

Санкт-Петербург Рынок СМИ и реклама

Измерения Mediascope



МЕДИА & МОНИТОРИНГ

- СИНДИКАТИВНЫЕ ПРОЕКТЫ
- СИСТЕМА КООРДИНАТ ДЛЯ РЫНКА
- КОНТЕНТ И РЕКЛАМА



ДАТА ПЛАТФОРМА

- НОВЫЙ ПОДХОД К ХРАНЕНИЮ И ОБРАБОТКЕ ДАННЫХ
- ПЕРВЫЕ КЛИЕНТЫ В DATALAB



СИНТЕТИКА

- СИНТЕТИЧЕСКАЯ ПОПУЛЯЦИЯ КАК МЕТОД ОБЪЕДИНЕНИЯ ДАННЫХ
- ПЕРВЫЙ ПРОЕКТ – CROSS WEB



ТЕХНОЛОГИИ

- ПИЛОТИРОВАНИЕ И ВЫБОР СМАРТФОНА КАК НОВОГО ИНСТРУМЕНТА ИЗМЕРЕНИЯ
- ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПАРТНЕР – CIFRASOFT



BRAND PULSE

- ПОЛНОСТЬЮ DIGITAL ПРОЕКТ О ПОТРЕБЛЕНИИ
- 100% В ДАТА ПЛАТФОРМЕ



BIG DATA

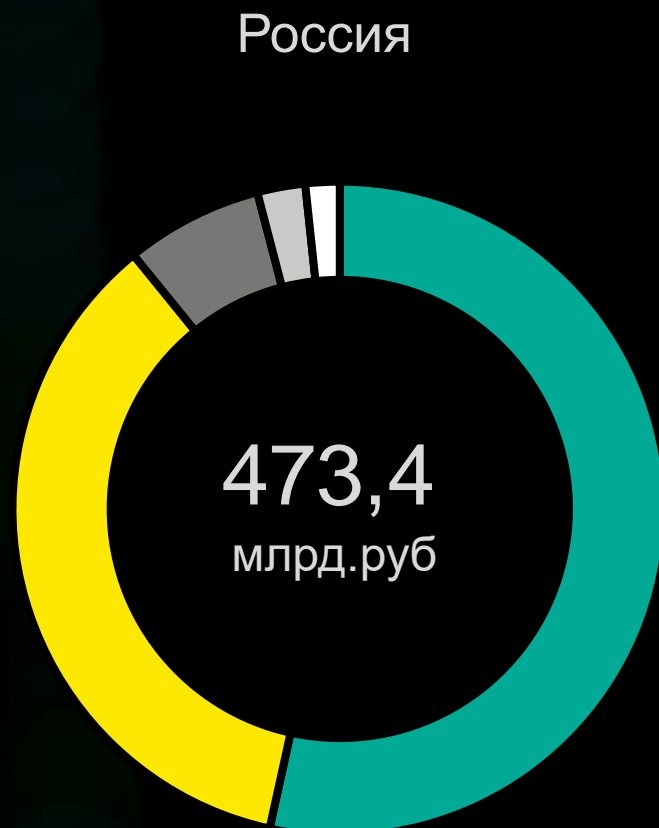
- ЛОГИ ИНТЕРНЕТ-ПЛОЩАДОК В ИЗМЕРЕНИИ АУДИТОРИИ
- RPD ПАРТНЕР - MEDIAHILLS

01.

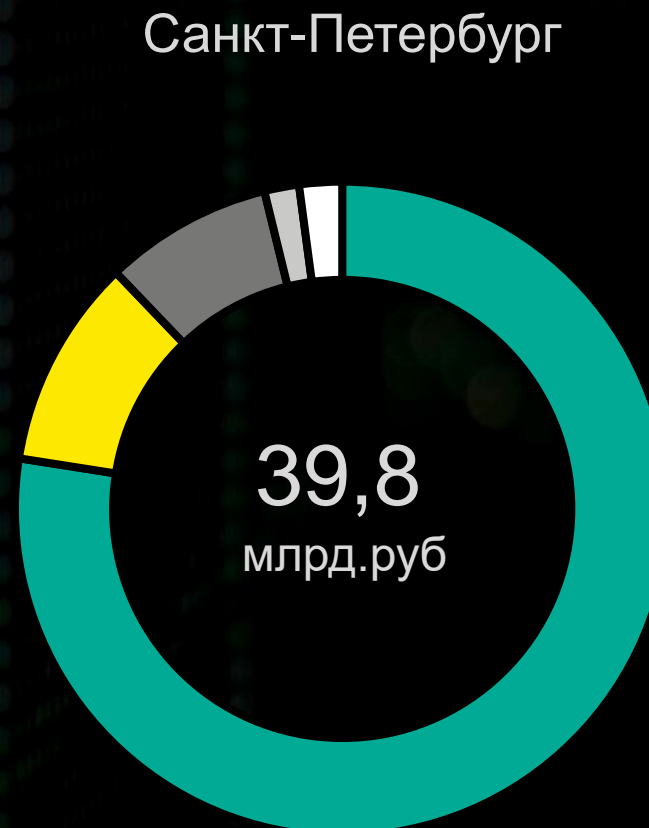
Рекламный рынок



Объём рекламного рынка 2020



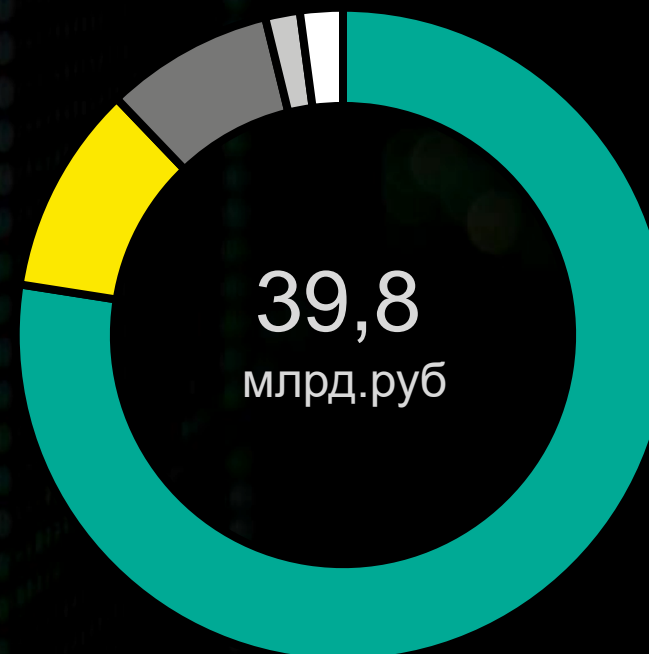
- Интернет
- Телевидение
- Out of Home
- Радио
- Пресса



Динамика объёмов рекламы. Санкт-Петербург. 2020/2019



Санкт-Петербург



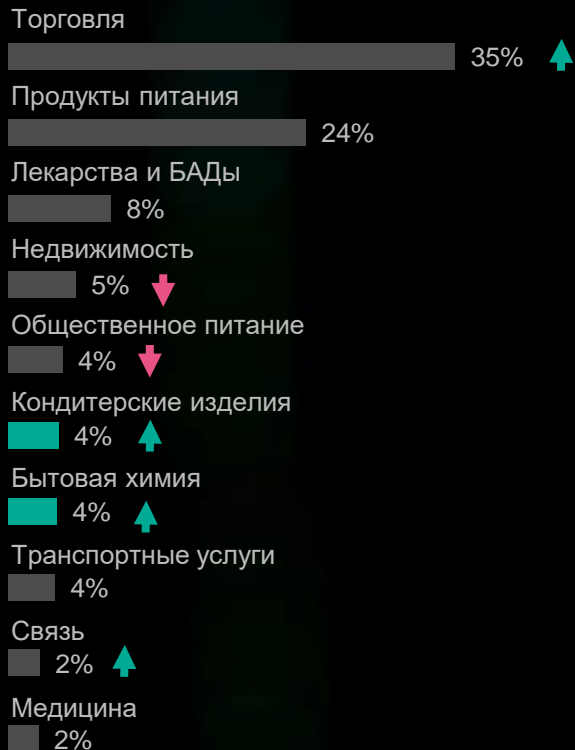
Категории рекламы. Топ-15.



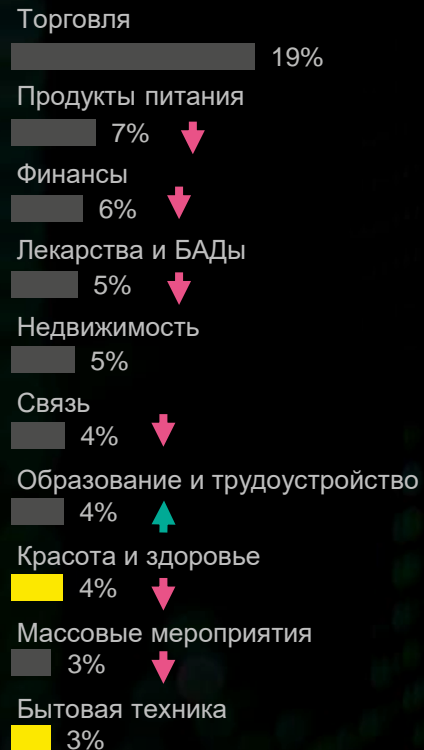
Телевидение/Интернет. Топ-10 категорий.

Цветом выделены категории, которых нет в ТОП-10 по другим медиа

Телевидение



Интернет (онлайн видеореклама)

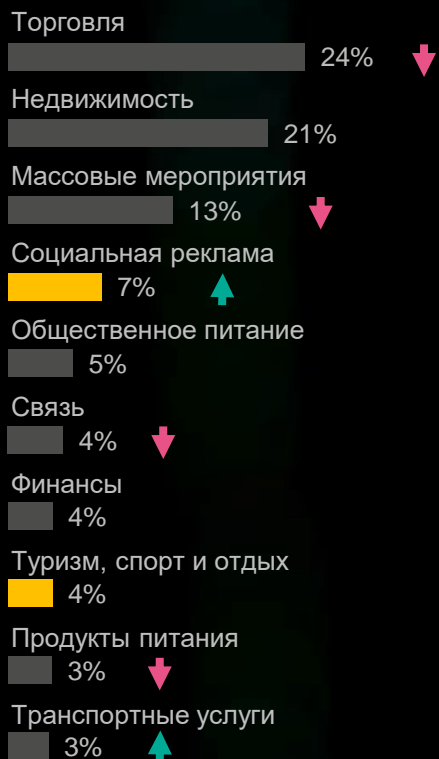


▲ ▼ - значимый рост / падение

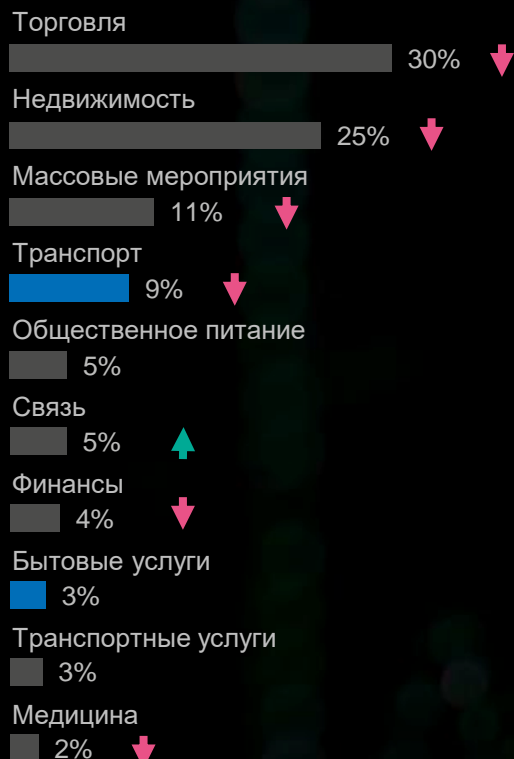
ООН/Радио/Пресса. Топ-10 категорий.

Цветом выделены категории, которых нет в ТОП-10 по другим медиа

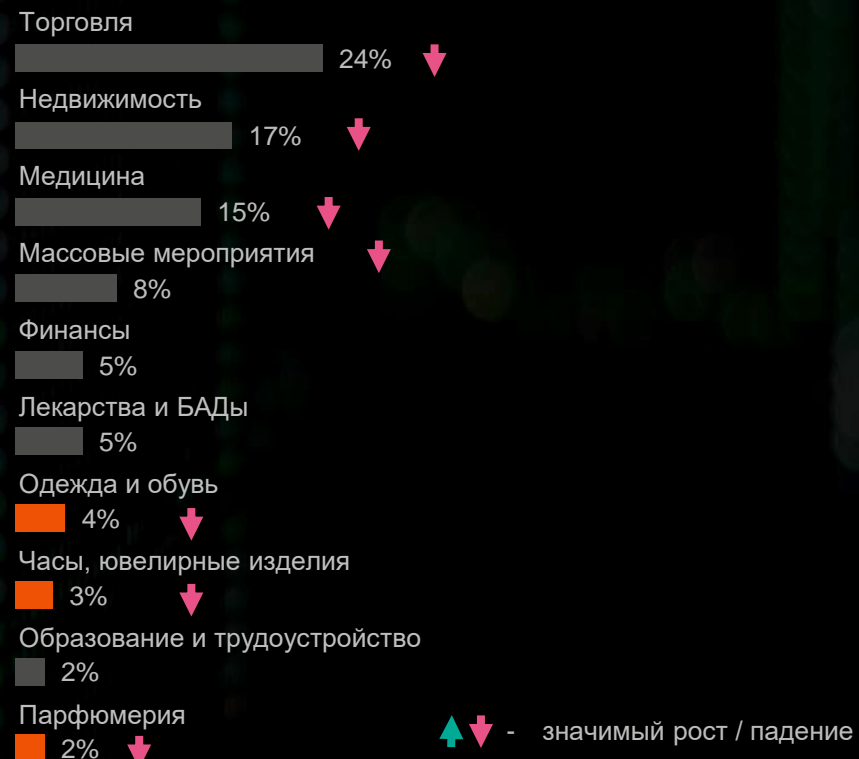
Наружная реклама



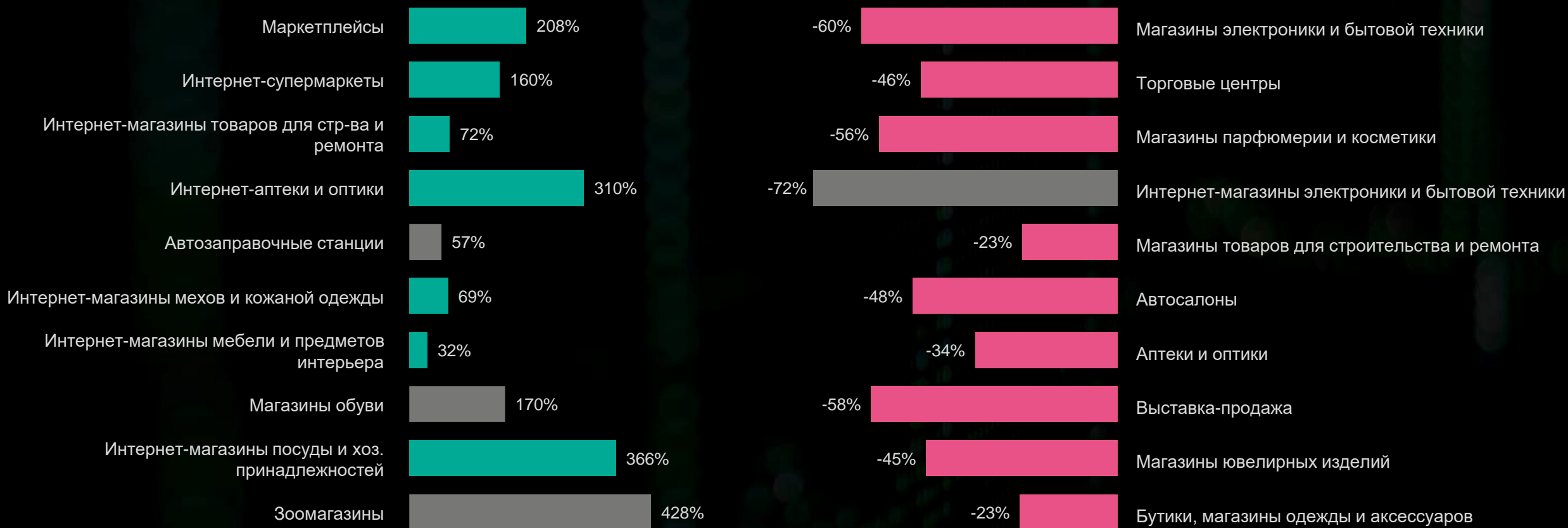
Радио



Пресса

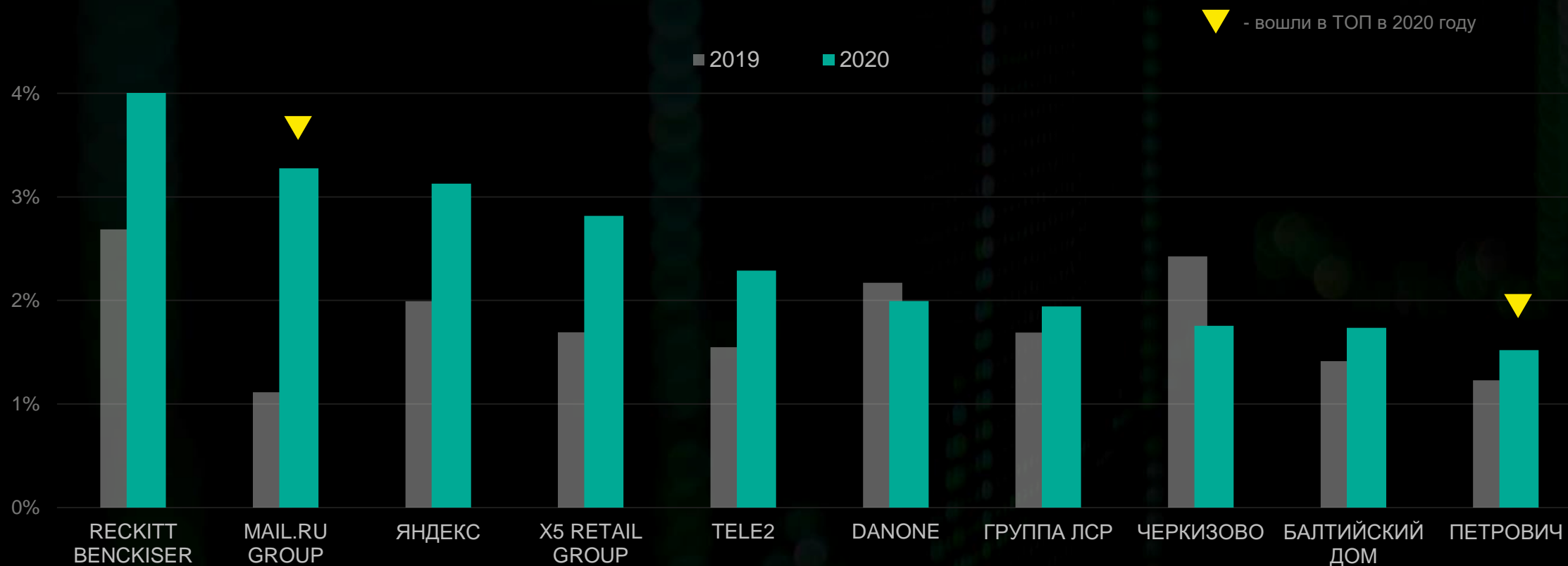


Торговля: топ-10 подкатегорий по абсолютному приросту/падению



Источник: Mediascope, Санкт-Петербург 2020/2019. Локальная реклама. ТВ, радио (ролик, спонсорский ролик), пресса, наружная реклама. Стоимость в руб. по прайс-листам без учета скидок, налогов и специальных соглашений; для оценки стоимости размещений наружной рекламы использованы экспертные оценки. Исключена социальная реклама, самореклама изданий, «пустые» размещения в наружной рекламе, косвенная реклама. В мониторинге наружной рекламы учитываются размещения сроком не менее 1 мес.

Топ-10 рекламодателей в Санкт-Петербурге (оффлайн).

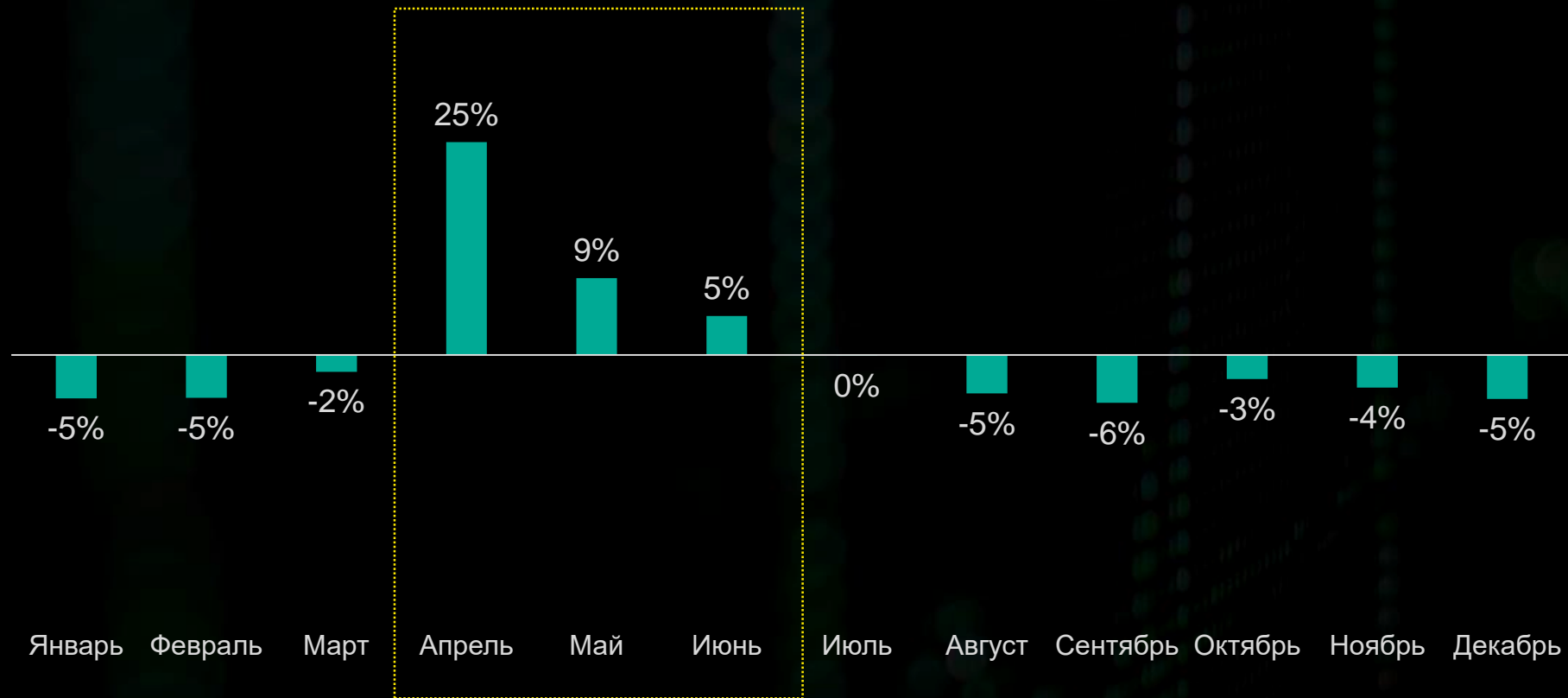


02.

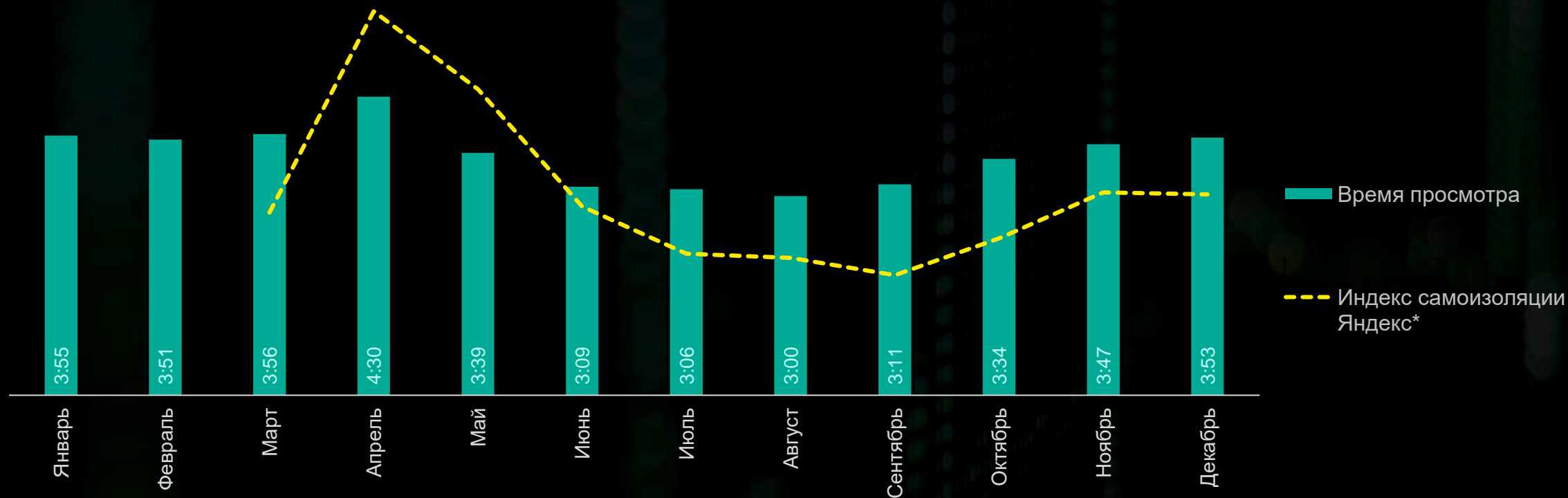
Медиапотребление



Динамика времени просмотра ТВ. 2020/2019



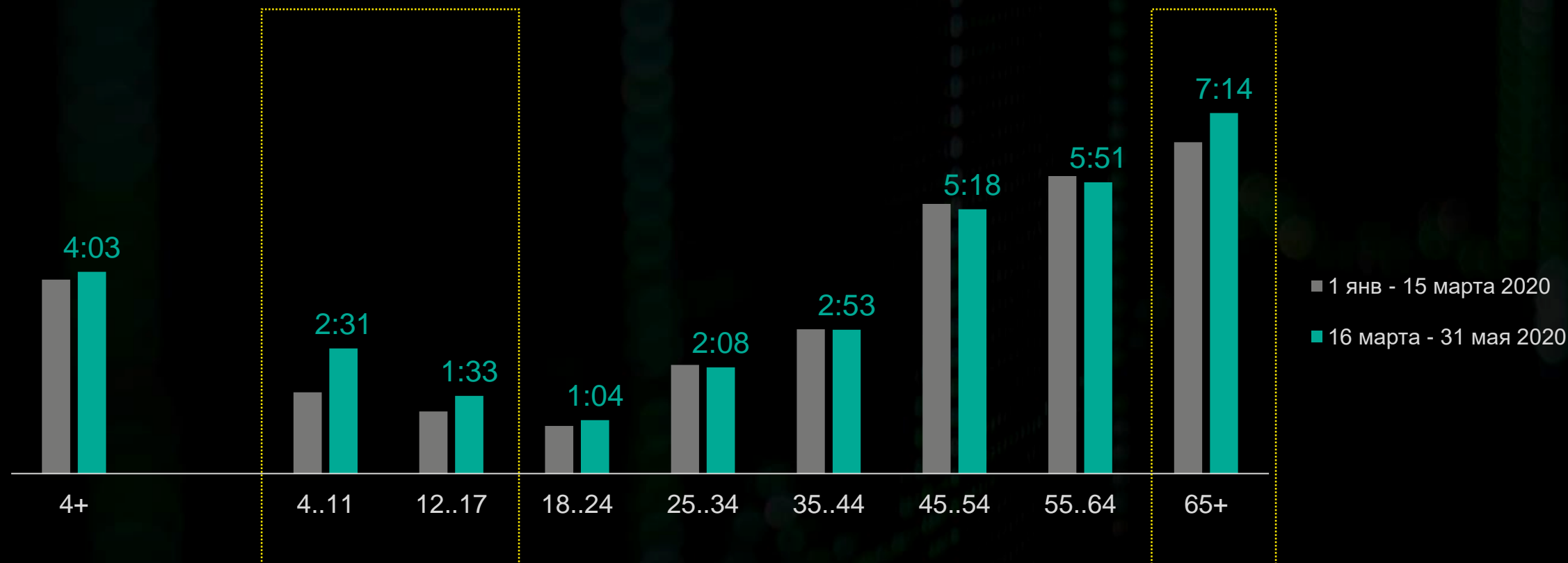
Среднее время просмотра ТВ и индекс самоизоляции



* - чем выше индекс, тем меньше людей на улице

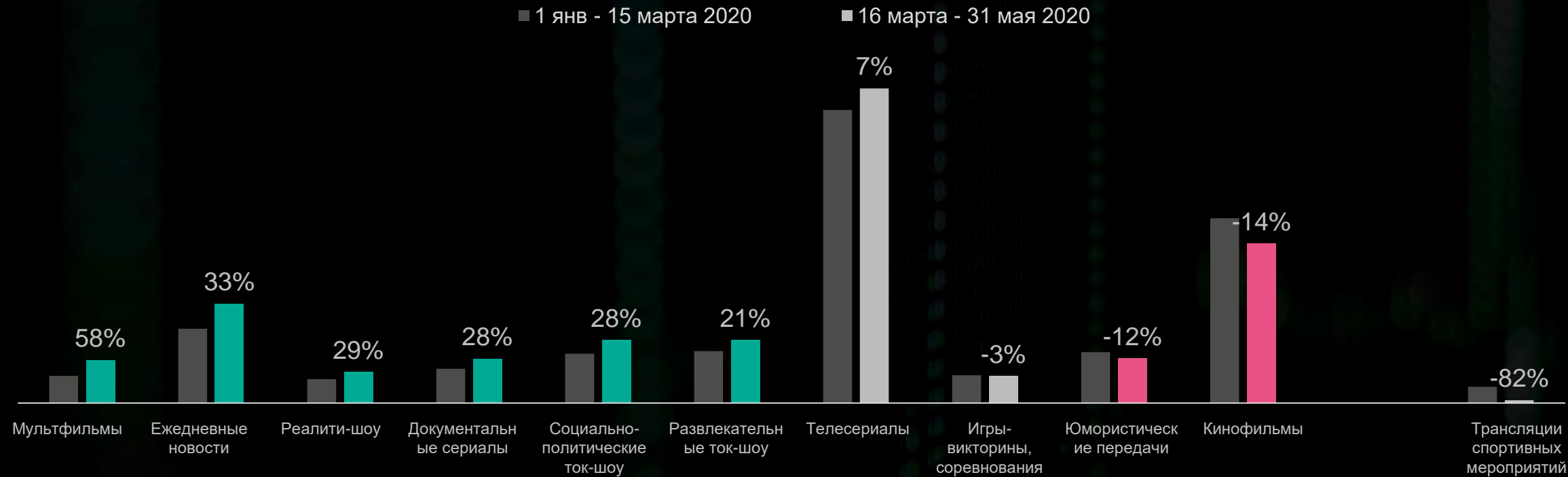
Время просмотра ТВ.

Прирост в младших возрастных группах и в 65+



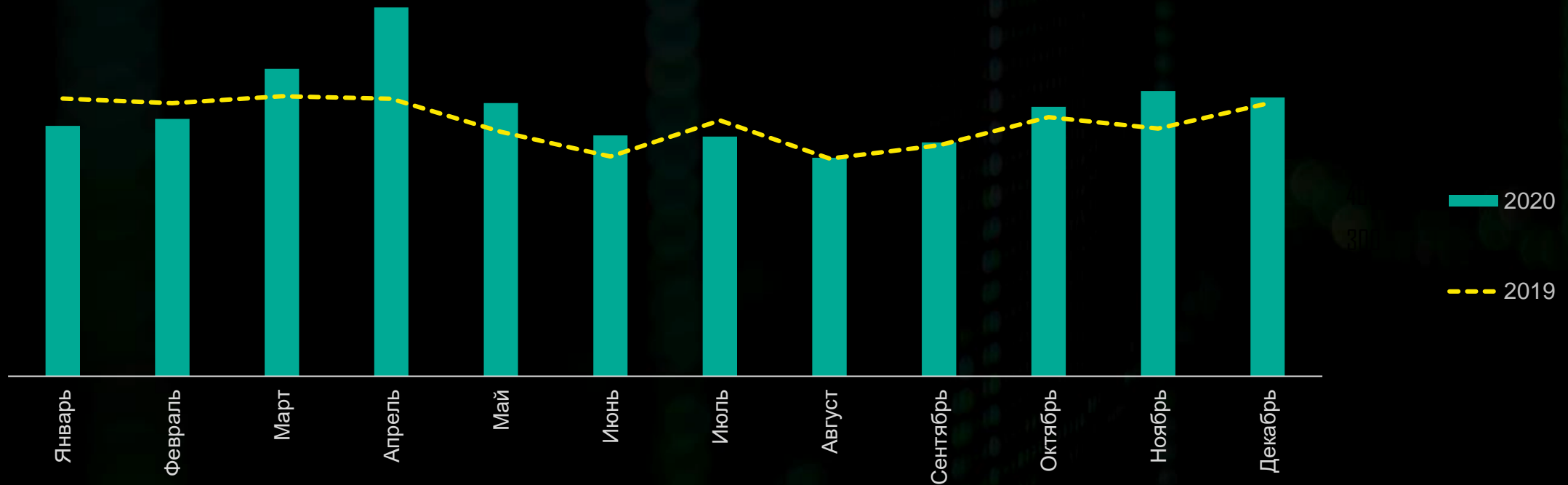
Источник: Mediascope. TV Index, 01.01-31.05.2020, Санкт-Петербург, население 4+, время просмотра ТВ среди населения (часы).

Жанровые предпочтения во время карантина

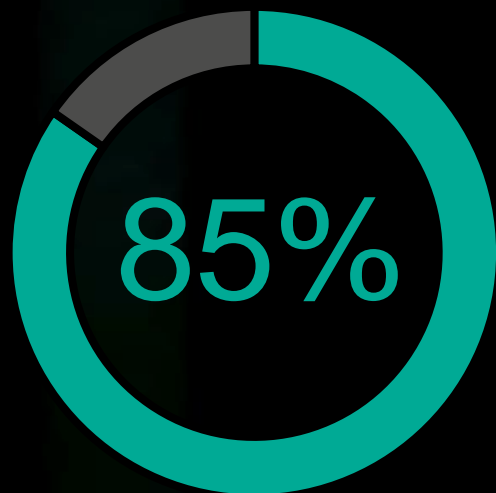


Рост интереса к новостям на ТВ

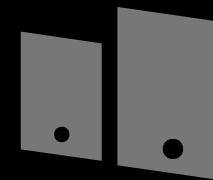
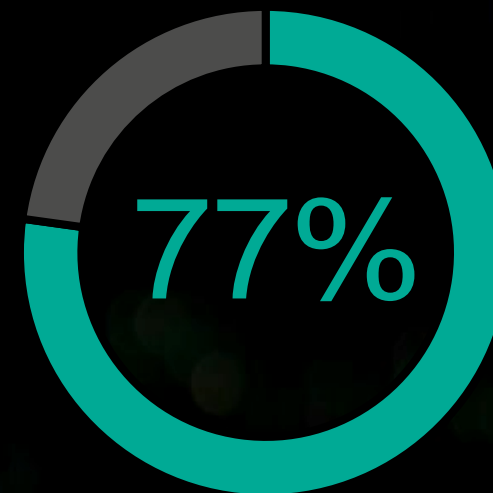
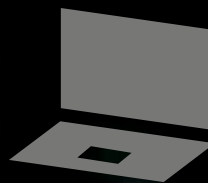
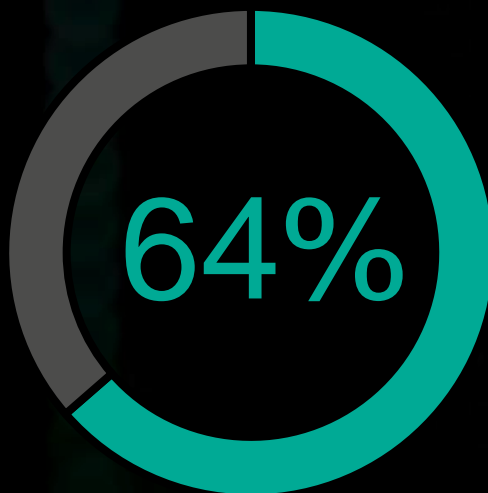
Жанр: Новости



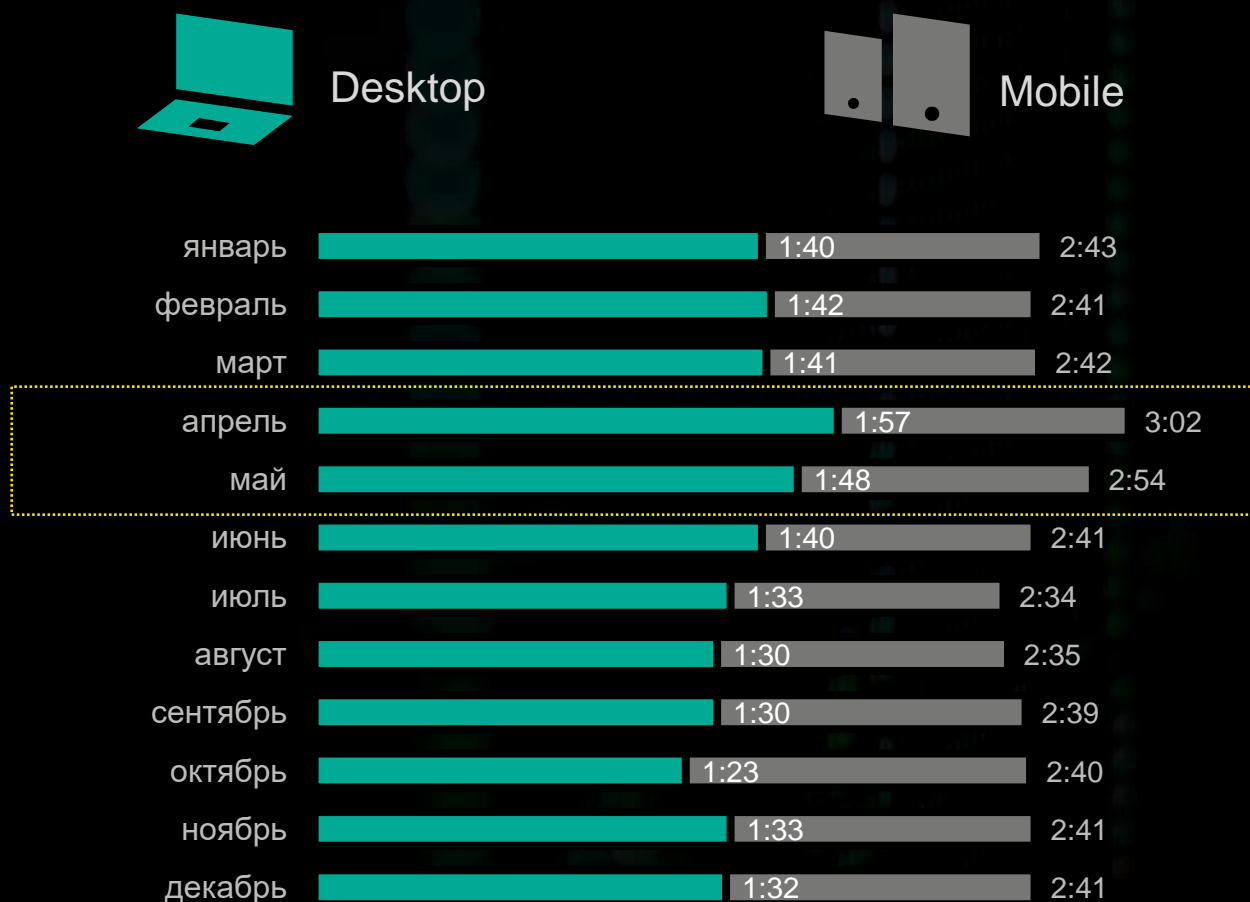
Проникновение интернета. Устройства



ВСЕ УСТРОЙСТВА

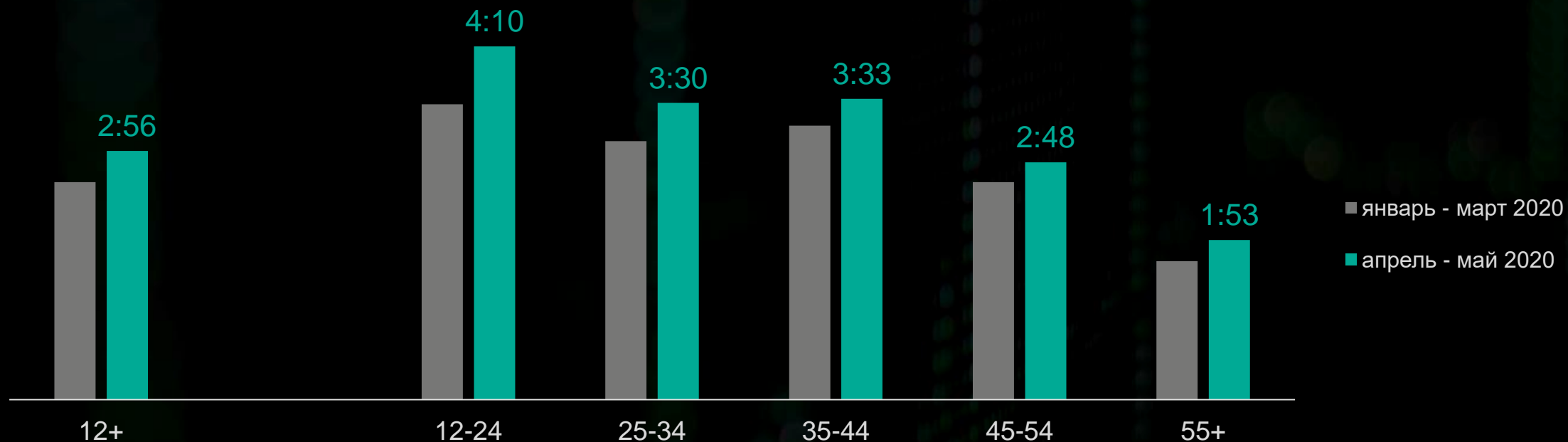


Динамика времени пользования интернетом



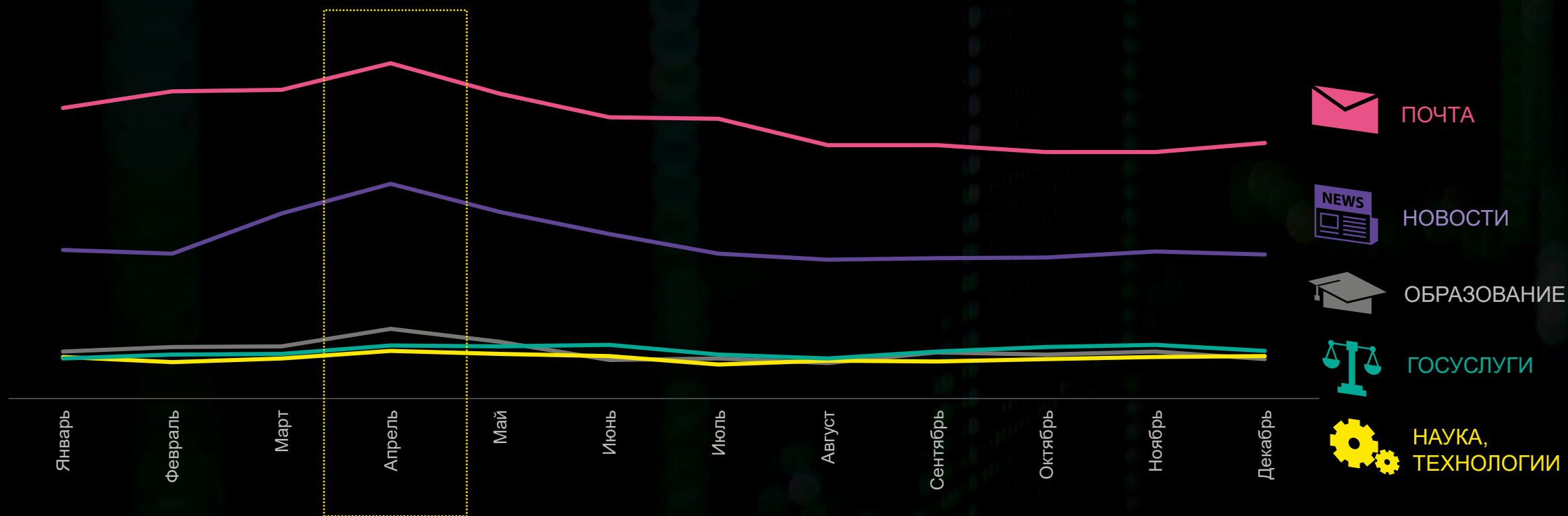
Динамика времени пользования интернетом

Прирост во всех возрастных группах



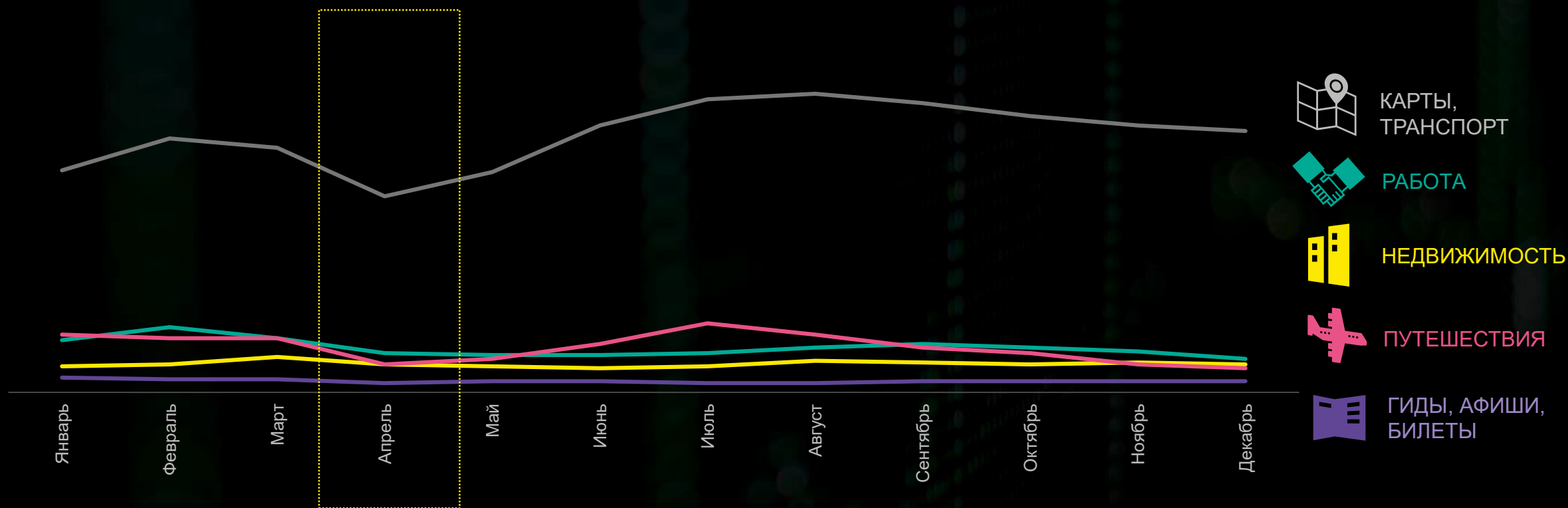
Тематические предпочтения. Куда стали заходить чаще?

Топ-5 тематик по росту в апреле 2020



Тематические предпочтения. Что стало менее актуально?

Топ-5 тематик по снижению в апреле 2020

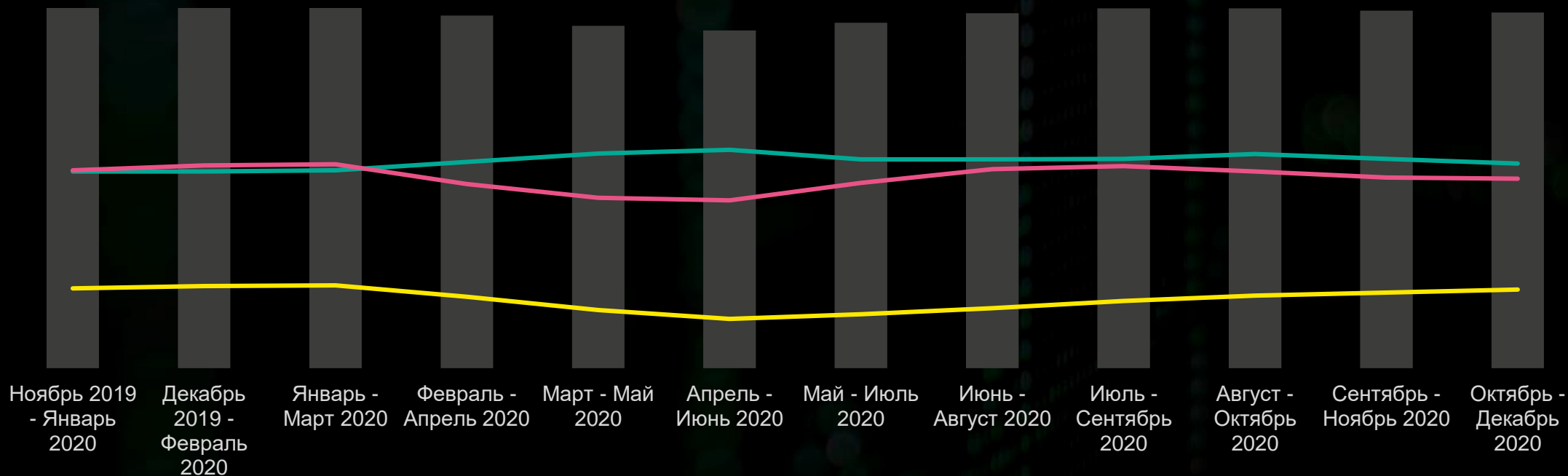


Источник: Mediascope. WEB-Index, Санкт-Петербург, население 12+, Desktop&Mobile, среднесуточный охват, % населения

Динамика мест слушания радио

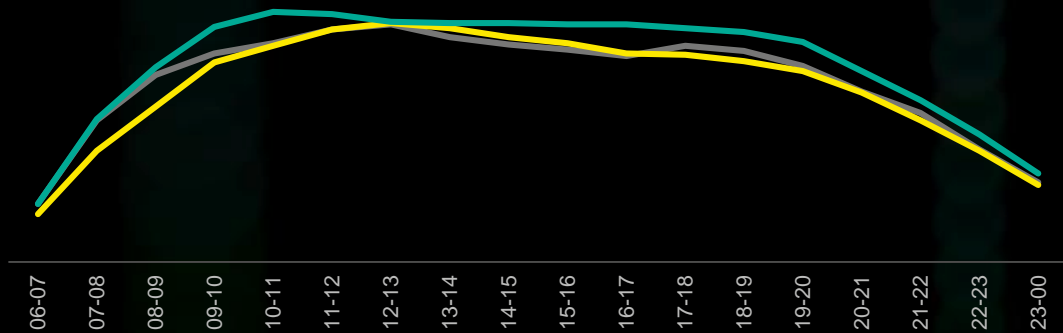


НА РАБОТЕ

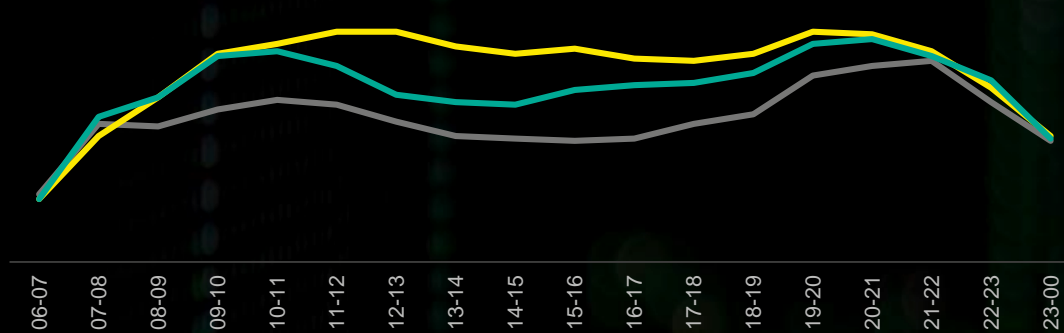


Динамика мест слушания радио в течение суток

Все места



Дома



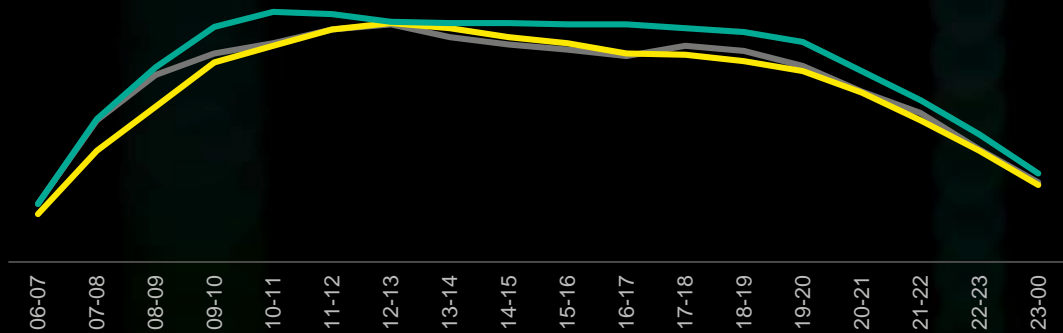
- Январь - Март 2020
- Апрель - Июнь 2020
- Июль - Сентябрь 2020



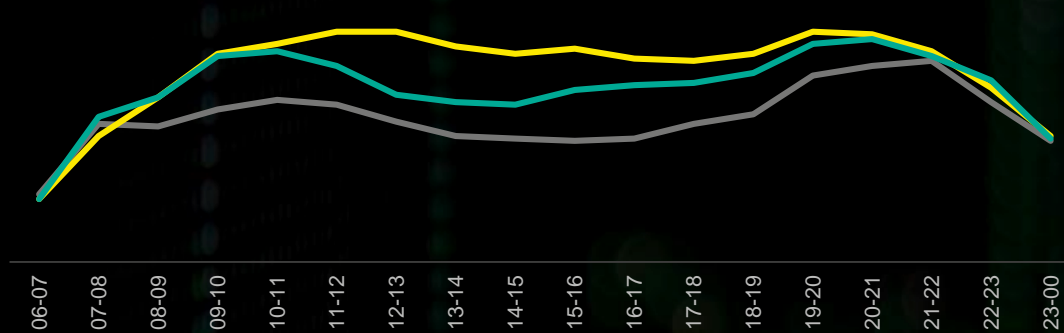
Источник: Mediascope, Radio Index, Санкт-Петербург, 12+, Все станции, 06:00 – 00:00, AQH%

Динамика мест слушания радио в течение суток

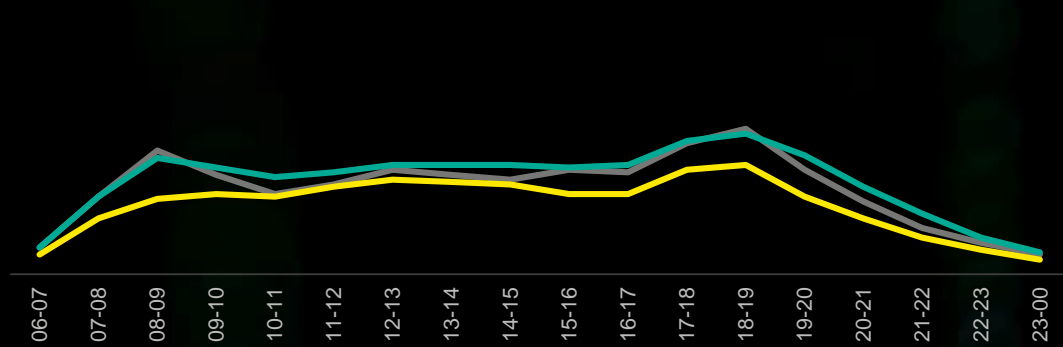
Все места



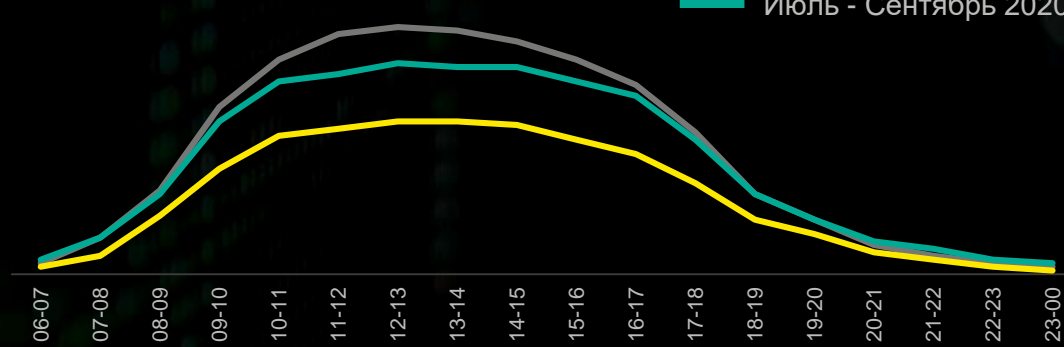
Дома



В автомобиле



На работе



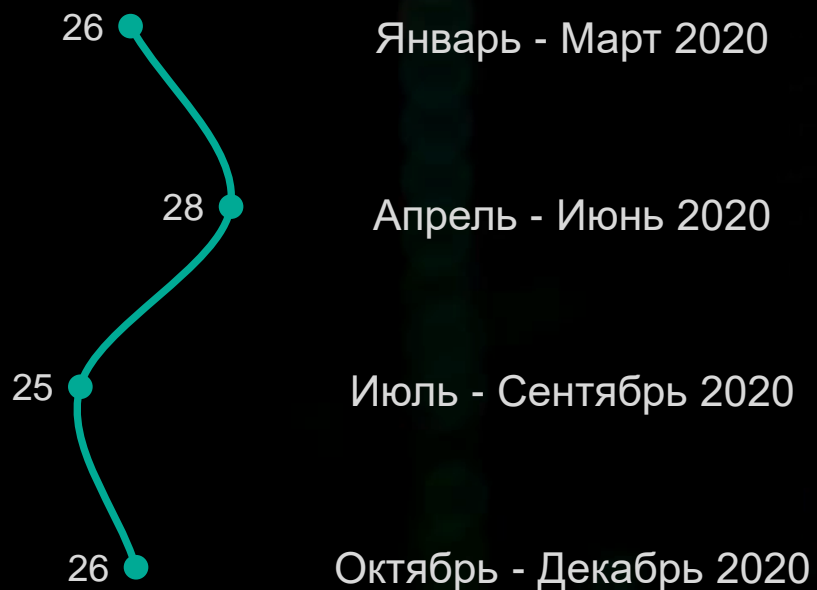
— Январь - Март 2020
— Апрель - Июнь 2020
— Июль - Сентябрь 2020

Источник: Mediascope, Radio Index, Санкт-Петербург, 12+, Все станции, 06:00 – 00:00, AQH%

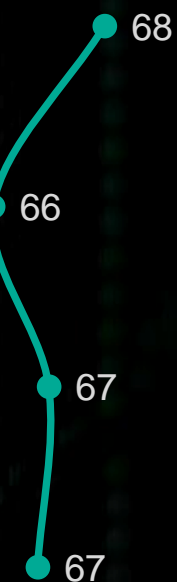


Рост интереса к News-Talk на радио

News-Talk станции



Музыкальные станции



Покупательское поведение онлайн/офлайн



Спасибо!

