



**Экосистема Digital-маркетинга в  
России:  
Основы навигации**

**X Саммит Брендов-Лидеров  
7 июня 2011**

# iab. в мире



**Международная Ассоциация The Interactive Advertising Bureau (IAB)** - объединение участников рынка интерактивной рекламы. Отделения IAB успешно работают более чем в 40 странах на 4 континентах.

**Основная цель деятельности IAB - способствовать развитию рынка интерактивной рекламы.**

- В США - это более **460** компаний - **86% рынка** интерактивной рекламы США
- В Европе - это более **5500** компаний, на более чем **30** рынках
- Более **200** отраслевых мероприятий, ключевые из которых - MIXX Awards ([www.mixx-awards.com](http://www.mixx-awards.com)), MIXX Conference & Expo ([www.mixx-expo.com](http://www.mixx-expo.com)).
- Более **50** исследований и аналитических отчетов в год, среди которых: IAB Int Advertising Revenue Report, Internet Audience Trend Report, AdEx Report ([www.iab.net](http://www.iab.net));

# iab. в мире

## Среди членов IAB:

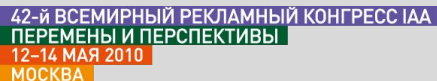
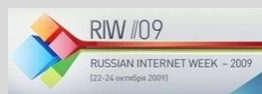


# iab.в России

## Приоритетные направления деятельности в 2011 году:

- Образовательная деятельность;
- Работа над формированием индустриальных гайдлайнов и глоссария;
- Проведение отраслевых мероприятий, включая MIXX Conference и MIXX Awards;
- Проведение исследований в области интернет рекламы с учетом имеющихся международных методологий и практик в этой сфере.

## С участием IAB проведены:



## К ассоциации присоединились:



---

# Экосистема Digital-маркетинга в России:



---

# Определени е

Экосистема Digital-маркетинга в России – графическая карта с ключевыми секторами, процессами и игроками в сфере Digital-маркетинга.

## Зачем была разработана экосистема?

Для наглядного представления общей картины того, что входит в поле Digital-маркетинга в России, основных типов игроков, их бизнес-ролей и потоков денег.

Рекламодателем экосистема позволяет увидеть существующие альтернативные сценарии получения услуг рынка Digital-маркетинга и принять решение о начале работы с рынком.

Профессиональным игрокам экосистема позволяет увидеть потенциальных партнеров, новые ниши для роста бизнеса и оценить конкурентную ситуацию.

---

# Принципы экосистемы digital-маркетинга

1. В экосистему включены только такие компании, продукты и сервисы, которые питаются регулярными рекламно-маркетинговыми деньгами.
2. Экосистема отдает рекламодателям «действия аудитории», которые могут быть интерпретированы и измерены различными метриками, принятыми на рынке рекламы и маркетинга, например, информирование, увеличение узнаваемости бренда, переходы на сайт рекламодателя, звонки в офис, оформление заказов на покупку, совершение покупок, подписка на сервисы, регистрации и т. д.
3. Каждый тип функции на рынке оформлен отдельным блоком в котором сгруппированы конкуренты

---

## Принципы экосистемы digital-маркетинга

4. Блоки внутри экосистемы могут обмениваться между собой деньгами и услугами
5. Существуют типы игроков главная функция которых – привлечение денег в экосистему (обозначены зеленым цветом)
6. Существуют типы игроков главная функция которых – привлечение аудитории в экосистему (обозначены красным цветом)
7. Внутри экосистемы могут реализовываться сделки в любых комбинациях, поэтому отсутствуют жестко нарисованные стрелки движения денег, продуктов, услуг и действий аудитории. Также цветовая дифференциация блоков не означает то, что какой либо игрок не может напрямую собирать аудиторию и обслуживать рекламодателей.

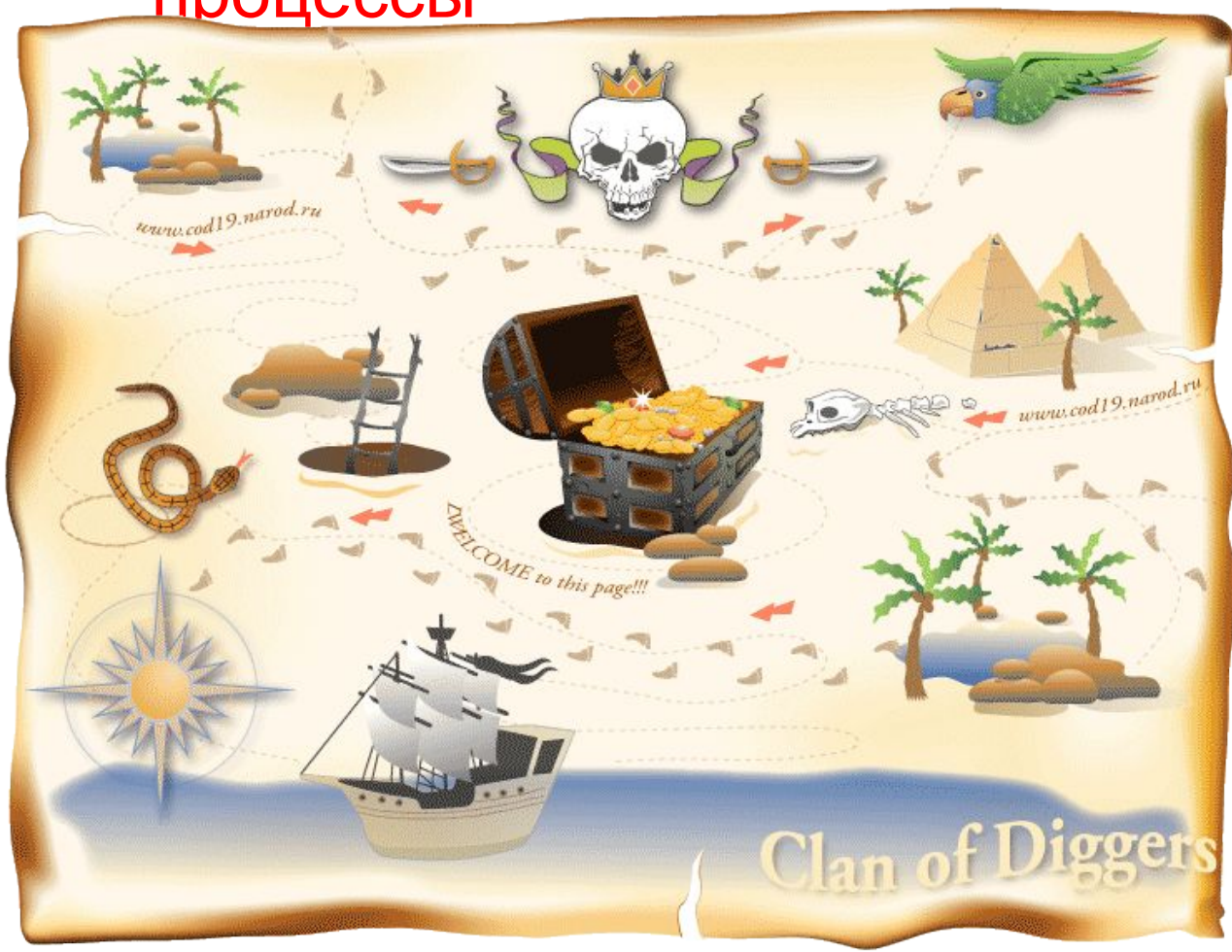


---

# Принципы экосистемы digital-маркетинга

8. В экосистему включены игроки присутствующие на Российском рынке
9. В экосистему включены блоки с функциями имеющимися на рынках других стран, но еще формирующиеся в России (помечены значком “?”)
10. За рамками экосистемы остались веб-разработка, услуги хостинга, электронная коммерция, образовательные услуги, деятельность общественных организаций – именно все, что не участвует в циклично-повторяющемся обмене денег рекламодателей на продукты рынка Digital-маркетинга.

# Ключевые бизнес-процессы



# Экосистема digital-маркетинга в России

©2011г. Омельницкий Б.А.  
v.20110607



## Аудитория



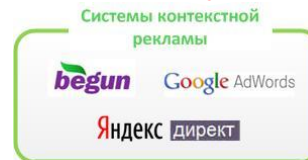
www.iabrus.ru/DES



# Проверка сбалансированности и устойчивости



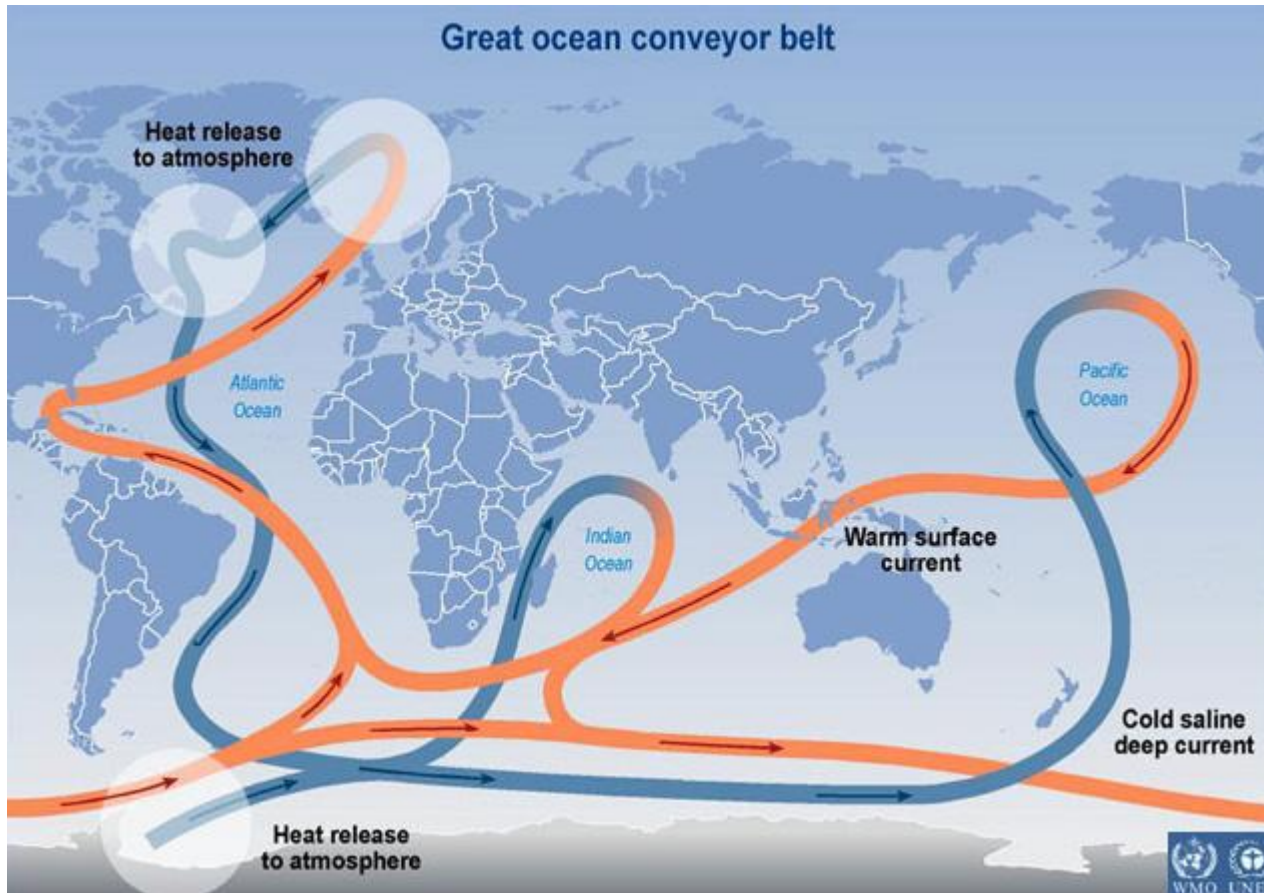
## АУДИТОРИЯ



## РЕКЛАМОДАТЕЛИ

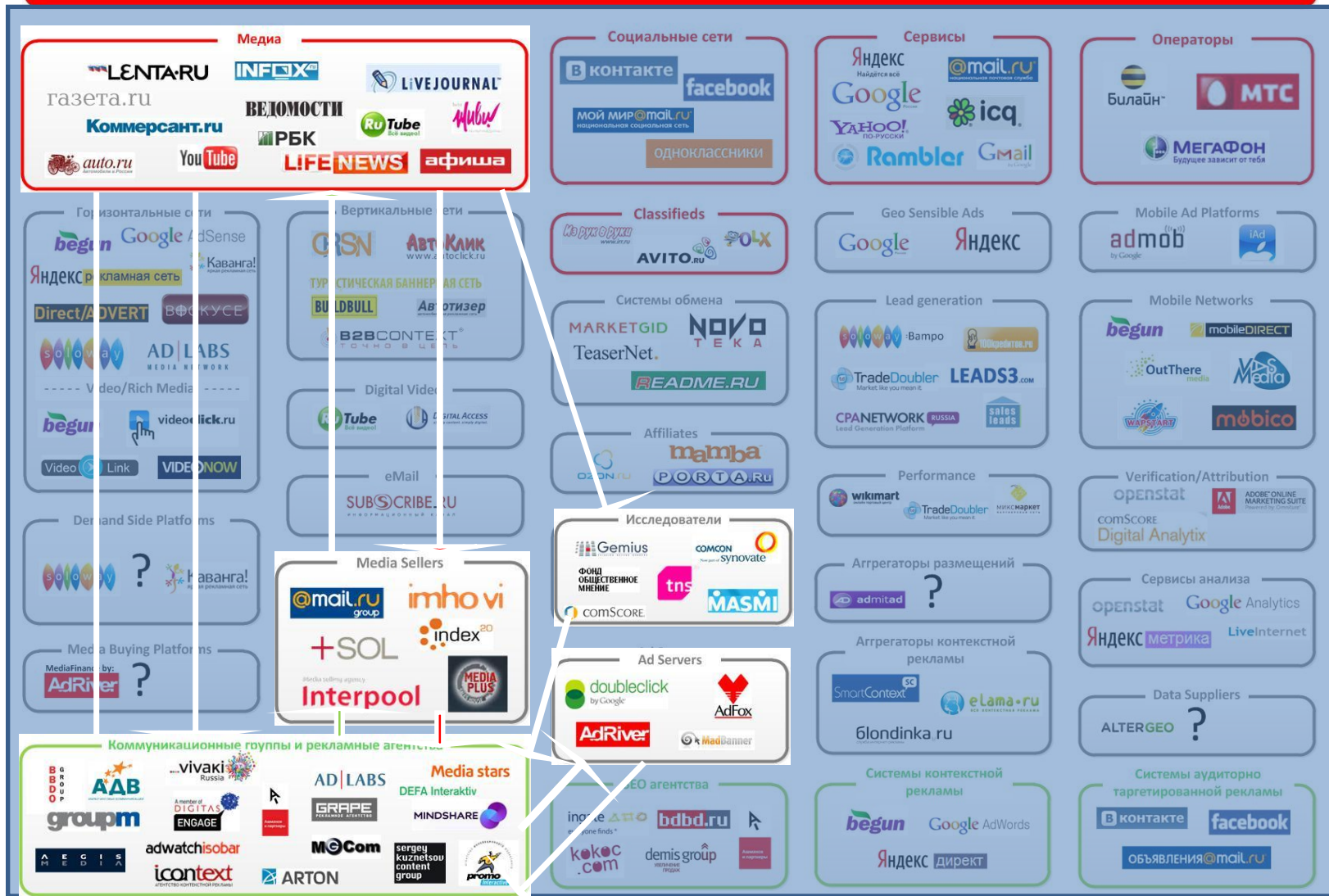


# Использование существующих течений



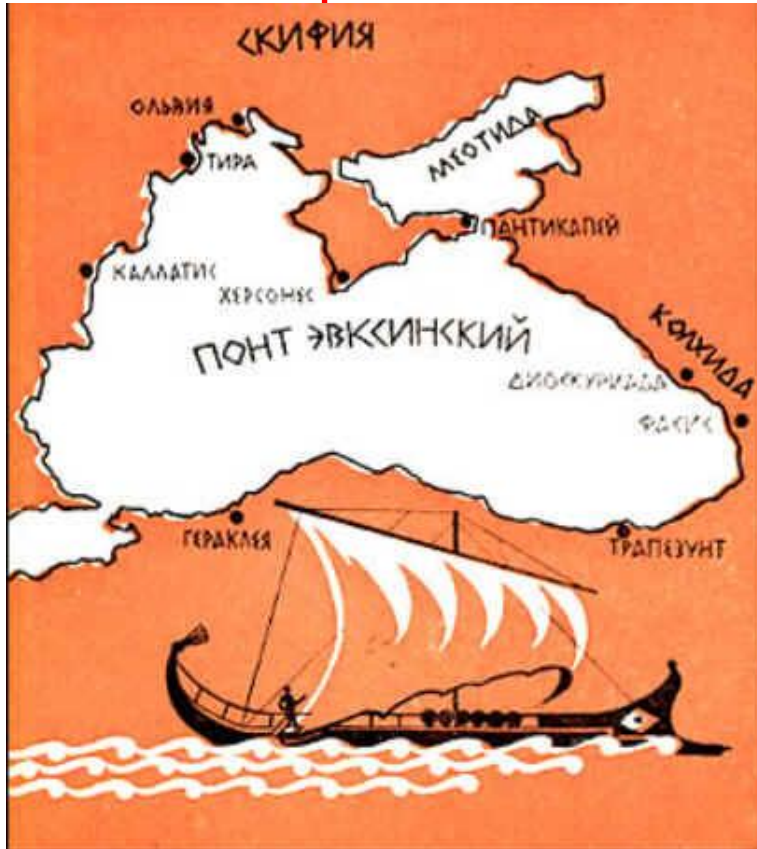
# Рынок медийной рекламы

## АУДИТОРИЯ



## РЕКЛАМОДАТЕЛИ

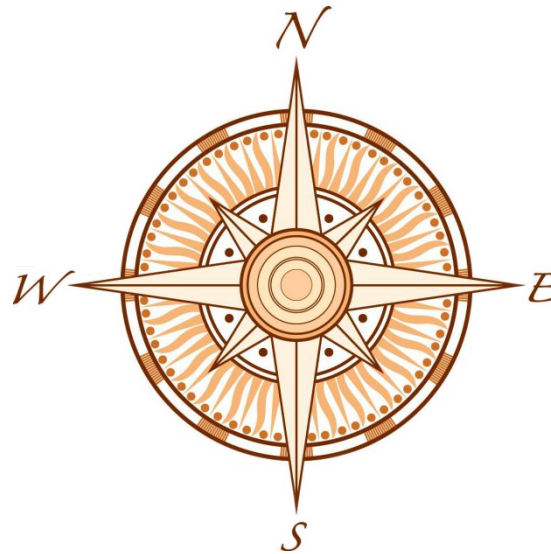
# Постоянная эволюция





---

Всегда свежая Digital Eco  
System:  
[www.iabrus.ru/DES](http://www.iabrus.ru/DES)



Борис Омельницкий,  
исполнительный директор ЗАО «Бегун»,  
сопредседатель комитета по образованию IAB  
Russia.

[bao@begun.ru](mailto:bao@begun.ru)

