Всероссийский Интернет-МАРАФОН '2006

апрель-октябрь 2006

- **Change management — искусство управления изменениями.**
- **Реклама в Интернете сегодня и завтра.**
- **Современные инвестиции в Рунете.**
- **Особенности инвестиций в регионе.**

Change management — искусство управления изменениями.

Что меняется в современном бизнесе?

- Пространство (становится глобальным и виртуальным)
- Время (становится сжатым и критичным)
- Потребитель (хочет быть со-автором)
- Система защиты (патенты не спасают)
- Многоуровневая иерархия (мешает гибкости)
- Доля услуг (растет)
- Продукты (обновляются все быстрее)
- Изменения (теряют цикличность)
- Решения (нужно принимать в реальном времени)
- …

Что принесла «электронная экономика»?

- Новое определение отраслевой структуры
  (информация – уже не издержки, а источник создания ценности)
- Переход рыночной силы к потребителям
- Глобализацию мгновенного типа
- Новые бизнес-модели
  (такие, как глобальные аукционы)
- Изменение сущности процесса планирования
  (частоты цикла и перераспределения ролей и сфер ответственности)
- Изменения в политике вознаграждения
  (результаты и процессы надо оценивать независимо, поощряя стратегические эксперименты)

Готовимся к непредсказуемому будущему

Для создания легко адаптируемой организации необходимо решить задачи:

- Создания системы раннего оповещения для выявления перемен, на которые нужно быстро отреагировать;
- Освоения искусства быстрой разработки и внедрения новых методов работы, которых потребует изменение внешней среды;
- Создание организационной инфраструктуры, которая поддерживала бы решение двух первых задач

Готовимся к непредсказуемому будущему

Создание системы раннего оповещения

- Пристальное внимание к клиентам
- Анализ потенциальных и существующих конкурентов
- Поиск ростков будущих перемен в настоящем

Готовимся к непредсказуемому будущему

Научитесь профессионально реагировать на перемены

- Создание постоянно действующей группы специалистов
- Создание бизнес-процесса реагирования на перемены

Готовимся к непредсказуемому будущему

Создайте поддерживающую организационную инфраструктуру

- Жесткая организационная структура отсутствует
- Управление строится на процессуальном принципе

Условия клиентской экономики

Легкость ведения дел с компанией

Клиентов интересует сколько сил нужно приложить, чтобы заказать, получить и оплатить товары или услуги

Условия клиентской экономики

Предложение клиентам больше значимых для них ценностей

Не оставляйте свой товар у порога клиента – войдите в дом, узнайте, какие проблемы клиент хочет решить при помощи вашего товара и решите их за него.

Условия клиентской экономики

Займитесь своими бизнес-процессами

Результат получается только при выполнении полноценного бизнес-процесса.

Условия клиентской экономики

Превратите творческую работу в бизнес-процесс

Разработка новых товаров и другие виды творческой работы только выиграют, если привнести в них дисциплину и организованность

Условия клиентской экономики

Используйте систему контрольных показателей для совершенствования работы, а не для составления отчетности

Включите измерение контрольных показателей в серьезную программу управляемого совершенствования бизнеса

Условия клиентской экономики

Смягчите организационную структуру

Обучите руководителей работать совместно для общего блага, а не бороться между собой за местечковые интересы

Условия клиентской экономики

Не продавайте товар дистрибьюторам – продавайте конечному потребителю через них

Не позволяйте своим дистрибьюторам заслонить от вас конечного потребителя, того, кто платит зарплату всем.

Условия клиентской экономики

Перешагните корпоративные границы в поисках новых решений

Сотрудничайте со всеми, с кем сможете, для снижения затрат и накладных расходов

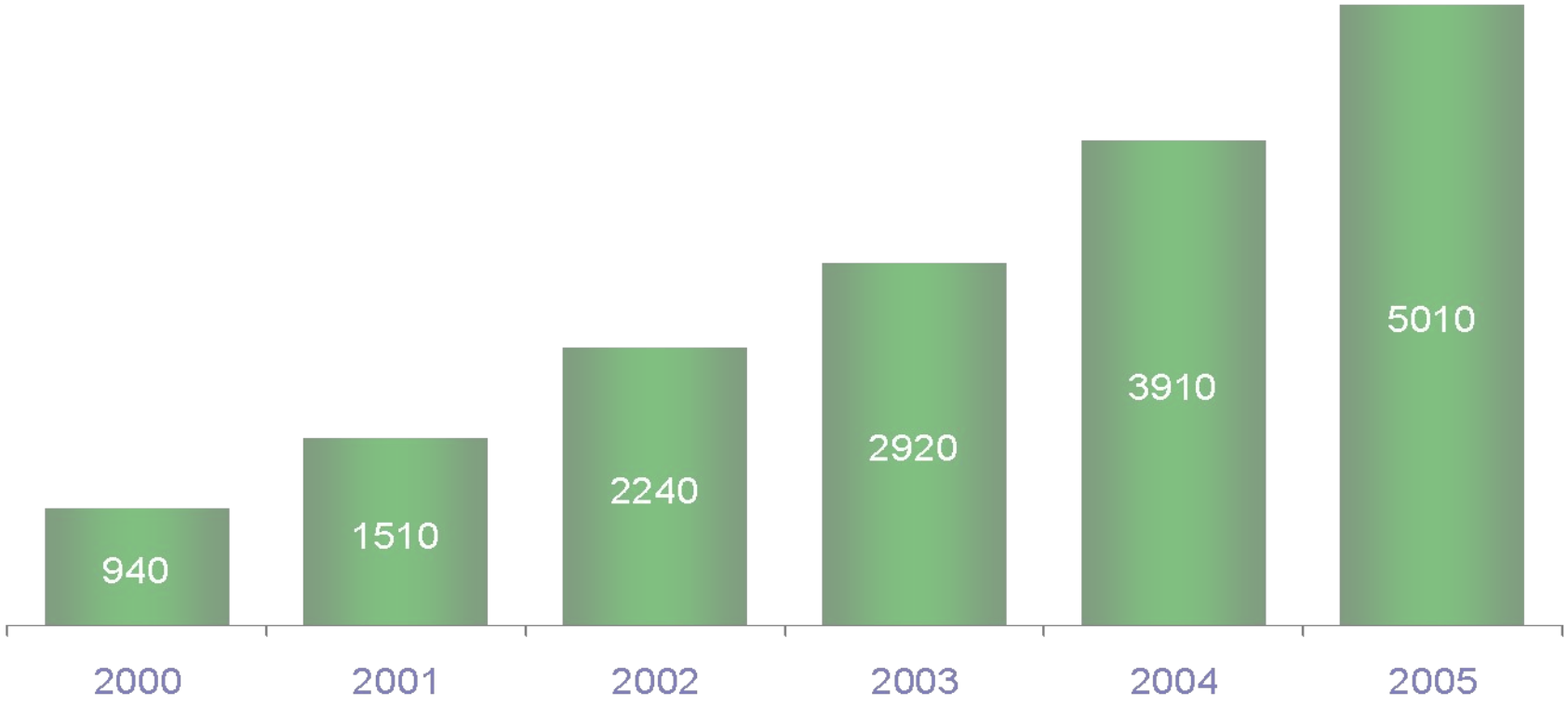
Условия клиентской экономики

Откажитесь от своей самодостаточности в системе «расширенного предприятия»

Сосредоточьтесь на том, что удается лучше всего и избавьтесь от прочих операций.

Реклама в Интернете сегодня и завтра.

ДИНАМИКА РОССИЙСКОГО МЕДИАРЕКЛАМНОГО РЫНКА, 2000-2005 ГГ., $ МЛН.



Доли Интернет-рекламы в бюджетах (%)*

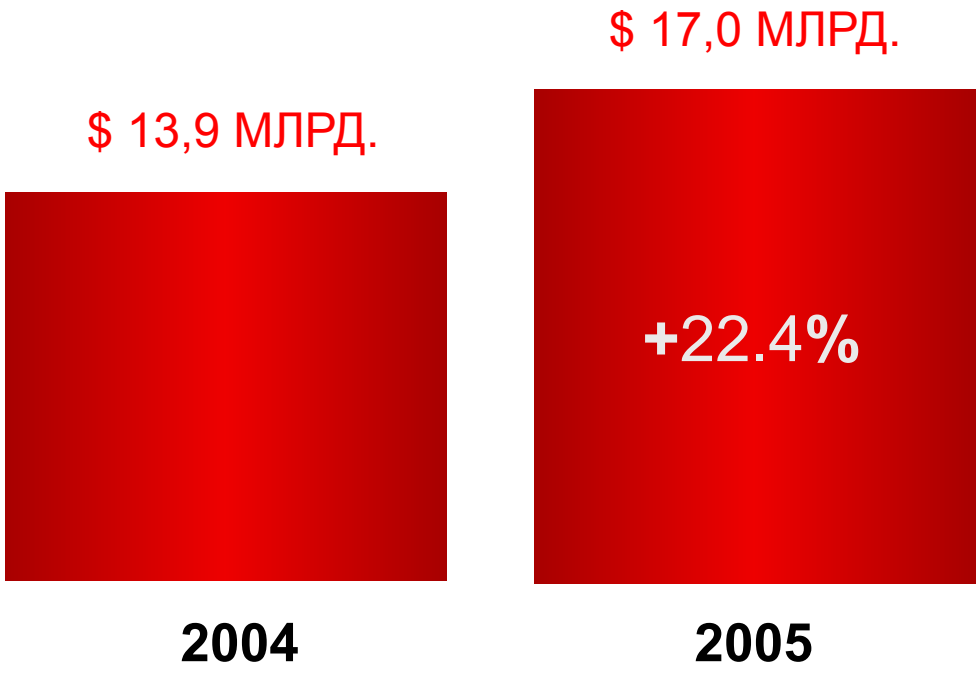
***данные и прогноз АКАР / АЦВИ**

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ МЕДИАРЕКЛАМНЫХ БЮДЖЕТОВ ПО СЕГМЕНТАМ В 2000-2005 ГГ., %

2000

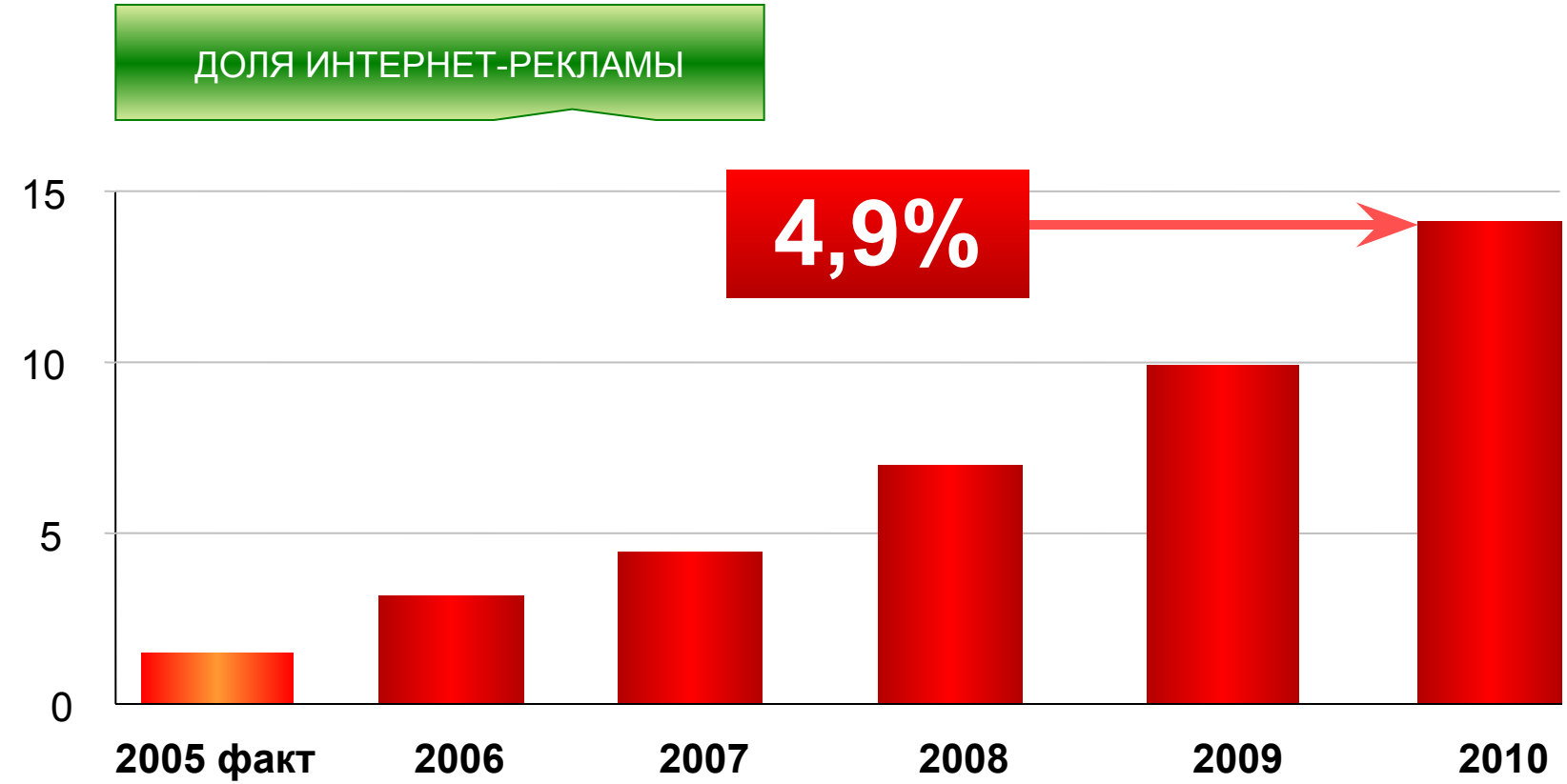
2005

ИНТЕРНЕТ – САМЫЙ ДИНАМИЧНО РАЗВИВАЮЩИЙСЯ СЕГМЕНТ МИРОВОГО МЕДИАРЕКЛАМНОГО РЫНКА



ZENITHOPTIMEDIA - ADVERTISING EXPENDITURE FORECAST, * - АКАР

ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ В РОССИИ ДО 2010 Г., МЛРД. РУБ.



Охват и таргетируемость

- Абсолютно очевидные факты:
  - 1. Цифра в 22,5 млн общей аудитории российского интернета (при ее блестящих социально-демографических характеристиках) достаточная величина для проведения большинства рекламных кампаний разного вида товаров и услуг.
  - 2. По таргетируемости - интернет является безусловно уникальным рекламоносителем.
    - контентный таргетинг
    - социально-демографический таргетинг
    - гео-таргетинг
    - и даже таргетинг по частоте,
    - …не упоминая другие виды таргетинга

А.Ревазов, IMHO VI

Цена (на тыс. контактов)

Вид медиа	CPT (цена тыс. контактов)
Интернет (порталы)	$2-7
ТВ (федеральное)	$2-5
Радио	$5-15
Наружная реклама	$5-7
Ч/б пресса	$15-75
Цв. Пресса	$70-150
Direct Mail	$500-1000

- На сегодняшний день цены на рекламу в Интернете соизмеримы с ценами федеральных каналов, при том что они рассчитаны на разные аудитории - Интернет - 22 млн., а федеральное ТВ - на 80 млн.
- Интернет также характерен крайне низким “порогом входа” - даже на крупных порталах.

А.Ревазов, IMHO VI

Современные инвестиции в Рунете.

Особенности инвестиций в регионе.

СПАСИБО !

Арсен Чичикин
Директор по развитию бизнеса и ИТ
YELLOWPAGES.RU
arsen.chichikin@yp.ru
+7 495 139 99 69