

24 ноября, 12:20

Рост рекламного рынка радио стал «чёрным лебедем» медиаиндустрии 2023 года

Рост составил 35% — такой динамики не было с нулевых.

[Поделиться](#)[Поделиться](#)

На XIII Международной конференции «Радио в глобальной медиаконкуренции» вице-президент РАР и заместитель генерального директора «Газпром-Медиа Холдинга» Юлия Голубева выступила модератором сессии «„Чёрный лебедь — 2023“ на рекламном рынке радио в России». Участники дискуссии обсудили причины и перспективы роста рекламного рынка радио, а также стратегические шаги удержания такой положительной динамики.

«В этом году в российской медиаиндустрии случился свой „чёрный лебедь“ — произошел значительный рост на рекламном рынке радио. На протяжении последних нескольких лет главным маркетинговым инструментом, которому учились, был диджитал.

[Прислать статью](#)

ПОПУЛЯРНЫЕ НОВОСТИ

MindMap интерфейс для автоматизаций в DashaMail
29 ноября 2023, 12:58

Мобильное приложение STUDIO 21 получило 2 место Премии Рейтинга Рунета-2023
29 ноября 2023, 10:51

Зарплаты в IT за год выросли на 8,5%
28 ноября 2023, 11:44

Названы лучшие сайты и приложения по версии Рейтинга Рунета-2023
28 ноября 2023, 10:16

Рынок ООН-рекламы вырос на 40% за 9 месяцев 2023 года
27 ноября 2023, 13:42



Письма Коссы —

лаконичная рассылка для тех, кто ценит своё время: cossa.pulse.is

[БЛОГИ](#)

И с ним довольно успешно все научились работать. Радио казалось про прошлое, но сегодня мы видим, что, возможно, это как раз история про будущее», — **Юлия Голубева**.

Вице-президент АКАР Сергей Веселов отметил, что по итогам 9 месяцев рост на рекламном рынке радио составил 35% — такой динамики не наблюдалось с нулевых годов. По мнению эксперта, по итогам года можно ожидать рост более 20%. Среди факторов такого всплеска Сергей Веселов отметил низкую базу, сокращение диджитал-инструментария, приток новых мелких и средних рекламодателей. Рынку радио необходим пересмотр структуры в связи с цифровизацией, заключил Сергей Веселов.

Генеральный директор ГПМ Радио Вадим Терещук считает, что в росте доли радио на рекламном рынке есть закономерность. Радиорынок демонстрирует свою эффективность для рекламодателей благодаря мобильности и наращиванию охватов. И, конечно же, среди основных факторов — уход западных и рост российских брендов, а также доступная стоимость размещения рекламы.

«Сейчас сложилась уникальная ситуация, которой вообще никогда на радио не было, — по крайней мере, в федеральных блоках 100%-ый sold out по основным станциям», — **Вадим Терещук**.

Рост выручки позволит увеличить бюджеты на производство контента и привлечение качественных специалистов, уверен Вадим Терещук.

Медиадиректор агентства Dinnovate Group Дарья Лебедева на примере отраслевых кейсов рассказала об эффективности размещения рекламы на радио. Она отметила, что для дальнейшего развития радиорынка важно приучить рекламодателя оценивать объективный вклад радио в лиды и продажи, а также пересмотреть подход к замерам и масштабировать мониторинг радиорекламы.

Председатель правления фонда РАР Александр Полесицкий рекомендовал сфокусироваться на людях — сотрудниках радиостанций — и вкладываться в обучение и привлечение молодого поколения.

Генеральный директор группы компаний «Выбери Радио» Михаил Попонов отметил необходимость инвестиций в продуктивное развитие и более активную работу с рынком e-commerce. Также стоит уделить особое внимание имиджевому продвижению.

Хорошую новость участникам дискуссии передал **директор по связям с общественностью НИУ ВШЭ Роман Левкович**. С нового учебного года в Высшей школе экономики запускается новая четырёхлетняя программа бакалавриата по направлению «Телерадиожурналистика». По мнению Романа, одной из проблем современной радиоиндустрии

Зарабатываем на
новогоднем
ажитоже: лучшие
партнерки для
зимних путешествий

Освободите время
на творчество с
помощью простых
шаблонов

Как привлекать
клиентов в сети с
помощью
коммуникации:
построение
медиасети для
бизнеса

Создать свой блог

БЛИЖАЙШИЕ СОБЫТИЯ

30 ноября

Карьерные сайты и
HR-порталы: фичи,
сроки, результат

30 ноября

VK Security Meetup

1 декабря

является именно подготовка качественного контента, который невозможно создать без хороших специалистов.

XIII Международная конференция «Радио в глобальной медиаконкуренции» проходит в Москве 23–24 ноября. Организатором мероприятия выступает Российская академия радио.

Присылайте свои [комментарии](#) к ситуации на digital-рынке (короткие или развёрнутые, во втором случае сделаем вам полноценную колонку в статейной ленте Коссы):

Email: 42@cozza.ru
Телеграм: [@cozzaawer](https://t.me/@cozzaawer)
VK: vk.com/cozza

[Поделиться](#) [Поделиться](#)

 **Телеграм Коссы** — здесь самый быстрый диджитал и самые честные обсуждения: [@cozzaru](https://t.me/@cozzaru)

 **Письма Коссы** — рассылка о маркетинге и бизнесе в интернете. Раз в неделю, без инфошума: cozza.pulse.is

РЕКОМЕНДУЕМ!

Ишь, какой опыт!
Уволить нельзя
оставить: что делать,
если токсичные коллеги
отравляют коллектив

Как придумать сильный
дескриптор для бренд-
медиа

Как быть, если ваша ЦА
— «пограничники» (не те,
что в погонах). Теория
поколений и
сегментация ...

Запускаем сайты
по методу Growth Driven
Design: больше
конверсии и лояльных
пользователей

Social Selling:
айсбрейкеры
в переписке или как
повысить конверсию
в ответ в 2 раза

«Если новость — бомба,
качество текста не имеет
значения». Хороший
пресс-релиз с точки
зрения журнал...

Долина Стартапов

[Все события](#)



КОМПАНИЯ

[О проекте](#)
[Реклама на сайте](#)
[Прислать статью](#)
[Политика обработки персональных данных](#)

СТАТЬИ

[Мнение](#)
[Кейсы](#)
[Тренды](#)
[Исследования](#)
[Интервью](#)
[Репортаж](#)

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ

[RSS](#)
[Рассылка](#)
[Telegram](#)
[ВКонтакте](#)
[Facebook](#)
[Дзен](#)
[Twitter](#)

