ГРУППА ТРЭНД
ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ГРУППЫ ТРЭНД «ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ»

ВАДИМ БАРАНЧИКОВ

Заместитель генерального директора ГРУППЫ ТРЭНД «ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ»

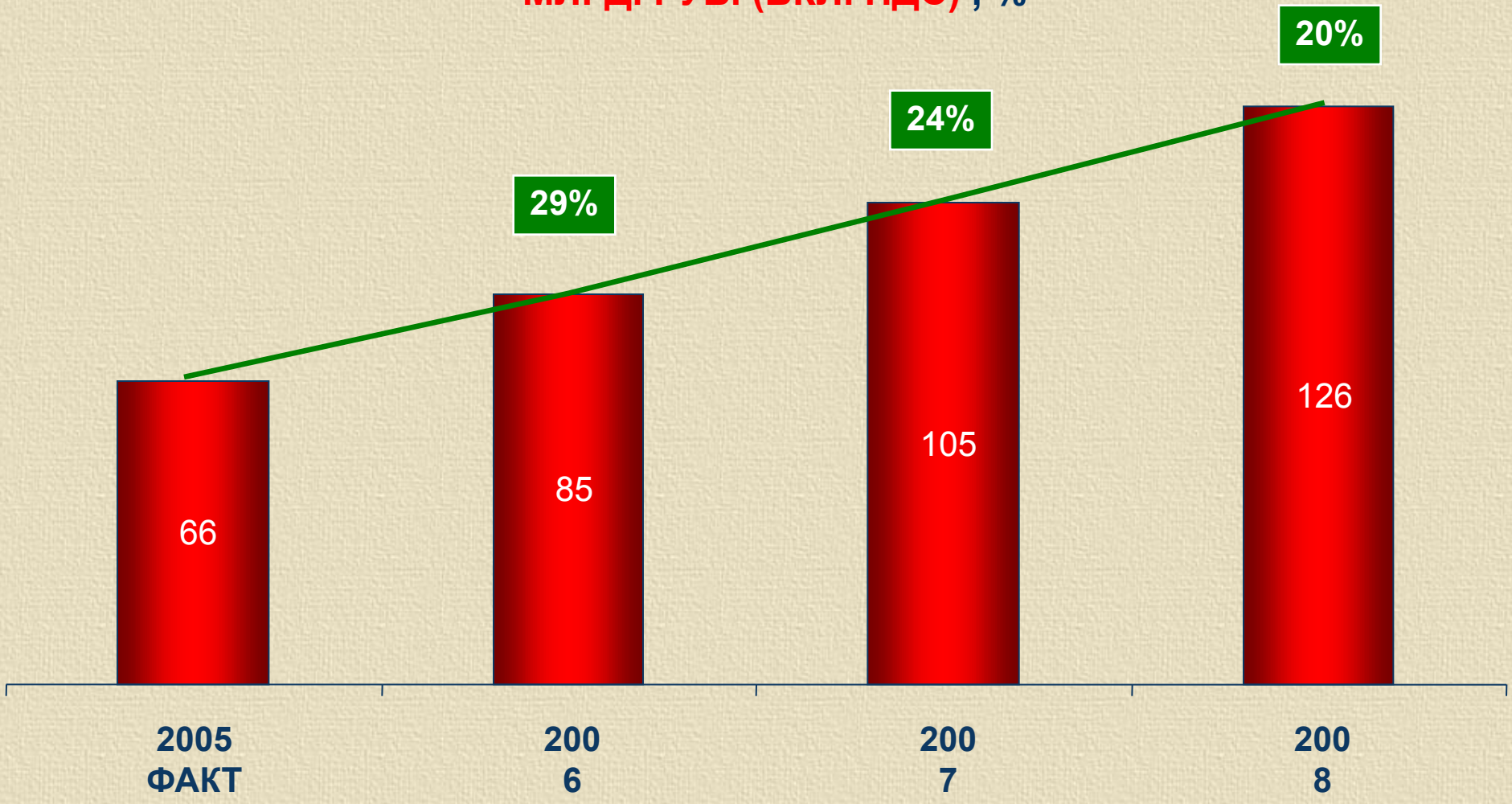
ГРУППА ТРЭНД
ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ

ПРОГНОЗ РОСТА РОССИЙСКОГО РЕКЛАМНОГО РЫНКА ПО МЕДИА СЕГМЕНТАМ ДО 2008 Г., МЛРД. РУБ.

МЕДИА	2005 ФАКТ	2006	2007	2008
ТЕЛЕВИДЕНИЕ	65,9	85,3	105,0	126,0
РАДИО	8,5	10,3	11,8	13,1
ПЕЧАТНЫЕ СМИ	39,3	44,8	48,7	51,3
• ГАЗЕТЫ	*8,2*	9,8	10,9	11,6
• ЖУРНАЛЫ	*16,4*	20,2	23,0	25,3
• РЕКЛАМНЫЕ ИЗДАНИЯ	*14,7*	14,8	14,8	14,4
НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА	25,7	30,7	33,5	35,5
ИНТЕРНЕТ	1,7	2,9	4,5	7,0
ПРОЧИЕ	0,6	1,0	1,5	2,1
ИТОГО	141,7	175,0	205,0	235,0

ГРУППА ТРЭНД
ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ

ПРОГНОЗ РОСТА ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОГО СПРОСА НА ТЕЛЕРЕКЛАМУ ДО 2008 Г. , МЛРД. РУБ. (ВКЛ. НДС) , %



ГРУППА ТРЭНД
ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ

ИЗМЕНЕНИЯ ЦЕН НА ТВ РЕКЛАМУ

2005 Г./2006 Г.	34%
2005 Г. /2007 Г.	50-55%
2005 Г. / 2008 Г.	165-175%

ГРУППА ТРЭНД
ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ

РАСЧЁТ «ВЕСА РЕГИОНА»

Цель расчёта: Определение «экономического веса\значимости», с точки зрения рекламодателя, жителя каждого из 25 саморепрезентирующихся городов панели TNS Gallup Media.

Первый этап: Для каждого из городов панели TNS Gallup Media было отобрано 11 показателей оценки уровня экономического развития региона и города (см. ниже)

Второй этап: Посчитаны удельные среднедушевые значения, принимающие участие в дальнейших расчетах. Т.о. в расчетах принимают участие, как значения показателей на 1-го человека, так и суммарные значения.

Третий этап: Расчёт «весового коэффициента». Весовой коэффициент рассчитан как отношение среднедушевого значения показателя в данном городе к среднедушевому значению данного показателя по совокупности (25 городам)

Четвёртый этап: Расчёт «веса региона» путем усреднения всех 11 «весовых коэффициентов» для данного города.

ГРУППА ТРЭНД
ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ

УДЕЛЬНЫЙ ВЕС ГОРОДОВ В СТОИМОСТИ НАЦИОНАЛЬНОГО РАЗМЕЩЕНИЯ

РЕГИОН	ВЕС	РЕГИОН	ВЕС
МОСКВА	34.3%	ВОЛГОГРАД	1.0%
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	8.7%	ХАБАРОВСК	0.8%
НОВОСИБИРСК	1,5%	КРАСНОДАР	0.8%
САМАРА	1,5%	САРАТОВ	0.8%
ЕКАТЕРИНБУРГ	1.5%	ВОРОНЕЖ	0.8%
ОМСК	1,3%	ЯРОСЛАВЛЬ	0.7%
КАЗАНЬ	1.3%	ВЛАДИВОСТОК	0.7%
НИЖНИЙ НОВОГОРОД	1.2%	ИРКУТСК	0.6%
ПЕРМЬ	1.2%	ИЖЕВСК	0.6%
ЧЕЛЯБИНСК	1.1%	КЕМЕРОВО	0.6%
УФА	1.1%	БАРНАУЛ	0.5%
КРАСНОЯРСК	1.1%	СТАВРОПОЛЬ	0.3%
РОСТОВ-НА-ДОНУ	1.0%	ДРУГИЕ	35.0%

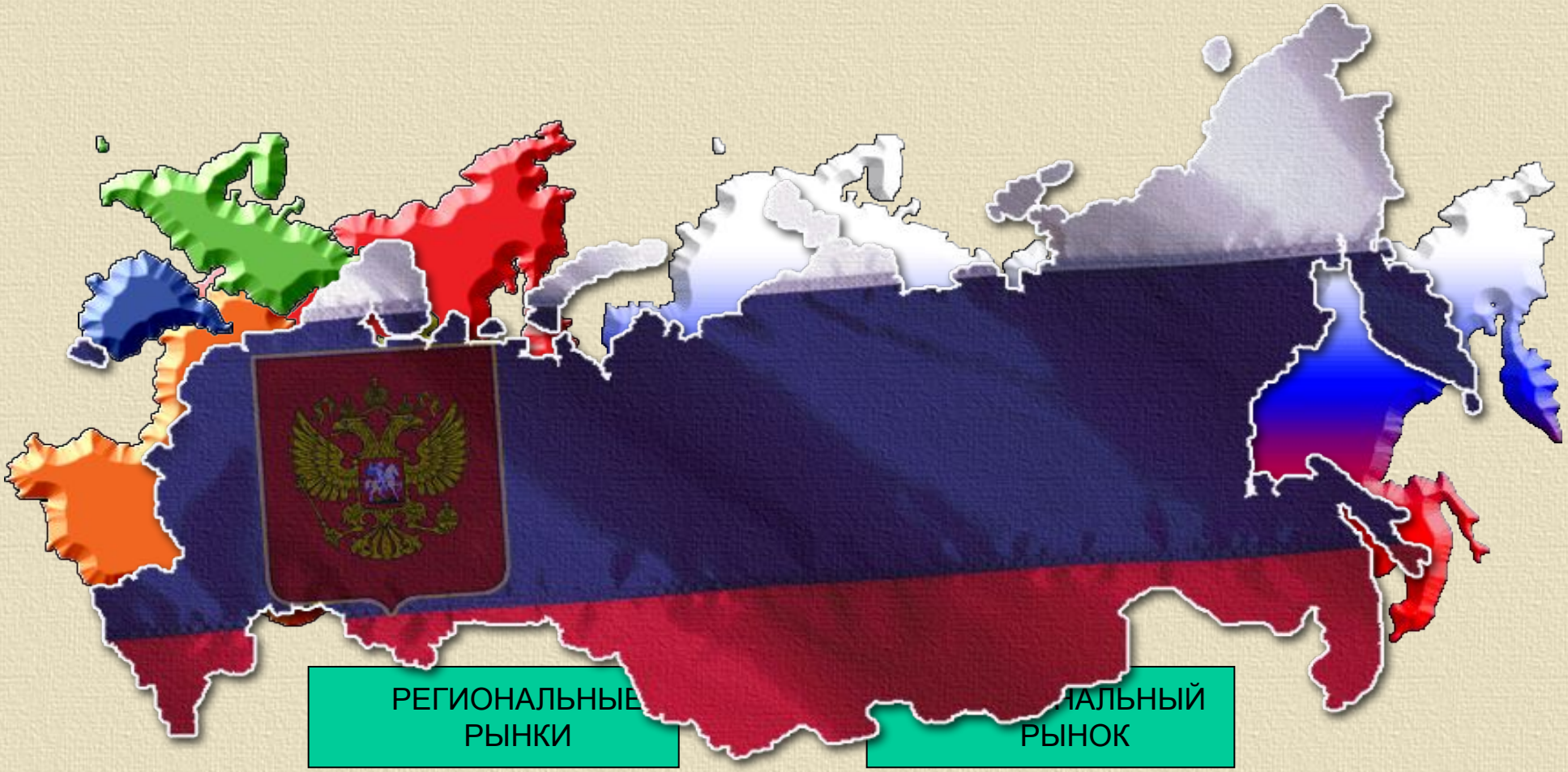
ГРУППА ТРЭНД
ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ СТОИМОСТИ НАЦИОНАЛЬНОГО РАЗМЕЩЕНИЯ ПО ОТДЕЛЬНЫМ ГОРОДАМ

МОСКВА - 34% **С.-ПЕТЕРБУРГ-9%** **35%**

ГРУППА ТРЭНД
ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ

ПОСТЕПЕННОЕ СТИРАНИЕ ГРАНИЦ МЕЖДУ НАЦИОНАЛЬНЫМ И РЕГИОНАЛЬНЫМИ РЫНКАМИ ТЕЛЕРЕКЛАМЫ



РЕГИОНАЛЬНЫЕ РЫНКИ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ РЫНОК

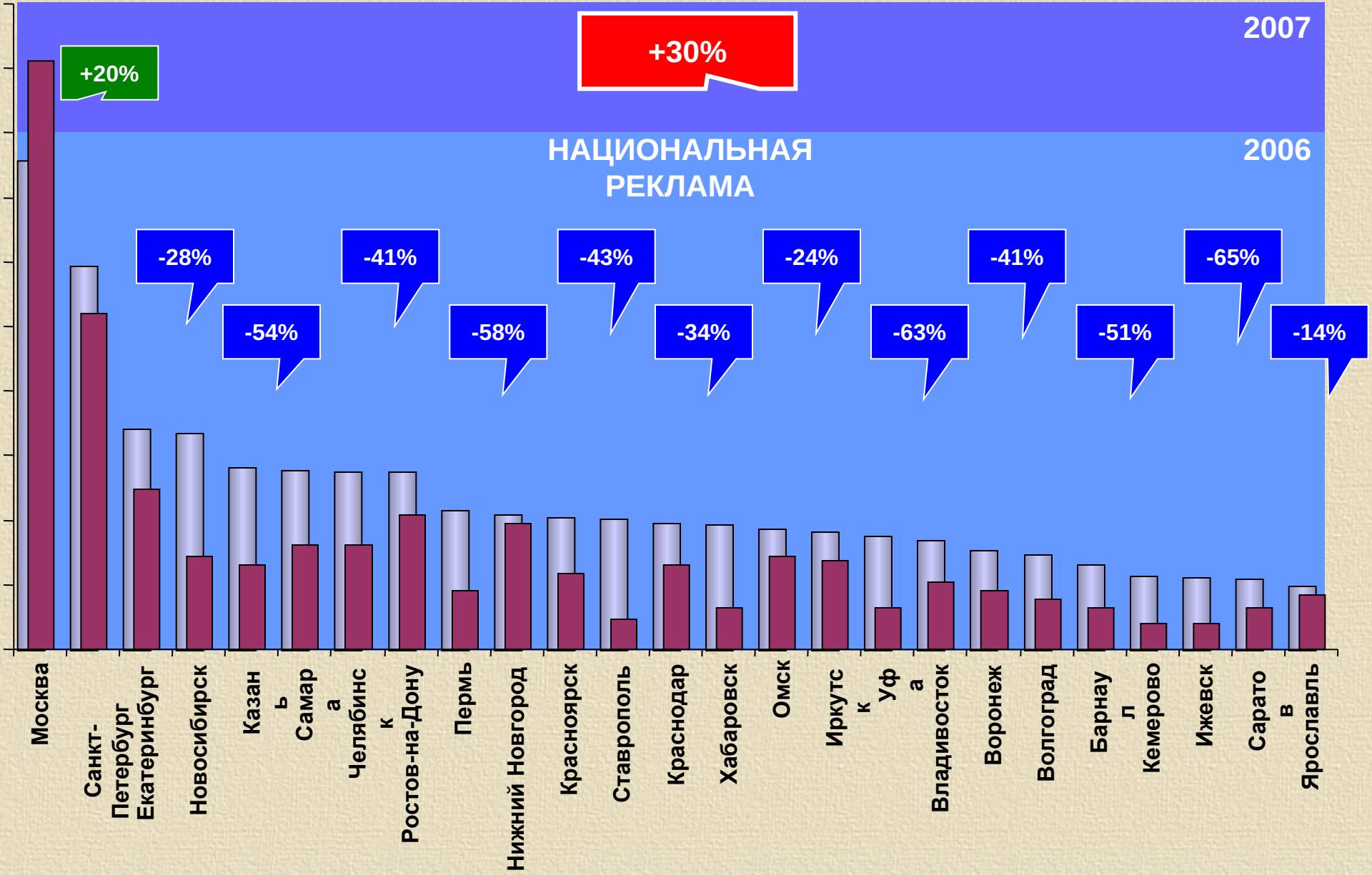
ГРУППА ТРЭНД
ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ

ИЗМЕННЕНИЕ ЦЕН В ГОРОДАХ НА 2007

Регион	Изменение цены 2007/2006 (%)	Регион	Изменение цены 2007/2006 (%)
Барнаул	-51%	Новосибирск	-57%
Владивосток	-39%	Омск	-24%
Волгоград	-47%	Пермь	-58%
Воронеж	-41%	Ростов-на-Дону	-24%
Екатеринбург	-28%	Самара	-42%
Ижевск	-65%	Санкт-Петербург	-13%
Иркутск	-26%	Саратов	-41%
Казань	-54%	Ставрополь	-78%
Кемерово	-66%	Уфа	-63%
Краснодар	-34%	Хабаровск	-67%
Красноярск	-43%	Челябинск	-41%
Москва	20%	Ярославль	-14%
Нижний Новгород	-7%		

ГРУППА ТРЭНД
ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ

ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕН В РЕГИОНАХ ПО ОТНОШЕНИЮ К НАЦИОНАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ В 2007



ГРУППА ТРЭНД
ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ

УСТРОЙСТВО РЕКЛАМНЫХ БЛОКОВ НА ТЕЛЕКАНАЛАХ

ГРУППА ТРЭНД
ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ

УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНЫМ РЕСУРСОМ ТВ КАНАЛА

P&G

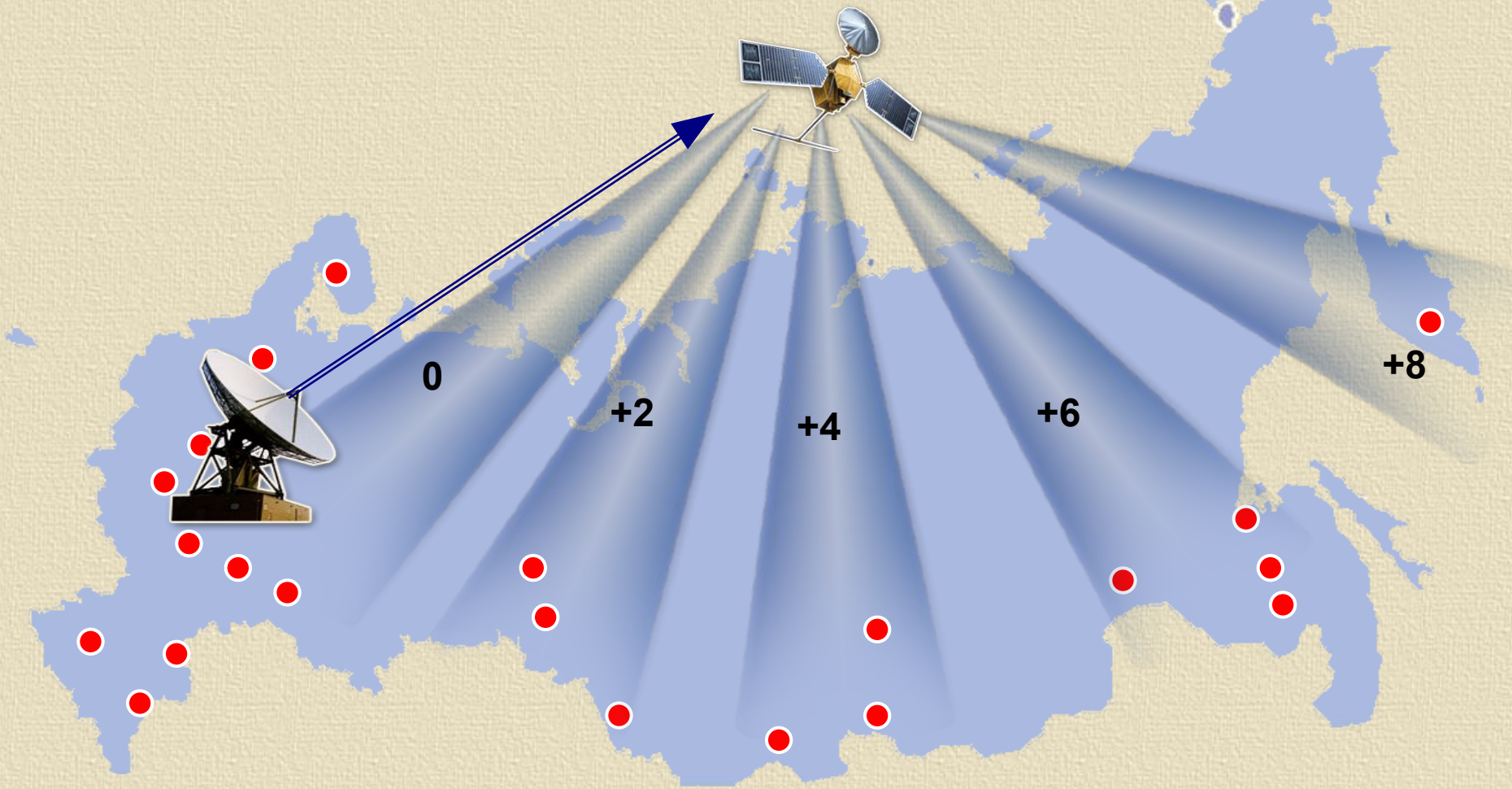
ТЕХНО СИЛА

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ РЕКЛАМНЫЙ БЛОК

РЕГИОНАЛЬНЫЙ РЕКЛАМНЫЙ БЛОК

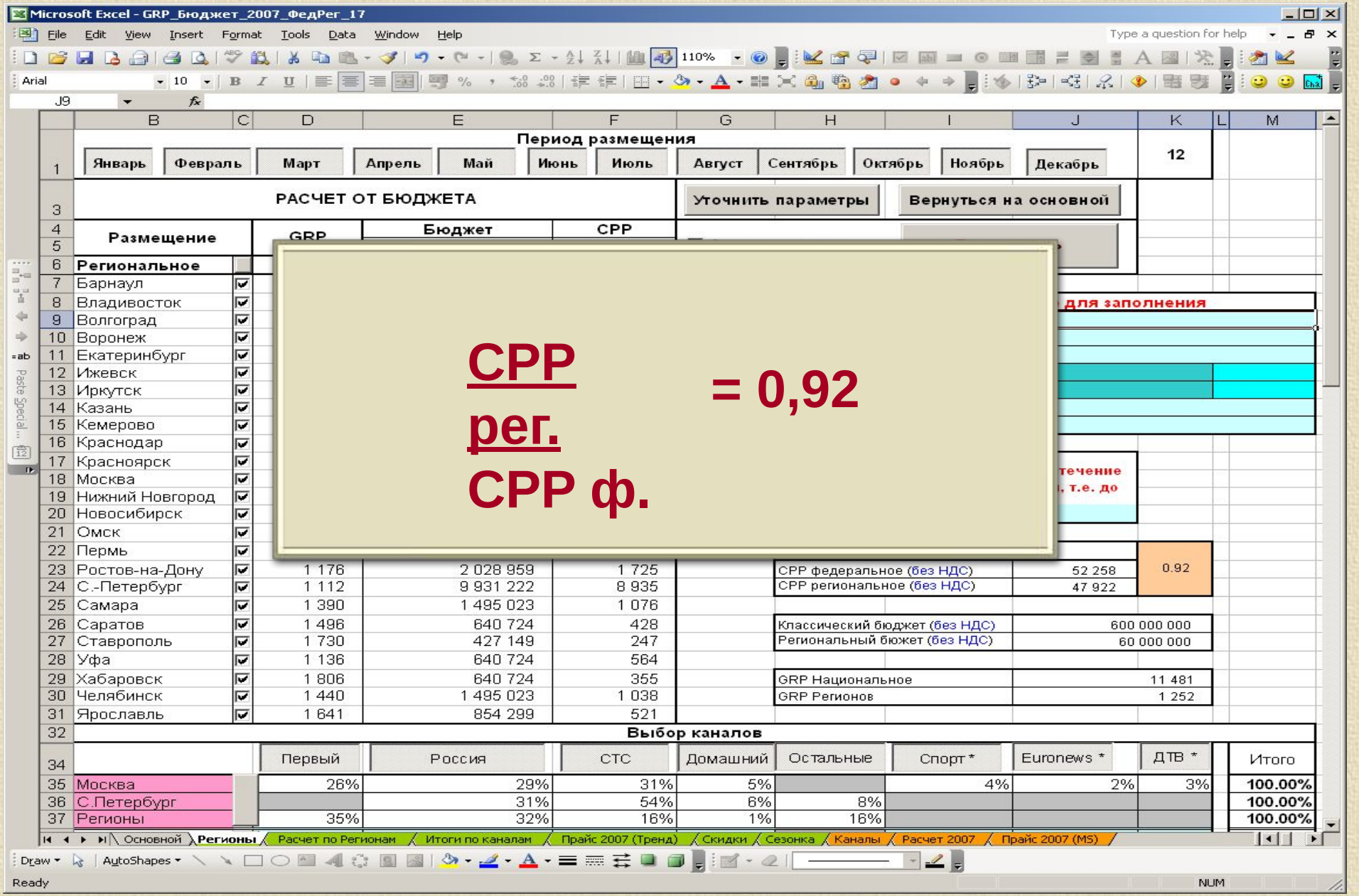
ГРУППА ТРЭНД
ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ

НОВАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ ПРОДАЖИ ТВ РЕКЛАМЫ В РЕГИОНАХ

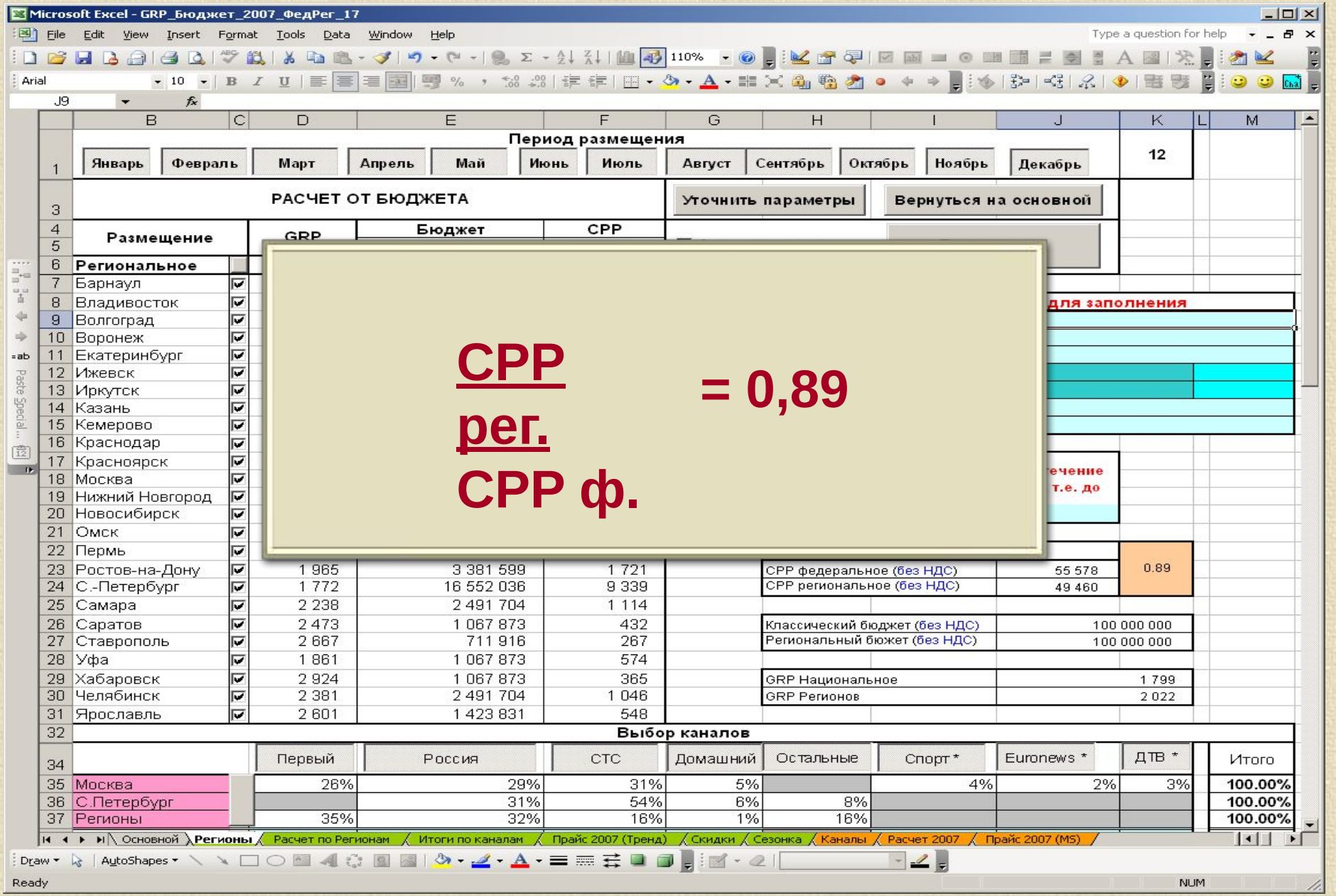


-1	0	+1	+2	+3	+4	+5	+6	+7	+8	+9	+10

ГРУППА ТРЭНД
ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ

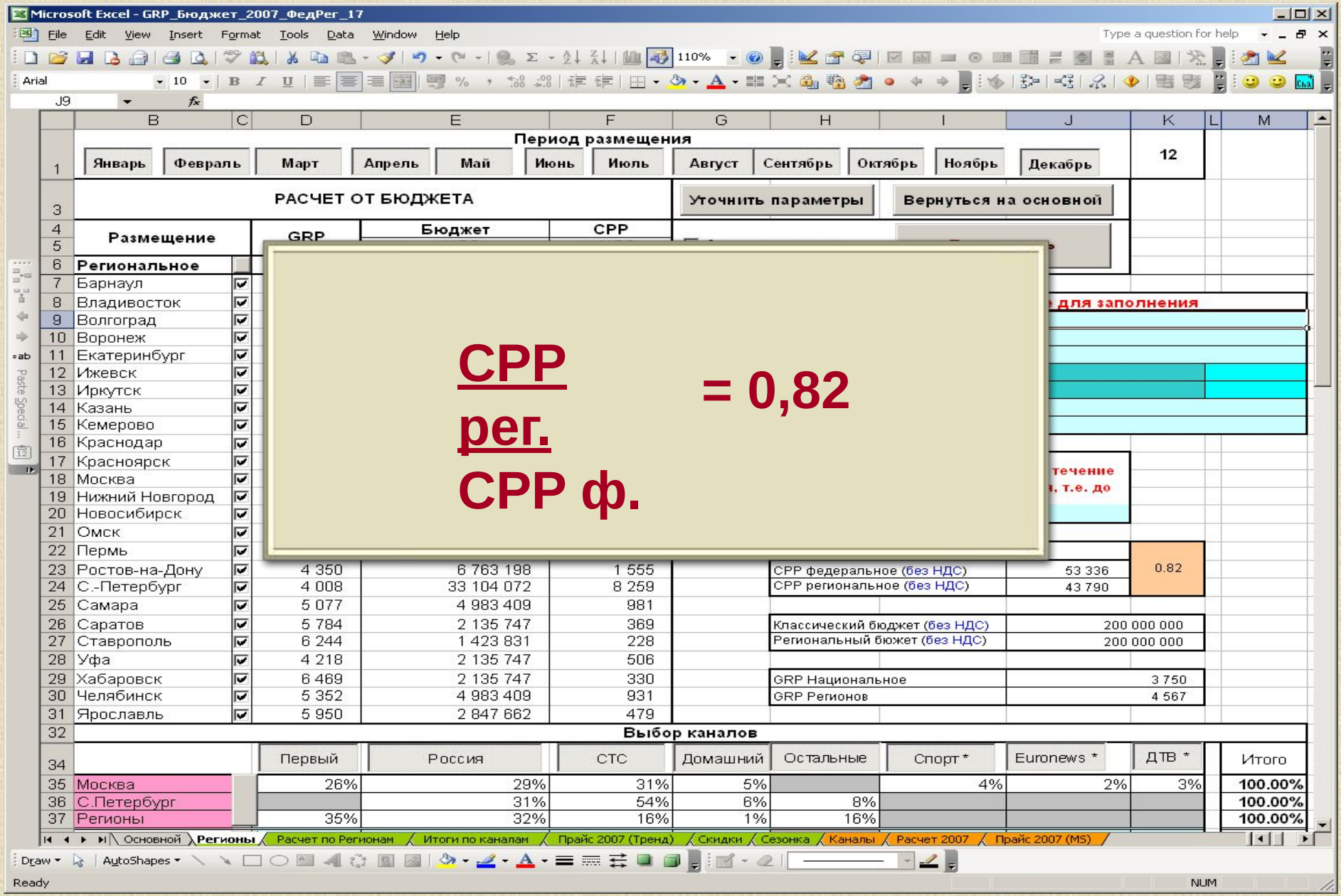


ГРУППА ТРЭНД
ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ



CPP рег. CPP ф. = 0,89

ГРУППА ТРЭНД
ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ



Microsoft Excel - GRP_Бюджет_2007_ФедРег_17

Период размещения

Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	12

РАСЧЕТ ОТ БЮДЖЕТА

Уточнить параметры | Вернуться на основной

Размещение	GRP	Бюджет	CPP
Региональное			
Барнаул			
Владивосток			
Волгоград			
Воронеж			
Екатеринбург			
Ижевск			
Иркутск			
Казань			
Кемерово			
Краснодар			
Красноярск			
Москва			
Нижний Новгород			
Новосибирск			
Омск			
Пермь			
Ростов-на-Дону	4 350	6 763 198	1 555
С.-Петербург	4 008	33 104 072	8 259
Самара	5 077	4 983 409	981
Саратов	5 784	2 135 747	369
Ставрополь	6 244	1 423 831	228
Уфа	4 218	2 135 747	506
Хабаровск	6 469	2 135 747	330
Челябинск	5 352	4 983 409	931
Ярославль	5 950	2 847 662	479

CPP рег. = 0,82

CPP ф.

CPP федеральное (без НДС)	53 336
CPP региональное (без НДС)	43 790
0.82	

Классический бюджет (без НДС)	200 000 000
Региональный бюджет (без НДС)	200 000 000

GRP Национальное	3 750
GRP Регионов	4 567

Выбор каналов

	Первый	Россия	СТС	Домашний	Остальные	Спорт *	Euronews *	ДТВ *	Итого
Москва	26%	29%	31%	5%		4%	2%	3%	100.00%
С.Петербург		31%	54%	6%	8%				100.00%
Регионы	35%	32%	16%	1%	16%				100.00%

Основной | Регионы | Расчет по Регионам | Итоги по каналам | Прайс 2007 (Тренд) | Скидки | Сезонка | Каналы | Расчет 2007 | Прайс 2007 (MS)

Ready

ГРУППА ТРЭНД
ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

ГРУППА ТРЭНД
ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ

ГРУППА ТРЭНД
ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ

ГРУППА ТРЭНД
ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ

ИГОРЬ МАТЮШЕНКО

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ГРУППЫ ТРЭНД «ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ»