



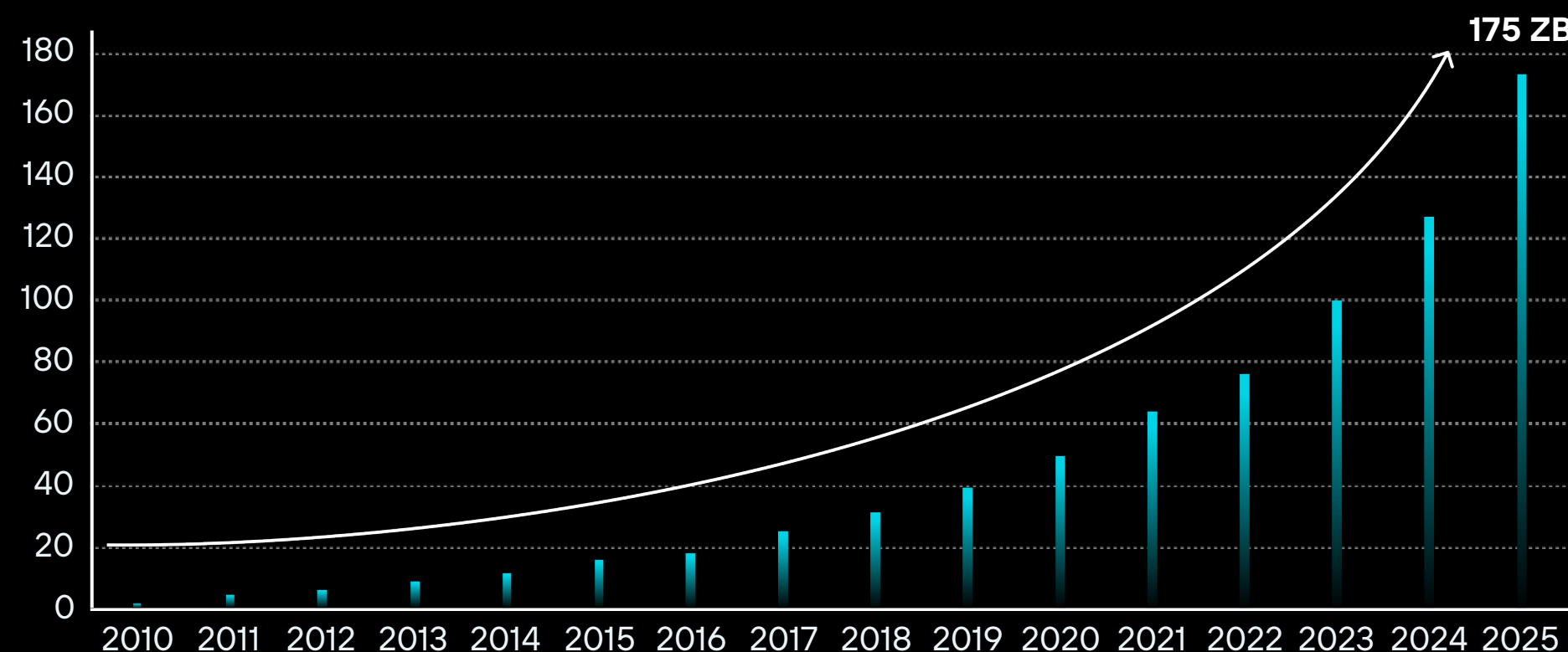
# Бизнесу приготовиться

почему внимание аудитории  
становится дороже, и как брендам  
работать с этим феноменом?

# В какой точке мы находимся?

- увеличение скорости публикаций и объёмов контента
- рост количества цифровых устройств
- мультизадачность пользователей
- ограниченное количество времени в сутках — у нас по-прежнему 24 часа

## Рост объёмов информации\*



# до 37%

россиян сталкиваются с дефицитом свободного времени\*\*

\*Data Age 2025, ноябрь 2018

\*\*Исследование МГУ, 2024

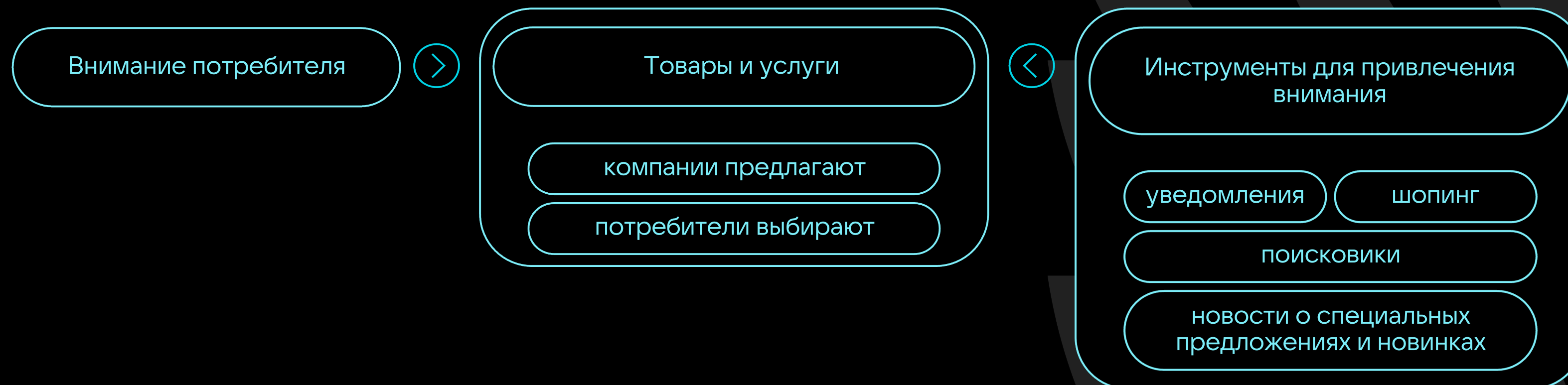
# Рост затрат на привлечение внимания пользователей

спрос на внимание всегда растет,  
а предложение — снижается

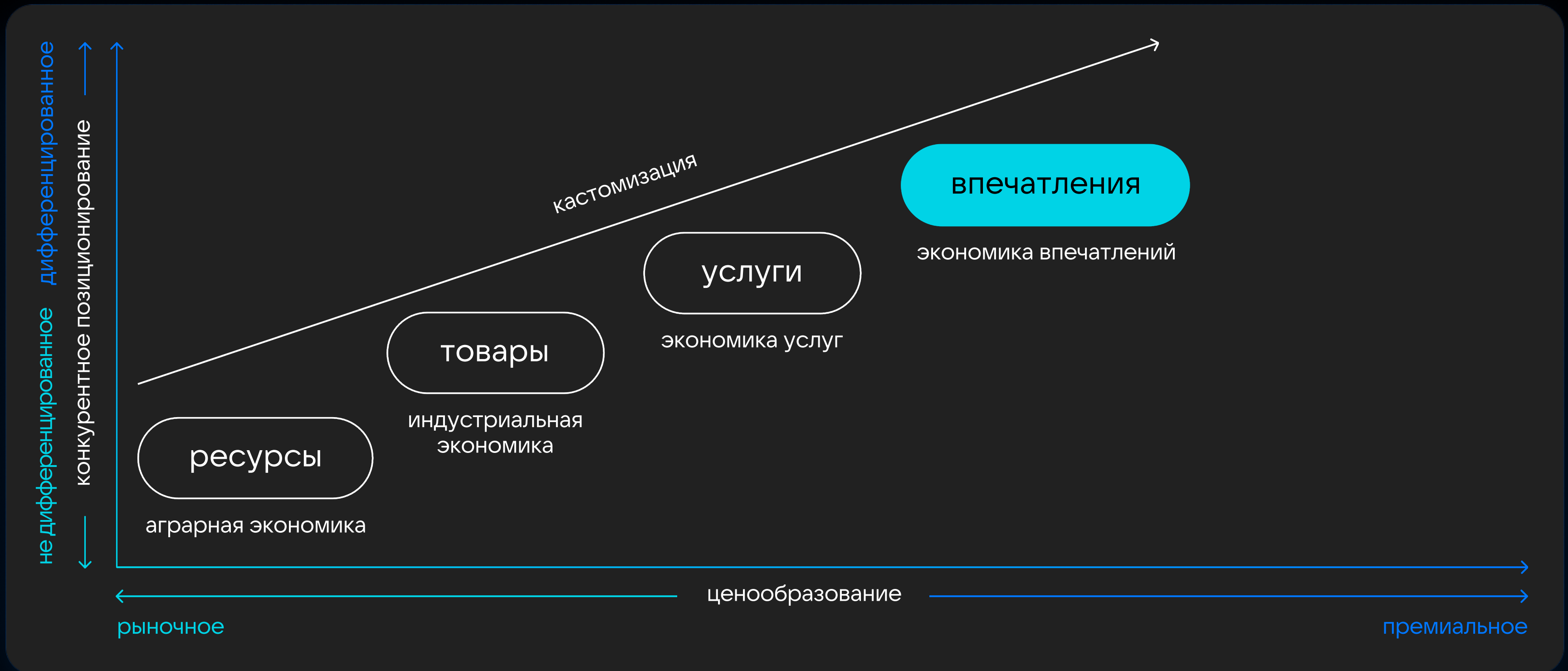
# В 7–9 раз

выросли затраты на привлечение внимания  
потребителей за последние 20 лет\*

## Экономика внимания



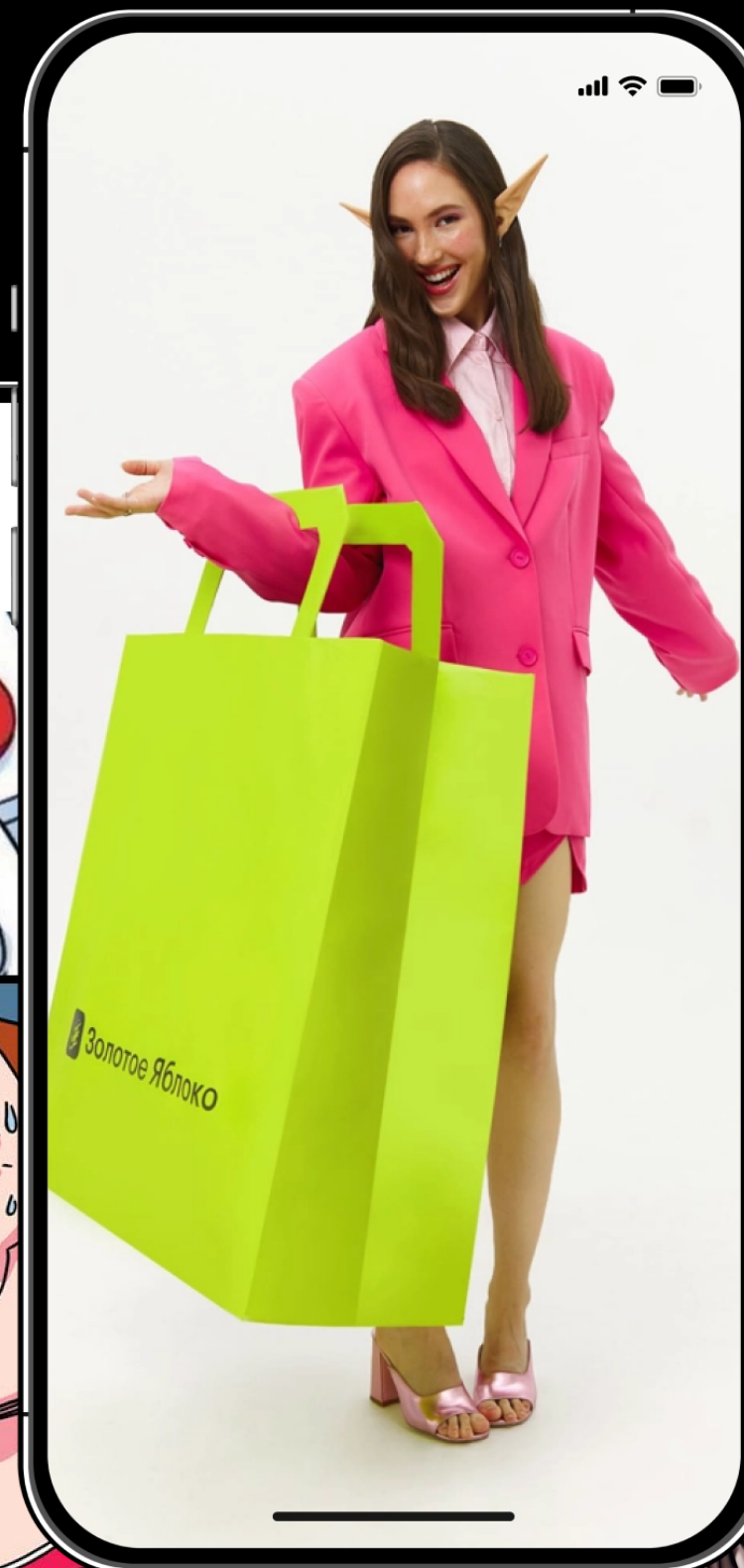
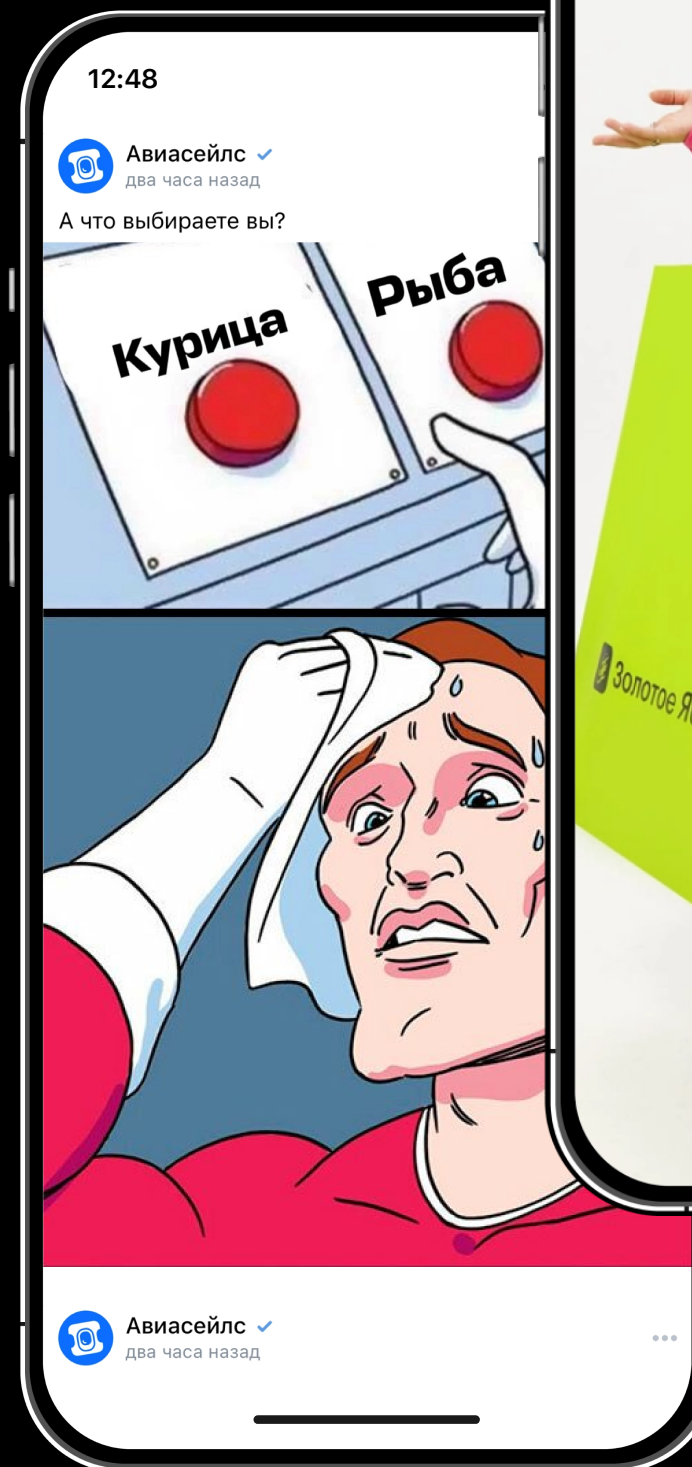
# Что нужно пользователям сегодня?



# Что нужно пользователям сегодня?

спойлер: не только качественный продукт

- опыт, который бренд предоставляет клиентам
- эмоциональная связь с брендом



**В чём  
секрет?**

# Кроличья нора: сказка или все-таки реальность?

# 77%

сотрудников пользуются соцсетями во время работы, многие — до нескольких часов в день\*



# Во всем виновата биология?

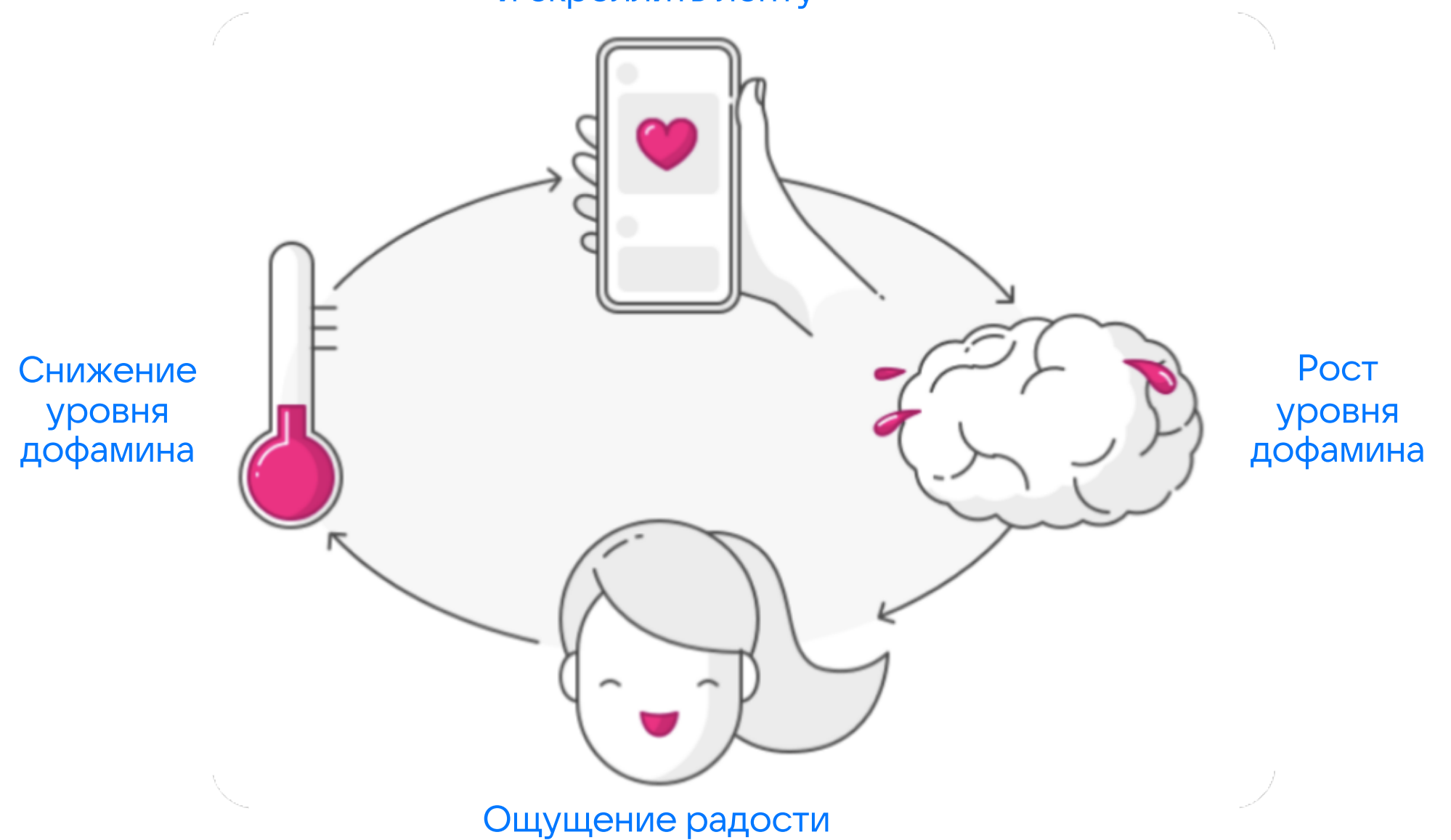
Дофамин — химическое вещество, которое заставляет людей чувствовать удовольствие.

По данным нейропсихологов, человек получает дозу дофамина при скроллинге ленты со смартфона.

Попадая в дофаминовую петлю, люди «залипают» на ролики часами. И это повышает шансы на рост знания даже у небольших брендов.

## Дофаминовая петля

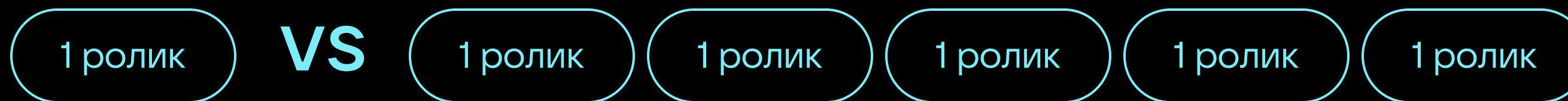
Взять в руки телефон и скроллить ленту





# Дофаминовая петля

регулярность имеет значение



**+10%**

⤴ выше вероятность просмотра следующего видео\*

# Дофаминовая петля

инструменты для вовлечения  
пользователей имеют значение



**+22%**

↑ выше вероятность  
просмотра  
следующего видео\*

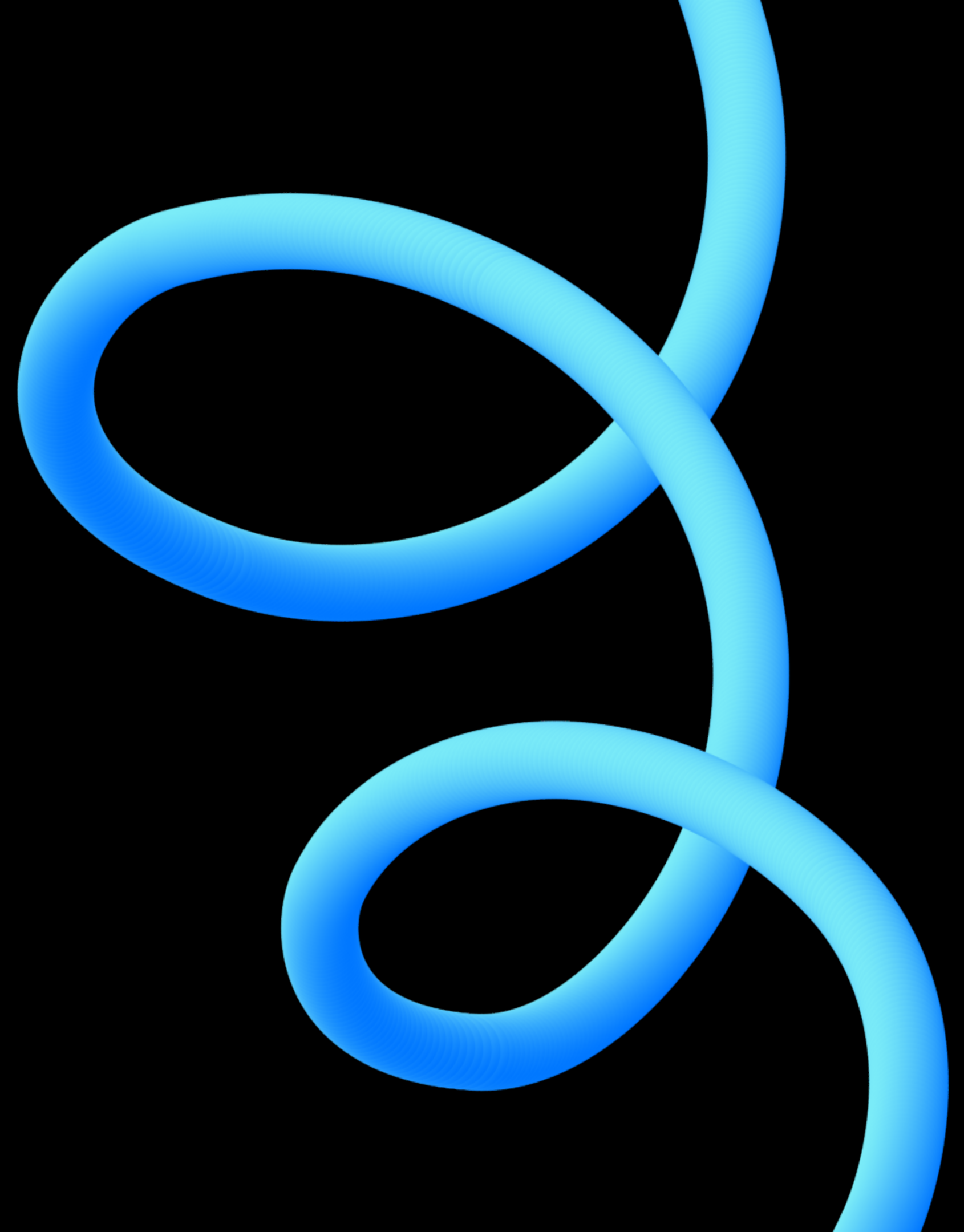
# Дофаминовая петля

инструменты для вовлечения пользователей

Метод «открытых петель»: информация даётся не сразу, а постепенно, чтобы увеличить вовлечённость пользователей.

Основные принципы:

- раскрытие пользы материала по частям
- «сериальность» контента
- клиффхэнгер — обрыв повествования на самом интересном месте



# Дофаминовая петля

содержание имеет значение

1 ролик

1 ролик

vs

1 ролик

1 ролик

**+21%**

↑ выше вероятность просмотра следующего видео связанного содержания\*

# Дофаминовая петля

содержание имеет значение

Нейросети анализируют ваши предпочтения — по жанрам, актёрам и другим параметрам. Они оценивают, что смотрят люди со схожими профилями: из той же страны, с похожей историей просмотров.

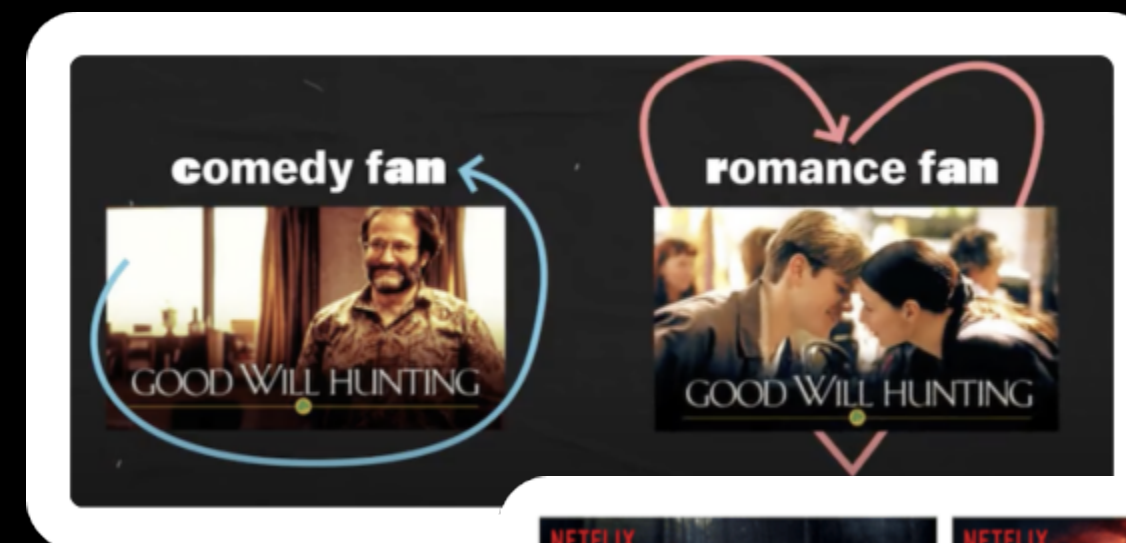
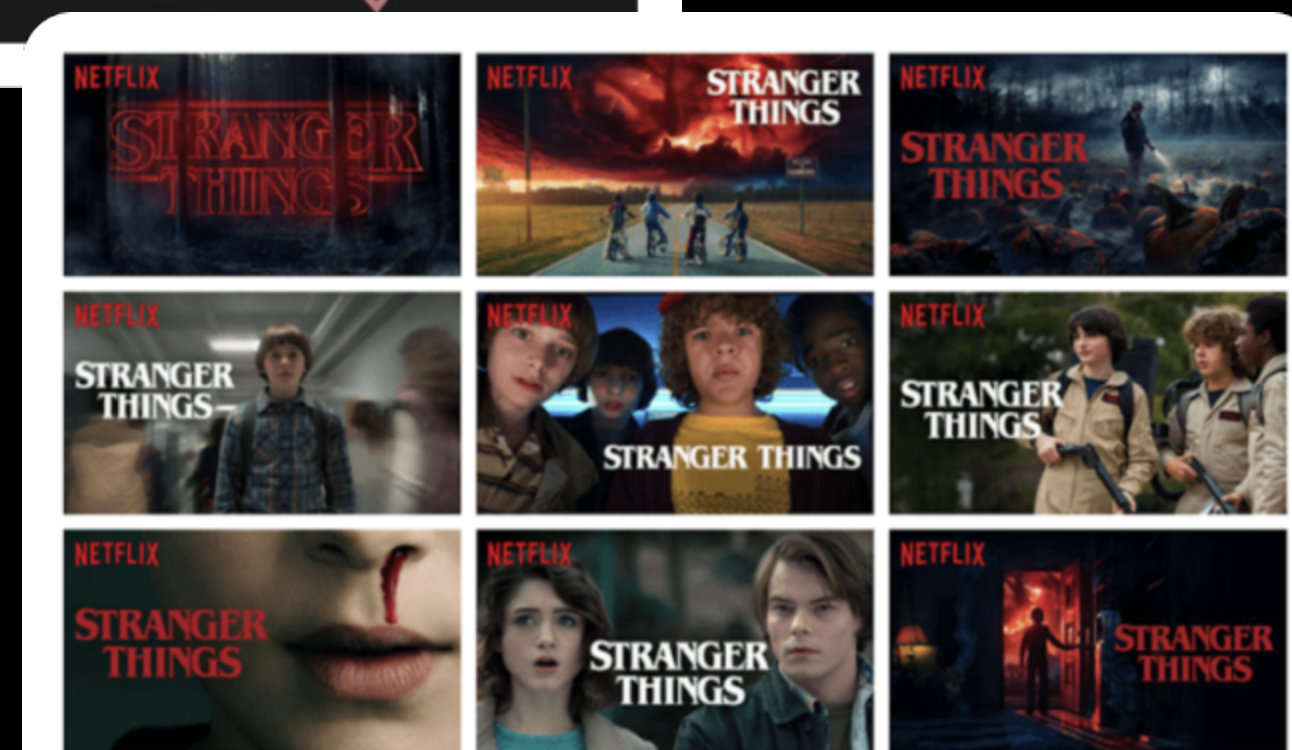


Фото: Netflix

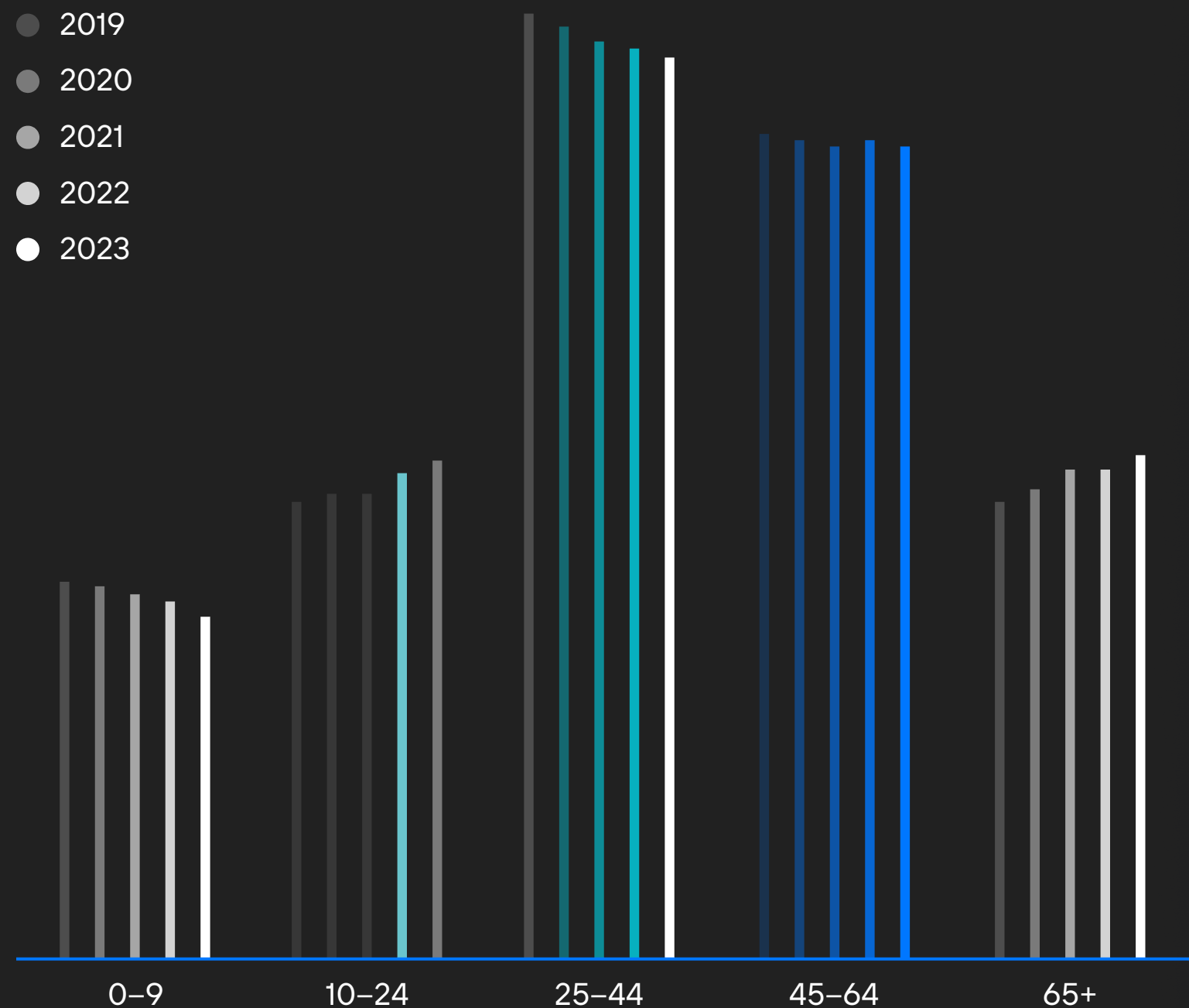


Разные постеры к сериалу «Очень странные дела» (Фото: Netflix)

**Как работать  
с аудиторией?**

# Поколения и их интересы

- 2019
- 2020
- 2021
- 2022
- 2023



- 12-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64



# Поколения Z и альфа задают новые тренды?

Поколение Z имеет самый широкий спектр медиапривычек

шопинг



51%

поколения Z используют соцсети для поиска информации о брендах и товарах

аудио



80%

поколения Z предпочитают аудиоконтент и аудиочаты с брендами

исчезающие форматы



47%

брендов планируют увеличить инвестиции в контент с ограниченным сроком действия, он стимулирует взаимодействие

вирусный



66%

поколения Z смотрят короткие ролики ради мемов и вирусного контента\*



# Серебряное поколение — активные пользователи интернета

Двукратный рост пожилого населения к 2050 году будет стимулировать бизнес активнее взаимодействовать с возрастной аудиторией

## Какой контент предпочитают

лояльность



71%

поколения X выбирают бренды с программами лояльности. Они хотят получать бесплатную доставку и специальные предложения

обучение



68%

поколения X смотрят видеохостинги для освоения навыков

отзывы



13 мин

в среднем тратят люди 45+ на изучение отзывов перед покупкой товара

путешествия



25%

поколения X собираются отправиться в путешествие и смотрят тематический контент\*

# Аудитория 25-45 лет или ..?

возраст	CPM	CPC	CTR
12-17	82,58₽	13,28₽	0,62%
18-24	100,95₽	21,16₽	0,48%
<b>25-35</b>	<b>112,59₽</b>	<b>20,84₽</b>	<b>0,54%</b>
<b>36-45</b>	<b>111,03₽</b>	<b>17,22₽</b>	<b>0,64%</b>
46-55	107,53₽	15,62₽	0,69%
56-65	94,51₽	8,82₽	1,07%
65+	88,81₽	6,69₽	1,33%

А при чём  
тут ИИ?

# ИИ — основа контентных платформ и соцсетей

Обрабатывать такое количество контента вручную невозможно



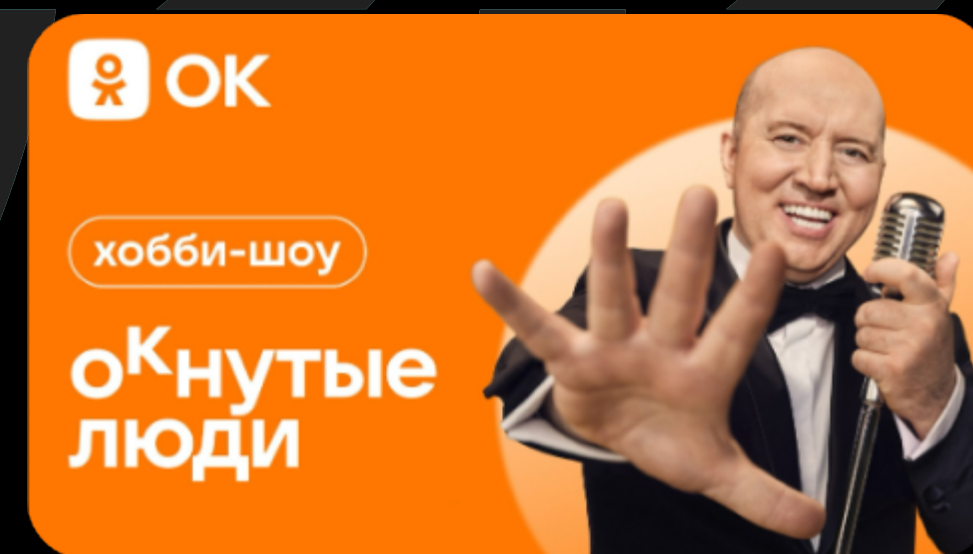
# Развитие контента в 2024 году



комедия



спортивно-познавательное шоу



хобби и увлечения



музыкальное шоу



комедия

# Как вовлечь аудиторию в просмотры шоу?

разбираем на примере «Натальной карты»



# Как вовлечь аудиторию в просмотры шоу?

разбираем на примере «Натальной карты»

- медийные ведущие с противоположными точками зрения
- разные по темпераменту гости
- интерес для зрителя за счет разбора знаков зодиака
- юмор
- вирусное распространение коротких клипов с фрагментами шоу в рекомендациях

Я: меня видят перспективным  
сотрудником. Уверен, скоро повышение!

Начальство:



НАЧАЛЬНАЯ  
КАРТА

VK Клипы

@natalnaya\_karta\_show

ЭКСКЛЮЗИВНО В  
VK Видео



VK Клипы

@natalnaya\_karta\_show

VK Клипы

@yourastronight



Your  
Astro  
Night



**Контент**

**+**

**технологии**

 бизнес

Куда  
приведут  
технологии  
в будущем?

