

Исследование прессы

Итоги и перспективы развития



Марина Лучина

Руководитель сектора
исследований прессы

1

Рекламный рынок

2

Аудиторные данные

3

Развитие проектов по прессе

1

Рекламный рынок

2

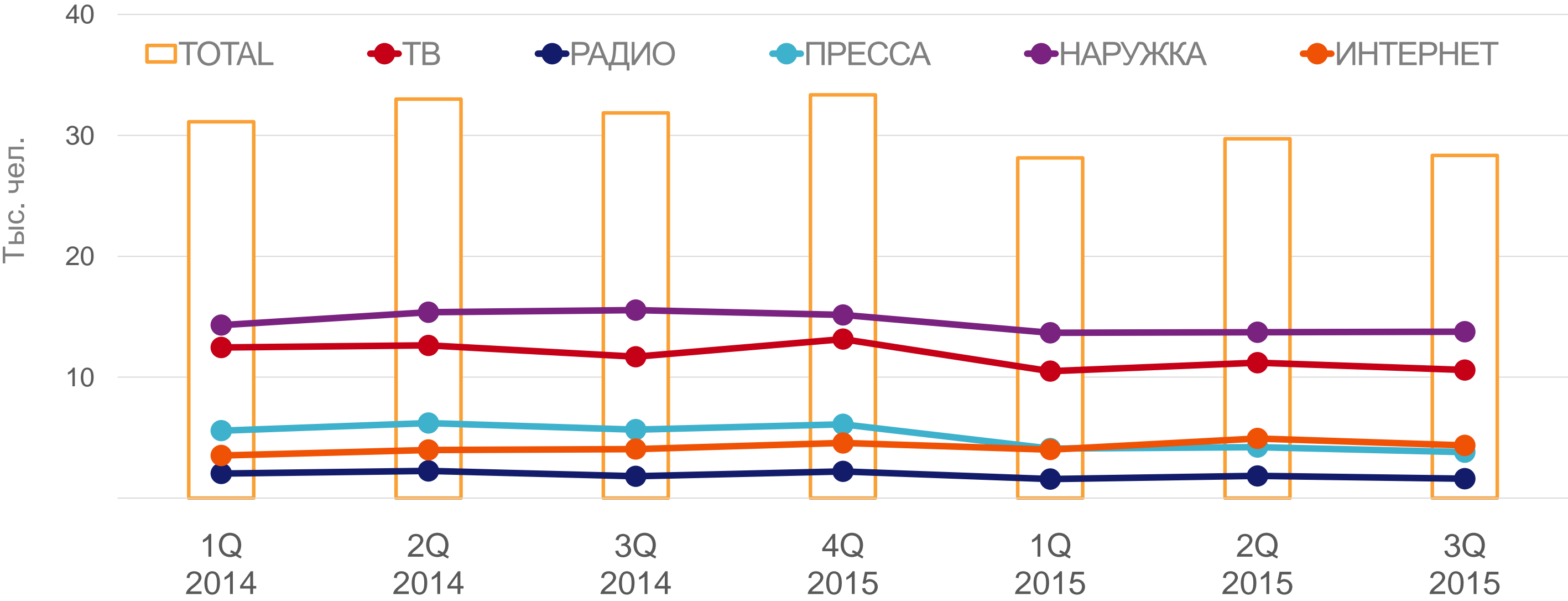
Аудиторные данные

3

Развитие проектов по прессе

КОЛИЧЕСТВО РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ В СМИ

Из Топ-100 рекламодателей 2014 г. в 2015 г.* 99 продолжили размещаться в прессе



Источник - TNS Media Intelligence, ТВ (Ролик, Спонсорская заставка, Анонс: Спонсорская заставка), Радио (Ролик, Спосорский ролик), Пресса (коммерческая реклама+свободные вложения), Наружная реклама, Интернет, национальные + локальные размещения, во всех городах мониторинга
*Январь-сентябрь 2015

ТОП-15 КАТЕГОРИЙ В ПРЕССЕ

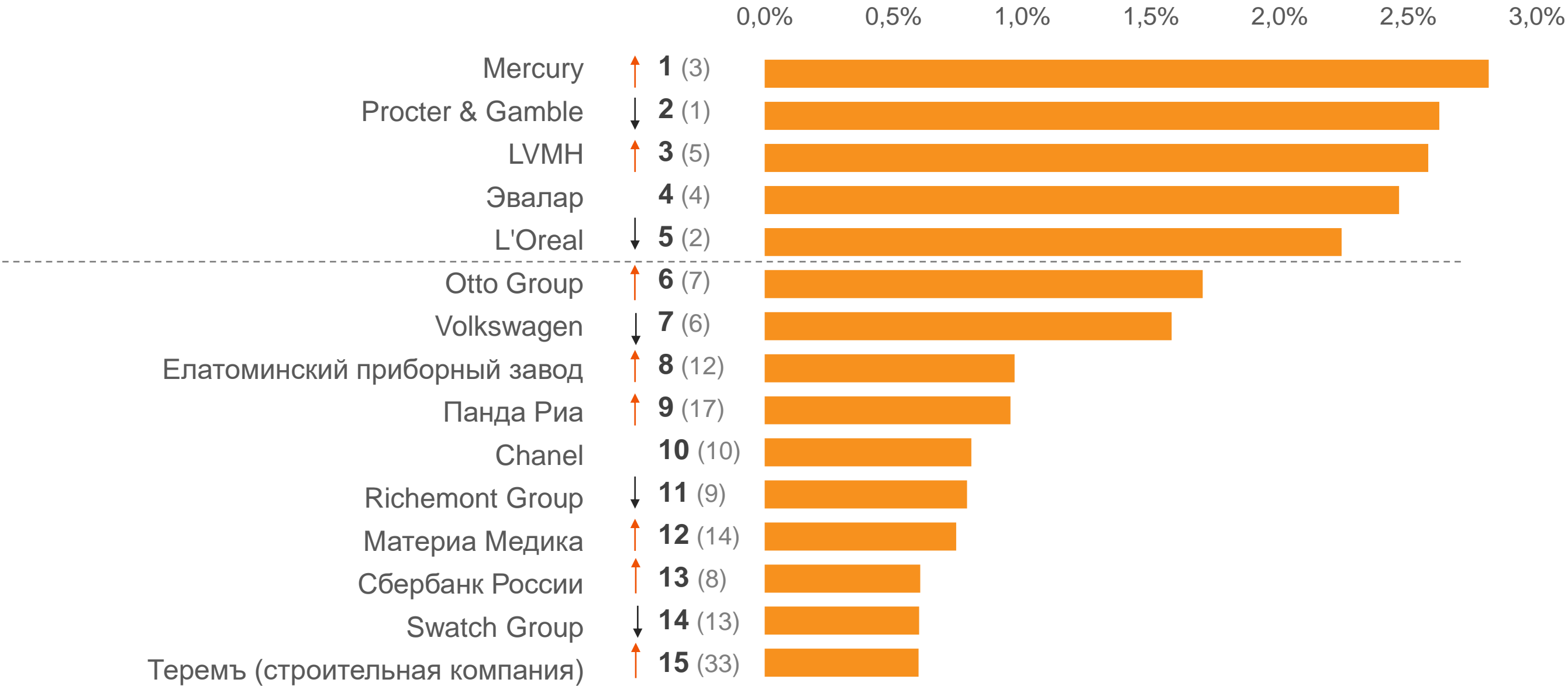
ЯНВАРЬ-СЕНТЯБРЬ 2015 г.



Данные TNS Media Intelligence. Пресса (коммерческая реклама + свободное вложение). Москва и Санкт-Петербург. Бюджет рассчитывается в рублях по прайс-листам, без учета скидок и специальных соглашений, но с учетом надбавок за цветность и позиционирование. Сравнение с Январем-декабрем 2015

ТОП-15 РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ В ПРЕССЕ

ЯНВАРЬ-СЕНТЯБРЬ 2015 г.



Данные TNS Media Intelligence. Пресса (коммерческая реклама + свободное вложение). Москва и Санкт-Петербург. Бюджет рассчитывается в рублях по прайс-листам, без учета скидок и специальных соглашений, но с учетом надбавок за цветность и позиционирование. Сравнение с Январем –Декабрем 2014

БЮДЖЕТЫ ПО ТЕМАТИКЕ ИЗДАНИЙ

ЯНВАРЬ-СЕНТЯБРЬ 2015 г.



Данные TNS Media Intelligence. Пресса (коммерческая реклама + свободные вложения). Москва и Санкт-Петербург.
Бюджет рассчитывается в рублях по прайс-листам, без учета скидок и специальных соглашений, но с учетом надбавок за цветность и позиционирование

ТОР-5 ИЗДАНИЙ В РОССИИ ПО САМОРЕКЛАМЕ*

ТВ, ЧАСЫ		2014	2015
▲	Телнеделя (журнал)	67.2	87.7
▲	Вокруг света	52.2	73.7
▲	Антенна-Телесемь	69.4	71.0
▲	Комсомольская правда	28.2	54.6
▲	Elle girl		30.3

РАДИО, ЧАСЫ		2014	2015
▼	Комсомольская правда	75.5	47.1
▲	Коммерсантъ	7.8	9.1
▲	Аргументы и факты	5.8	6.9
▼	Собака.ru	12.6	5.9
▲	Новости СМИ	2.1	4.9

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА, КОЛИЧЕСТВО ПОВЕРХНОСТЕЙ		2014	2015
▲	Афиша	103	166
▼	Metro (Газета)	158	103
▼	Телек	111	103
▲	Из рук в руки	27	82
▲	Дорогое удовольствие	15	73

*TNS Media Intelligence, январь-сентябрь 2014 /январь- сентябрь 2015, центральные издания

ТОП 10 ИЗДАНИЙ ПО ЦИТИРУЕМОСТИ НА ТВ И РАДИО

ЯНВАРЬ-ОКТЯБРЬ 2015 г.

	ИЗДАНИЕ	КОЛИЧЕСТВО УПОМИНАНИЙ	ДЛИТЕЛЬНОСТЬ, МИН
1	Коммерсант	5042	4250
2	Российская газета	4940	4421
3	Газета "РБК"	3601	4066
4	Известия	3530	2171
5	Ведомости	2522	2422
6	Московский комсомолец	2489	2567
7	Комсомольская правда	1677	1906
8	Независимая газета	1674	1938
9	Вечерняя Москва	1346	636
10	Аргументы и факты	1289	1129

**TNS Media Intelligence, за период январь-октябрь 2015 по количеству упоминаний в обзорах прессы, новостях на телевидении, радио (Москва)*

Мониторинг редакционной поддержки

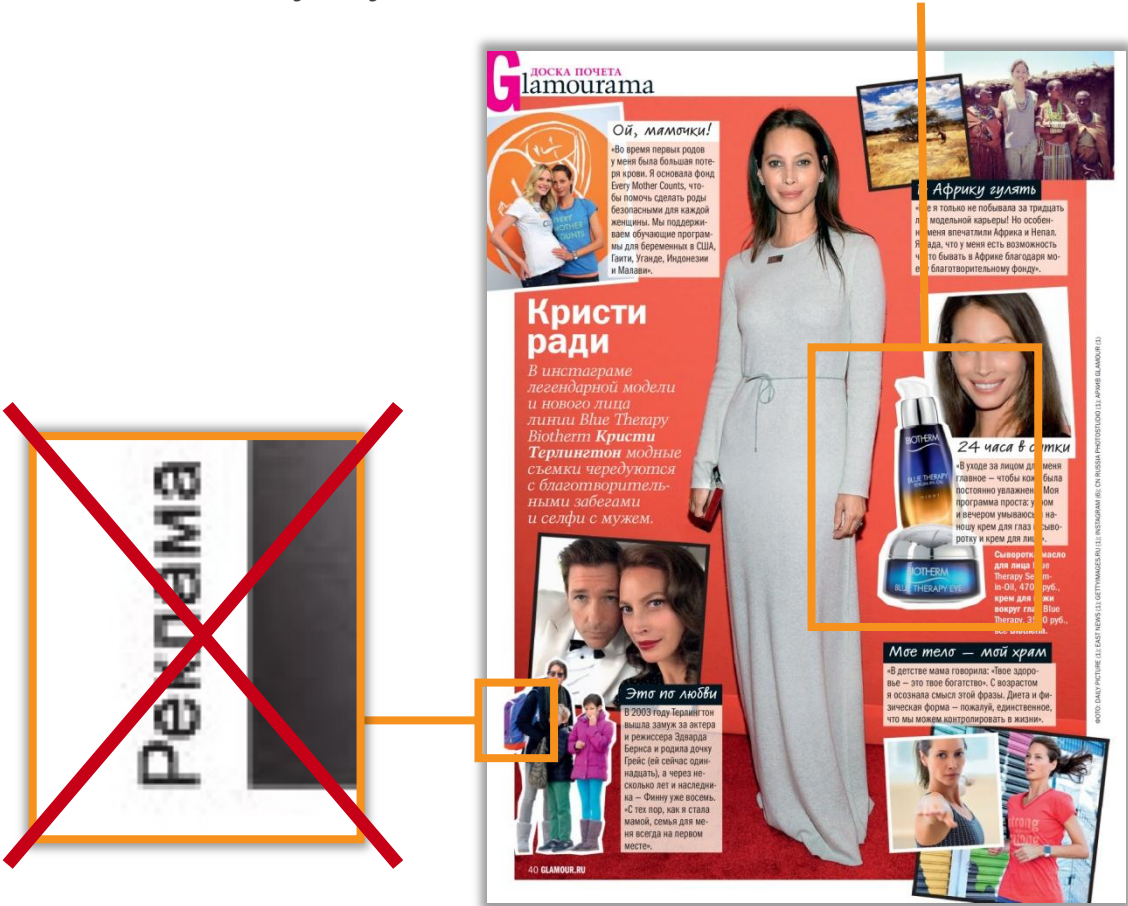
Прямая реклама

Объект мониторинга: реклама со специальной пометкой



Редакционная поддержка (37 изданий*)

Объект мониторинга: брендовые товары/услуги без специальной пометки



* Женские журналы, Мужские журналы, Журналы о дизайне, декоре, издания о досуге и стиле жизни

ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА «РЕДАКЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА»

Состав информации



Издание: Cosmopolitan

Год: 2015

Месяц: Сентябрь

Рубрика: Fashion

Бренд: Lost Ink

Продукт: Женская обувь

Объем: 5/42

Количество упоминаний: 1

Тип рекламы: Фото

Номер страницы: 40

Рекламный эквивалент:

165 476 руб.

Типы сообщений

- Фото
- Фото Мода
- Обложка текст
- Текст
- Обложка
- Показ Мода
- Фото красота
- Текст+Фото
- Показ Косметика/ Парфюмерия
- Фото Интерьер

ПРИМЕР: В ОДНОМ ЖУРНАЛЕ «Х»

РЕДАКЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА

353

бренда

ПРЯМАЯ РЕКЛАМА В ПРЕССЕ

55

брендов

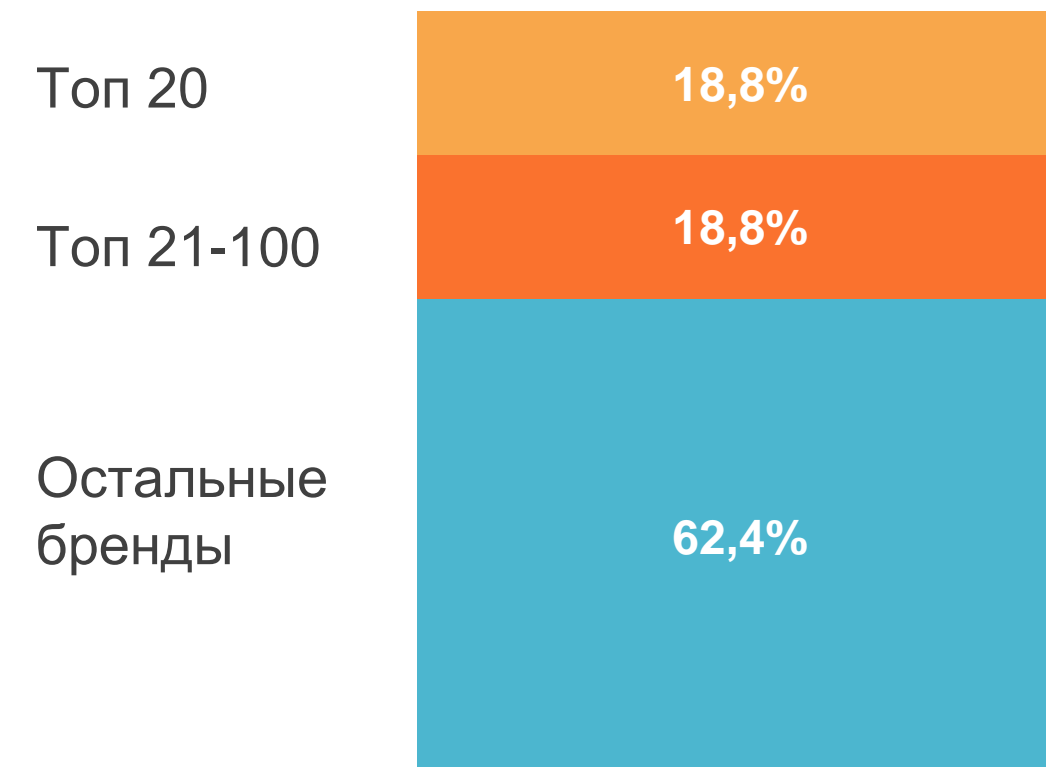
ДОЛЯ ТОП-20 БРЕНДОВ

ЯНВАРЬ-АВГУСТ 2015 г.

В 37 изданиях

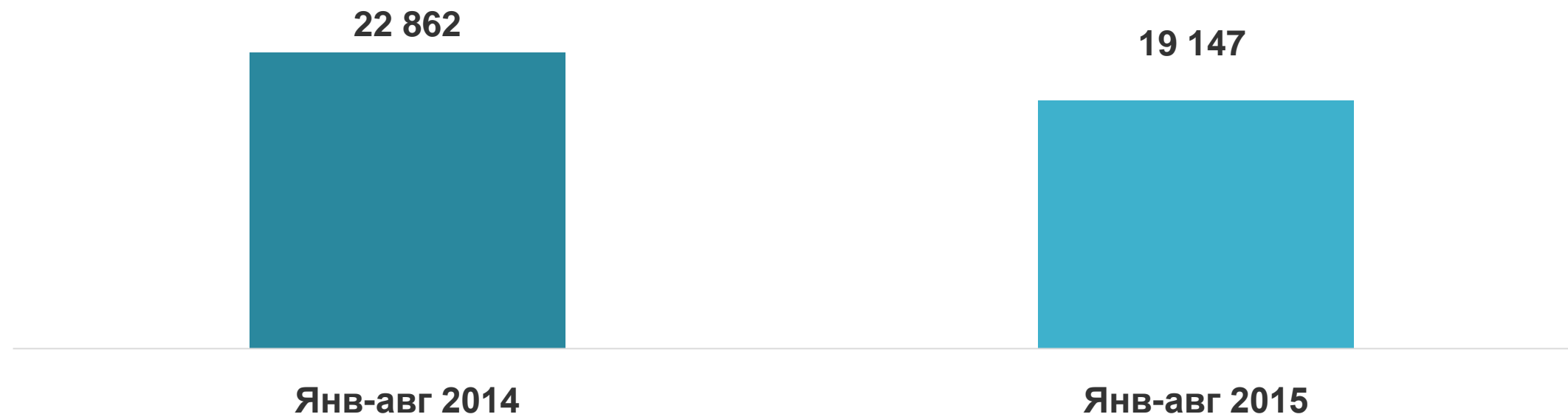
≈ 10 000 брендов

ДОЛЯ БРЕНДОВ (ПОЛОСЫ)

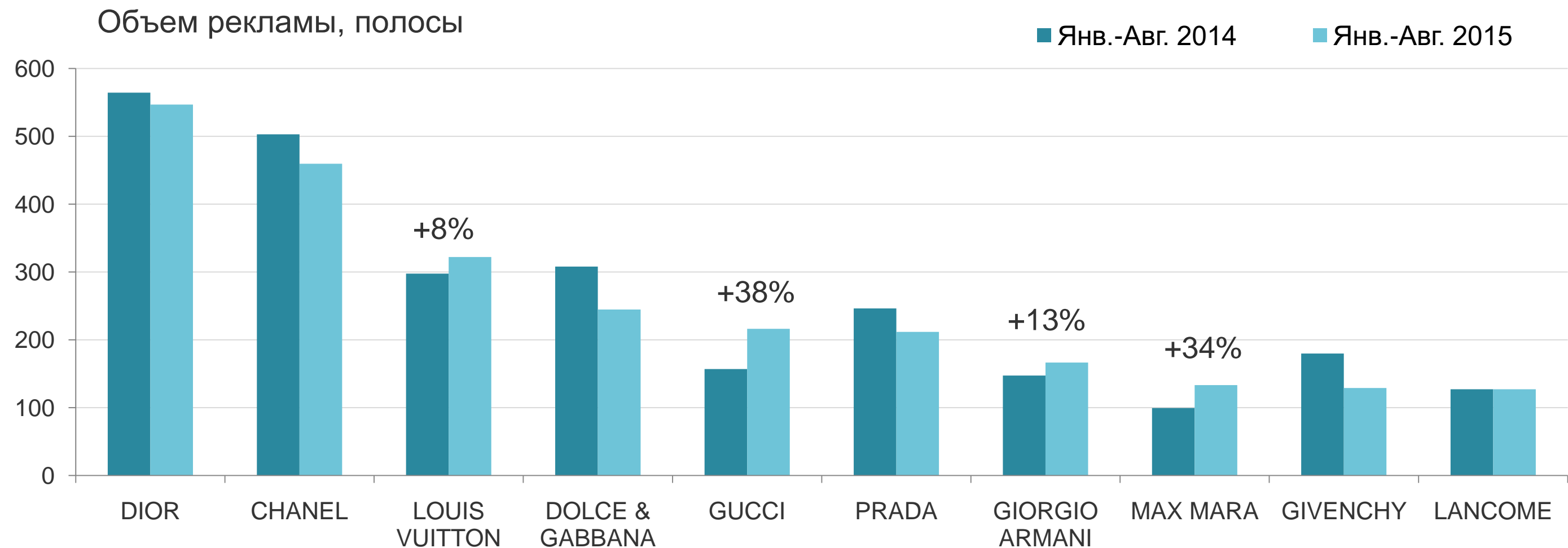


ДИНАМИКА ОБЩЕГО ОБЪЕМА РЕДАКЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКИ

Полосы



ДИНАМИКА ТОП-10 БРЕНДОВ ПО ОБЪЕМУ РЕДАКЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКИ



ТОП-10 БРЕНДОВ ПО ОБЪЕМУ РЕДАКЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКИ В ПРЕССЕ

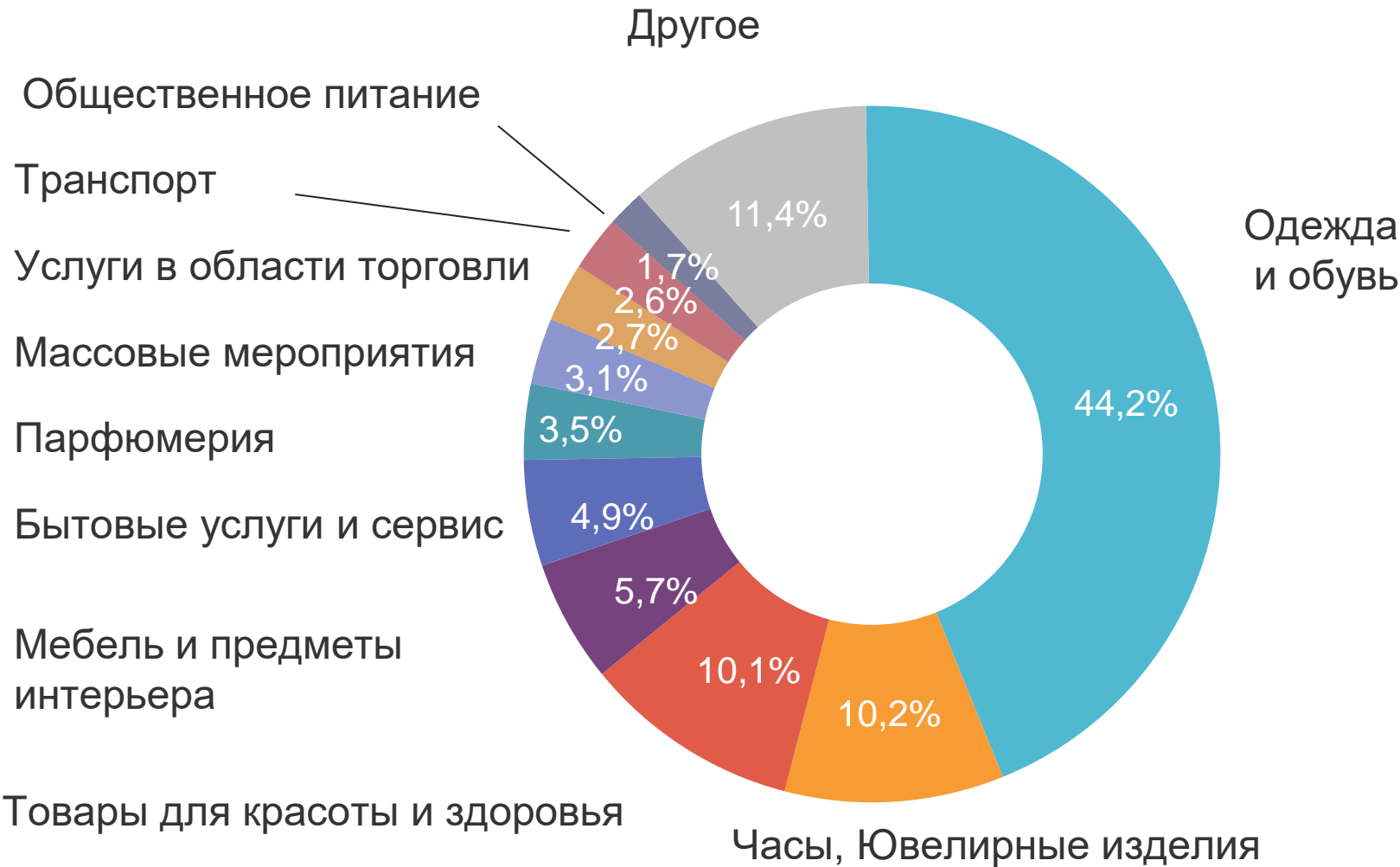
ЯНВАРЬ-АВГУСТ 2015 г.



Источник: TNS Media Intelligence, Январь-Август 2015, Мониторинг редакционной поддержки, Полосы / Мониторинг рекламы в прессе (коммерческая реклама + свободные вложения), 38 изданий, Format Volume

СТРУКТУРА РЕКЛАМЫ В РЕДАКЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКЕ

ЯНВАРЬ-АВГУСТ 2015 г.



	2014	2015
Одежда и обувь	43.9%	44.2%
Часы, Ювелирные изделия	10.5%	10.2%
Товары для красоты и здоровья	10.0%	10.1%
Мебель и предметы интерьера	5.7%	5.7%
Бытовые услуги и сервис	6.0%	4.9%
Парфюмерия	3.3%	3.5%
Массовые мероприятия	3.0%	3.1%
Услуги в области торговли	2.7%	2.7%
Транспорт	2.6%	2.6%
Общественное питание	1.7%	1.7%

Источник: TNS Media Intelligence, Январь-Август 2014, Январь-Август 2015, Мониторинг редакционной поддержки, Полосы

СРАВНЕНИЕ СТРУКТУРЫ РЕДАКЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКИ И ПРЯМОЙ РЕКЛАМЫ

РЕДАКЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА



ПРЯМАЯ РЕКЛАМА В ПРЕССЕ



Источник: TNS Media Intelligence, Январь-Август 2015, Мониторинг редакционной поддержки, 38 изданий, Полосы / Мониторинг рекламы в прессе (коммерческая реклама + свободные вложения) 38 изданий, Format Volume

1

Рекламный рынок

2

Аудиторные данные

3

Развитие проектов по прессе

СОВОКУПНЫЕ ОБЪЕМЫ АУДИТОРИИ ПРЕССЫ (AIR)

МОСКВА

7.1 млн. чел.

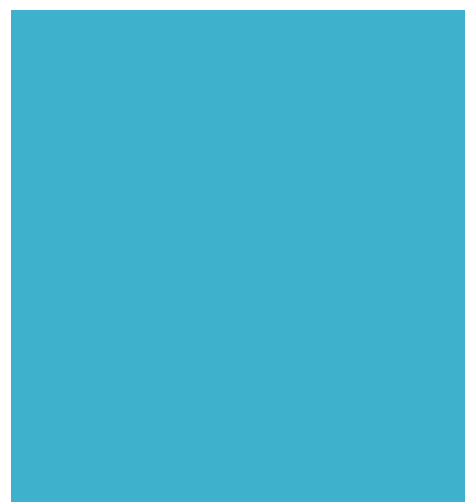
68.6%



САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

3.3 млн. чел.

74.0%



РОССИЯ

37.8 млн. чел.

62.2%



СОВОКУПНЫЕ ОБЪЕМЫ АУДИТОРИИ ПРЕССЫ

(Аудитория за полгода)

МОСКВА

10.0 млн. чел.

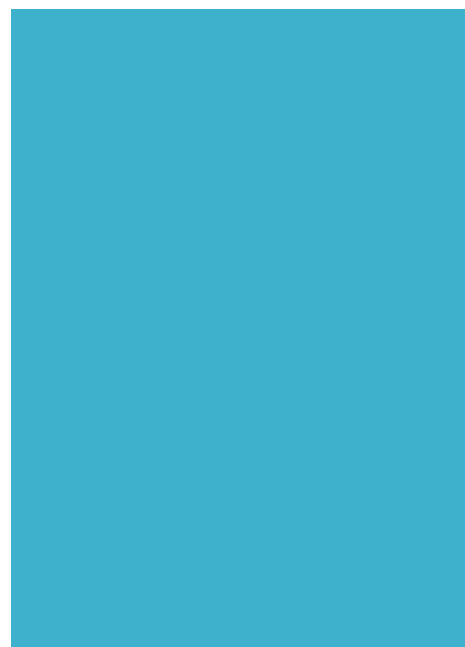
96.4%



САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

4.3 млн. чел.

95.8%



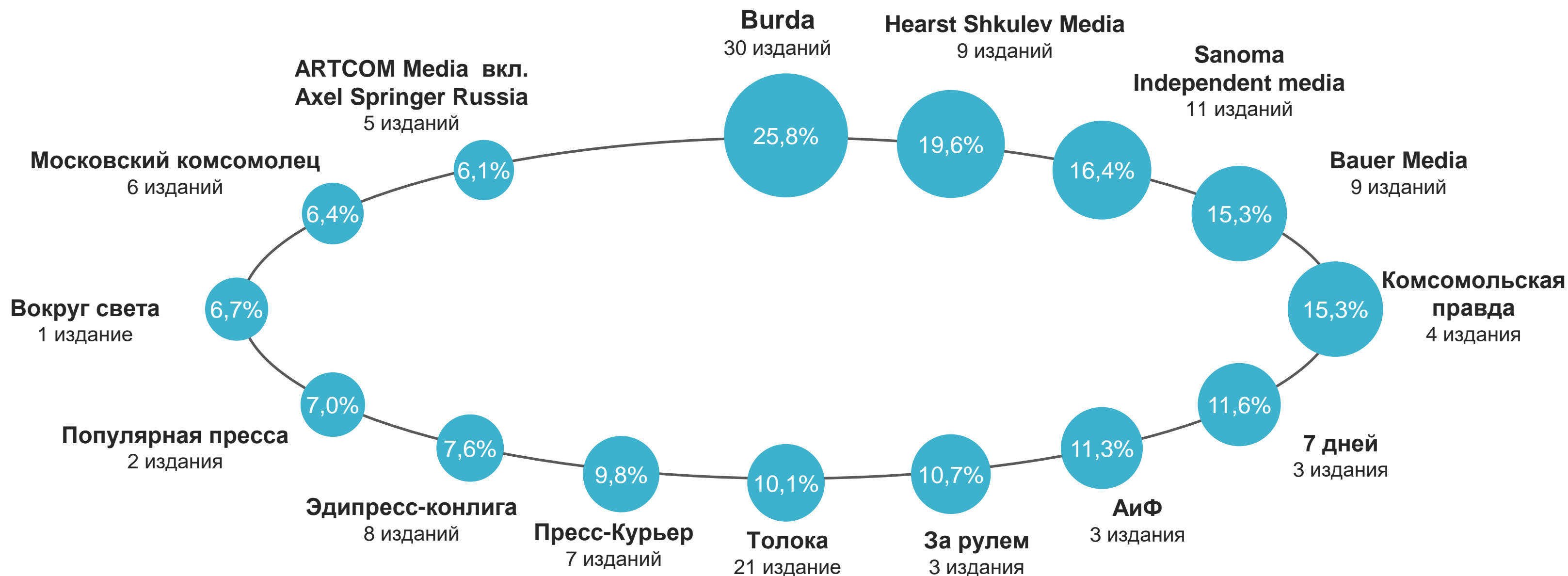
РОССИЯ

55.9 млн. чел.

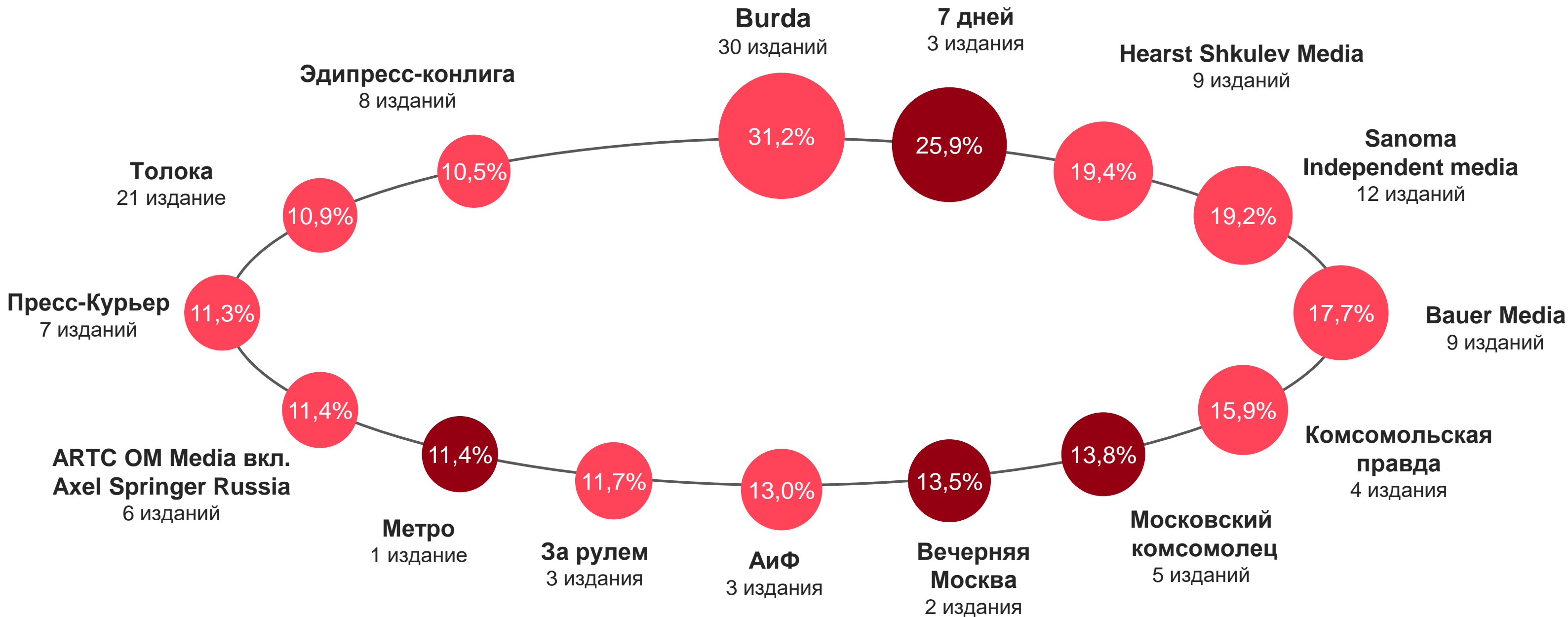
91.9%



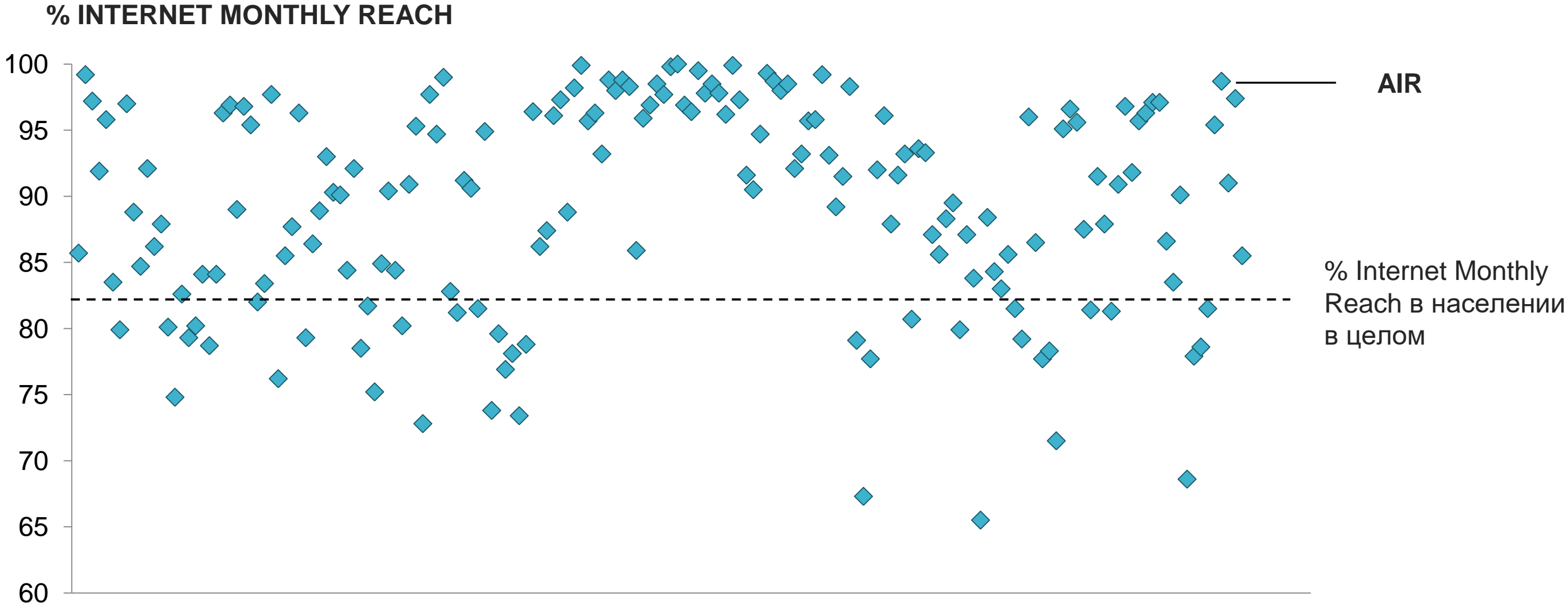
ТОП-15 ИЗДАТЕЛЬСКИХ ДОМОВ РОССИИ



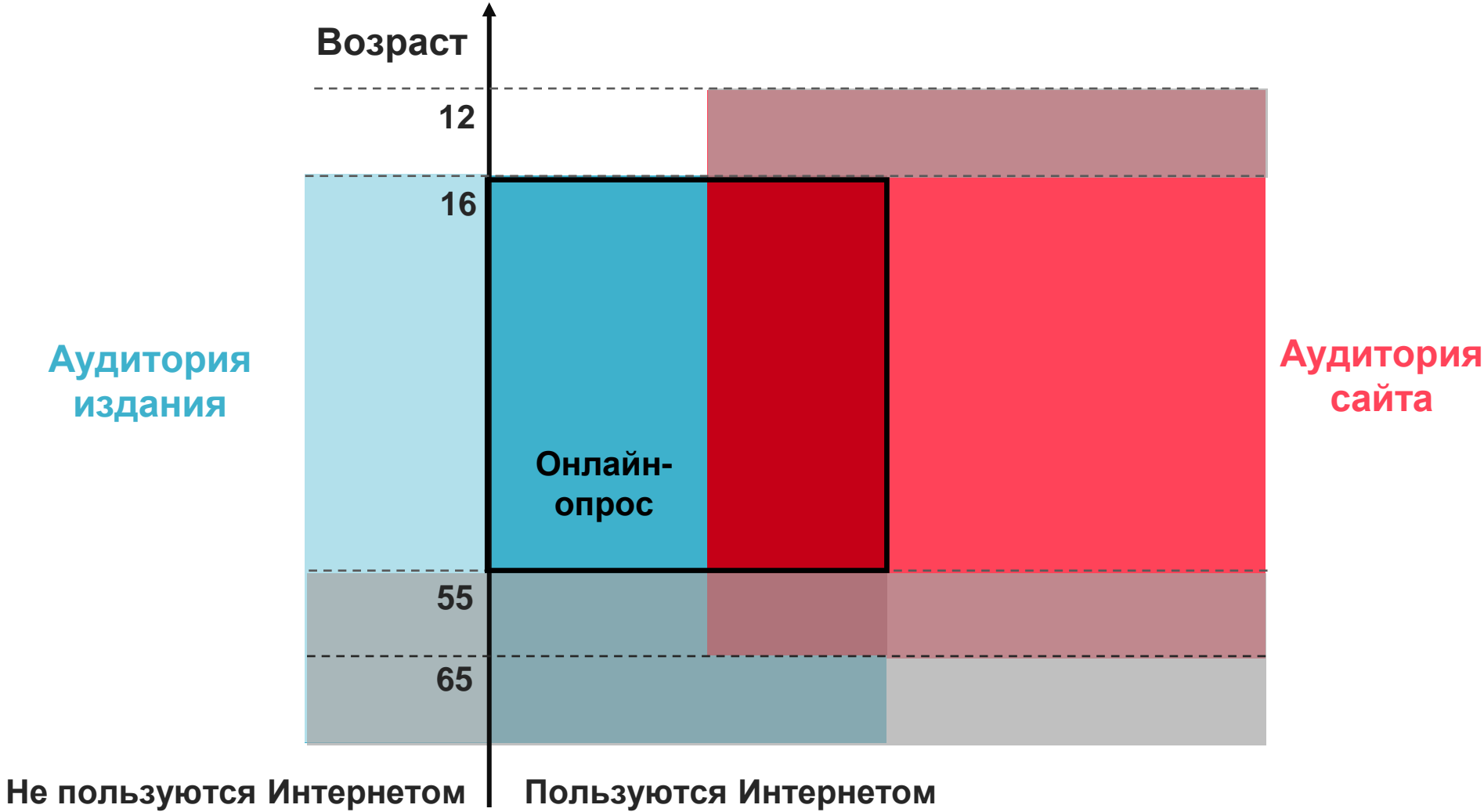
ТОП-15 ИЗДАТЕЛЬСКИХ ДОМОВ МОСКВЫ



ПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТОМ АУДИТОРИЕЙ ПРЕССЫ

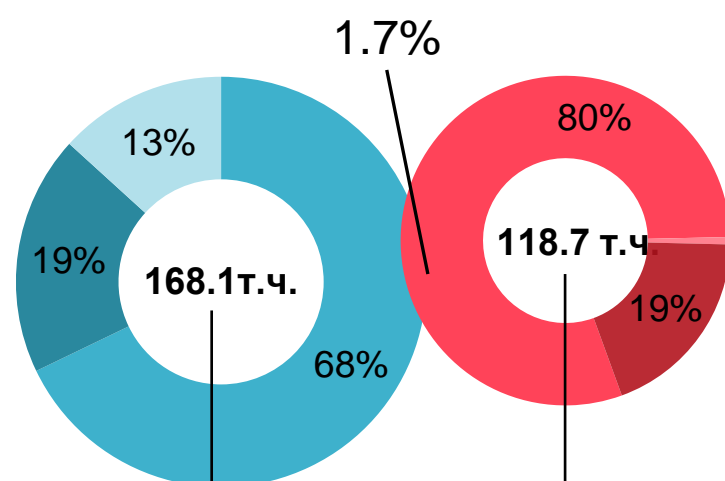


МЕТОДИКА ПЕРЕСЕЧЕНИЯ АУДИТОРИИ ИЗДАНИЯ И САЙТА

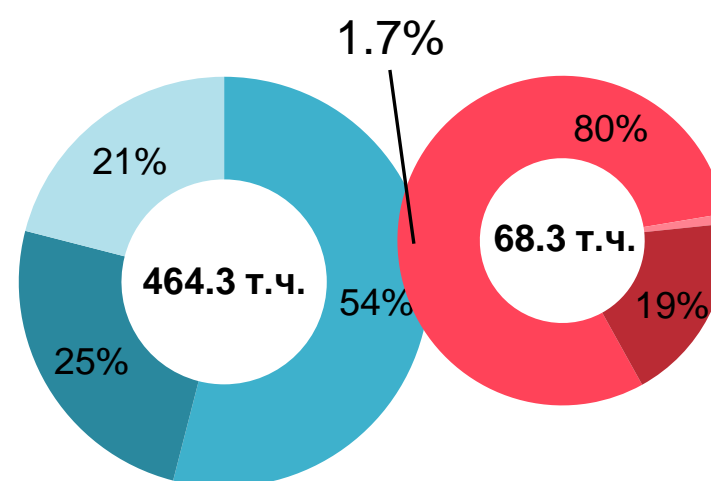


ПЕРЕСЕЧЕНИЕ АУДИТОРИИ ЕЖЕДНЕВНЫХ ГАЗЕТ И ИХ САЙТОВ В МОСКВЕ (Desktop)

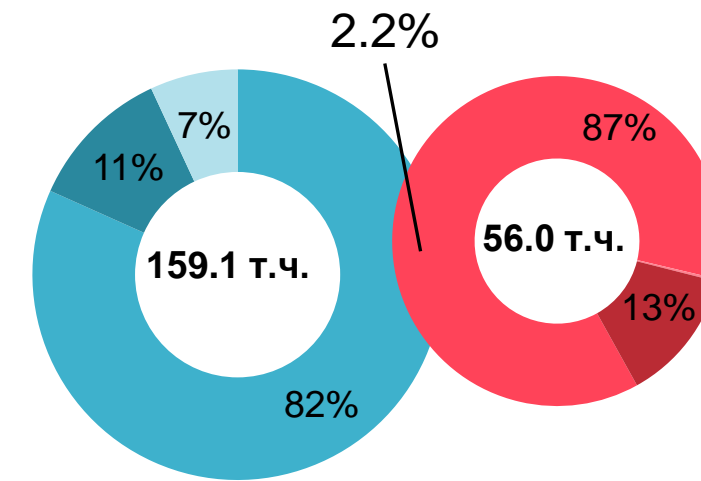
Российская газета vs. rg.ru



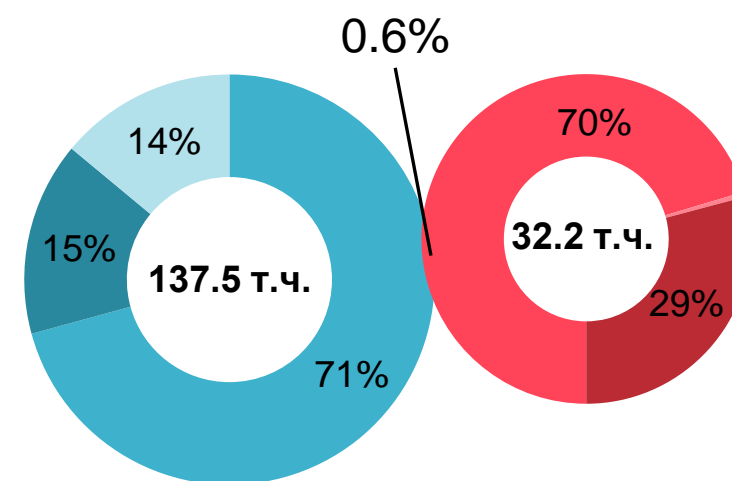
Московский Комсомолец vs. mk.ru*



Спорт-экспресс vs. sport-express.ru



Советский спорт vs. sovsport.ru



AIR (16+)

Daily Reach (12-64)

■ 16-54 Интернет-пользователи

■ % 16-54 в аудитории сайта

■ 55+ Интернет-пользователи

■ % 55-64

■ Не пользователи

■ % 12-15

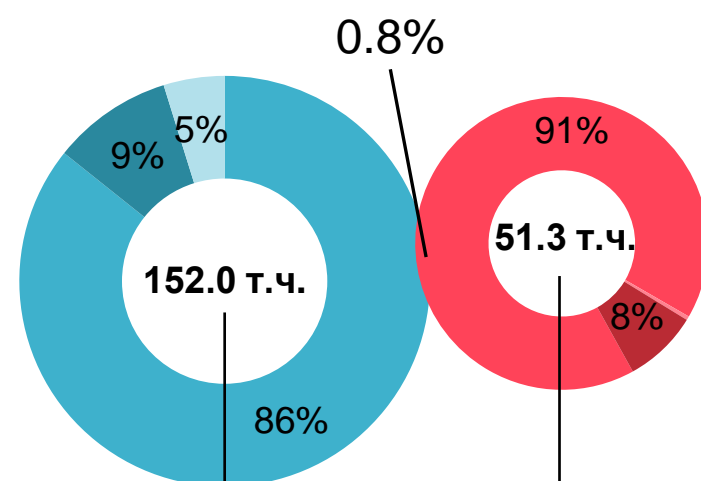
Источник: TNS Россия, NRS-Москва, Декабрь 2014- Апрель 2015, TNS Web Index, Москва, Декабрь 2014-Апрель 2015,

*Для издания tk.ru были использованы данные user-centric панели за период январь-апрель 2015

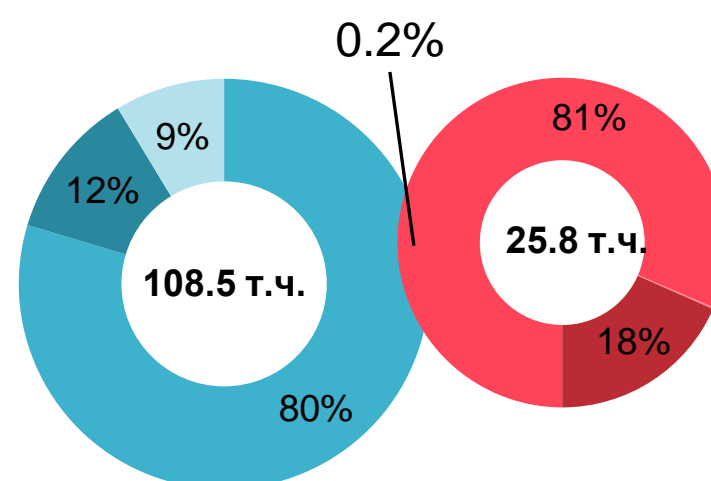
% пересечения от Аудитории AIR (пользователи Интернета 16-54)

ПЕРЕСЕЧЕНИЕ АУДИТОРИИ ЕЖЕДНЕВНЫХ ГАЗЕТ И ИХ САЙТОВ В МОСКВЕ (Desktop)

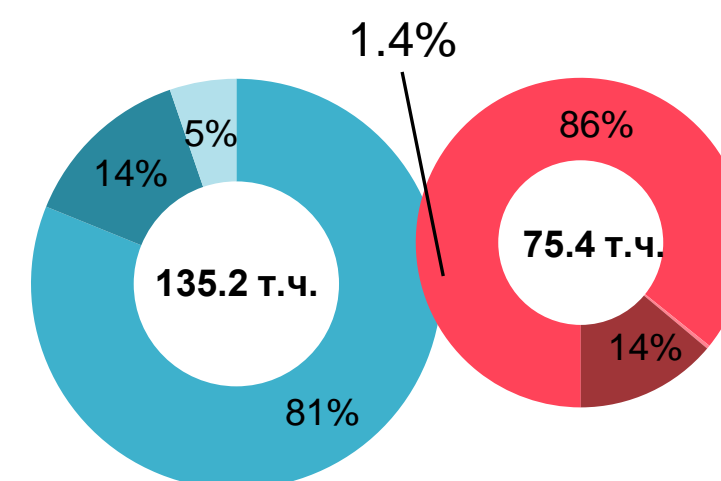
Ведомости vs. vedomosti.ru



Известия vs. izvestia.ru



Коммерсантъ vs. kommersant.ru



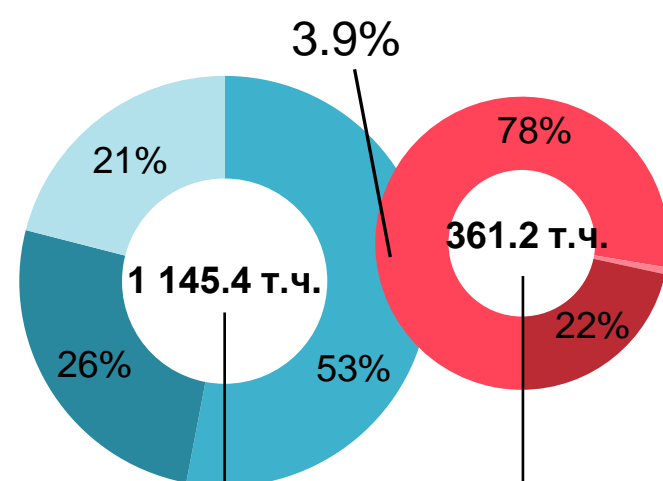
AIR (16+)

Daily Reach (12-64)

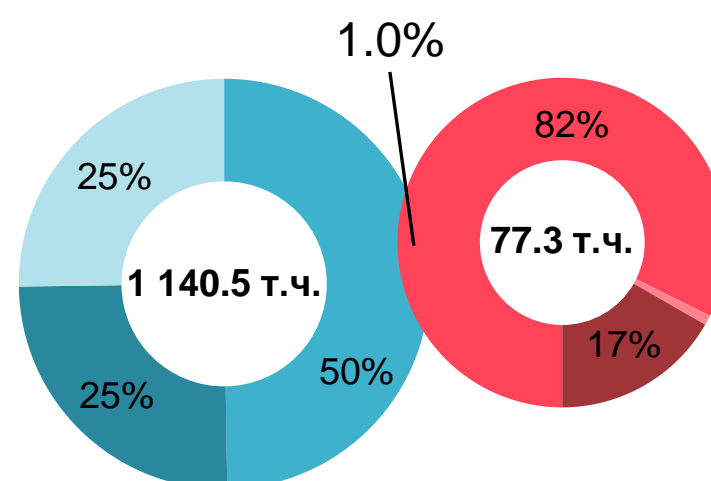
- | | |
|-------------------------------|-----------------------------|
| ■ 16-54 Интернет-пользователи | ■ % 16-54 в аудитории сайта |
| ■ 55+ Интернет-пользователи | ■ % 55-64 |
| ■ Не пользователи | ■ % 12-15 |

ПЕРЕСЕЧЕНИЕ АУДИТОРИИ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ И ИХ САЙТОВ В МОСКВЕ (Desktop)

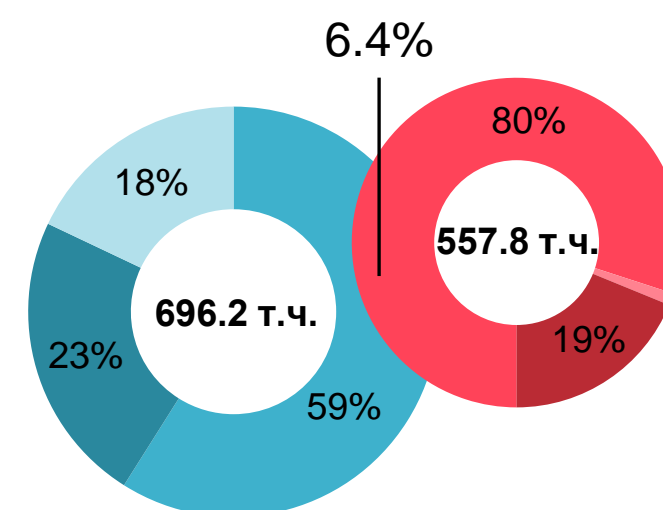
Аргументы и факты vs. aif.ru



Вечерняя Москва vs. vm.ru*



Комсомольская правда (w) vs. kp.ru



AIR (16+)

Weekly Reach (12-64)

■ 16-54 Интернет-пользователи

■ % 16-54 в аудитории сайта

■ 55+ Интернет-пользователи

■ % 55-64

■ Не пользователи

■ % 12-15

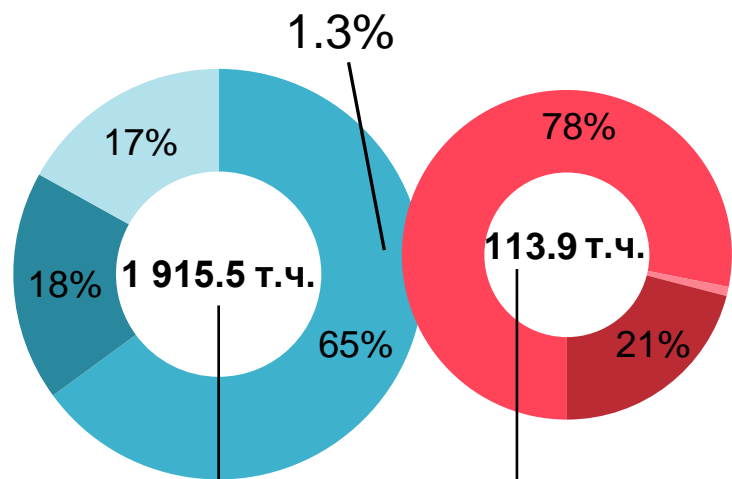
Источник: TNS Россия, NRS-Москва, Декабрь 2014- Апрель 2015, TNS Web Index, Москва, Декабрь 2014-Апрель 2015,

*Для vm.ru были использованы данные user-centric панели

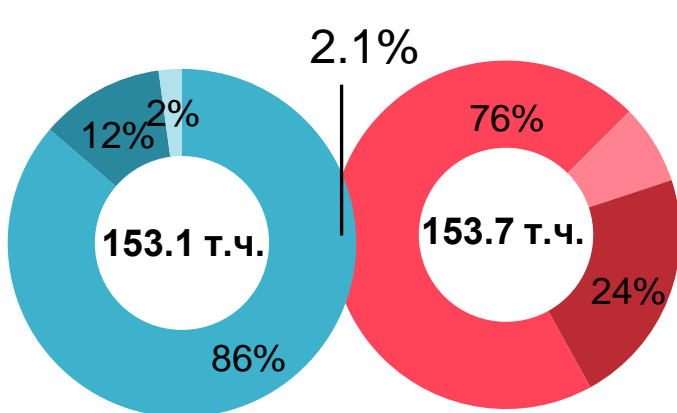
% пересечения от Аудитории AIR (пользователи Интернета 16-54)

ПЕРЕСЕЧЕНИЕ АУДИТОРИИ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ И ИХ САЙТОВ В МОСКВЕ (Desktop)

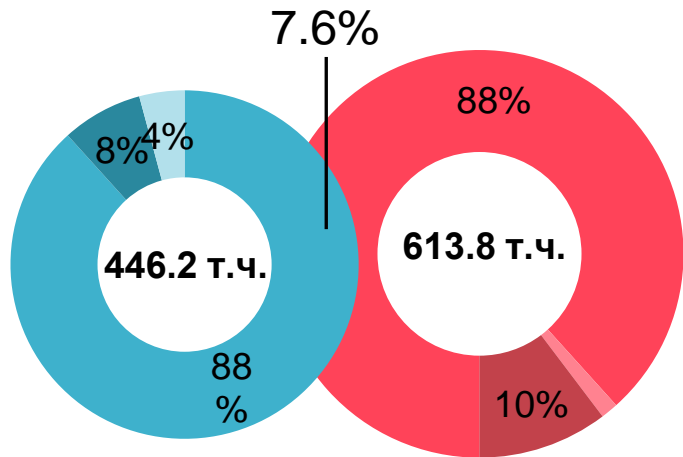
7 Дней vs. 7days.ru



Эксперт vs. expert.ru*



Афиша vs. Afisha.ru (Biweekly Reach)



AIR (16+)

- 16-54 Интернет-пользователи
- 55+ Интернет-пользователи
- Не пользователи

Weekly Reach (12-64)

- % 16-54 в аудитории сайта
- % 55-64
- % 12-15

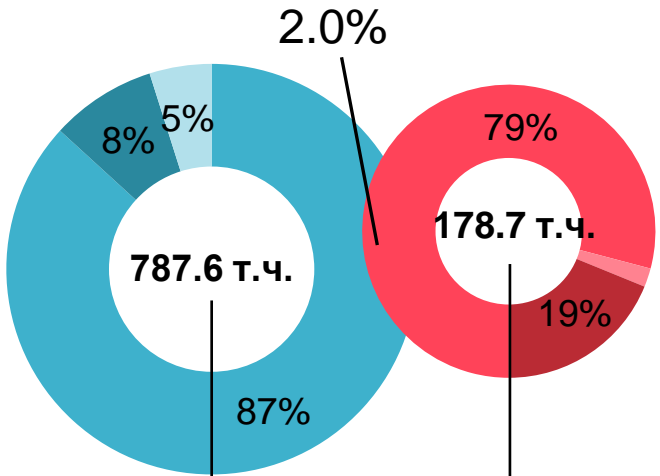
Источник: TNS Россия, NRS-Москва, Декабрь 2014- Апрель 2015, TNS Web Index, Москва, Декабрь 2014-Апрель 2015,

*Для expert.ru были использованы данные user-centric панели.

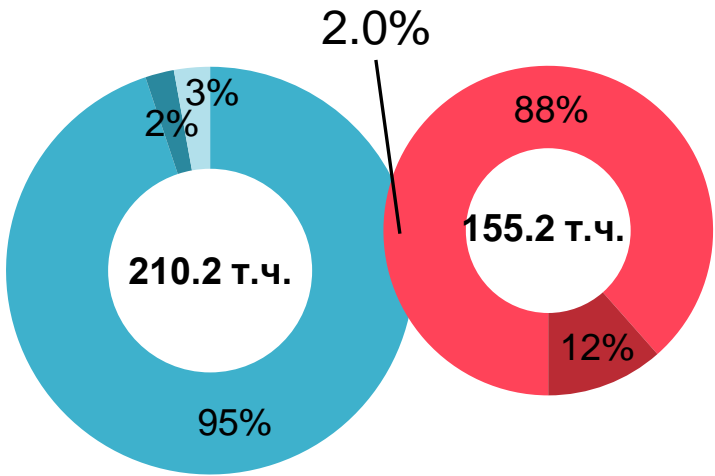
% пересечения от Аудитории AIR (пользователи Интернета 16-54)

ПЕРЕСЕЧЕНИЕ АУДИТОРИИ ЕЖЕМЕСЯЧНЫХ ЖУРНАЛОВ И ИХ САЙТОВ В МОСКВЕ (Desktop)

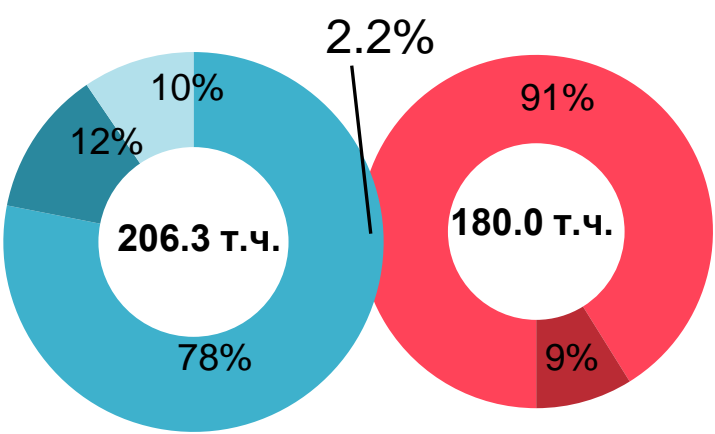
Cosmopolitan vs. cosmo.ru



Elle vs. Elle.ru



Гастрономъ vs. gastronom.ru*



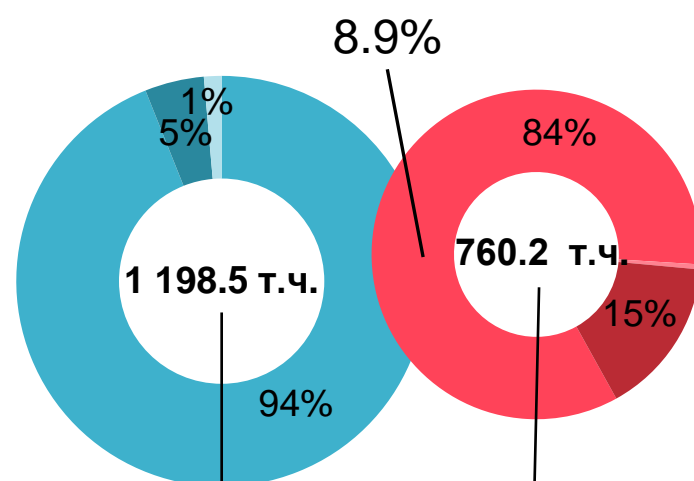
AIR (Total) Monthly Reach (12-64)

- 16-54 Интернет-пользователи
- 55+ Интернет-пользователи
- Не пользователи
- % 16-54 в аудитории сайта
- % 55-64
- % 12-15

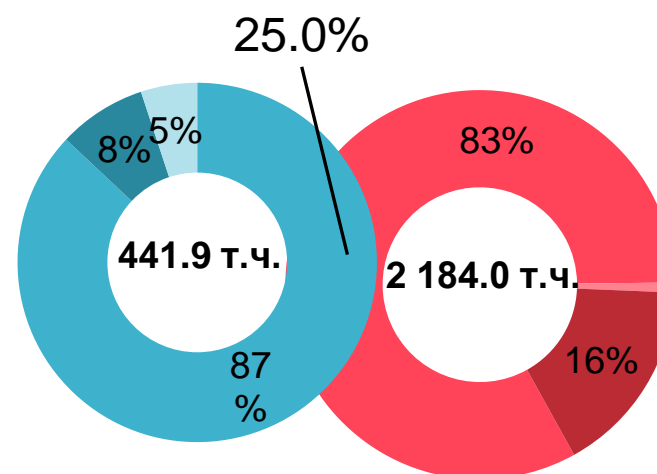
Источник: TNS Россия, NRS-Москва, Декабрь 2014- Апрель 2015, TNS Web Index, Москва, Декабрь 2014-Апрель 2015.
Интернет: при расчёте данных по среднему значению учитывались в том числе невалидные значения.
*Для gastronom.ru были использованы данные user-centric панели за период февраль 2015 – апрель 2015
% пересечения от Аудитории AIR (пользователи Интернета 16-54)

ПЕРЕСЕЧЕНИЕ АУДИТОРИИ ЕЖЕМЕСЯЧНЫХ ЖУРНАЛОВ И ИХ САЙТОВ В МОСКВЕ (Desktop)

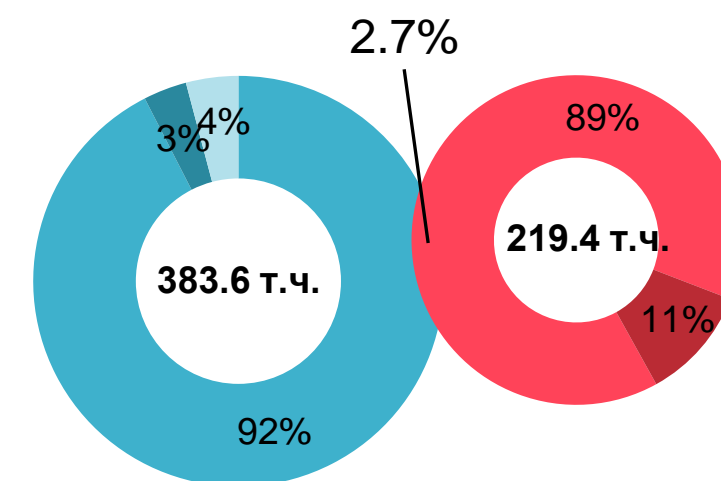
Forbes vs. forbes.ru



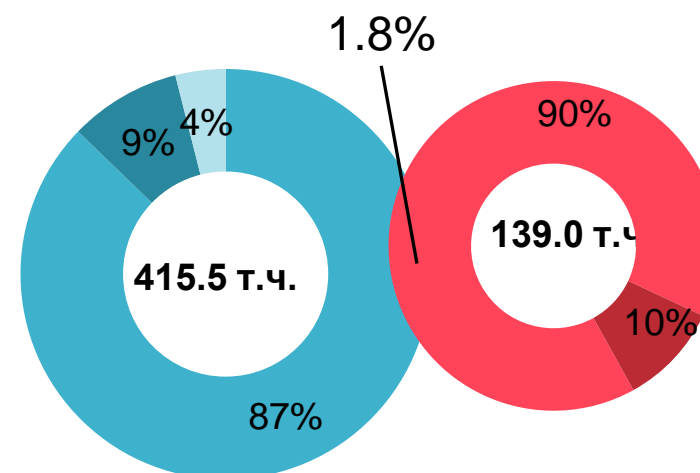
РБК (журнал) vs. rbc.ru



Maxim vs. maximonline.ru



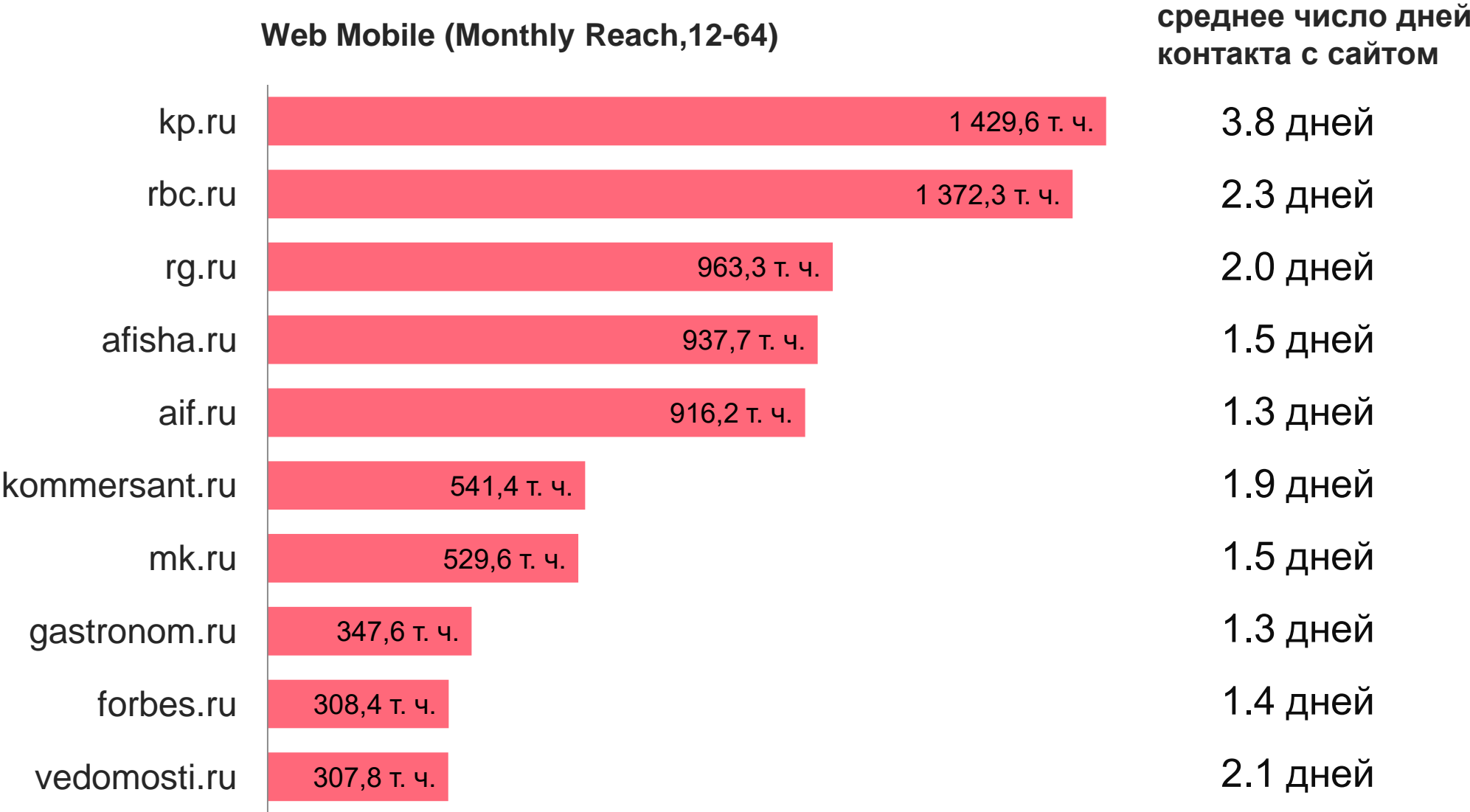
Популярная механика vs. portmch.ru



AIR (Total) Monthly Reach (12-64)

- 16-54 Интернет-пользователи
- 55+ Интернет-пользователи
- Не пользователи
- % 16-54 в аудитории сайта
- % 55-64
- % 12-15

МОБИЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ САЙТОВ ИЗДАНИЙ В РОССИИ (700+)



1

Рекламный рынок

2

Аудиторные данные

3

Развитие проектов по прессе

NATIONAL READERSHIP SURVEY В 2016 Г.

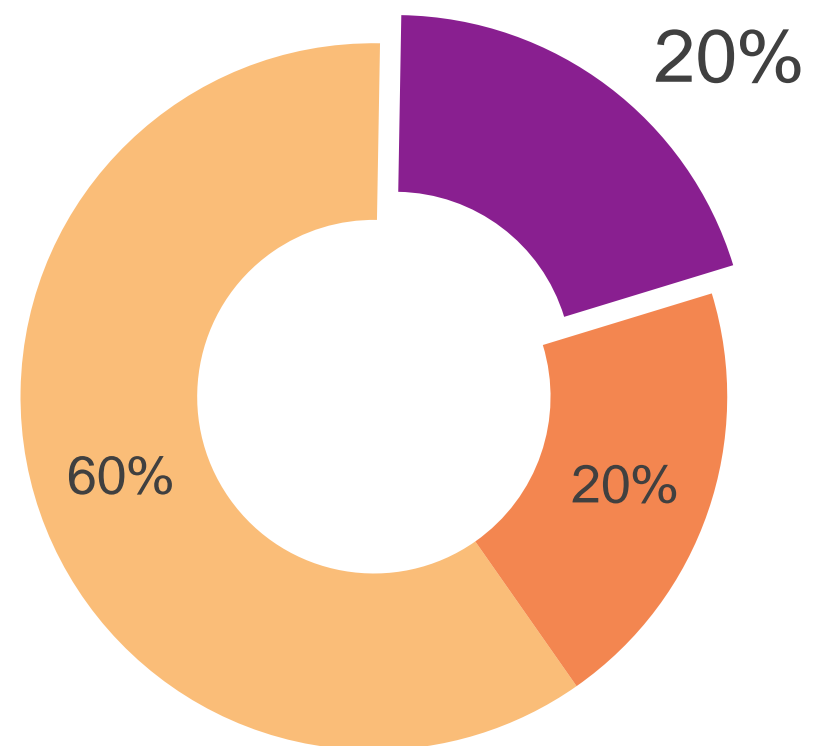
	МОСКВА	С.-ПЕТЕРБУРГ	РОССИЯ (67 ГОРОДОВ)
ВЫБОРКА ЗА ГОД	20 000	6 400	56 500
ВЫБОРКА ЗА ОТЧЕТНЫЙ ПЕРИОД	10 000	3 700	28 250
ЧИСЛО ИЗМЕРЯЕМЫХ ИЗДАНИЙ	190	190	175
КОЛ-ВО ВЫХОДОВ ДАННЫХ В ГОД	4 раза в год («роллинг» за 6 месяцев)		

- Увеличение доли онлайн-опроса

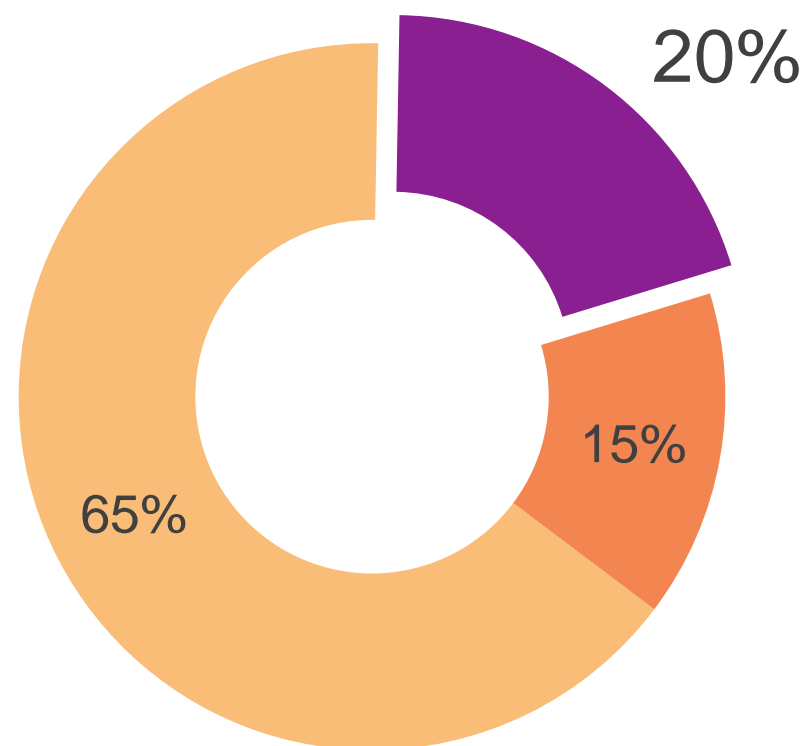
NRS В 2016 Г. - РАЗВИТИЕ

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ИНТЕРВЬЮ ПО СПОСОБАМ ДОСТИЖЕНИЯ РЕСПОНДЕНТА

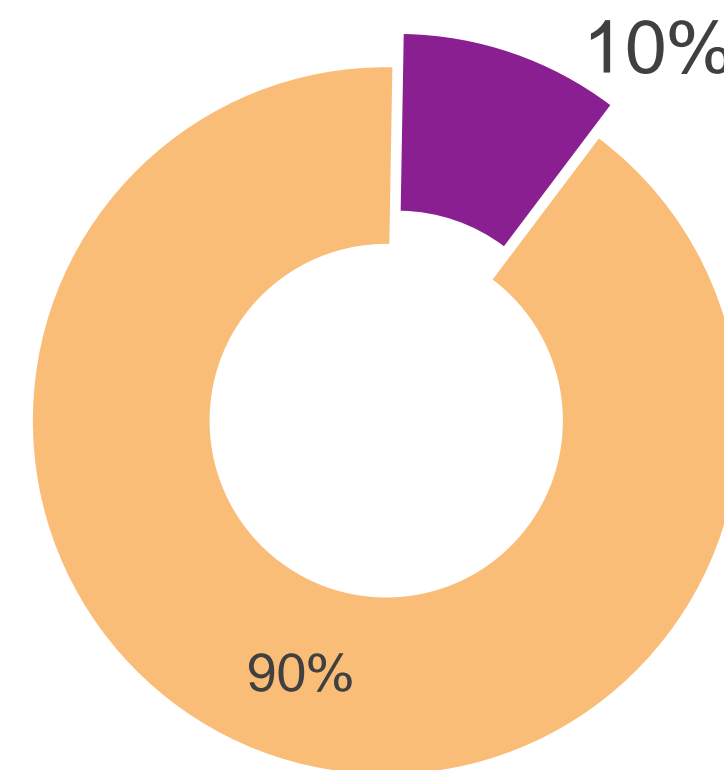
В МОСКВЕ



В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ



В ДРУГИХ ГОРОДАХ



■ Онлайн-опрос

■ Сотовые телефоны

■ Стационарные телефоны

NRS-ГОРОДА В 2015 Г.

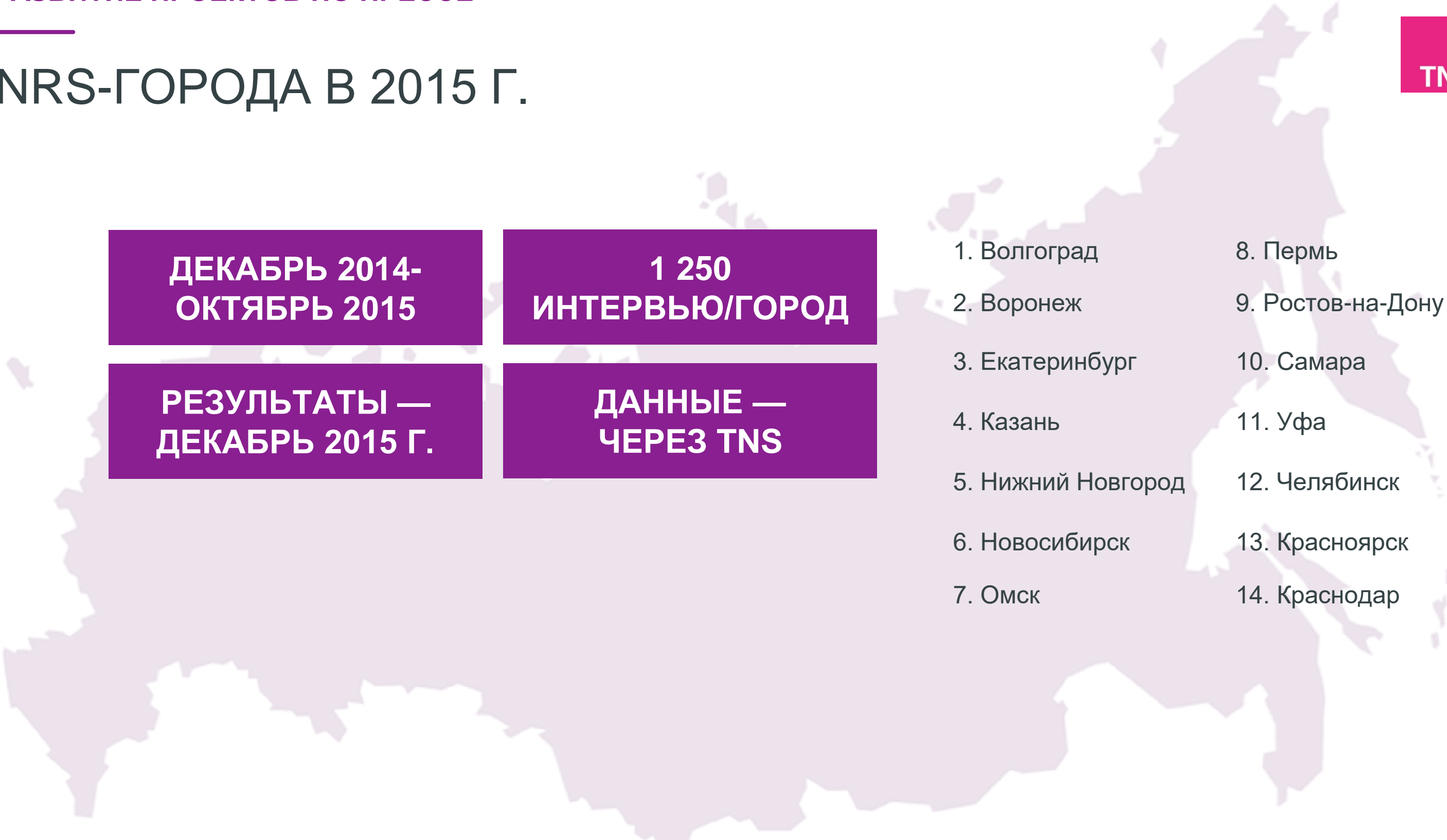
TNS

ДЕКАБРЬ 2014-
ОКТЯБРЬ 2015

1 250
ИНТЕРВЬЮ/ГОРОД

РЕЗУЛЬТАТЫ —
ДЕКАБРЬ 2015 Г.

ДАННЫЕ —
ЧЕРЕЗ TNS

- 
1. Волгоград
 2. Воронеж
 3. Екатеринбург
 4. Казань
 5. Нижний Новгород
 6. Новосибирск
 7. Омск
 8. Пермь
 9. Ростов-на-Дону
 10. Самара
 11. Уфа
 12. Челябинск
 13. Красноярск
 14. Краснодар

МОНИТОРИНГ РЕКЛАМЫ В ПРЕССЕ

ПРОЕКТЫ	ПЕРИОДИЧНОСТЬ ПОСТАВКИ	2015-2016
Мониторинг прессы	Москва и Санкт-Петербург, ежемесячно на 18 день за предыдущий месяц	Москва (340+ изданий) СПб (30+ изданий)
Опережающий мониторинг	Ежемесячно, на 18 день за текущий месяц	Москва, ежемесячные журналы (70+ изданий)
Еженедельный мониторинг	Еженедельно, на 4 день за предыдущую неделю	Москва, ежедневные и еженедельные издания (80+ изданий)
Мониторинг редакционной поддержки	Ежемесячно, на 10 день за предыдущий месяц	Москва, (37 журналов)

СПАСИБО

www.conf.tns-global.ru

#tnsconf



TNS