



МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Ксения Ачкасова
исполнительный директор Mediascope

Что изменилось?



Время, затрачиваемое на медиа



Структура аудитории



Тематические предпочтения



Потребление

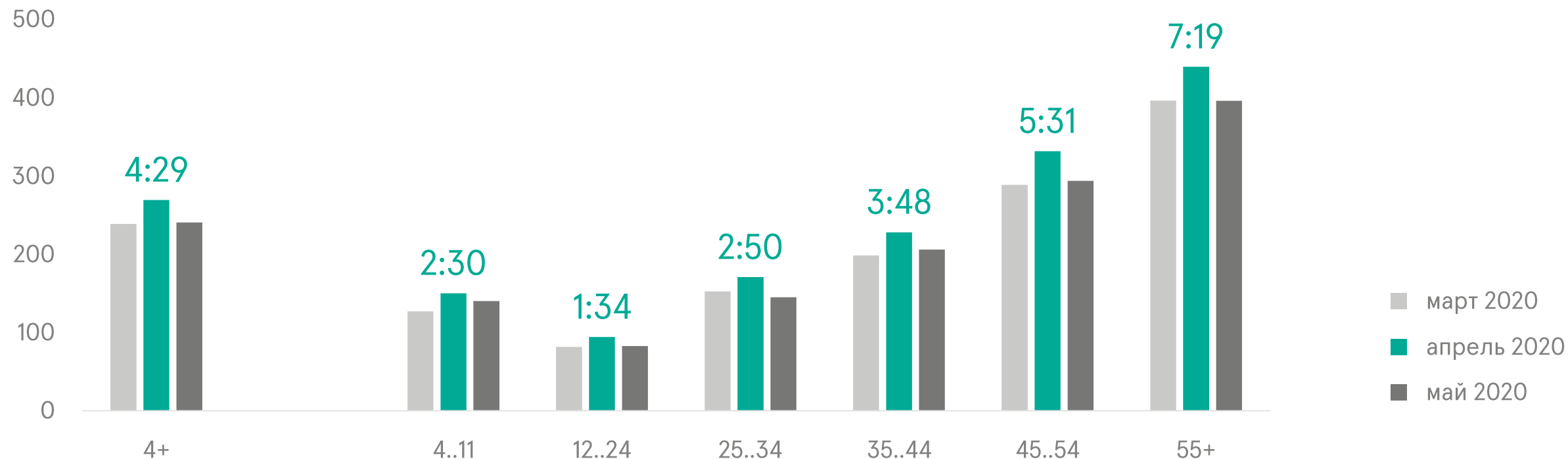
The background of the slide is a dark, grayscale image. In the upper half, a pair of glasses with dark frames and light-colored lenses is visible. In the lower half, a black remote control with numerous buttons is shown. The overall aesthetic is clean and modern.

01.

ТЕЛЕПРОСМОТР

Время просмотра ТВ

Прирост во всех целевых группах



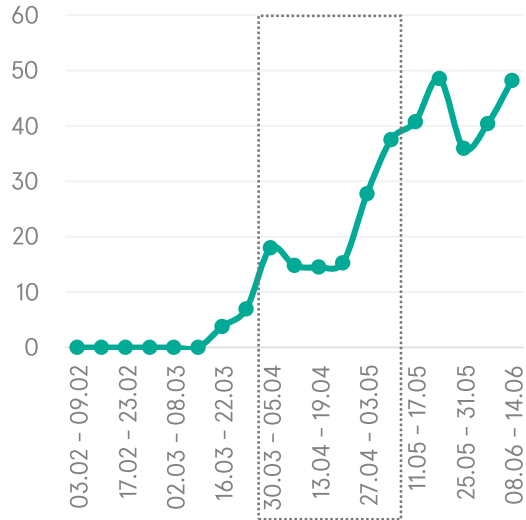
Mediascope TV Index, Россия 100+, дом + дача, население 4+, время просмотра ТВ среди населения (мин)

Digital Brand Day 2020 | Медиапотребление в новой реальности

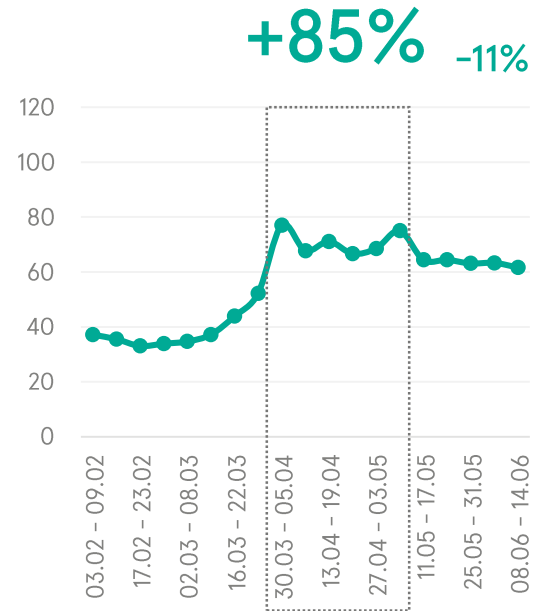
Приток новых зрителей

Нелояльная аудитория осталась на ТВ после окончания изоляции

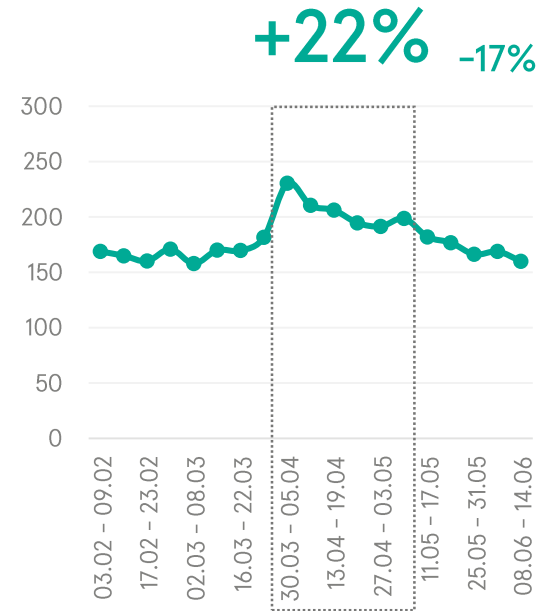
Не смотрели ТВ



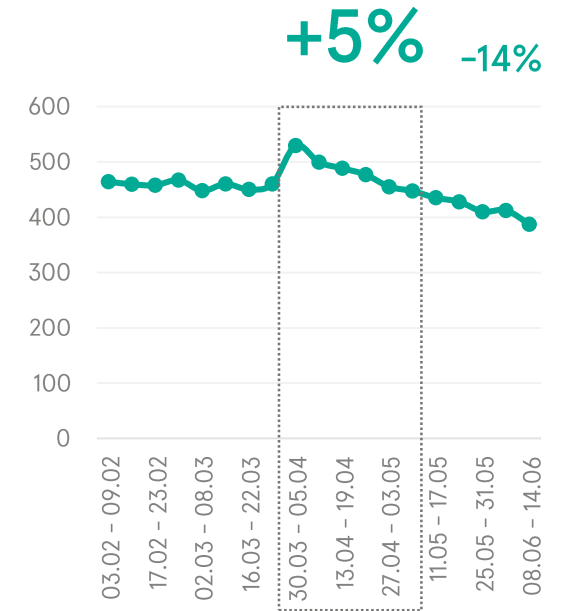
LIGHT-зрители



MEDIUM-зрители



HEAVY-зрители

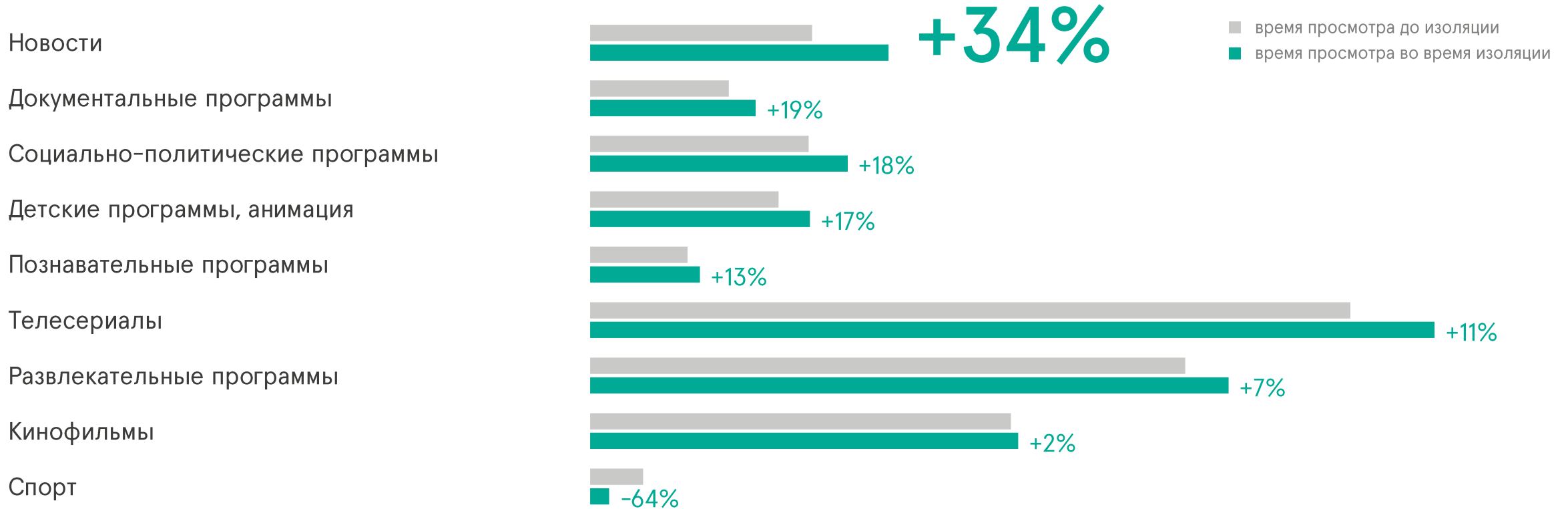


Mediascope TV Index, Россия 100+, дом + дача, население 4+, время просмотра ТВ среди населения (мин)
Группы зрителей отобраны за период с 1 февраля по 15 марта и разделены по суммарному времени просмотра ТВ за период
Контуром на графиках выделен период нерабочих дней по всей стране

Digital Brand Day 2020 | Медиапотребление в новой реальности

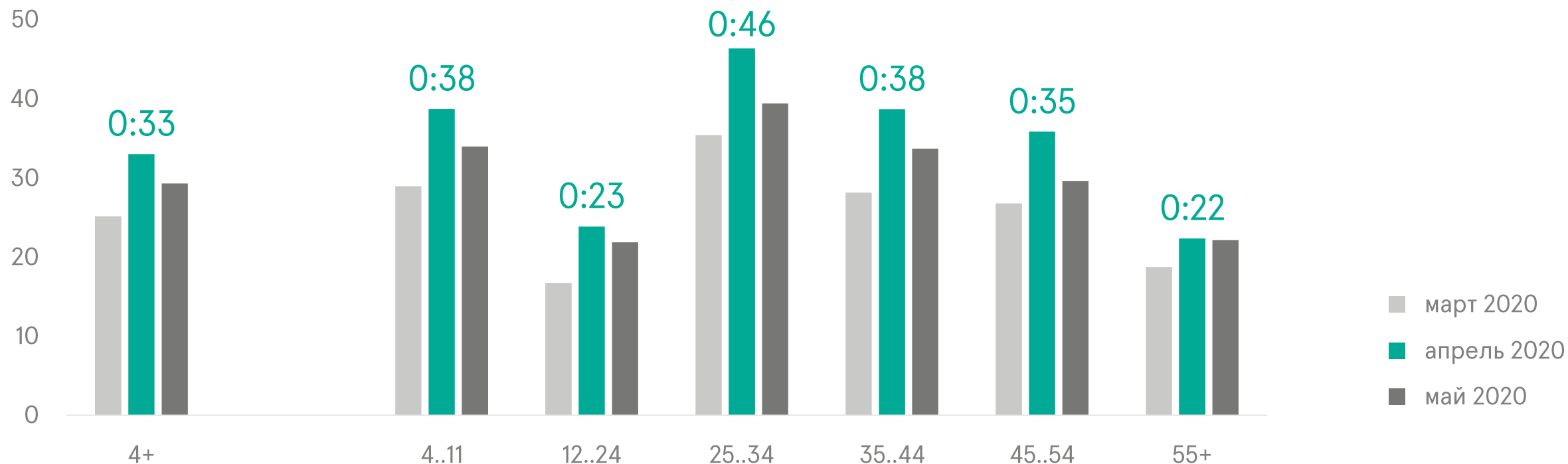
Жанровые предпочтения

Наибольший прирост – у новостных программ



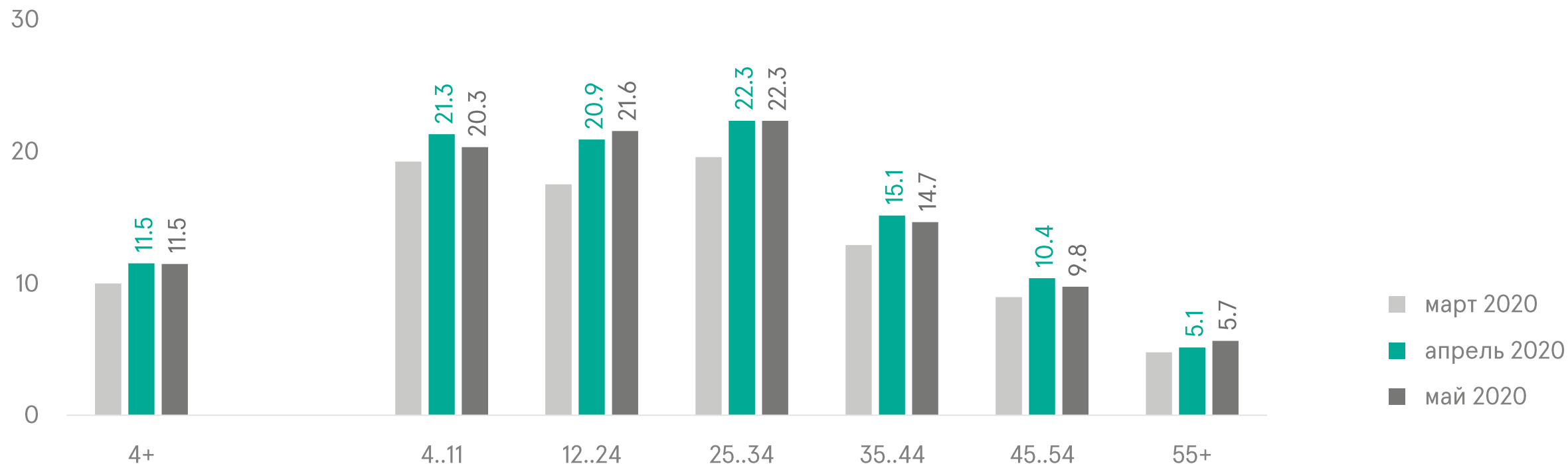
Нелинейный просмотр

Прирост на 30% во время изоляции



Нелинейный просмотр

Доля от всего просмотра ТВ остается высокой после окончания изоляции



Mediascope TV Index, Россия 100+, дом + дача, население 4+, среднесуточное время использования ТВ не для просмотра телеканалов, % от всего времени использования ТВ

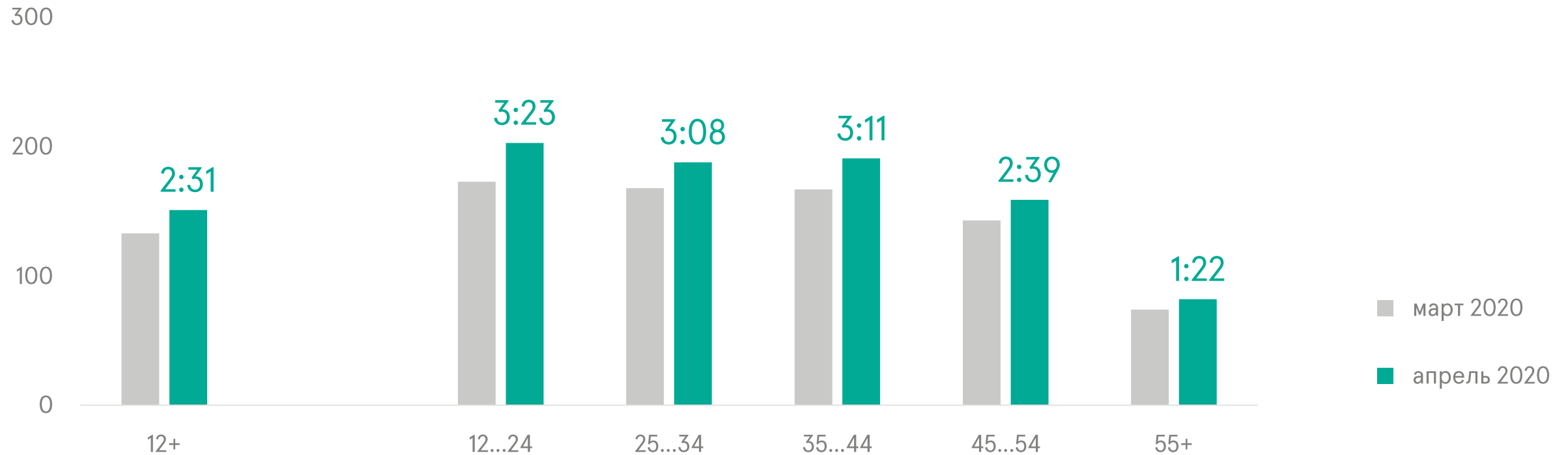
Digital Brand Day 2020 | Медиапотребление в новой реальности

02.

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
ИНТЕРНЕТА**

Время использования интернета

Прирост во всех целевых группах



Mediascope WEB-Index, вся Россия, население 12+, Desktop&Mobile, среднесуточное время пользования среди населения (мин)

Digital Brand Day 2020 | Медиапотребление в новой реальности

Время использования интернета

Рост использования всех экранов



Desktop

+19%

март 2020

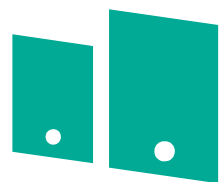


0:37

апрель 2020



0:44



Mobile

+11%

март 2020



1:36

апрель 2020



1:47

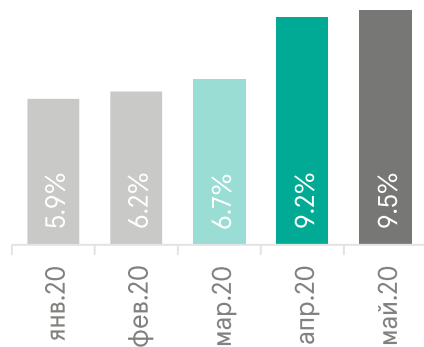
Тематические предпочтения

Куда стали заходить чаще | топ-5 тематик по приросту суточного охвата



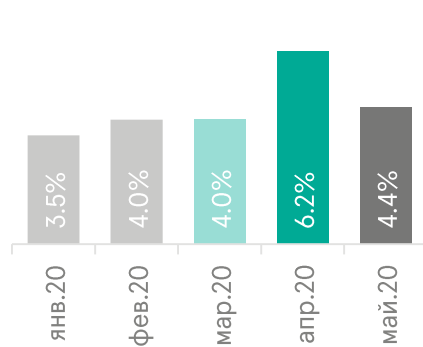
Госуслуги

Gosuslugi
Mos
Pfrf



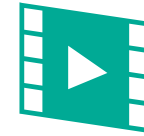
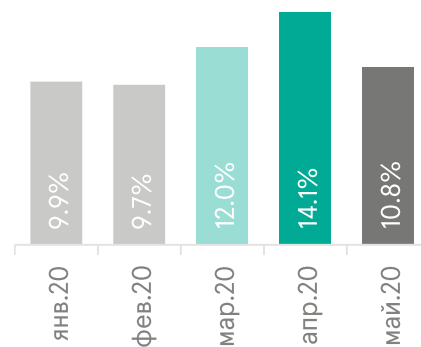
Образование

Wikipedia
Znanija
Dnevnik



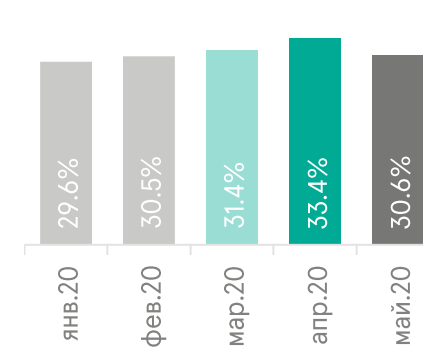
Новости

Ria
Lenta
Rbc



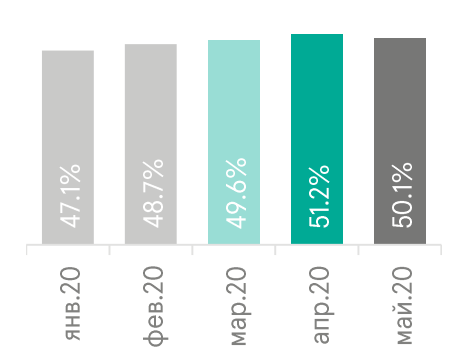
Видеоресурсы, ТВ

Youtube
Ivi
Ntv



Социальные сети

Vk
Instagram
Odnoklassniki



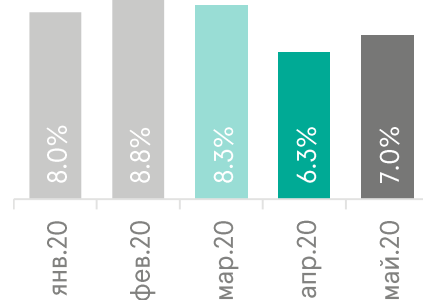
Тематические предпочтения

Что стало менее актуально | топ-5 сокротившихся тематик



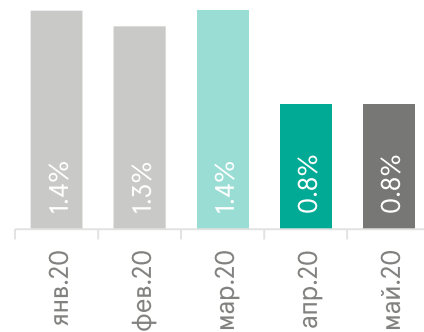
Карты, транспорт

2ГИС
Яндекс.Карты
Яндекс.Навигатор



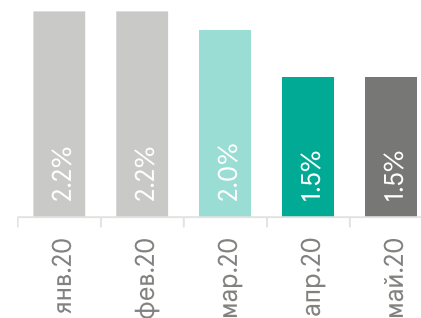
Путешествия

Booking
Rzd
Tutu



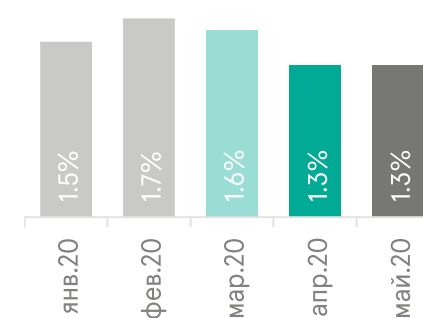
Спорт

Championat
Sportmail
Sports



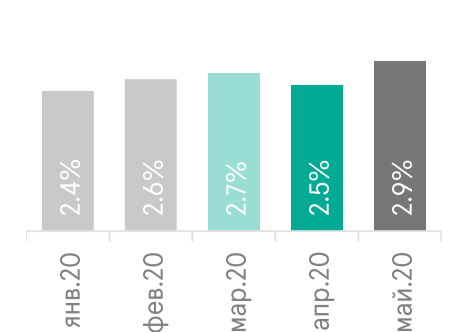
Работа

Hh
Zarplata



Погода

Gismeteo
Rp5
Rambler Погода

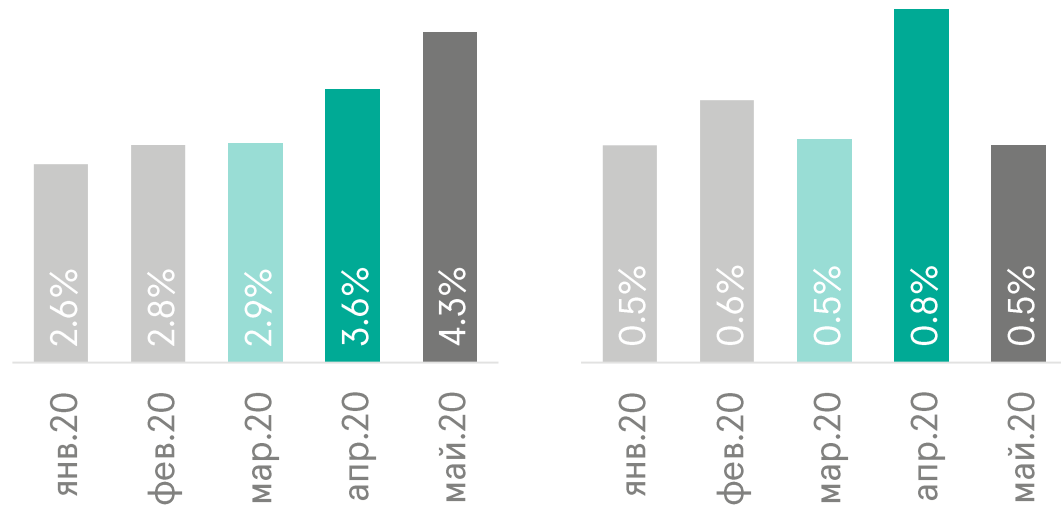


Интернет-магазины

Стали посещать чаще

Wildberries | маркетплейс

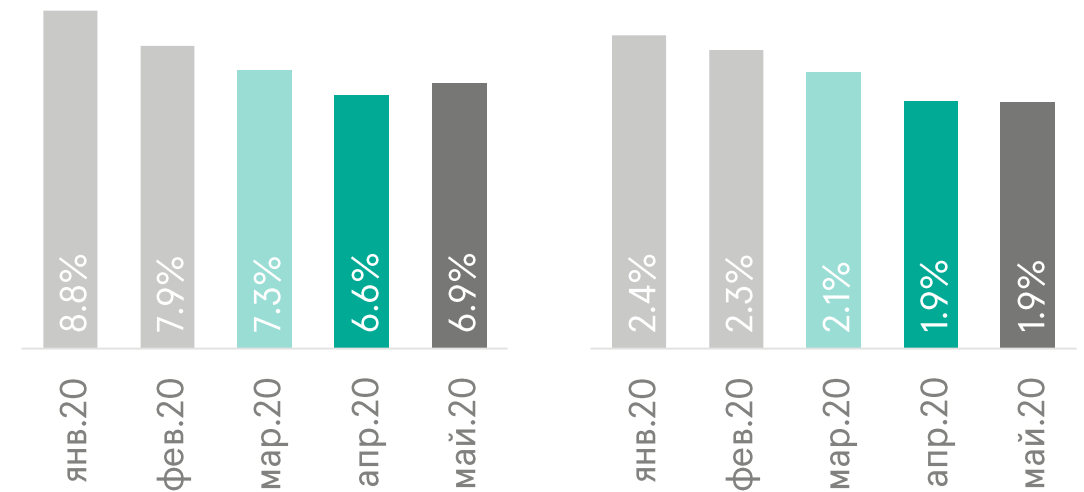
Eldorado | техника



Стали посещать реже

Aliexpress | товары из Китая

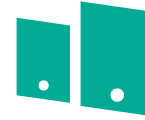
Joom | товары из Китая



Видеоконференции



Zoom Desktop



Zoom Mobile



03.

ПОТРЕБЛЕНИЕ

Brand Pulse – старт поставки в мае 2020



Большой справочник
по рынкам



Все важнейшие
характеристики потребления



Данные о населении
всей страны



Еженедельные данные
по топовым категориям



Гибкая система
поставки данных



Возможности кастомизации
и adhoc исследований

Какие данные доступны

ПРОФИЛЬ

база + справочник

Общие данные:

- соц-дем
- lifestyle
- медиа и сервисы
- реклама
- психографика
- потребление

USAGE&ATTITUDE

справочник

Привычки потребления:

- объемы
- вкусы
- затраты
- влияющие на выбор факторы
- ...

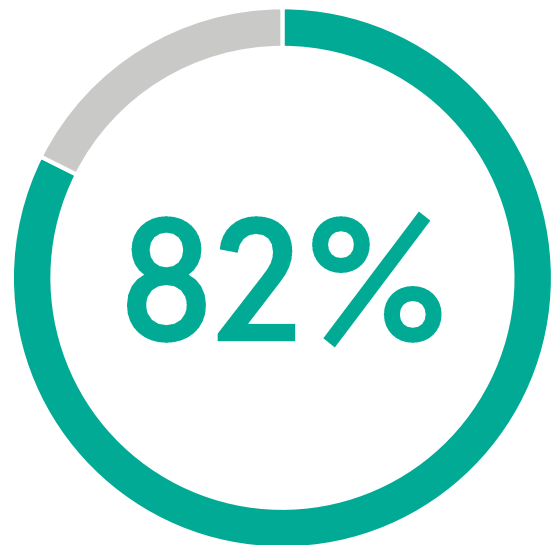
BRAND HEALTH TRACKING

динамика

KPI брендов:

- знание
- использование
- намерение купить
- MOB
- NPS
- запоминание рекламы
- ...

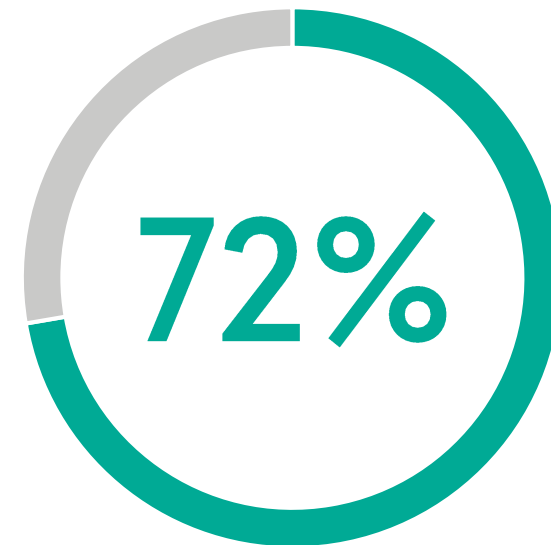
Отношение к рекламе



готовы смотреть рекламу,
если она позволяет
смотреть кино или
другое видео бесплатно



считают, что реклама может
быть полезна, если она
рассказывает об интересных
брендах и товарах



говорят, что им
нравится смешная
или остроумная
реклама

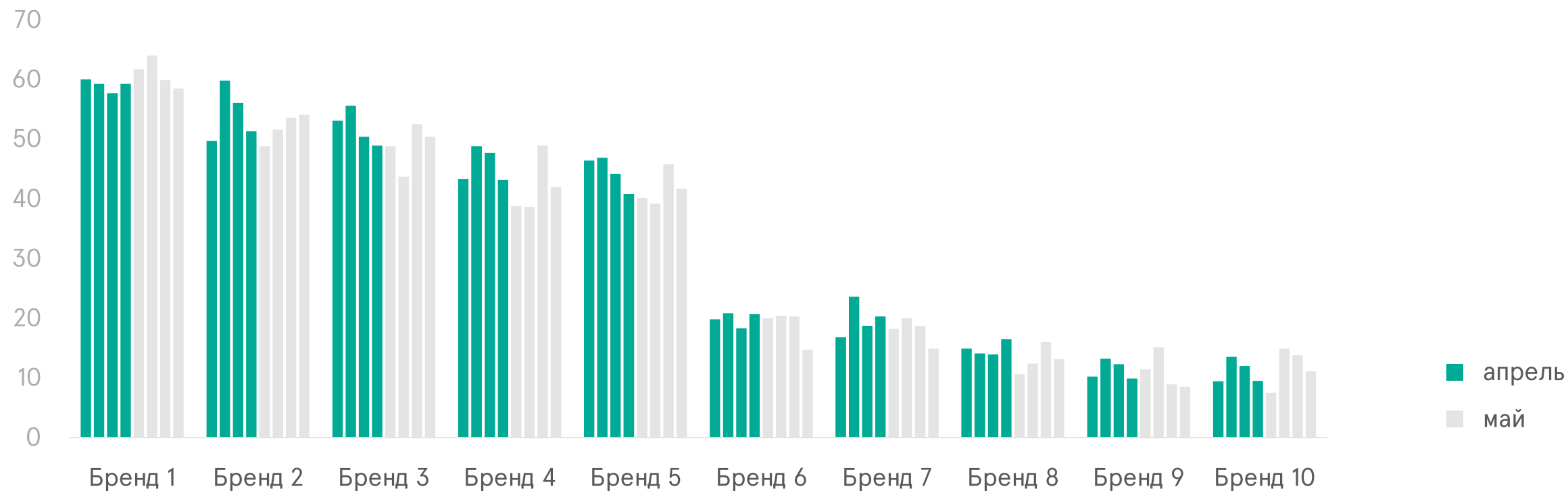
Какую рекламу больше всего замечают?

Декларируемое поведение



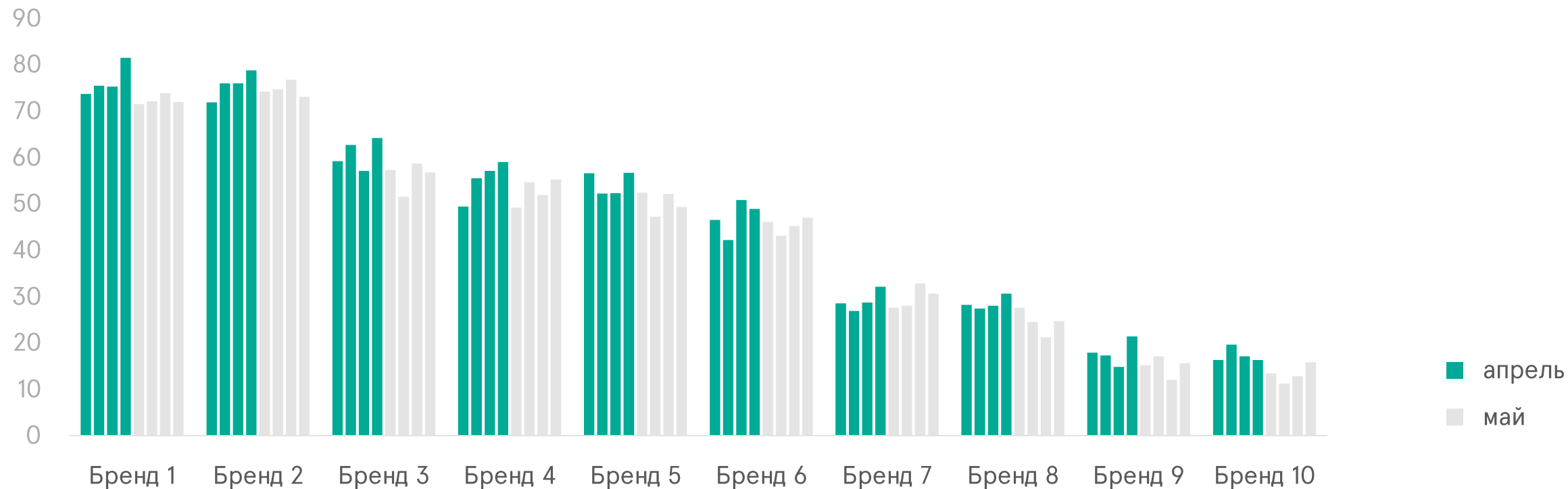
Потребление в период пандемии

Доставка готовой еды



Потребление в период пандемии

Маркетплейсы





СПАСИБО!