

ПРИНТ 2.0. НОВАЯ ЭПОХА ДЕЛОВОГО ГЛЯНЦА: ЭФФЕКТИВНЫЕ ТРЕНДЫ



**Елена
Ахвледзани**

- Издатель делового журнала
office life
- Совладелец группы компаний

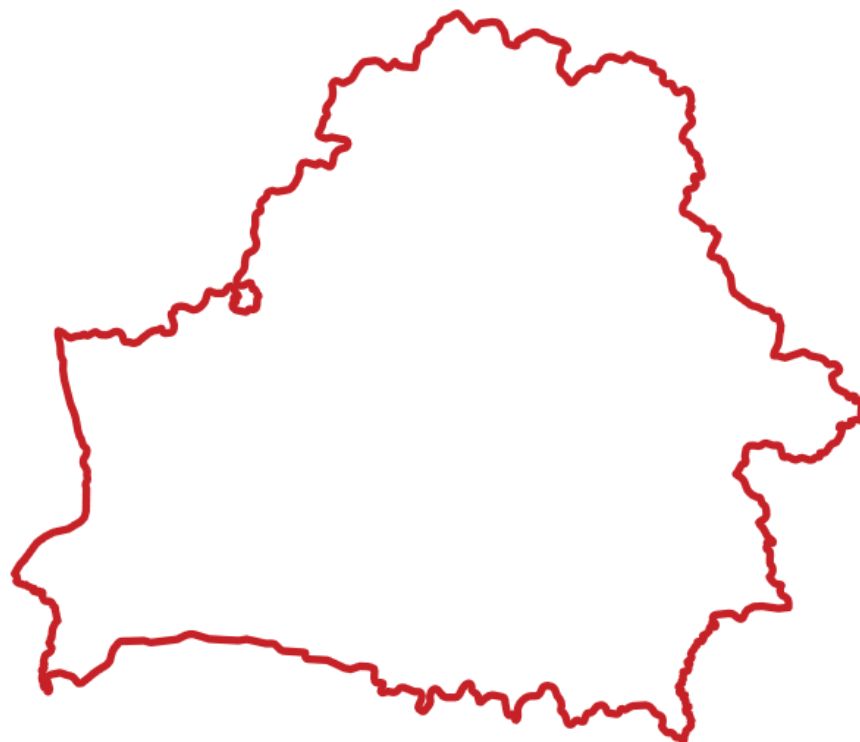


BELKANTON
Group

- ▶ **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



BELKANTON
Group



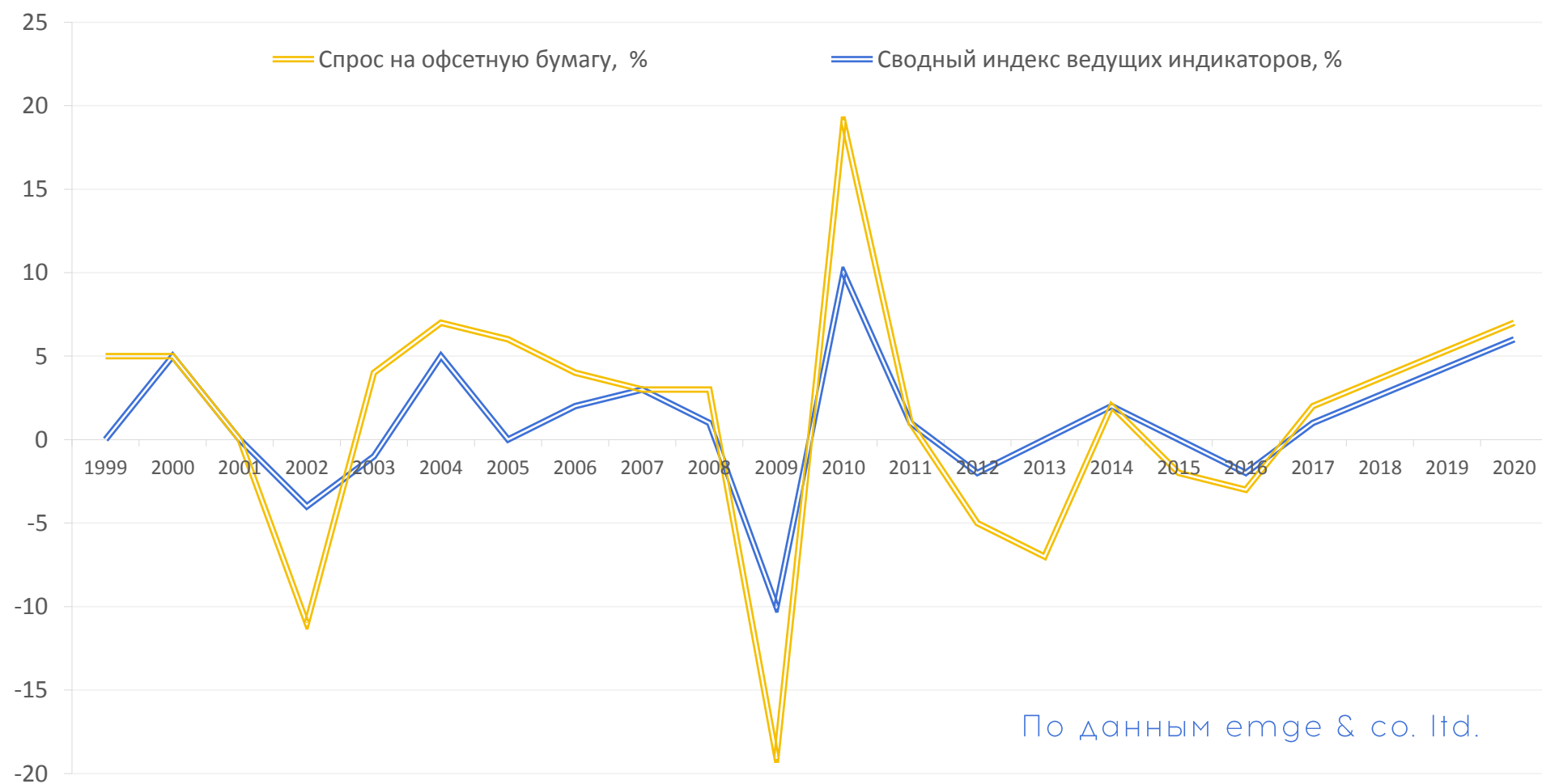
СИТУАЦИЯ В МИРЕ



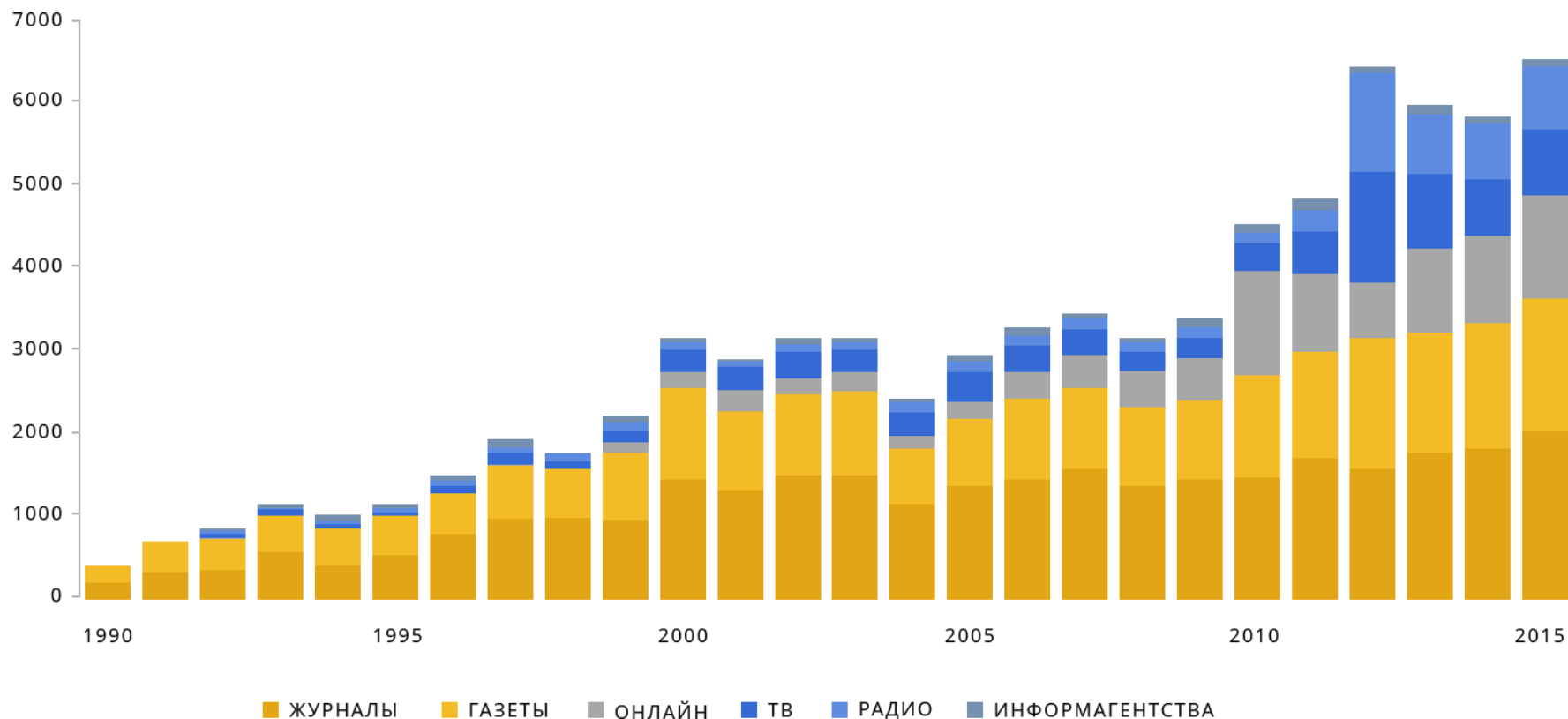
СПРОС НА БУМАГУ ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ

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

GRAPHIC PAPERS



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%



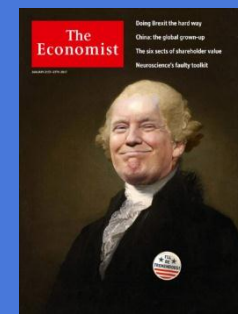
New
Scientist
+2,4%



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

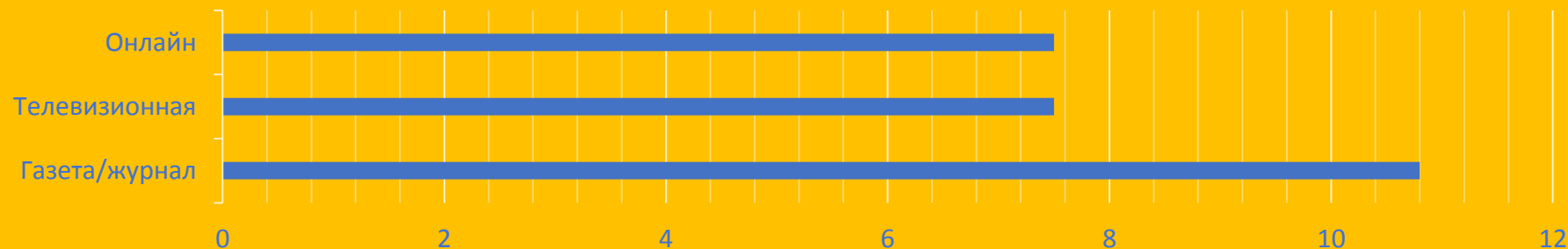
**Каждая четвертая компания
(оборот менее €25 млн)**

- 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



COMEBACK ПРИНТА

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**

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



«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 Сафриан: «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**

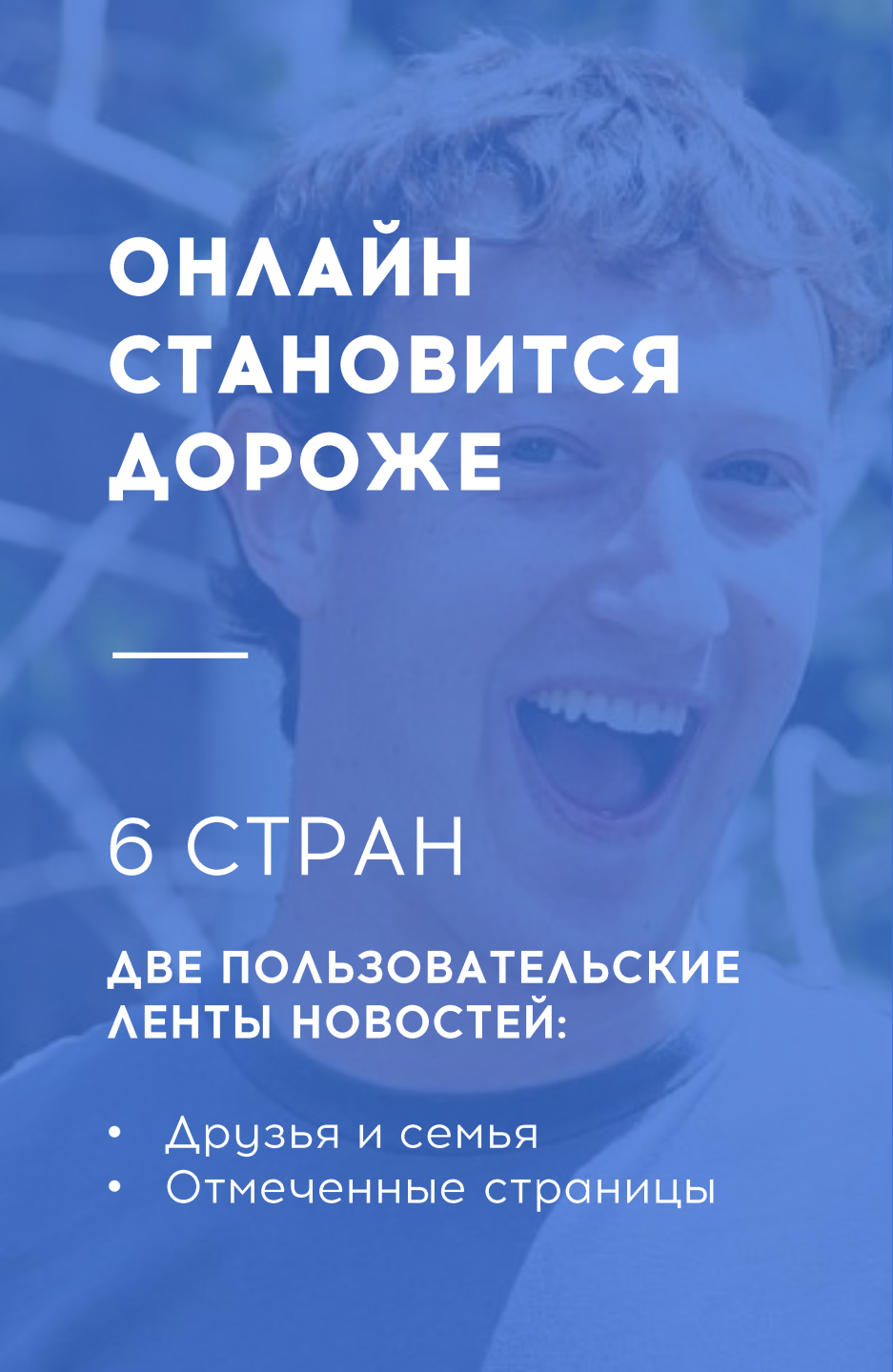
В 2016 году наметился

**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*

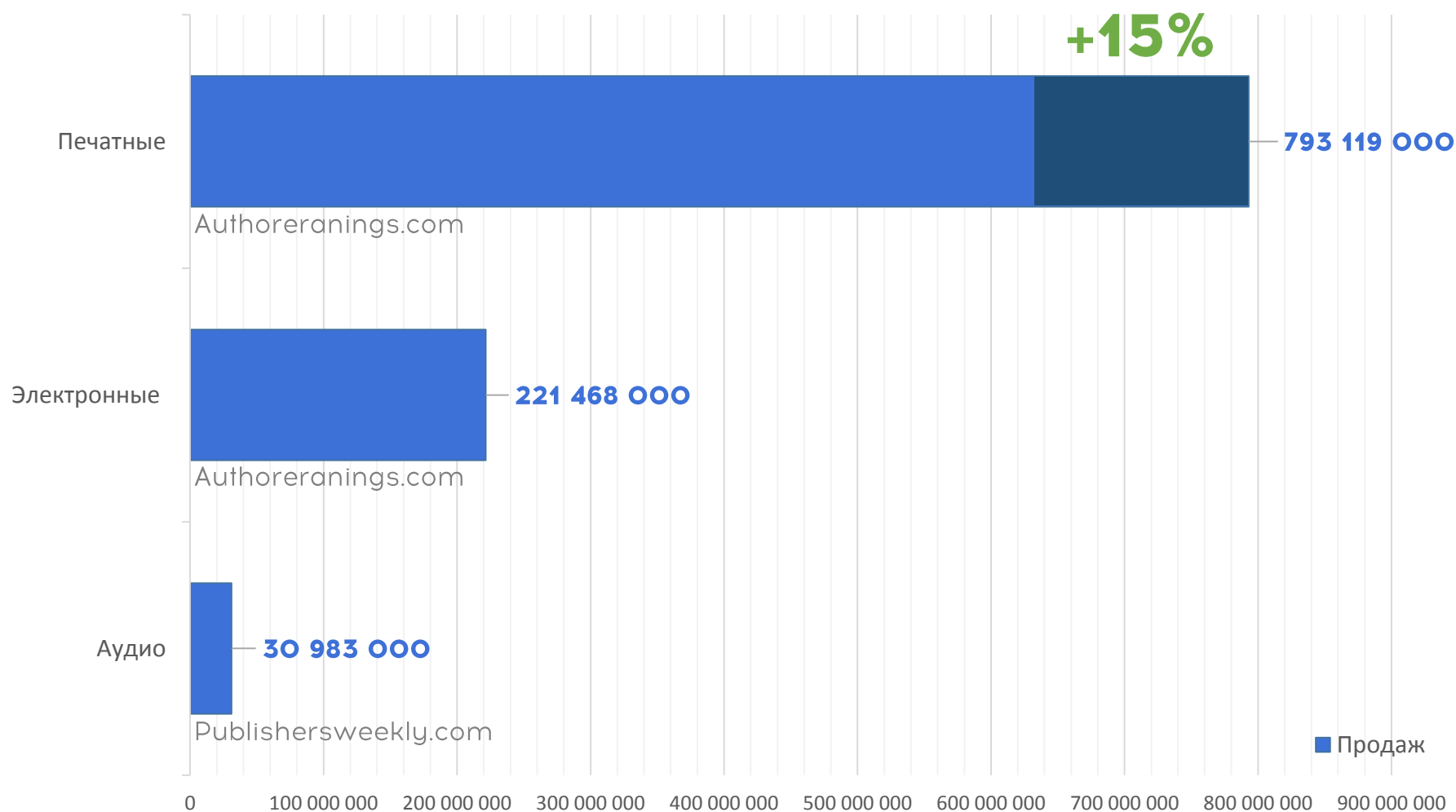
КНИГИ ЛУЧШЕ, ЧЕМ СОФТ)))

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.

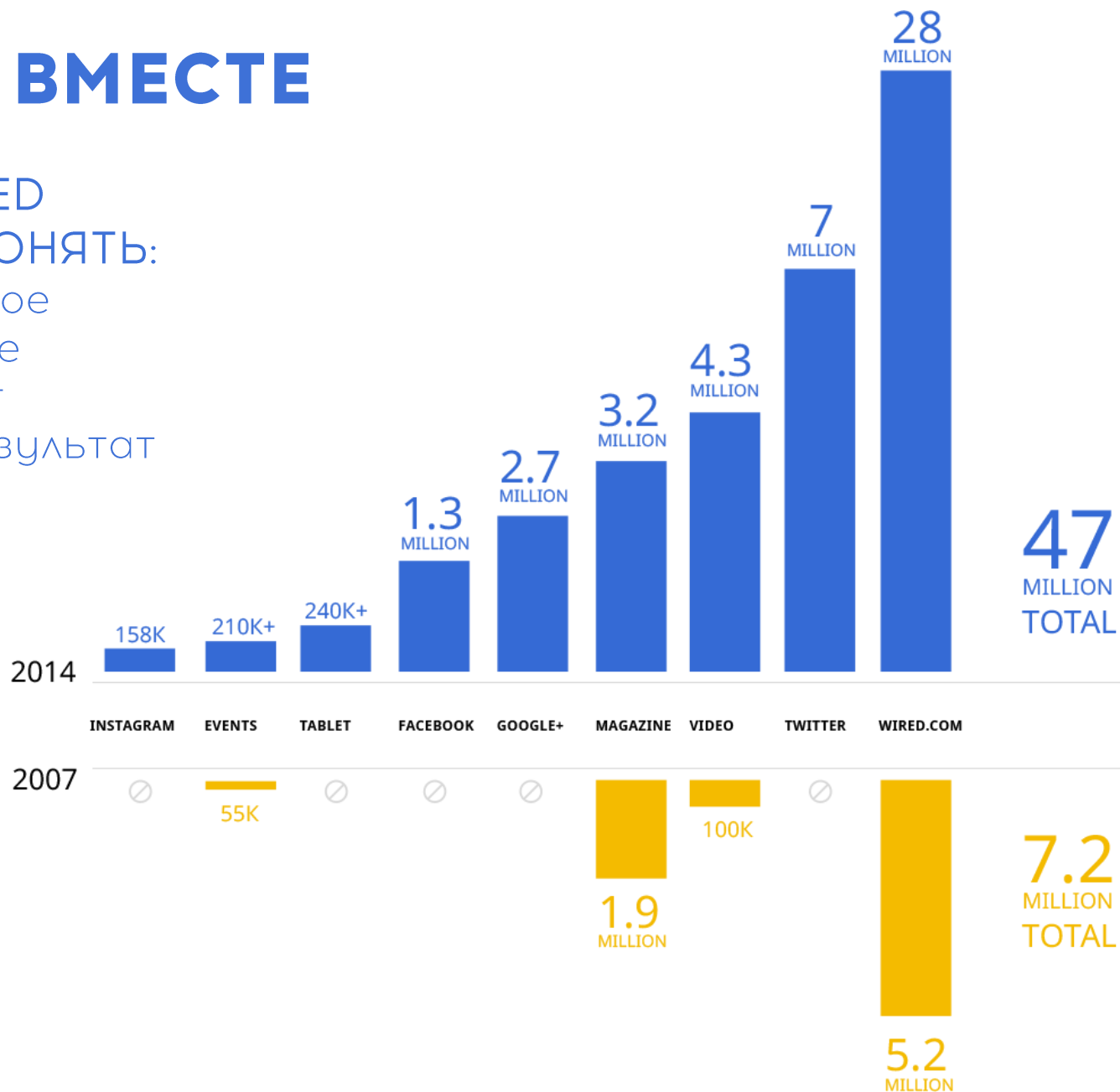


РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КНИГ ПО ФОРМАТАМ В США В 2016 Г.

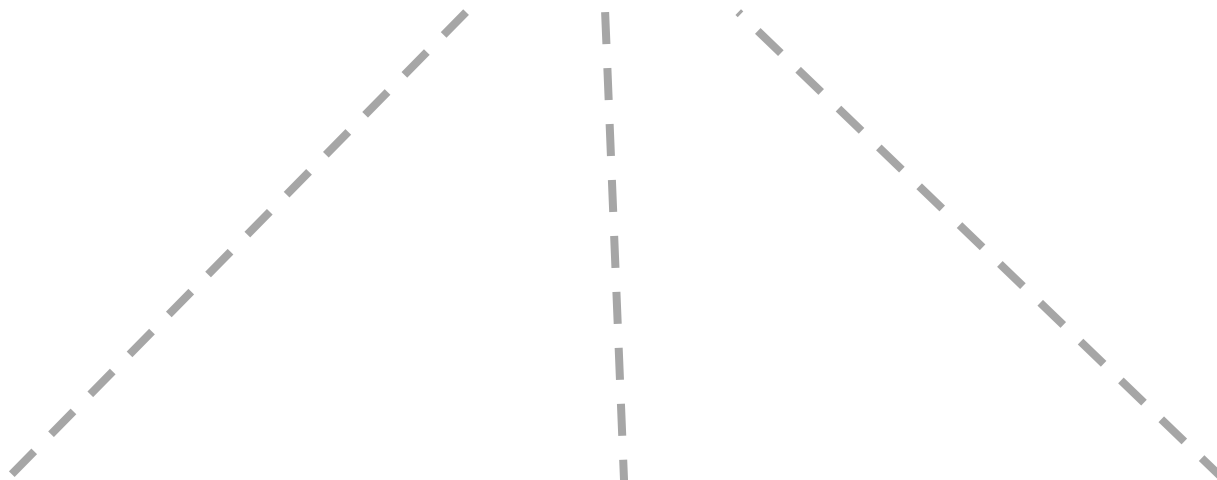


ТОЛЬКО ВМЕСТЕ

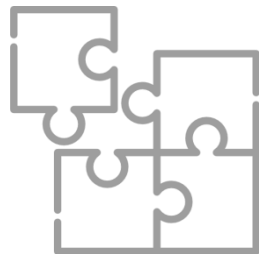
ПРИМЕР WIRED
ЯСНО ДАЕТ ПОНЯТЬ:
только грамотное
интегрирование
форматов дает
правильный результат



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.

BEBE COM RESPEITO E MODERAÇÃO.



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



1. Coloque a água da torneira.

2. Encha o copo com a Glacial. Coloque no freezer e deixe gelar o seu copo de Glacial.



3. Coloque no freezer o seu copo de Glacial. Deixe gelar o seu copo de Glacial.

4. Pronto, agora o seu copo de Glacial está gelado.

0800-771-0123
Central de Atendimento
www.glacial.com.br

BRASIL KIRIN

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
БЕЛОРУССКОЙ РЕКЛАМЫ, **ИСПОЛЬЗУЯ
СИНЕРГИЮ РАЗНЫХ НОСИТЕЛЕЙ И ФОРМАТОВ**



ПРИНТ 2.0. НОВАЯ ЭПОХА ДЕЛОВОГО ГЛЯНЦА: ЭФФЕКТИВНЫЕ ТРЕНДЫ



**Елена
Ахвледзани**

**Ваши
вопросы?**

- Издатель делового журнала
office life
- Совладелец группы компаний



BELKANTON
Group