

# DIGEST ЖОВТЕНЬ 2021



havas  
media

&  
**iab** ukraine



Україна, як не прикро, виходить на лідерські позиції в антирейтингах COVID, що безперечно має вплинути і на поведінку споживачів, і на медіаспоживання та плани окремих контент-провайдерів, що притримали прем'єри нового сезону до листопада. Тож розуміння та вміння прогнозувати хвилі пандемії в країні та їхній вплив стане додатковим фактором оцінки ефективності роботи і рекламних агенцій, і маркетингових команд принаймні ще на 12-18 місяців. А поки пропонуємо вашій увазі поточний жовтневий зріз медіа-споживач-новини від Havas Media Ukraine.

Анастасія Байдаченко, CEO IAB Україна



Незважаючи на незвично холодний початок осені, ТБ дивлення не показало значного зросту. Це можна пов'язати із поступовим зростанням популярності онлайн-форматів перегляду контенту. Водночас споживачі стають все більш вимогливими до якості товарів та послуг, і навіть від онлайн-магазинів очікують вже чогось більшого, ніж просто можливості купити товар.

Аліна Котенко, Managing Director Havas Media Ukraine



МЕДІА

01.

СПОЖИВАЧ

02.

НОВИНИ

03.

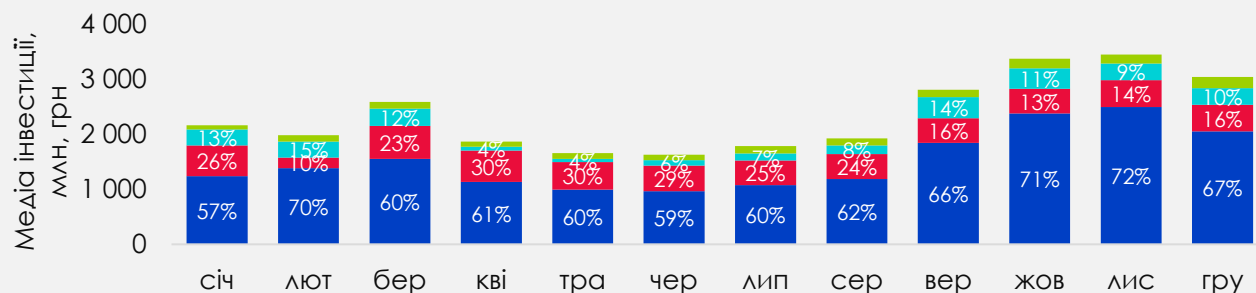
# 01. МЕДІА



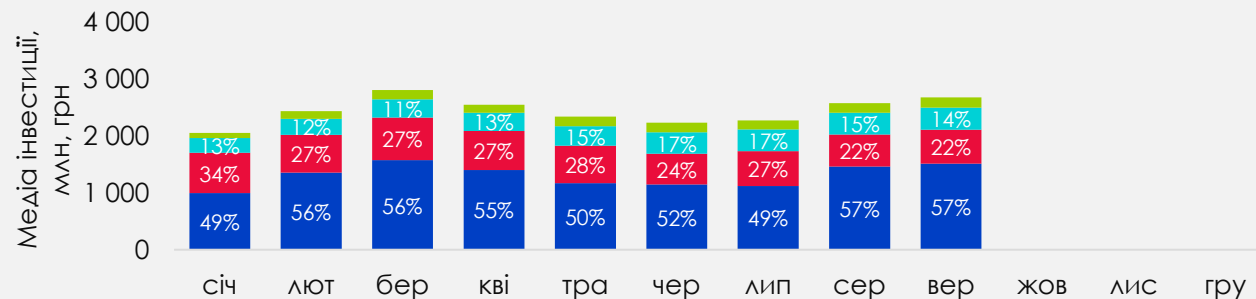
## РІВЕНЬ ІНВЕСТИЦІЙ ВИЩЕ РІВНЯ МИНУЛОГО РОКУ

### Медіа інвестиції 2020

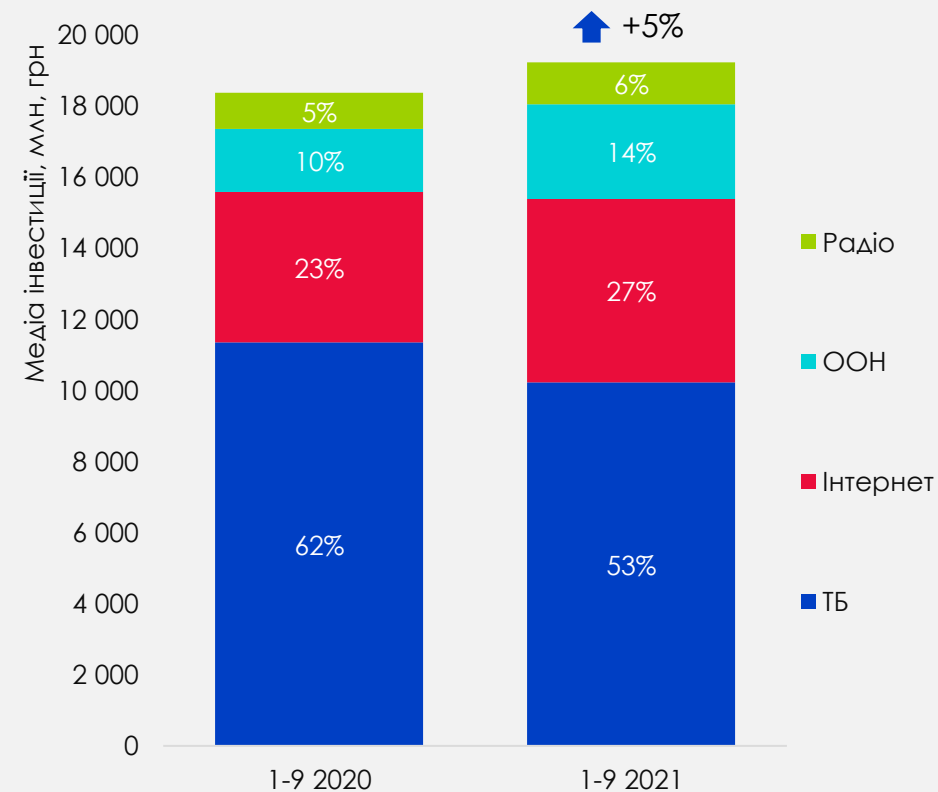
■ ТБ ■ Інтернет ■ ООН ■ Радіо



### Медіа інвестиції 2021



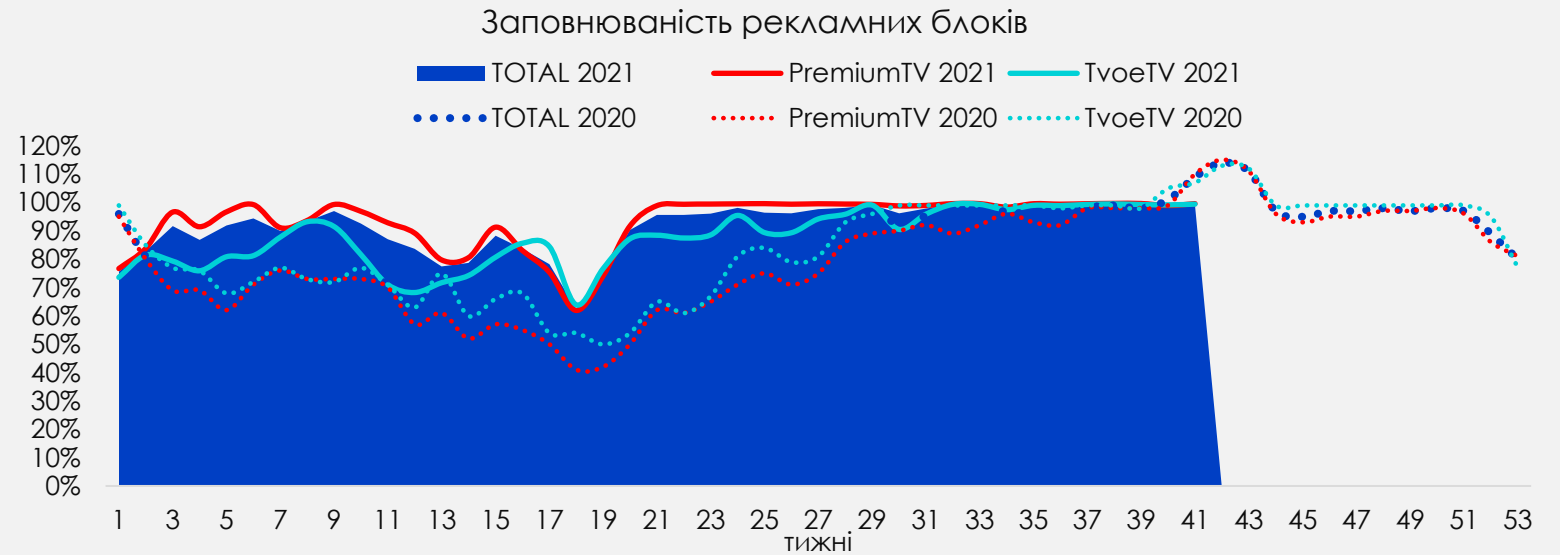
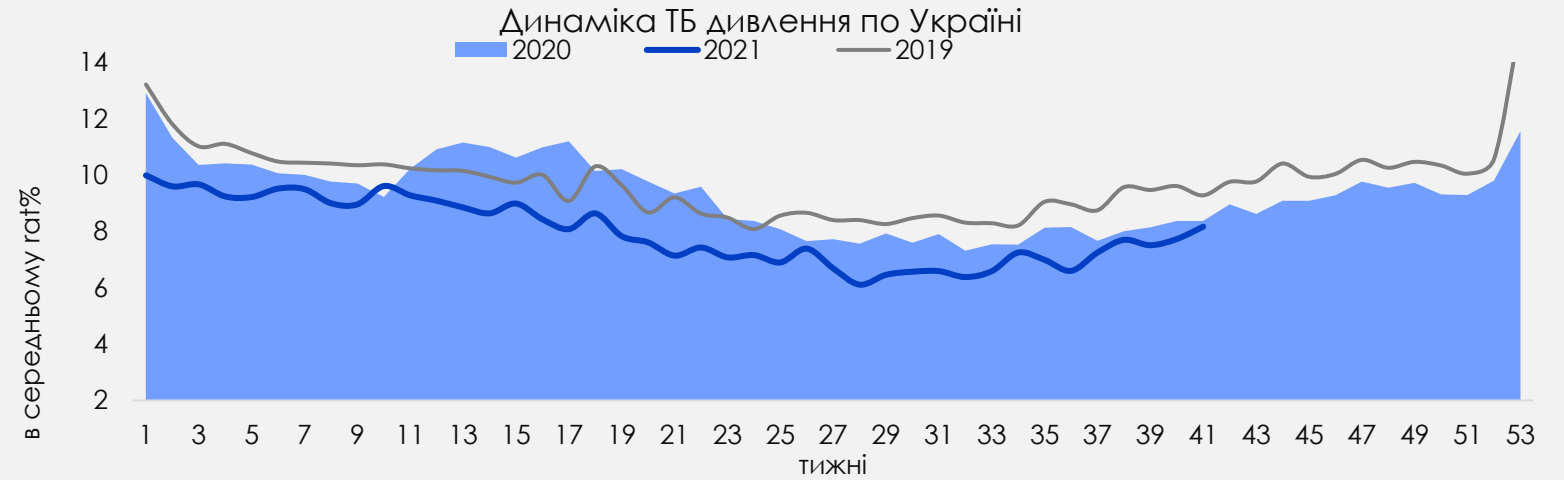
### Медіа інвестиції





**ТЕЛЕДИВЛЕННЯ НИЖЧЕ,  
НІЖ У 2020 РОЦІ**

**РІВЕНЬ  
ЗАПОВНЮВАНOSTІ НА  
ОБОХ СЕКТОРАХ  
ДОСЯГАЄ 100%**





**АКТИВНІСТЬ НА ТБ  
ЗНИЗИЛАСЯ НА 7%  
(2020 VS 2021)**

## ТОП КАТЕГОРІЙ НА ТБ



Лікувальні  
препарати  
+15% vs 2020



Торгівля  
-7% vs 2020



Фінанси  
+87% vs 2020



Продовольчі  
товари  
-20% vs 2020



ЗМІ  
+72% vs 2020



Кондитерські  
вироби  
-18% vs 2020

## ТОП РЕКЛАМОДАВЦІВ



+75% vs 2020



+11% vs 2020



-17% vs 2020



-24% vs 2020



-22% vs 2020



ESTD 2004

+253% vs 2020



-47% vs 2020

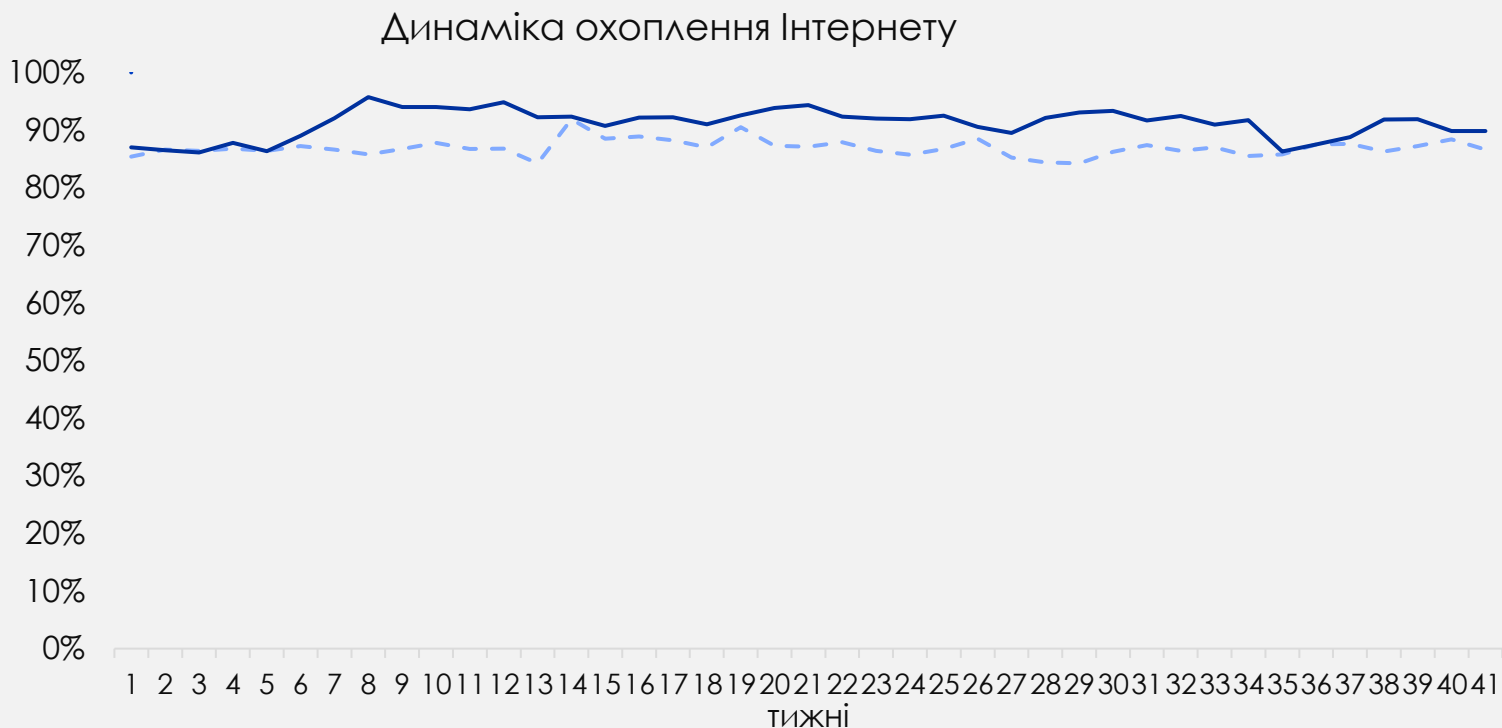


Unilever  
+32% vs 2020



## ОХОПЛЕННЯ ІНТЕРНЕТУ ВИЩЕ 2020 РОКУ

Кількість користувачів у вересні 2021 року:  
**27.8 млн українців\***



#### Комп'ютер/ноутбук

Охоплення: **73%**  
Середній час за місяць:  
**8г 45хв**



#### Мобільний пристрій

Охоплення: **88%**  
Середній час за місяць:  
**12г 22хв**



#### Планшет

Охоплення: **8%**  
Середній час за місяць:  
**16хв**

НАЙБІЛЬШЕ ЗРОСТАННЯ  
ЗАЦІКАВЛЕНОСТІ У ВЕРЕСНІ  
КАТЕГОРІЯМИ НОВИН ТА РОЗВАГ

## Топ категорій серед Інтернет користувачів



Services  
+10% vs 2020



News  
+20% vs 2020



E-commerce  
+12% vs 2020



Entertainment  
and Leisure  
+13% vs 2020



Business and  
Finances  
+7% vs 2020

СПОСТЕРІГАЄТЬСЯ ЗРОСТАННЯ АКТИВНОСТІ КАТЕГОРІЙ  
ДОЗВІЛЛЯ, АВТОТРАНСПОРТ

## ТОП активних категорій



Trade  
-5% vs 2020



Leisure  
time  
+23% vs 2020



Media/ books  
-14% vs 2020



Automotive  
+25% vs 2020



Business and  
Finances  
+10% vs 2020

## ТОП активних рекламодавців



ROZETKA



КОСМОЛОТ

sinsay

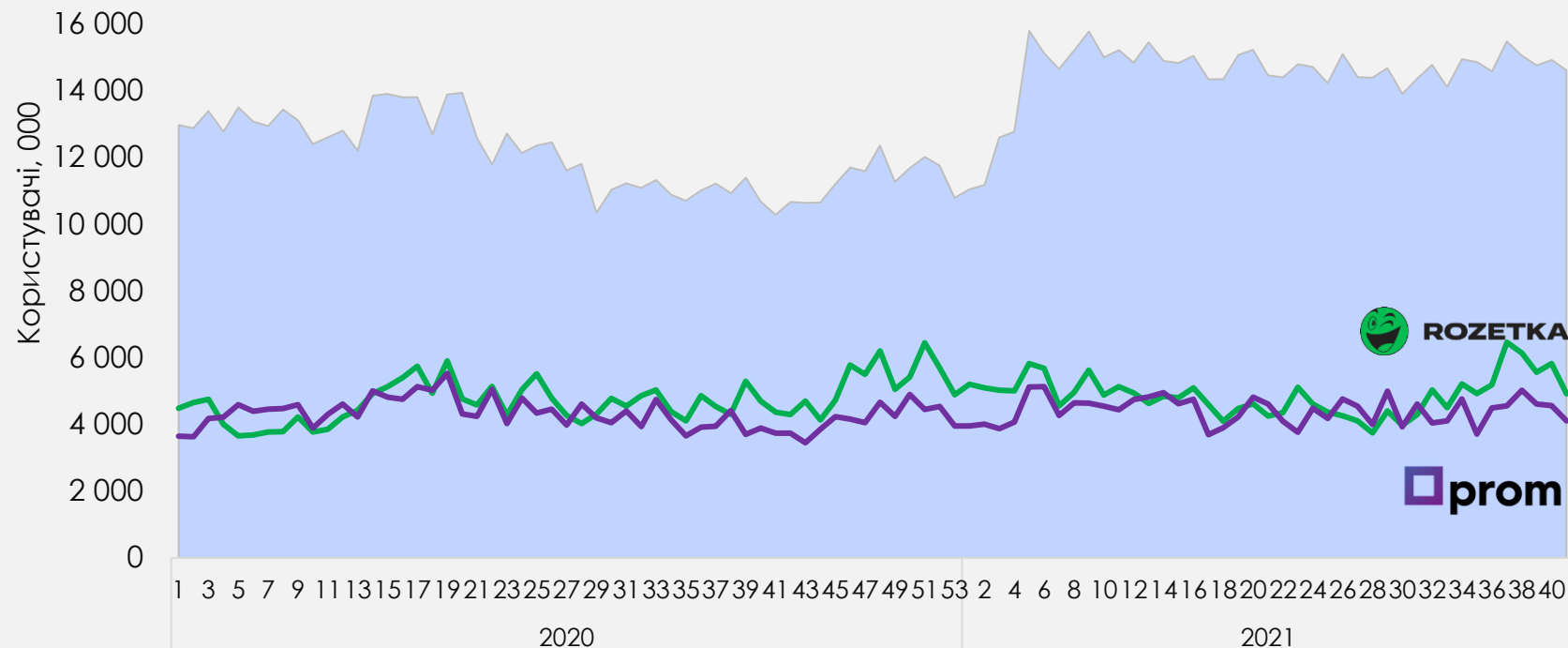
Фокстрот



Nestlé



## Динаміка відвідуваності сайтів онлайн комерції

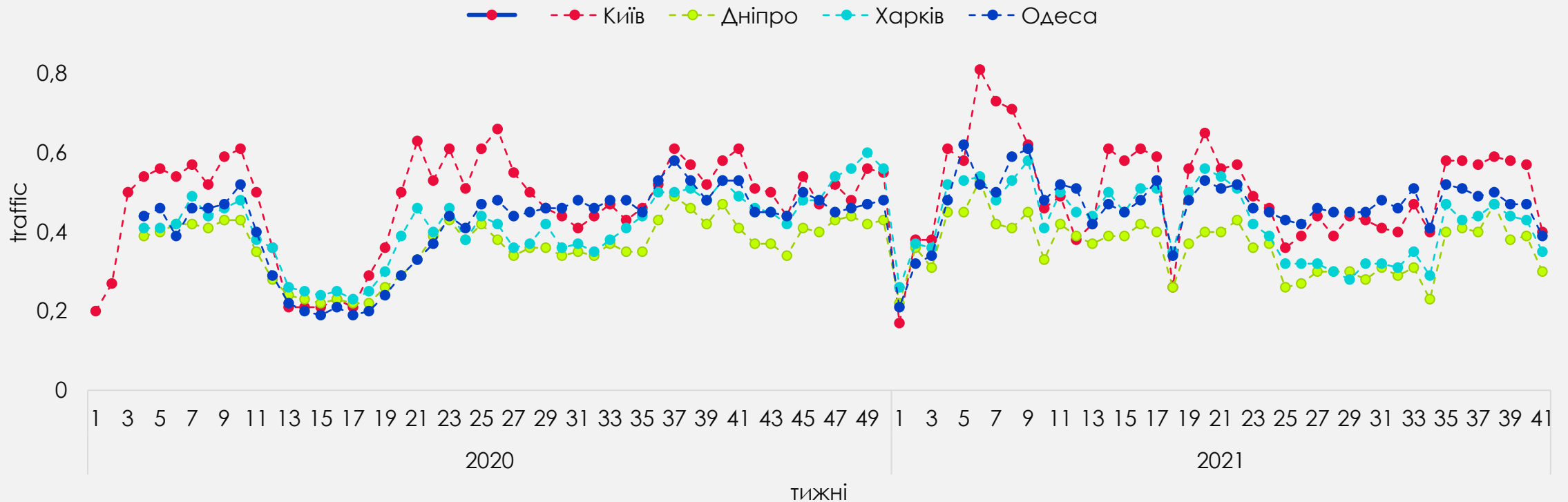


Відвідуваність сайтів онлайн комерції в Україні зростає.  
Основні «стрибки» відвідуваності – це періоди свят та знижок.

Rozetka – збільшення відвідуваності в період “Back to school” з подальшим зростанням до нового року

# ЗНИЖЕННЯ РУХУ ТРАНСПОРТУ СПОСТЕРІГАЄТЬСЯ У ПЕРІОД ВИСОКОЇ ЗАХВОРЮВАНОСТІ (ЛОКДАУНІВ) У СВЯТКОВІ, ВИХІДНІ ДНІ ТА ПЕРІОД ВІДПУСТОК

Середня завантаженість руху за тиждень у великих містах



# НА РАДІО ТА В ООН АКТИВНІСТЬ ЗРОСЛА ПОРІВНЯНО З 2020 РОКОМ

## РАДІО

Активність вище минулого року +12% (2020 vs 2021)



Розваги  
+110% vs 2020



Фінанси  
+29% vs 2020



Торгівля  
+8% vs 2020



ЗМІ  
+13% vs 2020



Продовольчі  
товари  
-2% vs 2020



## ООН

Активність майже на рівні минулого року 0,03% (2020 vs 2021)



Торгівля  
+59% vs 2020



Соціальна  
реклама  
-76% vs 2020



Розваги  
+271% vs 2020



Нерухомість  
+40% vs 2020



ЗМІ  
+233% vs 2020



# СТБ ЗАПУСТИВ 3D-БОРДИ «УКРАЇНА МАЄ ТАЛАНТ»



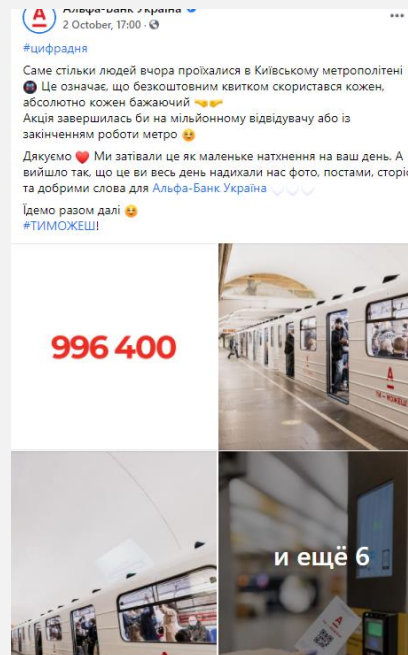
Натисни на фото, щоб побачити як це виглядає

У рамках промокампанії головної прем'єри осені СТБ запустив зовнішню рекламу з 3D-ефектом. Інсталяція розміщена на мультимедійних екранах ТРЦ «Gulliver» у Києві і зображує сцену шоу «Україна має талант», у центрі якої — журі проєкту: Ксенія Мішина, Сергій Притула та Євген Кот.

# АЛЬФА-БАНК – ТИ МОЖЕШ! ЗАПУСК НОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ



Натисни на фото, щоб побачити як це було



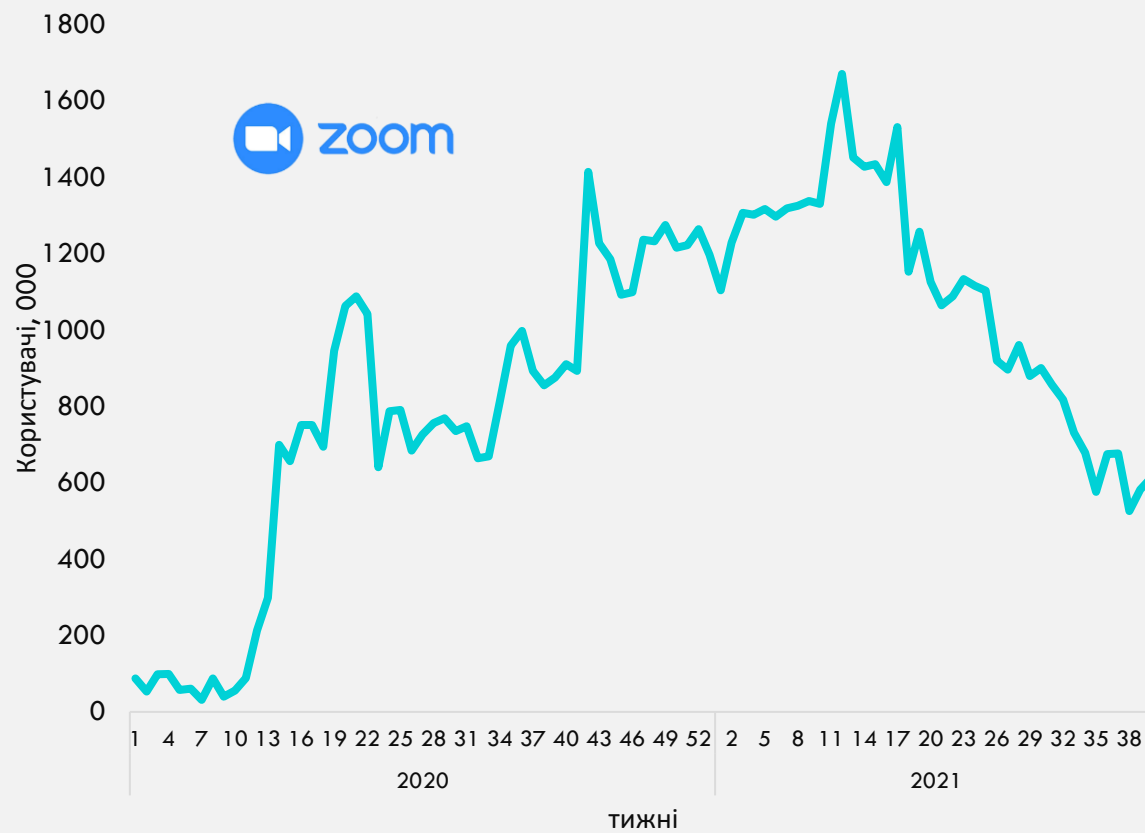
У вересні 2021 року банк розпочав нову комунікацію, у підтримку якої запустив рекламну компанію майже у всіх медіа, а також залучив аудиторію до своїх ініціатив

- Запуск нового цифрового банку Sense SuperApp
- Смс розсилка
- Безкоштовний проїзд у метро
- Фотогалерея у вагонах метро
- Брендунання вагонів метро, та електрички Київ-Бориспіль
- Зовнішня реклама
- Вежа [Alfa Bank](#) у Києві
- Запуск проекту «Подаруй усмішку» прямо у серці Києва
- Реклама на ТБ та в Діджитал
- Робота с блогерами
- Тисячі постів, сторіз від пересічних громадян
- І це ще не все

## 02. СПОЖИВАЧ



# ВІДДАЛЕНА РОБОТА ТА НАВЧАННЯ – НЕВІД’ЄМНА ЧАСТИНА НОВОЇ РЕАЛЬНОСТІ. ВЛІТКУ ТА ПІД ЧАС ВІДСУТНОСТІ ЛОКДАУНІВ СПОСТЕРІГАЄТЬСЯ ЗНИЖЕННЯ КОРИСТУВАННЯ ВІДЕО ЧАТАМИ/ПРОГРАМАМИ (КАНІКУЛИ, ВІДПУСТКИ, ПОСЛАБЛЕННЯ КАРАНТИНУ)



86%

українців планують змінити роботу протягом  
найближчого року

## Топ-3 причини, які мотивують змінювати роботу

- відсутність можливостей для зростання зарплати,
- відсутність можливостей для кар'єрного розвитку
- ненадійність роботодавця.

Також поширеними причинами, які обрали опитані спеціалісти, були токсичність на робочому місці, бажання змін, конфлікт на робочому місці, зміна спеціалізації/професії.

# МАЙБУТНЄ E-COMMERCE: ОЦІНКА ОЧІКУВАНЬ ЩОДО ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ

## 1

### Нові правила e-commerce

- Інтернет-магазини відновили свої послуги: швидка, безкоштовна доставка і повернення, легко доступні відгуки клієнтів стали базою.
- У брендів є можливість конкурувати не тільки за зручність і гнучкість, але і за натхнення та досвід.
- **87%** покупців вважають знижки за лояльність важливими
- **77%** важливо бачити рекомендації, засновані на минулих покупках
- **47%** хотіли б мати можливість створювати «дошки для натхнення на місці»
- **43%** потребують пропозицій різних варіантів оплати.

## 2

### Мета виходить за рамки кліків

- E-commerce більше не зводиться тільки до бізнес-транзакцій; мова йде про розширення прав і можливостей клієнтів.
- **71%** «очікують, що технологічні компанії, будуть інформувати покупців і давати їм можливість зробити правильний вибір». Йдеться про те, щоб чинити правильно не тільки для споживача, а й для суспільства.
- **81%** (хочуть бачити більш екологічну упаковку, а 51% очікують, що служби доставки будуть максимально екологічними).

## 3

### Правильна сторона конфіденційності даних

- Конфіденційність є головним пріоритетом для **94%** споживачів, не тільки особиста, але і їхніх дітей.
- 9 з 10 вказали, що вони «пильнують за своїми дітьми, щоб не ділилися своїми даними в Інтернеті».
- **76%** готові бойкотувати надмірно нав'язливі бренди.
- Споживач готовий ділитися своїми даними з брендами за умови, що вони отримають щось взамін, наприклад, краще обслуговування клієнтів (45% згодні) або фінансову компенсацію (53%).

# МАЙБУТНЄ E-COMMERCE: ОЦІНКА ОЧІКУВАНЬ ЩОДО ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ



## 4

### е-commerce стає більш товариським

- **51%** вважають, що «бренди можуть зробити процес електронної комерції більш захоплюючим, дозволяючи людям здійснювати покупки разом», а **52%** вважають, що «майбутнє е-commerce за платформами, які дозволять покупцям взаємодіяти один з одним».
- **6 з 10** покупців погодилися, що «можливість робити покупки прямо в соціальних мережах робить цей досвід більш захоплюючим».
- **60%** споживачів із задоволенням відкривають і купують нові продукти, рекомендовані інфлюенсерами. **3 з 4** вважають, що впливові особи в соціальних мережах стали «машинами продажів».

Під час пандемії е-commerce став новою нормою роздрібної торгівлі. 8 з 10 споживачів вважають, що покупки в Інтернеті кращі, ніж традиційні форми покупок.

Але в міру того, як електронна комерція продовжує зростати і розвиватися, вона, можливо, втратила свій блиск. 1 з 3 респондентів заявив: «Купівля в Інтернеті - це зручно, але велика частина мого досвіду нудна».

# 03. НОВИНИ ТА СТАТТІ



Lidl - німецька мережа магазинів, яка є в кожній європейській країні з'явиться в Україні



Ліки з енергією: Rozetka відкрила першу офлайн-аптеку



Мережа Prostor почала розвивати власні магазини непродовольчих товарів "Izi"



McDonald's відкрив в Україні перший ресторан уздовж автотраси



«Нова пошта» запускає власну авіакомпанію



Gradus: Головні події вересня погляд споживача та медіа



Дякуємо  
за увагу!

 havas  
media |  iab  ukkraine

