



ДЕНЬ
БРЕНДА

НАЦИОНАЛЬНЫЙ
РЕКЛАМНЫЙ
АЛЬЯНС

ТЕЛЕРЕКЛАМА

2017/18

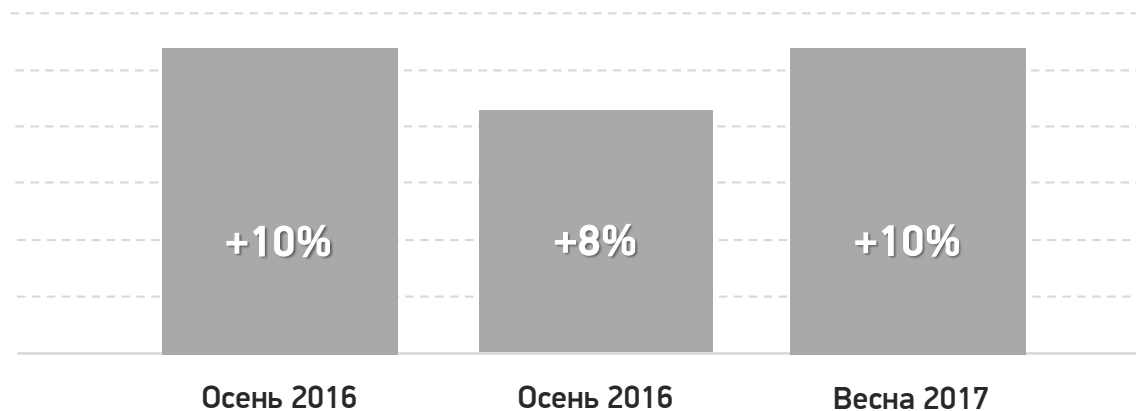
НАЦИОНАЛЬНЫЙ
РЕКЛАМНЫЙ
АЛЬЯНС

2017



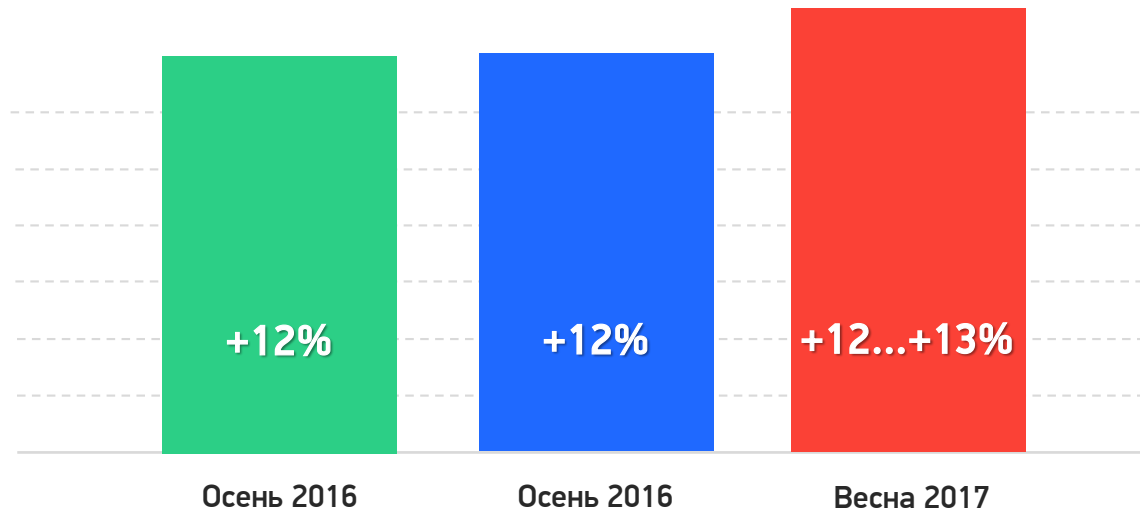
Ожидания

ПРОГНОЗ ДИНАМИКИ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОГО СПРОСА НА ТЕЛЕРЕКЛАМУ



Реальность

ПРОГНОЗ ДИНАМИКИ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОГО СПРОСА НА ТЕЛЕРЕКЛАМУ



АКАР

PUBLICIS
GROUPE

Zenith
The ROI agency
groupm

НАЦИОНАЛЬНЫЙ
РЕКЛАМНЫЙ
АЛЬЯНС

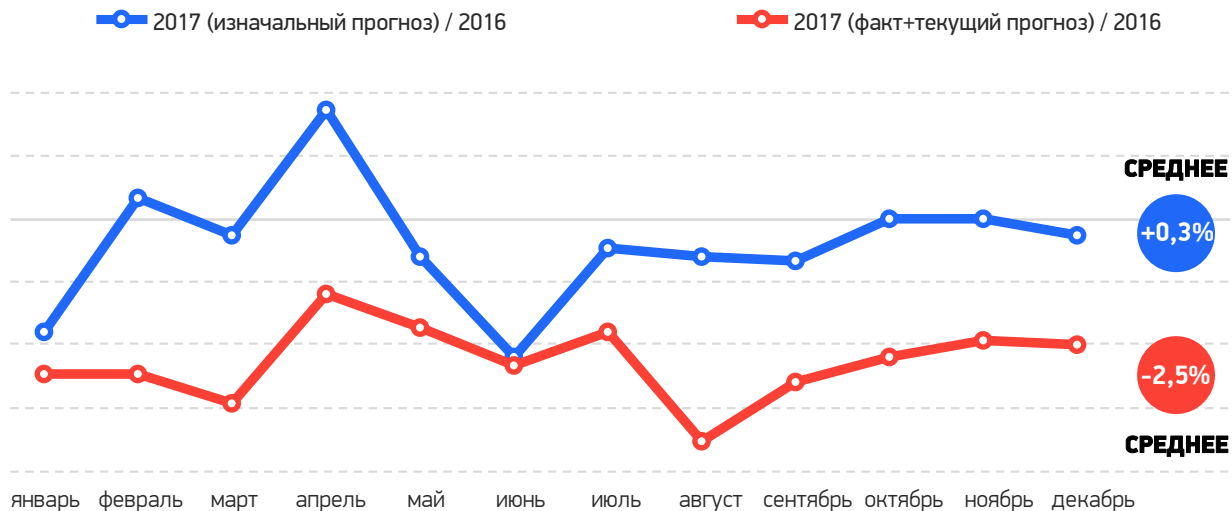
Драйверы опережающего роста

ДИНАМИКА БЮДЖЕТОВ ОТДЕЛЬНЫХ ГРУПП ТОВАРОВ И УСЛУГ. ФЕДЕРАЛЬНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ.
КЛАССИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА. ЯНВАРЬ-СЕНТЯБРЬ 2017/2016 ГГ. ОЦЕНКА

ГРУППЫ ТОВАРОВ И УСЛУГ	9 МЕС. 2017 / 9 МЕС. 2016
Мебель, предметы интерьера	+182%
Финансовые и страховые услуги	+104%
Бытовая химия	+56%
Строительные товары и услуги	+53%
Услуги сотовой связи	+28%
Торговые организации	+26%
Пиво	+22%
Соки	+21%
Средства и предметы гигиены	+19%
Продукты питания	+15%
Прохладительные напитки	+12%
Парфюмерия и косметика	+10%

Источник: НРА, Аналитический центр НСК

Телесмотрение. Ожидания vs факт



Источник: НРА, Аналитический центр НСК

Текущий спрос по каналам



Мы недооценили спрос

Со 2к17 инвентарь перепродан даже в традиционный «мертвый» сезон летом

Sell Out	IQ 2017	IIQ 2017	IIIQ 2017	IVQ 2017	2017
Первый канал	101%	99%	100%	104%	101%
ТНТ	98%	103%	101%	101%	101%
СТС	98%	102%	100%	100%	100%
РЕН ТВ	98%	100%	101%	100%	100%
ТВЗ	99%	98%	101%	100%	100%
Ю	102%	99%	103%	101%	101%
ТВ Центр	102%	101%	102%	100%	101%
СТС Love	103%	104%	102%	100%	102%
Муз ТВ	100%	101%	102%	100%	101%

Источник: НРА, Аналитический центр НСК



НАЦИОНАЛЬНЫЙ
РЕКЛАМНЫЙ
АЛЪЯНС

Нормальные условия работы: Sell Out не более 95-97%

Иначе:

- Невозможно эффективно выполнить текущие обязательства
- Невозможно удовлетворить дополнительный спрос
- Невозможны технологические эксперименты

НАЦИОНАЛЬНЫЙ
РЕКЛАМНЫЙ
АЛЬЯНС

**«Перепроданный»
инвентарь – приятная
проблема**



**Оптимистичный
взгляд в 2018**

НАЦИОНАЛЬНЫЙ
РЕКЛАМНЫЙ
АЛЪЯНС

Видение 2018



Спрос на ТВ рекламу



По результатам предварительных консультаций в своем планировании мы исходим из того, что **динамика платежеспособного спроса на ТВ рекламу в 2018 +10% вполне реалистична**



Инвентарь

-5...-6%

Общее снижение объемов
из-за:

- Продолжающегося общего снижения телесмотрения
- Значительных изменений в структуре вещания из-за специальных событий (Олимпиада, выборы, ЧМ по футболу)
- Корректировок системы измерений

НАЦИОНАЛЬНЫЙ
РЕКЛАМНЫЙ
АЛЬЯНС



Прогноз



ТЕЛЕРЕКЛАМА
Платежеспособный спрос
+10%



SELL OUT
95-97%



СРЕДНЯЯ
МЕДИАИНФЛЯЦИЯ
+15...+20%

$$\text{Средняя медианфляция} = \frac{\sum \text{ТВ рекламных бюджетов}}{\sum \text{GRP по 4+}}$$

Реальная медианфляция РАЗНАЯ на РАЗНЫХ каналах в РАЗНЫЕ сезоны для РАЗНЫХ рекламодателей

НАЦИОНАЛЬНЫЙ
РЕКЛАМНЫЙ
АЛЬЯНС

Повышение качества размещения



Технологии: НСК для НРА



Единый рекламный
канал



bigTV рейтинг
(совместно с Mediascope)



Programmatic
buying

Мы работаем над повышением качества размещения,
чтобы оно соответствовало современным технологическим
и демографическим изменениям



НАЦИОНАЛЬНЫЙ
РЕКЛАМНЫЙ
АЛЬЯНС

Единый рекламный канал (ЕРК)



- Возможность прогноза и продажи инвентаря по рейтингам БЦА
- Молодая аудитория и Light TV-viewers, трудно достижимые на эфирном ТВ

ЕРК – драйвер всего сегмента тематического ТВ

В ИИ 2017 г. рекламные бюджеты тематического ТВ +39%, ЕРК **+52%**



**ЕДИНЫЙ
РЕКЛАМНЫЙ КАНАЛ**
ЦА все 20-44

Share **7.17%**



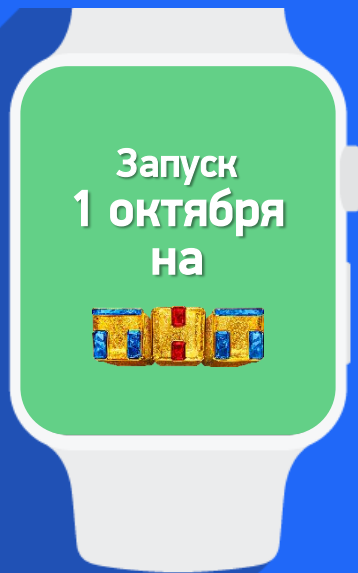
**МУЖСКОЙ
РЕКЛАМНЫЙ КАНАЛ**
ЦА м 18-45

Share **6.48%**



**ЖЕНСКИЙ
РЕКЛАМНЫЙ КАНАЛ**
ЦА ж 20-45

Share **5.43%**



BigTV рейтинг

Потребление ТВ контента в разных технологических средах.

Телеканалы гарантируют сквозной рекламный блок

- Пилотные данные измерений доступны на еженедельной основе на платформе NSC ViMB 2, разработанной по заказу НРА
- Планы 2018 – подключение других телеканалов

BigTV рейтинг. Ожидания



Аффинитивность к самым
востребованным аудиториям
в 1.5-2 раза выше среднеканальной



Улучшение охватных
характеристик рекламных
кампаний

Интернет-смотрение ТВ-проектов обеспечивает контакт
с самой востребованной аудиторией

Programmatic buying

Федеральное и региональное размещение



Last minute call (LMC)

Возможность подать заявку на размещение рекламы, основанную на предлагаемых агентством ценовых параметрах



Лучшее место в эфире

Возможность приоритетного размещения в конкретном блоке наиболее востребованных программ Первого канала и России 1



ДЕНЬ
БРЕНДА

НАЦИОНАЛЬНЫЙ
РЕКЛАМНЫЙ
АЛЬЯНС

**Спасибо
за внимание!**