

„ÉLJ ÉRDEKES IDŐKBEN”
Régi kínai átok

Unfair Share of Cultural Attention

A kódolatlan figyelem. Mit jelent a gyorsaság? Hogyan lehet kezelni az azonnaliság kihívásait?

Mező László
Mediacom
2019 május 7.

Media Hungary **2019**

MEDIACOM





A tetris világában élünk

„AZ ÖTÖDIK HULLÁM”

Martin Gurri



ÍRÁS



ABC



KÖNYVNYOMTATÁS



TÖMEGMÉDIA

„AZ ÖTÖDIK HULLÁM”

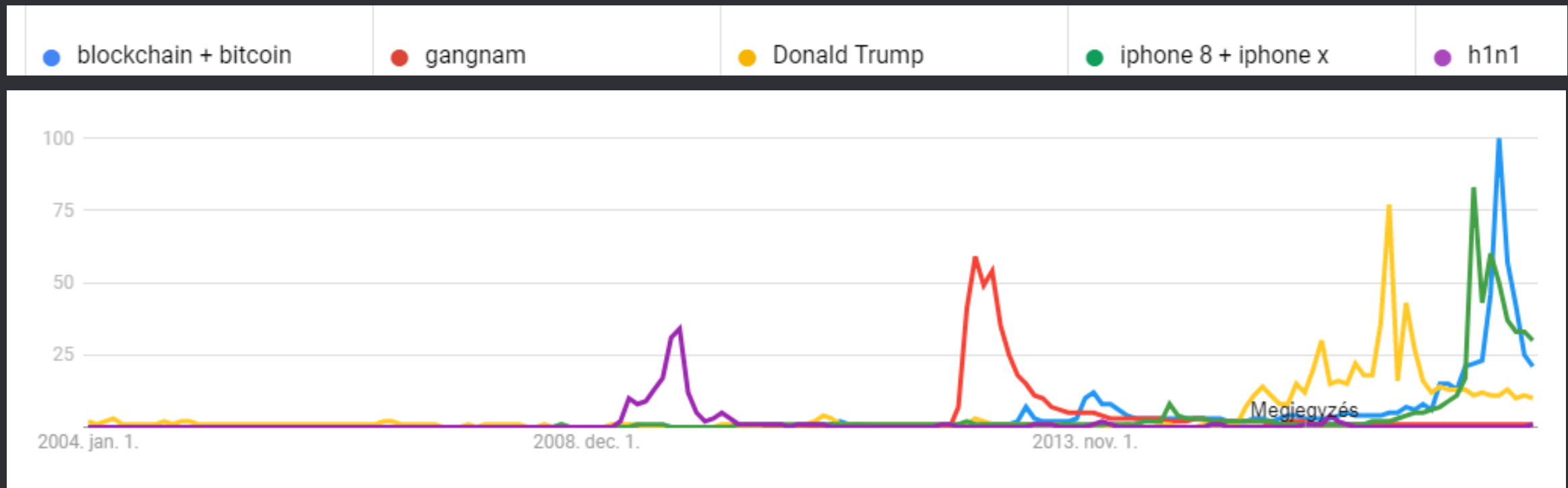
Martin Gurri

WEB 2.0

Global trends conquer



Hirtelen nagyokat változik a világ... És a kommunikáció
elsöpör állandó dolgokat, és napok alatt hoz új globális
trendeket.





Egész iparágak alakulnak át
extrém módon

*„A legtöbb autógyártó cég csődbe
fog menni. A hagyományos
autógyártók szimplán csak jobb
autót szeretnének gyártani, míg a
tech vállalatok (Tesla, Apple,
Google) négy keréken guruló
számítógépeket terveznek.”*

[http://szoftver.hu/fobb-hirek/hogyan-latja-a-vilag-jovojet-
a-mercedes-vezerigazgatoja](http://szoftver.hu/fobb-hirek/hogyan-latja-a-vilag-jovojet-a-mercedes-vezerigazgatoja)

- “Nem csináltunk semmi rosszat,
valahogy mégis veszítettünk”
(Nokia CEO)



- Az előnyöket amit ma élvezel, felváltják a holnap trendjei.
- Nem kell, hogy bármit rosszul csinálj, elég ha a versenytársaid észreveszik és meglovagolják az új trendeket, amiket te figyelmen kívül hagyysz!



A növekedési kilátások mérséklődnek

▲ 2.8%

US | Signs of strain

+ Real wage growth, falling unemployment, looser regulations and tax reform

- International relations at risk, trade disputes increasingly a threat to economic activity

▶ 1.1%

LATAM | Fragile recovery

+ Real wage growth, recovery in consumer demand in key markets and higher commodity prices

- Market uncertainty over effects of trade dispute with the US, Brazil elections and Argentina currency crisis

EURO | Moderating

+ Broad-based GDP growth, slack remains supporting future growth, falling unemployment
- Trade tariffs, US monetary policy tightening

▼ 4.0%

CEE | Above EU average

+ EU funding, solid growth in Germany
- High debt, large deficits (some), challenging environment in longer term

▼ 2.1%

MENA | Improving

+ Higher commodity prices and investment opportunities (infrastructure)
- Sanctions on Iran, intensified social unrest, war and terrorism

▲ 2.4%

SSA | Improving

▲ 2.9%

▶ 1.7%

Russia | Improving

+ Higher commodity prices boost fiscal and export revenue
- Sanctions will impact industry, investment sentiment

▼ 6.6%

China | Slowing

+ Growth in consumer spending, public investment
- Trade protectionism, high debt levels

▼ 1.3%

Japan | Slowing

+ Economic revival policy
- Shrinking workforce, trade protectionism

▲ 7.4%

India | Improving

+ Middle class expansion and major bank recapitalization plan
- Inflation from higher oil prices

▶ 5.1%

ASEAN | Continued growth

+ Low wage costs and stable governments

Key:

All figures refer to 2018.

ASEAN: Association of Southeast Asian Nations, LATAM: Latin America, MENA: Middle East & North Africa, SSA: Sub-Saharan Africa, CEE: Bulgaria, Croatia, Czech Republic, Estonia, Hungary, Lithuania, Latvia, Macedonia, Poland, Romania, Serbia, Slovakia, Slovenia.

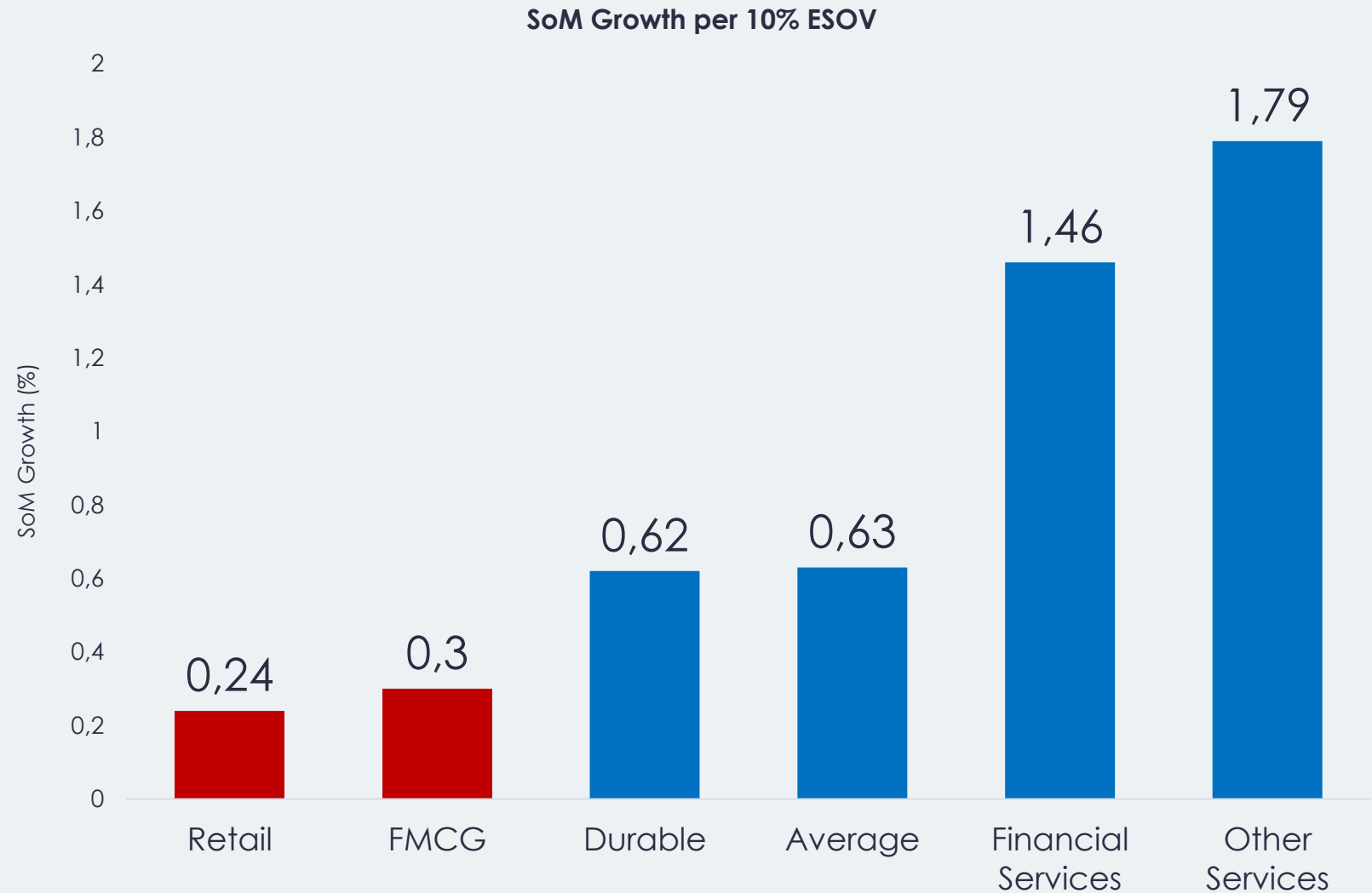
Arrow indicates direction of change in the annual GDP growth forecast (2018) from previous year.

A piaci részesedés
növelése a RETAIL és
az FMCG márkák
esetében a
legnehezebb



AZ 1% ÉVES PIACI
NÖVEKEDÉS
KIVÁLÓ EREDMÉNY
BÁRHOL? BÁRMELY
MÁRKÁNAK

KANTAR



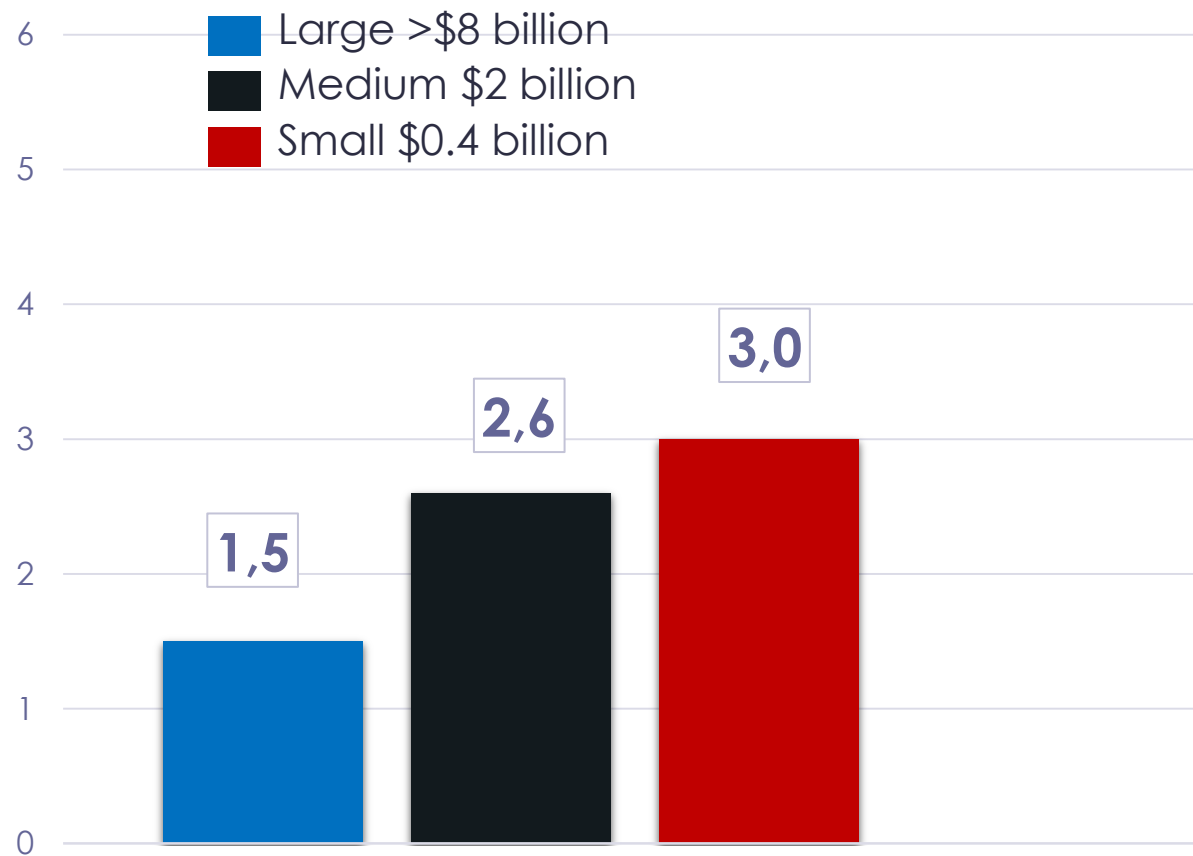
ÚJ VILÁG?

A növekedés a „kicsiktól” jön?



ORGANIC GROWTH IN FMCG COMPANIES

2012-2016

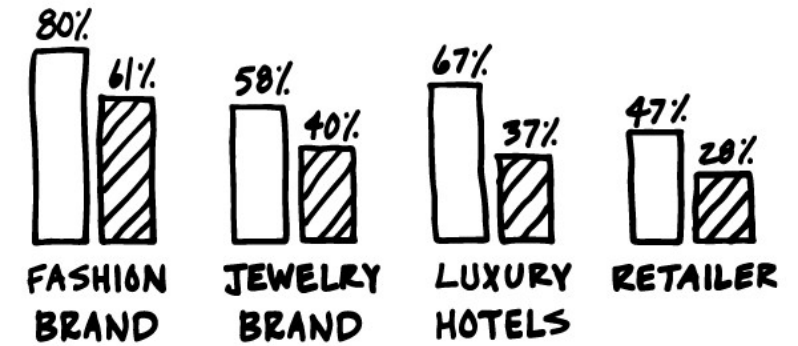


Adjusted organic growth, CAGR %*



PERCENTAGE OF AFFLUENTS
WHO CAN IDENTIFY A "FAVORITE BRAND"

□ 2007/8 ▨ 2014/15



SOURCE: YOU GOY & TIME INC. APRIL 2015

“Amazon felzabálja a márkákat”

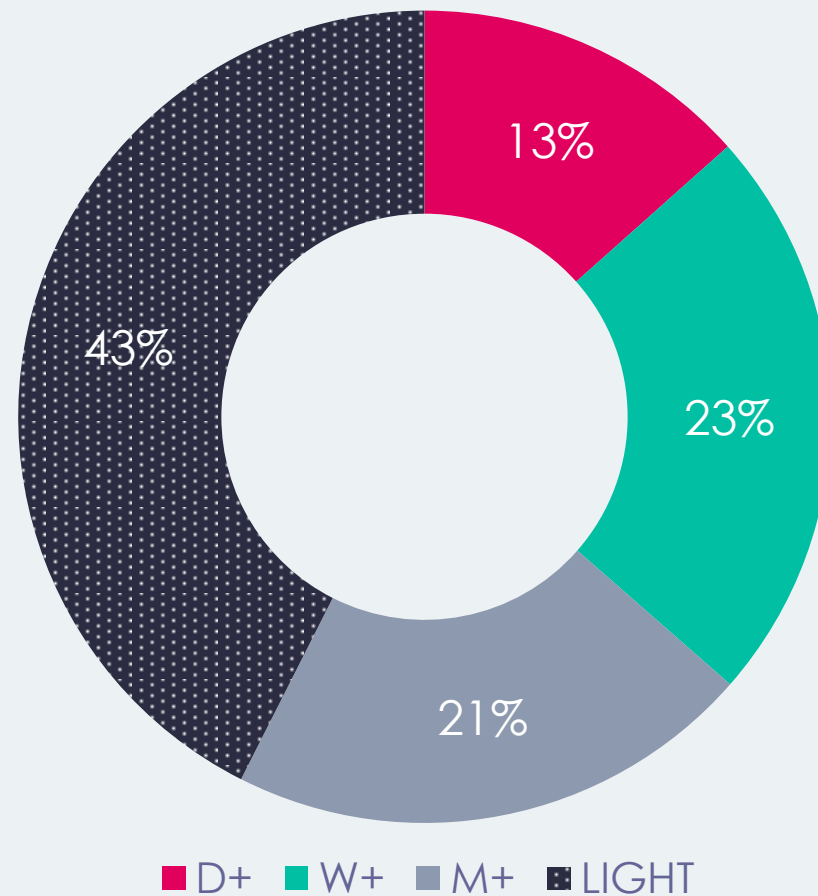


BRANDAGEDDON



A VÁSÁRLÓK EGYRE MEGHATÁROZÓBB RÉSZE „LIGHT BUYER”

MONTHLY SOFT DRINKS VALUE
BY WEIGHT OF CONSUMPTION

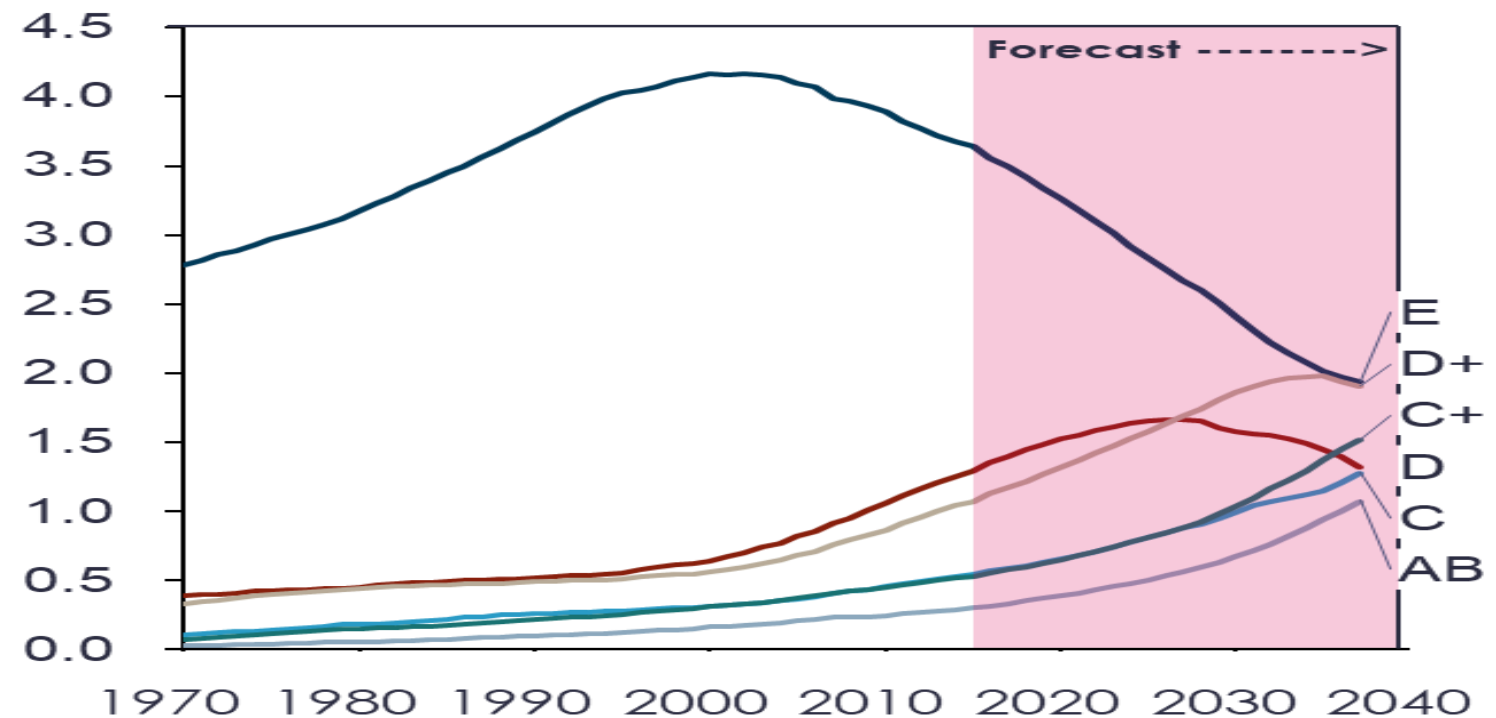


A státuszok közötti
különbség mérséklődik

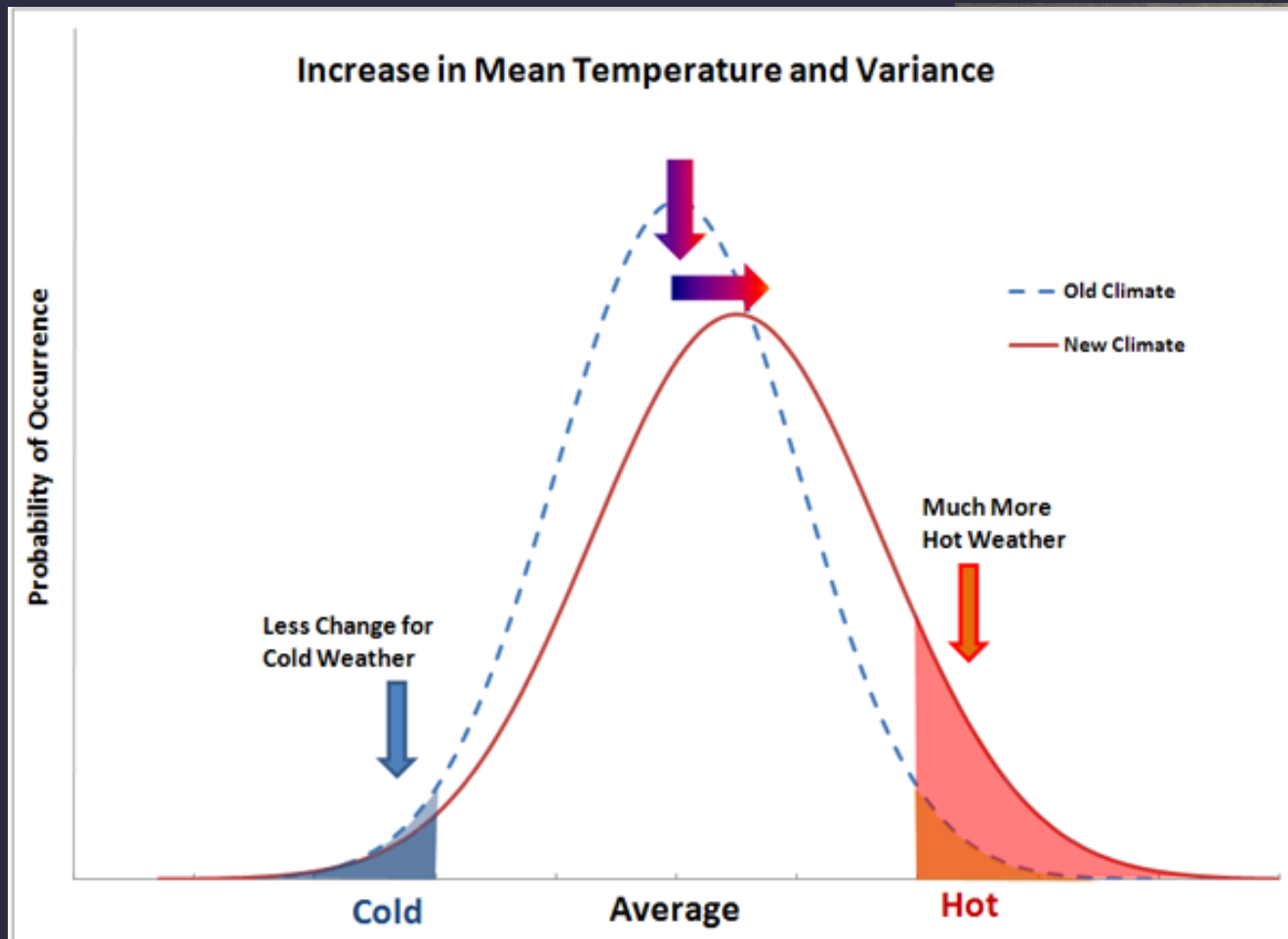
A kulturális
különbségek
növekednek!

GLOBAL POPULATION BY SOCIOECONOMIC LEVEL

Billions, 1970 - 2030



Miközben extrém környezeti kihívásokkal kell a mindennapi embernek szembenéznie... vagyis a „fogyasztóknak”...



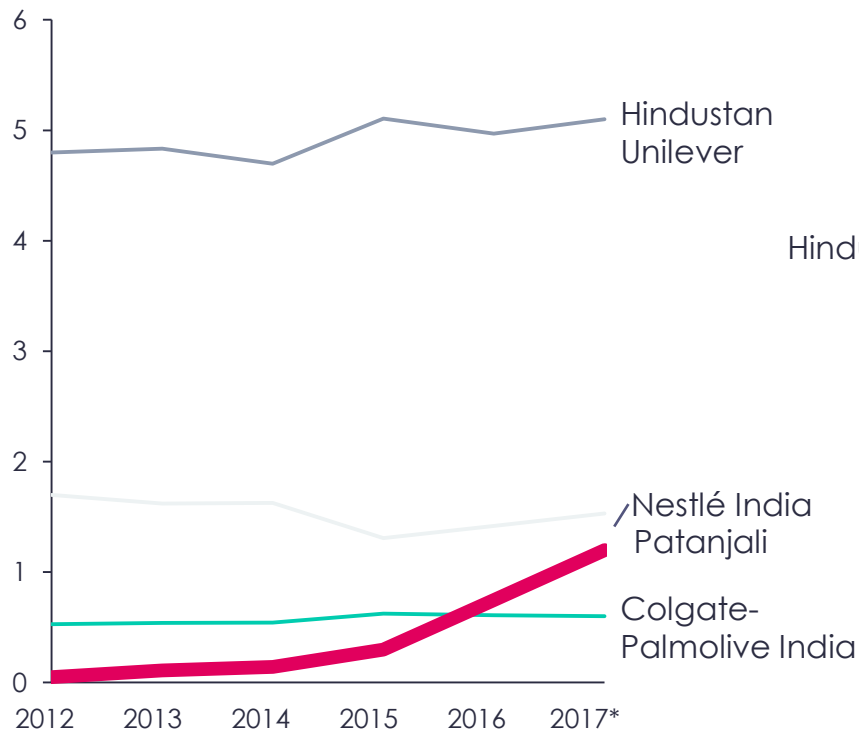


A fogyasztásnak mindig
bővülnie kell?

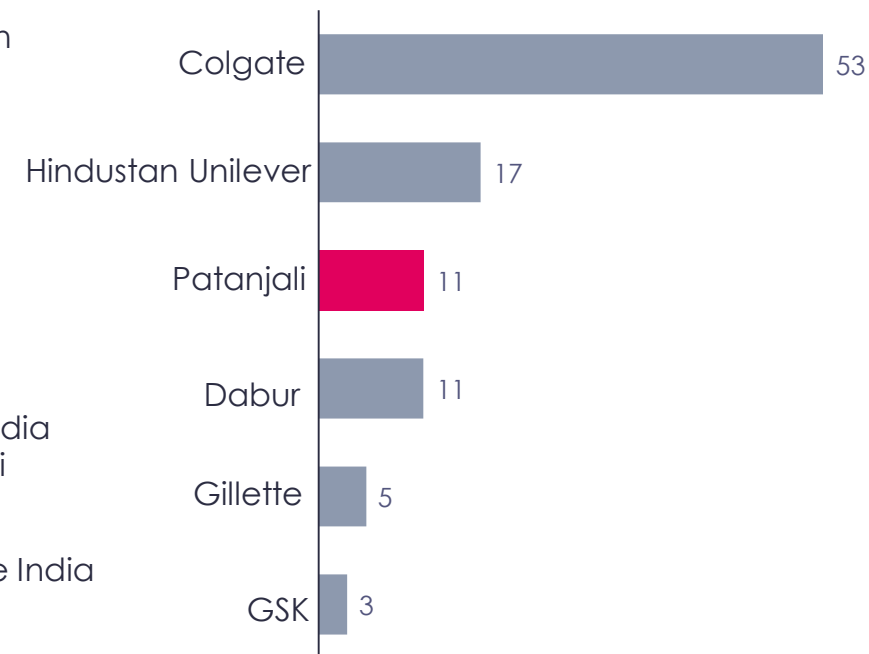
A kultúráisan elkötelezett fogyasztók átforgalmazzák a piacokat

- Ayurveda és gyógynövény trend Indiában
- >20% total oral care market
- A Patanjali a hindu öntudat és nacionalizmus trendjén erősödik
 - Csak word of mouth!
 - saját exclusive franchise store-ok

COMPANY REVENUES IN INDIA
Financial year ending March, \$ bn



ORAL-CARE IN INDIA
Market share (%)
2017*



Unfair Share of Cultural Attention

Nincs ATL, nincs a kereskedelemben, és nő!

Ugly Drinks Sparkling Water
Subscription Service Delivers Flavored
Seltzers To Your Door

By CAROLYN DE LORENZO | a month ago | 



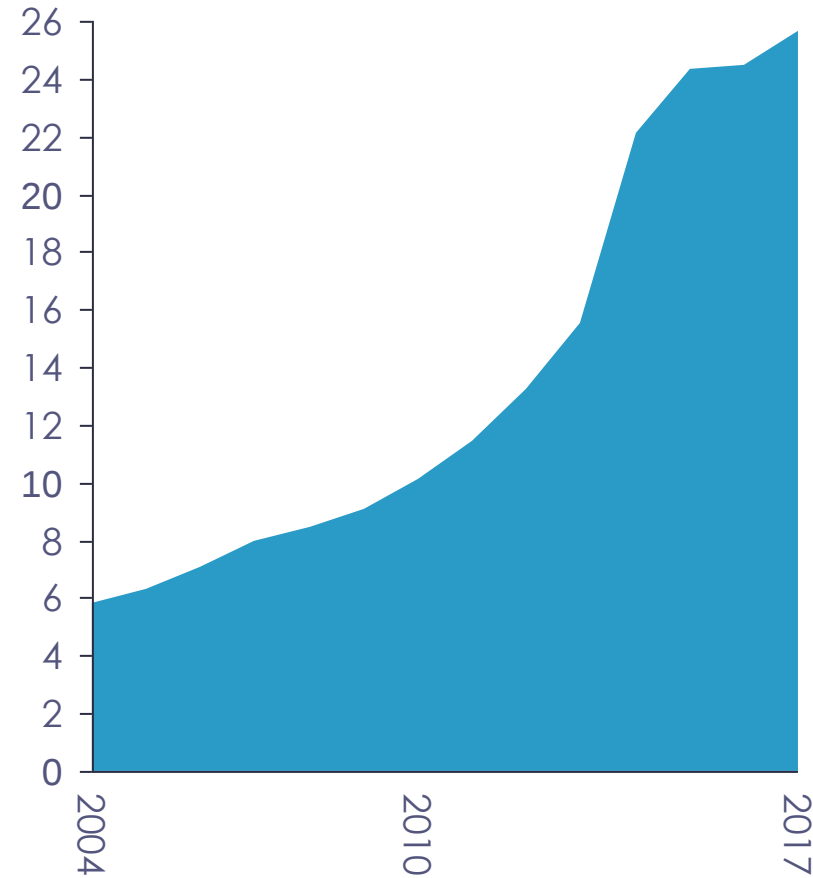
Csak online lehet rendelni
Social media és influencer-ek
„A jó fiú”: aki nem több mint ami
Alacsony cukor, környezet
tudatosság

**Ebben a szerepben hitelesebb tud
lenni mint a nagy márkák**

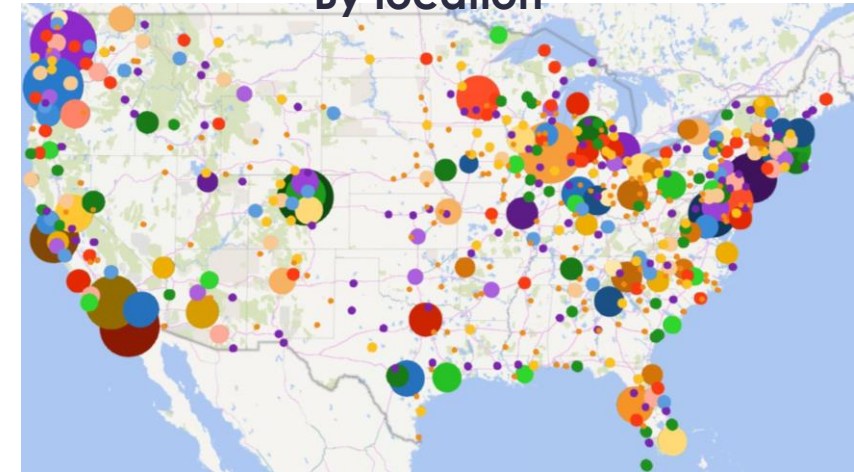
Minden „kézműves”



US CRAFT BEER PRODUCTION m barrels

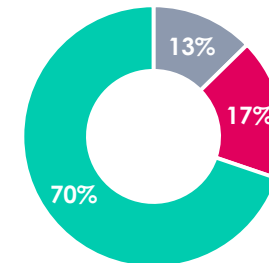


US CRAFT BREWERIES By location



The circles are proportional to the number of independent brewers by city

■ Craft ■ Import ■ Other domestic



2017

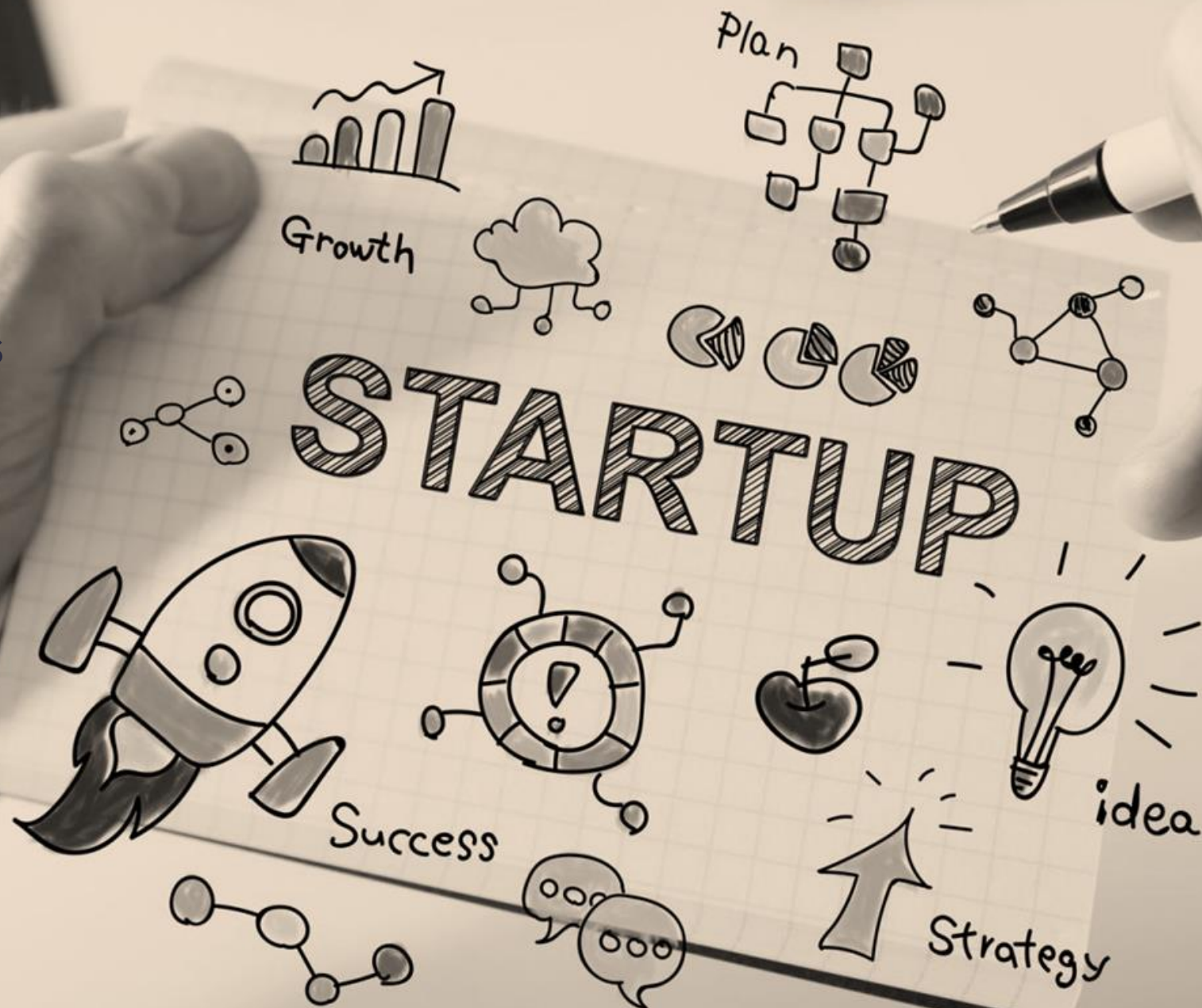
BEER -1.2%



CRAFT 5.0%



Vállalkozói kedv
Magyarország vs
„nyugati világ”



??% start-ups csőd?



90% start-ups csőd!



De ez tömegek
evolúciója, és a sikerek
is nagyok!



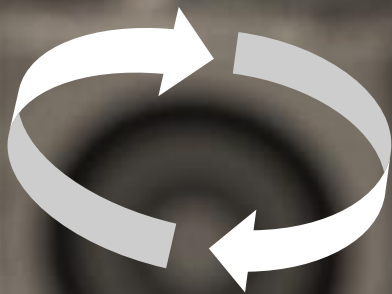
CÉLOZZ A SZÉLÉRE

Napi business

**A fontos változások a periférián zajlanak
Ha mindig középre célzunk kiszolgáltatottá válunk
Lépj ki a komfort zónából, célozz középre!**

CÉLOZZ A SZÉLÉRE

TEST & LEARN KULTÚRA



A fontos változások a periférián zajlanak
Ha mindig középre célzunk kiszolgáltatottá válunk
Lépj ki a komfort zónából, célozz középre!



Mediacom BLINK

budapestmarketing@mediacom.com

Subject: BLINK

Köszönöm!