

Pillanatnyi megtorpanás?

*Az emberek
tovább nyomják a gombot*

Médiapiac 2010 konferencia
2010. március 18.

Kezdjük a legrosszabbal

- Az online/digitális/interaktív reklámköltés
dinamikus növekedése megtorpant 2009-ben

Ami valójában további erősödést jelent

- Relatív súlya jelentősen megnőtt a reklámtortán belül
 - 10,8%-ról 13-15%-ra

Mit hozhat 2010?

- Akár további csökkenő piac mellett is növekedést mind abszolút, mind relatív értelemben
 - 2012-re 20% feletti arány

Mire fel ez a pozitív jövőkép?

- Az emberek tovább nyomják a gombot
 - Mennyiségi (többen, többször, hosszabban) és minőségi szempontból is
- A technológia fejlődése
- A válság a meglévő trendeket felerősíti, felgyorsítja

Növekedés a válság idején

- Félmillióval 3,9 millióra nőtt a penetráció
 - 4 év alatt a duplázás
- A 18-49 63%-a aktív nethasználó / 350e fős bővülés
 - 4 év alatt a duplázás
- A népesség 28%-a intenzív nethasználó / 450e fős bővülés
 - 4 év alatt a négyszeresére nőtt!
- 2,5 millió fogyasztó használja vásárlás előtti infoszerzésre
 - 20%-kal nőtt egy év alatt!

Növekedés a válság idején 2.

- Egy átlagos 2010. januári napon **18%-kal** többen neteztek min 2009 januárjában (3.230e vs 2.742e)
- Az eddigi dinamikával bővül az e-commerce

Üveggömb 2010

- Social media marketing a kedvenc
- Hatékonyság és mérések felértékelődése
- A search marketing folytatja menetelését
- Online shopping és tranzakciók növekedése
- A „külföldi” és a „hazai” médiaszereplők még keményebb versenye a látogatókért és a hirdetőkért
- Mobilinternet és „mobilon a net” hatása

Az üveggömb is szeretné tudni

- Online videók és a reklám egymásra találása?
- Mobil marketing – ez lesz „az” az év?
- Bedurrán-e az affiliate marketing?
- Mekkora teret nyer a behavioral marketing?
- Lesznek-e további technológiai, üzleti, szolgáltatási újdonságok a performace marketing területén?
- Újszerű technológiák (pl. AR, QR) beépülése a kommunikációba



Köszönöm figyelmüket!

www.iab.hu

