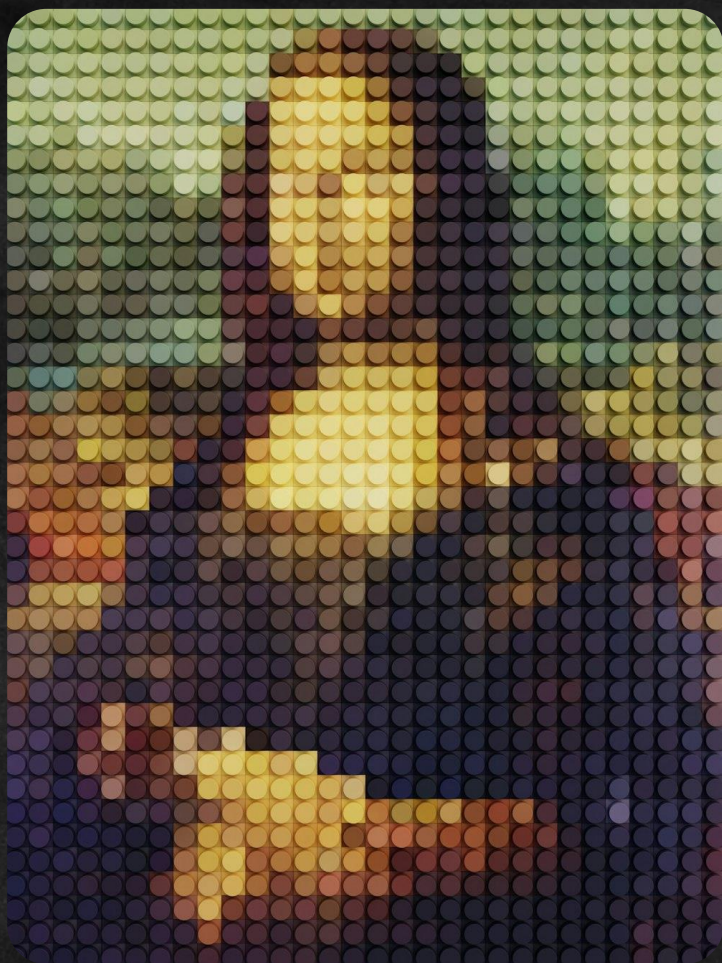
Зачем медиа агентство  
вообще лезет **не в свое**  
**дело** и в креатив...





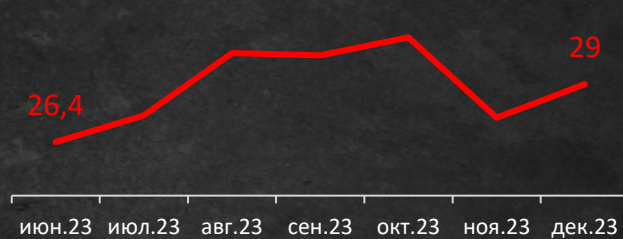
Потому что сегодня  
**креатив** – это вопрос  
ROI и **счастья** всей  
медиа **индустрии**



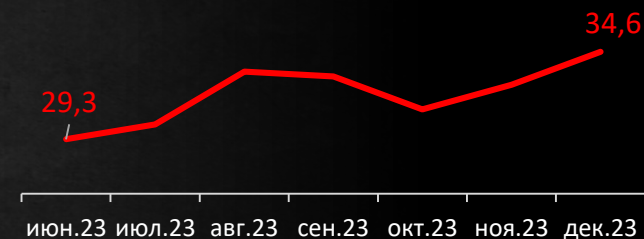


## Подсказанное знание рекламы марок «Затрудняюсь ответить» / «Ничего из перечисленного»

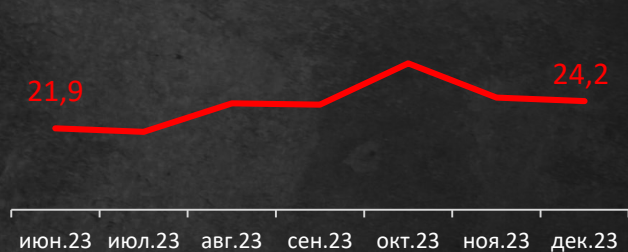
### Маркетплейсы



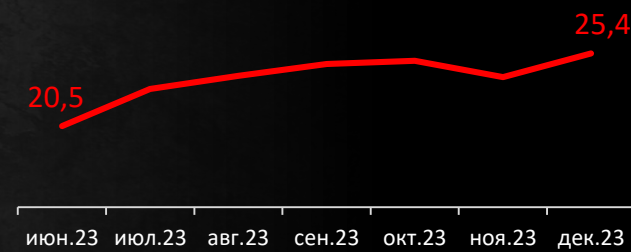
### Супермаркеты



### Фаст фуд



### Телеком







1. Отсканируйте QR
2. Посмотрите пример выгрузки
3. Заполните заявку
4. Получите выгрузку в течение 2 рабочих дней



ТАК МОЖНО ЛИ  
СОЧЕТАТЬ АМБИЦИИ  
И АЛЧНОСТЬ С  
ЖЕЛАНИЕМ ДЕЛАТЬ  
МИР ЛУЧШЕ?







Media  
Instinct  
Group

# НАША МИССИЯ

Группа №1  
по биллингам

Как **лидер** индустрии  
мы помогаем растить  
продажи нашим  
**клиентам** и развиваться  
нашим **сотрудникам**

Средняя  
оценка >9

Текучка <15%



«  
...Так кто ж ты наконец?

*Мы* — ~~я~~ — часть той силы,  
что вечно хочет зла и  
вечно совершает благо!

**ПРИНИМАЙТЕ  
СЕБЯ НАСТОЯЩИХ!**





«  
Рукописи  
не горят!

**ТВОРИТЕ И  
СОЗДАВАЙТЕ!**





A romantic scene featuring a man and a woman in formal wear. The man, in a white shirt and tie, is embracing the woman from behind. They are both looking down at a large bouquet of white flowers held by the woman. The background is a blurred indoor setting with large windows and greenery.

«  
Всё будет  
правильно,  
на этом  
построен мир!



Media Instinct Group