

Системное развитие бизнеса: маркетинг, данные, технологии, оргразвитие

# Маркетинг 2023-24: итоги и тренды

[techart.ru](http://techart.ru) | [promo.techart.ru](http://promo.techart.ru)

2024

1999

# Программа вебинара

1. Анонс сессии «Зима» программы непрерывного образования Edu.Techart.
2. Тренды маркетинга в 2023 и прогнозы на 2024 год:
  - Общая характеристика рынка
  - Искусственный интеллект
  - Реклама
  - E-commerce
  - Законодательство
  - Данные и BI
  - Веб-разработка
3. Обобщенные тренды и прогнозы.

# Общая характеристика рынка

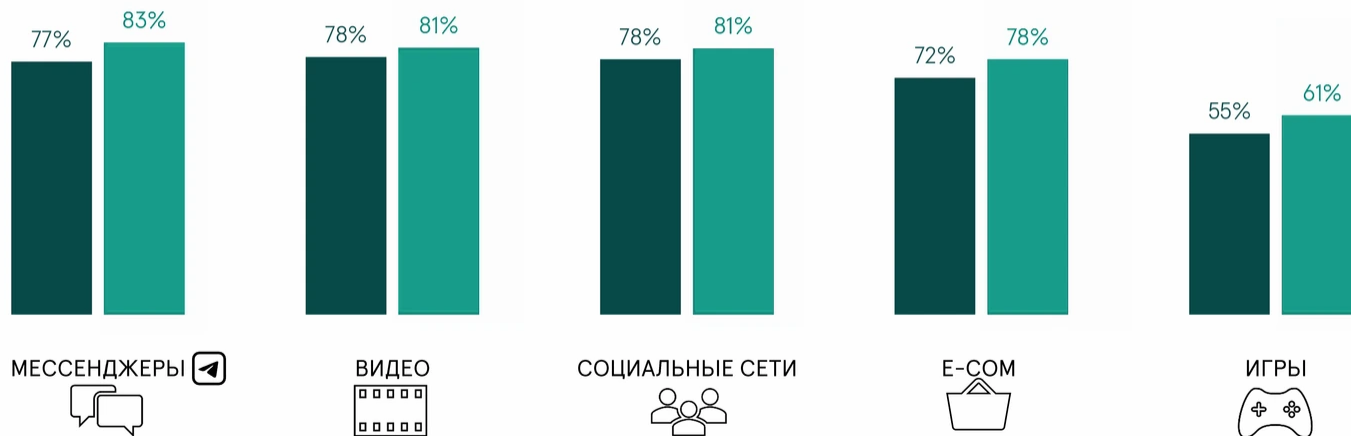


# Медиапотребление в России

- **83%** (~120 млн.) пользуются интернетом ежедневно<sup>1</sup>.
- **4 часа 17 минут** в среднем российский пользователь проводит в сети<sup>1</sup>.
- **63%** покупателей ищут товары и информацию о них перед покупкой в интернете<sup>2</sup>.
- **4-6** источников в среднем изучают перед покупкой<sup>2</sup>.

## КАК ИЗМЕНИЛАСЬ СТРУКТУРА ИНТЕРНЕТ-ПОТРЕБЛЕНИЯ

▼ ОХВАТ % НАСЕЛЕНИЯ (ОКТАБРЬ 2023 VS ОКТАБРЬ 2022)



<sup>1</sup> Источник: [Mediascope](#)

<sup>2</sup> Источник: Яндекс



# Медиапотребление в России

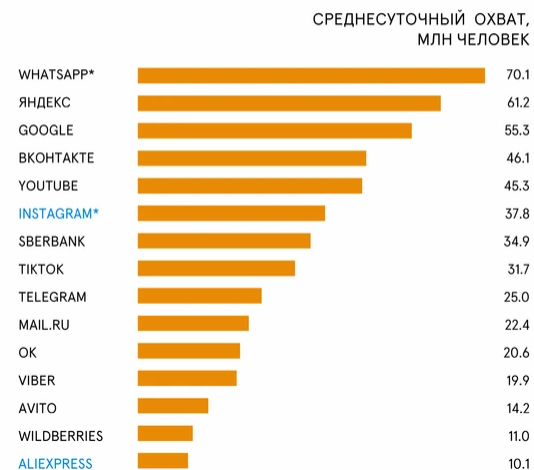
- В ТОПе посещаемых ресурсов остаются поисковые системы и их сервисы, социальные сети, мессенджеры и маркетплейсы.
- Изменения: вышли из ТОП Inst\* и Aliexpress. Их место заняли Дзен и Ozon.
- Среднесуточный охват возрастает практически у всех площадок. Исключение - «Одноклассники».
- Аудитория Telegram и Wildberries выросла более чем в 2 раза.

## ТОП ПЛОЩАДОК

ОКТАБРЬ 2023



ЯНВАРЬ 2022

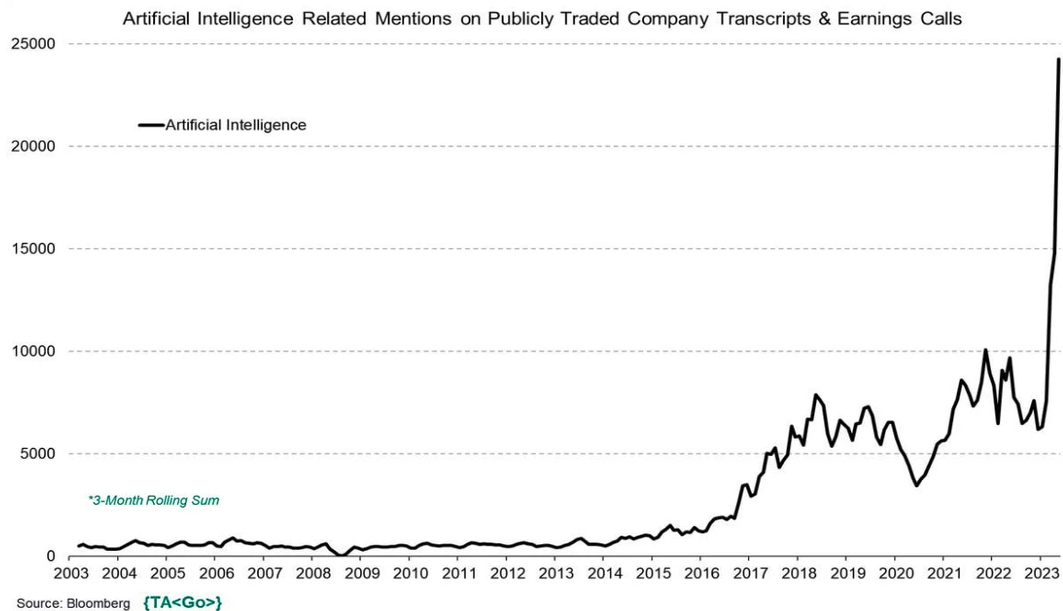


# Нейросети



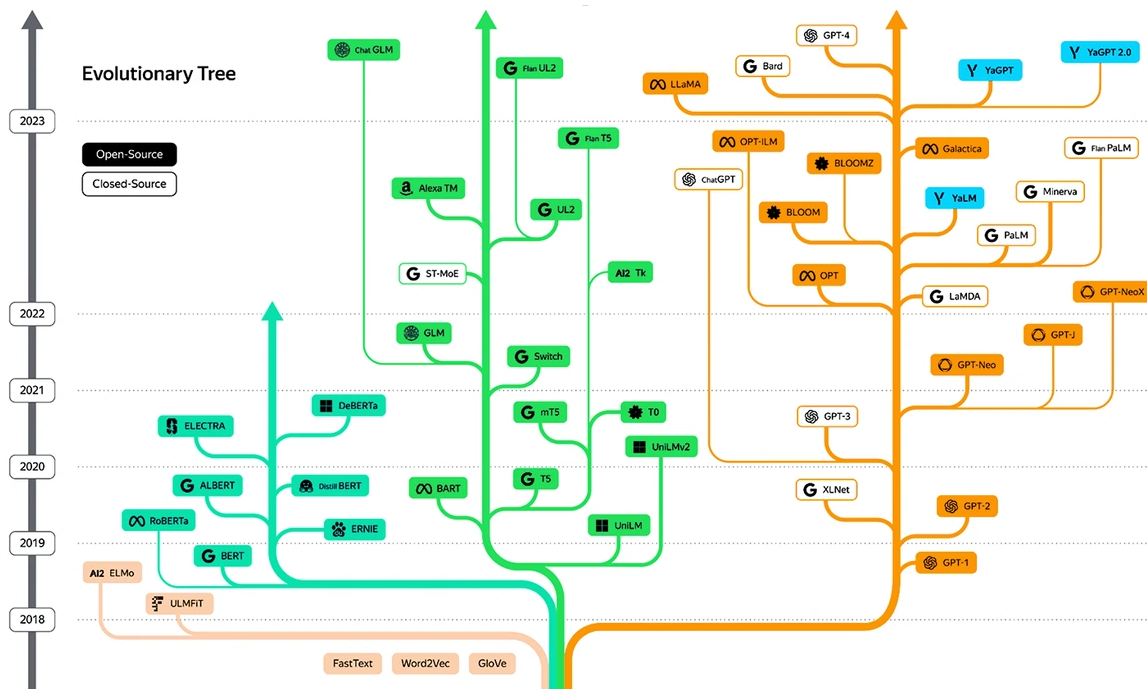
# Нейросети

- Больше чем **в 15 раз** с начала 2022 года вырос интерес к нейросетям в российском сегменте Интернет.
- **75% и 60%** опрошенных слышали о ИИ для создания текстов и изображений, соответственно.
- **Более трети** опрошенных использовали хоть какие-то генеративные нейросети.



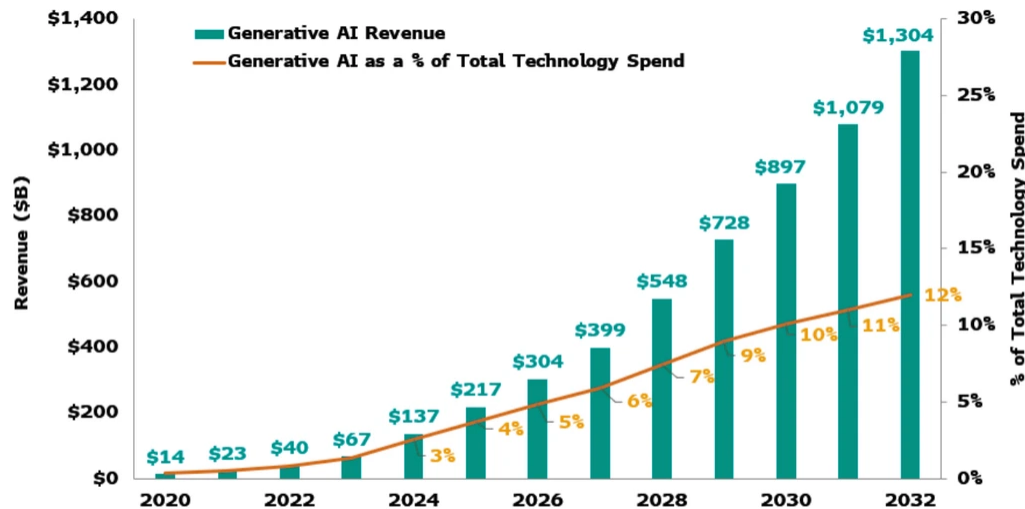
# Нейросети

- Крупнейшие технологические компании вступили в AI-гонку с OpenAI.
- Спрос на чипы H100 и A100 Nvidia настолько велик, что срок поставки достигает 52 недель.



# Нейросети

Объем рынка генеративного искусственного интеллекта может увеличиться к 2032 году до **\$1,3 трлн**, следует из отчета аналитиков Bloomberg Intelligence.



Source: Bloomberg Intelligence, IDC

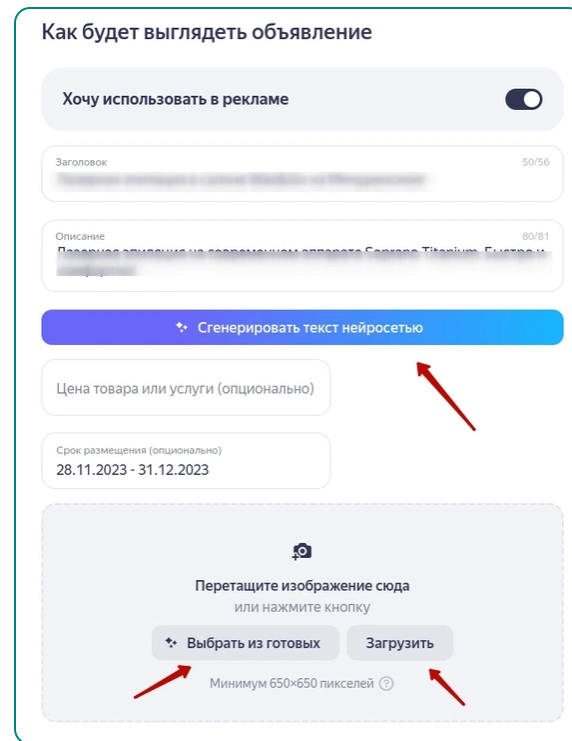
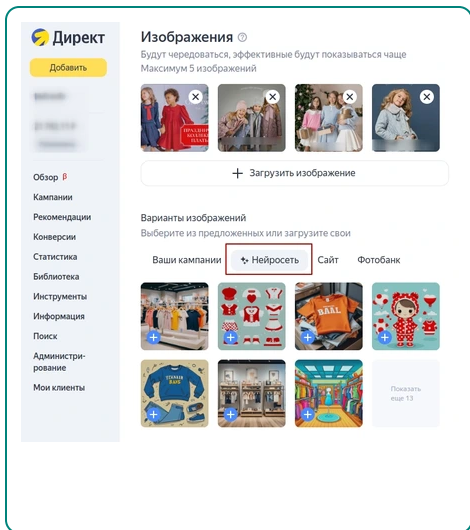
Bloomberg Intelligence

# Нейросети

## Увеличение роли ИИ в рекламе

Нейросети в рекламе:

- создают креативы (текст, фото, видео);
- подбирают аудиторию;
- оптимизируют KPI бизнеса.



**Реклама**



## Высокодинамичный рост рынка рекламы

- Объем рынка: + 30% относительно 2022 г., + 22% относительно 2021 г.\*
- Более 70% рекламодателей стали чаще тестировать новые каналы. Освободившиеся бюджеты в первую очередь распределили на продукты Яндекса и VK. Помимо них в топе оказались программатик-платформы.
- Programmatic - самый быстрорастущий сегмент интернет-рекламы. Более 30% компаний увеличили свой бюджет в поиске новых решений.
- Можно прогнозировать **двузначные темпы роста рынка** по итогам 2023 г.

## АКАР: ОБЪЕМ РЫНКА РЕКЛАМЫ В СРЕДСТВАХ ЕЕ РАСПРОСТРАНЕНИЯ В ЯНВАРЕ-СЕНТЯБРЕ 2023 ГОДА

ПЕРИОД	Q1 2023	Q2 2023	Q3 2023	9 МЕСЯЦЕВ
ОБЪЕМ РЫНКА*	140 МЛРД РУБ.	175 МЛРД РУБ.	180 МЛРД РУБ.	495 МЛРД РУБ.
ДИНАМИКА**	+8%	+50%	+35%	+30%

\* Данные АКАР за 9 месяцев 2023 г.

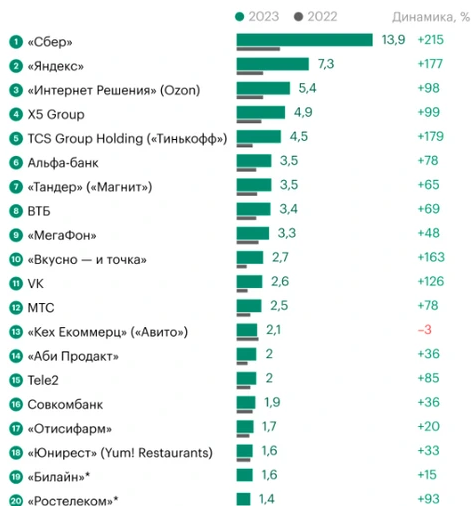


Восстановление рынка офлайн-рекламы: значительный рост расходов среди ТОП-20 рекламодателей.

## Как менялись бюджеты на офлайн рекламу ТОП-20 крупнейших рекламодателей

### 2022/2023

Траты на телевидение, радио, печать и наружную рекламу без учета интернета, млрд руб.  
Данные с января по август каждого года



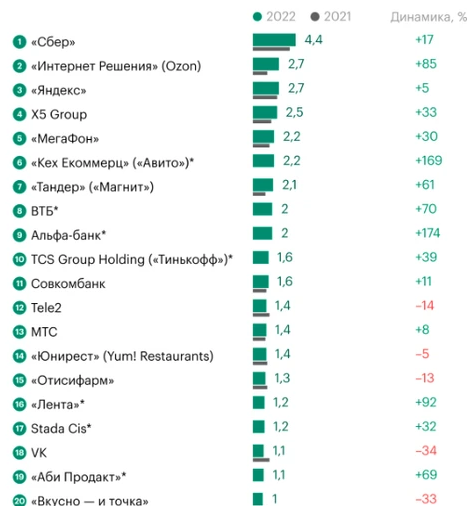
\*Годом ранее компания не входила в рейтинг 20 крупнейших рекламодателей.

Источник: Starlink

© РБК, 2023

### 2021/2022

Траты на телевидение, радио, печать и наружную рекламу без учета интернета, млрд руб.  
Данные с января по август каждого года



\*Годом ранее компания не входила в рейтинг 20 крупнейших рекламодателей.

Источник: Starlink

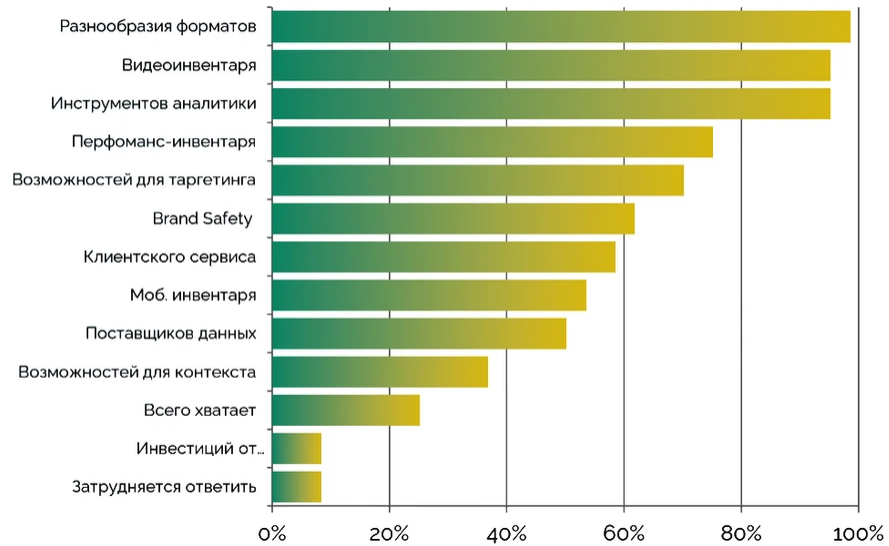
© РБК, 2023

# Реклама

Помимо DSP на рынке присутствует много игроков, которые используют данные внутри собственных экосистем или продают их для сбора уникальных сегментов.



Рекламодатели отмечают недостаток интересных форматов, видео инвентаря и инструментов для сквозной аналитики.



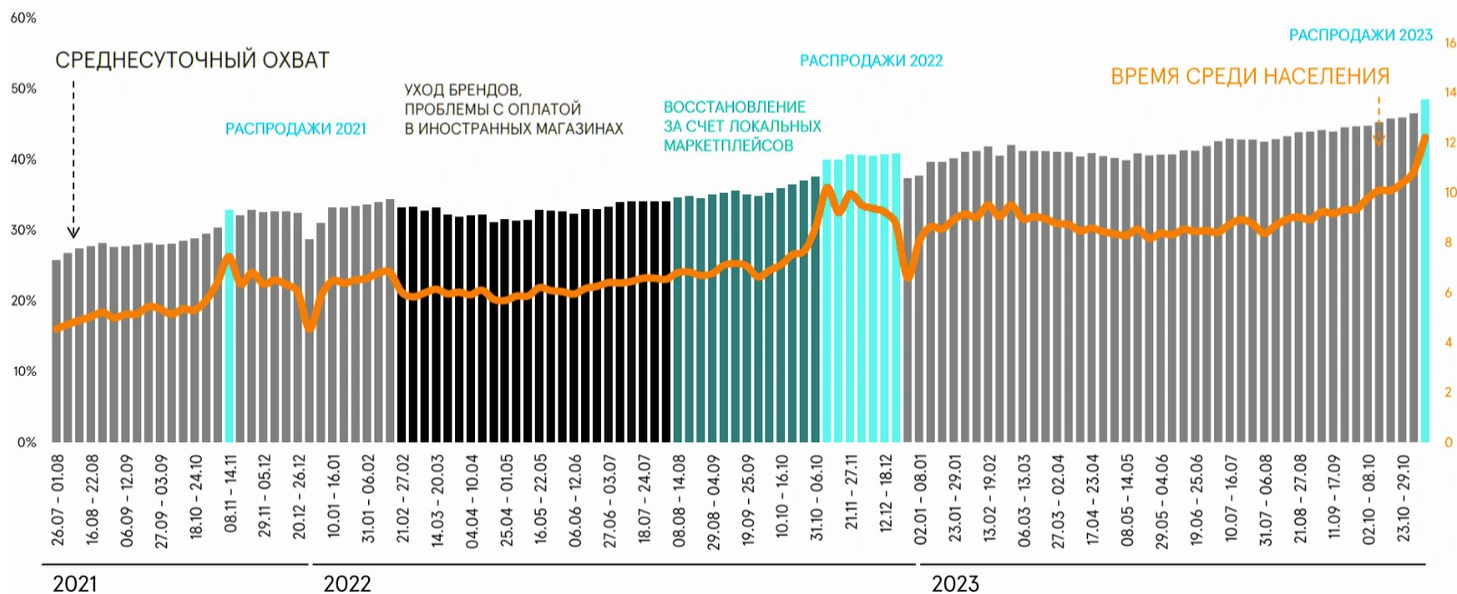
# Электронная коммерция



# Электронная коммерция

Объем интернет-торговли в России в январе-сентябре 2023 года увеличился на 23% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составил 4,3 трлн рублей.

Остается подвижность рынка в части распределения между старыми и новыми брендами.



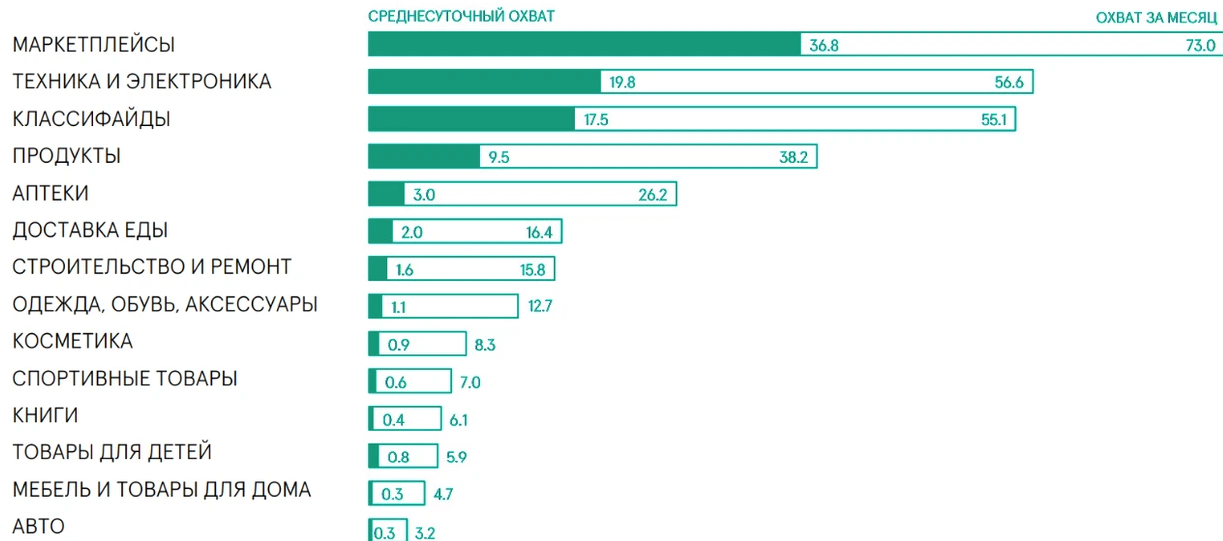
Источник: [Mediascope](#)

# Электронная коммерция

Самый большой рост на рынке eCommerce – у крупных универсальных маркетплейсов

## КАТЕГОРИИ E-COM

STICKY FACTOR

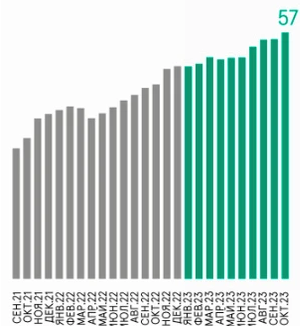


Источник: [Mediascope](#)

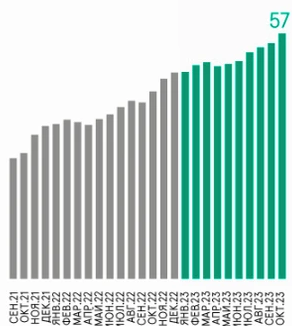
# ТОП-5 маркетплейсов



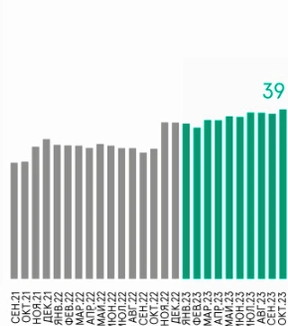
OZON



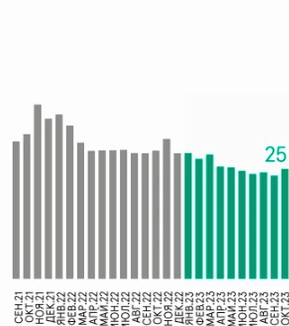
WILDBERRIES



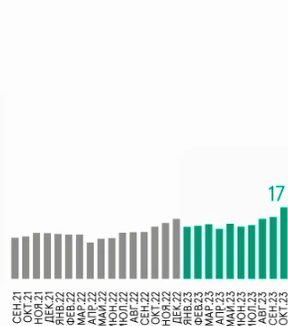
ЯНДЕКС МАРКЕТ



ALIEXPRESS



MEGAMARKET



# Регуляторы и законодательство





# Регуляторы и законодательство

## Федеральный закон «О рекламе»

- С 1 сентября 2022 года вступил в силу закон № 347-ФЗ о поправках в Федеральный закон «О рекламе», согласно которому вся интернет-реклама должна быть размечена.
- С 1 сентября 2023 года вступил в силу закон, устанавливающий меры административной ответственности за нарушения в сфере учета интернет-рекламы (№ 274-ФЗ от 24.06.2023).
- 27 ноября 2023 года управление РКН по ЦФО вынесло постановление о привлечении к административной ответственности за неисполнение требований ст.18.1 закона «О рекламе»: телеграм-канал блогера «Лиса рулит», 3 рекламных поста без маркировки, штраф 300 000 руб.



**Федеральная  
антимонопольная  
служба**



**Федеральная служба по надзору  
в сфере связи, информационных  
технологий и массовых коммуникаций**

# Регуляторы и законодательство

## Закон о трансграничной передаче данных

С 1 марта 2023 года начала действовать новая редакция статьи 12 про трансграничную передачу персональных данных (ТППД) в Законе № 152-ФЗ (п. 7 ст. 1 Федерального закона [от 14.07.2022 № 266-ФЗ](#)).

Основным условием для передачи персональных данных российских граждан в другую страну становится **уведомление** Роскомнадзора.

Согласно [№152-ФЗ «О персональных данных»](#), персональные данные — **любая информация, относящаяся к прямо или косвенно определенному или определяемому физическому лицу**.

В 2021 году Роскомнадзор [на своем вебинаре](#) причислил cookie-файлы к персональным данным. При этом закон **не содержит** положения, которое бы прямо относило cookie-файлы к персональным данным.

Это позиция Роскомнадзора, а не однозначная законодательная норма.

## Штрафы и наказание

Пока отдельной статьи за это нарушение не предусмотрено.

Штраф возможен [по ч. 1 ст. 13.11 КоАП РФ](#) за трансграничную передачу данных в нарушение законодательства — 60–100 тыс. руб. для юридических лиц.

Также Роскомнадзор может вынести предупреждение или оштрафовать по ст. 19.7 КоАП РФ за неподачу уведомления — от 3 тыс. до 5 тыс. руб. для юридических лиц.

[Подробнее об уведомлении о трансграничной передаче данных](#)

**Данные и ПО**



# Данные и ПО

Уход западных вендоров положительно сказался на перспективах импортозамещения, но негативно — на перспективах заказчиков.

- 70% заявляют о том, что на их бизнесе сказались уход с рынка некоторых поставщиков программного обеспечения, блокировки и ограничения для российских пользователей.
- Для каждого второго (47%) трудности не сильно заметны, а каждый пятый (23%) заявляет, что они сказываются на возможности полноценно продолжать работу\*.

\* Источник: [nafi.ru](https://nafi.ru)

Госзаказчики ускоренно переходят на отечественные решения (влияние административного ресурса).

Коммерческие заказчики не планируют переход на отечественные решения в ближайшее время (выжидательная позиция).

### В чем, на ваш взгляд, наиболее остро ощущается необходимость в импортозамещении?



# Данные и ПО

Ассоциация больших данных (АБД) обновила разработанную еще в 2018 году стратегию развития рынка больших данных до конца 2024 года.

Выделяют следующие черты текущего состояния рынка — поддержка со стороны государства, зрелость отраслевых игроков, наличие отечественных решений для b2b и b2c, высокий уровень потребления цифровых сервисов и т.д.

Области влияния		Целевой сценарий		
		Пессимистичный	Базовый	Оптимистичный
 <b>Политика и государство</b>	Смена фокуса государства на другие отрасли	Рынок ИТ приоритетный для государства	Адресное субсидирование рынка больших данных	
 <b>Экономика</b>	Снижение приоритета цифровизации бизнеса	Стимулирование спроса на ИТ-решения в области БД Экспорт услуг и ИТ-решений в области БД Усиление подготовки специалистов	Принятие стандартов Data cost и ROI для оценки бизнес-кейса	
 <b>Общество</b>	Рост недоверия к поставщикам сервисов из-за утечек ПД	Рост доступности цифровых сервисов	Рост доверия к поставщикам сервисов в части безопасности ПД	
 <b>Технологии</b>	Переключение на импорт ПО и инфраструктуры из дружественных стран	Частичная замена зарубежного ПО, инфраструктуры и сервисов локальными решениями	Импортозамещение ПО и инфраструктуры и разработка новых инструментов обмена данными	
 <b>Законодательство</b>	Ужесточение требований к основам обработки	Действует сбалансированная система ответственности за нарушения	Точечная балансировка, вкл. обезличивание в рамках ЭПР	
 <b>Рынок БД, 2024 год</b>	<b>254 млрд руб</b>	<b>319 млрд руб</b>	<b>379 млрд руб</b>	
 <b>Эффект от внедрения больших данных на другие отрасли</b>	<b>-60%</b>	<b>100%</b>	<b>+76%</b>	

# Обобщенные тренды и прогнозы



# Обобщенные тренды и прогнозы

- Применение AI для автоматизации маркетинговых процессов: генерация креативов для рекламы, ранжирование, таргетирование, прогнозирование и пр.
- Информационная безопасность потребителя, рост важности First и Zero Party Data (нулевых и первичных) — данных, которые клиенты сами передают компании.
- Рост влияния настоящих инфлюенсеров (Genuinfluencers) в продвижении бренда/товара.
- Рост значимости персонализированного подхода в маркетинговых кампаниях.
- Омниканальность маркетинга.
- Мероприятия и встречи возвращаются в офлайн.
- Рост миграции на отечественное ПО в 2024 году.





Консалтинг, цифровая трансформация,  
интеграция бизнес-процессов, маркетинга и оргразвития



**Илья Никулин**  
генеральный директор «Текарт»



**Елена Мигулина**  
директор практики  
интегрированного маркетинга



**Андрей Титенко**  
Зам. директора по маркетингу,  
руководитель практики технологического  
маркетинга

## Релевантные услуги:

[Комплексный интернет-маркетинг](#)

[Интеграция и аутсорсинг службы маркетинга](#)

[Рекламные активности](#)

[Разработка маркетинговых стеков](#)

[Performance-маркетинг](#)

**+7 495 790 75 91**

Консалтинговая группа «Текарт»  
[techart.ru](http://techart.ru)

Креативное агентство  
[creative.techart.ru](http://creative.techart.ru)

IT-решения и веб-разработка  
[web.techart.ru](http://web.techart.ru)

Дизайн-бюро  
[design.techart.ru](http://design.techart.ru)

Фотоагентство  
[photo.techart.ru](http://photo.techart.ru)

Работа в «Текарт»  
[hr.techart.ru](http://hr.techart.ru)

Аналитика и бизнес-планирование  
[research.techart.ru](http://research.techart.ru)

Интегрированный маркетинг и PR  
[promo.techart.ru](http://promo.techart.ru)

Университет «Текарт»  
[edu.techart.ru](http://edu.techart.ru)



Авторский telegram-канал «Системное развитие бизнеса» [t.me/techart\\_ru](https://t.me/techart_ru)