mediaservice INTERNATIONAL MEDIA SERVICE

Маштаков Валерий Александрович



- Родился 14 февраля 1956 г.
- В медийном бизнесе с 1995 **года**

2015-по настоящее время	, Управляющий Партнер IMS Казахстан
2013-2014 гг	Руководитель проекта IMS Армения
2009-2011 гг	Генеральный директор ВИ Украина
2007-2009 гг	Генеральный директор ВИ Казахстан
2005-2007 гг	Генеральный директор ВИ Молдова
2001-2003 гг	Генеральный директор ВИ Украина
1996-2001 гг	Менеджер ВИ Украина



Комплектация рынка

Страна	Население, млн. чел	ТВ рынок, млн. \$	На душу населения	Измеритель	Селлеры	Рекламные агентства
США	326	71 000	218	V		V
Германия	82	5 324	65			
Россия	147	2 584	18		—	
Грузия	4	36	10			
Казахстан	18	101	6			
Украина	42	196	5			
Азербайджан	10	30	3			
Узбекистан	32	22	0,7			

Источник: экспертная оценка International Media Service, AKAP, MCA CCAR, Total Advertising Group, Всеукраинская рекламная коалиция, экспертная оценка телеканала Имеди, https://www.broadbandtvnews.com



ТОР 20 рекламодателей

Россия - 16
L'OREAL/NESTLE
PROCTER & GAMBLE
SANDOZ-NOVARTIS
MARS/WRIGLEY
PEPSI CO
ФАРМСТАНДАРТ
MTC
DANONE
JOHNSON & JOHNSON
MONDELEZ INTERNATIONAL
RECKITT BENCKISER
UNILEVER
БИЛАЙН
SANOFI AVENTIS
МЕГАФОН
COCA-COLA
BAYER AG
RENAULT-NISSAN
BEIERSDORF AG (BDF)
FERRERO

украина - 12		
L'OREAL/NESTLE		
PROCTER & GAMBLE		
УКРТАТНАФТА		
ROZETKA.UA		
RECKITT BENCKISER		
ФАРМАК		
киевстар GSM		
MTC		
CARLSBERG UKRAINE		
SUN INBEV UKRAINE		
ЭТИКЕТ МОБАЙЛ		
ГК БАЯДЕРА		
MONDELEZ INTERNATIONAL		
SANDOZ-NOVARTIS		
UNILEVER		
BEIERSDORF AG (BDF)		
SANOFI AVENTIS		
PEPSI CO		
COCA-COLA		
HENKEL GROUP		

Казахстан - 16		
UNILEVER		
L'OREAL/NESTLE		
PROCTER & GAMBLE		
MARS/WRIGLEY		
LACTALIS		
MONDELEZ INTERNATIONAL		
COCA-COLA		
HENKEL GROUP		
RECKITT BENCKISER		
DANONE		
JOHNSON & JOHNSON		
SANDOZ-NOVARTIS		
KASPI BANK		
FERRERO		
BEIERSDORF AG (BDF)		
RG BRANDS		
TELE 2 KAZAKHSTAN		
PEPSI CO		
SULPAK ELECTRONICS		
SANOFI AVENTIS		

Узбекистан - 6
AKFA
UNIVERSAL MOBILE SYSTEMS
INTERNATIONAL BEVERAGES
ARTEL
COSCOM
UNITEL
BERLIN-CHEMIE
SAMSUNG
SHAYANA FARM
JELEGUM GOLD SERVICE
ASIA KANDI
MARION BIOTECH
TASTY PRODUCTION
RICOMEL BEVERAGES
KRKA
ARDENT FOODS
ARKTIKA BOTTLERS
SANDOZ-NOVARTIS
L'OREAL/NESTLE
SHARF SHIRIN

Источник: Россия 2015 - бюджет, Украина 2015 - wGRP, Казахстан 2015 - бюджет, Узбекистан 2016 - бюджет

Мы спросили, и вот что ответили

- Отсутствие измерений
- Нет возможности размещать рекламу по своим целевым аудиториям
- Оценка эффективности рекламных кампаний затруднена
- Сложно анализировать активность конкурентов
- Непонятны предпочтения аудитории
- Неаргументированное ценообразование

Индустриализация рынка приведет к его росту в 2018 году более чем в 2 раза

Бизнес-схема телерекламного рынка





Индустриальный комитет и Измеритель

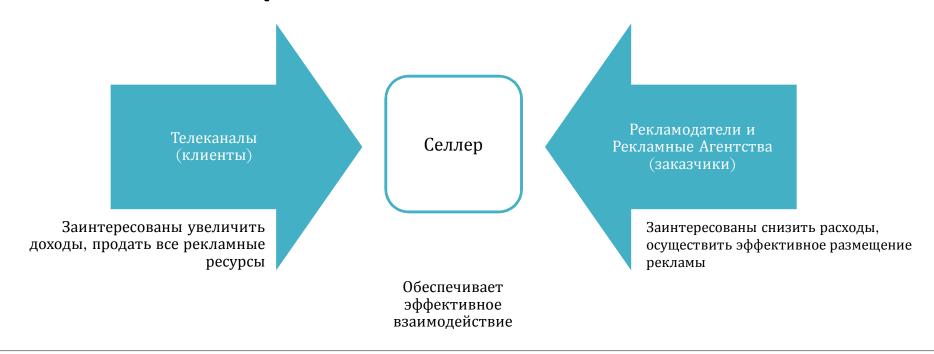






- Объединенный индустриальный комитет это общественная организация действующая в интересах телевизионной индустрии, в которую входят представители заинтересованных государственных органов, телеканалов, рекламных агентств и рекламодателей.
- Измеритель это организация, занимающаяся измерениями телевизионной аудитории.

Миссия Селлера



Селлер

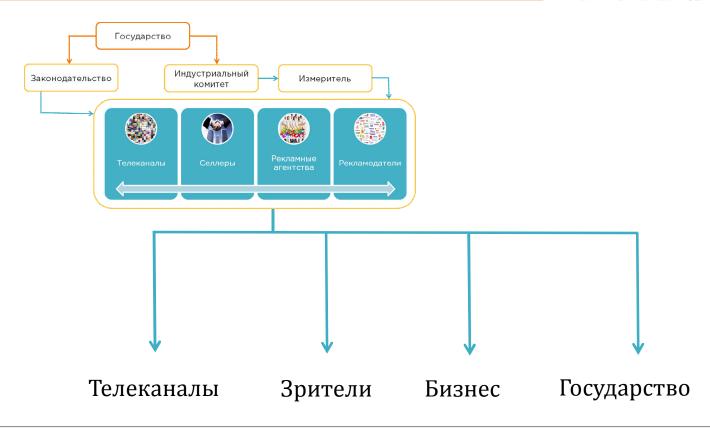








- Представляет коммерческие интересы телеканалов
- Оценивает рынок ТВ рекламы
- Разрабатывает ценовую политику
- Консультирует ТВ каналы по вопросам повышения коммерциализации сеток вещания
- Разрабатывает и совершенствует программное обеспечение размещения рекламы на ТВ
- Обеспечивает эффективные продажи рекламных ресурсов ТВ каналов





Влияние на рынок: Телеканалы

- Рост рекламных доходов
- Прогноз доходов, плановое поступление денежных средств
- Улучшение качества ТВ-контента
- Повышение конкурентоспособности по сравнению с другими СМИ, особенно с Интернет
- Эффективную реализацию рекламных ресурсов (прямая реклама, спонсорство, интеграции в контент)
- Выполнение социальной миссии (образовательные и культурные программы)



Влияние на рынок: Зрители

- Телезрители получают качественные телепрограммы разных жанров
- Возможность выбора и обратной связи с телеканалами и производителями контента
- Сегодня в мире только интересное и развлекательное телевидение может конкурировать с Интернет за внимание зрителя



Влияние на рынок: Бизнес

- Получает привычный и понятный инструмент маркетинговых коммуникаций
- Возможность оценки эффективности рекламной активности
- Импульс для развития



Влияние на рынок: Государство

- Получает более прозрачную и управляемую систему в сфере информационно-коммуникационной инфраструктуры
- Обеспечивается понятный и работающий в рамках правового поля механизм, привлекательный для населения, что дополнительно обеспечит безопасность государству
- Снижается финансовое бремя с государства
- Увеличиваются инвестиции в Республику Узбекистан, в том числе от крупных международных компаний

mediaservice INTERNATIONAL MEDIA SERVICE

Thank you!