



Анализ стратегии рынка СМИ Украины

Презентацию подготовила
Королькова Маргарита

STARLIGHTMEDIA



1+1 media
group of companies

SLM

ВЕЩАНИЕ



ПРОИЗВОДСТВО



ЦЕНТРЫ
ЭКСПЕРТИЗ



НОВОСТИ





Доля телевизионного инвентаря группы составляет треть украинского рынка телерекламы (34,7%). Кроме того, зрители, смотрящие телеканалы StarLightMedia, — более качественная аудитория, чем в среднем по рынку: отрыв по зрителям с доходом средний+ — 54%. 80% рекламодателей из топ-50 работают с нами ежегодно.

Кроме прямой рекламы наш холдинг реализует в год до 300 проектов партнерства бренда и контента. Для непрямой рекламы группа предоставляет сервис полного цикла: стратегия и креатив, производство, размещение и аналитика.

Наш цифровой дом продаж — это доступ к 20 миллионам (охват 95%) украинских интернет-пользователей. Своя биржа интернет-рекламы, на которой можно купить лицензионный инвентарь, включая Google и YouTube. Мы гарантируем клиенту размещение его рекламы в контенте, классифицированном по требованиям brand safety; показ рекламы необходимой целевой аудитории, отобранной по социо-демографическим и поведенческим характеристикам. Разработка и реализация digital проектов «под ключ» для всех видов устройств.

- 
- Группа «СтарЛайтМедиа» объединяет три сейлз-хауза – StarLight Sales, StarLight Brand Content, StarLight Digital Sales; три продакш-студии – StarLight Films, StarLight Commercial Production, Vaverka; две сервисные компании для обеспечения теле/кинопроизводства – StarLight Rental, StarLight Scenery; и подразделение по развитию онлайн-проектов – StarLight Digital. Сейл-хаус StarLight Sales – реализатор прямой рекламы на телеканалах группы и канале «Первый канал. Всемирная сеть» в Украине. StarLight Brand Content – это компания, которая занимается вопросами спонсорской поддержки, продакт-плейсмент и др.

- 
- Цепь принадлежащих медиагруппе «СтарЛайтМедиа» телеканалов «СТБ», Новый, ICTV, QTV, M1, M2 и других была образована по сетевому принципу. Во многом это объясняется периодом первоначального накопления капитала и криминализацией рынка начала 1990-х гг. Предприниматели вынуждены были адаптироваться к новым политическим и экономическим условиям, поэтому стремились занимать как можно больше секторов медиарынка. В этом отношении стихийное создание универсальной информационной медиагруппы В. Пинчука, стремившегося установить контроль над существующими СМИ, весьма показательно.

Рост спонсорства и брендированного контента в Украине



- 01
- 02
- 03
- 04
- 05
- 06
- 07

Мы верим в людей настолько,
насколько они верят в свои
идеи



Смотреть ролик





Группа 1+1 Медиа

В состав 1+1 Медиа входит 7 телеканалов – «1+1», «2+2», «ТЕТ», «ПЛЮСПЛЮС», «1+1 International», «УНИАН ТБ» и «Бигуди», а также группа интернет-сайтов, собственный производственный департамент, VOD-платформа 1+1 video и Высшая школа Media & Production.

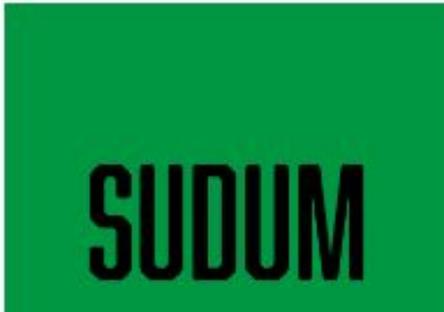
Эксклюзивными компаниями-партнерами 1+1 медиа являются спутниковая платформа Viasat, ООО «Молодість Дистрибьюшн», оператор внешней рекламы «Довіра Аудтор».

Другие медиа

Еще одной составляющей группы являются информационно-новостные площадки, которые входят в число наиболее посещаемых порталов.

Производство контента

Сопутствующие бизнесы

ТСНУНИАН
Інформаційне
агентствоТiГЛАВРЕДВИЩА ШКОЛА
MEDIA AND
PRODUCTION1+1 videoSUDUM

- 
- в индустрии этих двух медиахолдингов есть одно универсальное сходство: они включают в себя почти все сегменты медиабизнеса, а также другие виды бизнеса. Вследствие такого многообразия видов деятельности, медиахолдинги «СтарЛайтМедиа» и «1+1 Медиа» уделяют большое внимание оптимизации управленческой и производственной структур, с учетом своих особенностей

- 
- Медиахолдинги «СтарЛайтМедиа» и «1+1 Медиа» строятся по принципу **диагональной** («перекрестной») концентрации с целью оптимизации.
 - диагональная модель концентрации СМИ несет в себе некоторые черты **вертикального** и **горизонтального** медиаэкономического роста. Смешение типов концентрации нашло свое отражение в структурообразующих элементах обоих медиахолдингов