

ВЫЖИВИ



ПЕРЕМЕН

Которых не избежать

КОГДА ОБЫГРЫВА КОШЕЯ...

ТВ ВСЕ ЕЩЕ РАБОТАЕТ

84%

Иначе ТОП-50 не
выкупало бы столько
инвентаря в 2026 году



КОГДА ОБЫГРЫВА КОШЕЯ...

ТВ ВСЕ ЕЩЕ РАБОТАЕТ

84%

Иначе ТОП-50 не выкупало бы столько инвентаря в 2026 году

ТОП-50 В СНАБЖЕНИИ

В 3,6 РАЗ

Отличаются цены у ТОП-50 от небольших рекламодателей



КОГДА ОБЫГРЫВА КОШЕЯ...

ТВ ВСЕ ЕЩЕ РАБОТАЕТ

84%

Иначе ТОП-50 не выкупало бы столько инвентаря в 2026 году

ТОП-50 В СНАБЖЕНИИ

В 3,6 РАЗ

Отличаются цены у ТОП-50 от небольших рекламодателей

ТВ НЕ ДАЯ ВСЕХ

-196

С 2022 года количество рекламодателей на ТВ снизилось с 534 до 340



«Вот такая вот идея! Что скажете?»



ТОП-50 переиграли всех настолько, что у ТВ осталось

2 ПУТИ

Снизить цены для небольших рекламодателей, чтобы они остались и повисить у ТОП-50

Оставить ценовую разницу как есть и потерять небольших рекламодателей

ИНФЛЯЦИЯ

*Иметь Долгую сделку на 2027
Это как закупить \$\$\$ в июле 1998

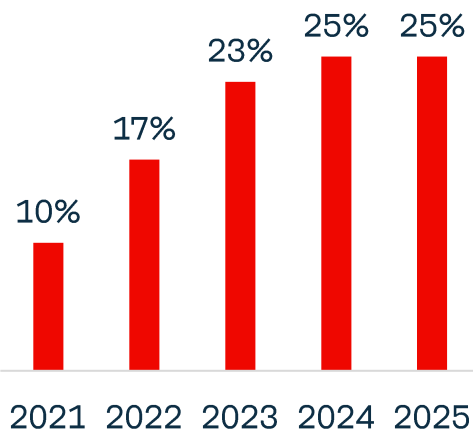
В диджитал полно нечисти

Которая напрочь убивает **доверие** к медиа



ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ ФРОДА

т.к. инвентаря не хватает



ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТАРГЕТИНГА ПЕРЕОЦЕНЕНА

50%

средняя точность
попадания
в ЦА Ж25-45
(21% в структуре населения)



ИНВЕНТАРЬ НЕ РАСТЁТ

YouTube по-прежнему есть
и не особо монетизируем

Июнь

YouTube **-37%**

Август

Другие **+69%**



июнь

июль

авг

сент



ЧЁРТОВЫ ПОДПИСЧИКИ!

Самая ценная аудитория,
закрывающаяся от рекламы

37%

населения РФ
на подписке
и не видят рекламу
в digital

3,4

Среднее число
платных
подписок
на домохозяйство

ЗРЕВНЕЕ ЧУДО

В НАШЕМ
ПОЛУЦИФРОВОМ ЛЕСУ

ООН И РАДНО

- Нет защиты подпиской
- Нет фрода
- Охват нон-TV аудитории

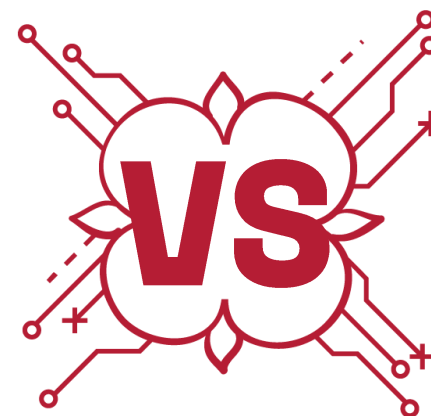
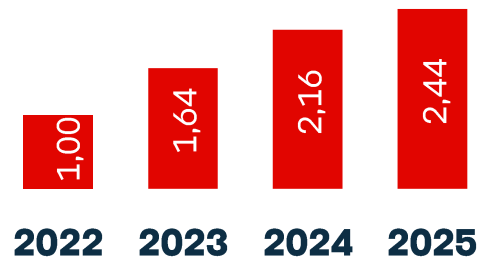
Можно ли в перформанс?

Уход в PERFORMANCE ONLY – утопия

Даже в среднесрочной перспективе юнит экономика стоимости привлечения перестанет сходиться

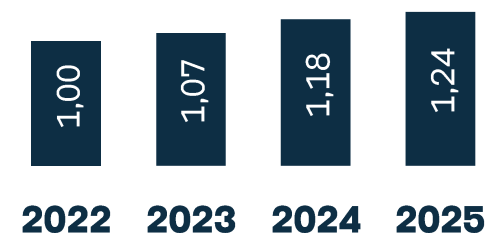
рост CPA

144%



накопленная
инфляция в РФ

24%

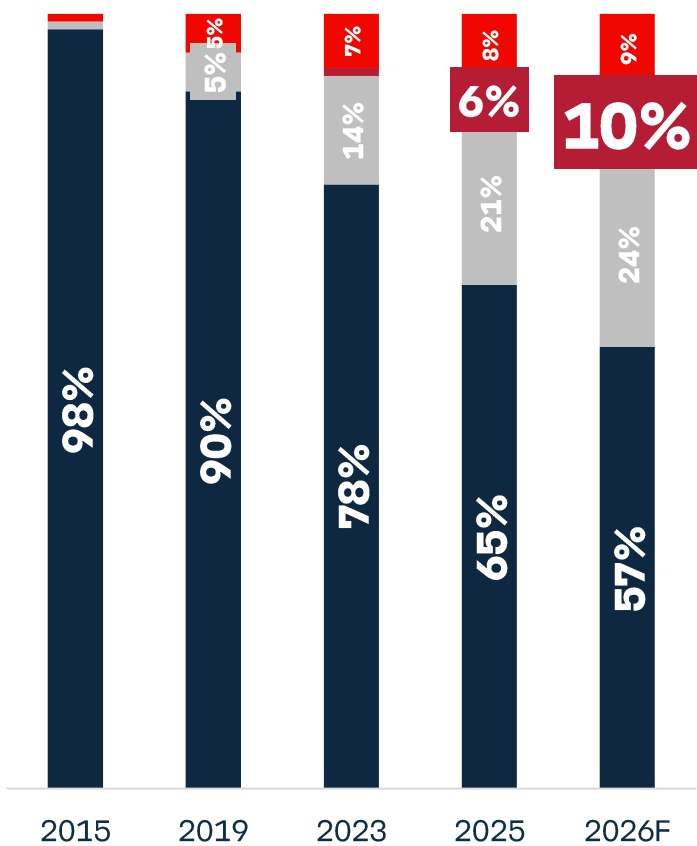




спасут обдерут наш мир!

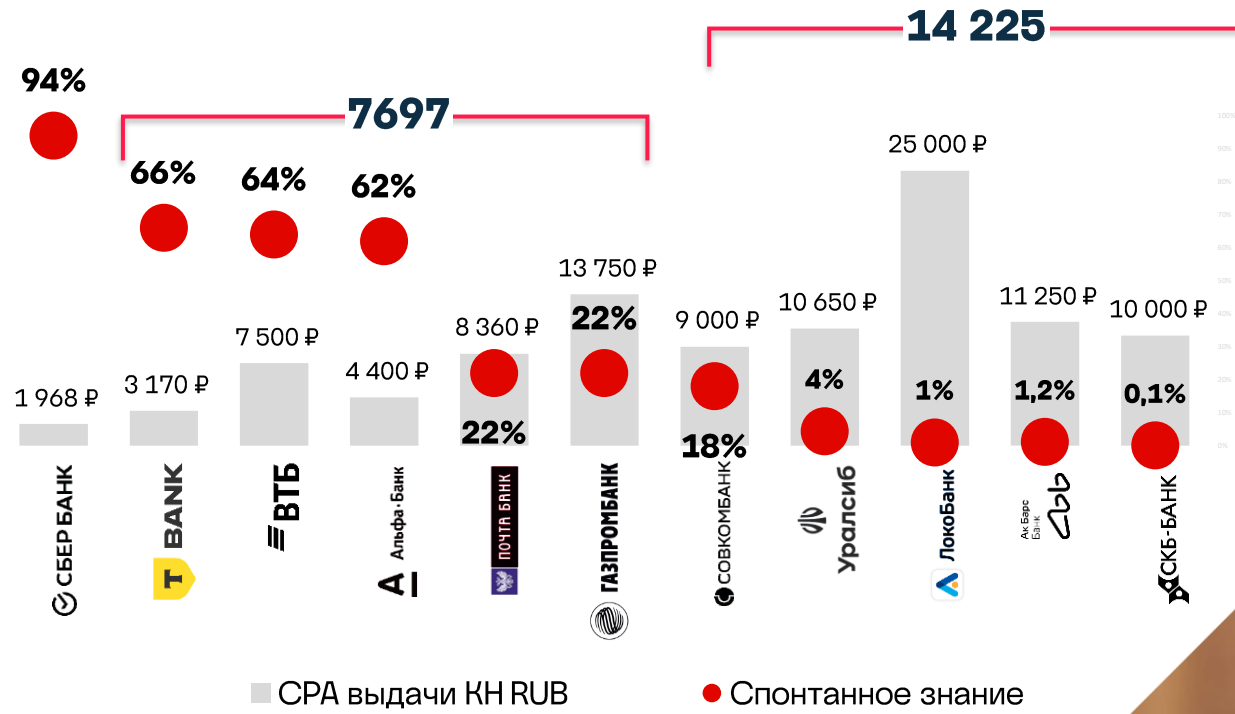
- Голосовой поиск
- Поиск через ИИ-помощников
- Поиск на маркетплейсах
- Классический веб-поиск

- Поиск снижается
- Трафик на сайты снижается



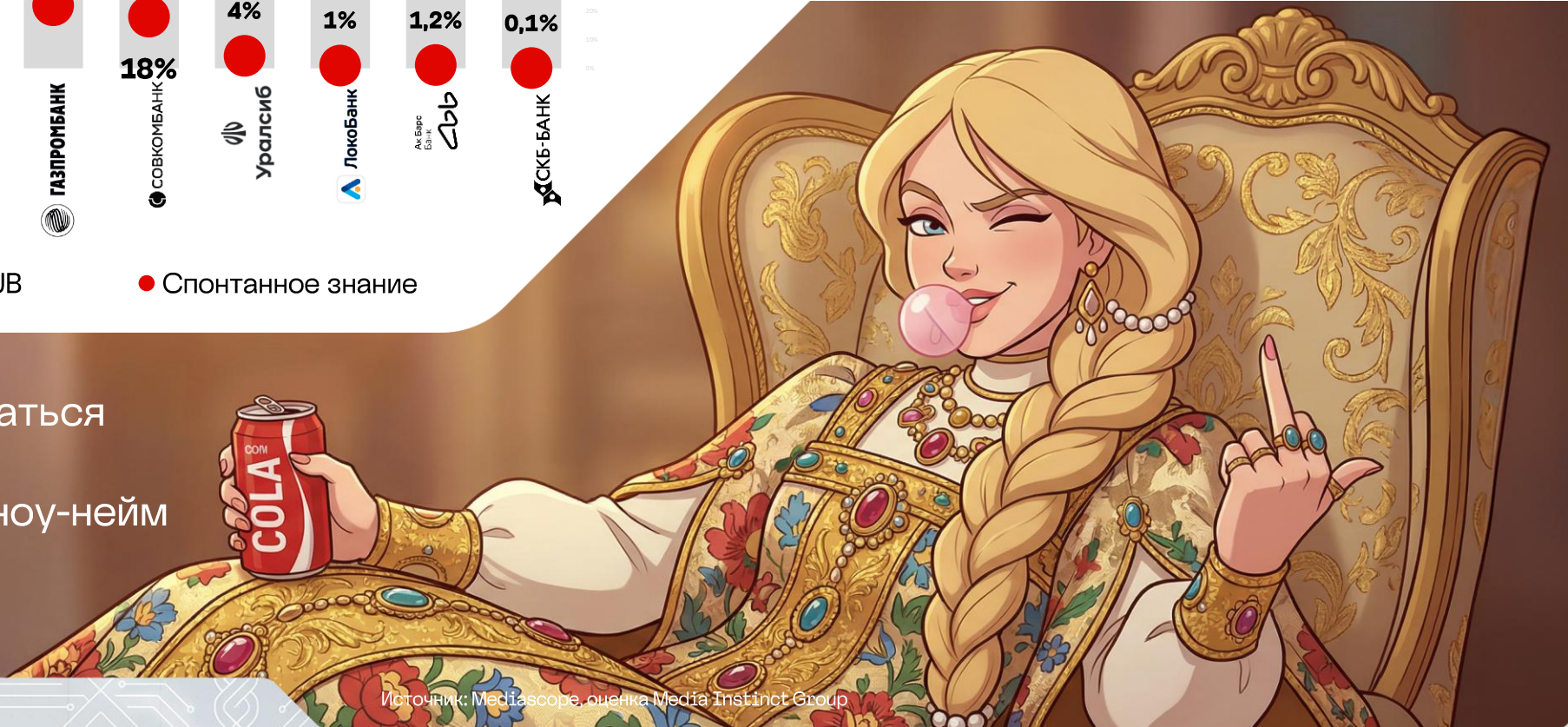
Источник: оценка Media Instinct

СТОИМОСТЬ ВЫДАЧИ КРЕДИТА НАЛИЧНЫМИ



**А ВОТ
СИЛЬНЫЙ БРЕНД
ВСЕ МЕНЯЕТ!**

В 2-3 раза может отличаться стоимость привлечения для сильного бренда и ноу-нейм



Источник: Mediascope, оценка Media Instinct Group

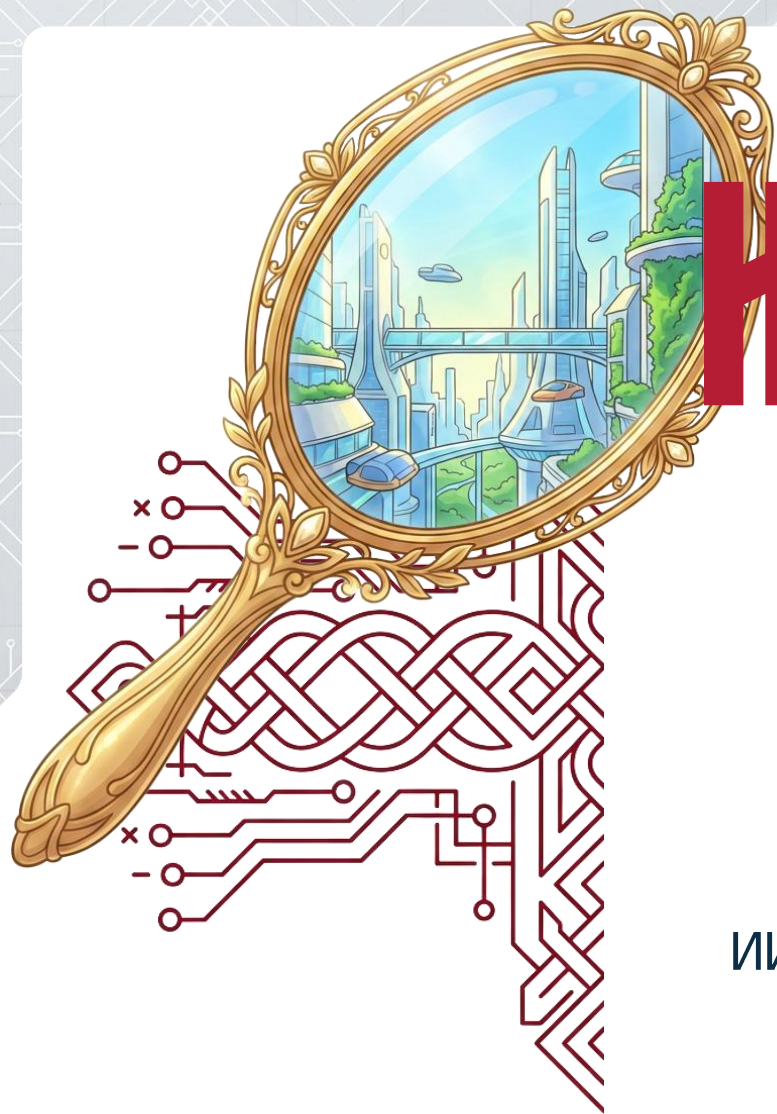
МИР БЕЗ ВРЕНДОВ НЕ СУЩЕСТВУЕТ

Уже не гарантия спроса, но
модификатор эффективности
всей воронки:

- Продажи
- Цена
- ДРР



И СЧИТАТЬ
ЭФФЕКТ СТАРО
СНАБНО СЛОЖНЕЕ



ИИ-измерение брендов, к которому мы пока не готовы

ИИ-агенты на маркетплейсах будут собирать нам корзину из «экологичных» брендов так, как видят их ИИ-агенты, а не мы с вами





Для нашей
индустрии нет
ничего страшнее
Собственника

ДРАКОНА

**Разочарованного в
инвестициях в бренд**



Кризис веры

соотношение активных резюме к доступным вакансиям (НИ индекс)

27

Маркетинг
Реклама
PR

9

Логистика

6

Производство

3

Розничная
торговля

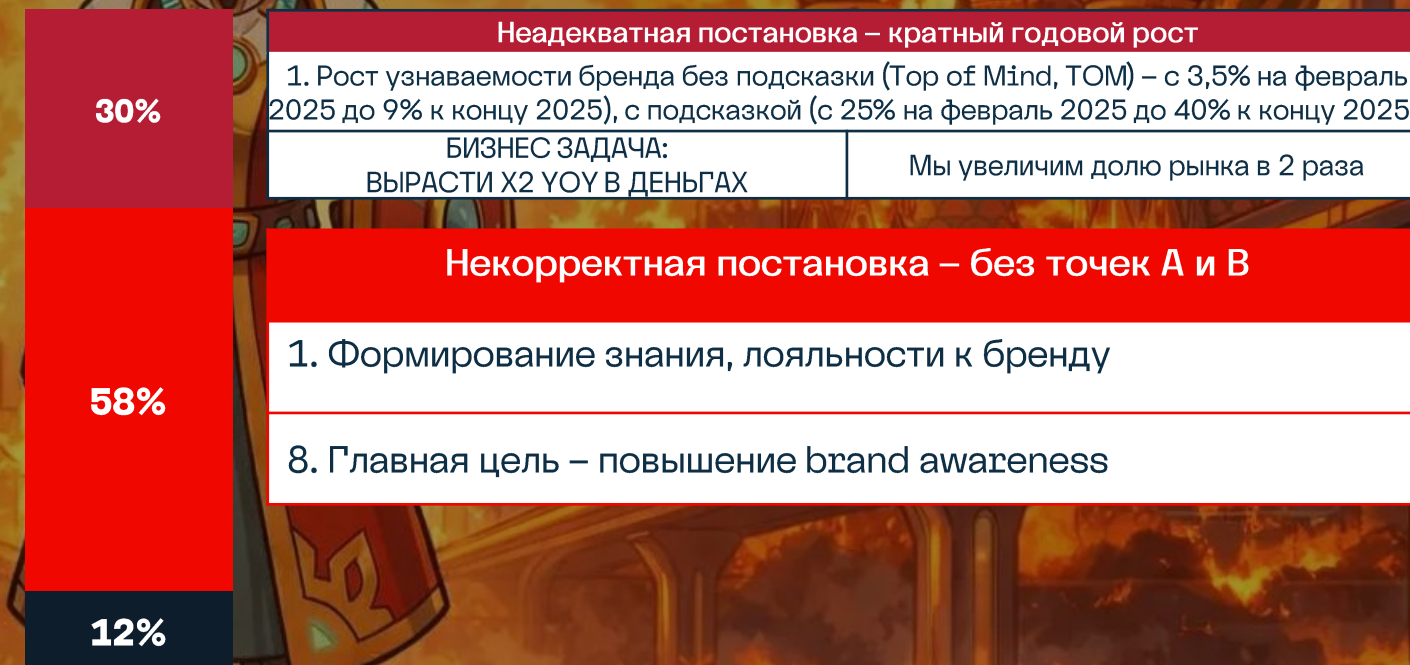


2024-2025

Анализ 84 тендерных брифов на 14 млрд руб



Только **12%** брифов
сделано высоко-
профессионально
и имеют четкие
корректно
поставленные цели



Неадекватная постановка – кратный годовой рост

1. Рост узнаваемости бренда без подсказки (Top of Mind, TOM) – с 3,5% на февраль 2025 до 9% к концу 2025), с подсказкой (с 25% на февраль 2025 до 40% к концу 2025).

БИЗНЕС ЗАДАЧА:
ВЫРАСТИ X2 YOY В ДЕНЬГАХ

Мы увеличим долю рынка в 2 раза

Некорректная постановка – без точек А и В

1. Формирование знания, лояльности к бренду

8. Главная цель – повышение brand awareness

цели по знанию

- ставят цель неадекватно
- ставят цель Некорректно
- ставят цель Корректно

88%

- Стагнация дохода
 - Давление
 - Текучка



СМИРИТЬСЯ НАК
ЧТО-ТО МЕНЯТЬ



12%

Бренд 2

Бренд 3

Бренд 1

- Знает, как работает Бренд
- Умеет доказывать эффект Бренда собственнику
- Сумеет повысить производительность в 2 раза
- Получит возможность брать **Бренды** на проект

СНЯВШИЙСЯ ПАРТНЕР

Готовый помочь и принять удар

- Способен давать **Качество**
- Способен давать **Скорость**
- Способен давать **Низкую Цену**

БЕНЧМАРКИ

ТЕХНОЛОГИИ

БАНК ПАВЕР

ЭТО СЛОЖНО И ДОРОГО

Потому что нужно иметь сразу все 3 элемента:

- Умных людей для написания алгоритма
- Сырые данные для обучения алгоритма
- Объем инвентаря для реализации алгоритма

АЛГОРИТМ

СЫРЫЕ
ДАННЫЕ

ДОЛЯ
ИНВЕНТАРЯ

ЭТО СЛОЖНО И ДОРОГО

Потому что нужно иметь сразу все
3 элемента:

- Умных людей для написания алгоритма
- Сырые данные для обучения алгоритма
- Объем инвентаря для набора кейсов и бенчей

АЛГОРИТМ

Точно или
наверняка есть
у всех агентств
ТОП 20

СЫРЫЕ
ДАННЫЕ

ДОЛЯ
СЕТКИ

ЭТО СЛОЖНО И ДОРОГО

Потому что нужно иметь сразу все 3 элемента:

- Умных людей для написания алгоритма
- Сырые данные для обучения алгоритма
- Объем инвентаря для реализации алгоритма

АЛГОРИТМ

СЫРЫЕ
ДАННЫЕ

Доступ
к полным данным для
автоматизированного
алгоритма

MEDIA
SCOPE

МАКСИМАЛЬНАЯ

Media
Instinct
Group

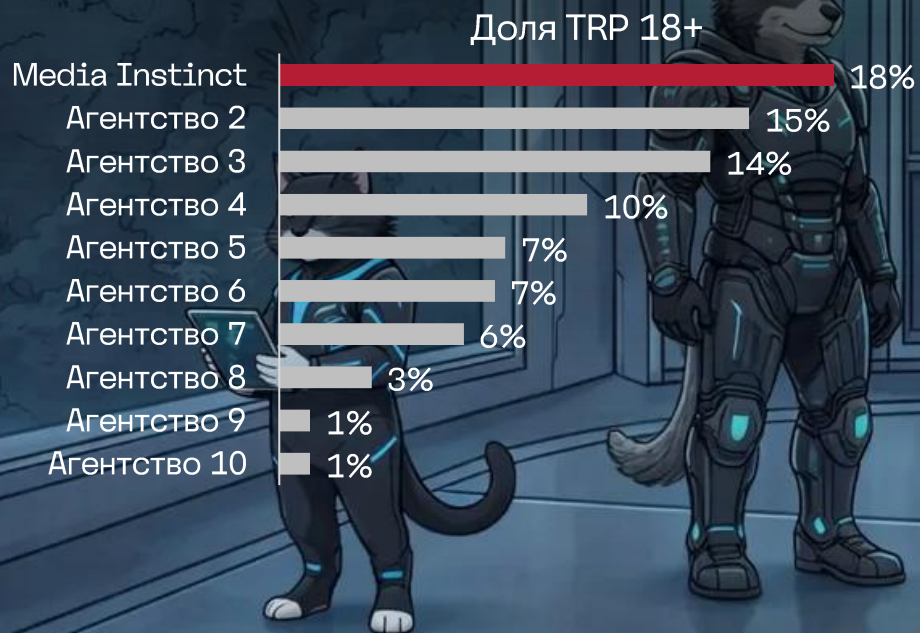
ПОЛНАЯ

ДОЛЯ
СЕТКИ

ЭТО СЛОЖНО И ДОРОГО

Потому что нужно иметь сразу все 3 элемента:

- Умных людей для написания алгоритма
- Сырые данные для обучения алгоритма
- **Объем инвентаря** для реализации алгоритма



АЛГОРИТМ + **3-6%** к TRP

СЫРЫЕ
ДАННЫЕ

**ДОЛЯ
СЕТКИ**

44% => 63%

WinRate по стратегическим этапам тендеров (vs 2020)

БЕНЧМАРКИ

ЭТО СЛОЖНО И ДОРОГО

Потому что нужно иметь сразу все 3 элемента:

- Умных людей для написания алгоритма
- Сырые данные для обучения алгоритма
- Объем инвентаря для реализации алгоритма

Фарма
18%

E-com
9%

Туризм
6%

Бетинг
3%

Gen
Z

Финансы
18%

Телеком
9%

Эконо
метрика

Недвиг
5%

FMCG
14%

Future
Hub

Digital

Авто
2%

Ритейл
22%



44% => 63%

WinRate по стратегическим этапам тендеров (vs 2020)

Доступ всех клиентов на рынке к знаниям и бенчмаркам Media Instinct

БЕНЧМАРКИ

984

Страт задачи

36

Лучших Стратегов

11

Категорийных практик

Фарма 18%

E-com 9%

Туризм 6%

Беттинг 3%

Gen Z

Финансы 18%

Телеком 9%

Эконо метрика

Недвига 5%

FMCG 14%

Future Hub

Digital

Авто 2%

Ритейл 22%



MI Prime
Strategy & Marketing



*доли в объеме стратегических задач в 2025 в Media Instinct

СИЛЬНЫХ

1

ПАРТНЕРА

от 40
млрд руб.

БЕНЧМАРКИ

ТЕХНОЛОГИИ

БАННГ ПАВЕР

Оборот, при котором
достигается эффект
от масштаба

РЫНКУ НЕ НУЖНО SI АГЕНТСТВО



№ 1

№ 2

79
Агентств



7
Групп агентств

*Постмаркетинг 2025.
На основе бюджетов
ТОП150 рекламодателей
только классические
медиа без перформанс и
спонсорства

80%

- Стагнация дохода
- Давление
- Текучка



МАРКЕТИНГ

12-20%

Смогут сохранить веру в бренд, двигать рынок вперед и наращивать свой доход



ПАРТНЕРЫ

86

АГЕНТСТВА

- Сжатие
- Потеря дохода
- Поглощение



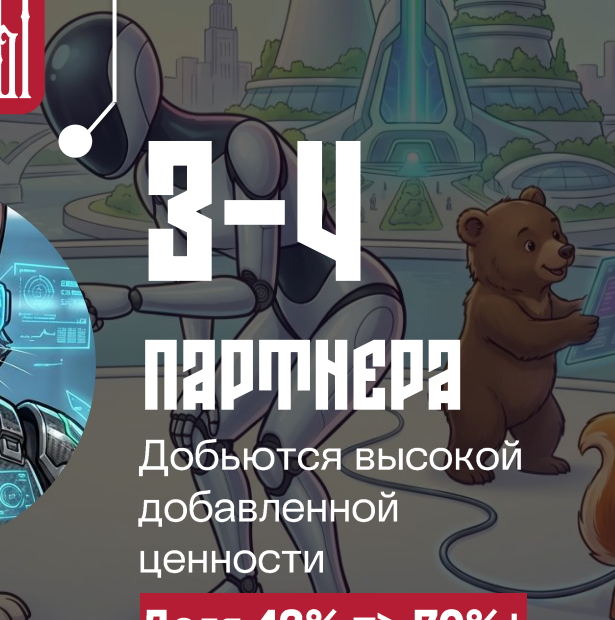
АГЕНТСТВА

3-4

ПАРТНЕРА

Добьются высокой добавленной ценности

Доля 43% => 70%+



71%

В РУССКИХ СКАЗКАХ
ПОВЕЖДАЮТ ВМЕСТЕ!

**процент сказок, в которых герой побеждает
не в одиночку (в западных сказках ~50%)*



ПЕРЕМЕН — НЕ ИЗБЕЖАТЬ!

Media
Instinct
Prime



**СИРОВАТСКИЙ
АЛЕКСАНДР**

Управляющий партнер

Media
Instinct
Prime



ВУАШТЕ
СНЯНЫМИ!

ВУАШТЕ С
СНЯНЫМИ!