

Современный рынок мобильной рекламы в России и мире

Мобильная реклама и её виды

- **Мобильная реклама** — подвид мобильного маркетинга, в котором реклама распространяется с использованием мобильных телефонов. Имеет высокий потенциал в силу большого количества пользователей мобильной связи (более 3 млрд на 2007 год).
- Виды мобильной рекламы:
- Рассылка рекламных сообщений с помощью сервиса передачи коротких текстовых сообщений "SMS".
- Рассылка рекламных MMS-сообщений
- Реклама, размещаемая в мобильном Интернете: на WAP-сайтах, на мобильных версиях сайтов, или внедряемая при соучастии операторов сотовой связи внутрь любых сайтов
- Размещение рекламы внутри приложений и игр для смартфонов



Мировой рынок мобильной рекламы

Согласно данным eMarketer, в 2015 году глобальные расходы на мобильную рекламу достигнут \$6,43 млрд. При этом уже в 2016 г., по прогнозам экспертов, объем мирового рынка мобильной рекламы составит около \$23,5 млрд.

Главная интрига – какая страна выступит лидером и локомотивом отрасли, США или Япония. До этого года Япония оставалась крупнейшим рынком мобильной рекламы, но теперь теряет этот статус. Расходы на мобильную рекламу в Японии увеличатся на 27,2% до \$1,74 миллиарда в 2012 году. В США же мобильные рекламные расходы в этом году вырастут на 96,6%, достигнув \$2,29 миллиарда.

В целом расходы на рекламу в мобильном интернете в США в этом году впервые превысят данный показатель по всем остальным странам.

ДОЛЯ ЗАТРАТ НА МОБИЛЬНУЮ РЕКЛАМУ В ИНТЕРНЕТ РЕКЛАМЕ



КТО И СКОЛЬКО ЗАРАБОТАЕТ НА МОБИЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ В 2013 ГОДУ



Российский рынок мобильной рекламы

По оценкам экспертов J'son & Partners Consulting, российский рынок мобильной рекламы составит 111,8 млн долл. по итогам 2014 г., что на 15% выше показателя 2013 г. – 97,3 млн долл.

Рынок мобильной рекламы в России имеет положительную динамику, согласно прогнозам компании J'son & Partners Consulting, и к 2017 году он будет оцениваться в более чем 243 млн долл.

Эксперты J'son & Partners Consulting выделяют три сегмента рынка мобильной рекламы – дисплейную (On-Screen) рекламу, рекламу в сообщениях и контекстную рекламу. Самым значительным сегментом в структуре является сегмент дисплейной рекламы, который останется таковым и в ближайшем будущем. На сегмент рынка «рекламные сообщения» серьезно повлияли принятые меры по борьбе с SMS-спамом и другие государственные урегулирования, что отразилось на динамике данного сегмента.

Рис. 3. Объем российского рынка мобильной рекламы, млн долл., 2012-2014 гг., 2017 г.



Источник: J'son & Partners Consulting

Расходы на мобильную рекламу в России в 2011–2016 г.г.

Российский рынок мобильной рекламы на этом фоне мирового выглядит более чем скромно. В 2012 году его объем составит всего \$37 млн. Если верить прогнозам eMarketer, к 2016 году он может вырасти до \$157 млн (американский рынок к этому времени достигнет гигантских \$10 млрд).

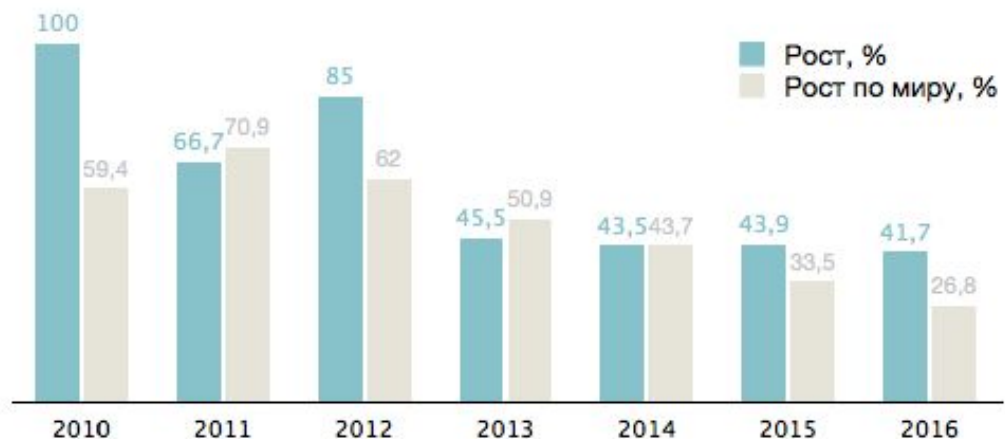
\$ млн



Рост рынка мобильной рекламы в России в 2010–2016 г.г.

В 2012 году наш рынок растет быстрее (рост – 85%), чем рынки большинства западноевропейских стран (Великобритания – 70%, Германия – 84,7%, Франция – 48,7%) и близок по динамике к бразильскому (90,4%). Но уже после 2012 года темпы роста российского рынка заметно снизятся – с 85% до 45,5%, хотя до 2016 года он и продолжит расти быстрее, чем мировой рынок в целом.

Зато растет российский рынок мобильной рекламы на общем фоне не так уж плохо.



Географическая структура рынка мобильной рекламы

Рис. 2. Географическая структура рынка мобильной рекламы, 2012-2018 гг.



Источник: eMarketer.com, июль 2014 г.

Интересные факты

КАКИЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПОЛУЧАЕТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ МОБИЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ?



СТОИМОСТЬ РЕКЛАМНОГО «КЛИКА» В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ FACEBOOK

