

Digitalizálás hatása a médiapiacra

2010. szeptember 15. Budapest



Hecker Péter – Busó bevásárlószatyorral csónakázik a Dunán 2004



Teljes Médiapiac

Market volume by media type

	2012 vs 2011 becs..	2012 vs 2008 becs.
Total Index	95	60
TV	98	75
TV2 veszteséges		
Sajtó	85	56
Drámai visszaesés a példányszámokban		
Rádió	95	40
Összeomlott a piac		
Közterület	90	65
Kb. 60%, körüli kihasználtság		
Online	105	200
New media takes away classical budgets > decreases classical agency market (e.g. 15% of SEM market is at media agencies)		

Médiapiac változása – TV

- Duopol média mix – tv + online
- Tv volumenhez ragaszkodnak a megbízók – tv share nő
- Tv egységár évek óta deflálódik
- Magyar piac lemaradt volumenében a régiótól
- Ez lefelé nyomja a többi médium árát is.
- Tartalmi együttműködés, mint új lehetőség.



Médiapiac változása - sajtó

- Eltűntek a klasszikus sajtókampányok, egykiadós dealek tartalmi elemekkel.
- Kétoldali infláció – ár nő, pldszám csökken
- Kedvemények inflálódása
- Értékesítés egyetlen és utolsó argumentuma a kedvezmény.

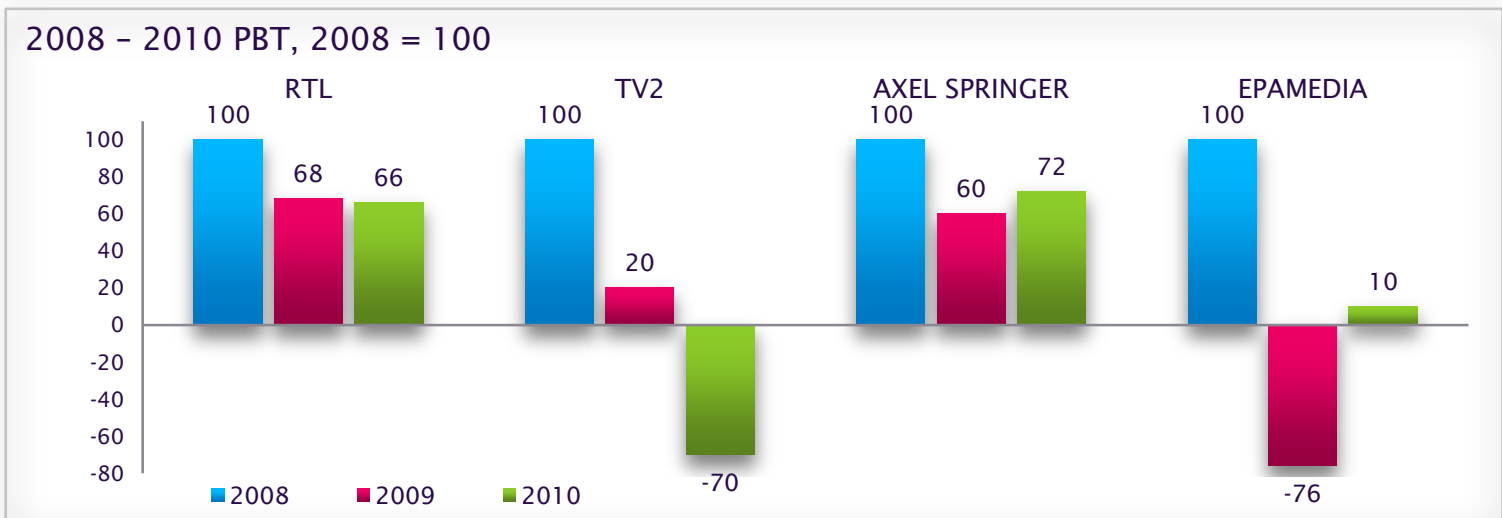
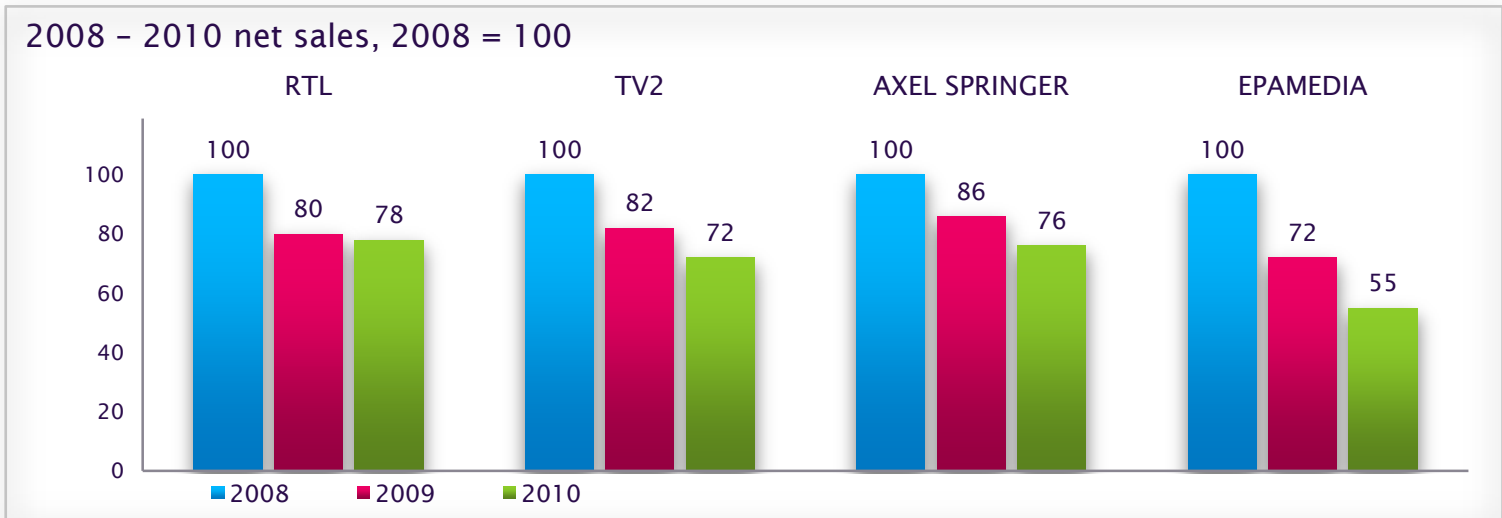


Médiapiac változása – egyéb médium, rádió, köztér

- Országos rádió piac összeomlott
- Regionális bizonytalan a frekvencia miatt
- Plakát politikailag dominált, szűkül az olló a gyártás és a médiadíj között – olcsóbb kreatív.
- Zajos környezet – kormányzat, retail, eseménypromo dominál.



Néhány vezető médiatulajdonos forgalma és nyeresége



Online

- Ügynökségek elaludtunk – specialisták leelőztek minket
- Média alapú vagy webalapú megközelítés stratégiája
- Klasszikus média ügynökség – közvetített szolgáltatás
- On line terület – termelő gyár saját produktummal
- Különböző bérezési modellek
- Új foglalkozások tűnnek fel egyik napról a másikra
 - User experience designer, search specialist,
- Displayben stagnál a piac a növekedést a SEM/SEO, social stb adja (SEM 15 %- a ügynökségi biznisz).
- Teljes körű online szolgáltatás nélkül nem lehet médiát eladni.
- Offline termékek online helyettesíthetősége



Online média új megközelítés

- Payed – Vásárolt
 - Amiért fizetünk
- Owned – Birtokolt
 - Saját weblap, portál, céges autó, céges nyakkendő stb.
- Earned- Szerzett
 - Social média, szójhagyomány, szomszéd asszony tanácsa



Off - line média digitalizáció

- Tv - Youtube / virus video
 - Nézettségi / letöltés alapon való vásárlás
- Digitális rádió
 - Frekvencia jelentőségét vesztheti
- Digitális közterület / Indoor
 - LCD, Plazma Tv
 - Érintőképernyő (adatgyűjtés, kupon, promóció)



Jövő

- Új finanszírozási modell a médiának és az ügynökségnek is.
 - Fizetős tartalmak
 - Hozzáadott érték pénzre váltása
- Új kereskedelmi modellek
 - Tartalom
 - Inventory trading – saját számlás kereskedelem
- 22-es csapdájából való kitörés, negatív spirál hogyan fordítható meg - áremelés

