

# Тенденции рынка печатных СМИ



**PR News**

ЛИДИРУЮЩАЯ РОССИЙСКАЯ КОМПАНИЯ В ОБЛАСТИ  
КОММУНИКАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

# О себе



**Ли́лия Гла́зова, генеральный директор компании PR News**

**prnews**

**#businessdevelopment**

**#management#sales**

**#clientservice**

**#socialmedia**

**#socialmediamonitoring**

**#socialmediaanalysis**

# О компании



**500000 –**

среднее количество статей, которые мы предоставляем клиентам в течение года.



**БОЛЕЕ 400**

наименований изданий содержит собственный архив PR News.



**БОЛЕЕ 100**

проектов в месяц мы реализуем для наших клиентов.



**Около 300**

отраслевых мероприятий мы поддержали в качестве информационного партнера.



**49% КЛИЕНТОВ**

сотрудничают с нами более 3 лет.



**БОЛЕЕ 60**

сотрудников составляют штат компании

# Ассоциации

**International Association for Measurement and Evaluation of Communication (АМЕС) с 2010 года**

**FIBEP (Federation Internationale des Bureaux d'Extraits de Presse/International Federation of the Press Clipping Services) с 2011 года**

**АКОС (Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью) с 2014 года**



**amec**

FIBEP



**AKOS**

# Ситуация на рынке печатных СМИ.

## Текущее состояние

По некоторым оценкам падение рекламного рынка за кризисный период достигло 40 %

Значительное сокращение подписки на издания в масштабах всей страны, на что повлияла, в том числе, и отмена субсидий для Почты России на предоставление услуг подписки

Сокращение тиражей, периодичности выхода и объемов изданий (Пример: Cosmopolitan (январь 2015 – 749700, апрель 2016 – 530000))

Увеличение издержек и стоимости бумаги для печати как минимум на 15%

Повсеместное сокращение количества киосков по продаже периодической печати

Закрытие многих журналов (ComputerBild, Yes!, Collezioni, Cosmopolitan Психология, FHM, Крестьянка, большое количество автомобильных изданий)

# Топ – 5 тенденций рынка СМИ

- 1. Digital:** практически все газеты и журналы обзавелись своими сайтами, а некоторые также и цифровыми версиями (все издания ИД Conde Nast доступны в iPad-версии)
- 2. Изменение и увеличение каналов коммуникации:** печатка, так же как ТВ и радио, больше не обладает монополией на информацию, поэтому для привлечения и сохранения аудитории происходит её вовлечение в активный диалог
- 3. Характер контента:** в печатных версиях изданий наблюдается явный уклон в сторону аналитики, с активным привлечением экспертных оценок.
- 4. Аудитория:** основным потребителем печатной продукции становятся женщины, что приводит к росту популярности изданий определенной тематики: телегиды, садоводство, дача, сканворды (в том числе и из-за низкой стоимости изданий).
- 5. Мимикрия:** органическое встраивание контента в редакционные материалы, коллаборации и различные виды взаимовыгодного сотрудничества марок и издательских брендов, нативная реклама.



# Прогнозы



**Дальнейшее увеличение стоимости бумаги,** а значит и стоимости печати изданий.



**Увеличение разнообразия тематической направленности** изданий за счет сужения специализации (кулинария, дизайн, путешествия), развитие корпоративных изданий.



**Размытие среднего ценового сегмента** – концентрация рекламных бюджетов в отдельных изданиях, в основном, luxury, и стабильное положение изданий с невысокой стоимостью.



**Недостаточное проникновение интернета** в российские регионы делает печатные издания все еще достаточно востребованными.



**Сокращение бюджетов на PR в регионах** и прекращение деятельности ряда региональных типографий приведет к исчезновению многих газет местного значения.

# Методы продвижения и взаимодействия с аудиторией

Присутствие не только в печатном виде, но и на сайте, в iPad и Android версиях, где зачастую может быть представлен дополнительный контент

Охват всех возможных каналов коммуникации

Увеличение скорости отклика

Своевременное предоставление самой свежей информации

Встраивание в текущую повестку дня (real time marketing)



# Контакты для связи



**Глазова Лилия**  
**CEO, PR News**

**e-mail:**

**[lglazova@prnews.ru](mailto:lglazova@prnews.ru)**