

Решения SAP для Медиа индустрии

Ральф Брехтер (Ralf Brechter), индустриальный эксперт Медиа, спорт и индустрии развлечений
17 марта 2015 г.



SAP

SAP's Media Experience

Trends in the Media Industry

Our Innovation Strategy

Компания SAP имеет глубокие экспертные знания, позволяющие решать основные проблемы медиакомпаний по всему миру

Более 8400 медиакомпаний в 89 странах внедряют инновации благодаря решениям SAP

Наши клиенты производят более 62 % всех кинофильмов мира и выпускают более 74 % радио-/ТВ-передач






100 % рекламных компаний в списке Forbes Global 2000 являются клиентами SAP

Более 570 латиноамериканских медиакомпаний внедряют инновации благодаря решениям SAP

83 % европейских вещательных компаний в списке Forbes Global 2000 являются клиентами SAP

80 % европейских типографий и издательств в списке Forbes Global 2000 являются клиентами SAP

Медиаиндустрия насчитывает 15 различных сегментов рынка, и мы решили сосредоточиться на следующих...

Сегмент	Описание	Пример клиентов/компаний	
	Газеты и журналы	Печать, публикации и дистрибуция	NY Times, Daily Mirror, Hearst, Conde Nast
	Поставщики премиум-контента	Книги, газеты, образование, научные журналы, печать и цифровая дистрибуция	Random House, Scholastic Pearson, Elsevier, Thomson Reuters, Boomberg, Xinhua, Hallmark
	Индустрия развлечений и дистрибуция/вещание	Производство кинофильмов, музыки, организация живых развлечений и их распространение, включая киностудии, цифровые развлечения по технологии OTT, а также живые театральные постановки и концерты	Walt Disney Studios, Netflix, Technicolor, Arvato, Sony, Warner Bros, BMG, Live Nation Entertainment, Cinopolis, LionsGate
		ТВ-/радиосети и вещательные станции, эфирное, спутниковое телевидение и телевидение с абонентской платой	ABC Networks, BBC, Pro7, Al Jazeera, DIRECTV, Sky
	Реклама	Реклама в Интернете, по телевидению, радио, почтовой рассылке и уличная реклама; производство, распространение и анализ творческой рекламы	WPP, Omnicom, Dentu, JC Deceaux, Ströer, Google, Yahoo!

**В этих сегментах наши решения широко
используются ведущими издательствами...**

 **Sanoma Uitgevers**

OXFORD
UNIVERSITY PRESS

Forbes

Smiths News PLC


GANNETT
DIGITAL network

 **WILEY**
Publishers Since 1807

EL TIEMPO

PEARSON


NASPERS

The New York Times

 **THOMSON REUTERS**

 **News International**

BERTELSMANN
media worldwide

**Mc
Graw
Hill**


THE TIMES OF INDIA


OPUBCO
COMMUNICATIONS GROUP

 **IHS**

nielsen
communications

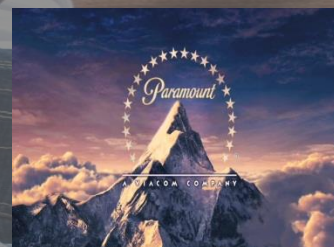
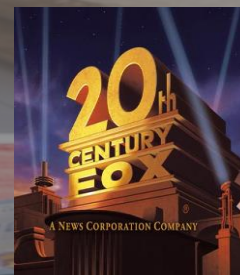

**Houghton
Mifflin
Harcourt**

The Washington Post

 **INFOGLOBO**

 **Springer**

...ведущими кинокомпаниями...



...и многими ведущими вещательными компаниями



Для обслуживания наших клиентов мы разработали карту процессов медиаиндустрии, представляющую решения SAP

Фронт-офис

Создание привлекательного контента

Планирование медиаконтента

Приобретение контента

Управление работами

Управление производством медиаконтента

Редакторская деятельность (Mediaspectrum)

Монетизация медиаконтента

Маркетинг и управление брендом

Управление правами и продажа лицензий

Управление подписками

Операции с контентом и коммерческая деятельность

Монетизация аудитории

Анализ аудитории

Привлечение аудитории

Организация рекламы на различных платформах (Mediaspectrum)

Бэк-офис

Управление персоналом	Основные процессы управления персоналом и расчета зарплаты	Управление талантами	Управление учетом рабочего времени	Планирование персонала и аналитика		
Финансы	Финансовое планирование и анализ	Бухгалтерский учет и финансовое закрытие	Управление финансовыми рисками	Совместные финансовые операции	Управление корпоративными рисками и соответствием нормативным требованиям	
Закупки	Стратегический выбор источника поставки и управление поставщиками	Прямые закупки	Самостоятельные закупки	Управление трудовыми ресурсами	Закупка услуг	Управление командировками
Платформа и технологии	Корпоративные технологии	Аналитика	Мобильность	Платформа In-Memory		

SAP's Media Experience

Trends in the Media Industry

Our Innovation Strategy

Transformation of the Media Industry

Traditional Media	Digital Media
<p><u>Mass media distribution:</u> Same content pushed to mostly anonymous mass audiences</p>	<p><u>Non-linear content consumption:</u> Individuals select content according to specific needs and preferences (pull)</p>
<p><u>Capital-intensive distribution channels:</u> Content owners control the value chain <u>KPI:</u> volume (audience reach)</p>	<p><u>Pervasive content:</u> Owners of the audience relationship control the value chain. <u>KPI:</u> value of the individual interaction</p>

Content is King



Audience Relationship is King



Сейчас мы также являемся свидетелями беспрецедентного **изменения поведения и привычек** при потреблении контента

44 %

американцев в возрасте от 8 до 64, использующих Интернет, имеют собственный планшет, и **94 %** из них используют его для потребления контента

41 %

составит ежегодное увеличение продаж планшетов в период между этим годом и 2018 г.

87 %

составит ежегодное увеличение трафика широкополосной сети на планшетах к 2018 г.

57 %

потребителей цифрового контента предпочитают покупать цифровую продукцию, а не ее физический эквивалент

более 20 млрд

загруженных приложений Apple в 2013 г., более 60 млрд проданных приложений и 25 млрд проданных песен с самого начала; более 800 тыс. ТВ-передач и 350 тыс. фильмов покупаются ежедневно

36 млрд долл. США

составит увеличение глобального рынка рекламы, встроенной в мобильные приложения, к 2016 г.

Но многие из современных фрагментированных медиакомпаний испытывают трудности на пути такого преобразования

Непоследовательное планирование и отслеживание затрат:

- Множество организационных единиц, множество таблиц Excel, разные версии достоверной информации
- Ограниченная прозрачность фактических и прогнозируемых затрат

Отдел редакторов и программистов

Неоптимальное использование ресурсов

- Несбалансированная рабочая нагрузка
- Избыточное привлечение внешних сотрудников

Фрагментированная организация контента

- Множество разрозненных систем/форматов/рабочих процессов
- Отсутствие централизованного представления всего контента
- Наличие непредсказуемого контента

Отдел производства

Проблемы с нелинейными услугами

- Требуется новая инфраструктура
- Требуется новые процессы для управления отдельными клиентами

Отдел управления правами

ИЗДАТЕЛЬСТВО

Управление контентом

Ограниченное представление об аудитории

- Зависимость от внешних данных
- Ограниченная возможность управления большим количеством отдельных профилей клиентов

Отдел продаж

Отдел финансов, HR.

Ограниченная гибкость внедрения инновационных услуг для рекламодателей

- Сильная разрозненность при продаже эфирного времени

Ограниченная возможность для монетизации вторичных прав

- Ограниченная прозрачность имеющихся прав
- Сложная отчетность об авторских гонорах и их расчет
- Отсутствие интеграции с процессами распространения по подписке

Каналы выхода на рынок

Потребители

Мы бы хотели кратко продемонстрировать вам, как ведущие компании получают единое представление о клиентах и контенте

Стратегическое планирование

- Централизованное совместное планирование
- Единая версия достоверной информации
- Согласованная работа во всех отделах

Планирование использования множества ресурсов

- Правильные ресурсы в нужное время и нужном месте
- Оптимальное использование внутренних ресурсов
- Более сбалансированная рабочая нагрузка

Полный обзор медиаматериалов

- Всегда видно, какой контент доступен и когда

Успешное внедрение нелинейных услуг

- Эффективное управление большим количеством отдельных клиентов
- Полностью автоматизированное определение тарифов за использование и взимание оплаты
- Простой и быстрый запуск адресных предложений

Анализ аудитории в реальном времени

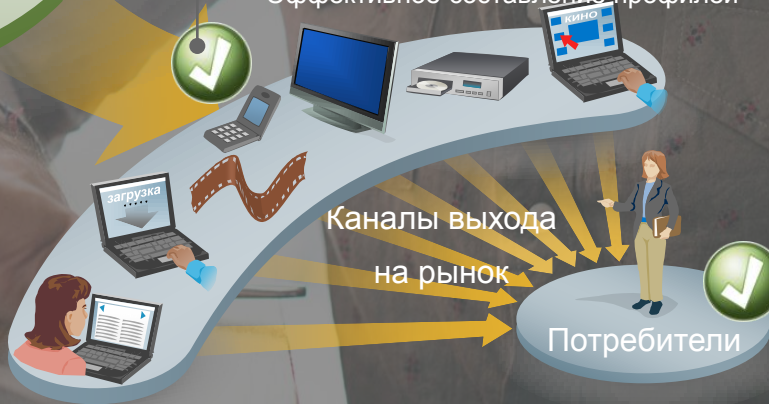
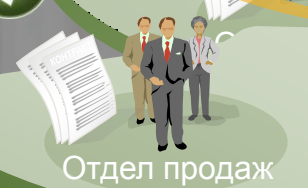
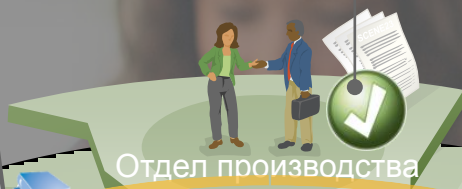
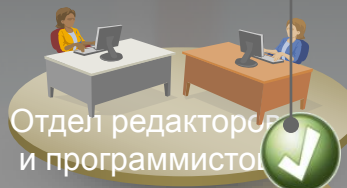
- Быстрый анализ откликов от аудитории
- Эффективное составление профилей

Аналитика рекламы

- Анализ материально-технических ресурсов
- Анализ эффективности кампаний

Поддержка компаний-распространителей ТВ-программ по подписке с помощью сборщиков контента

- Полный обзор доступности прав во всех измерениях и деталях
- Быстрое реагирование на запросы



SAP's Media Experience

Trends in the Media Industry

Our Innovation Strategy

С учетом нашего опыта мы представляем путь, который, по нашему мнению, начинает большинство медиакомпаний

- 1 Сохранение прибыльности от основной деятельности СМИ**
 - Борьба со снижением аудитории СМИ
 - Защита маржи благодаря экономии затрат
 - Снижение финансовых рисков

- 2 Преобразование в компанию, ориентированную на потребителя**
 - Проведение анализа аудитории
 - Предоставление фрагментированной аудитории услуг с индивидуальной актуальностью
 - Предоставление контента по требованию
 - Многоканальные стратегии

- 3 Монетизация цифровой цепочки создания ценности**

- Владение личными взаимоотношениями
- Замена продаж медиаконтента и рекламы на персонализированные услуги и электронную коммерцию
- Адресная реклама

Сохранение прибыльности от основной деятельности медиа компаний

1 Сохранение прибыльности от основной деятельности медиа компаний

Борьба со снижением аудитории СМИ

Защита маржи благодаря экономии затрат

Снижение финансовых рисков

Давайте посмотрим, как решения SAP позволяют разрешить проблемы, связанные с первой тенденцией



Business Suite

Оптимизация процессов подписки и распространения по разным каналам



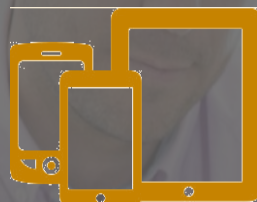
Решения партнеров

Организация рекламы на различных платформах от Mediaspectrum



Suite на HANA

Улучшенное управление кампаниями



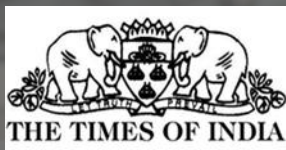
hybris

Многоканальная коммерция



CRM и маркетинг

Поддержка внедрения нового сервиса



Выручка более 100 % благодаря перекрестной продаже брендов



Реклама



Улучшение процессов закрытия месяца



Сокращение общей стоимости и



Сокращение процента поздних платежей

Например, понимание того, что вы продаете, с помощью SAP Intellectual Property Rights Management

Текущая ситуация клиента

- Отсутствие представления о возможностях продажи прав, приносящих выручку
- Неспособность точного подбора лицензий для кросс- и ап-селлинга

Описание

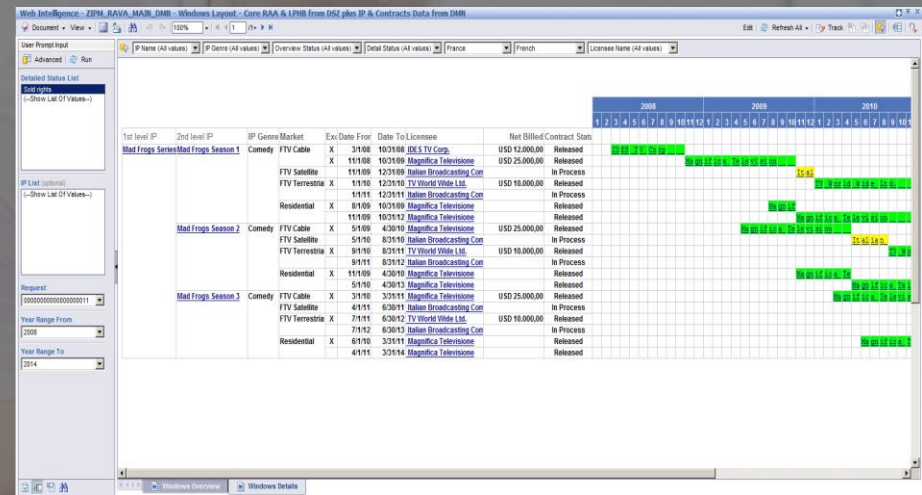
- Визуализация реестра прав
- Единое представление о реестре прав и финансовой эффективности во всех бэкэнд-системах

Ценностное предложение

- Гибкость при создании и анализе предложений пакетов прав

Конечный результат

- Получение максимальной выручки от продажи прав на интеллектуальную собственность
- Увеличение выручки от имеющегося архива и клиентов
- Увеличение дохода от отдельных материалов



SAP BusinessObjects
Intellectual Property Rights
Analysis

можно объединить с SAP IPM
в комплексное решение

Пользовательский интерфейс SAP Fiori



SAP HANA помогает Televisa расширить бизнес

Бизнес-задача

- Televisa, традиционная медиакомпания, захотела выйти на рынок мобильных приложений. Основной задачей была продажа мобильных решений имеющимся подписчикам медиаконтента и кабельного телевидения. Компания использовала Oracle, но была готова рассмотреть платформу HANA.

Факторы, способствовавшие внедрению инноваций

- Анализ достоверных данных, сохранение ценных клиентов, использование социальных медиа, сегментация большого количества клиентов и чувствительность к изменениям цен



С учетом нашего опыта мы представляем путь, на котором, по нашему мнению, сейчас находится большинство медиакомпаний

2 Преобразование в компанию, ориентированную на аудиторию

Проведение анализа аудитории

Предоставление сегментированной аудитории услуг с индивидуальной актуальностью

Предоставление контента по требованию

Многоканальные стратегии

Благодаря переходу к ориентации на аудиторию современные медиакомпании становятся более продвинутыми



Content
Consumption
Habits



Brand
Sentiment



Product
Cross-Sell



Propensity
to Churn



360° Customer
View



Personalized
Product
Recommendation



Personalized
Content



Audience
Targeting

Зачем ориентироваться на аудиторию? Если большие данные — это «новая нефть», то внимание для медиакомпаний — это «новый кислород»...



48 часов

загруженных видео в YouTube

3125

фотографий в Flickr



272 070 \$

расходы потребителей



217

новых мобильных веб-пользователей

3600

фотографий в Instagram

100 000

твитов в Твиттере



347

публикаций в блогах WordPress



204 167 667

сообщений по электронной почте



47 000

загруженных приложений Apple



571

новых веб-сайтов



2 000 000

запросов в Google



34 722

лайков в Facebook



2083

чекинов в Foursquare



684 478

публикаций в Facebook



61 141

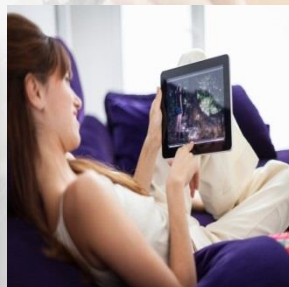
часов загруженной музыки

Суть ориентации на аудиторию состоит в использовании возможностей больших данных

Что смотрит моя аудитория, когда, откуда и на каких устройствах?

Как моя аудитория отзывается о моем контенте и о контенте других?

Как я могу персонализировать развлекательные услуги, чтобы повысить ценность клиента в период жизненного цикла и успех рекламы?



SAP and Phizzle partnership

Phizzle enables sports, media and entertainment organizations to deliver a complete fan profile, deriving maximized quantitative value from the multiple data sources available.

The diagram illustrates the Phizzle data integration process. On the left, a collection of colorful icons represents various data sources, including social media (Facebook, LinkedIn, YouTube, Twitter), email, location, and general user activity. These sources feed into a central orange circle with the 'phizzle' logo. A blue line extends from this circle to a screenshot of the Phizzle web application interface.

The screenshot shows a user profile for 'Spencer Higgins'. The interface includes a navigation menu at the top with options like CAMPAIGNS, CONTESTS, BLASTS, FANS, LOYALTY, WEB ANALYTICS, and CAST. The profile page displays the following information:

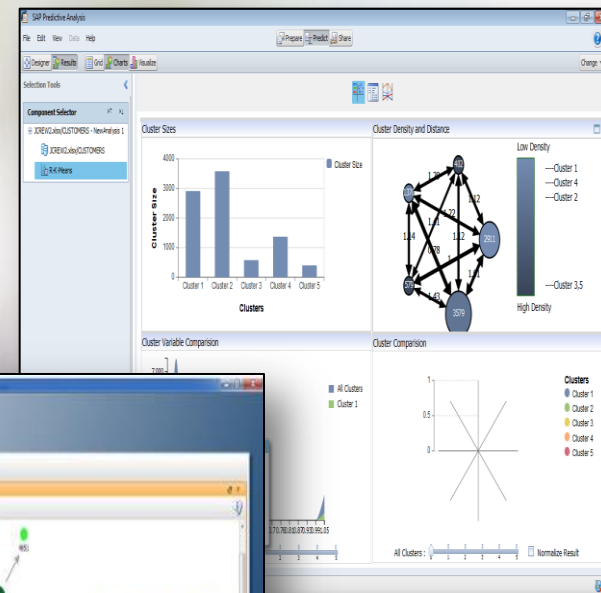
Fan Details	
Age	35
Gender	M
Address	352 Broad St.
City	Hartford
State	CT
Zip	06102
Created	06/18/2012
Last Modified	02/04/2015

Additional sections include 'Profiles', 'Topics of Interest', 'Campaigns', 'Blasts', and 'Loyalty Programs'. A 'FAN RANK' gauge is visible on the right side of the profile. Below the main details, there are 'Custom Fields' for 'Own or Rent?' (Own) and 'Company' (The Hartford).

Но поскольку аудитория становится сегментированной, то критически важным фактором успеха становится ее группировка

- Повышение лояльности благодаря объединению случайных посетителей, имеющих общие интересы, для создания лояльной группы поклонников
- Создание профилей аудитории для более адресной и эффективной рекламы
- Максимальное использование слаженной работы всех каналов в области телевидения, онлайн-видео, музыки и электронной коммерции, чтобы предлагать комплексные услуги для аудитории

Случайный посетитель ➔ Клиент



С учетом нашего опыта мы представляем путь, на котором, по нашему мнению, сейчас находится часть медиакомпаний

3 Монетизация цифровой цепочки создания ценности
Владение личными взаимоотношениями
Замена продаж медиаконтента и рекламы на персонализированные услуги и электронную коммерцию
Адресная реклама

Вам приходится проявлять все больше и больше гибкости в вопросах приобретения контента

ЦИФРОВАЯ ПРОДУКЦИЯ

Цена при немедленной оплате

Бесплатная пробная версия

Регулярная цена

Условия подписки

Цена за использование

Права

Как SAP помогает издательствам в области многоканальной коммерции



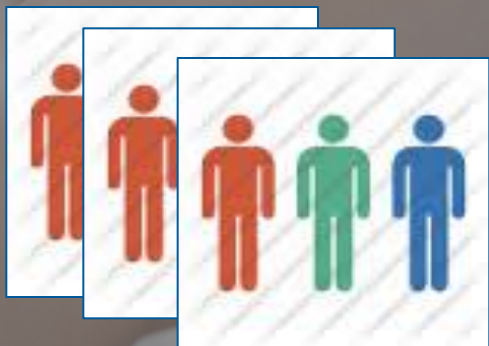
Продажа контента в виде пакетов из архива



Продажа подписок на печатные и цифровые издания



Продажа продукции, которая интересна читателям



Продажа группового доступа компаниям, учреждениям, отелям

Доступ к специальному контенту через API лицензии



Рецепты



Спортивные события



Обзоры ресторанов

А теперь подведем итог...

- 1 Сохранение прибыльности от деятельности СМИ**
 - SAP Business Suite
 - Решения для медийной отрасли
 - SAP HANA и аналитика
 - SAP Multiresource Scheduling
 - Развертывание в облачной среде в соответствии с вашими требованиями

- 2 Преобразование в компанию, ориентированную на аудиторию**
 - SAP HANA и аналитика
 - Анализ настроений
 - SAP InfiniteInsight
 - Решения партнеров

- 3 Монетизация цифровой цепочки создания ценности**
 - Customer Engagement and Commerce (CEC)
 - IS-Retail
 - SAP HANA и аналитика

A large crowd of people is seen from behind, filling the foreground and middle ground. The scene is illuminated with a strong blue light, creating a hazy, atmospheric effect. In the background, a stage is visible with bright lights and a large archway structure. The overall mood is one of a large-scale event or concert.

Danke
Спасибо
Thank you