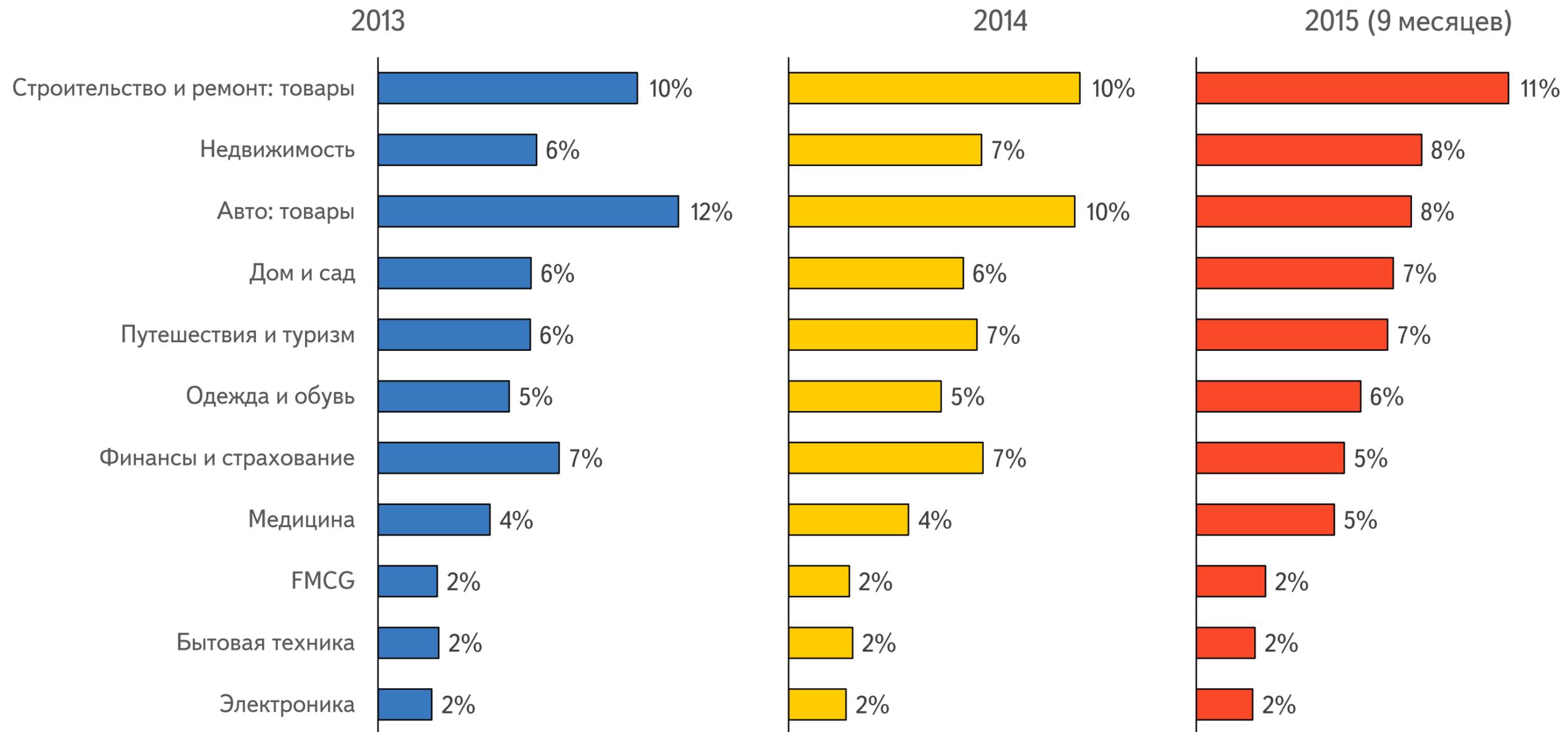


# Контекст в 2015 году – основные тренды и изменения

Дмитрий Чернов  
Руководитель группы продаж

# Отраслевая структура рекламных бюджетов: смена лидеров



A dramatic painting of a three-masted sailing ship, likely a galleon, navigating through a turbulent sea. The ship is positioned in the center-left, with its sails partially set and a red flag flying from the top of the mainmast. The sea is dark and choppy, with white foam from the ship's wake visible in the foreground. The sky is filled with heavy, dark clouds, with a bright light source breaking through in the upper right, creating a strong contrast and highlighting the ship's silhouette. Two seagulls are seen flying in the distance on the left side of the frame. The overall mood is one of intense action and peril.

Идеальный шторм

# Путешествия и туризм

- Непростой 2014 год – уход порядка 15 тур-операторов, включая ТОПов;
- Переосмысление путешествий – рост самостоятельного отдыха;
- Смена приоритетов – внутренний туризм (Крым, Сочи).

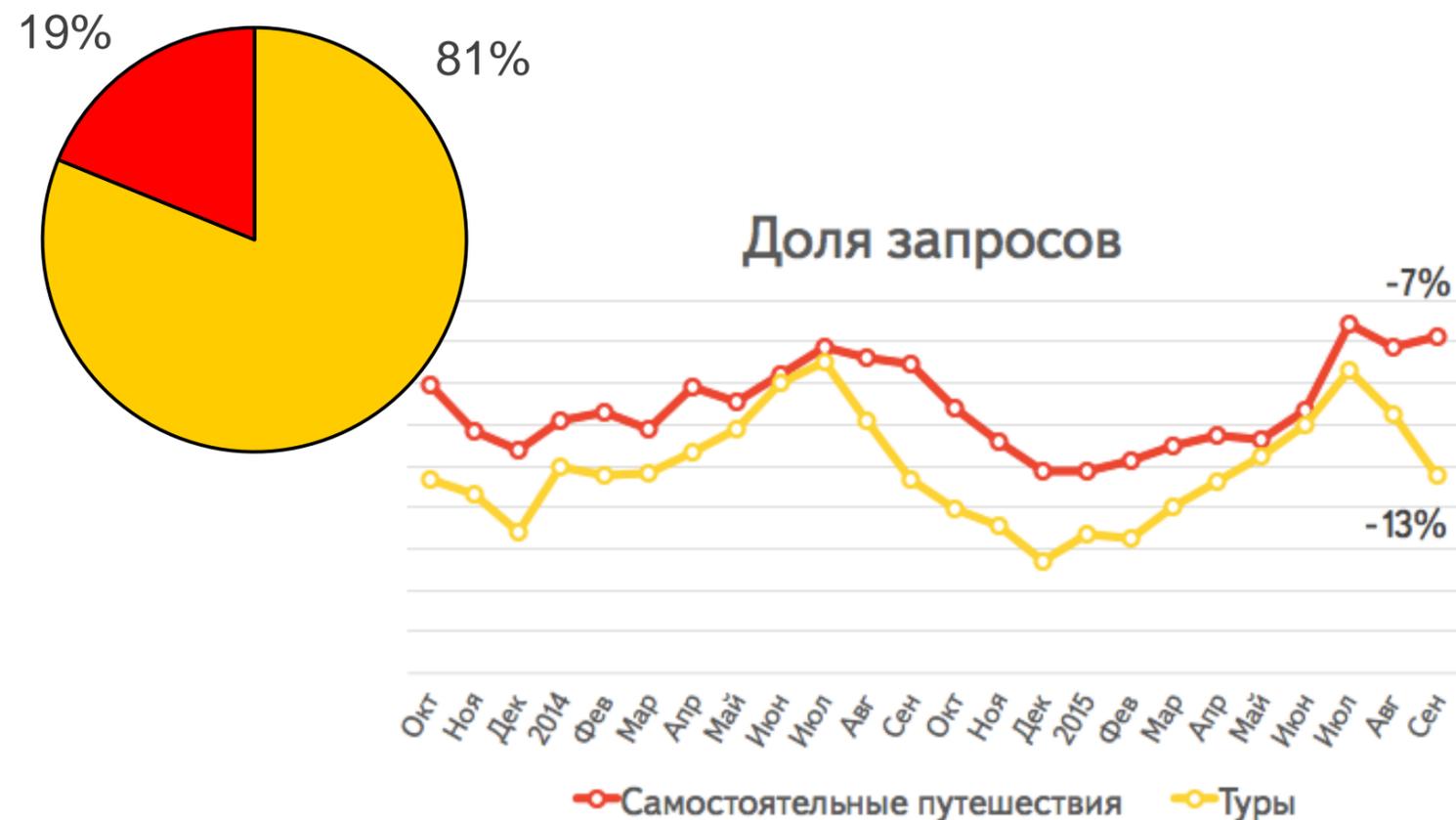


# Всё сам

Суммарные переходы (2015) \*



Суммарная доля в потоке (2015)



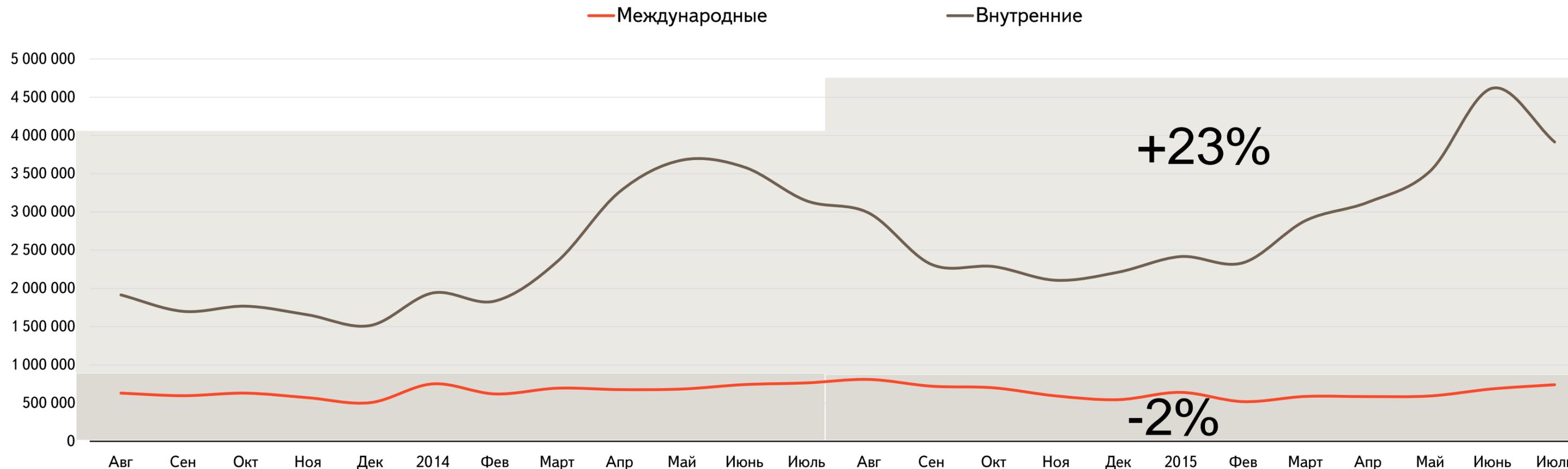
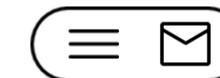
Переходы на популярные сервисы для самостоятельной организации путешествий растут существенно быстрее готовых туров.

Поиски сервисов для самостоятельного заказа авиабилетов и жилья обгоняют по темпам роста поиски туров, но пока сильно отстают в объёме

\* Данные по крупнейшим представителям группы.

\*\* Кривые отложены по разным осям для удобства сопоставления динамики.

# Внутренние и международные направления

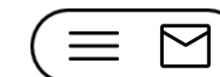


Интерес пользователей вырос значительно больше к внутренним рейсам, чем к международным перелетам. Весной-летом можно наблюдать сезонное повышение интереса к внутренним рейсам.

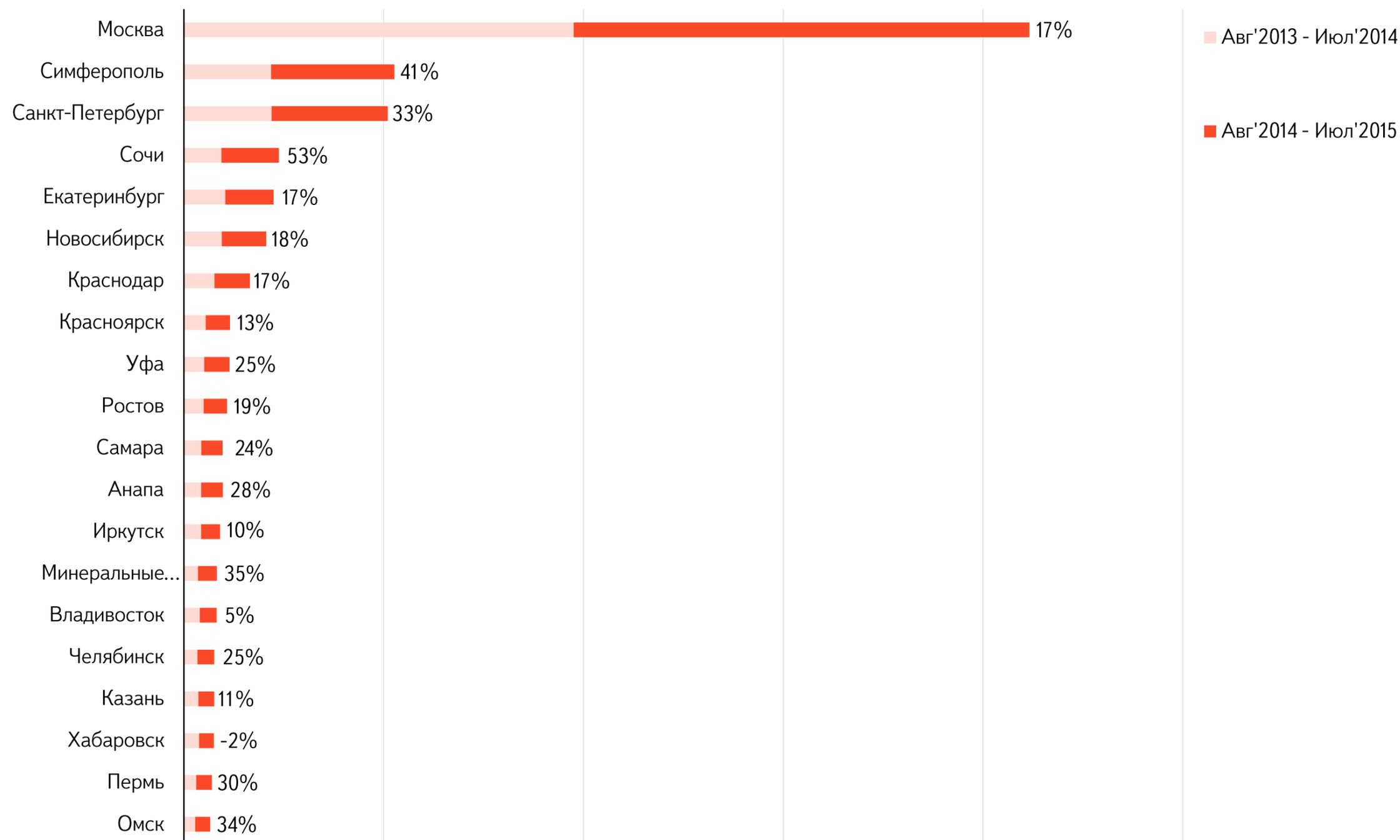
С марта 2014 года, Крым – это часть РФ, и относится к внутренним рейсам.

wordstat.yandex.ru. Гео: Россия

# TOP-20 внутренних авианаправлений



wordstat.yandex.ru. Гео: Россия

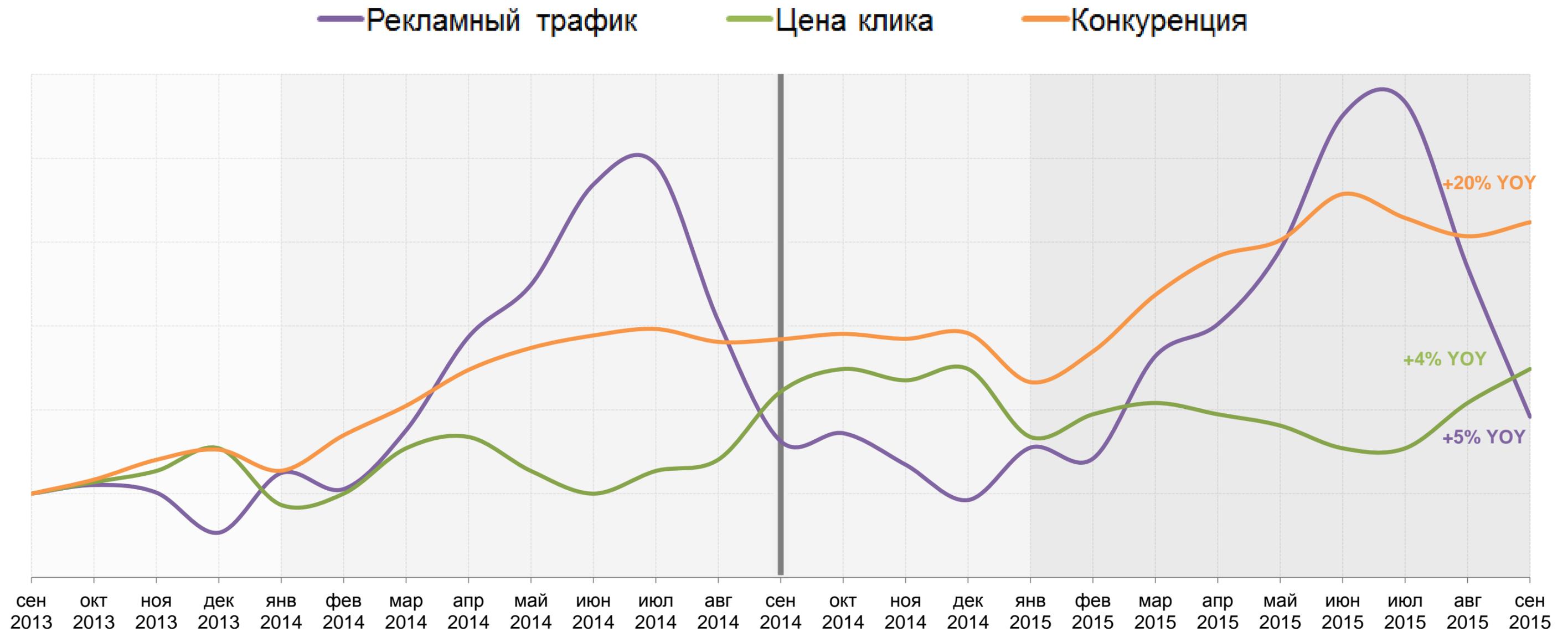


Москва, как пункт назначения, составляет 34% от всех внутренних рейсов.

Интерес к Симферополю увеличился на 41%, к Санкт-Петербургу на 33%.

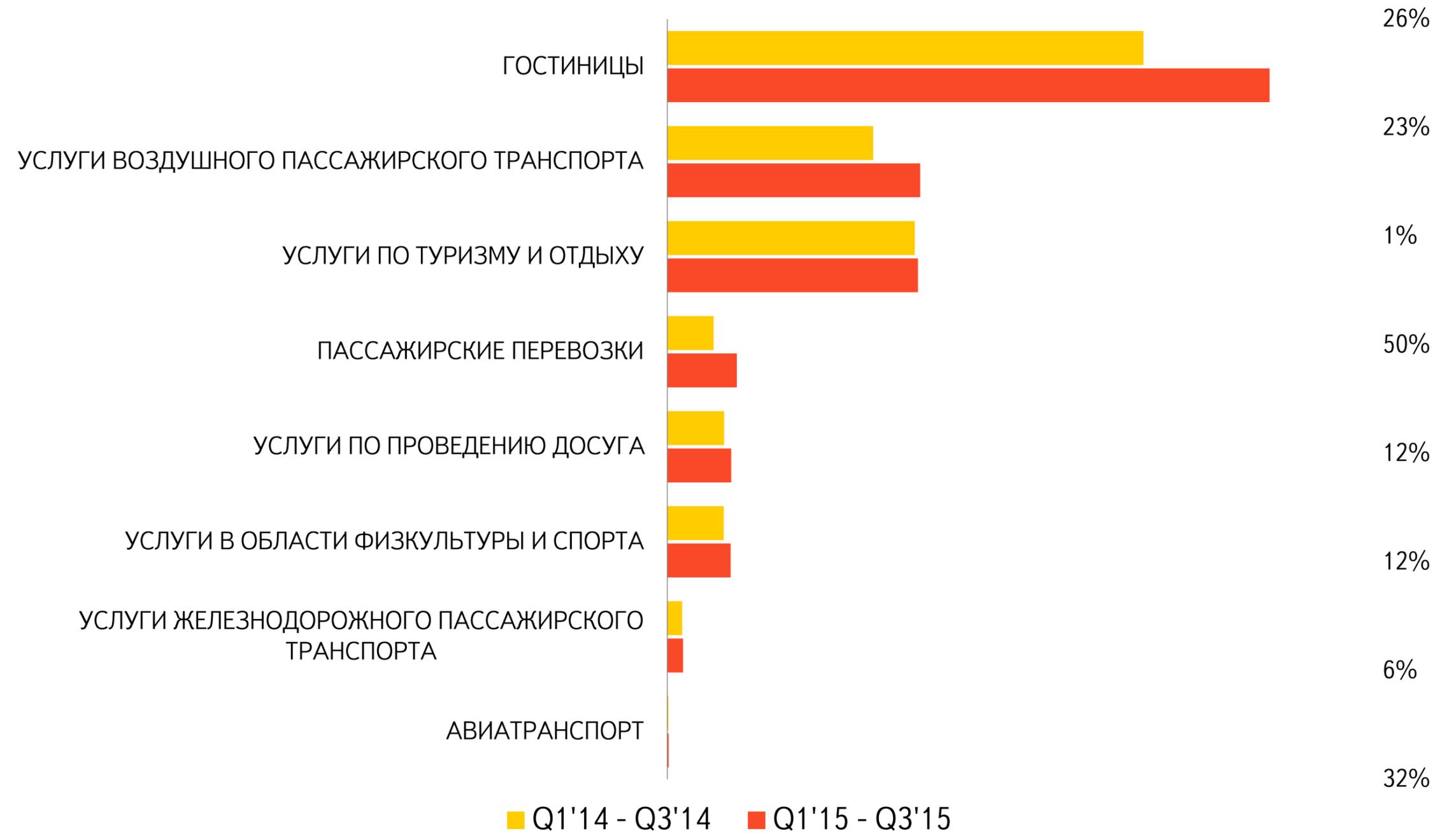
# Тематика «Путешествия и туризм»

## Динамика ключевых параметров Директа за 2 года



Данные Яндекса. Октябрь, 2015.

# Динамика категорий «Туризм» по расходам в Директе



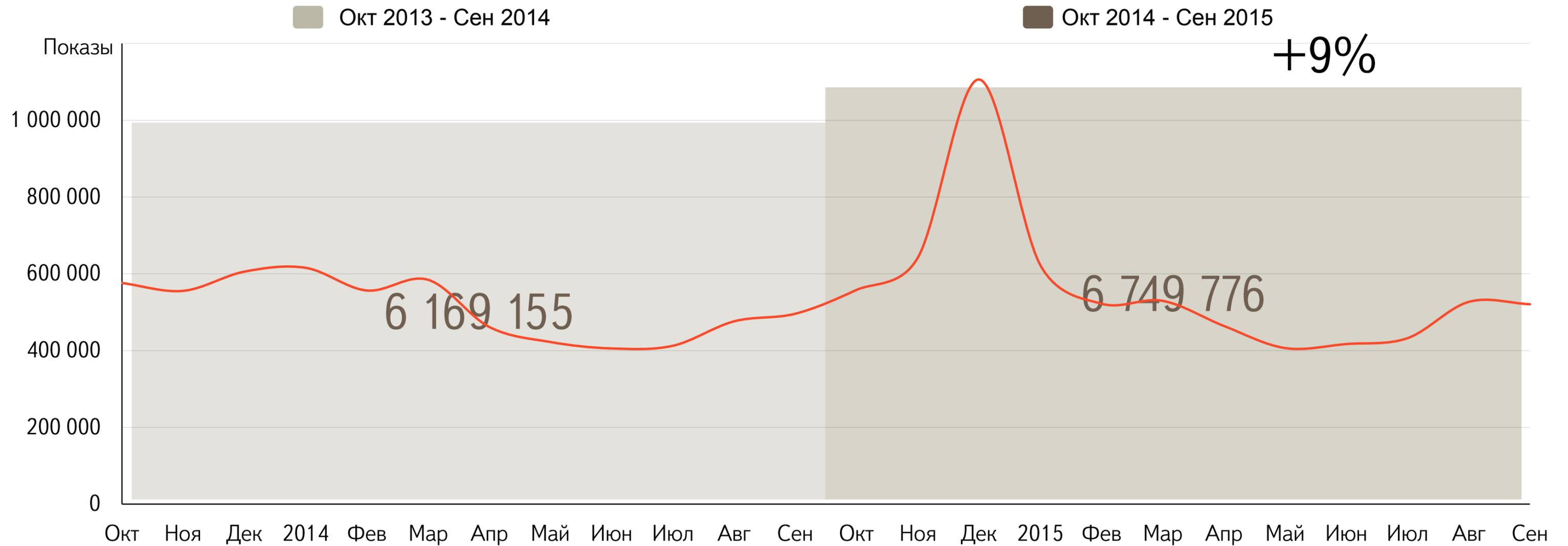
Данные Яндекса. Октябрь, 2015.

# Электроника и бытовая техника

- Повышение стоимости товаров;
- Падение интереса к премиум брендам;
- Конкуренция со стороны китайских производителей.



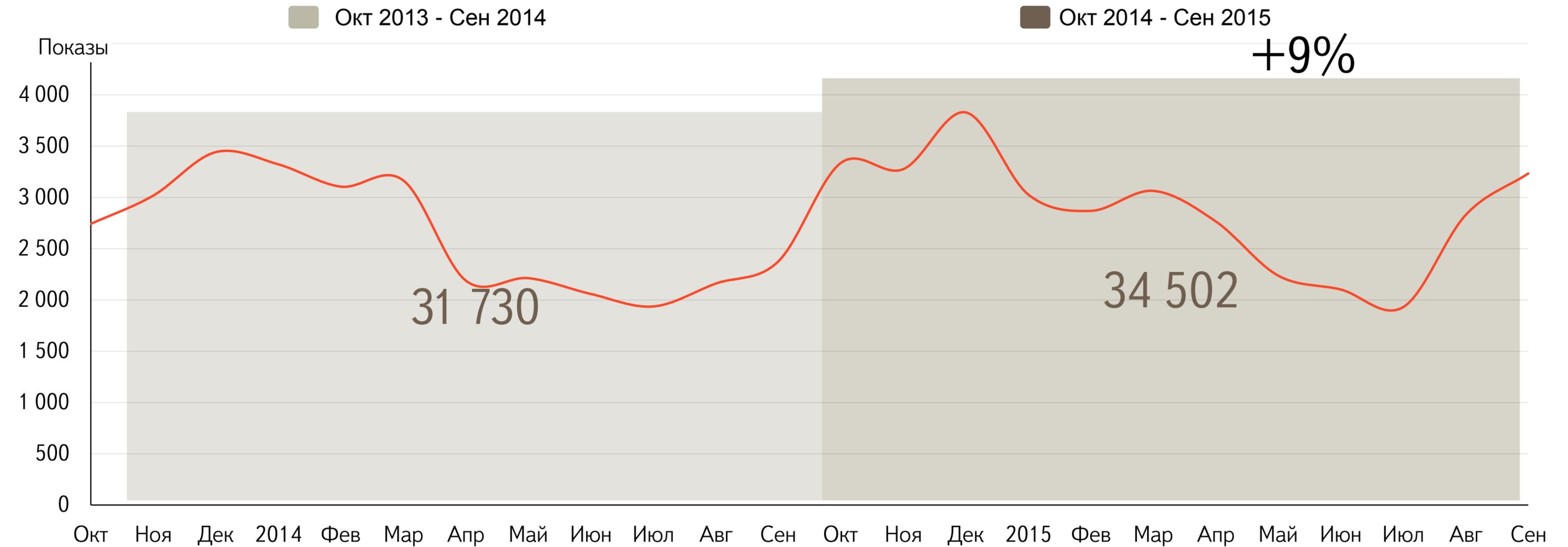
# Динамика категории «Крупная Бытовая Техника»



Россия

Статистика wordstat.yandex.ru

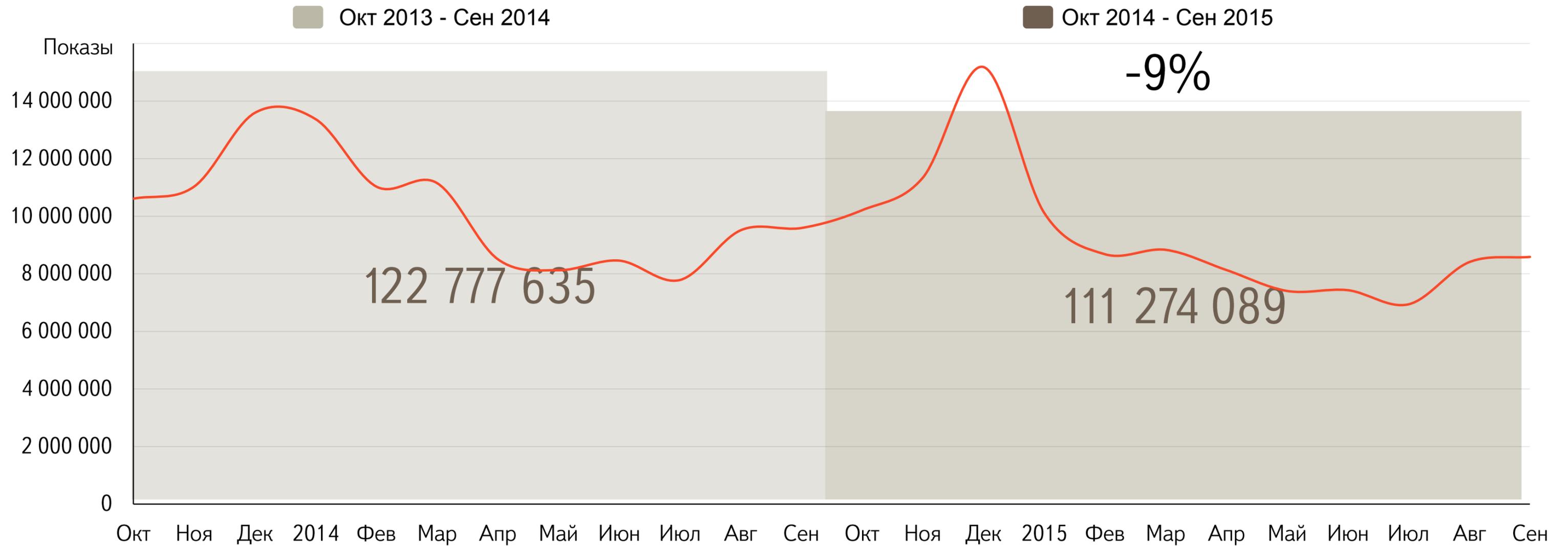
# Динамика категории «Малая Бытовая Техника»



Россия

Статистика wordstat.yandex.ru

# Динамика категорий «Электроника»

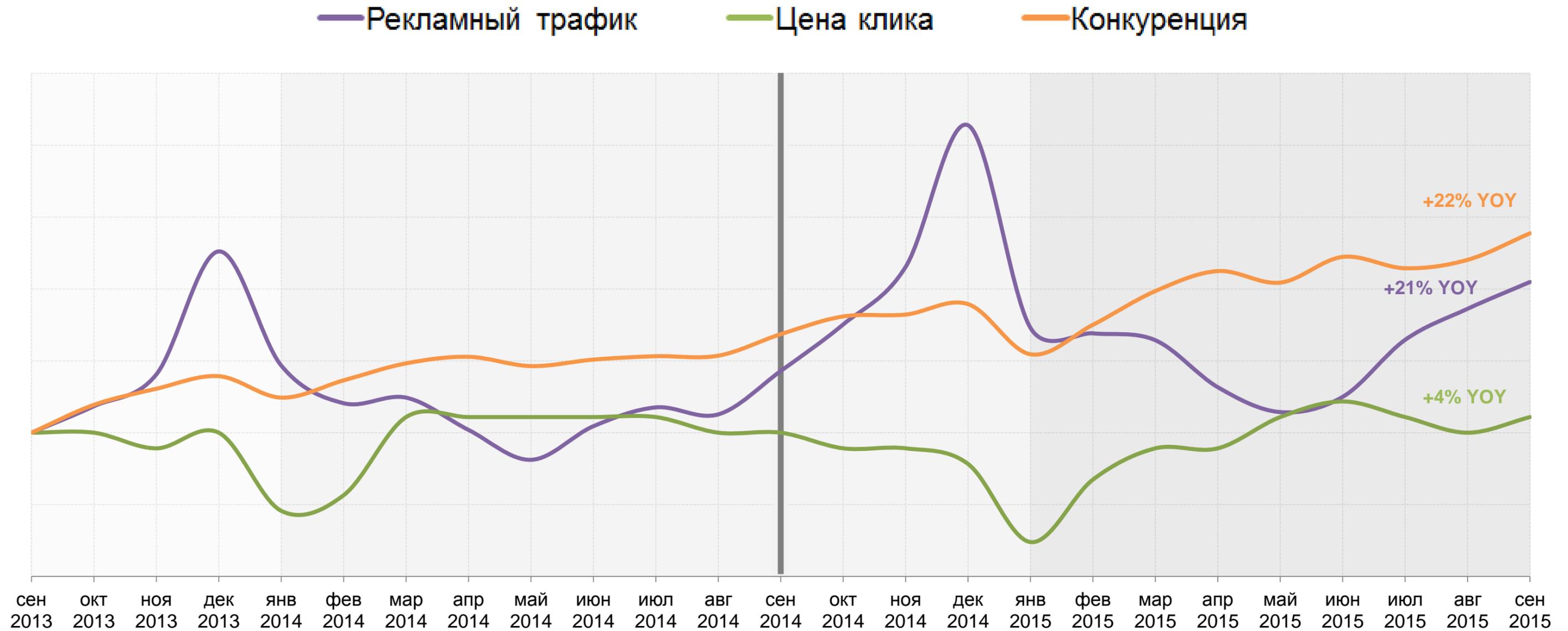


Россия

Статистика wordstat.yandex.ru

# Тематика «Электроника»

## Динамика ключевых параметров Директа за 2 года



Данные Яндекс. Октябрь, 2015.

По каждому показателю рассчитаны индексы к 1му периоду

# Динамика категорий «Бытовой техники» по расходам в Директе



Данные Яндекс. Октябрь, 2015.

# Динамика категорий «Электроники» по расходам в Директе



Данные Яндекса. Октябрь, 2015.

# АВТО

- Уход Chevrolet;
- Уход Opel;
- Уход Ssang Young;
- Honda и дилеры;
- Закрытие производства Land Cruiser в РФ.

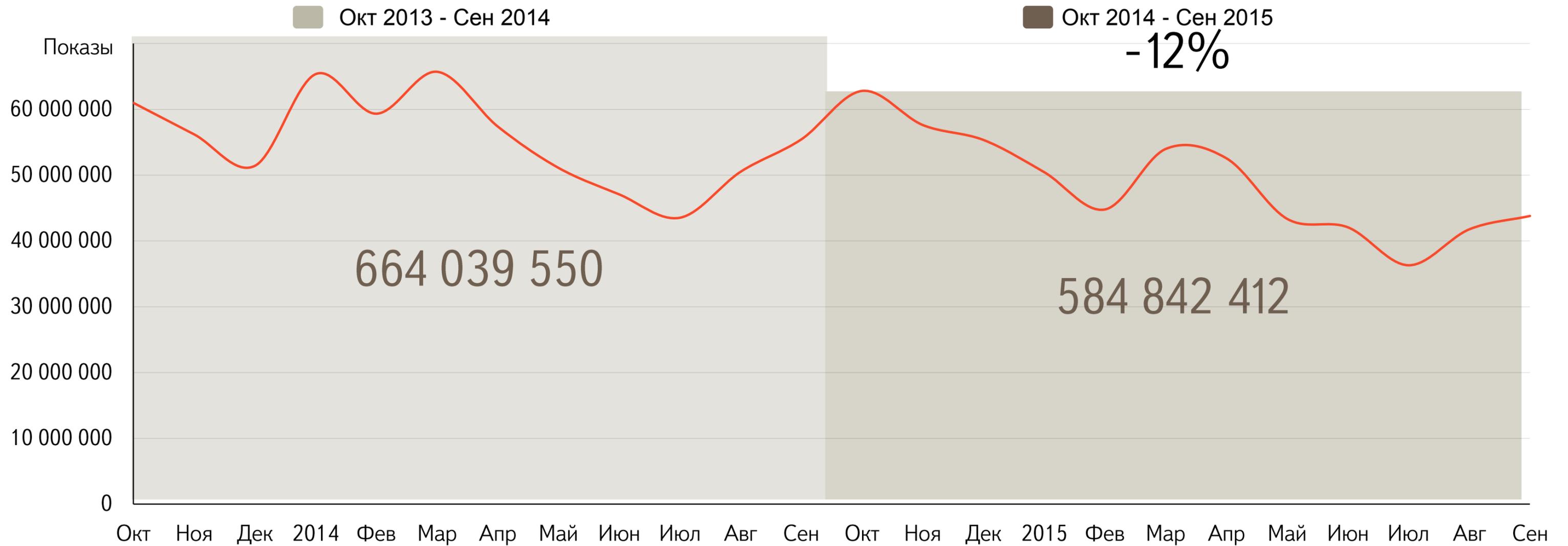


## ПРОДАЖИ НОВЫХ ЛЕГКОВЫХ И ЛЕГКИХ КОММЕРЧЕСКИХ АВТОМОБИЛЕЙ В РОССИИ ПО МАРКАМ ЗА ПЕРИОДЫ СЕНТЯБРЬ 2015/2014 И ЯНВАРЬ—СЕНТЯБРЬ 2015/2014

Данные продаж Комитета автопроизводителей АЕБ включают как импортированные, так и автомобили местной сборки.  
Примечание: рейтинг марок основан на результатах продаж за месяц.

МАРКА	СЕНТЯБРЬ			ЯНВАРЬ - СЕНТЯБРЬ		
	2015	2014	YoY	2015	2014	YoY
Lada	21,658	36,513	-41%	203,462	283,802	-28%
KIA	16,096	14,501	11%	119,738	137,421	-13%
Hyundai*	15,106	15,398	-2%	119,385	132,849	-10%
Renault*	10,376	15,406	-33%	87,327	139,434	-37%
Toyota*	7,144	13,067	-45%	72,712	115,589	-37%
VW	6,827	8,830	-23%	55,979	93,797	-40%
Nissan*	6,646	11,844	-44%	69,312	114,389	-39%
ГАЗ ком.авт.*	4,840	5,705	-15%	36,891	48,180	-23%
Ford*	4,828	5,268	-8%	26,546	44,938	-41%
Škoda	4,595	7,294	-37%	41,138	63,179	-35%
Chevrolet	4,276	8,260	-48%	39,842	89,961	-56%
УАЗ*	4,135	3,667	13%	32,508	30,121	8%
Mercedes-Benz	3,355	4,336	-23%	32,178	36,433	-12%
Mazda	3,196	4,031	-21%	20,944	35,280	-41%
Mitsubishi	3,002	6,304	-52%	28,091	52,462	-46%
Audi	2,607	2,557	2%	18,966	25,724	-26%
Datsun <sup>2</sup>	2,578	520	396%	25,945	520	4889%
BMW	2,130	2,400	-11%	21,010	26,317	-20%
Daewoo	1,746	2,350	-26%	15,498	31,653	-51%
Geely	1,630	1,258	30%	8,107	13,155	-38%
Mercedes-Benz ком.авт.*	1,578	1,028	54%	6,296	5,617	12%
Lexus	1,523	1,902	-20%	15,186	13,823	10%
Lifan	1,451	1,930	-25%	8,890	15,842	-44%
Opel	1,340	4,726	-72%	14,910	47,494	-69%

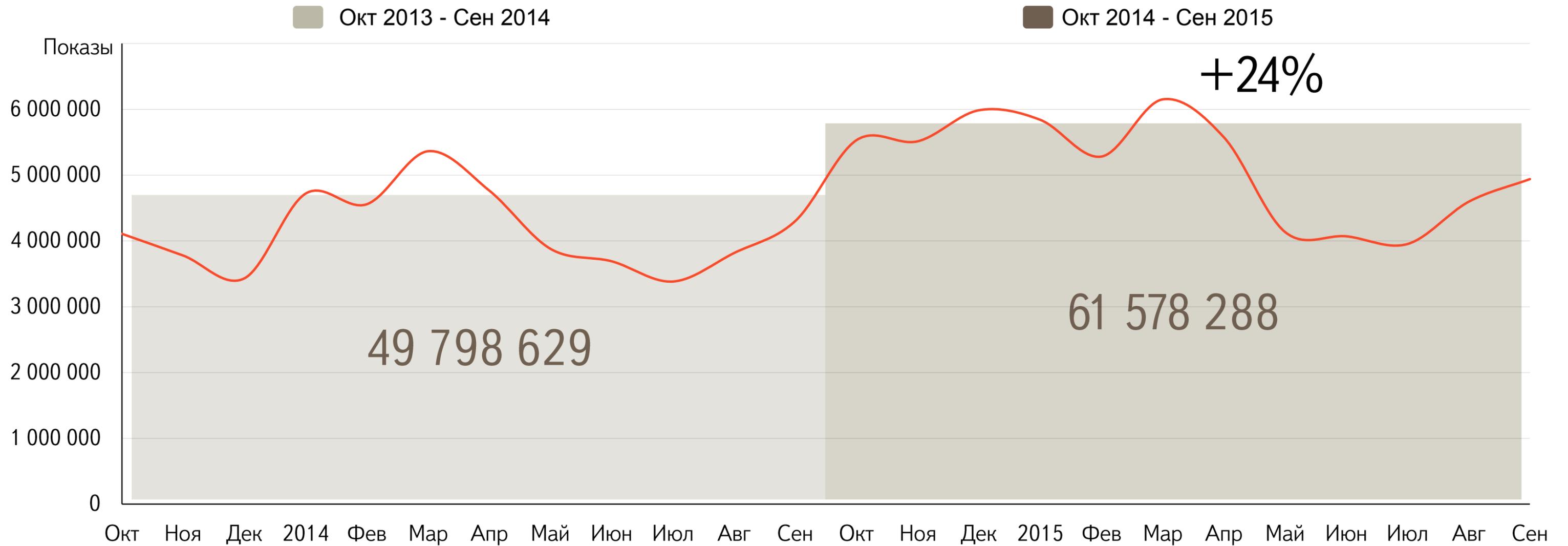
# Динамика категории «АВТО»



Россия

Статистика wordstat.yandex.ru

# Динамика категории «Б/У автомобили»

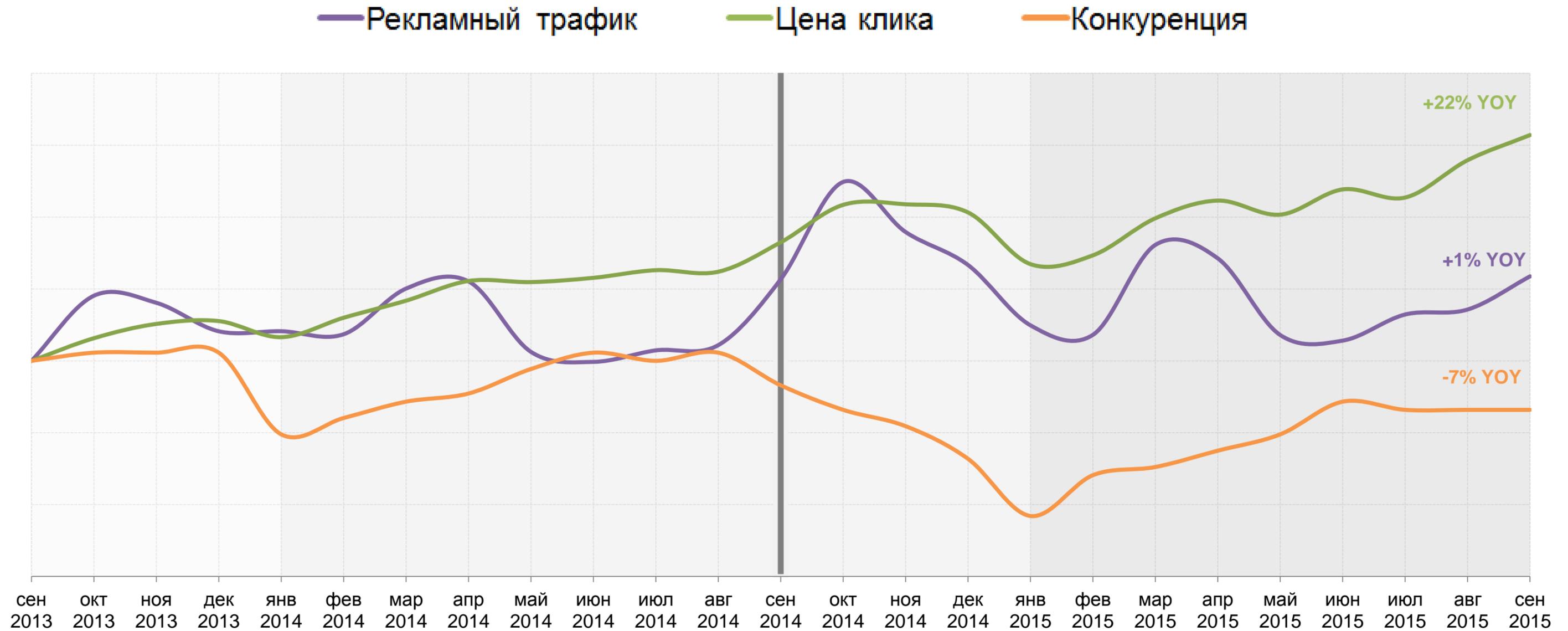


Россия

Статистика wordstat.yandex.ru

# Тематика «Авто: товары»

## Динамика ключевых параметров Директа за 2 года



Данные Яндекс. Октябрь, 2015.

По каждому показателю рассчитаны индексы к 1му периоду

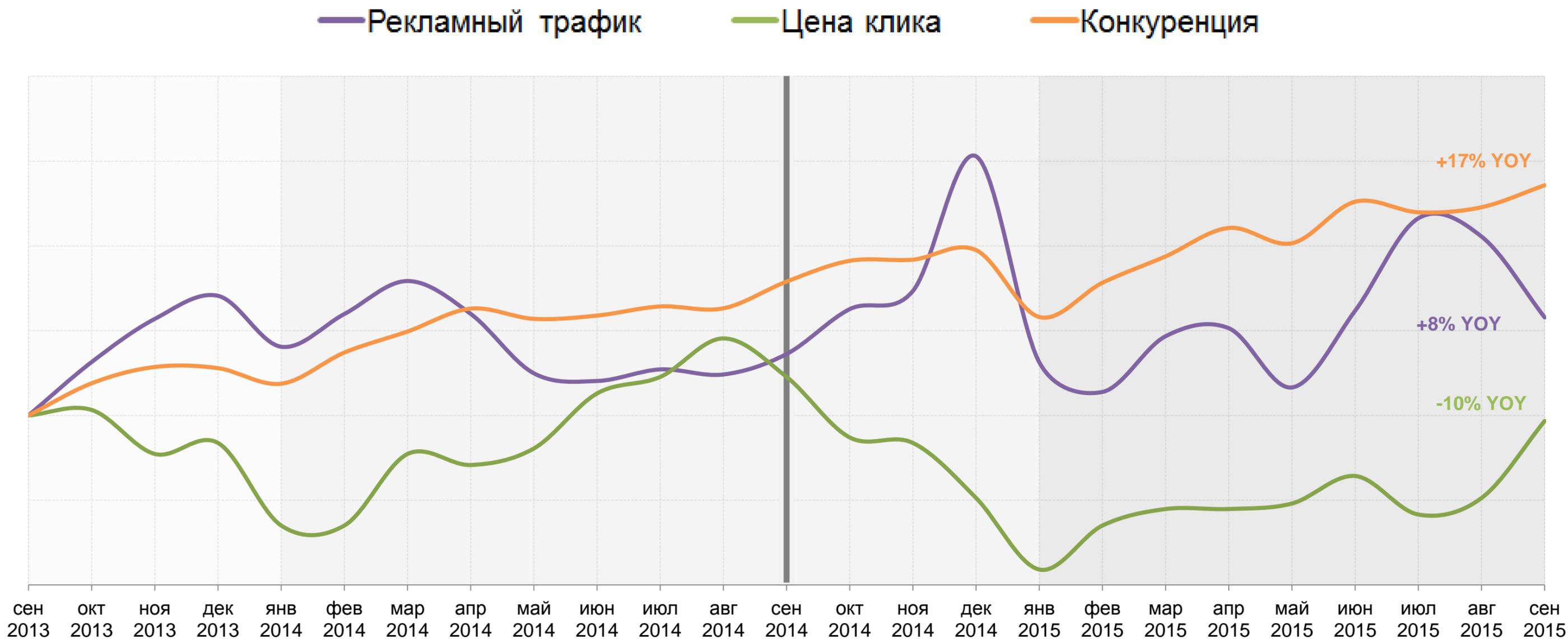
# Финансы и страхование

- Ключевая ставка – 17%;
- Снижение ключевой ставки в течение 2015 г.;
- Сокращение кредитной розницы;
- Подорожание КАСКО и ОСАГО;



# Тематика «Финансы и страхование»

## Динамика ключевых параметров Директа за 2 года

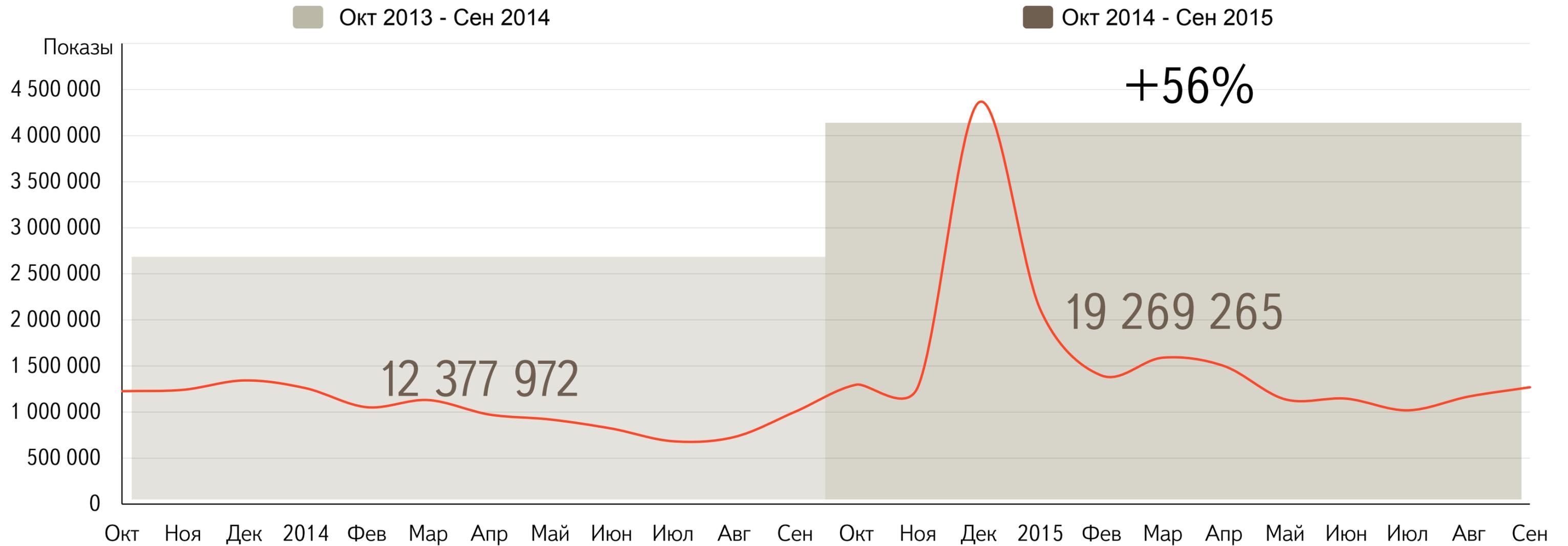


Данные Яндекса. Октябрь, 2015.

# Банки



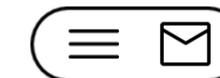
# Динамика категории «Вклады»



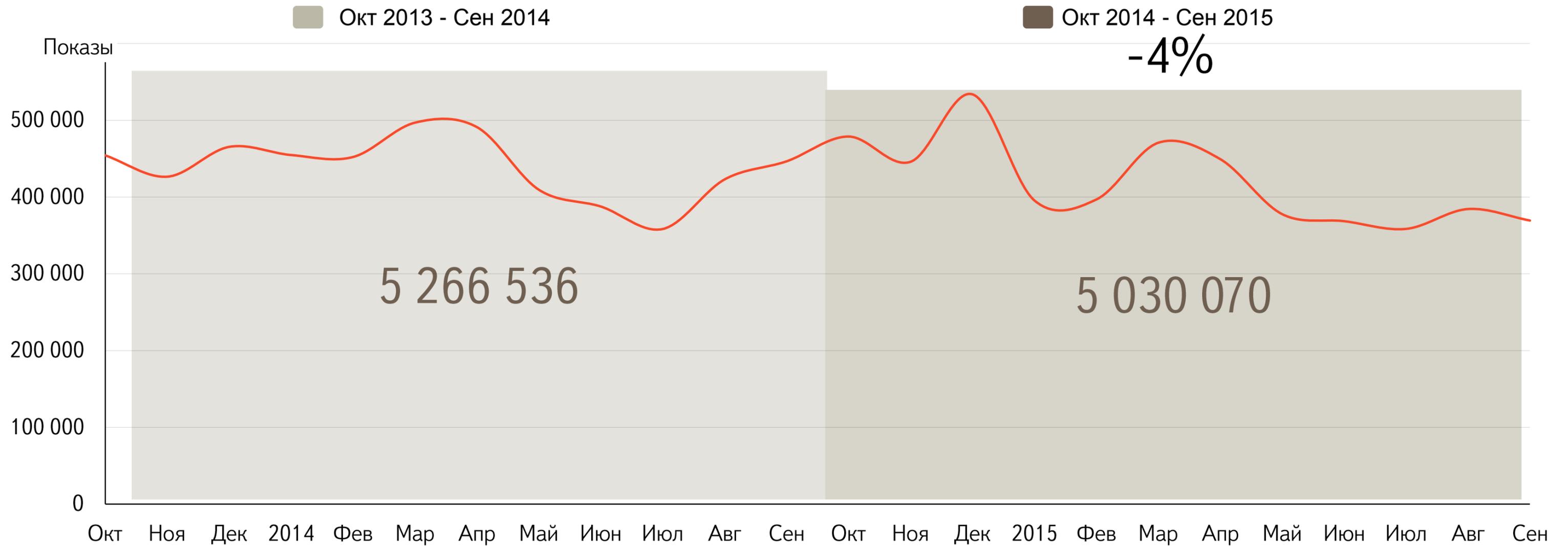
Россия

Статистика wordstat.yandex.ru

# Доля категории «Вклады» по регионам



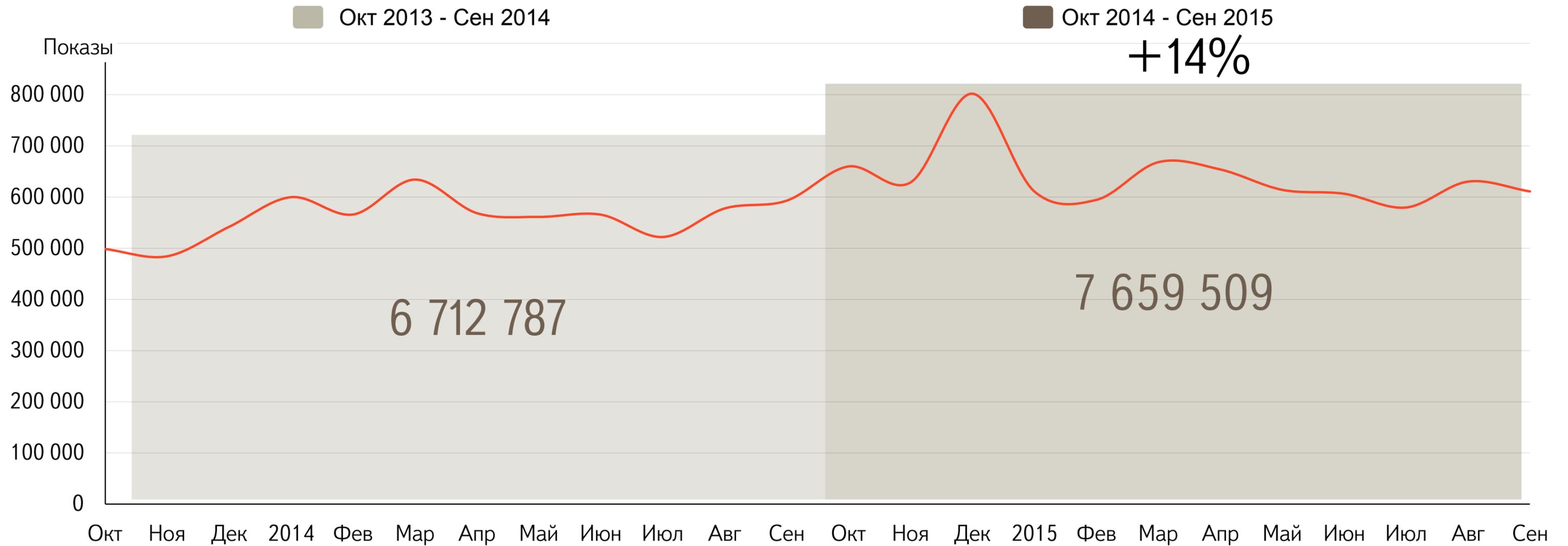
# Динамика категории «Кредитные карты»



Россия

Статистика wordstat.yandex.ru

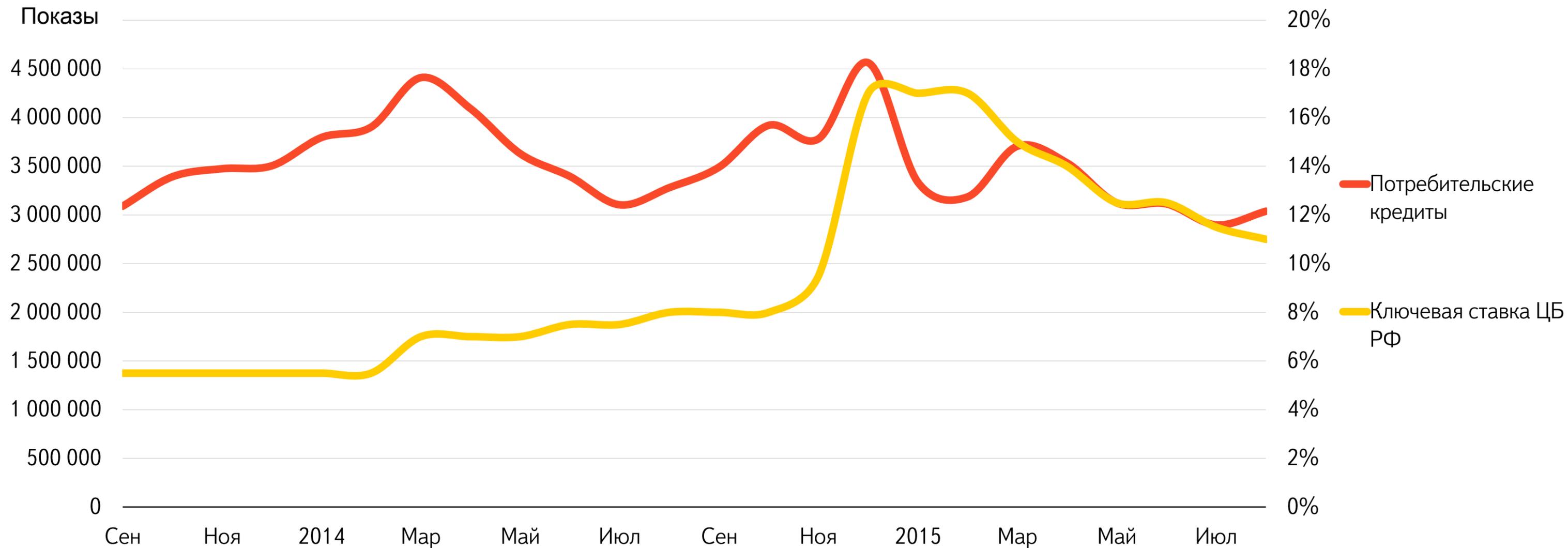
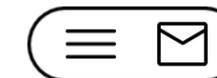
# Динамика категории «Дебетовые карты»



Россия

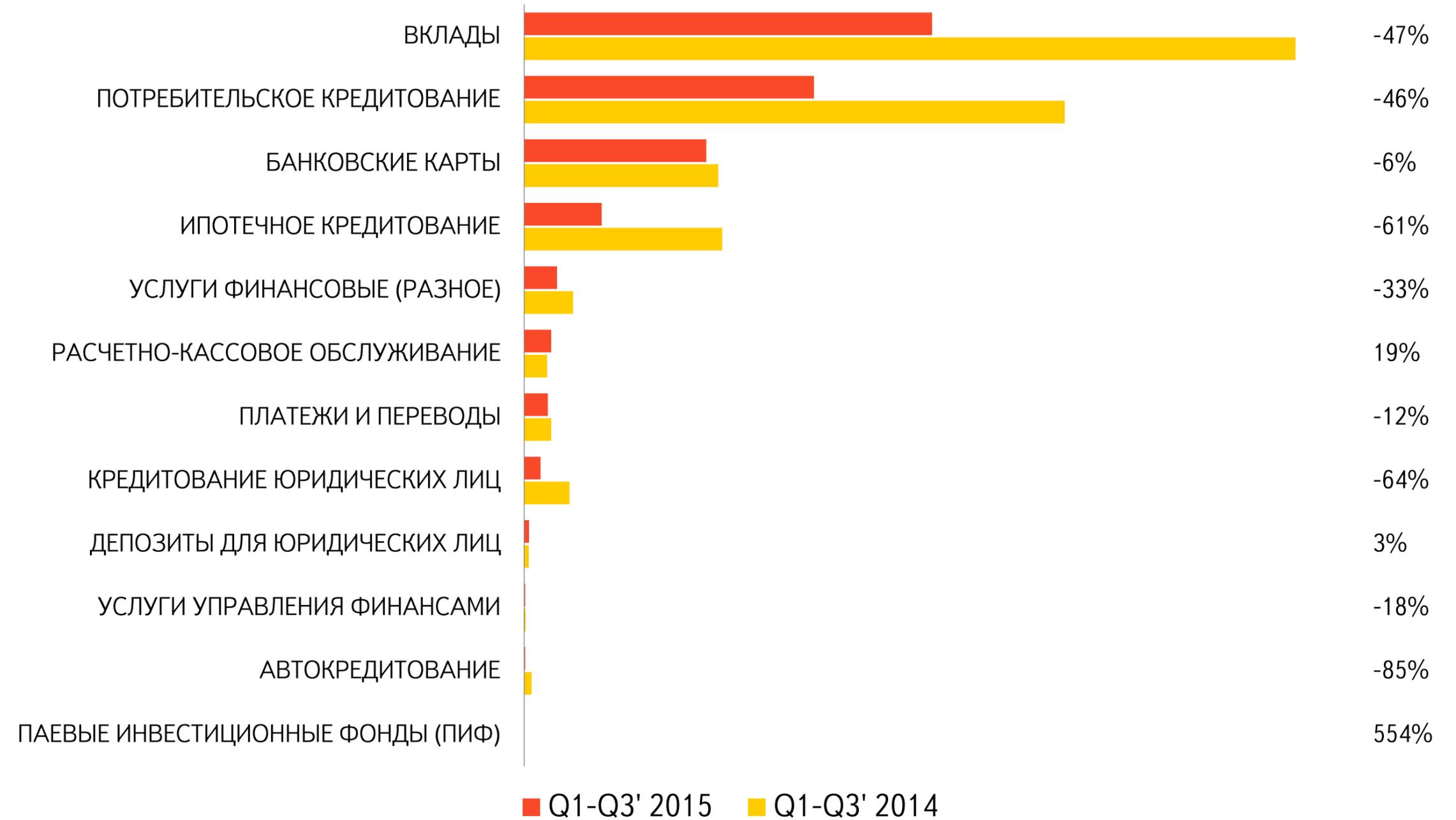
Статистика wordstat.yandex.ru

# Динамика категории «Потребительское кредитование» и ключевой ставки ЦБ РФ



Статистика wordstat.yandex.ru

# Динамика категорий «Банки» по расходам в Директе

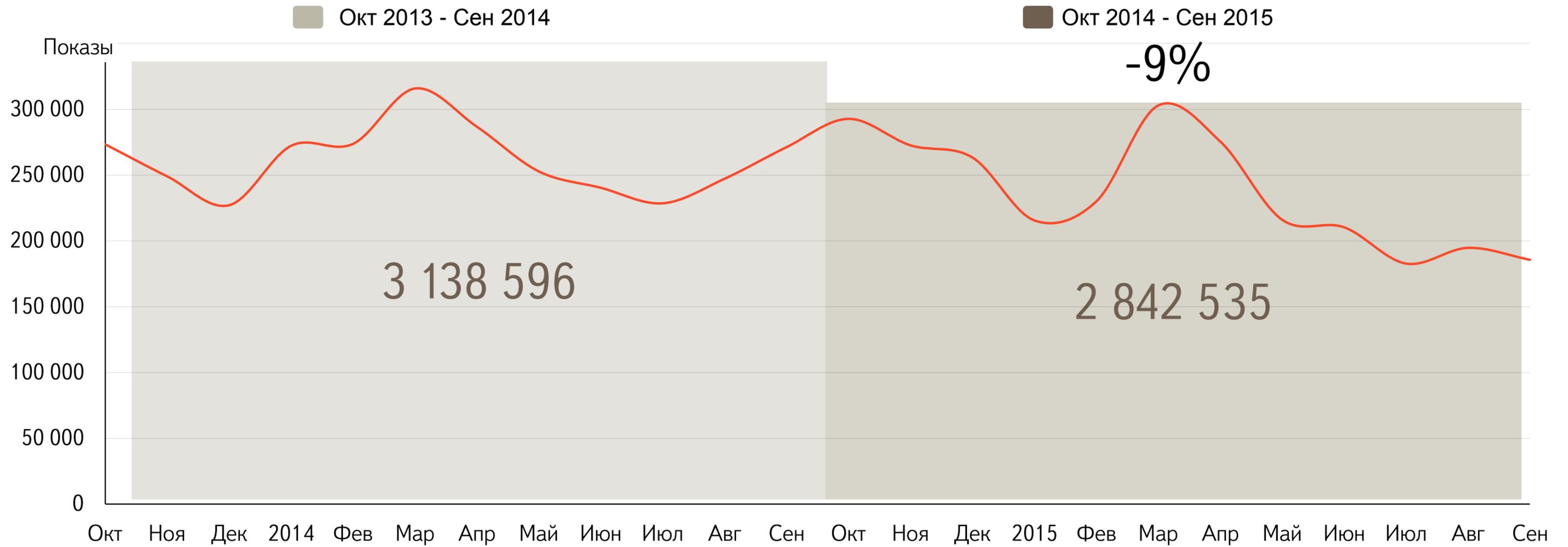


Данные Яндекса. Октябрь, 2015.

# Страхование



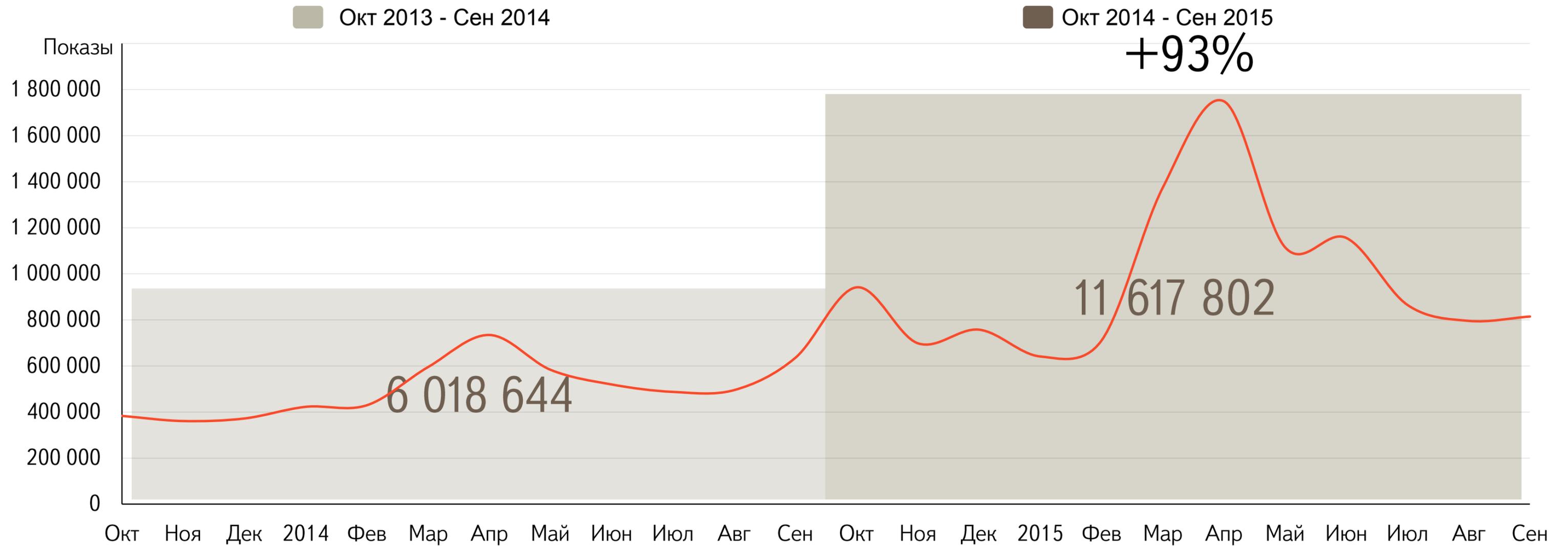
# Динамика категории «КАСКО»



Россия

Статистика wordstat.yandex.ru

# Динамика категории «ОСАГО»



Россия

Статистика wordstat.yandex.ru

# Динамика категорий «Страхование» по расходам в Директе



Данные Яндекса. Октябрь, 2015.

ШТИЛЬ



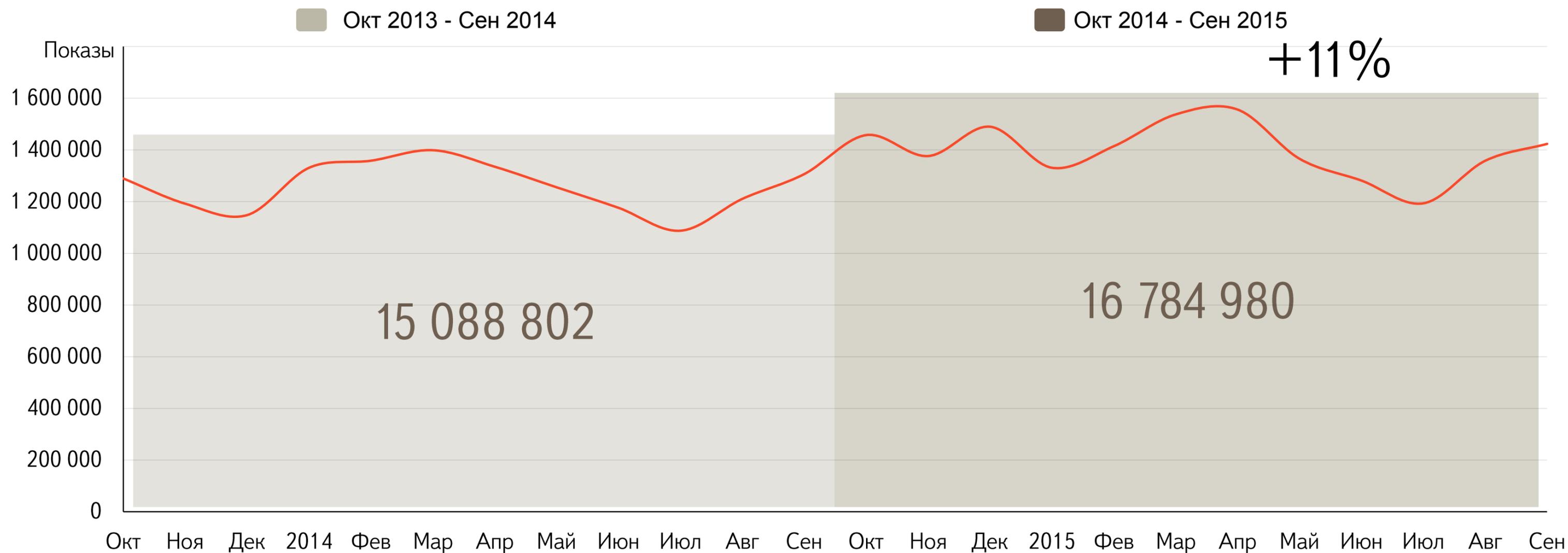
И. Айвазовский  
1874

# DIY

- Нестабильная ситуация в стране → покупка квартир → ремонт;
- Ремонт в жилье, до которого не доходили руки;
- Digital-изация рынка DIY.



# Динамика категории «Инструмент»



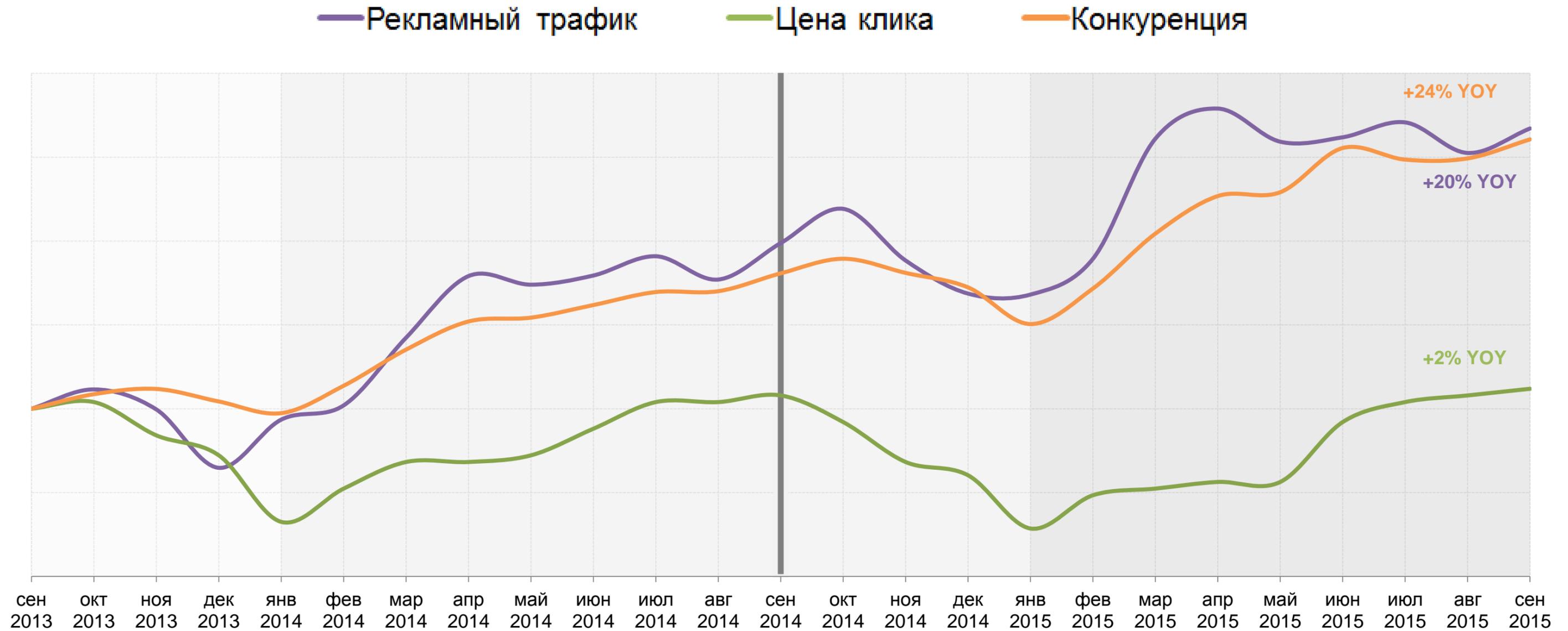
Россия

Статистика wordstat.yandex.ru



# Тематика «Строительство и ремонт: товары»

## Динамика ключевых параметров Директа за 2 года

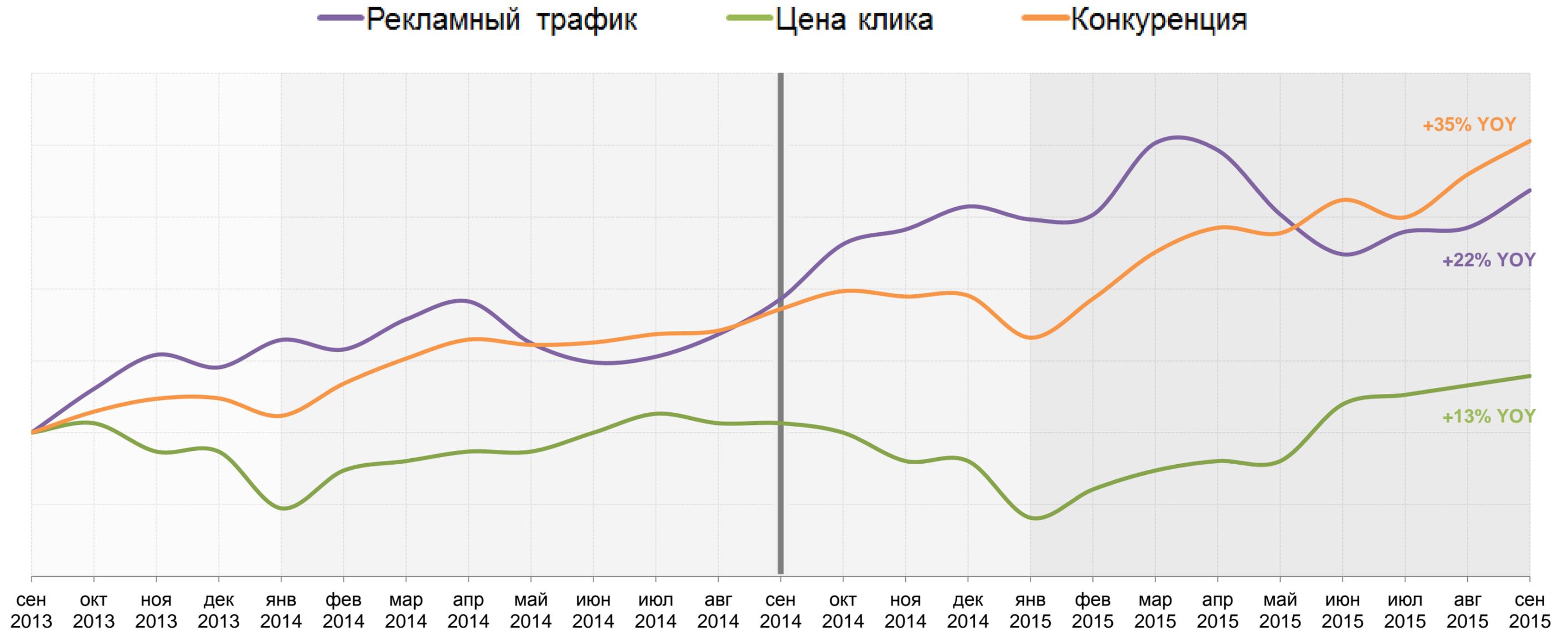


Данные Яндекса. Октябрь, 2015.

По каждому показателю рассчитаны индексы к 1му периоду

# Тематика «Дом и сад»

## Динамика ключевых параметров Директа за 2 года



Данные Яндекс. Октябрь, 2015.

По каждому показателю рассчитаны индексы к 1му периоду

# Динамика «DIY» категорий по расходам в Директе



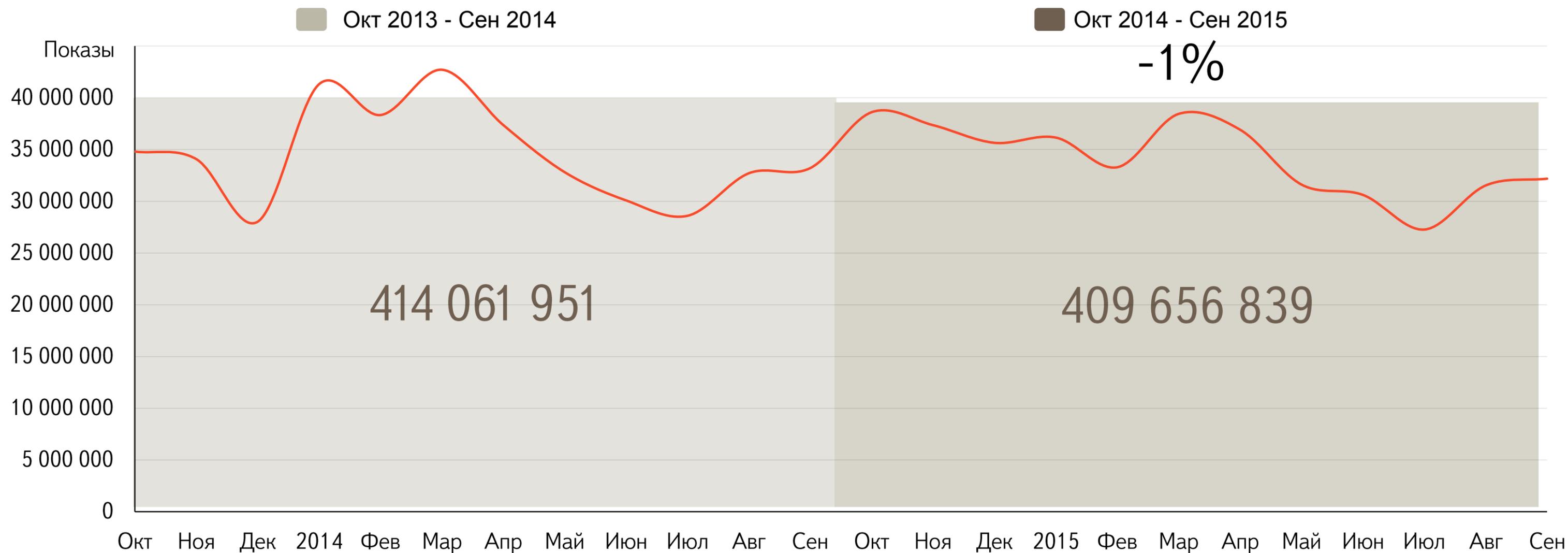
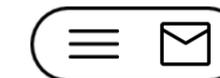
Данные Яндекса. Октябрь, 2015.

# Недвижимость

- Тенденции 2014 → рост заинтересованности в покупке квартир;
- Государственная программа льготного кредитования;
- Логичное вложение денег в нестабильное время;
- Агрессивное завоевание рынка со стороны крупных девелоперов.



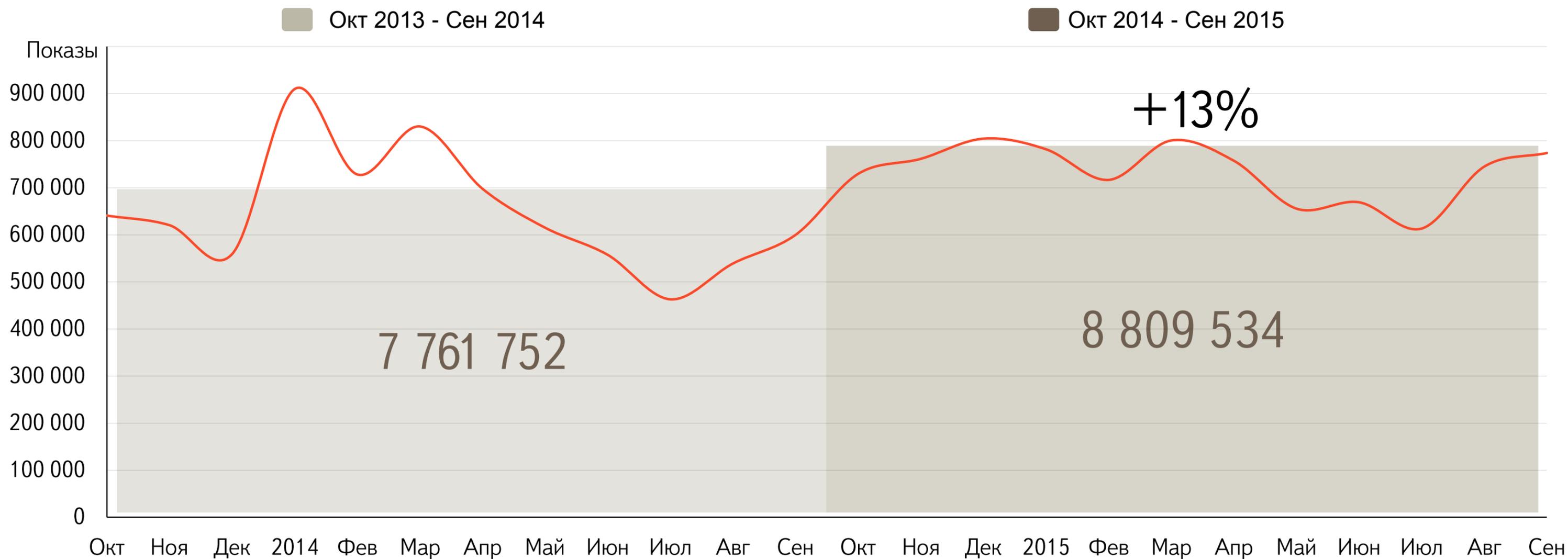
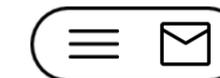
# Динамика категории «Недвижимость»



Россия

Статистика wordstat.yandex.ru

# Динамика категории «Вторичное жилье»



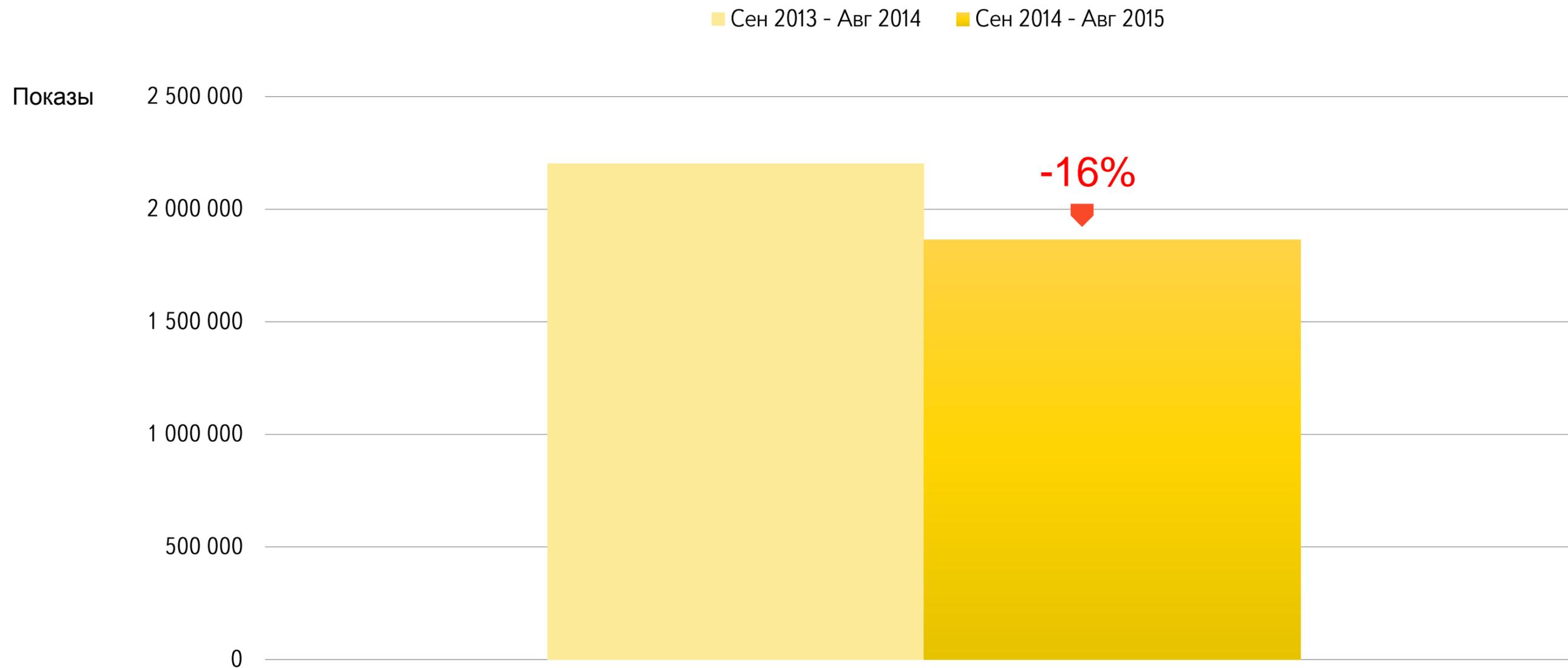
Россия

Статистика wordstat.yandex.ru

# Интерес к категории «Новостройки в Москве»

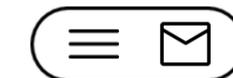


Изменение интереса на десктопных площадках

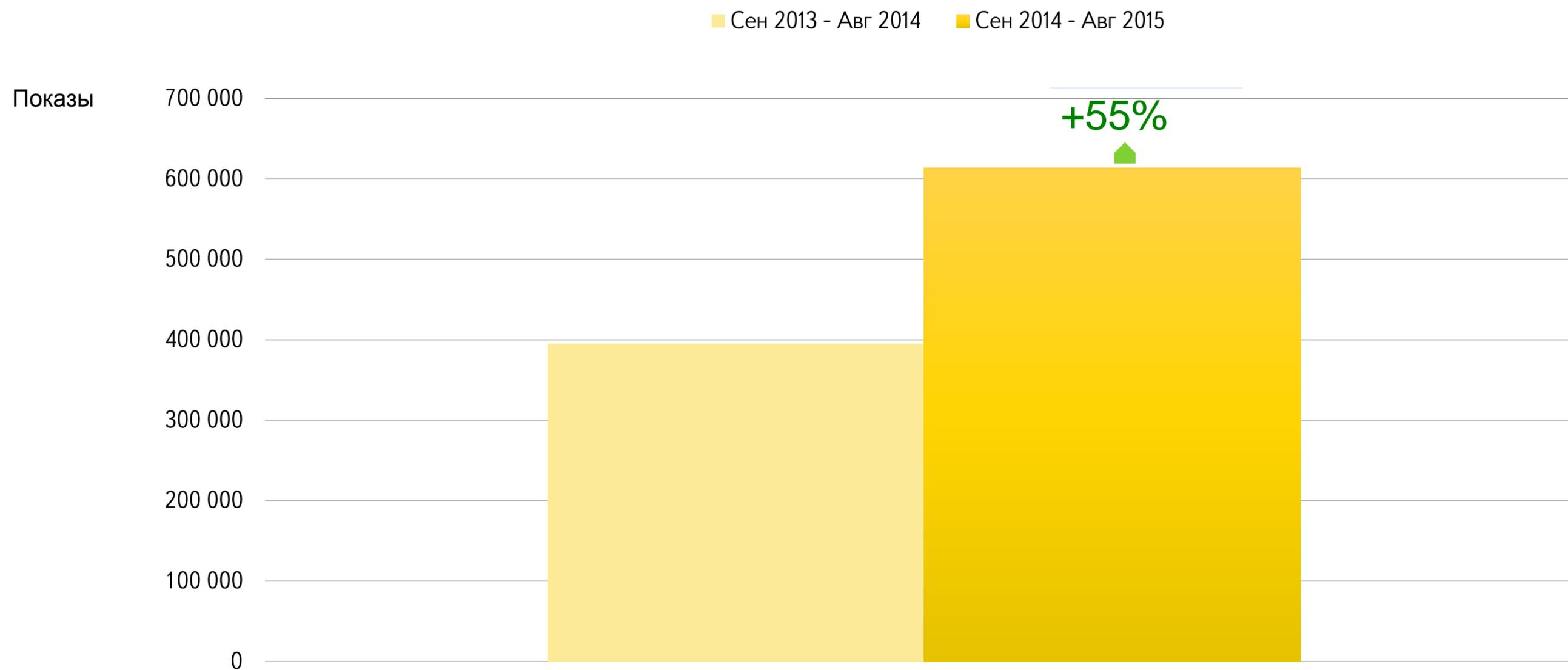


Статистика wordstat.yandex.ru: Россия

# Интерес к категории «Новостройки в Москве», кроме Москвы



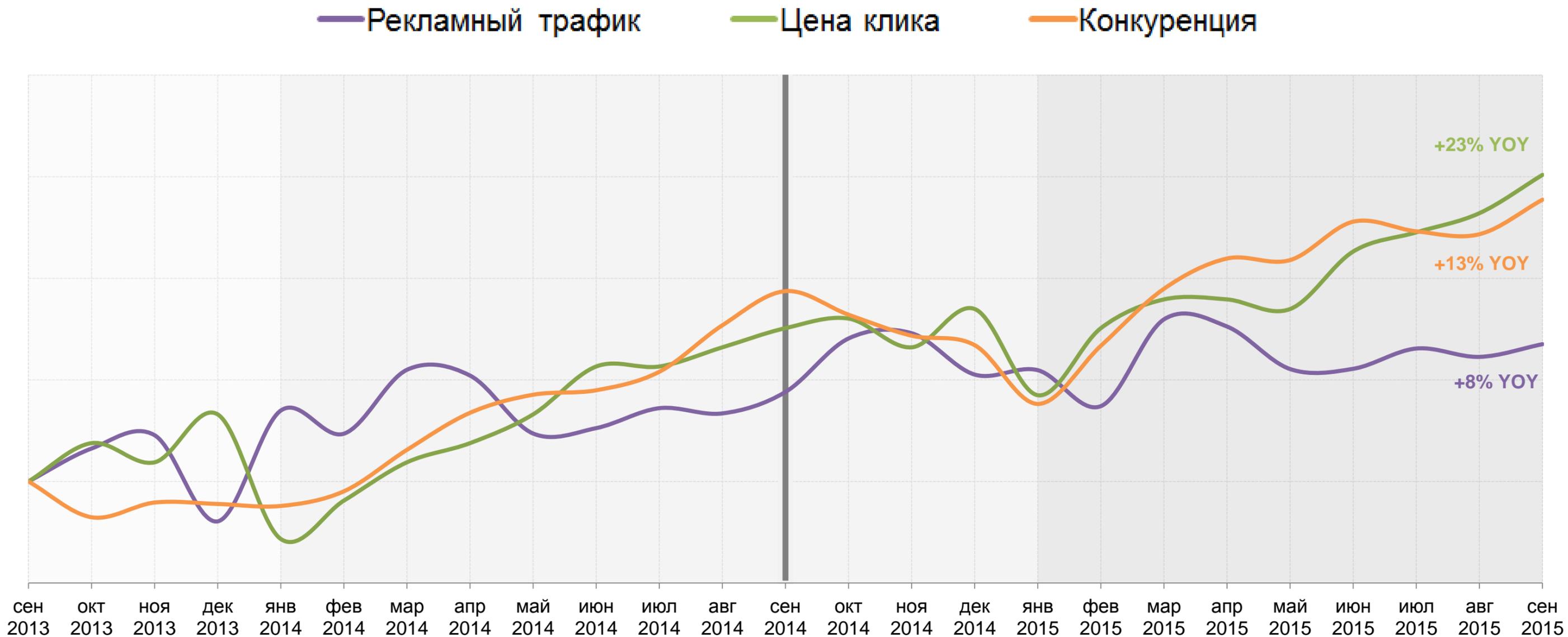
Изменение интереса на десктопных площадках



Статистика wordstat.yandex.ru: Россия (кроме Москвы)

# Тематика «Недвижимость»

## Динамика ключевых параметров Директа за 2 года



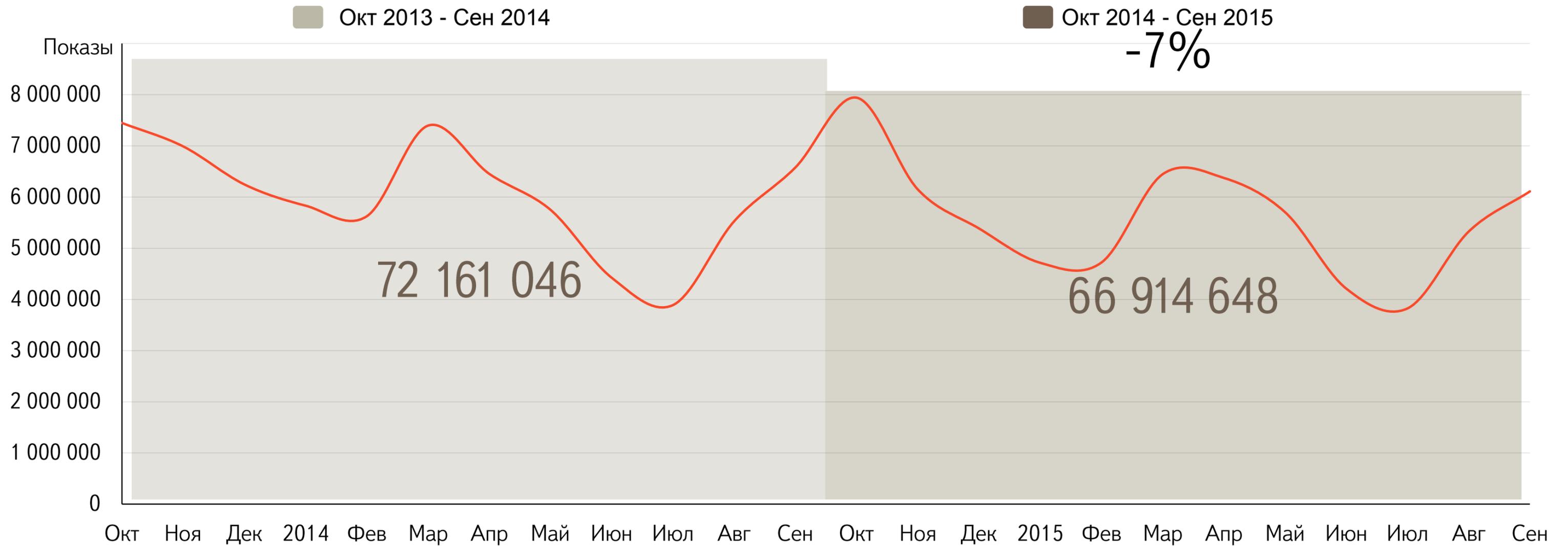
Данные Яндекса. Октябрь, 2015.

# Одежда и обувь

- Органическое развитие рынка;
- Глобальные тренды по перетеканию аудитории из десктопа в мобайл;
- Привыкание к выбору и покупкам через Интернет.



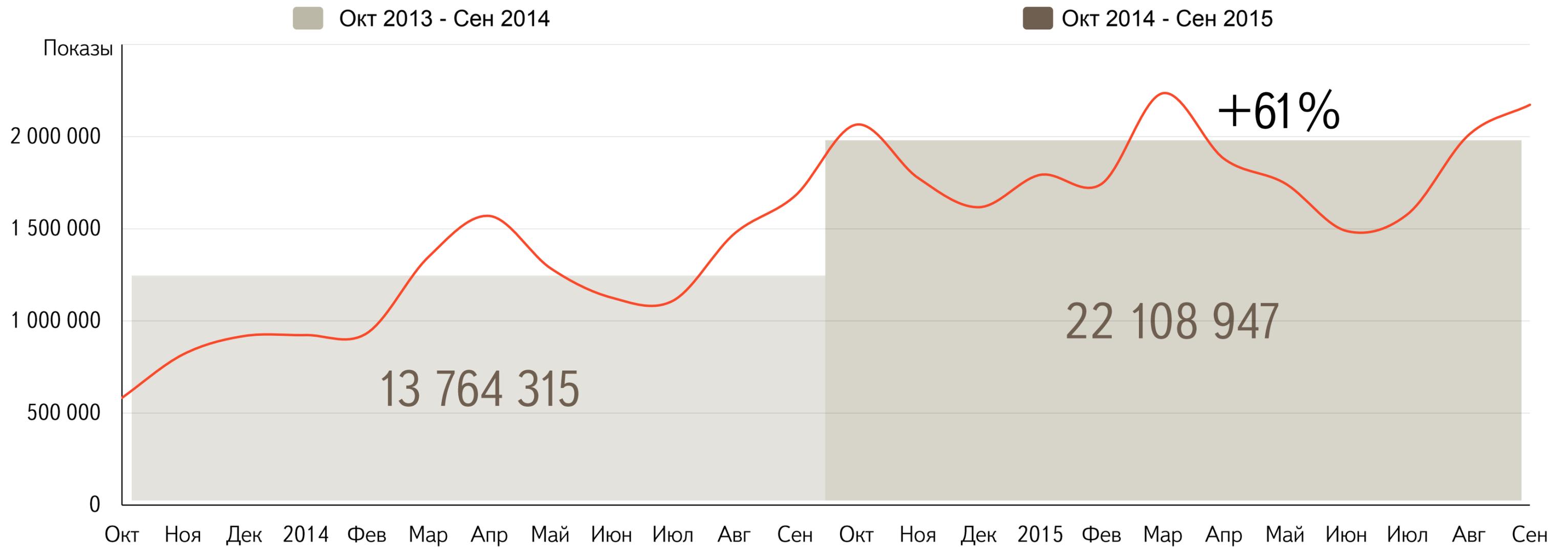
# Динамика категории «Все виды обуви» (десктоп)



Россия

Статистика wordstat.yandex.ru

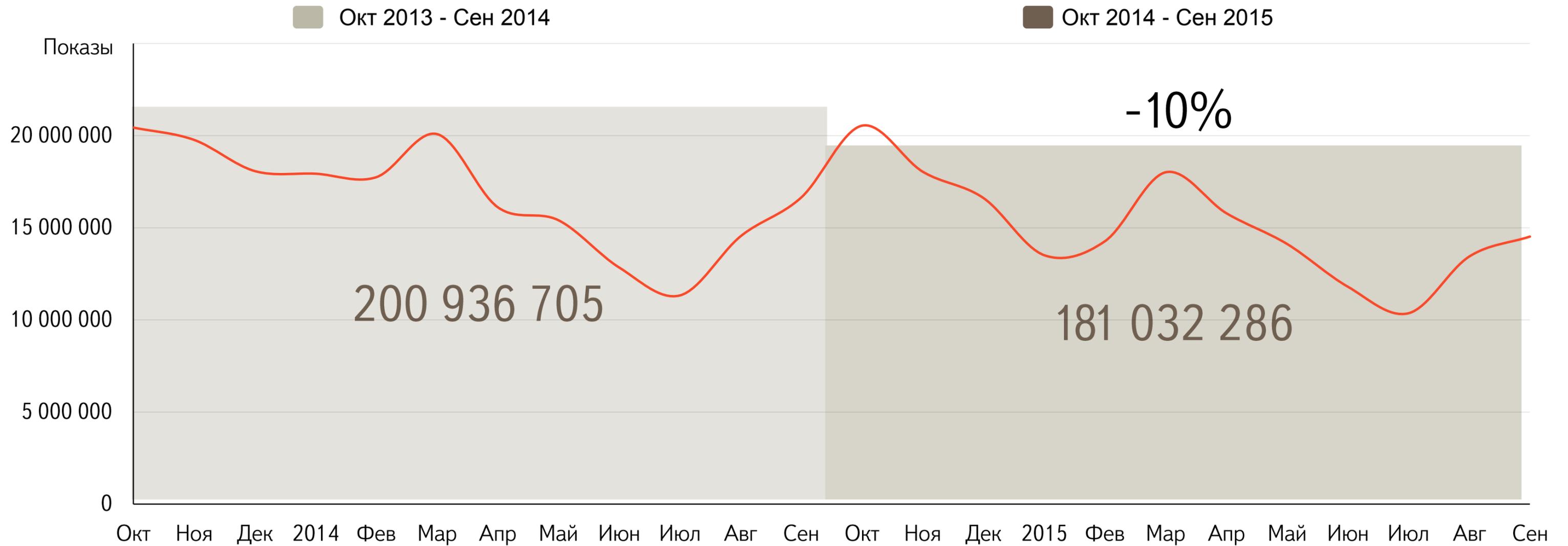
# Динамика категории «Все виды обуви» (мобильные площадки)



Россия

Статистика wordstat.yandex.ru

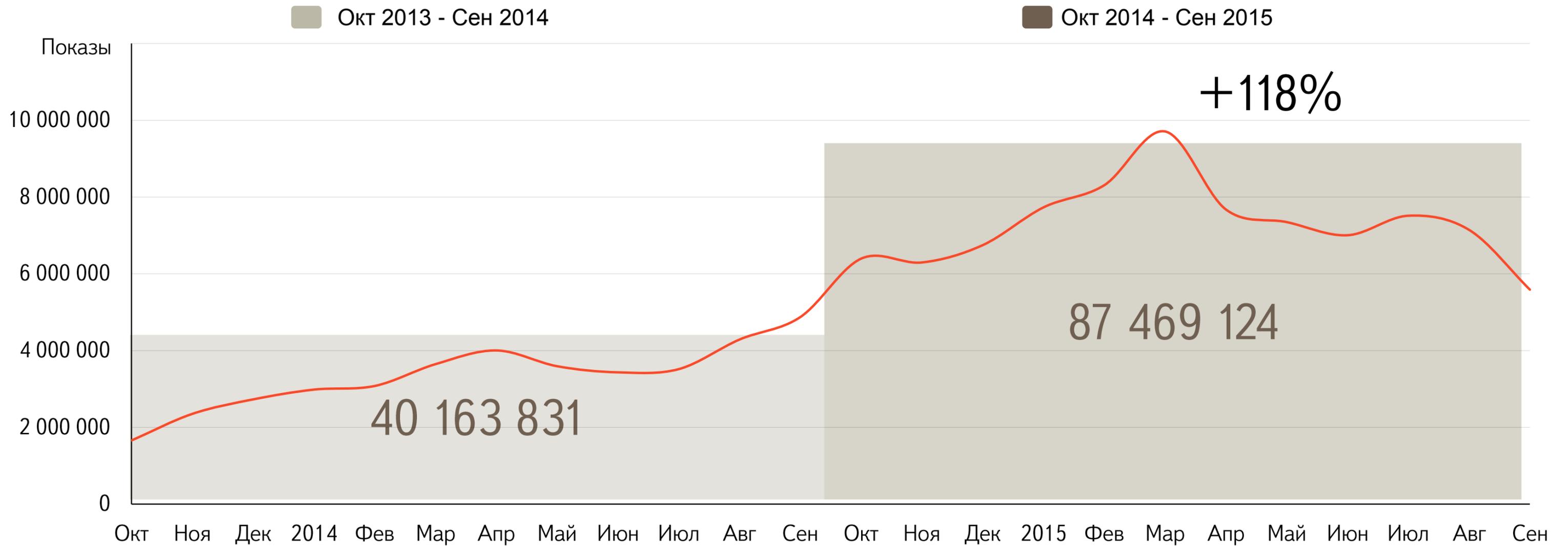
# Динамика категории «Одежда» (десктоп)



Россия

Статистика wordstat.yandex.ru

# Динамика категории «Одежда» (мобильные площадки)

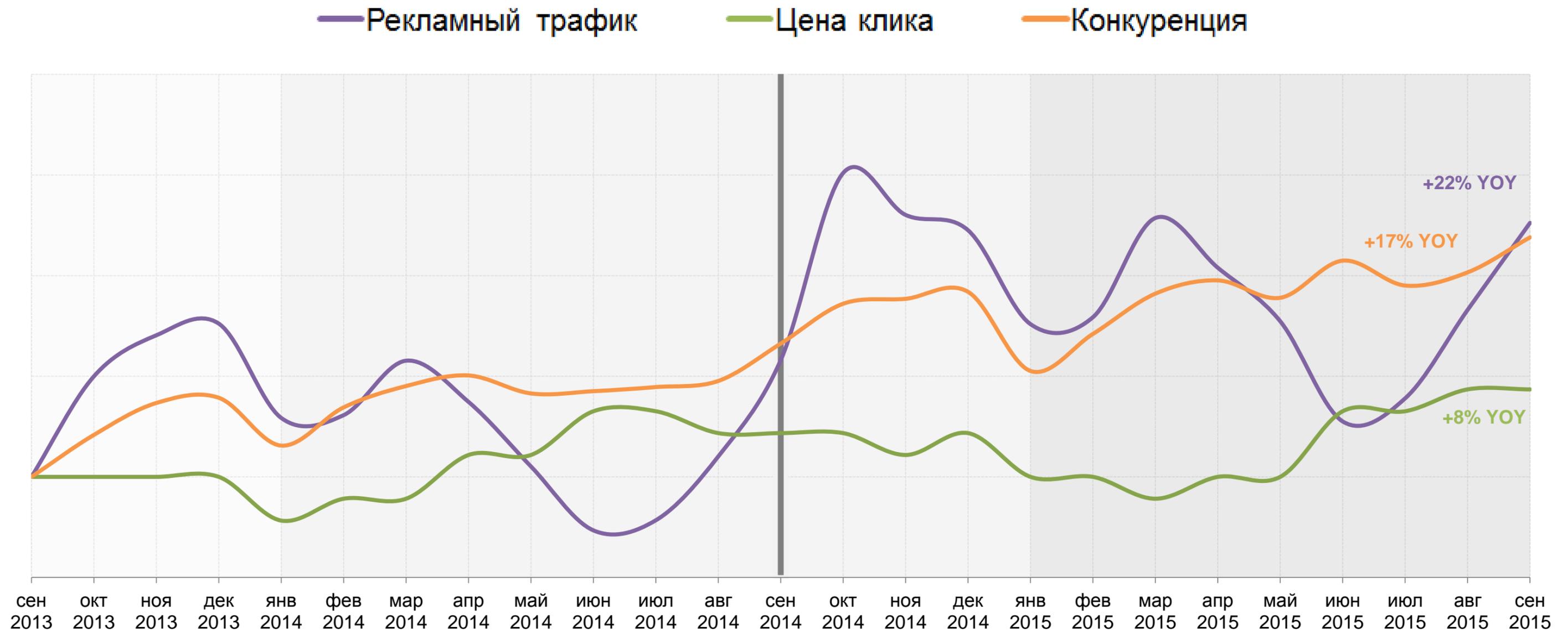


Россия

Статистика wordstat.yandex.ru

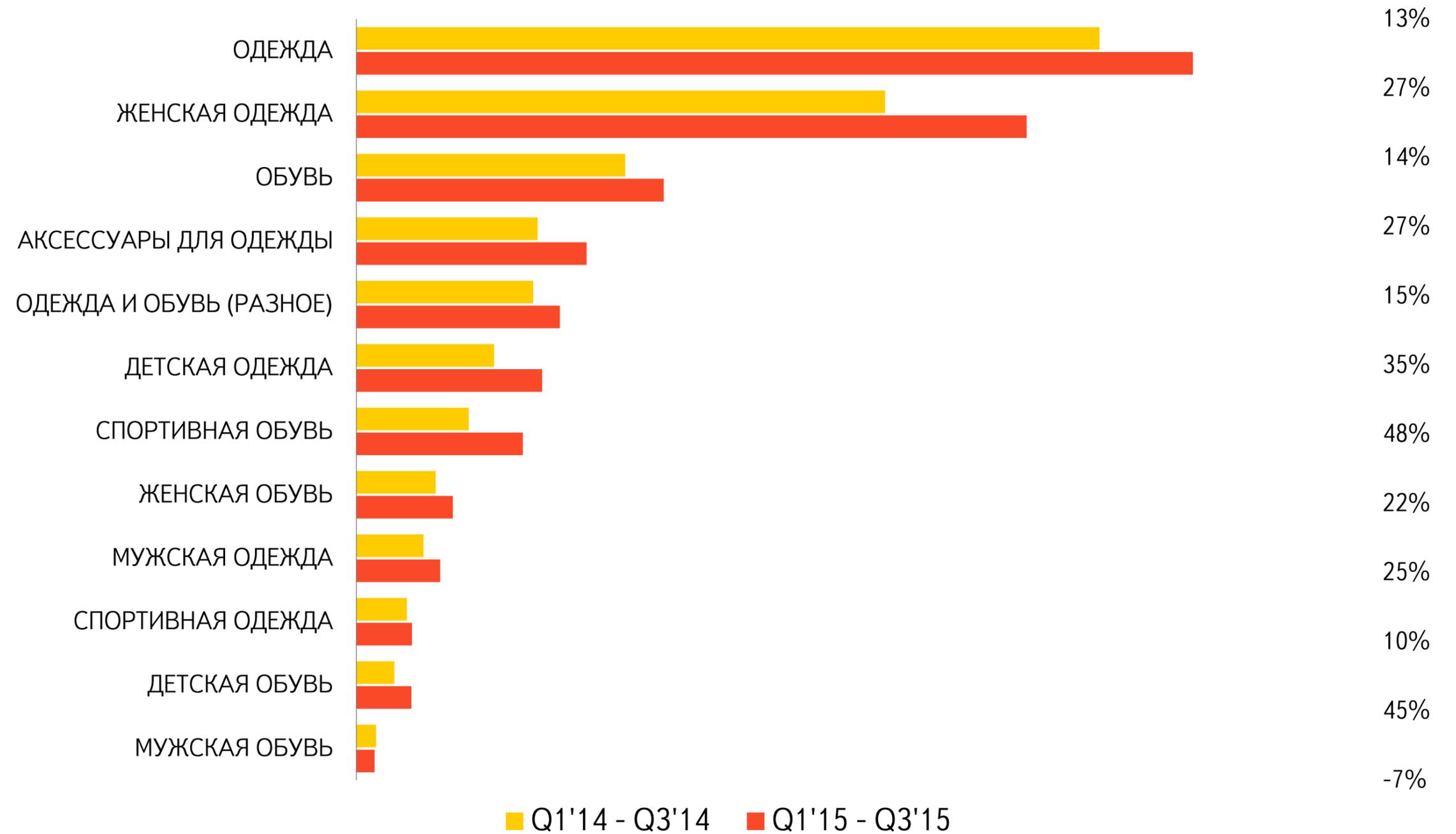
# Тематика «Одежда и обувь»

## Динамика ключевых параметров Директа за 2 года



Данные Яндекса. Октябрь, 2015.

# Динамика категорий «Одежда и Обувь» по расходам в Директе



Данные Яндексa. Октябрь, 2015.

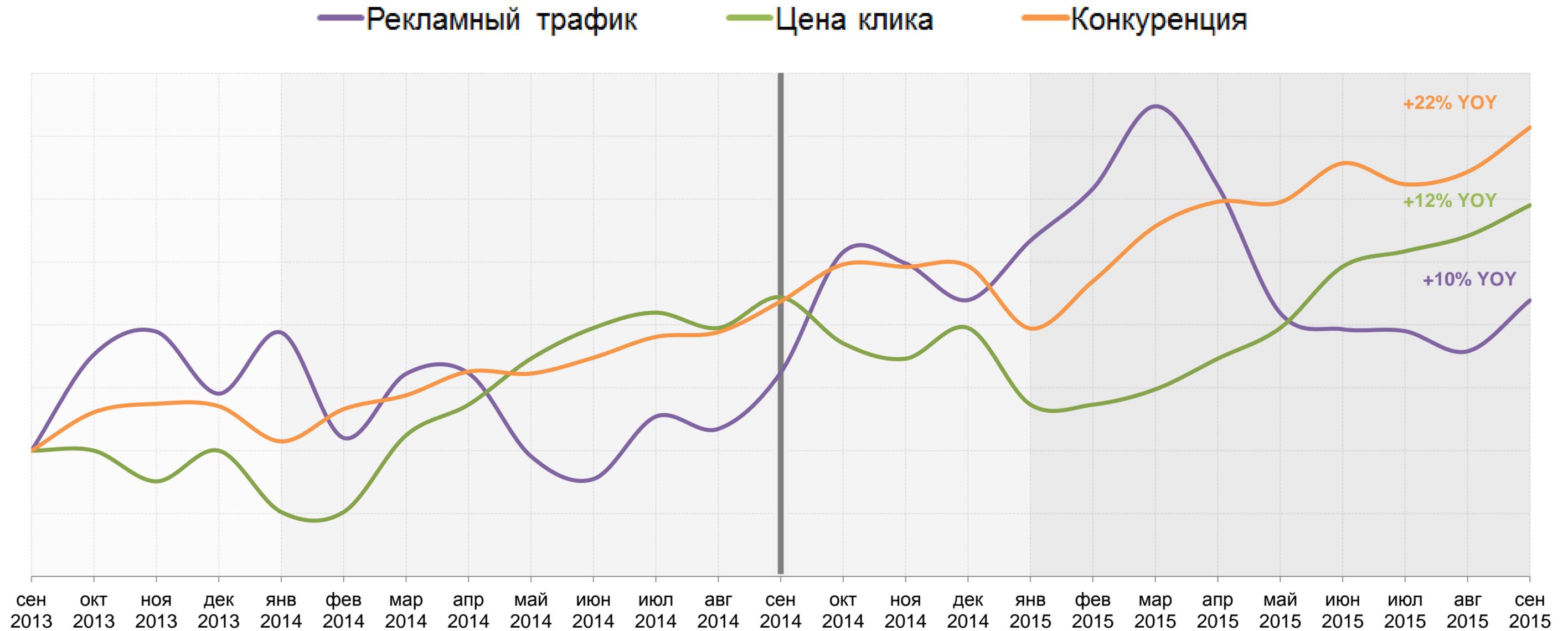
# Медицина

- Постоянная потребность в лекарствах/лечение;
- Между телевизором и конечным препаратом/клиникой все чаще появляется Интернет;
- Усиление основных игроков медицинской индустрии.



# Тематика «Медицина»

## Динамика ключевых параметров Директа за 2 года



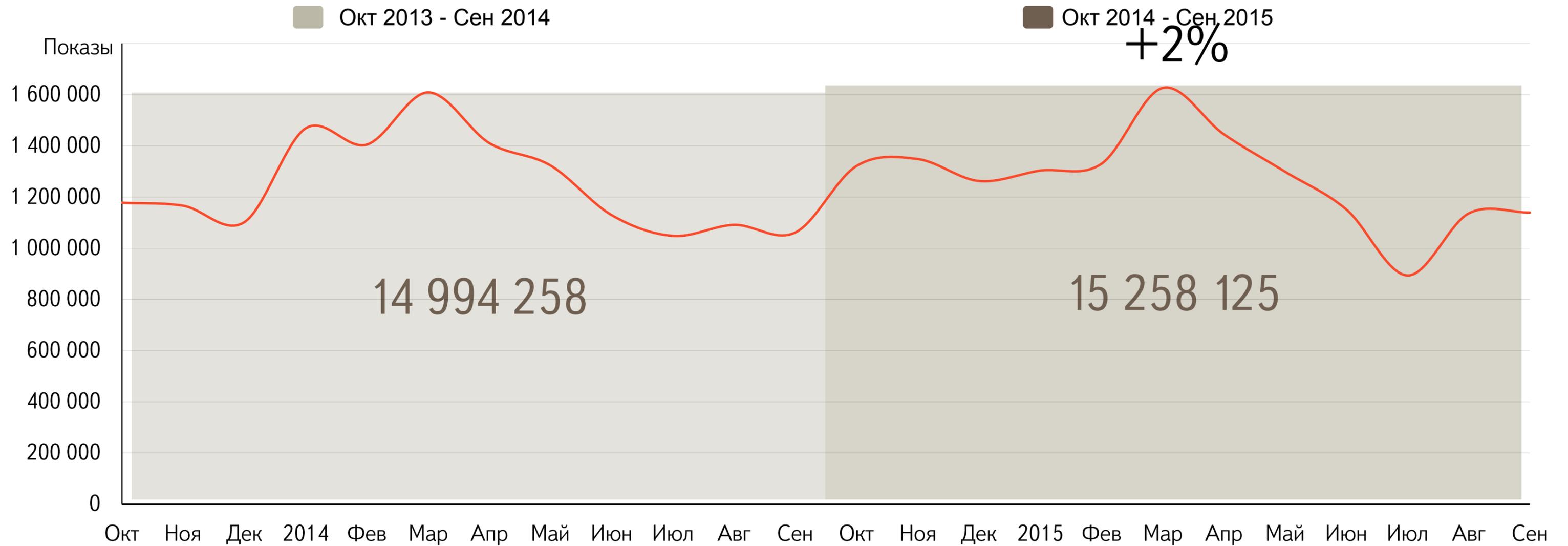
Данные Яндекс. Октябрь, 2015.

# FMCG

- Два основных двигателя прогресса – нацеленность на e-commerce и долгосрочные отношения в виде спецпроектов;
- Развитие рынка в целом – товары повседневного значения обретают повышенный спрос;
- Рост отдельных секторов: косметика, парфюмерия и прочие.



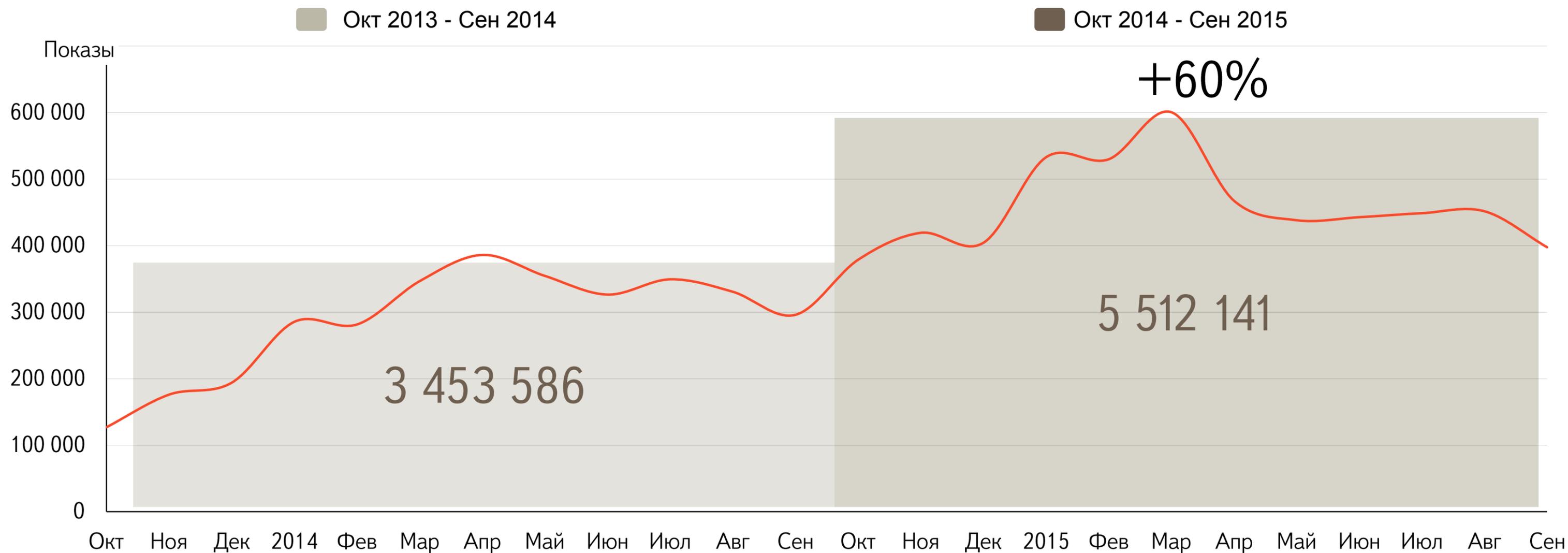
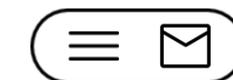
# Динамика категории «Уход за кожей» (десктоп)



Россия

Статистика wordstat.yandex.ru

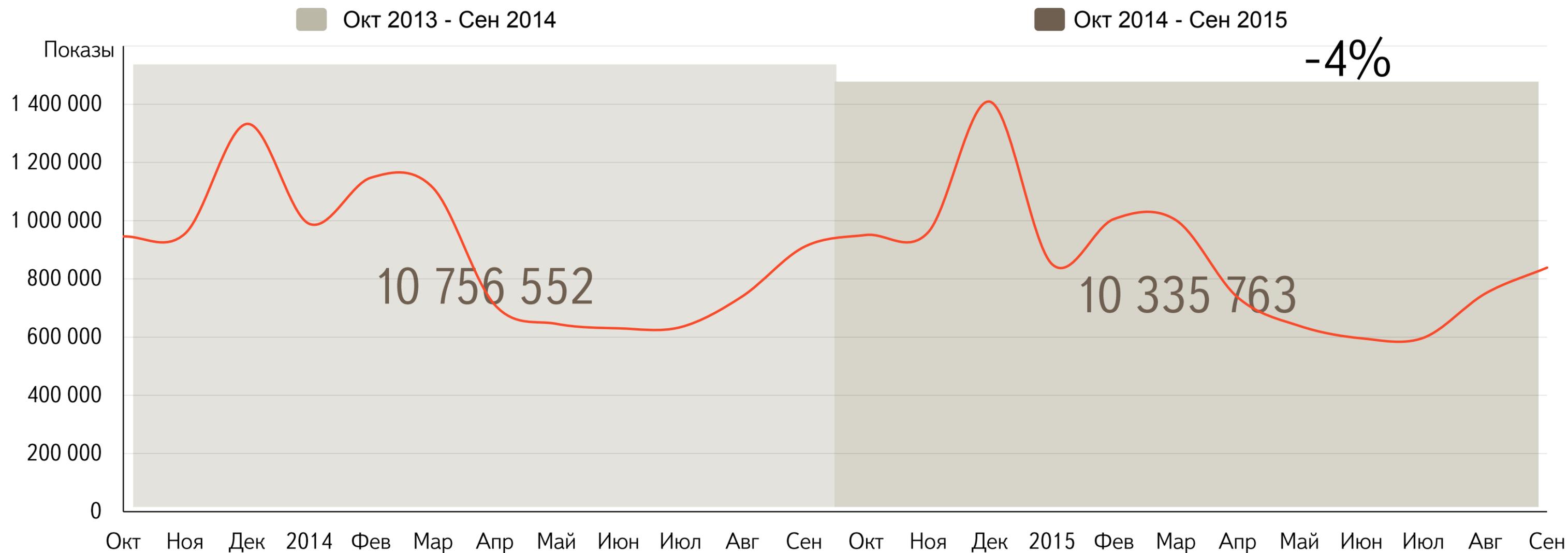
# Динамика категории «Уход за кожей» (мобильные площадки)



Россия

Статистика wordstat.yandex.ru

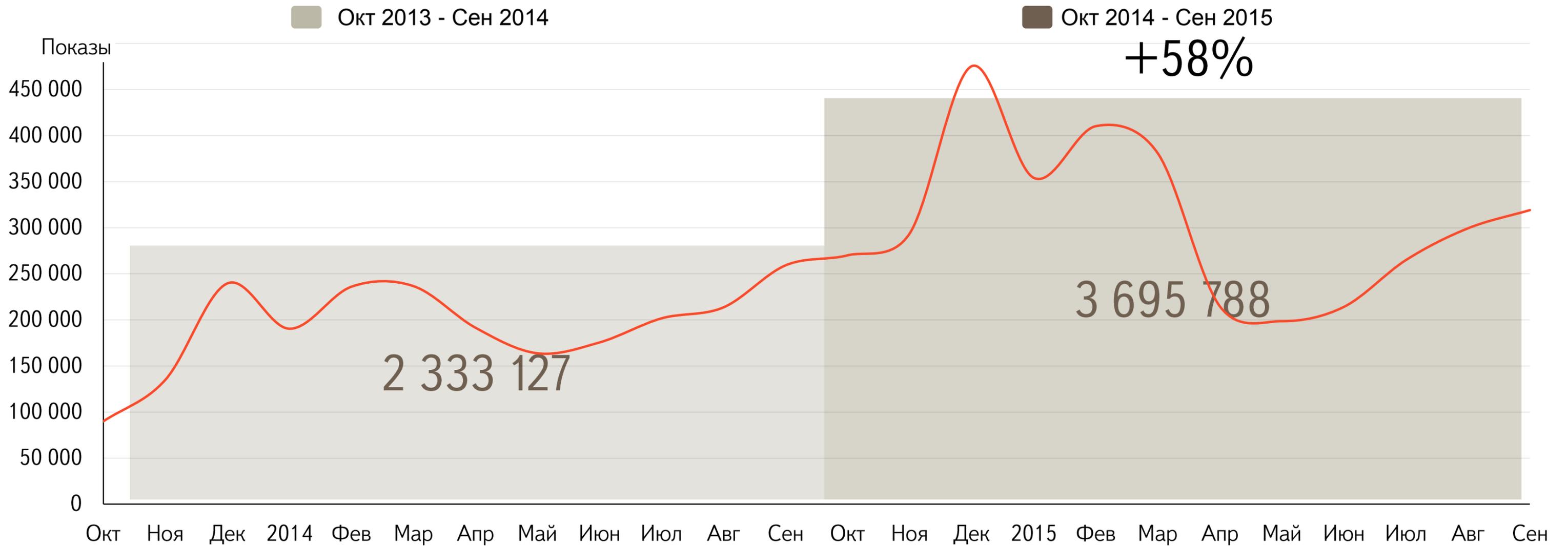
# Динамика категории «Парфюмерия» (десктоп)



Россия

Статистика wordstat.yandex.ru

# Динамика категории «Парфюмерия» (мобильные площадки)

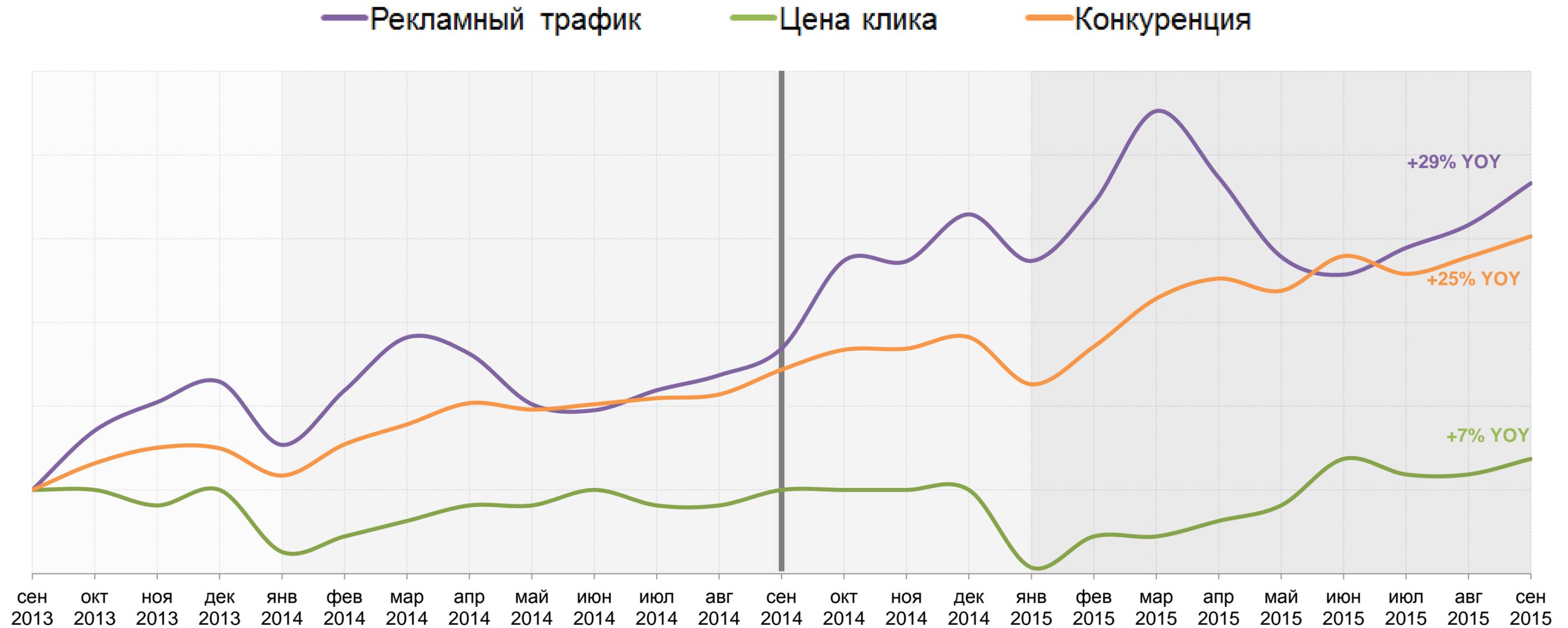


Россия

Статистика wordstat.yandex.ru

# Тематика FMCG

## Динамика ключевых параметров Директа за 2 года

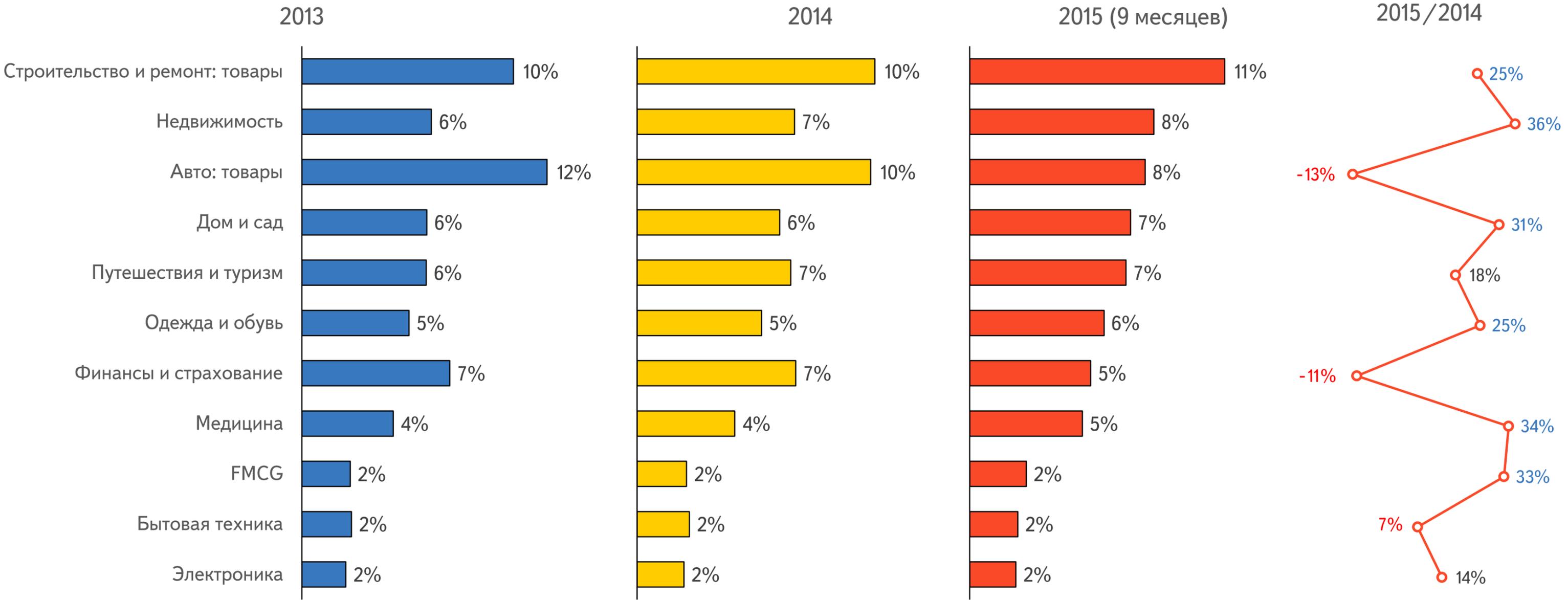


Данные Яндекса. Октябрь, 2015.



Попутный ветер

# Отраслевая структура рекламных бюджетов: смена лидеров



Данные Яндексa. Октябрь, 2015.

**Спасибо за внимание!**