

Яндекс

Увеличение доли Яндекса на
рынке поисковых систем России

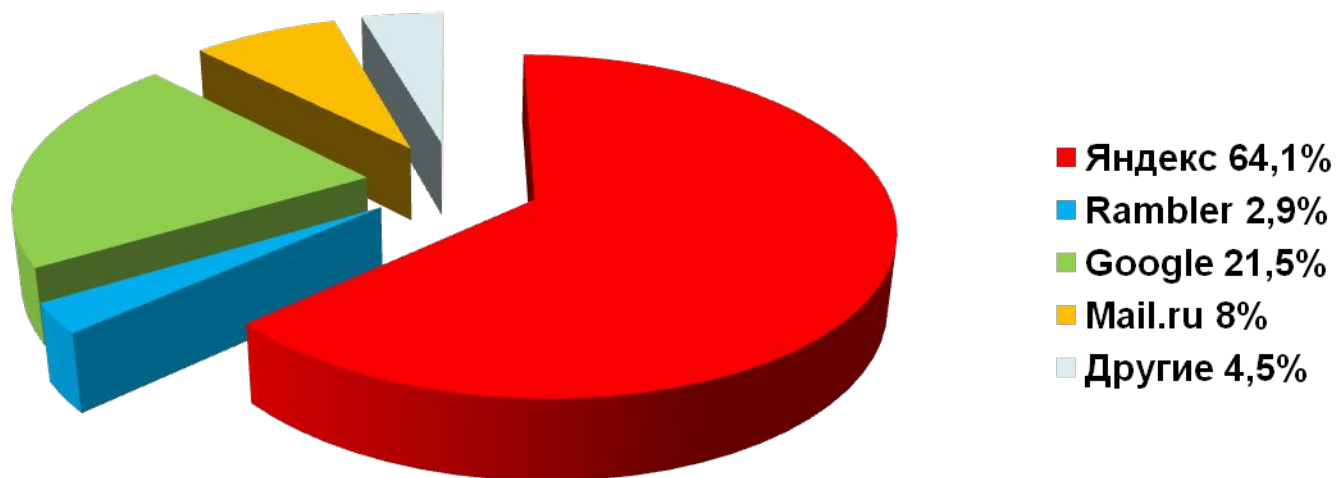
Найт
и

Доля на рынке поисковых систем.

Июль 2009 г.



2010 г.





- 1. Поисковая система №1 в мире**
- 2. Эксклюзивные продукты**
- 3. Агрессивная экспансионная политика**
- 4. Финансовые возможности**



- **всемирная поисковая система**
- **уникальные продукты мирового масштаба**
- **инвестиции в инновации**
- **некоммерческая направленность**



- **лояльная русскоязычная аудитория**
- **лидер на российском рынке интернет рекламы**
- **развитие WI-FI в России**
- **коммерческая направленность**

Яндекс - Стратегия

1

- Долгосрочная Эффективность

2

- Увеличение доли (75%)

3

- Привлечение пользователей

4

- Выпуск новых продуктов

Актуальность:

- 1.Аудитория Интернета молодеет
- 2.Яндекс.дети: веселые дети – спокойные родители
- 3.Отсутствие высококачественных online сервисов для детей до 12 лет
- 4.Поэтапное воспитание лояльной аудитории
- 5.Яндекс объединяет всех членов семьи
- 6.Яндекс.дети это и развлечение и развитие

Концепция

- **Аудитория: дети от 5 до 12 лет**
- **Специализированная детская поисковая система**
- **Создание собственных продуктов для детей:**
 - *развивающие и интерактивные игры*
 - *детская библиотека*
 - *обучающие программы*
 - *детские аудио-видео материалы*

Источники Финансирования

- **Собственные средства (30%)**
- **Кредит (70%)**

Альтернативные решения

- **Перенос сервисов на мобильные платформы**
- **Аутсорсинг не эффективных сервисов**
- **Создание Яндекс-киосков**

Рекомендации

- **Увеличение доли рынка**
- **Совершенствование существующих сервисов**
- **Разработка новых продуктов**