

# ПРИНТ 2.0. НОВАЯ ЭПОХА ДЕЛОВОГО ГЛЯНЦА: ЭФФЕКТИВНЫЕ ТРЕНДЫ



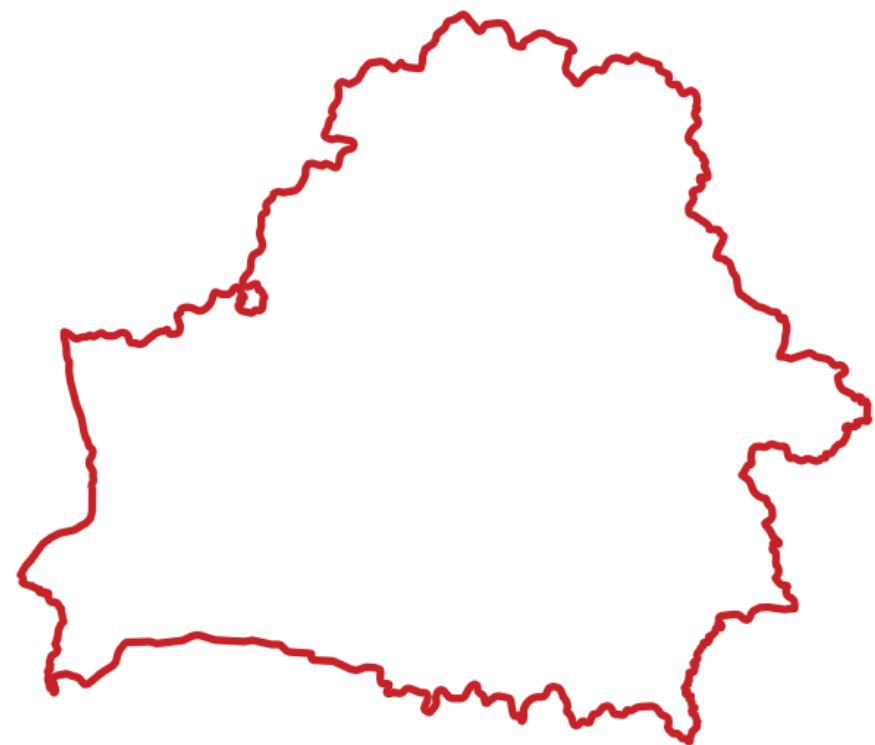
Елена  
Ахвledиани

- Издатель делового журнала  
**office life**
- Совладелец группы компаний



**BELKANTON**  
Group

- ▶ **23 года успешной работы**  
на B2B-рынке Республики  
Беларусь
- ▶ **Более 100 деловых**  
партнеров-производителей  
по всему миру
- ▶ **Более 17 000 постоянных**  
**B2B-клиентов**, общение  
с которыми помогло нам  
понять их ожидания  
и потребности как читателей
- ▶ **Многолетнее сотрудничество**  
**с ведущими мировыми**  
**производителями бумажного**  
**рынка**, сквозь призму  
которого мы четко понимаем  
тренды печатных СМИ  
в мире





# СИТУАЦИЯ В МИРЕ

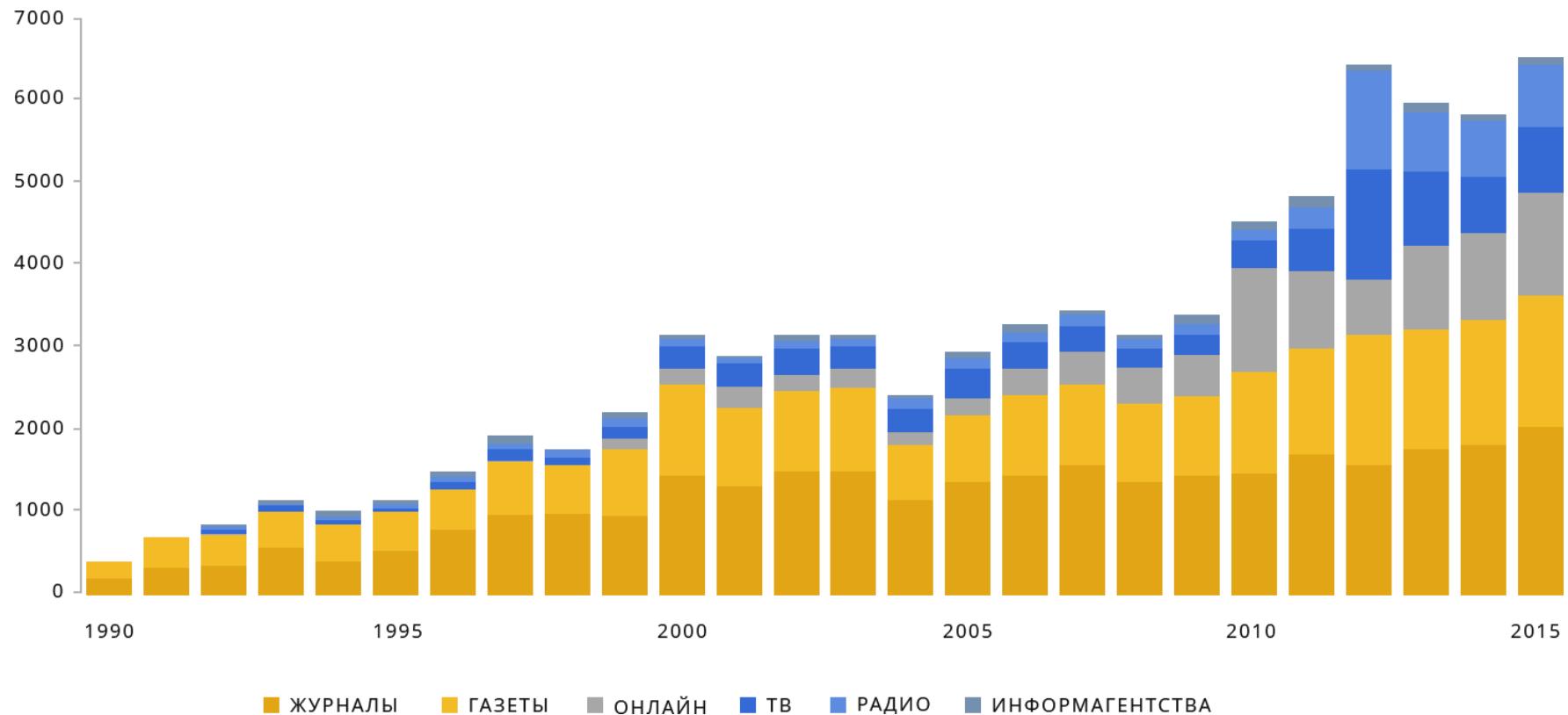
# СПРОС НА БУМАГУ ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ

## GRAPHIC PAPERS

В сравнении с ведущим индикатором  
экономической активности ОЭСР  
(Организация экономического  
сотрудничества и развития)



# КОЛИЧЕСТВО СМИ РАСТЕТ, НО ИХ ОБЩИЙ РОСТ ГОРАЗДО НИЖЕ НИШЕВЫЙ ФОРМАТ КОММУНИКАЦИЙ



# Падение тиражей составило:



Women /  
Celebrities  
**15,2%**



Look  
**35%**



OK!  
**3,5%**



Now  
**20,8%**



Fashion and  
Lifestyle  
**11%**



Close  
**19,8%**



Glamour  
**28,9%**



Heat  
**16,6%**



Grazia  
**13,4%**



Vouge  
**3%**

# ПРИНТ УМИРАЕТ?

# ИЛИ НЕТ?

Средний рост +2%



Cosmopolitan  
ЗАЯВИЛ  
РЕКОРДНЫЙ  
РОСТ ТИРАЖА,  
изменив контент  
журнала.

+11,9%, или  
275 600 экз.



Private  
EYE  
+8,6%



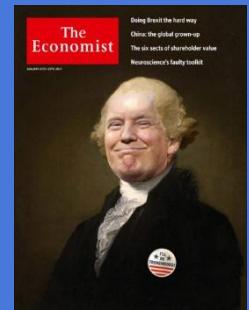
New  
Scientist  
+2,4%



Prospect  
+37,2%



The  
Spectator  
+11,3%



The  
Economist  
+5%

# ГЕРМАНИЯ

Согласно исследованию  
Dialog Marketing Monitor  
за 2016 год, ежегодно  
проводимому Deutsche Post

## ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ СВОЕЙ ПРОДУКЦИИ

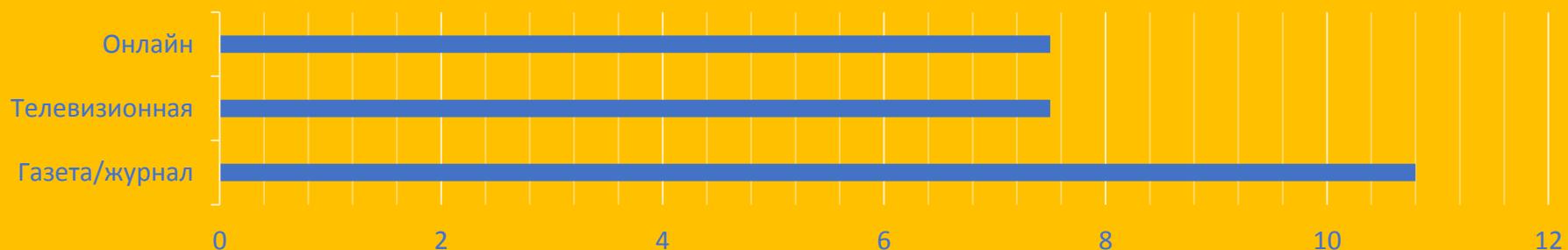
### Каждая четвертая компания (оборот менее €25 млн)

- газета / журнал
- наружная реклама
- адресная рассылка

### Половина крупных компаний (оборот более €25 млн)

- интегрированная реклама,  
сочетающая разные каналы

На рекламу в 2016 году пришлось, млрд евро



# СОМЕВАСК ПРИНТА

*Известные и успешные  
онлайн-издания, которые  
стали развивать и печатную  
версию.*

Спустя 20 лет цифровой революции  
печатные журналы осуществляют свой  
comeback.

**Tablet**  
A NEW READ  
ON JEWISH LIFE

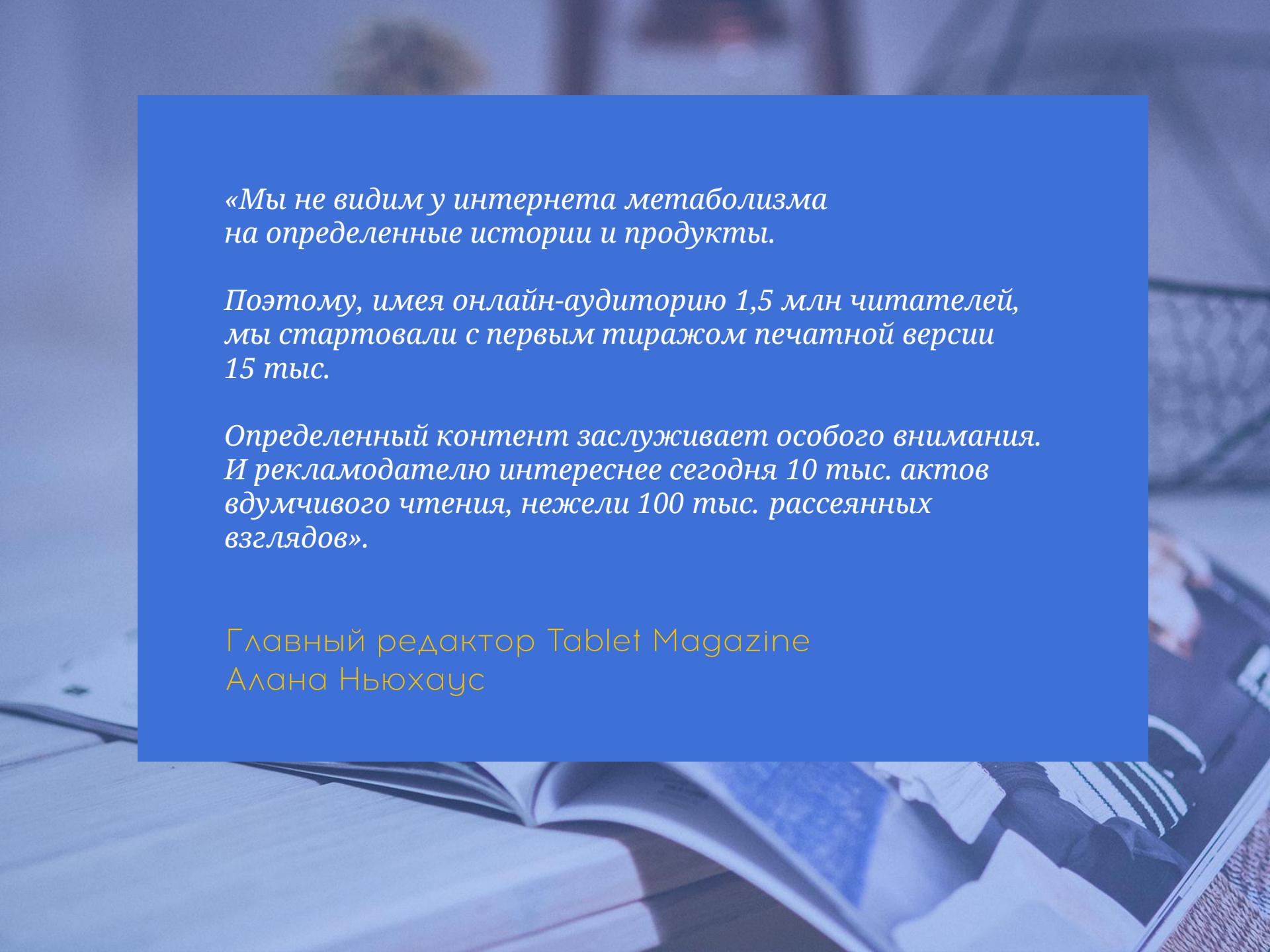
THE  
**PITCHFORK**  
REVIEW

*The  
California  
Sunday  
Magazine*

**POLITICO**

 NAUTILUS





*«Мы не видим у интернета метаболизма на определенные истории и продукты.*

*Поэтому, имея онлайн-аудиторию 1,5 млн читателей, мы стартовали с первым тиражом печатной версии 15 тыс.*

*Определенный контент заслуживает особого внимания. И рекламодателю интереснее сегодня 10 тыс. актов вдумчивого чтения, нежели 100 тыс. рассеянных взглядов».*

Главный редактор Tablet Magazine  
Алана Ньюхаус

# ГЛАВНЫЕ ПРИЧИНЫ ВОЗВРАЩЕНИЯ ГЛЯНЦА

TNS research global:

- Повышенная ответственность за печатный контент
- Главный редактор Fast Company Роберт Сафиан: «Глубокое чтение всего, что более страницы, я переношу в принт».
- Непосредственный контакт с ЦА
- Имиджевая составляющая

# ВОВЛЕЧЕННОСТЬ

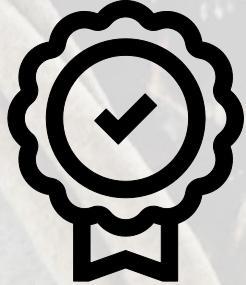
РИА Новости – один из лидеров среди СМИ российского сегмента интернета



Среднее время на сайте, по разным источникам,  
**ОТ 2 ДО 4 МИНУТ  
(2–3 ПОСТА)**

Среднее время прочтения глянцевого журнала  
**1–2 ВЕЧЕРА В ТЕЧЕНИЕ 1–2 ЧАСОВ.**

Современные цифровые СМИ не могут обеспечить качество контакта с аудиторией, которое предлагает традиционный принт.



# ПРИНТ СТАНОВИТСЯ ГАРАНТОМ КАЧЕСТВЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

*Проблема не в борьбе принта  
и диджитала за читателя.*

*Проблема в том,  
что фейковая  
журналистика выступает  
против качественного  
контента.*

Вывод ABC (AUDIT Bureau  
of Circulation)



В исследовании, проведенном NMA/Deloitte, отмечается, что в Британии сегодня читают газеты (в печатной и цифровой версиях) так много, как никогда прежде:

**ДО 91% ВЗРОСЛОГО НАСЕЛЕНИЯ ЕЖЕМЕСЯЧНО**

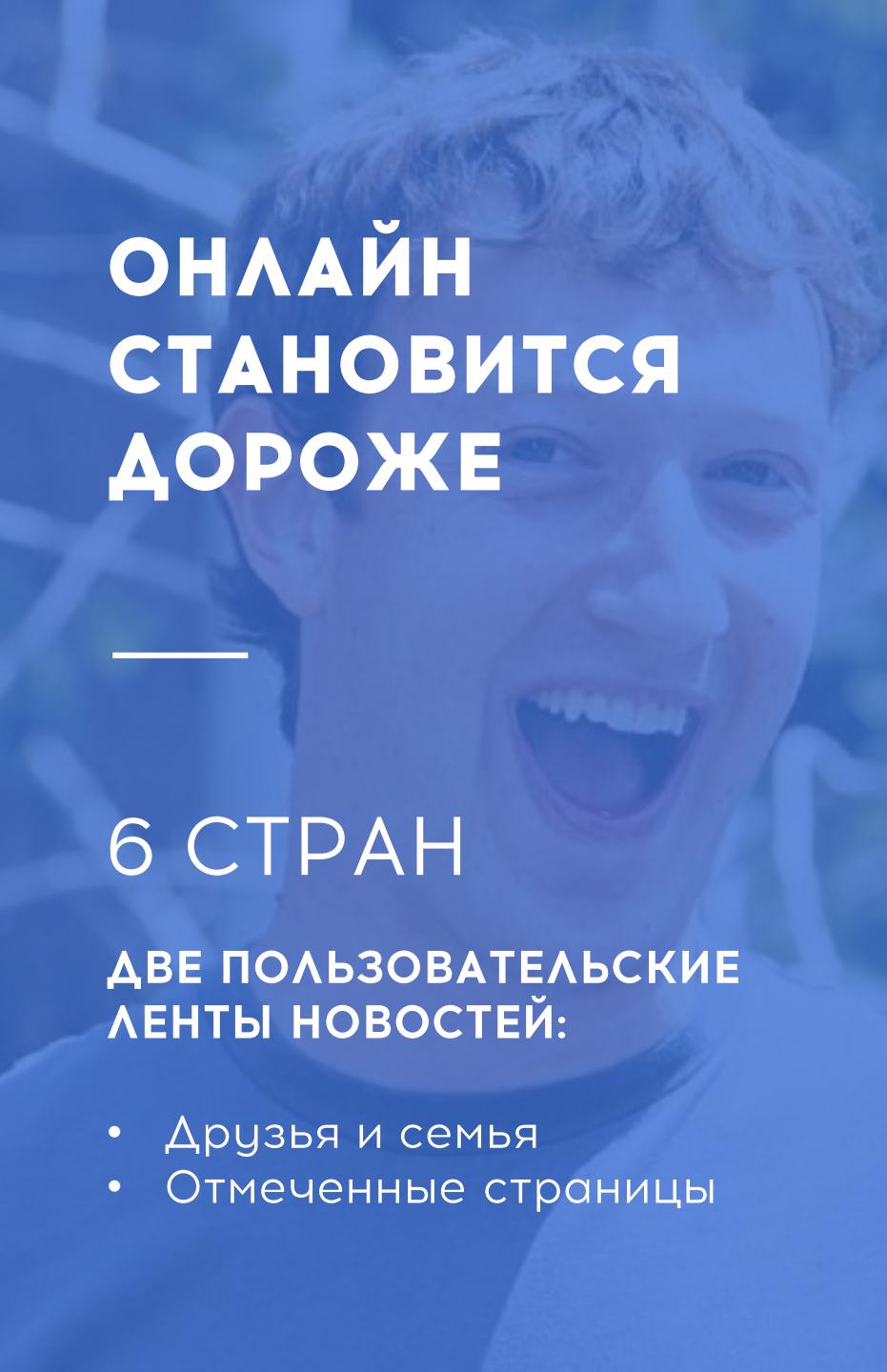
В 2016 году наметился

**РОСТ ПРОДАЖ БУМАЖНЫХ КНИГ И ЖУРНАЛОВ НА 8%**

**ПРИ СОКРАЩЕНИИ НА 3% – ЭЛЕКТРОННЫХ**

**В ОСНОВНОМ ПОТРЕБИТЕЛИ  
ПСИХОЛОГИЧЕСКИ  
НЕ ГОТОВЫ ПЛАТИТЬ  
ЗА ЦИФРОВОЙ ПРОДУКТ  
ПРИ СОПОСТАВИМОЙ  
СТОИМОСТИ.**





# ОНЛАЙН СТАНОВИТСЯ ДОРОЖЕ

---

6 СТРАН

ДВЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЕ  
ЛЕНТЫ НОВОСТЕЙ:

- Друзья и семья
- Отмеченные страницы

*Охват публикаций  
в Facebook снизился  
от 60 до 80%*

*«Если вы хотите,  
чтобы ваши сообщения  
в Facebook были замечены  
в ленте новостей, вам  
нужно заплатить».*

Филипп Струхарик,  
журналист словацкой  
газеты Dennik N

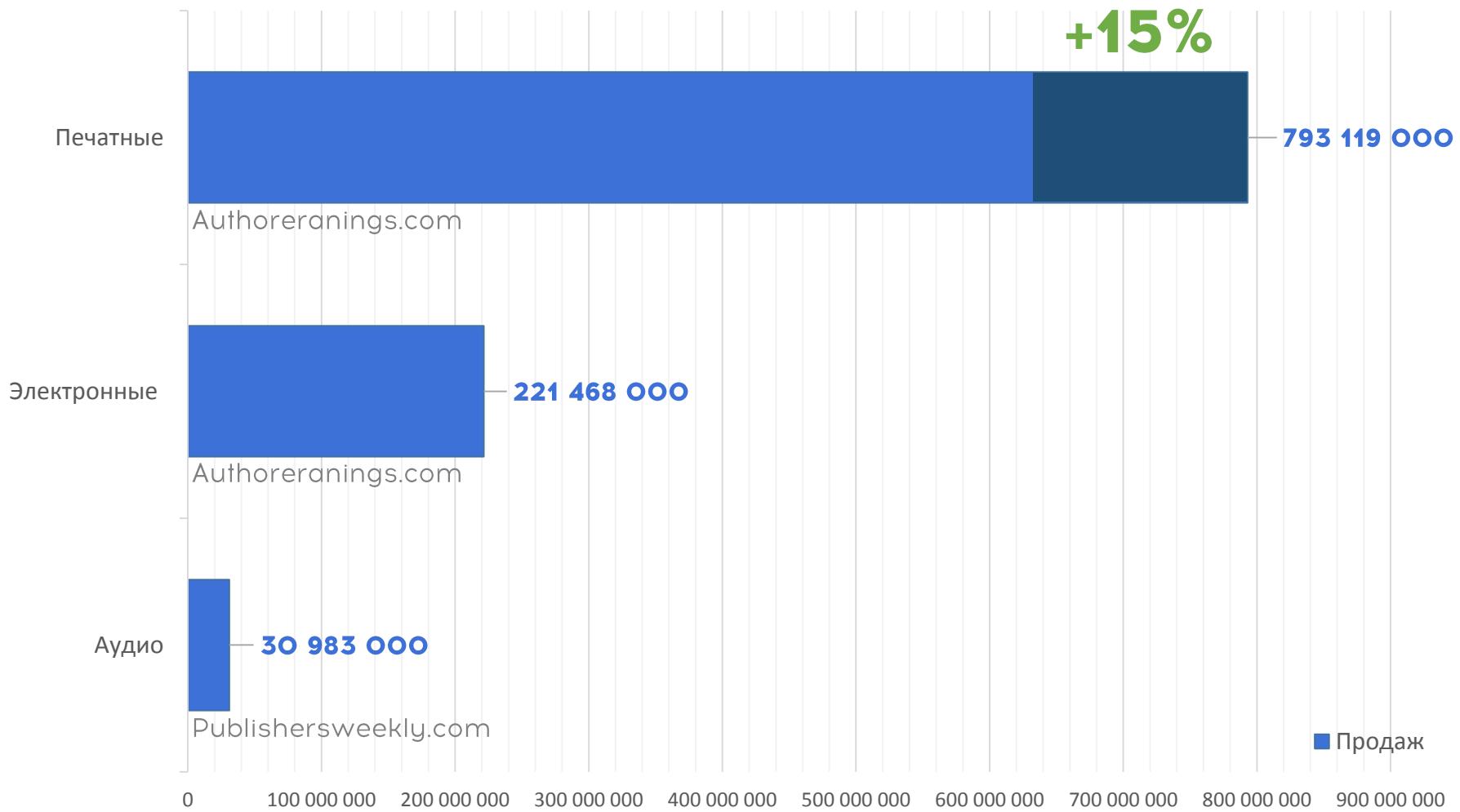
# КНИГИ ЛУЧШЕ, ЧЕМ СОФТ )))

ДЖЕФФ БЕЗОС СТАЛ САМЫМ  
БОГАТЫМ ЧЕЛОВЕКОМ В МИРЕ,  
ОБОЙДЯ БИЛЛА ГЕЙТСА.

По данным Bloomberg Billionaires Index, на текущий момент состояние Безоса оценивается в \$93,8 млрд – на \$28,5 млрд больше, чем в начале 2017 г.



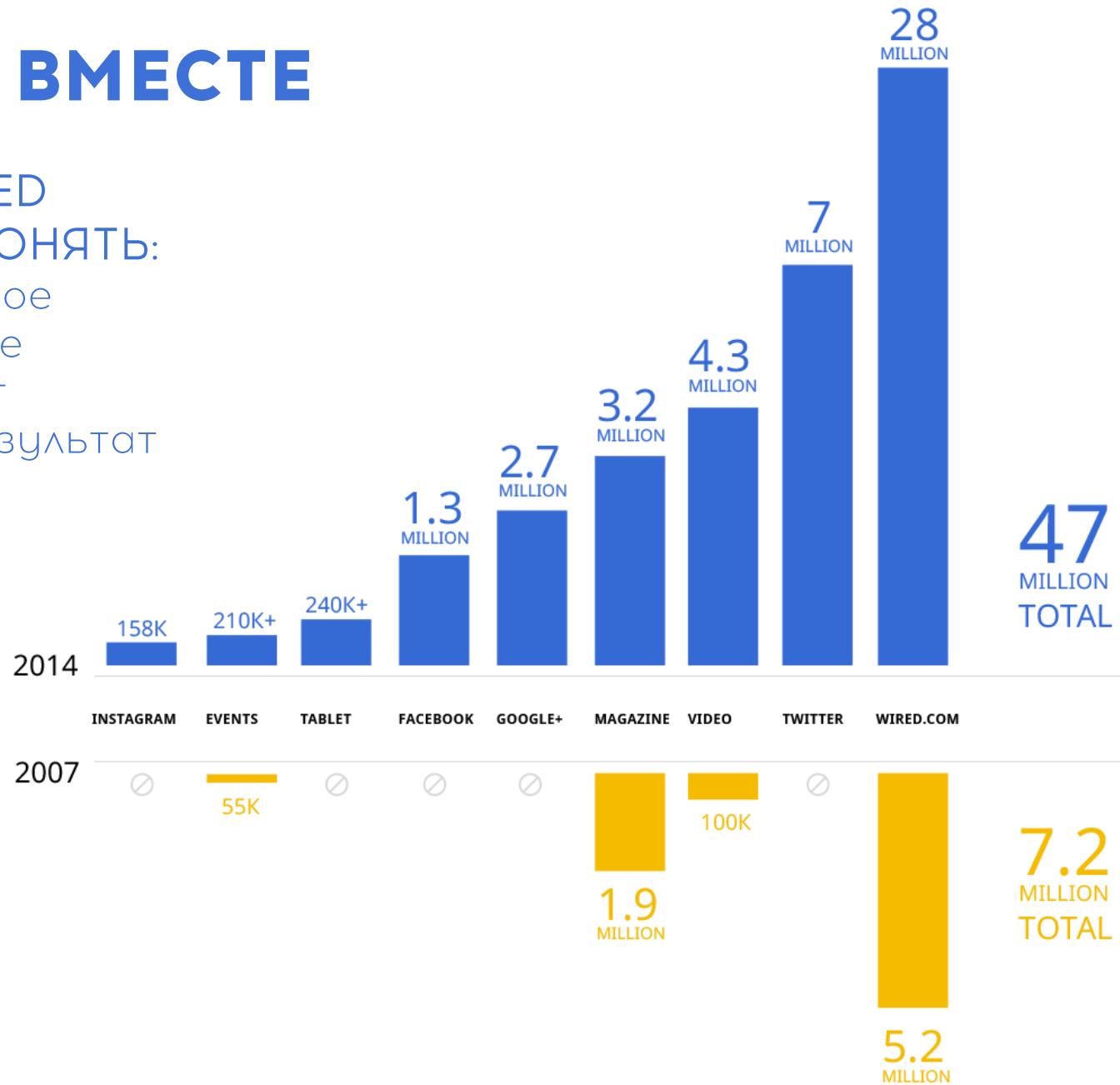
# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КНИГ ПО ФОРМАТАМ В США В 2016 Г.



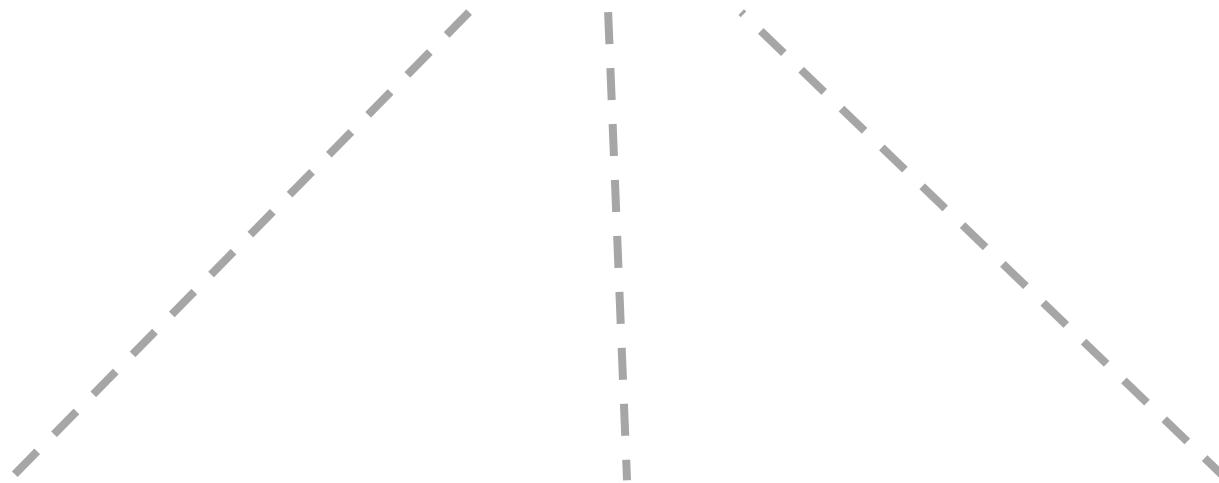
# ТОЛЬКО ВМЕСТЕ

ПРИМЕР WIRED  
ЯСНО ДАЕТ ПОНЯТЬ:

только грамотное  
интегрирование  
форматов дает  
правильный результат



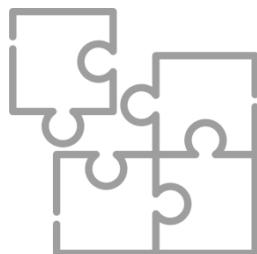
# КАКИМИ МЫ ВИДИМ КОММУНИКАЦИИ ВАШЕЙ КОМПАНИИ С ПОТРЕБИТЕЛЕМ?



Интересными

Нестандартными

Полезными





# «СПОРТ НАВСЕГДА».

# ADIDAS





## СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ SULAMERICA ПОКАЗЫВАЕТ СВОИМ КЛИЕНТАМ, КАК ОНА НАДЕЖНА.

«С вашей компанией такого не случится», – говорит SulAmerica, когда вы, раскрывая разворот, рвете приклеенный доллар.

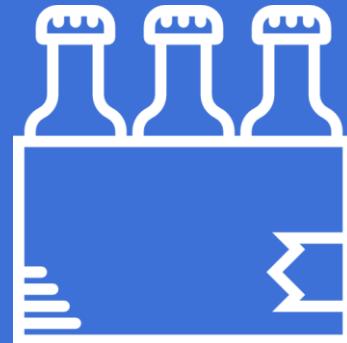


SE TEM GLACIAL  
**GELADA**  
MAIS RÁPIDO, TEM JOGO.

BEBÁ COM RESPEITO E MODERAÇÃO.



TUDO O QUE VOCÊ PRECISA SABER PARA DEIXAR  
A SUA GLACIAL TRINCANDO MAIS RÁPIDO:



# GLACIAL. ОХЛАЖДАЕМ ПИВО

Реклама, которая  
приносит пользу.

Страница пропитана  
специальной солью.  
Если ее намочить,  
обернуть бутылку  
с пивом и поставить  
в морозильник, пиво  
охладится  
в 2 раза быстрее.

Никто не любит теплое  
пиво.



## C&A. СТАВЬТЕ LIKE!

Ретейлер модной одежды C&A разместил рекламу в специализированном печатном издании с возможностью прямого выхода в online.

Читатели ставили like прямо на странице журнала – и информация об этом появлялась в их ленте в Facebook.



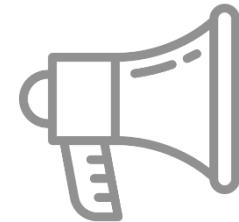
# office life

АУДИТОРИИ  
ПРЕДЛАГАЮТСЯ  
РАЗНЫЕ ФОРМАТЫ  
И РЕЖИМЫ  
ПОТРЕБЛЕНИЯ  
ИНФОРМАЦИИ  
ДЛЯ РАЗНЫХ  
ЖИЗНЕННЫХ СИТУАЦИЙ

(от ежечасных  
бизнес-новостей  
на сайте до вдумчивой  
аналитики в печатном  
журнале)



ДАВАЙТЕ ПИСАТЬ НОВУЮ ИСТОРИЮ  
БЕЛАРУССКОЙ РЕКЛАМЫ, **ИСПОЛЬЗУЯ**  
**СИНЕРГИЮ РАЗНЫХ НОСИТЕЛЕЙ И ФОРМАТОВ**



# ПРИНТ 2.0. НОВАЯ ЭПОХА ДЕЛОВОГО ГЛЯНЦА: ЭФФЕКТИВНЫЕ ТРЕНДЫ

Ваши  
вопросы?



Елена  
Ахвледиани

- Издатель делового журнала  
**office life**
- Совладелец группы компаний



**BELKANTON**  
Group