

# Digital Marketing Forum Moscow 2009

---

2-й ежегодный Форум  
**ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ 2009**

15 октября 2009 г.  
Москва, МВЦ «ИнфоПространство»



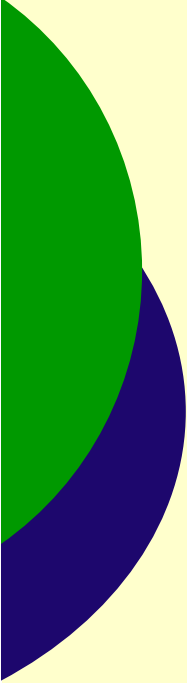
# Современный цифровой маркетинг и реклама

---

Тенденции рынка в России и мире

*Сергей Македонский*  
*in4media*

2-й ежегодный Форум «ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ 2009»  
15 октября 2009 г., Москва, МВЦ «ИнфоПространство»

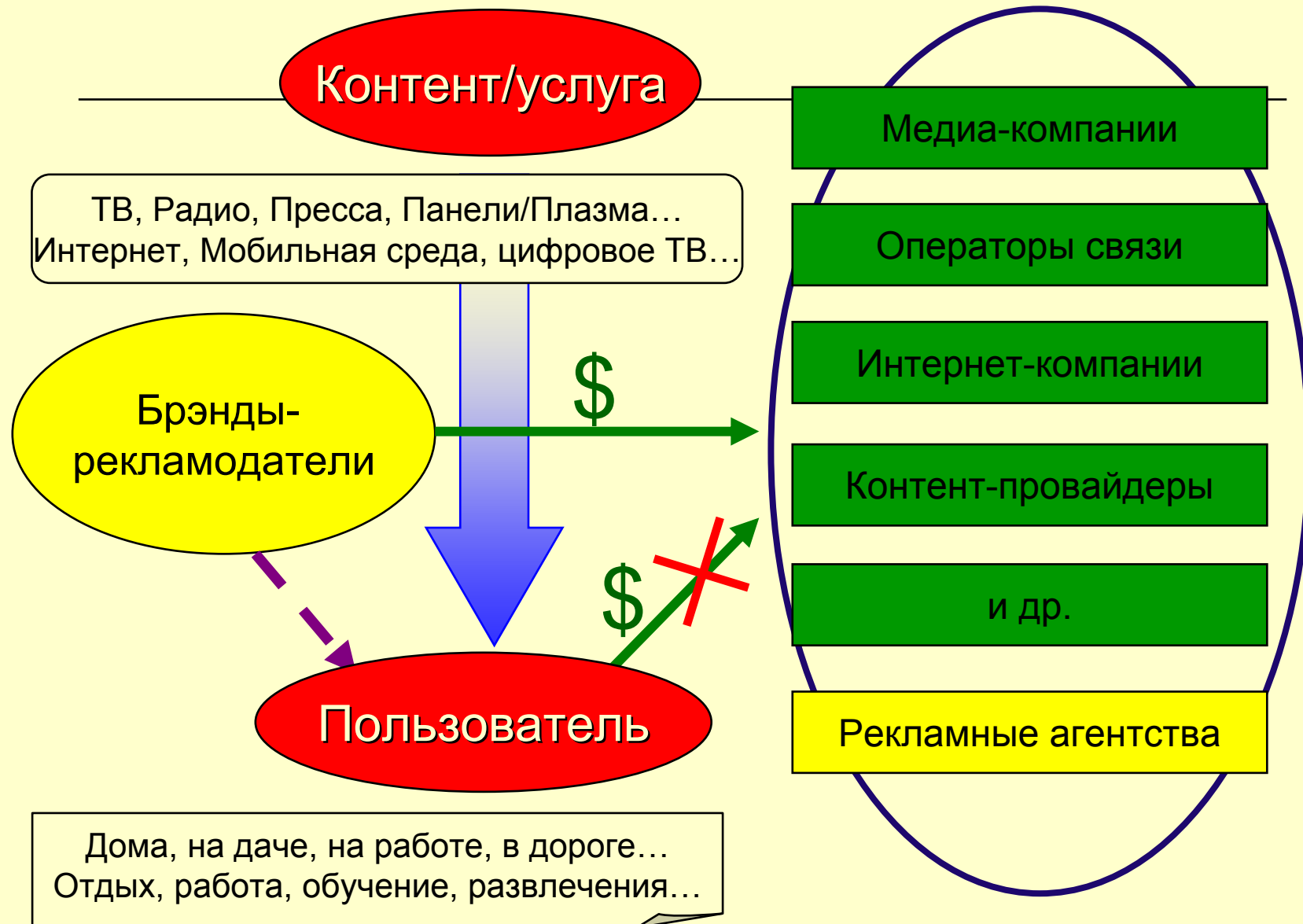


# Содержание

---

- Мобильность и единое медиапространство
- Новые медиа – разнообразие каналов
- Интеграция и эффективность: опыт IAB и Forrester
- Мобильный маркетинг и реклама в России: после кризиса
- Российская аудитория мобильного интернета
- Медиаизмерения Digital Indoor&Outdoor: новые подходы

# «Цифра» и единое медиапространство



## «Новые» цифровые «медиа»: разнообразиие каналов

---

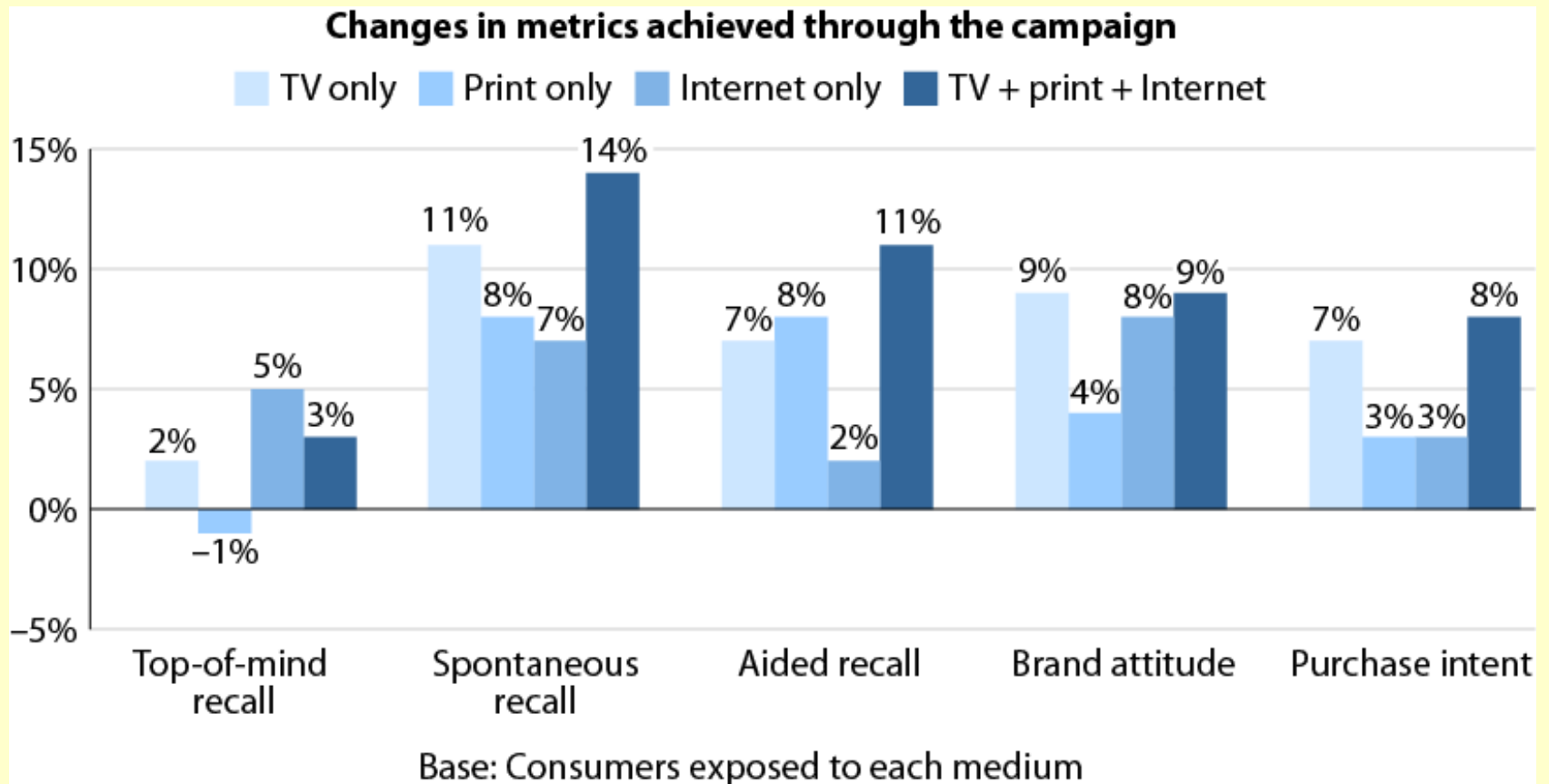
- Mobile: SMS, MMS, USSD, IVR...
- Мобильный интернет (WAP)
- Wireless: Bluetooth, QR...
- Digital Outdoor
- Digital Indoor
- ...

## Интеграция и эффективный медиамикс: инструменты

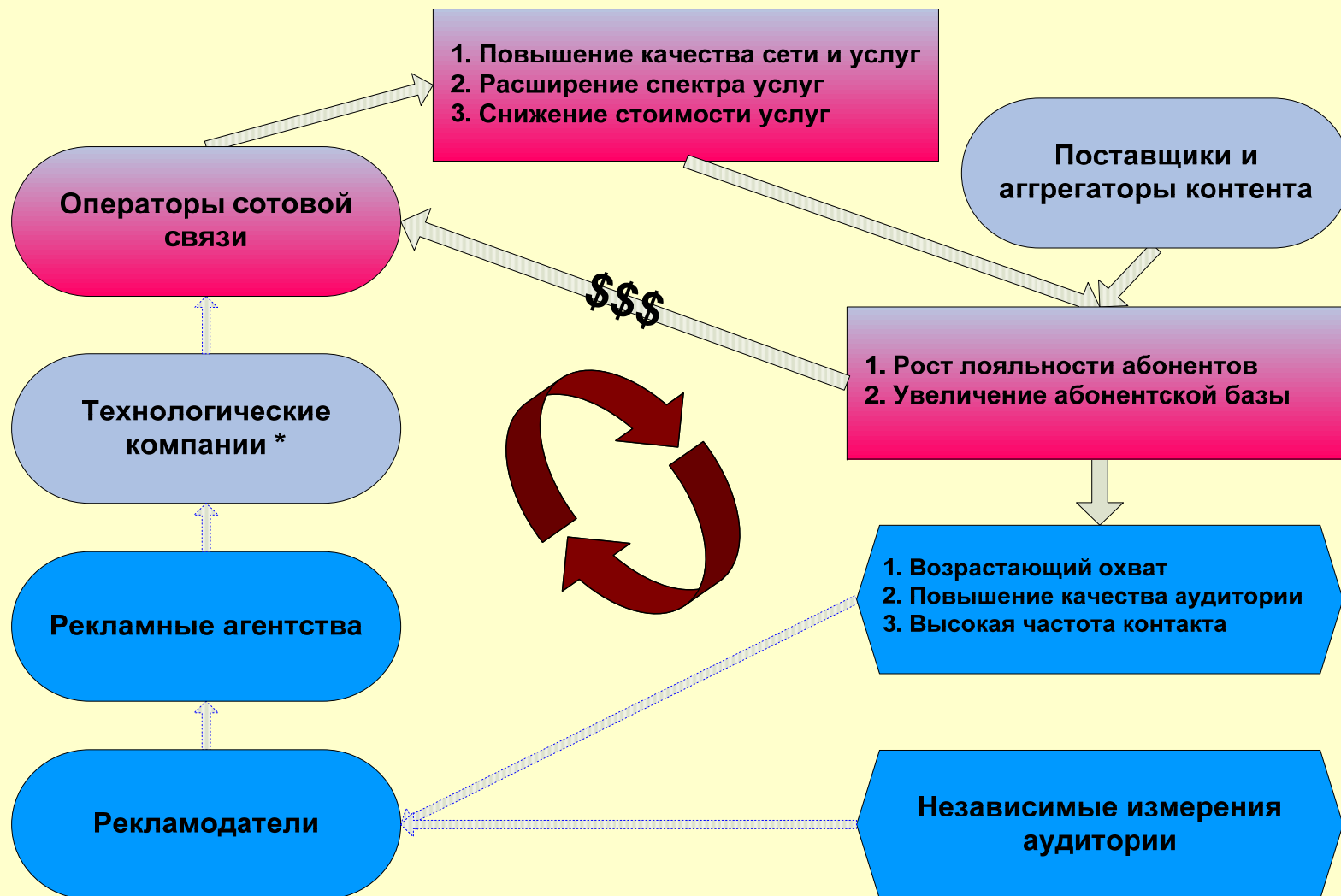
---

- Interactive Advertising Bureau (IAB), XMOS
- Forrester Research, Media Allocation Tool (MAT)

# Forrester Case Study: Unilever



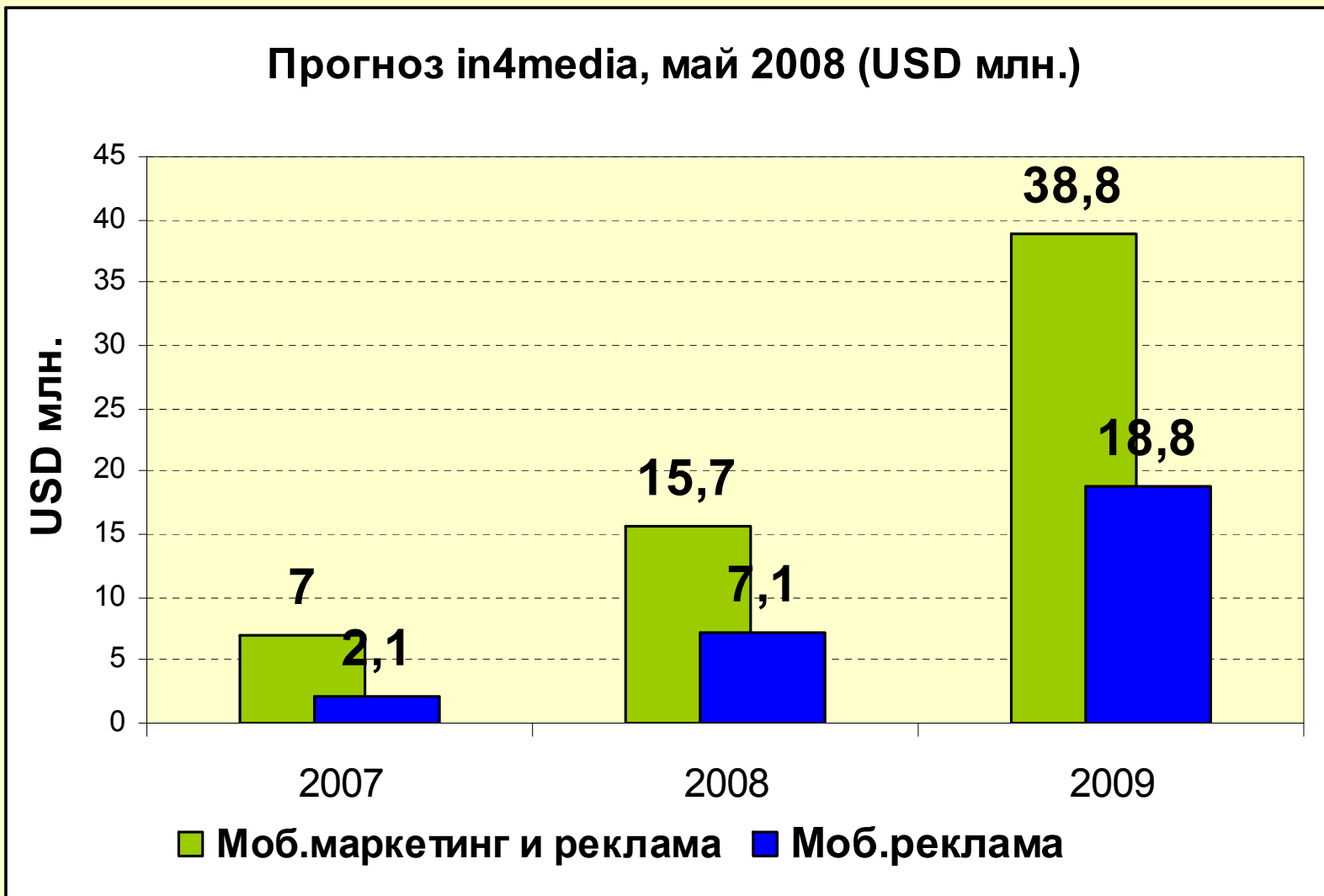
# Синергия Mobile&Media





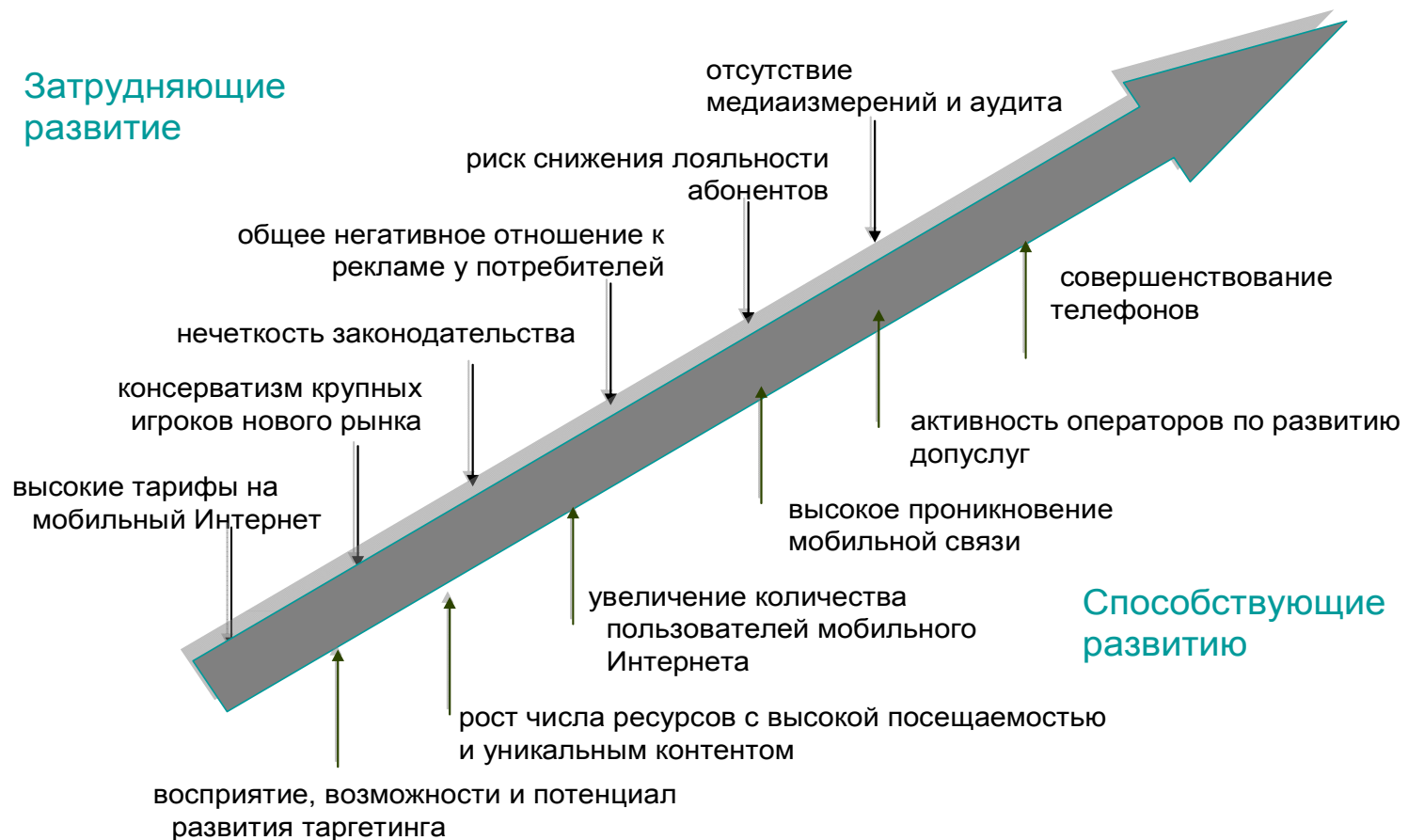
# Российский рынок мобильного маркетинга и рекламы

Прогноз in4media, май 2008 (USD млн.)

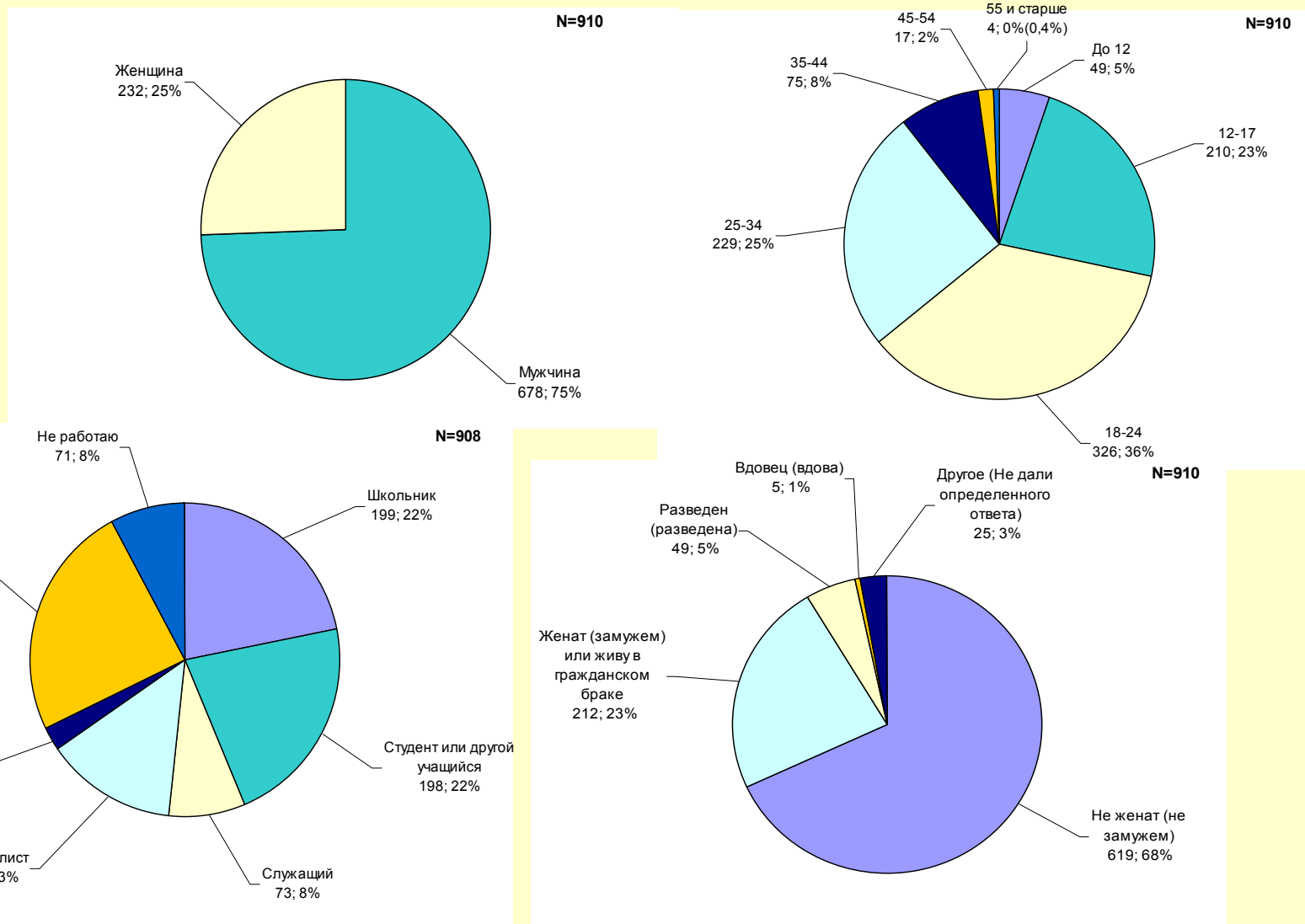


# Развитие российского рынка мобильного маркетинга и рекламы

## Факторы развития рынка

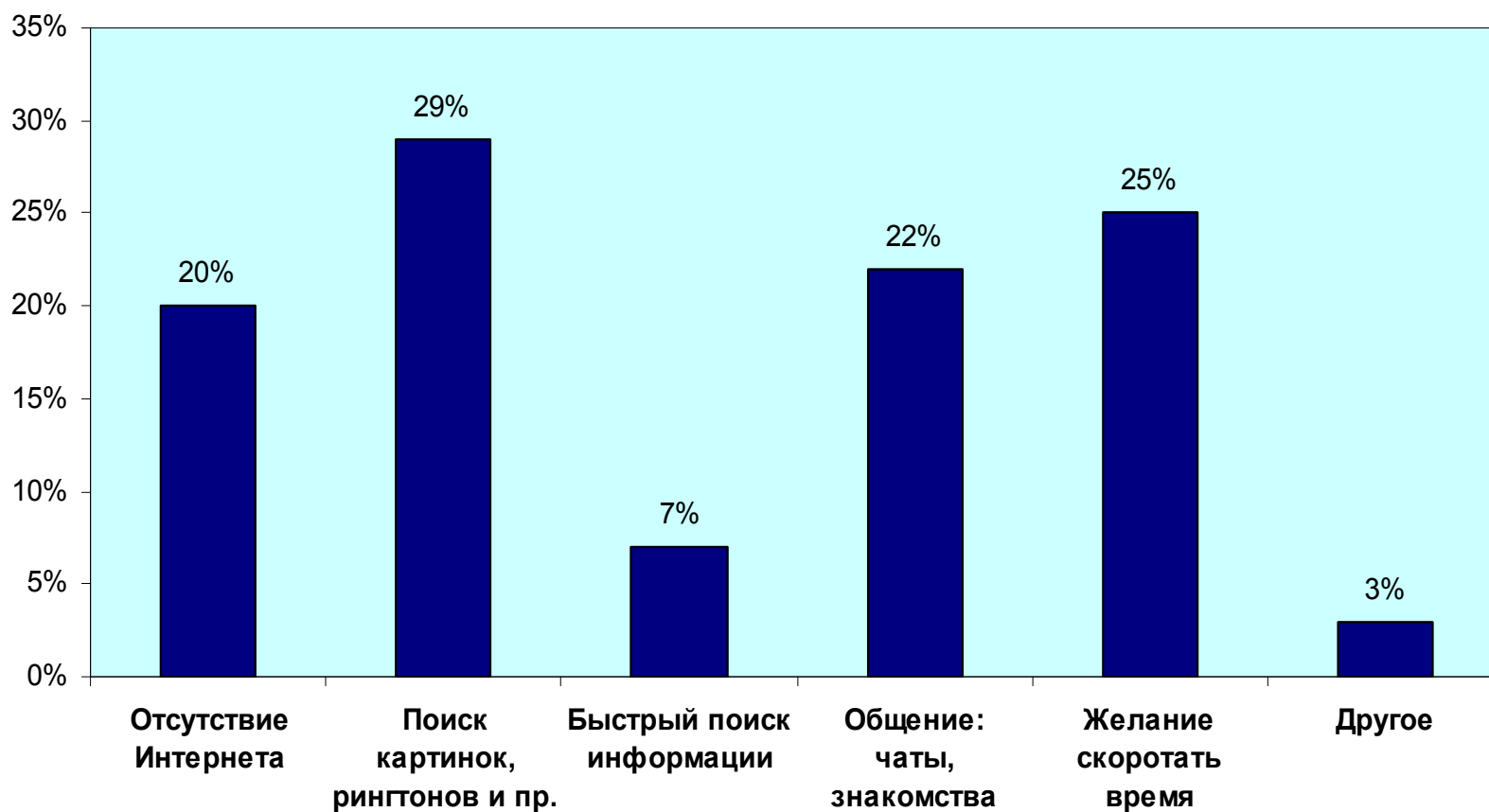


# Мобильный интернет: муж. 18-24, студент, неженат



## Мобильный интернет – развлечение в отсутствие «большого» интернета

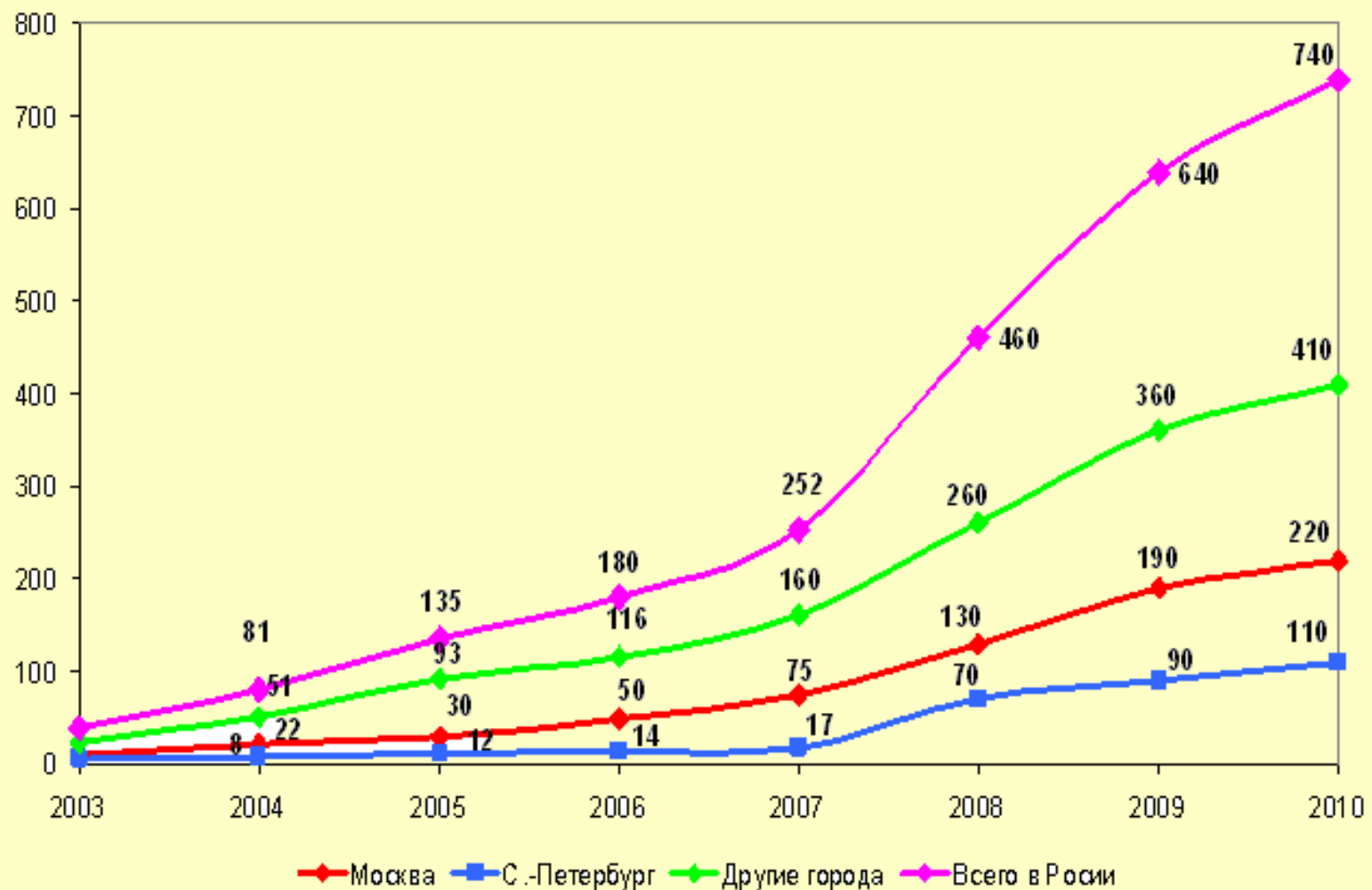
N=679



# Баннеры делают мобильный интернет красочнее и интереснее



# Рост количества outdoor видеоэкранов в России



# Digital Indoor&Outdoor

---

! Клиенты, рекламодатели и медиабаинговые агентства не уверены в эффективности этого медиаканала

## Задачи:

1. Проведение исследований по изучению восприятия цифровых видеозэкранов
2. Проведение измерений «инструментальными» средствами
3. Использование новых медиапоказателей (LTS, VAI)
4. Адаптация рекламных сообщений и разработка трансляционной политики

# Переход от OTS к LTS

---

$$\text{Gross OTS} \times \text{VAI} = \text{LTS}$$

**Использование  
технических средств для  
определения Gross OTS**

**X**

**Использование  
Eye-tracking аппаратуры  
для определения VAI**

**=**

**LTS**

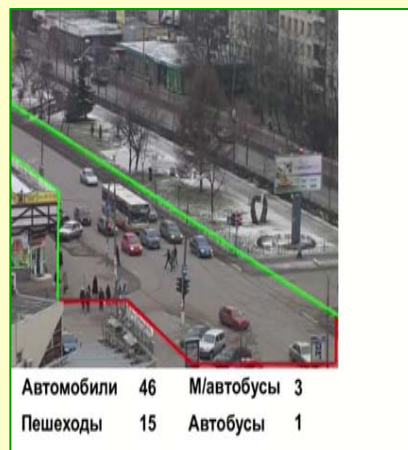


# Использование технических средств для определения Gross OTS

Оборудование для видеофиксации потоков аудитории, установленное на экране



Программное обеспечение для анализа видеозаписей потоков аудитории



**Gross  
OTS**

# Использование Eye-tracking аппаратуры для определения VAI

VAI - коэффициент «замечаемости» рекламной конструкции. Измерение с помощью eye-tracking аппаратуры

Для видеозэкранов  
«магистрального» →  
формата



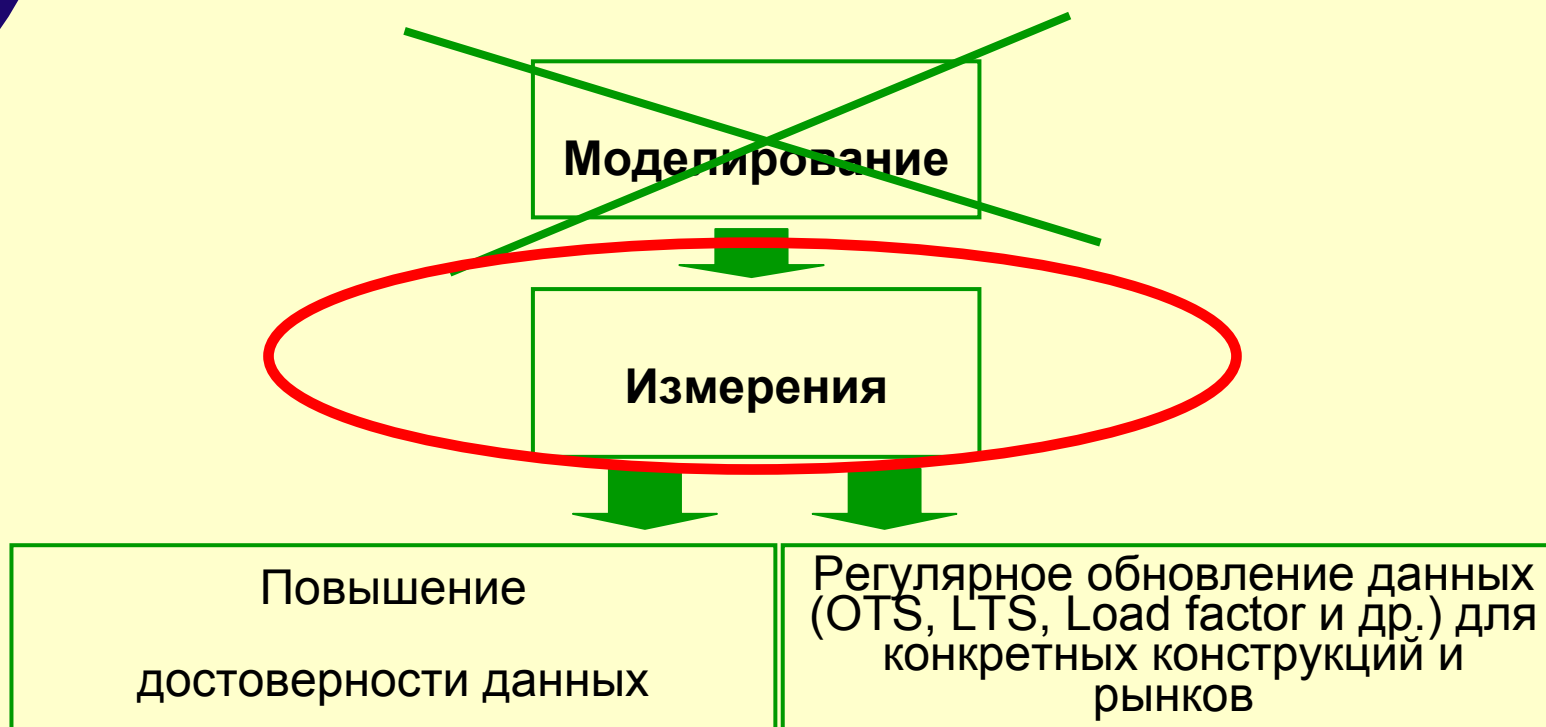
Для видеозэкранов  
«малого городского» →  
формата



**VAI**  
Visibility  
Adjust Index

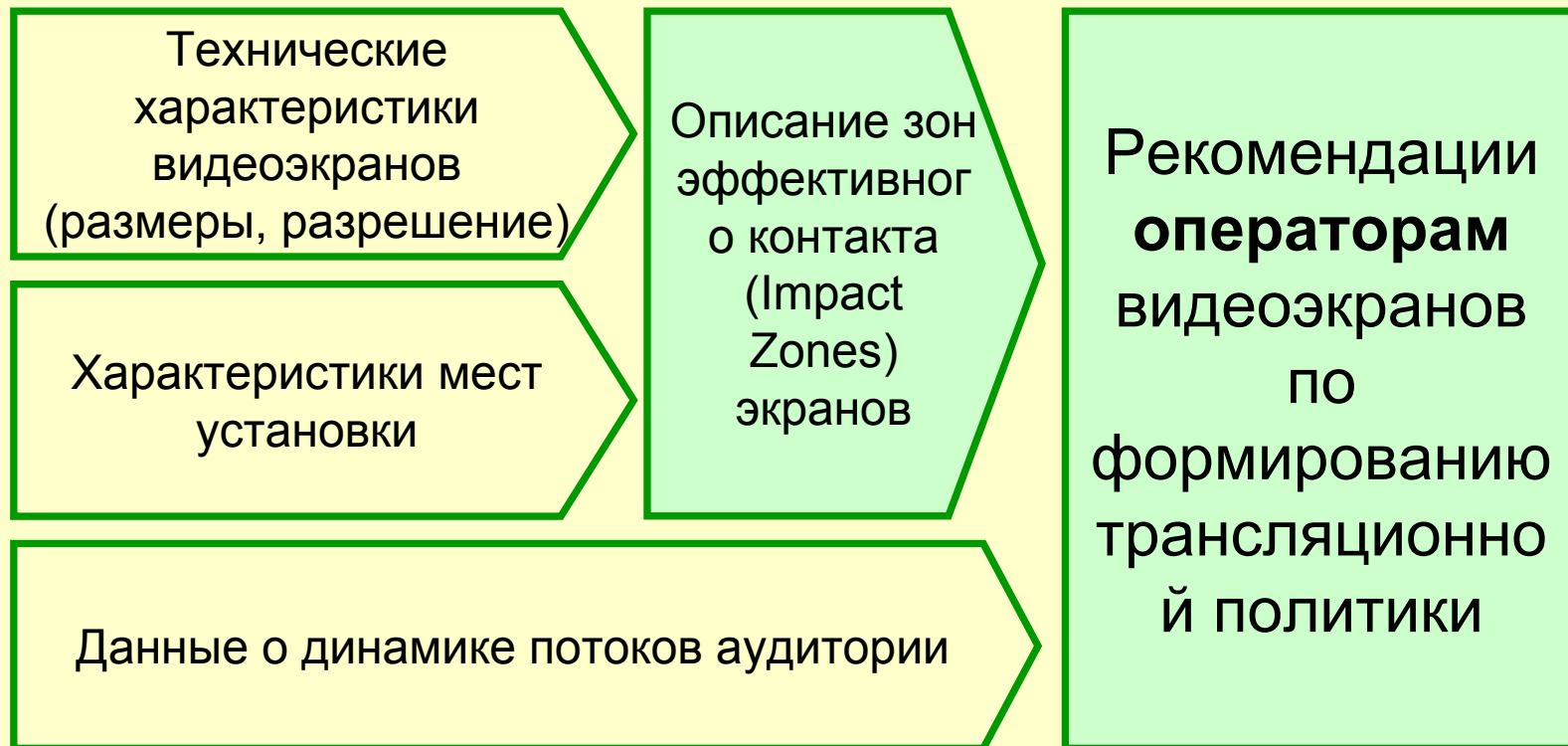
# Переход от моделирования к объективным измерениям

Измерения каждого экрана в реальном времени, без построения теоретических моделей, основанных на старых данных



# Результаты измерений. Преимущества

## Повышение информационной эффективности видеоэкранов



# Перспективы цифрового маркетинга и рекламы в России

---

- Формирование правового поля
  - Организация регулярных независимых измерений аудитории и мониторинга
  - Донесение до рекламодателей информации о новом канале коммуникаций с обоснованием его эффективности, с примерами успешных рекламных кампаний
  - Структурирование рынка, определение цепочки добавленной стоимости и места и роли в ней всех участников рынка
  - Создание новых моделей бизнеса, а также альянсов/партнерств участников рынка для успешной их реализации
  - «Разворачивание» крупных инфраструктурных игроков, как ключевых игроков рынка, в сторону активного использования рекламной модели
- 
- **Создание независимой площадки (Ассоциация цифрового маркетинга) для консолидации усилий и эффективной коммуникации участников рынка в целях ускорения роста рынка**

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**

**ООО «ИнфоМедиа»**

**Москва, Дмитровское шоссе, 100/2**

**Бизнес-парк North House, офис 3176**

**[www.in4media.ru](http://www.in4media.ru)**

**[info@in4media.ru](mailto:info@in4media.ru)**

**+7 (495) 55-66-863**