Основные тенденции развития розничной торговли прессой, книгами и мультимедийной продукцией на зарубежных рынках

MOST Marketing

Докладчик: Виктор Ларионов, Управляющий партнер

О MOST Marketing

- **Специализация – изучение передового международного опыта, его адаптация и внедрение на российской почве**
- **Уникальное конкурентное преимущество – услуги проектного управления на всех стадиях (от замысла до запуска и развития нового торгового предприятия)**
- **Отраслевая экспертиза – рынок прессы, книг, мультимедиа и потребительской электроники**

MOST marketing

Сегодня вы узнаете

1. Что такое p-book и m-book.
2. Что может производить Espresso Machine, кроме кофе, и как Россия опередила Великобританию.
3. Как выглядит лучший книжный магазин в мире.
4. Чем на самом деле торгуют книжные магазины.
5. Как «обогащенные» газеты и журналы бьются с обычными.
6. Почему iPad – не убийца, а спаситель журналов (ссылка на Билла Гейтса).
7. Когда и как умрут печатные книги, журналы, газеты…
8. Что будет с киосками печати?

MOST marketing

Новое слово на букву…

- E-book – электронная книга
- Что такое p-book?
- Что такое m-book?
- Что значит появление новых слов?

- **Основная целевая аудитория – дети. Но дети вырастут.**

- **Представьте себе спортивную m-newspaper. Вы читаете отчет о футбольном матче и можете посмотреть голы, опасные моменты, а также досье на каждого футболиста. Купите ли вы после этого обычную печатную газету?**

- **M-book – одна из основных тем выставки Hot Spots (Франкфурт), действующей при Франкфуртской книжной выставке.**

«Южнокорейская телекоммуникационная компания решила расширить бизнес за счет издания таких книг. Ощущения от их «чтения» примерно как после «Аватара» — головокружительные. Кладешь ладонь на нарисованного в книге трицератопса — и он оживает на экране, поднимает рогатую голову, шагает прямо на вас. Не бойтесь. Голова опускается — и чудище уже тихо поедает травку, трицератопсы травоядные. Из книги о мире природы выпархивают бабочки, вылетают птицы, по повелению ладони на экране плывут и бьют хвостом гигантские рыбы. Тем временем голос диктора зачитывает сопроводительный текст, который написан и в бумажной книге. Ох, только что-то сомнительно, что ребенку после такого представления захочется разбирать унылые буковки» (М. Кучерская, «Ведомости»).

Новый крепкий Espresso

- **В книжном магазине Blackwell на Черинг Кросс в Лондоне установили первую в Британии машину по распечатке книг - Espresso Book Machine. В каталоге 400 тысяч названий.** Заказать распечатку можно по интернету на сайте магазина или в самой торговой точке. Машина печатает 100 страниц в минуту, переплет у книг мягкий. Качество печати, как уверяют очевидцы, приемлемое. Цены на распечатки соотносимы с ценой на обычные книги в мягкой обложке в Англии.

- **В России за год до этого установили аналогичное устройство в магазине Фаланстер**

- **Проблемы:**
  - **Авторские права**
  - **Программное обеспечение**
  - **Продвижение книг – как привлечь внимание покупателя**

MOST marketing

Люди любят печатные издания, но…

- **Почему бы не распечатать их в домашних условиях – появление домашних принтеров, готовых печатать и брошюровать книги? Следствие – исключение выбора между электронными книгами и походом в магазин за печатной версией книг.**

- **Почему бы не распечатать их в специализированных магазинах (или заказать по Интернету) при скидке на POD-издания по отношению к готовым изданиям?**

- **Тренд на ближайшие 5 лет – дальнейшее удешевление цифровой печати.**

- **«Где я это уже видел?» – отрасль печати фотографий.**

Лучший книжный магазин мира: вариант 1

Лучший книжный магазин мира: вариант 2

Лучшая кофейня мира при книжном магазине

Чем на самом деле торгуют книжные магазины

- Empik (Польша) – книги = 20% от общего ассортимента. Стратегическая цель – достижение удельной выручки от книг и мультимедийной продукции на уровне не более 30% от общей выручки, без снижения общей выручки.

- Fnac (Испания) – книги = 25% от общего ассортимента.

- Waterstone's (флагманский магазин в Лондоне на Пикадилли) = культовый бар на верхнем этаже с шикарными видами на центральный Лондон (West End).

- К 2020 г. в большом формате (от 1000 м2) останутся только культовые магазины/центры интеллектуального досуга, которые в т.ч. торгуют книгами. Классические магазины большого формата, торгующие исключительно книгами и мультимедийной продукцией, прекратят свое существование.

- Люди перестанут ходить в книжные магазины для того, чтобы, в первую очередь, покупать книги.

Как «обогащенные» газеты и журналы бьются с обычными

- Что такое обогащенное (enhanced) издание?

- iPad – усиление тренда обогащенных изданий. iPad и аналоги – скорый убийца классических электронных версий печатных изданий в PDF-формате. Но: сколько в ТОП20 приобретаемых газет и журналов в версиях для *iPad*, издающихся только электронно?

- Ответ со стороны печатных газет – усиление позиций бесплатных изданий, которые начинают бороться по качеству материалов с платными изданиями (примеры – London Paper, Evening Standard).

- Билл Гейтс: «Реклама в печатных изданиях – это брендинг, реклама в электронных изданиях – промоушн».

- Электронные издания не будут копиями печатных изданий. Развитие дуальных продуктов. Разрушение концепции конвергенции.

Когда и как умрут печатные издания

- По данным исследования The Guardian, в потребительском сегменте читателей 15-17 лет в Великобритании:
  - 4% регулярно читают печатные газеты
  - 26% регулярно читают печатные журналы
  - 20% регулярно читают печатные книги (за вычетом обучающей и академической литератры)
- В ближайшие 5 лет ожидается резкий рост беспроводных сетей в мире (Wi-Fi, 3G, 4G)
- В ближайшие 3 года ожидается увеличение среднего времени работы ноутбуков и смартфонов без подзарядки в 2,5-4 раза
- Не позднее 2012 г. ожидается появление на рынке гибких дисплеев
- Не позднее 2012 г. ожидается появление на рынке нового поколения e-reader’ов

Взгляд из будущего

- К 2025-2030 г. любые печатные издания превратятся в нишевой и достаточно дорогостоящий продукт. Исключения: бесплатные газеты и журналы, издания на основе технологии POD.

- По единообразному мнению экспертов рынков США, Германии и Великобритании, появление и распространение e-reader'ов нового поколения (цветность, яркость, снижение уставаемости глаз) с гибким дисплеем и удобным сервисом закачки электронных и мультимедийных изданий, на фоне увеличения проникновения и скорости соединения беспроводного Интернета, приведет к резкому падению рынка печатной продукции. Ожидаемое падение рынка книг на рынке США в ближайшие 5-7 – в 2-3 раза.

- Новая функция дистрибьютора – самостоятельная печать изданий на POD-автоматах с передачей в подписные каналы (возможность планирования точного количества) и розницу. В перспективе – уход издателей СМИ от работы с типографиями. В США первые дистрибьюторы начали предлагать данную функцию издательским домам в 2009 г.

- К 2025-2030 г. киоски печати сконцентрируются на узком ядре печатной продукции, с акцентом на POD-автоматы, предлагающие широчайший ассортимент (печать изданий будет частично дотироваться издателями), и сопутствующую продукцию. Этот тренд будет существенно медленнее для малых городов и сельской местности.

- Быстрое развитие нового тренда для киосков печати: центры выдачи заказов в Интернет-магазинах.

MOSTMARKETING

129110, Москва,

улица Энергетическая, 6

Тел. +7 495 225-52-59

E-mail: amm@m-marketing.ru

Web: http://www.m-marketing.ru