



News Outdoor

Внимание к людям —
внимание людей

М&А как инструмент роста на рынке наружной рекламы





News Outdoor

Внимание к людям —
внимание людей

Анализ возможностей роста на рынке наружной рекламы

Интенсивное развитие

- Улучшение качества предоставляемого клиенту сервиса
- Расширение и инновационное изменение продуктовой линейки



Экстенсивное развитие

- Увеличение рекламной сети в результате получения новых мест



- M&A сделки



Инструменты роста и создания стоимости

Улучшение качества сервиса

Плюсы:

- позволяет привлечь клиентов на рекламные поверхности
- держать цены выше среднерыночных

Минусы:

- не дает возможности быстрого роста
- имеет ограниченный потенциал увеличения цены над ценой рынка

Расширение и инновационное изменение продуктовой линейки

Плюсы:

- позволяет привлекать новых клиентов и удерживать существующих в результате инновационных решений
- гармонизировать рекламные конструкции с городской средой

Минусы:

- не дает возможности быстрого роста,
- зачастую связано с получением дополнительных согласований, что очень затруднительно



Увеличение рекламной сети в результате получения новых мест

Плюсы:

- дает быстрый эффект в увеличении доли рынка и наращивания выручки

Минусы:

- в большинстве крупных городов избыток наружной рекламы и установка новых конструкций надлежащего качества практически не возможна

M&A сделки

Плюсы:

- дает быстрый эффект в увеличении доли рынка и наращивания выручки

Минусы:

- высокие цены на рынке компаний-операторов
- возможны существенные финансовые, налоговые, административные и юридические риски, связанные с приобретением компании

M&A – самый эффективный инструмент роста на текущий момент

Ключевые факторы создания стоимости

При покупке рекламы в итоге важно количество и качество контактов с целевой аудиторией



В наружной рекламе количество и качество контактов определяется местом расположения рекламного объекта



Место – основной фактор стоимости компании в наружной рекламе



News Outdoor

Внимание к людям —
внимание людей



РЕКЛАМНОЕ МЕСТО



Количественные характеристики

Географический охват городов РФ

Глубина проникновения в локальные рынки каждого города



Качественные характеристики

Качество расположения в городской среде

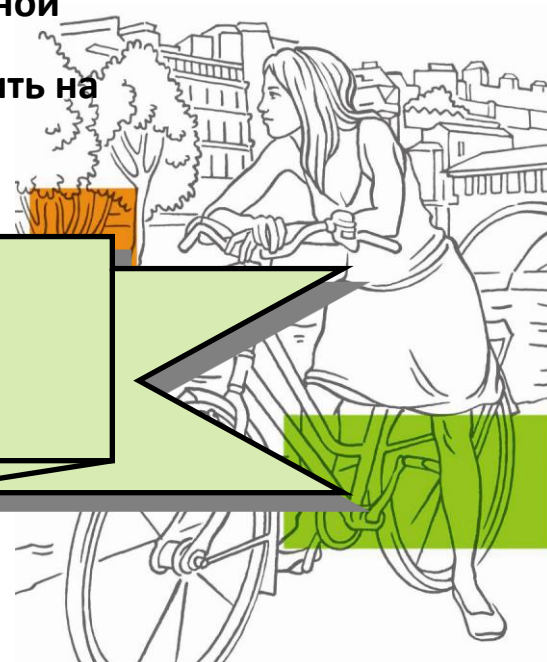
Тип объекта наружной рекламы, который возможно установить на данном месте

Покупается не компания, а ее права на размещение объектов наружной рекламы



News Outdoor

Внимание к людям —
внимание людей



Особенности проведения сделок M&A: направленность

Вертикальная интеграция

Восходящая:

Слияние с маркетинговыми
и рекламным агентствами

В практике российского
рынка наружной рекламы
примеров нет

Нисходящая:

Слияние с производителями
металлоконструкций

Единственный пример –
покупка завода
металлоконструкций в Санкт-
Петербурге

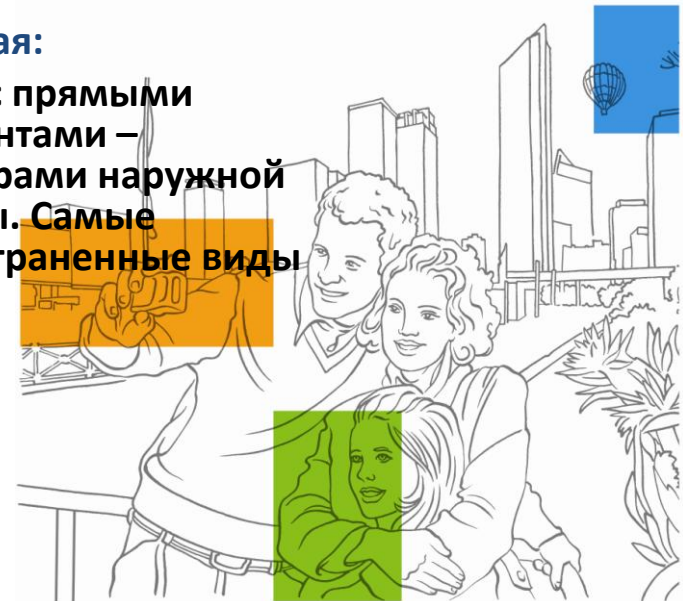
Горизонтальная интеграция

Ассортиментная:

Сделки с операторами в
специализированных
сегментах Indoor рекламы:
в аэропортах, в метро, в
торговых сетях

Объемная:

Сделки с прямыми
конкурентами –
операторами наружной
рекламы. Самые
распространенные виды
сделок.



News Outdoor

Внимание к людям –
внимание людей

Особенности проведения сделок M&A: горизонтальная интеграция

**Покупка прав на
размещение объектов
наружной рекламы**

Плюсы:

- Дает возможность приобрести актив, создающий стоимость, без юридических и налоговых рисков

Минусы:

- На данный момент практически не возможно переоформить права размещения объектов наружной рекламы не на конкурсной основе

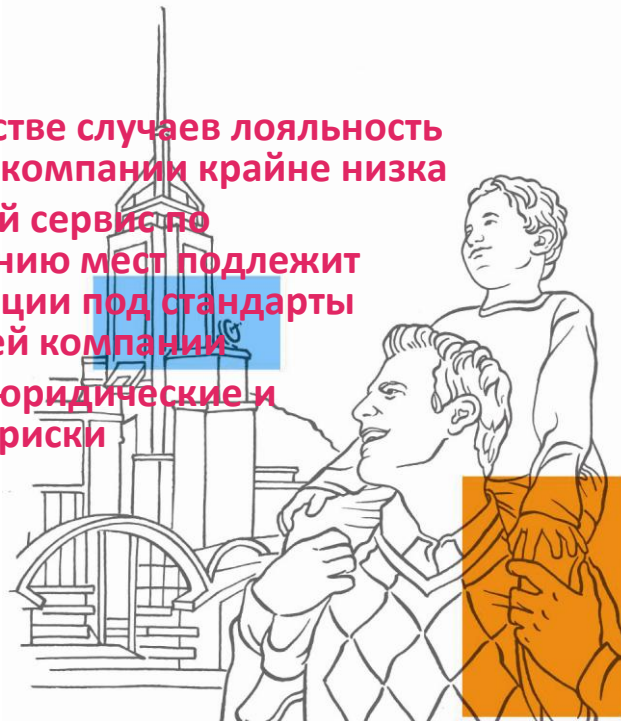
**Покупка оператора
наружной рекламы**

Плюсы:

Дает возможность приобрести не только права, но и клиентскую базу и отлаженный сервис рекламных конструкций

Минусы:

- В большинстве случаев лояльность клиентов к компании крайне низка
- технический сервис по обслуживанию мест подлежит реорганизации под стандарты покупающей компании
- переходят юридические и налоговые риски

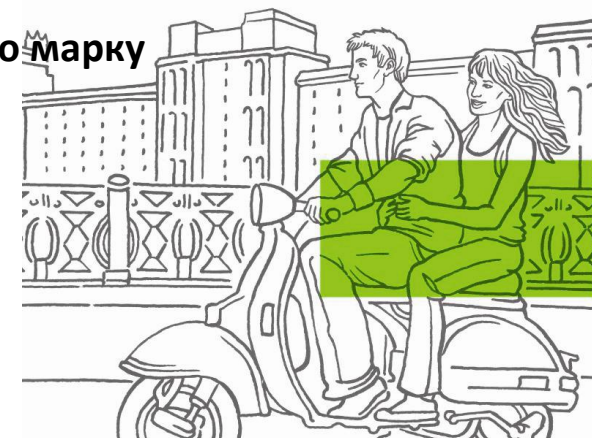


News Outdoor

Внимание к людям —
внимание людей

Особенности проведения интеграции в процессе M&A: покупка мест

- Анализ маркетинговой эффективности адресной программы
- Выведение неэффективных мест
- Установка рекламных конструкций (в случае их отсутствия при покупке), техническая экспертиза состояния конструкций (в случае их наличия при покупке)
- Юридическая и финансовая экспертиза юридического лица, владеющего правами на размещение объектов наружной рекламы (в случае покупки мест без переоформления на собственное юр. лицо)
- Интеграция адресной программы в информационные системы компании-покупателя
- Интеграция сети рекламных конструкций в систему технического обслуживания компании-покупателя
- Ребрендинг сети рекламных конструкций под единую торговую марку компании-покупателя



Особенности проведения интеграции в процессе М&А: покупка бизнеса

- Внедрение собственных стандартов технического обслуживания при осуществлении сервиса рекламных конструкций
- Интеграция sales-подразделений в общую систему менеджмента продаж компании-покупателя, внедрение единых технологий продаж
- Проведение кадровой экспертизы, адаптация и интеграция в организационную структуру компании-покупателя
- Интеграция учета и отчетности покупаемой компании в единую систему финансового менеджмента компании-покупателя



News Outdoor

Внимание к людям —
внимание людей



ВОПРОСЫ?



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!