



**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), MIXX Conference & Expo (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);

iab. в мире

Среди членов IAB:

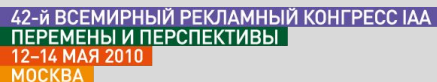
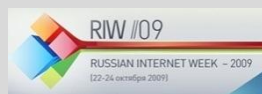


iab.в России

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

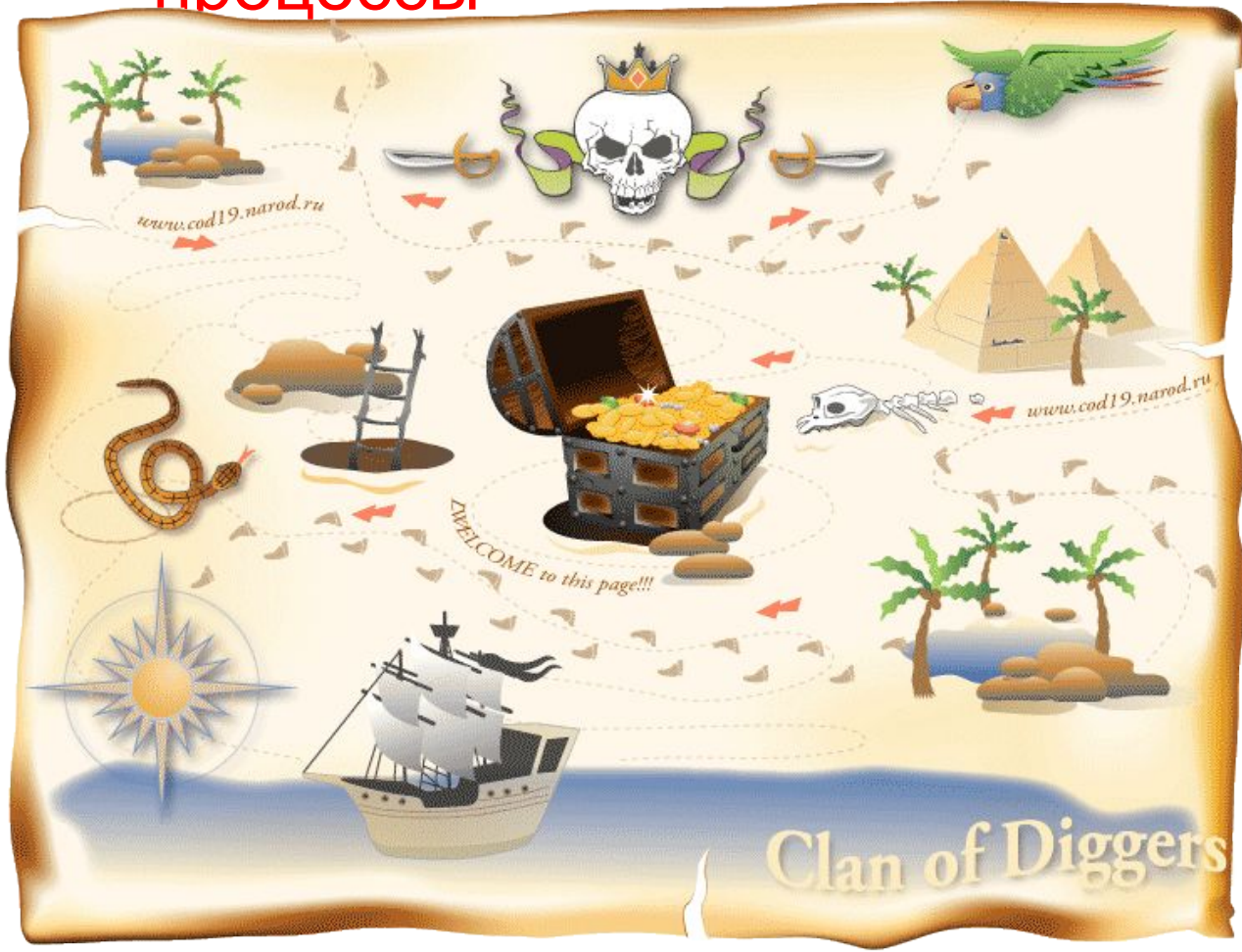
Принципы экосистемы digital-маркетинга

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

Денги рекламодателей

Медиа LENTA.RU, INFOX, афиша, YouTube, газета.ru, Коммерсант.ru, ВЕДОМОСТИ, РБК, LIVEJOURNAL, афиша, auto.ru, LIFE NEWS, RuTube		Социальные сети контакте, facebook, МОЙ МИР@mail.ru, ОДНОКЛАССНИКИ		Сервисы Яндекс, @mail.ru, Google, icq, YAHOO!, Rambler, Gmail		Операторы Билайн, МТС, МЕГАФОН	
Горизонтальные сети begun, Google AdSense, Яндекс рекламная сеть, Каванга!, Direct/ADVERT, BOOKUCE, soloway, AD LABS		Вертикальные сети OZON, АвтоКлик, АВИТО, BUILDBULL, АвтоТизер, ВВВCONTEXT		Classifieds AVITO, POX		Geo Sensible Ads Google, Яндекс	
Video/Rich media begun, videoclick.ru, Video Link, VIDEONOW		Digital Video RuTube, DIGITAL ACCESS		Системы обмена MARKETGID, NOVO, TeaserNet, EADME.RU		Lead generation TradeDoubler, LEADS3, CPANETWORK, TRAFFIC	
Demand Side Platforms Kаванга!		eMail SUBSCRIBE.RU		Affiliates OZON, mamba, PORTA.RU		Perfomance wikimart, TradeDoubler, MARKET	
Media Buying Platforms AdRiver		Media Sellers @mail.ru, imhovi, +SOL, index, Interpool, MEDIA PLUS		Исследователи Gemius, comScore, tns, MASM		Сервисы скидков GROUPON, KupiBonus, K	
Коммуникационные группы, рекламные и диджитал агентства AAB, vivaki, AD LABS, Media stars, adwatchisobar, groupm, ENGAGE, GRAPE, DEFA Interaktiv, MINDSHARE, MeCom, icontext, ARTON, sergey kuznetsov content group, promo		Ad Servers doubleclick, AdRiver, AdFox, MadBlaster		SEO агентства ingate, bdbd.ru, kokoc.com, demis group		Сервисы анализа Google Analytics, CLICFOUR, LiveInternet, Яндекс метрика, openstat	
				Aggregators of placements / Yield Optimization admited		Verification/Attribution openstat, comScore, Digital Analytix	
				Aggregators of contextual advertising blondinka.ru, elama.ru		Mobile Ad Platforms admob, iAd	
				Системы контекстной рекламы begun, Google AdWords, Яндекс директ		Mobile Networks begun, mobileDIRECT, OutThere, Media, mobico	
				Системы аудиторно таргетированной рекламы контакте, facebook, TAPFET@mail.ru		Data Suppliers ALTERGEO	

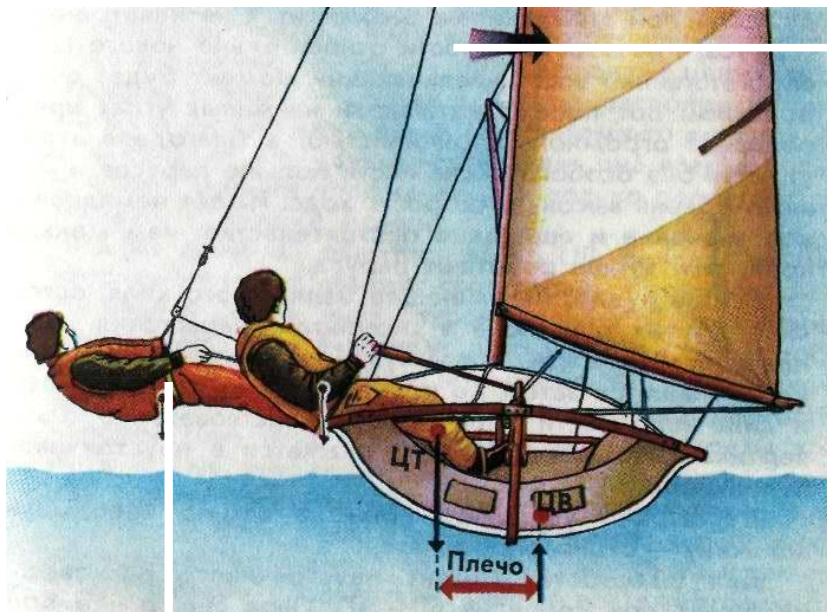
Действия аудитории

Рекламодатели

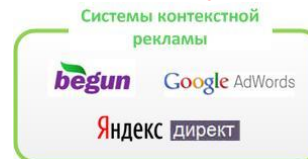
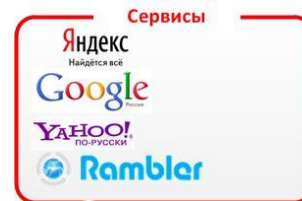
www.iabrus.ru/DES



Проверка сбалансированности и устойчивости



АУДИТОРИЯ



РЕКЛАМОДАТЕЛИ

Пример: Begun. Вертикализация.

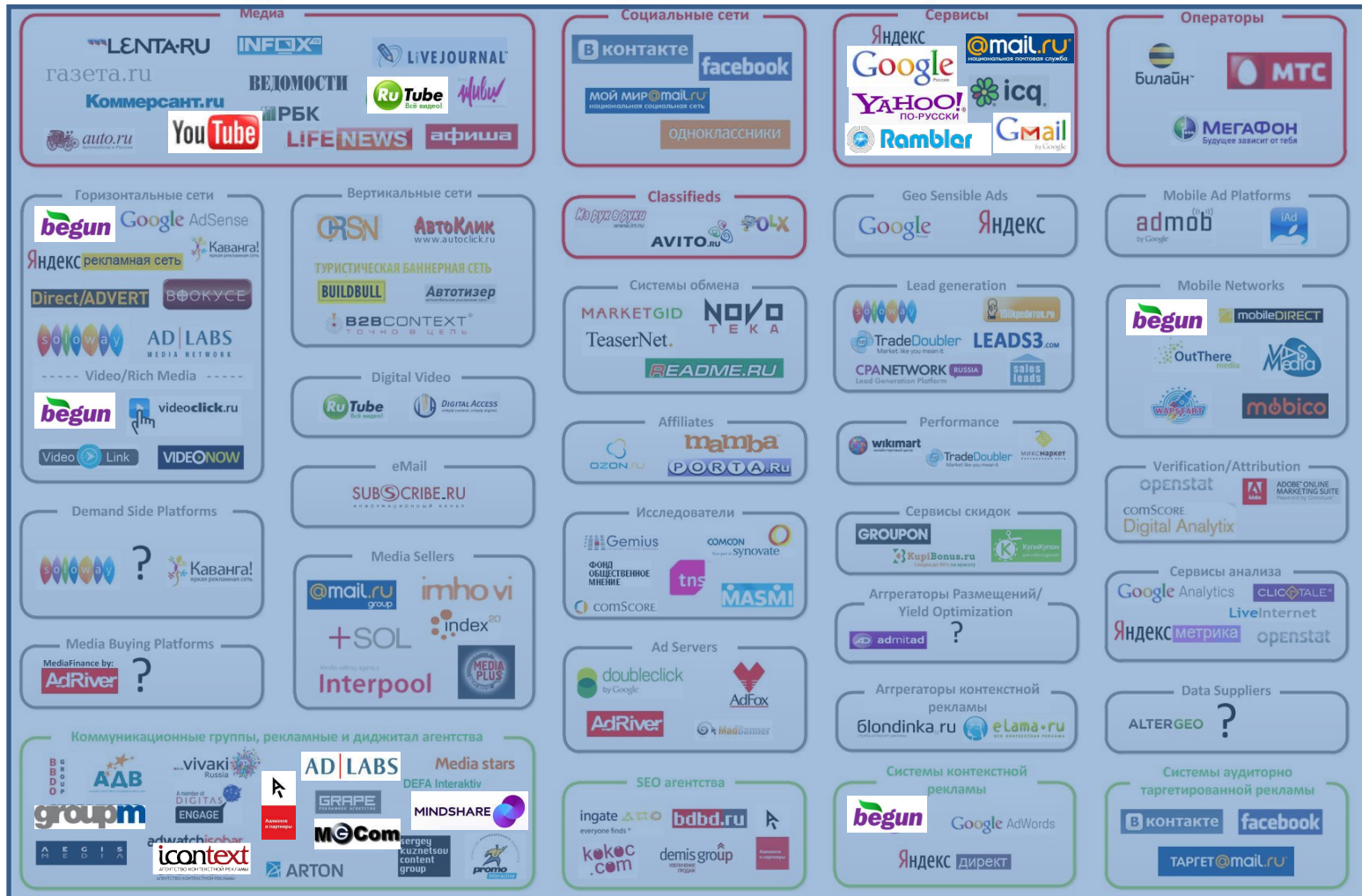
Экосистема digital-маркетинга в России

© 2011, ОМЕЛЬНИЦКИЙ Б.А.
v20110524

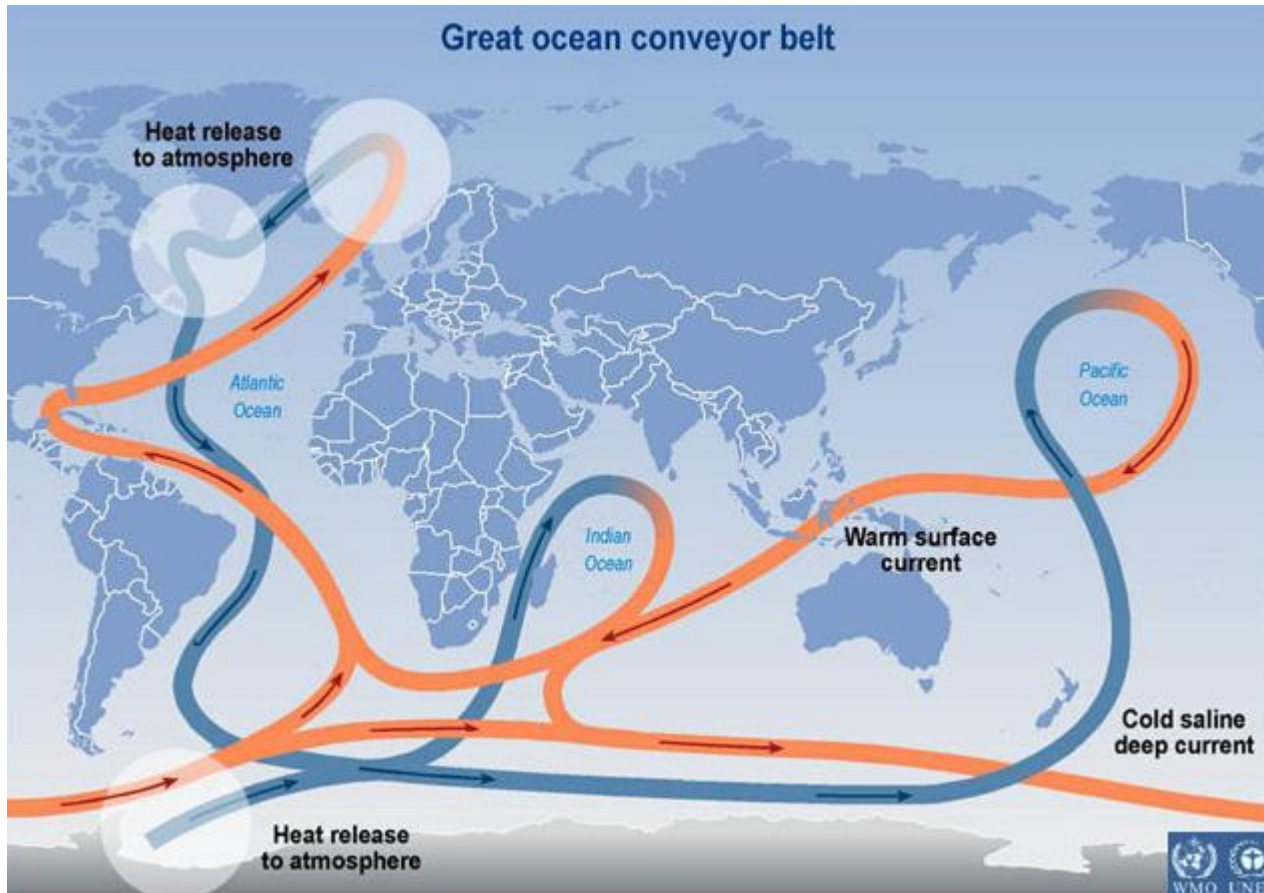
АУДИТОРИЯ

денег рекламодателей

действия аудитории

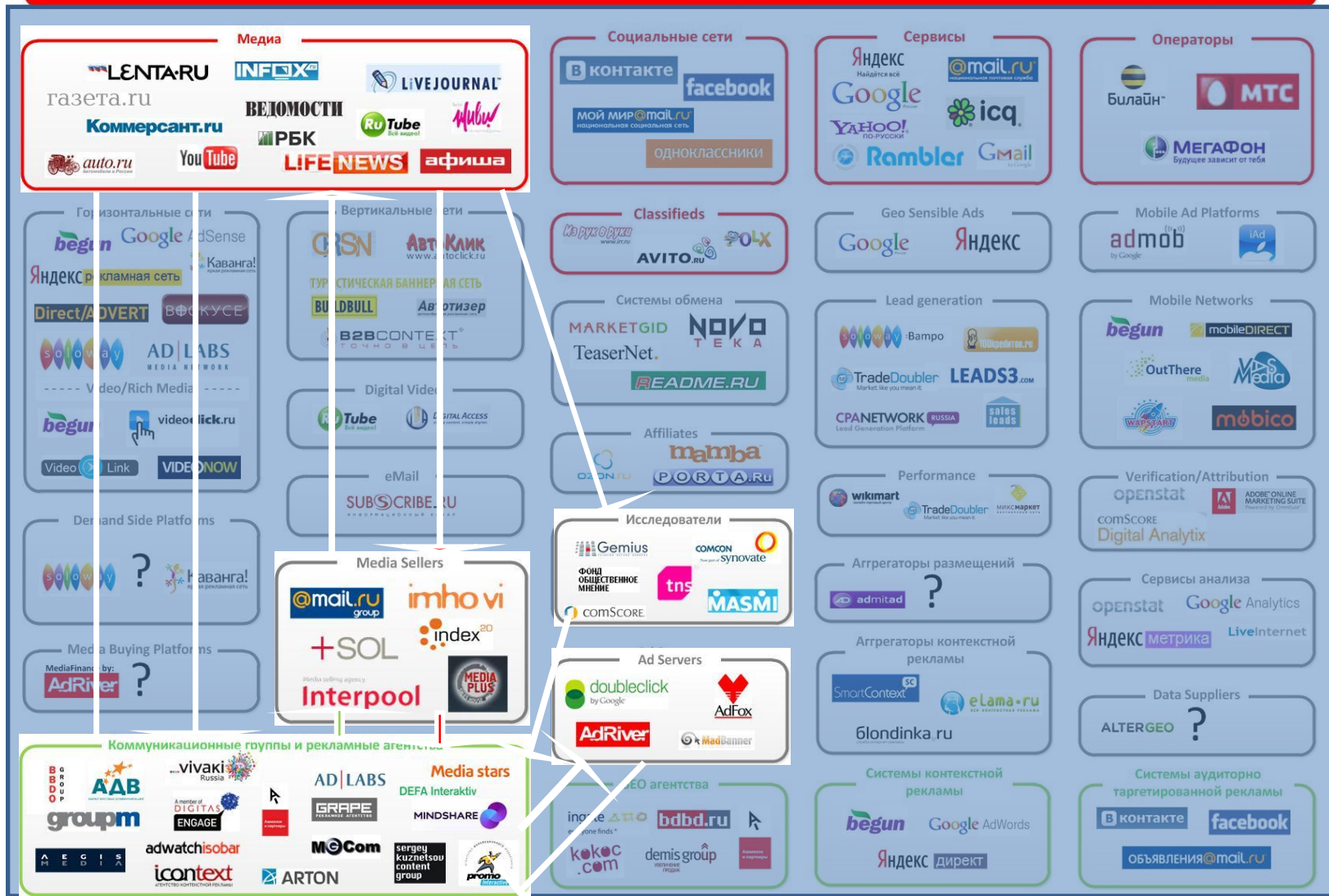


Использование существующих течений



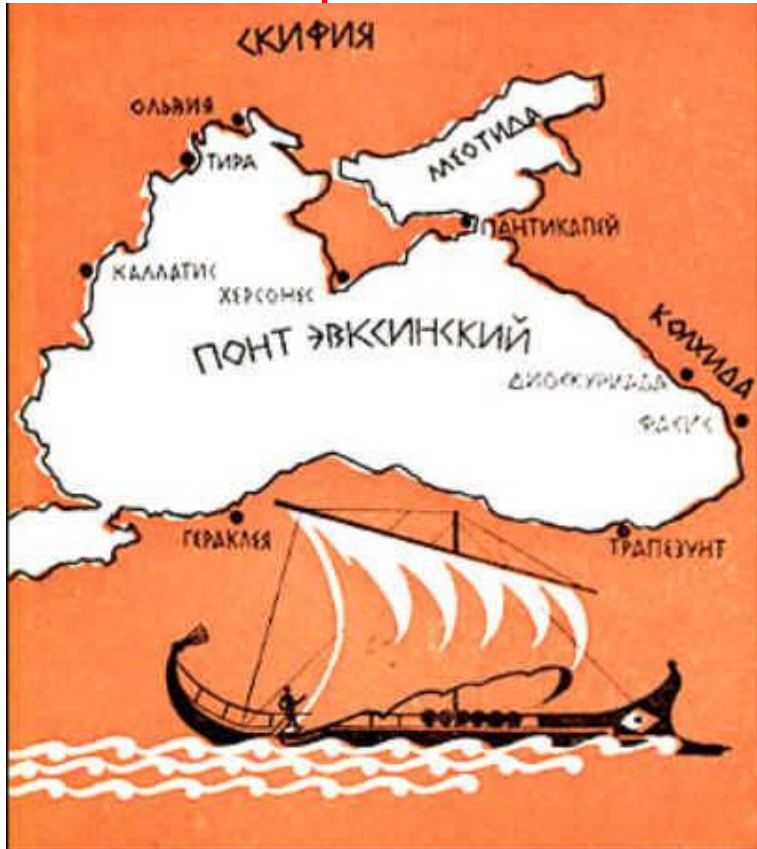
Рынок медийной рекламы

АУДИТОРИЯ

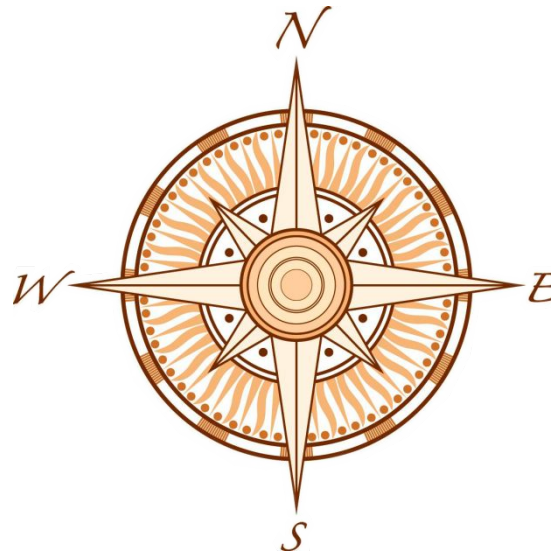


РЕКЛАМОДАТЕЛИ

Постоянная эволюция



Всегда свежая Digital Eco
System:
www.iabrus.ru/DES



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

bao@begun.ru

