

18.12.2025

Маркетинг 2025–2026: итоги и тренды

1999 — 2025

techart.ru

| promo.techart.ru

Регистраций: 160 (компаний – 131), в т.ч.:

- топов: 70
- новых слушателей: 30%
- постоянных (4+) слушателей программы: 70
- с вопросами и обратной связью: 17



Ключевые компетенции «Текарт»

Консалтинг

- стратегия и стратегирование
- диагностика, бизнес-девелопмент
- трансформация
- цифровизация
- маркетинг
- организационное развитие
- бизнес-математика



Бизнес-аналитика

Интегрированный
маркетинг

Дизайн

IT-решения
и веб-разработка

Оргразвитие

Создание контента

26

лет на рынке
бизнес-аналитики,
маркетинга

20 000

выполненных
проектов

160

сотрудников
в штате

39 000+

клиентов и партне-
ров в экосистеме
«Текарт»

4 место

рейтинга
«Маркетинговый
консалтинг» RAEX

3 место

полносервисные
диджитал-агентства
(Рейтинг Рунета)

ТОП 100

в рейтинге
работодателей
Headhunter*

* среди компаний
до 250 сотрудников



Edu.Techart

Программа непрерывного образования для руководителей по маркетингу

Основные треки программы:

Маркетинг (комплексное продвижение, SMM, SEO и т. д.), реклама

Martech, аналитика (технологии, данные, автоматизация, цифровые сервисы)

Дизайн, веб-разработка, контент, фото, видео

Маркетинговый анализ и стратегия

Организационное развитие

Отраслевой трек

new

3

года работы

8 500+

участников
из 1 900 компаний

34

спикера

550

пользователей [платформы](#)

План вебинара

1. Общая характеристика рынка маркетинга
 - a. Объем рекламного рынка
 - b. Изменение бюджетов на маркетинг
 - c. Ключевые драйверы
 - d. Медиапотребление
2. Проникновение искусственного интеллекта
 - a. Состояние рынка ИИ в России
 - b. Нейросети в рекламе и поисковых системах
3. Изменения в социальных сетях и мессенджерах
4. Актуальность рекламных каналов и форматов
5. Важные изменения в законодательстве
 - a. 3% налог на рекламу
 - b. Запрет на размещение на ряде ресурсов
 - c. Обязательная маркировка звонков
 - d. Закон о персональных данных
6. Обобщенные тренды и прогнозы

Тренды 2025

04

1. Развитие искусственного интеллекта (ИИ).

- Использование искусственного интеллекта для создания уникального, привлекательного и персонализированного контента.
- Интеграция искусственного интеллекта в коммуникации компаний с клиентами (чат-боты, голосовые помощники и т. п.).
- Внедрение ИИ в алгоритмы поисковых систем, рекламные платформы, мобильные приложения, различные сервисы.

2. Рост популярности видеоконтента, особенно коротких форматов.

Видео продолжают захватывать внимание аудитории. Рекомендуем инвестировать в создание динамичного контента, который легко воспринимается и распространяется. Короткие видеоролики, прямые эфиры и видеомаркетинг помогут в следующем году привлечь внимание целевой аудитории.

3. Рост числа каналов взаимодействия бренда с целевой аудиторией.

Рост конкуренции, рекламных бюджетов, изменение поведения аудитории и борьба за её внимание, появление и развитие в 2024 г. новых платформ, способствуют и даже делают обязательным для компаний тестирование новых каналов.

4. Mobile first.

Рекомендуем задуматься о разработке мобильных приложений, оптимизированных для различных платформ и использовать мобильные технологии для улучшения пользовательского опыта.

5. Уникальные стратегии продвижения в регионах.

Существенный рост электронной торговли именно в регионах по итогам 2024 г. заставляет задуматься о смещении акцента в 2025 году на разработку уникальных маркетинговых стратегий для конкретных субъектов РФ с учетом их особенностей и менталитета аудитории.

6. Усиление государственного регулирования и контроля.

1. Общая характеристика рынка маркетинга

Объемы рекламного рынка в январе-сентябре 2025 года

АКАР:

- Суммарный объем рынка рекламы более чем 680 млрд рублей (+8% к 2024 г.)
- Замедление темпов роста после сверхдинамичных 2023 (+30%) и 2024 (+24%) г.г.
- Поквартальное снижение темпов роста: 1 квартал — 11%, 2 кварта — 8%, 3 квартал — 7%

Сегменты	Сегменты 1-3 кв. 2025 года, млрд руб. динамика к 1-3 кв. 2024 года, %	Динамика к 1-3 кв. 2024 года, %
Видео	205.7-207.7	8%
Аудио	16.6-16.8	-5%
в т.ч. Радио	16.1-16.3	-5%
Издательский бизнес	16.2-16.4	-5%
в т.ч. Пресса	2.3-2.4	-13%
Digital	13.8-14.0	-3%

Сегменты	Сегменты 1-3 кв. 2025 года, млрд руб. динамика к 1-3 кв. 2024 года, %	Динамика к 1-3 кв. 2024 года, %
Out of Home	80.4-81.4	12%
в т.ч. Наружная реклама	66.7-67.7	11%
в т.ч. Классические рекламодатели	17.7-18.1	-15%
Цифровые носители	49.1-49.5	24%
Интернет-сервисы	361.0-363.0	9%
ИТОГО по сегменту рекламы в медиа	680.0-685.0	8%

* Данные ассоциации Коммуникационных Агентств России. АКАР включает в оценку интернет-сервисов только поисковую рекламу и рекламу в социальных сетях. Цифровые же составляющие других типов рекламы — интернет-видео, digital audio, цифровая наружная реклама, интернет-площадки издателей — учтены в объемах каждого из этих сегментов.

Объемы рекламного рынка в январе-сентябре 2025 года

ОККАМ (включает данные по ретейл-медиа):

Объем рекламного рынка в первом полугодии 2025 года вырос на 27%
(по сравнению с аналогичным периодом 2024г.):

- Ретейл-медиа +44%
- Интернет +14%
- Телевидение +12%
- Наружная реклама показала рекордный рост +46% (значимый вклад цифрового формата)
- Радио и пресса — стагнация

ТОП-20 категорий сконцентрировали 89% рекламных вложений

Наиболее заметные темпы роста среди них:

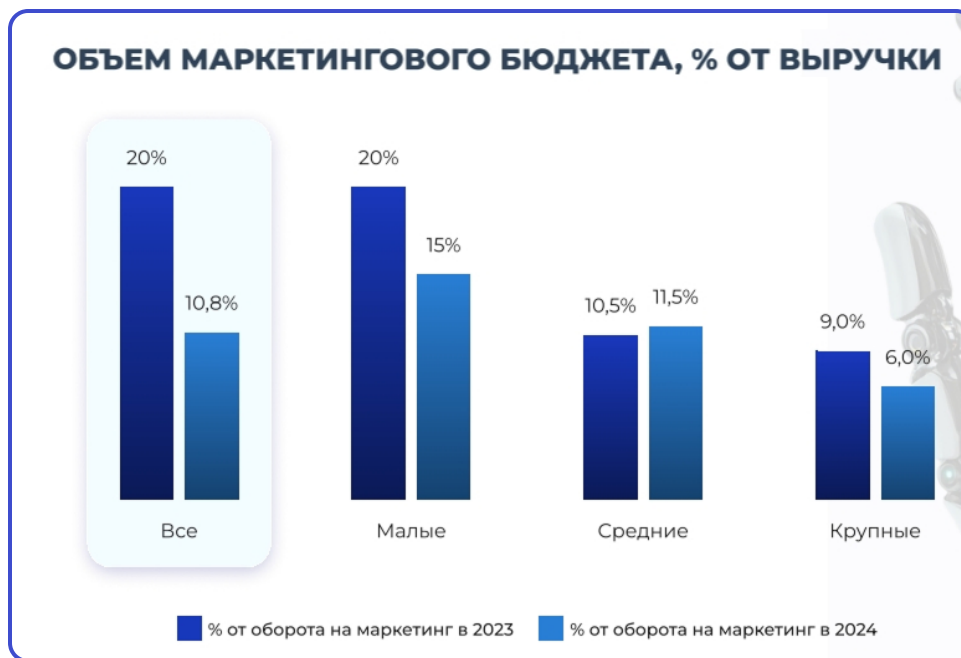
- Образование и трудоустройство +51%
- Социальная реклама +58%
- Услуги в области рекламы и маркетинга +64%
- Офлайн-ритейл +38%
- Интернет-торговля (e-commerce) +25%
- FMCG +25%

* Данные ОККАМ

Инвестиции B2B-компаний в маркетинг

08

В 2024 г. по сравнению с 2023 г. маркетинговый бюджет предприятий B2B и промышленности сократился в 2 раза с 20% до 10,8%.



Источник: исследование [«Вызовы и решения цифровой экономики на промышленных рынках в России»](https://ict.moscow) (<https://ict.moscow>)

Инвестиции B2B-компаний в маркетинг

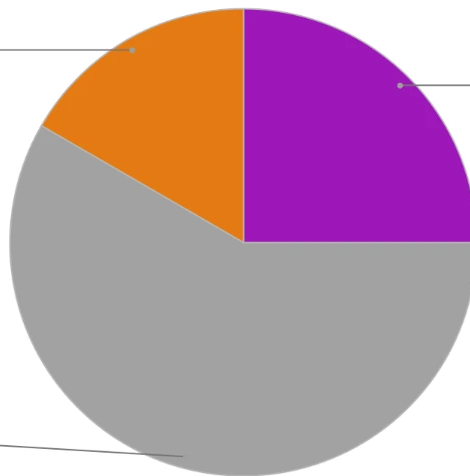
09

Бюджет на маркетинг на 2026 год

Увеличиваем
16,7%

Сокращаем
25,0%

Оставляем на уровне 2025 г.
58,3%



Источник: опрос маркетинговой группы «Текарт», n = 114

Инвестиции B2B-компаний в маркетинг

10

В 2025 году крупные предприятия планировали сократить расходы на маркетинг, а малые — увеличить размер инвестиций для активного роста.

Средние предприятия не планировали изменять объем инвестиций в маркетинг в краткосрочной перспективе.

При этом в долгосрочной перспективе большинство (56%) компаний намерены наращивать инвестиции в маркетинг.



Источник: исследование [«Вызовы и решения цифровой экономики на промышленных рынках в России»](https://ict.moscow) (<https://ict.moscow>)

Драйверы рынка интернет-маркетинга в России

11

Драйвер	Факторы	Влияние
Регуляторная среда и требования государства	<ul style="list-style-type: none">• Маркировка рекламы и контроль цепочек размещения• Требования к хранению и обработке персональных данных• Ограничения на иностранные платформы и сервисы	<ul style="list-style-type: none">• Рост транзакционных издержек• Снижение «серых» и экспериментальных инструментов• Переход к более формализованным и прозрачным моделям продвижения
Консолидация цифровых платформ	<ul style="list-style-type: none">• Доминирование экосистем Яндекса• VK и Telegram как основные социальные каналы• Рост зависимости бизнеса от 2–3 ключевых платформ	<ul style="list-style-type: none">• Рост стоимости контакта• Выше ценность экспертизы и оптимизации внутри экосистем
Смена модели потребления и поведения аудитории	<ul style="list-style-type: none">• Длинный цикл принятия решений• Большое количество точек контакта до покупки• Запрос на доверие, экспертизу и доказательства	<ul style="list-style-type: none">• Усиление роли контента и прогрева• Рост важности образа и авторитетности бренда
Проникновение AI-инструментов	<ul style="list-style-type: none">• Доступность больших языковых моделей (LLM)• Улучшение качества ответов• Развитие ИИ-агентов	<ul style="list-style-type: none">• Ускорение производства контента• Автоматизация процессов коммуникации• «Упрощение» запуска рекламных кампаний• Снижение среднего качества контента.

Медиапотребление в России

12

Аудитория за год практически не изменилась:

- Более 86% населения заходят в интернет ежемесячно и проводят в нем более 4 часов 20 минут в день
- Ежедневно пользователи проводят в соцмедиа ~ 2 часа 10 мин, играх ~ 30 мин, а также совершают online-покупки ~ 30 мин
- 82% россиян хотя бы раз в месяц пользуются e-com ресурсами

105

млн человек

количество пользователей
интернета в месяц

86%

населения

количество пользователей
интернета в месяц

4:21

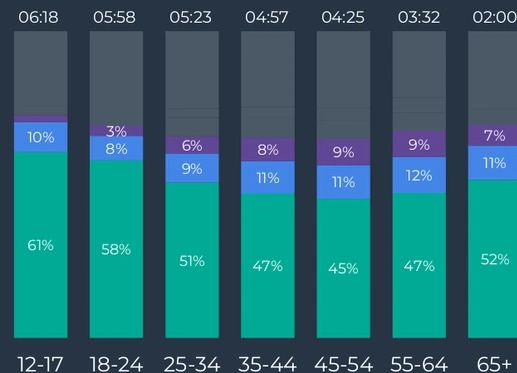
время в день

в среднем россияне
проводят в интернете

* Mediascope Cross Web, мобайл и десктоп, вся Россия, население 12+, октябрь 2025

Вклад ресурсов в интернет-потребление

% времени в интернете



Соцмедиа



Игры

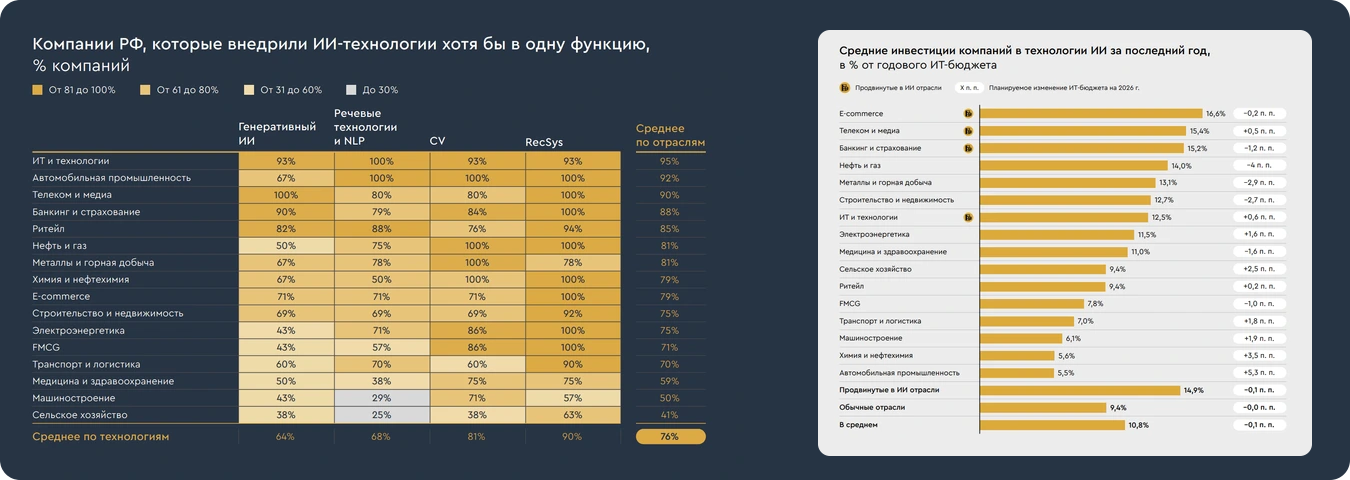


Магазины

2. Проникновение искусственного интеллекта

Состояние рынка ИИ в России

- К 2030 году совокупный годовой эффект оценивается в **7,9–12,8 трлн рублей** (до 5,5% прогнозного ВВП)
- Ключевые направления: генеративный ИИ (GenAI), обработка естественного языка (NLP) и речевые технологии, компьютерное зрение (CV), рекомендательные системы (RecSys)
- Многие крупные компании провели пилоты по крайней мере по одной из четырех технологий
- В среднем, российские компании тратят на ИИ ~11% от общего бюджета на IT
- Основной эффект компании видят в сокращении операционных затрат (90%) и росте выручки за счет новых продуктов и работы с клиентами. Сокращение ФОТ — не приоритет (около 33% компаний)



Источник: исследование «Искусственный интеллект в России — 2025: тренды и перспективы», (<https://adindex.ru>, 2025 г.)

Генеративный ИИ

Наиболее динамично развивающаяся технология: доля компаний, применяющих GenAI, выросла в 2025 году **до 71%** (54% в 2024).

Ключевые тренды:

- Развитие мультимодальных и рассуждающих моделей (например, DeepSeek-R1)
- ИИ-агентов ([Yandex Neurosupport](#)) и платформ для их создания агентов ([Yandex AI Studio](#))
- GenAI на устройствах
- Основные области внедрения: внутренние коммуникации (автоматизация документооборота), маркетинг и продажи (генерация контента), клиентский сервис (чат-боты)

ТОП-5 наиболее популярных ИИ-платформ среди российских специалистов:

- **ChatGPT** - чат-бот с генеративным искусственным интеллектом
- **YandexGPT** - российская альтернатива для работы с текстом
- **GigaChat** - отечественная разработка Сбербанка
- **Perplexity AI** - специализированный поисковик с ИИ-анализом

Источник: исследование [«Искусственный интеллект в России — 2025: тренды и перспективы»](#), (<https://adindex.ru>, 2025 г.)

Актуальные российские решения

16



Источник: <https://incruussia.ru/specials/karta-rossijskogo-ii-2-0/>

Модели ИИ для определенных отраслей

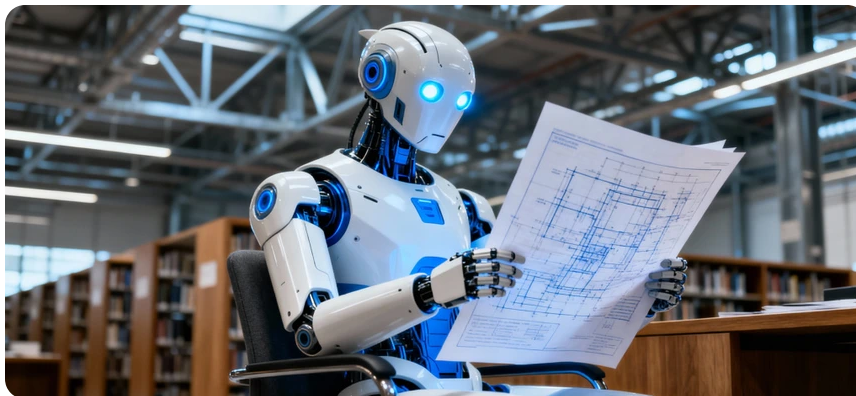
Универсальные модели хорошо справляются с широким классом задач, но могут не справиться с узкоспециализированными запросами.

Они обучаются на открытых данных и не знают специфику отдельных отраслей.

Когда нужна система ИИ, которая действительно «понимает» именно вашу предметную область, стоит выбирать **домен-специфичные LLM (DSLML)**.

Например, open-source модель [MetalGPT-1](#) от компании «Норникель», обучена на данных, которые не циркулируют в открытой среде: технологические регламенты, протоколы, НИОКР, проектная документация из области металлургии и горнодобычи.

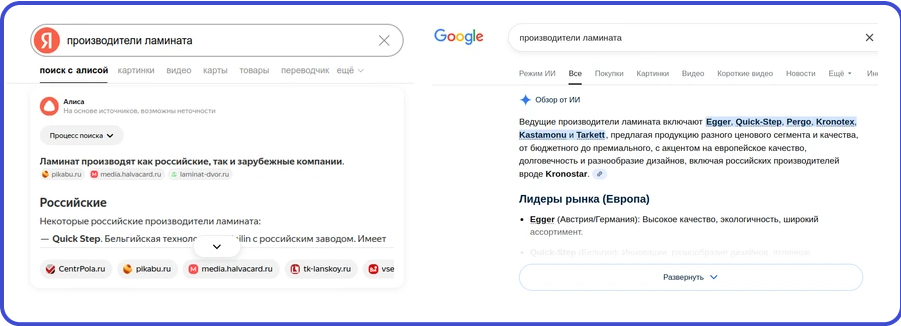
На ее основе компания уже строит ассистентов и автономных агентов, которые встраиваются непосредственно в узкие операционные процессы.



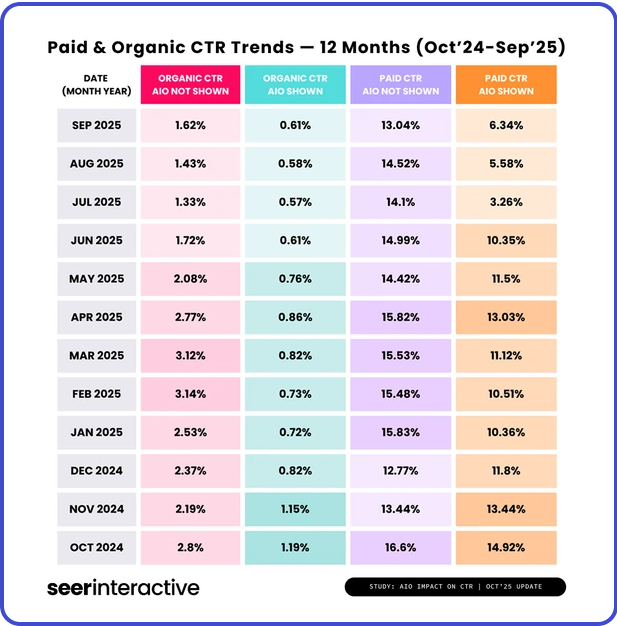
Нейроответы в выдаче поисковых систем

Google и Яндекс внедрили ИИ-ответы на запросы пользователей: **Google AI Overview** и **Яндекс Алису** (Алиса заменила Нейро).

Ответы в основном на информационные запросы. Могут быть персонализированными или едиными для всех пользователей.



Снижение CTR органической выдачи от 30% до 60%.

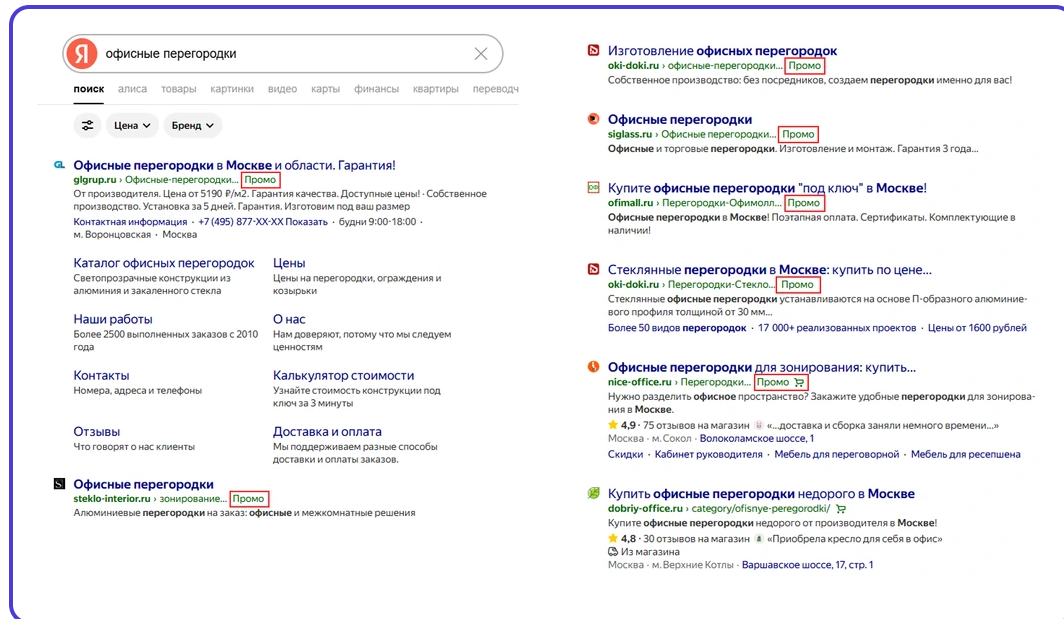


Увеличение числа “промоблоков” в выдаче Яндекс

19

Снижение CTR органической выдачи:

- Ответ Алисы AI
- До 8 результатов “Промо” под строкой поиска
- Предложения Яндекс Маркета
- Картинки
- Популярные товары по запросу (1-2 блока)
- Органическая выдача



* Mediascope Cross Web, мобайл и десктоп, вся Россия, население 12+, октябрь 2025

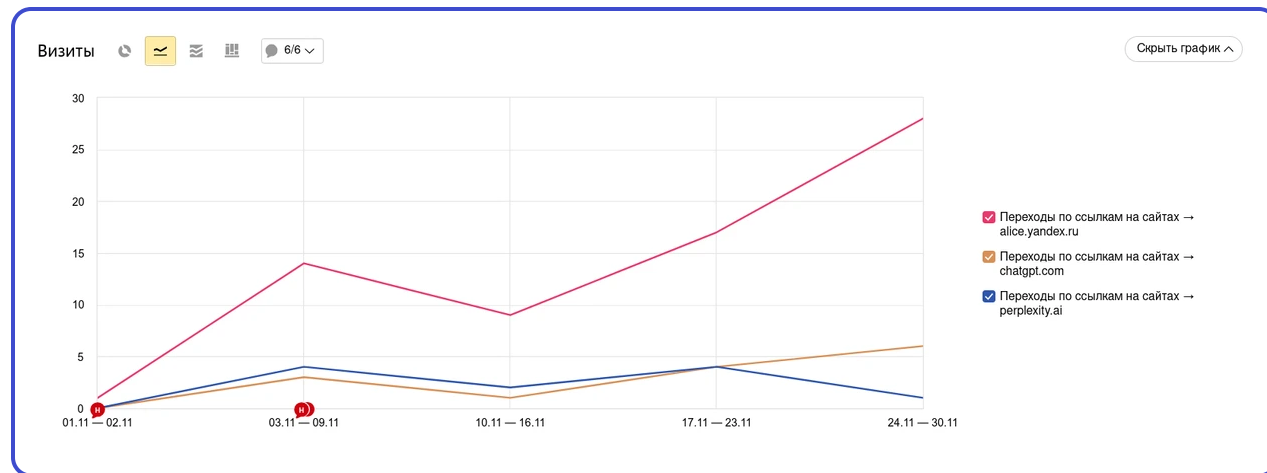
GEO приходит на смену SEO

20

GEO-продвижение (Generative Engine Optimization) — продвижение, основной целью которого является попадание контента сайта в источники для ответов нейросетей по запросам аудитории.

Отметим:

1. Не стоит ожидать большого числа переходов на сайт (работает на рост узнаваемости и доверия к бренду, авторитетности ресурса).
2. Результаты выдачи регулярно изменяются.
3. Отследить динамику переходов в настоящий момент затруднительно.



ИИ-помощники в Яндекс Рекламе

В 2024 году Яндекс анонсировал Yandex Neuro Ads — новое поколение нейросетей, которые:

- Отбирают и ранжируют объявления
- Прогнозируют поведение пользователя и конверсию
- Подбирают таргетинги целевой аудитории
- Оптимизируют продвижение под цели бизнеса
- Создают заголовки и тексты
- Адаптируют объявления под конкретные запросы пользователей
- Создают изображения и видео для креативов

В 2025 были анонсированы ИИ-агенты на базе Yandex Neuro Ads.

- **Яндекс Директ:** помощник уже доступен некоторым пользователям в рамках закрытого бета-тестирования. На первом этапе он будет помогать строить отчёты со статистикой по запросу пользователя и суммаризировать данные.

В будущем помощник сможет запускать продвижение, давать рекомендации по оптимизации и масштабированию кампаний, вносить изменения в настройки и выполнять другие задачи под вашим контролем.

- **Яндекс Метрика/AppMetrica:** поможет анализировать отчёты, выявлять отклонения в показателях, их причины и делать выводы на основе данных.

В AppMetrica появится режим брейншторма. С помощником можно будет обсудить продуктовые гипотезы или сгенерировать идеи, например как повысить ROI приложения или вовлечённость аудитории.

3. Изменения в социальных сетях и мессенджерах

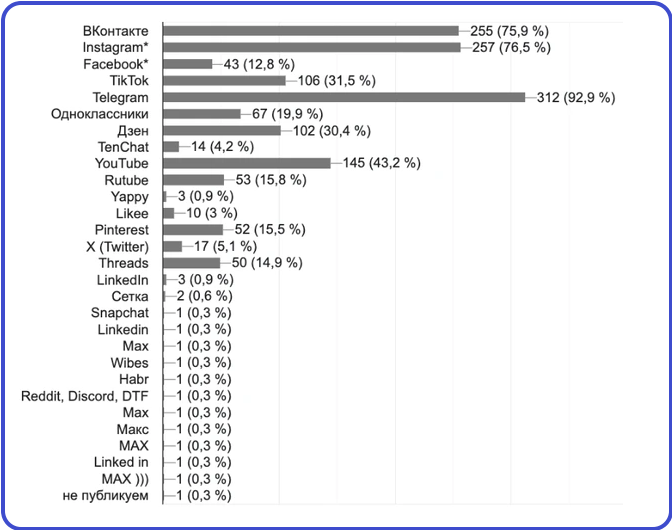
Популярность соцсетей и мессенджеров

Аудитория площадок

Интернет. Регион: Россия 0+ Год/Месяц: Октябрь 2025г Целевая аудитория: люди старше 12+ Среда измерения: мобайл и десктоп. Топ ресурсов по жанру: Социальные медиа					
№	Интернет-ресурс	Охват за месяц, тыс. чел.	Охват за месяц, % от населения	Среднесуточный охват за месяц, тыс. чел	Среднесуточный охват за месяц, % от населения
1	ВКонтакте	94595.2	76,9	57484.3	46,7
2	Telegram	91001.7	74	68053.1	55,3
3	Youtube	70569.5	57,4	23441.4	19,1
4	Tiktok	68583.8	55,8	34354.8	27,9
5	Дзен	67731.6	55,1	23895.4	19,4

Интернет. Регион: Россия 0+ Год/Месяц: Октябрь 2025г Целевая аудитория: люди старше 12+ Среда измерения: мобайл и десктоп. Топ ресурсов по жанру: Мессенджеры					
№	Интернет-ресурс	Охват за месяц, тыс. чел.	Охват за месяц, % от населения	Среднесуточный охват за месяц, тыс. чел	Среднесуточный охват за месяц, % от населения
1	WhatsApp*	96269	78,3	81242,1	66
2	Telegram	91001,7	74	68053,1	55,3
3	Max	48021,7	39	18905,9	15,4
4	VK Мессенджер**	17663,9	14,4	5581,1	4,5
5	Viber	8008,6	6,5	823	0,7

С какими площадками работает бизнес



* Mediascope Cross Web, мобайл и десктоп, вся Россия, население 12+, октябрь 2025

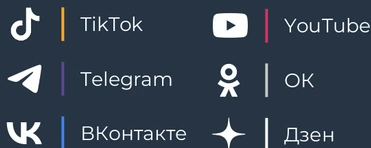
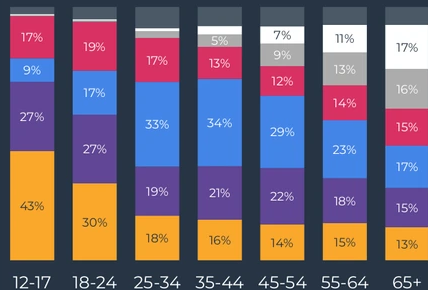
** Исследование Dnative

Популярность соцсетей и мессенджеров

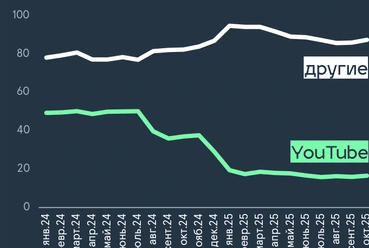
24

- Платежеспособная аудитория сосредоточена в основном во ВКонтакте и Telegram
- Рост аудитории TikTok по большей части обеспечивают пользователи 12-24 лет
- Значительно увеличилось время, проводимое пользователями во ВКонтакте, TikTok и Rutube

Доля соцмедиа площадок
% от времени на соцмедиа



Динамика времени в социальных медиа
минут на россиянина в день



Прирост времени на площадках
октябрь 2025 vs июль 2024



* Mediascope Cross Web, мобайл и десктоп, вся Россия, население 12+, октябрь 2025

1. Замедление темпов роста в сравнении с 2024 г:

- Выручка VK выросла на 10% за 9 месяцев 2025г. и составила 111,3 млрд рублей
- Средняя месячная аудитория выросла на 4%, а средняя дневная на 5%

2. Самый популярный формат контента — **видео**:

- в 4,4 раза выросло общее время просмотра в VK Видео, в августе обогнал Youtube
- 42% рекламодателей нарастили бюджеты на видеорекламу в VK за первые 6 месяцев 2025 г.
- на 53% вырос объем показов видеорекламы

3. **Закрытие старого кабинета «ВКонтакте»**

4. **Обновление статистики** в кабинете

5. Возможность создавать **совместные публикации (соавторство)** в постах и клипах (до 4 авторов)

6. Новый формат контента — **шопсы**

Шопсы во ВКонтакте

26

Новый вид шопинга — публикации с товарными карточками, по которым можно совершить покупку.

Первый партнер — Ozon.

Механизм работы: пользователь просматривает пост, видит рекламный блок, может кликнуть по публикации и оформить заказ, не выходя из соцсети.

Каталог товаров для рекламы доступен на платформе VK AdBlogger.

Добавить товарную карточку и ссылку можно ко всем форматам: постам, клипам, историям, прямым трансляциям и длинным видео.

Продавцы Ozon могут определить процент вознаграждения, который автор получает за продажу товара.

Автор может сам выбирать товар, снимать контент с ним и получать процент с каждой продажи по публикации.

Суть работы схожа с wibes.ru



Telegram

27

1. РКН все сильнее ограничивает работу иностранных мессенджеров WhatsApp* и Telegram «для противодействия преступникам»
2. Объем рекламы в Telegram-каналах по данным ЕРИР в первом полугодии 2025 г вырос в 1,5 раза.
3. Более 40% блогеров перешли в Telegram из Instagram* после 1 сентября 2025 г. Доходы блогеров выросли за год на 44%.
4. В Telegram появился глобальный поиск по ключевым словам по всей ленте мессенджера. (Корректно работает у Premium-пользователей).

Результаты исследования**:

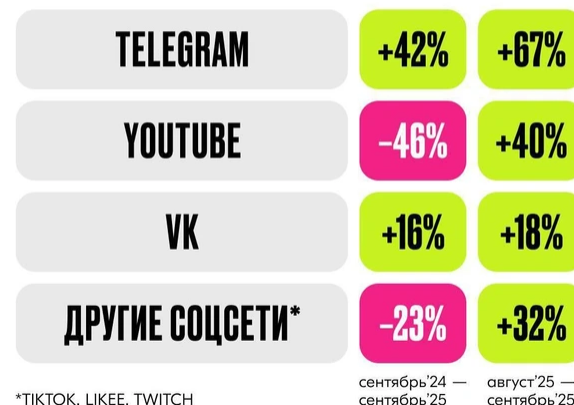
- 57% рекламодателей в Telegram — малый бизнес, 22% — средний, 5% — крупный
- Цели кампаний: продажи — 51%, охват/подписчики — 28%, PR и узнаваемость — 22%
- Бюджеты: 61% респондентов — до 50 тыс. руб/мес, у 33% — 50-500 тыс руб/мес, 6% — выше 500 тыс. руб/мес.
- Форматы — лидируют посевы в отобранных вручную каналах.
- 87% опрошенных считают рекламу эффективной и планируют ее продолжать.

* Принадлежат Meta, которая признана экстремистской и запрещена в России

** Исследование eLama и Telemetr

ДИНАМИКА ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ БЮДЖЕТОВ В СОЦСЕТЯХ

С 1 СЕНТЯБРЯ 2025 ГОДА



Новый мессенджер — MAX

28

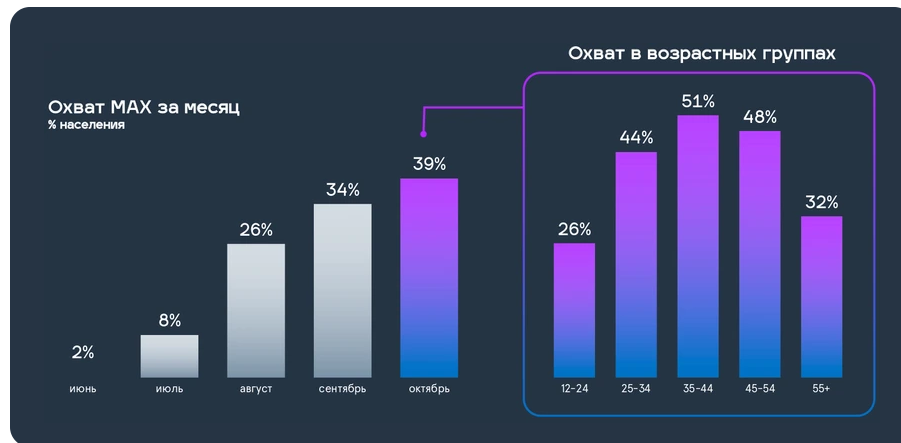
MAX — российская платформа для общения и решения повседневных задач (март 2025).

Основное предназначение: сообщения и звонки; нейросеть Алиса AI; подписание документов; восстановление доступа к Госуслугам; цифровой ID, который можно предъявлять как аналог паспорта.

Декабрь 2025:

- 75 млн пользователей
- 45 млн среднесуточная аудитория
- > 122 тыс публичных каналов
- «Магнит», «Пятерочка», «Перекресток» и «ВкусВилл» внедрили подтверждение возраста с помощью Цифрового ID в MAX при покупке товаров 18+

23 октября открыл «Платформу для партнеров», которая позволяет бизнесу интегрировать в мессенджер сервисы продажи товаров и услуг, приема платежей и поддержки клиентов (ВТБ, Х5, Альфа-Банк, Т2, ЦУМ, международный аэропорт Внуково и Ozon)



* Mediascope Cross Web, мобайл и десктоп, вся Россия, население 12+, октябрь 2025

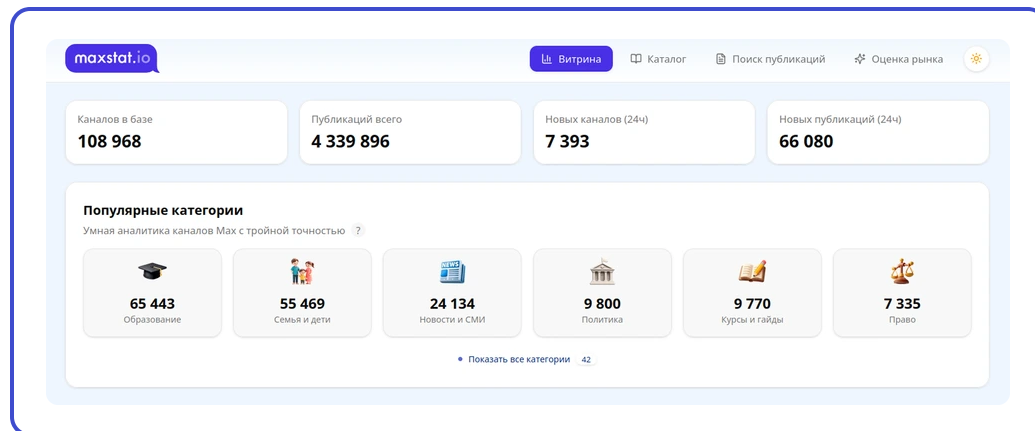
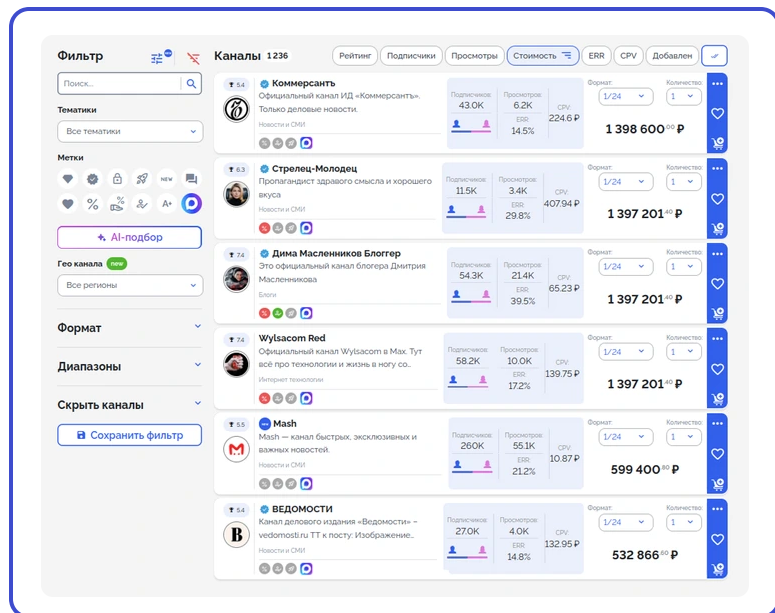
Новый мессенджер — MAX

29

Регистрация канала: канал с 10 000+ подписчиками в других соцсетях, для бизнеса наличие приложения в RuStore или регистрация на МСП.РФ

Привлечение подписчиков: анонсы в других соцсетях, ссылка на сайте, нативные посты (напрямую через админов каналов или через биржу Telega.in).

Сервис аналитики каналов: [MaxStat.IO](https://maxstat.io)



* Mediascope Cross Web, мобайл и десктоп, вся Россия, население 12+, октябрь 2025

4. Актуальность каналов и форматов

Каналы и форматы 2025

31

Каналы

B2B	B2C
ABM маркетинг	Яндекс Директ Поиск, РСЯ (при наличии точных запросов, спроса)
Email маркетинг	SMM
Реклама в Telegram (посевы)	Таргетированная реклама ВКонтакте
Мероприятия (собственные/сторонние вебинары, конференции, выставки)	SEO/GEO
Размещение в СМИ и на отраслевых ресурсах (статьи, медийка, спецпроекты и т.п.)	Управление репутацией
SEO/GEO	Маркетплейсы и агрегаторы
SMM (Telegram. Tenchat)	Работа с блогерами (ВКонтакте. Telegram)
Яндекс Директ Поиск, РСЯ (при наличии точных запросов, спроса)	Programmatic-платформы
Яндекс Директ РСЯ (при наличии спроса на товары/услуги)	Цифровая наружная реклама
Telegram Ads	Email маркетинг

Форматы

- Видео — короткие, вертикальные, развлекательные (B2B/B2B)
- Экспертный контент (B2B) / UGC контент (B2C)
- Кейсы (B2B)
- Отзывы (B2B/B2C)

5.Важные изменения в законодательстве

3% налог с дохода от распространения интернет-рекламы

1 апреля 2025 года вступили в силу поправки к закону «О рекламе», согласно которым распространители рекламы и операторы рекламных систем, а также посредники между ними и рекламодателями должны ежеквартально отчислять в федеральный бюджет 3% с дохода от распространения интернет-рекламы.

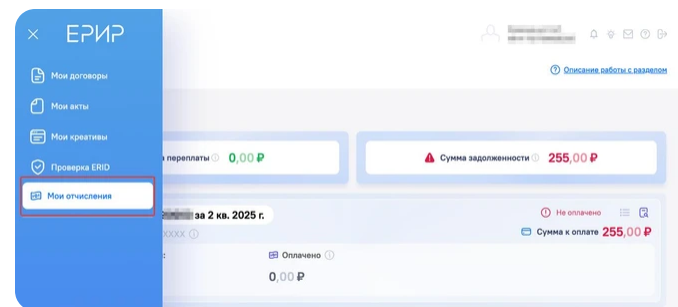
Отчисления производят:

- **Рекламодатели** из России, заключившие договор на распространение рекламы с иностранной организацией или гражданином (в этом случае вместо распространителя рекламы заплатит рекламодатель)
- **Рекламораспространители** — блогеры, владельцы сайтов, СМИ и так далее
- **Операторы рекламных систем** — например, Яндекс Директ и VK Реклама
- **Посредники** в распространении рекламы в интернете и агенты, которые действуют по поручению рекламодателя

! Роскомнадзор рассчитывает сумму сбора на основе информации, которая передается в ЕРИР.

Оплата налога — 1 раз в квартал.

Прошло уже 2 отчетных периода. РКН подает иски в суд на неплательщиков (пока только на взыскание суммы дохода).



Запрет рекламы в Instagram*

1 сентября 2025 года в России вступил в силу запрет на размещение рекламы на ряде информационных ресурсов.

Согласно поправке, внесенной в ст. 5. ч. 10.7 № 38-ФЗ «О рекламе», запрет на размещение рекламы коснулся:

- Ресурсов, доступ к которым в России ограничен (например, LinkedIn).
- Сайтов и соцсетей организаций, запрещенных в России как экстремистских (к ним относятся, в частности, корпорация Meta и принадлежащие ей Facebook и Instagram*).
- Реклама организаций, признанных нежелательными на территории РФ, также окажется под запретом.

За нарушение предусмотрены штрафы:

- Физические лица — от 2 000 до 2 500 руб.
- Должностные лица и ИП — от 4 000 до 20 000 руб.
- Юридические лица — до 500 000 руб. из России, заключивших договор на распространение рекламы с иностранной организацией или гражданином (в этом случае вместо распространителя рекламы заплатит рекламодатель).

До 1 сентября размещать рекламу можно было, после рекомендовали всю рекламу, размещенную ранее, удалить.

При этом, закон не запрещает бизнесу вести в запрещенных соцсетях брендированные страницы — но только так, чтобы публикуемая на них информация не носила рекламный характер.

* Принадлежит Meta, которая признана экстремистской и запрещена в России

Обязательная маркировка звонков с 1 сентября 2025

Цель: борьба с мошенничеством.

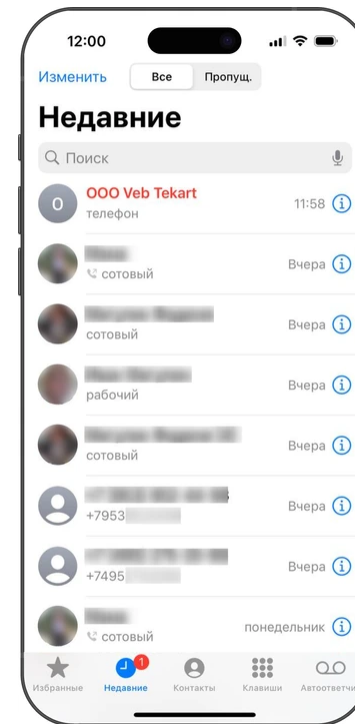
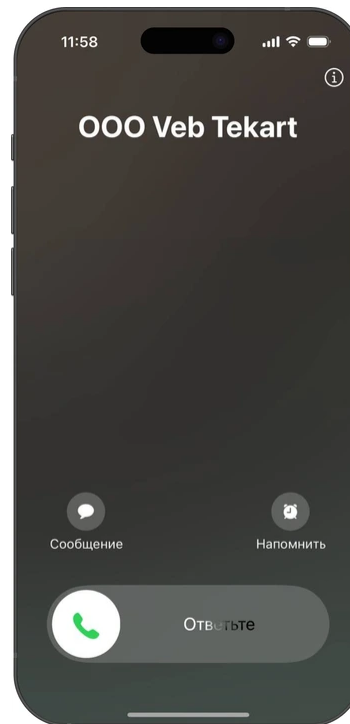
С 1 сентября 2025 года вступили в силу поправки в Федеральный закон от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи» и правила маркировки звонков, утвержденные постановлением Правительства РФ от 28.08.2025 № 1300.

Суть:

На телефоны пользователей должна передаваться информация о звонящем юридическом лице или индивидуальном предпринимателе.

Абонент должен видеть (max 32 символа):

- Полное или сокращенное наименование юридического лица, ФИО и статус индивидуального предпринимателя либо коммерческое обозначение звонящего
- Категория вызова, указанная в договоре с оператором (банк, магазин и т.п.)



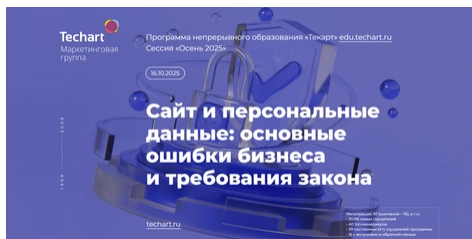
Закон о персональных данных

Согласно [152-ФЗ «О персональных данных»](#) владельцы сайтов, собирая персональные данные (ПДн) физических лиц посредством различных форм обратной связи и метрических систем, обязаны соблюдать новые требования к их обработке и защите согласно установленным нормам.

Особое внимание уделяется прозрачному информированию субъектов ПДн о целях сбора, способах хранения, порядке передачи третьим лицам и распространения полученной информации.

Необходимые действия:

1. Регистрация оператора в Реестре операторов / актуальность сведений в Уведомлении
2. Разработка Политики в отношении обработки ПДн / конфиденциальности
3. Локализация баз данных российских граждан на территории РФ
4. Предупреждающий баннер о работе cookie и метрических программ
5. Информирование о применении рекомендательных технологий
6. Согласия в формах сбора персональных данных. С 1 сентября 2025 года вступили в силу поправки в Федеральный закон от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи» и правила маркировки звонков, утвержденные постановлением Правительства РФ от 28.08.2025 № 1300.



[Сайт и персональные данные: основные ошибки бизнеса и требования закона](#)

[Чек-лист требований 152-ФЗ к сайту \(PDF\)](#)

6. Обобщенные тренды и прогнозы

Основное в 2025

38

1. Рынок интернет-маркетинга растет, но постепенно снижает темпы и входит в стагнацию.
2. Основные каналы для достижения целей остались прежними. Значительный рост показала реклама в ретейл-медиа и цифровая наружная реклама.
3. Российские платформы, которые активно появлялись в 2022-2024 г., не оказали существенного влияния на рынок (Nuum и Платформа, аналоги Youtube, закрыты; Сетка, Tenchat, Yappu и другие не совершили прорыв).
4. MAX, Wibes, шопсы во ВКонтакте - новые возможности, на которые стоит обратить внимание.
5. **ИИ - основной тренд 2025 г.** Это инструмент, а не волшебная палочка. Он не заменяет маркетолога, а усиливает его возможности.

Тренды и прогнозы 2026

Стратегия и организационные изменения

- Маркетинг выходит за рамки тактических задач и фокусируется на системе продуктовых и сервисных решений и управлении клиентской ценностью.
- Классический годовой план заменяется постоянным тестированием гипотез. Стратегия превращается в итеративный процесс: гипотеза → эксперимент → адаптация.
- Рост медиаинфляции в России (до ~28% в 2026) и сокращение бюджетов на маркетинг вынуждает оптимизировать расходы.

Каналы

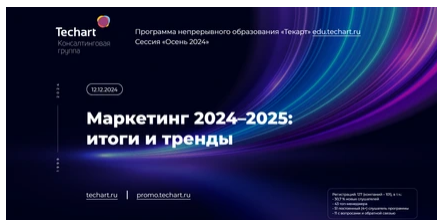
- Поисковые системы и ассистенты сами дают ответы: пользователям часто не нужно переходить на сайт (Google, Яндекс выдают сниппеты). Приводит к снижению CTR органической выдачи, уменьшению числа переходов на сайт, но останется рабочим инструментом.
- Новый канал продвижения — нейропоиск (ChatGPT, DeepSeek, Perplexity и пр.). Конкуренция будет расти. GEO приходит на смену SEO.
- ВКонтakte, Telegram и MAX - соцсети, в которых бизнес будет искать свою ЦА.
- Реклама в ретейл-медиа продолжит набирать обороты (но с меньшими темпами), т.к. это самый прямой путь к покупателю.

Данные и технологии

- Нейросети переходят от универсальных моделей к глубоко специализированным промышленным решениям.
- Проникновение ИИ со всех сфер будет усиливаться.
- Будущее интернет-маркетинга: баланс технологий и человеческого подхода.

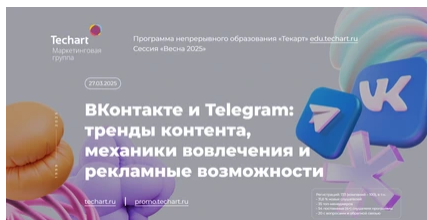
Наши материалы по теме

40



12.12.2024

[Маркетинг 2024—2025:
итоги и тренды](#)



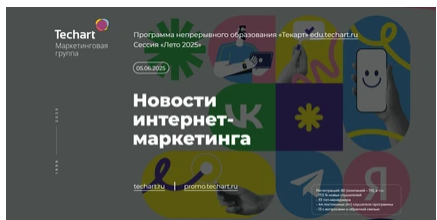
27.03.2025

[ВКонтакте и Telegram: тренды
контента, механики вовлечения
и рекламные возможности](#)



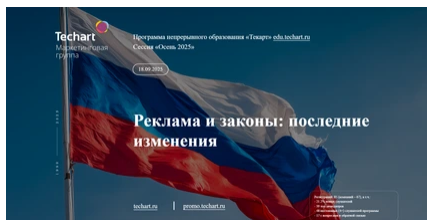
17.04.2025

[Martech 2025: как выбрать и интегрировать
инструменты для бизнеса в России](#)



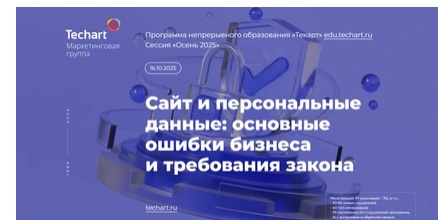
05.06.25

[Новости интернет-маркетинга](#)



18.09.2025

[Реклама и законы: последние
изменения](#)



16.10.2025

[Сайт и персональные данные: основные
ошибки бизнеса и требования закона](#)

Персональное консультационное мероприятие по теме этого вебинара

Особенности:

- ✓ Будем разбирать именно ваши кейсы
- ✓ Ответим на любые вопросы
- ✓ Подсветим специфику ниши
- ✓ Максимально адаптируем контент под потребности компании
- ✓ Дадим конкретные рекомендации и инструкции
- ✓ Подготовим пошаговое руководство для решения проблемы

Программа может быть реализована в различных вариантах:

- вебинар;
- семинар / лекция;
- мастер-класс;
- стратсессия;
- круглый стол, мозговой штурм;
- диагностическая / консультационная сессия;
- деловая игра.

Форматы:

онлайн, оффлайн, гибриды.

Длительность:

от 1 часа до 2 дней.

При необходимости мы можем собрать комбинацию из нескольких удобных вам вариантов обучения.

Интересуюсь



Стратегия, аналитика, контент, разработка, продвижение



Мигулина Елена

Директор практики
интегрированного маркетинга

migulina@techart.ru



Андрей Титенко

Заместитель директора практики
интегрированного маркетинга

titenko@techart.ru

Релевантные услуги «Текарт»:

- [Комплексный интернет-маркетинг](#)
- [Интеграция и аутсорсинг службы маркетинга](#)
- [Рекламные активности](#)
- [Разработка маркетинговых стеков](#)
- [Performance-маркетинг](#)

+7 495 790 75 91

Маркетинговая группа «Текарт»
techart.ru

Интегрированный маркетинг и PR
promo.techart.ru

IT-решения и веб-разработка
web.techart.ru

Дизайн-бюро
design.techart.ru

Креативное агентство
creative.techart.ru

Фотоагентство
photo.techart.ru

Аналитика и бизнес-планирование
research.techart.ru

Работа в «Текарт»
hr.techart.ru

Образовательная программа
edu.techart.ru



[TechartPulse](#)

Рабочий пульс: проекты,
кейсы, публикации



[Techart_ru](#)

Системное развитие
бизнеса



[Edu_Techart](#)

Непрерывное образование
для директоров по маркетингу