

30 октября 2024

Дискуссионная сессия 1. Тихая рекламная гавань. Поиск новых точек роста

В 2023 году рынок рекламы в России продемонстрировал рекордный рост – 30% к 2022 году. Ему способствовали высокая рекламная активность российских компаний, в частности в сегменте МСБ, появление на рынке новых зарубежных рекламодателей, а также высокая медиаинфляция практически во всех каналах. Трендом среди рекламодателей стали размещения e-com¹-площадки, объемы которых бьют все новые рекорды. Какие новые точки роста выбирают медиакомпании – участники обсудят в рамках сессии.

В фокусе обсуждения

- Каких темпов роста стоит ожидать по итогам 2024 года и от каких факторов это будет зависеть? Какого роста цен на размещения стоит ожидать в медиаканалах и чем он обусловлен?
- Точки роста рекламного рынка: что или кто это может быть? Размещения в e-com – новая нефть рекламного рынка?

¹Электронная коммерция

Дискуссионная сессия 2. ТВ и онлайн: вместе весело шагать

Тренд последнего года – рост количества проектов, произведенных сразу несколькими видеосервисами или онлайн-платформами совместно с телеканалами. Что это – оптимизация затрат и рисков ввиду удорожания производства контента или попытка сделать проект более массовым?

В фокусе обсуждения

- Копродукция: конкуренция, экономика, аудитория.
- Роль государственных институтов в поддержке онлайн-контента. Какое влияние на контент это оказывает? Интересны ли эти проекты аудитории?
- Как будет дальше развиваться копродукция?

Дискуссионная сессия 3. Блогер в законе

В фокусе обсуждения

- Зачем блогерам ОКВЭД и какое влияние на рынок инфлюэнс-маркетинга окажет узаконивание статуса блогера и блогерской деятельности?
- Регулирование или саморегулирование: какие критерии недобросовестности блогеров необходимо установить и какие меры ответственности предусмотреть для нарушителей?
- Прогнозы развития рынка инфлюэнс-маркетинга в России и от каких факторов это будет зависеть?

Дискуссионная сессия 4. Войти в ту дверь

В фокусе обсуждения

- Как сейчас развивается рынок офлайн-развлечений в России и какие факторы этому способствуют/препятствуют?
- Какое влияние уже оказывает и к чему приведет к перспективе выход на рынок крупных экосистемных игроков – сжатие конкурентного поля или расширение аудитории и, как следствие, рост рынка?
- После «Крокуса». Как повлиял на рынок теракт? Как меняются подходы к организации массовых мероприятий?

Дискуссионная сессия 5. Перейти Рубикон: офлайн vs онлайн

В фокусе обсуждения

- По итогам 2023 года продажи бумажных книг на маркетплейсах впервые обошли (50,1%) книжную офлайн-розницу. Означает ли, что закат формата книжных магазинов уже близится?
- Что сегодня книжные готовы предложить покупателю? Будут ли включаться в демпинговую войну?
- Как чувствуют себя крупнейшие книготорговые холдинги? Как на них влияет усиление конкурентной борьбы со стороны маркетплейсов?
- А что обеспечит книжным выживаемость в будущем: новые форматы книжных магазинов, конкурентное ценовое предложение и т. д.?
- Выход на рынок цифровых книг экосистем – благо или угроза? Составляют ли электронные и аудиокниги конкуренцию бумажным, или это лишь один из форматов потребления?
- Как бурное развитие самиздата меняет книжный рынок?