

Медиахолдинг Krutoy Media

Сравнительный анализ



Студент группы ФЖМ-11 Николай Слепцов

Руководитель: профессор кафедры массовых коммуникаций,
доктор социологических наук Музыкант В.Л.

Цели и задачи:

Цели:

- Исследовать и проанализировать коммуникационную политику медиахолдинга Krutoy Media.

Задачи:

- Изучить рынок радиостанций РФ;
- Провести анализ конкурентной среды, определить место компании на рынке;
- Провести анализ продукции холдинга с помощью матрицы BCG;
- Провести анализ продукции радиостанции с помощью матрицы BCG;
- Исследовать рекламодателей;
- «Построить» ценовой дом;
- Составить матрицу ABC (или Dibb-Simkin Matrix);
- Провести SWOT-анализ.

Объект и предмет исследования:

Объект:

Медиахолдинг Krutoy Media

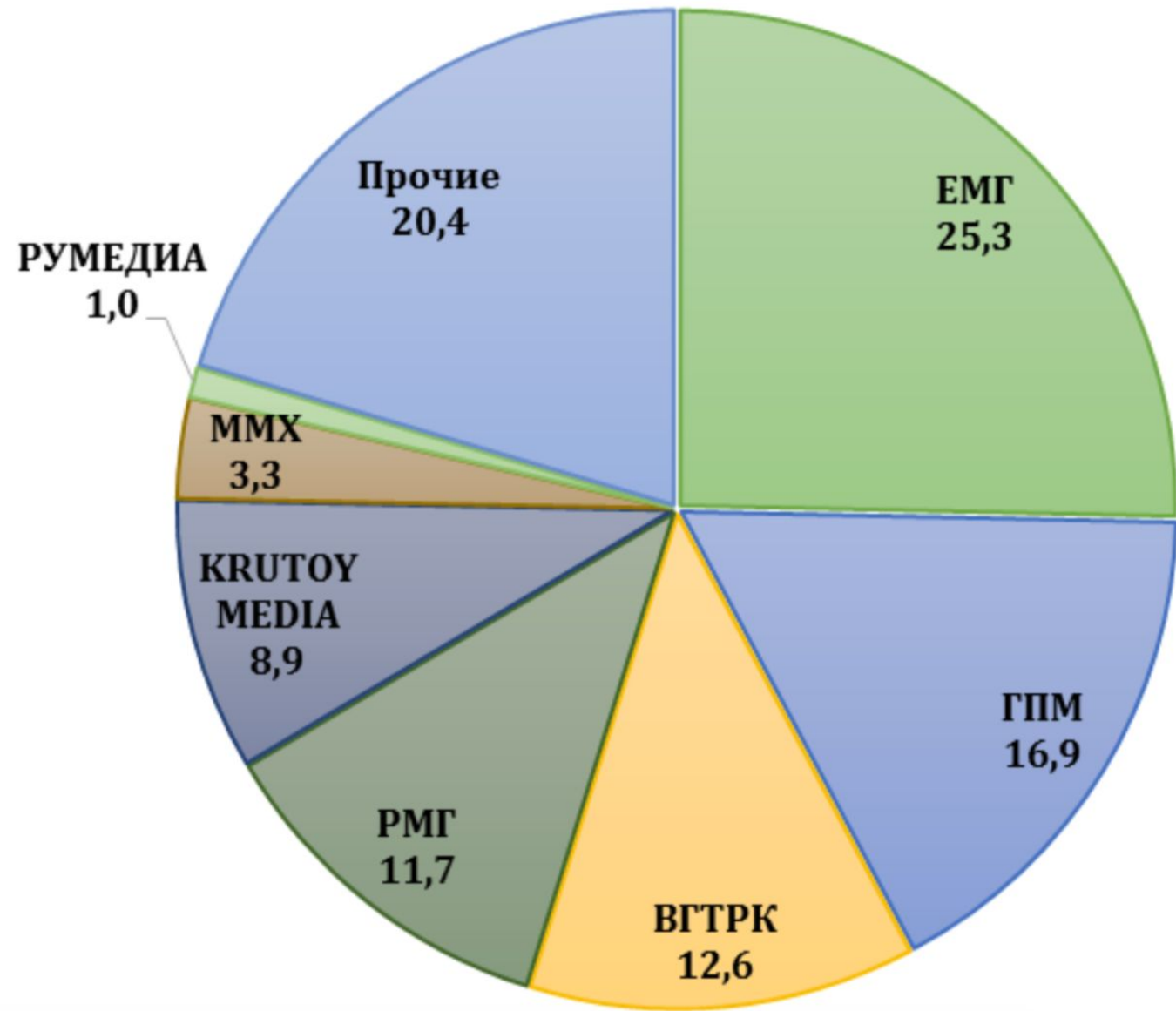


Предмет:

Радиостанция Love



Доля рынка



Тип рынка: монополистическая конкуренция

Данные 2017 года

Матрица Юданова:



Матрица VCG холдинга:



В 2016 8,1 %

Матрица VCG радио Love:



Матрица VCG рекламы на Love:

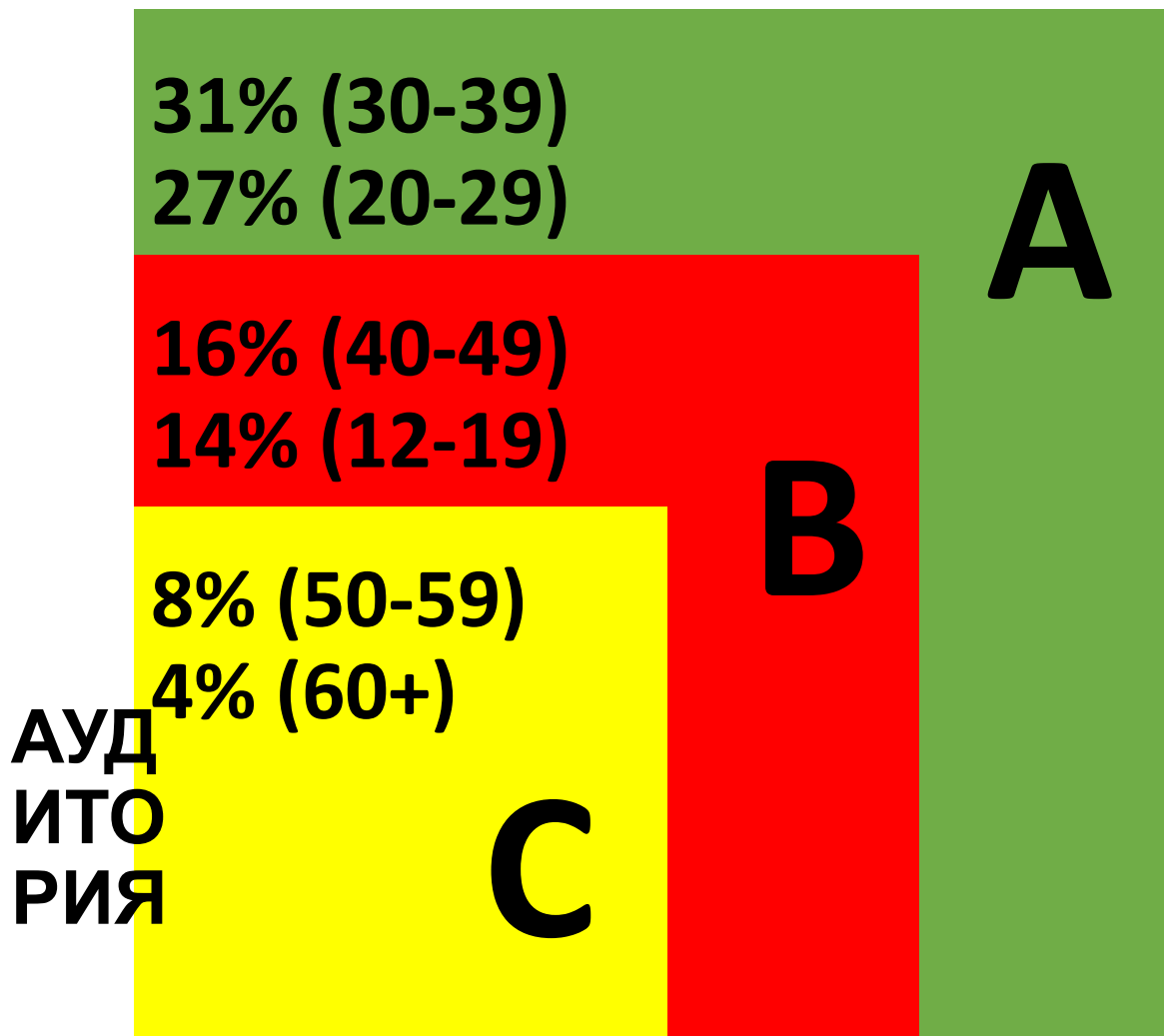


Ценовой дом

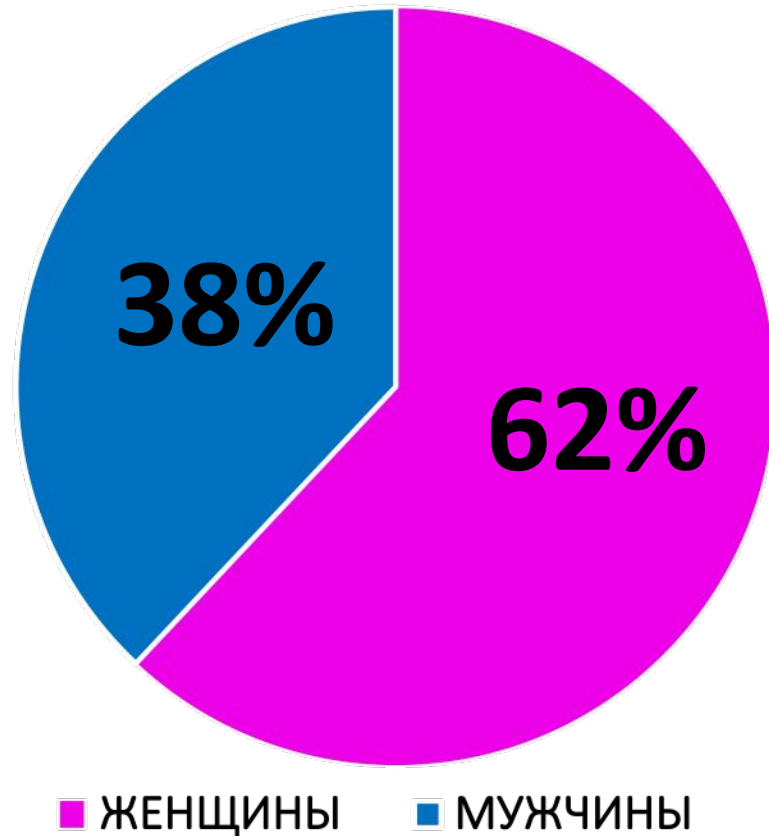


Luxury			
Low premium			
Upper middle			
Middle middle			
Low middle			
Upper econom			
Middle econom			
Low econom			

Матрица ABC (Дибба-Симкина):



Возраст аудитории Love Radio:



		OPPORTUNITIES					THREATS				
		Выход новые сегменты	Создание новых продуктов	Новые технологии	Маркетинговые исследования	Привлечение новых сотрудников	Конкурентное давление	Замедление роста рынка	Изменение вкуса у ЦА	Затраты на создание технологий	Финансовый кризис
STRENGTHS	Лидер на рынке	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4
	Хорошая репутация	5	5	5	5	5	3	2	2	2	2
	Инновационные идеи	5	5	5	5	5	3	3	3	2	4
	Охват аудитории	5	5	5	5	5	4	3	4	3	3
	Мотивированный персонал	5	5	4	4	4	2	3	3	3	4
WEAKNESSES	Активность конкурентов	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
	Отток ЦА в Интернет	5	4	5	5	4	3	3	4	5	3
	Ограниченные финансы	5	4	3	4	3	4	4	3	5	4
	Стандартные методы продвижения	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4
	Текучность	4	4	4	4	5	3	3	3	5	4

Расчёты:

Strengths (S) – силы

Weaknesses (W) – слабости

Opportunities (O) – возможности

Threats (T) – угрозы

SO – 122

WT – 98

Всего – 220

$(122 * 100) : 220 - (98 * 100) : 220$

SO – 55% ; WT – 45%

$55\% - 45\% = 10\%$

Выводы:

- Изучен рынок медиахолдингов (радио) в РФ: самый крупный – ЕМГ 25,3%, самый мелкий – РуМедиа 1,0%;
- Тип медиа-холдинга Krutoy Media: монополистическая конкуренция;
- Сделан анализ конкурентной среды: компания не особо крупная, но достаточно инновационная;
- «Звездой» в холдинге является Love Radio, большой доход приносит «Радио Дача», а новой является радиостанция «Русский Хит» (запустили в 2017 году);
- «Звездой» на радио является шоу «Красавцы», которое выходит в утренний прайм-тайм (07:00-11:00);

Выводы:

- Изучена реклама: в основном это автомобили среднего класса, недвижимость, «продуктовые корзины» известных супермаркетов, бытовой техники, товаров для мам и детей, косметические магазины;
- Изучен ценовой дом программ на радиостанции Love Radio, сравнивая с Europa Plus;
- Изучена ЦА радиостанции с помощью матрицы ABC (Дибба-Симкина): основные слушатели – женщины (62%) в возрасте 20-39 (58%);
- Разработан SWOT-анализ: наступательная стратегия.

Спасибо за внимание!

