



MIDSUMMER '25 REVIEW

Обзор трендов с Юлией Удовенко



КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРЕДЫДУЩИХ СЕРИЙ...

ГДЕ РОСТ?

До COVID-19

РОСТ ДОЛИ
РЫНКА

2023/24

РОСТ ПРИБЫЛИ

2025

ОПЕРАЦИОННАЯ
ЭФФЕКТИВНОСТЬ

(Куда девается прибыль?)

СКОРОСТЬ
 ГИБКОСТЬ
 ПРОДУКТИВНОСТЬ
 АДАПТИВНОСТЬ

~~"MOBILE-FIRST"~~
~~"CLOUD-FIRST"~~
~~"SOCIAL-FIRST"~~
~~"DIGITAL-FIRST"~~
~~"CONTENT-FIRST"~~
~~"BLOCKCHAIN-FIRST"~~
~~"DATA-FIRST"~~
~~"INFLUENCER-FIRST"~~
"AI-FIRST"

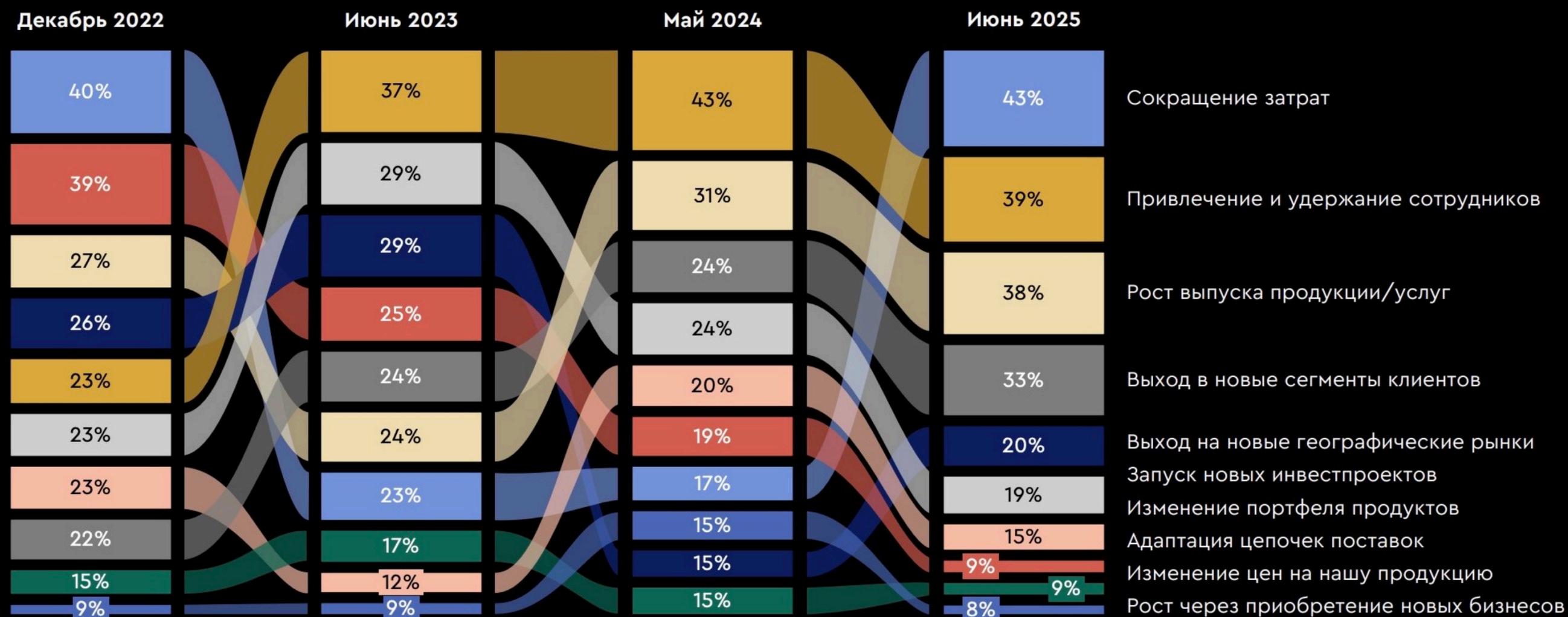
Maybe calling it THIS will magically fix our strategy.



TOM
FISH
BURNE

Руководители пытаются совершить невозможное: одновременно сократить затраты, привлечь и удержать сотрудников и нарастить выпуск продукции

Что из нижеперечисленного будет важнее всего для вашей компании в ближайшие шесть месяцев?



1. Доля от всех опрошенных; сумма процентных значений ответов не равна 100%

Источник: «СЕО-барометр» компании «Яков и Партнёры», декабрь 2022 г., июнь 2023 г., май 2024 г., июнь 2025 г.

**Успешным будет тот, кто сочетает креативность
с аналитическим мышлением, финансовую грамотность
с цифровыми навыками и клиентоцентричность
с бизнес-ориентированностью ©**

Perplexity Pro

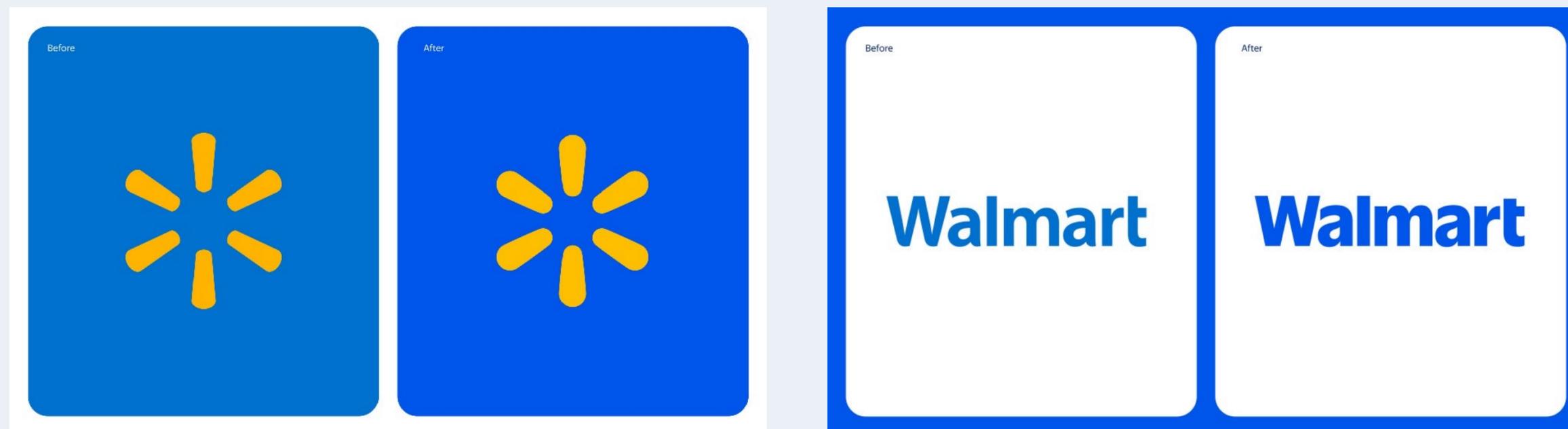
В первом полугодии 2025 года самой часто цитируемой и обсуждаемой среди профессионалов бизнеса и маркетинга стала фраза:

**«Если вам не стыдно за первую версию продукта,
то вы запустили его слишком поздно»**

Рейд Хоффман

ОТ БРЕНД-БУКОВ К БРЕНД-СИСТЕМАМ

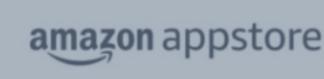
«НАЙДИ 5 ОТЛИЧИЙ»



Old

New

Стандартные бренд-буки имеют большое поле неопределенности и сложны в масштабировании для ИИ продуктов. Brand system (или еще ее называют brand OS - операционной системой бренда) – это процесс создания единой работающей системы интерфейсов, правил, идентификаторов для максимально четкого донесения ценности и облегчения процессов масштабирования бренда в разные каналах и средах





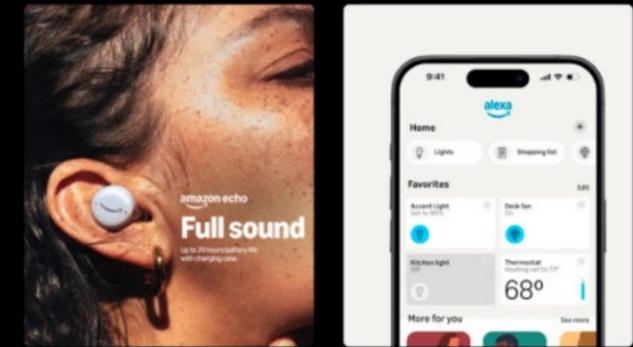
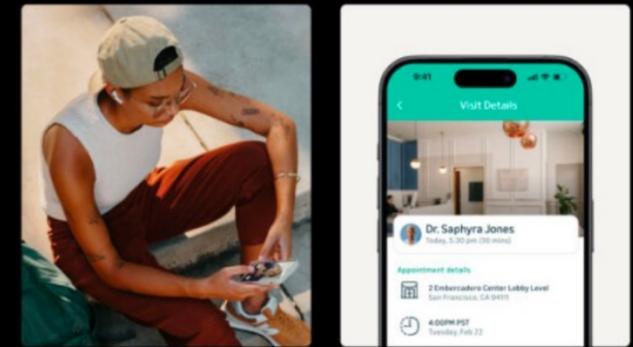
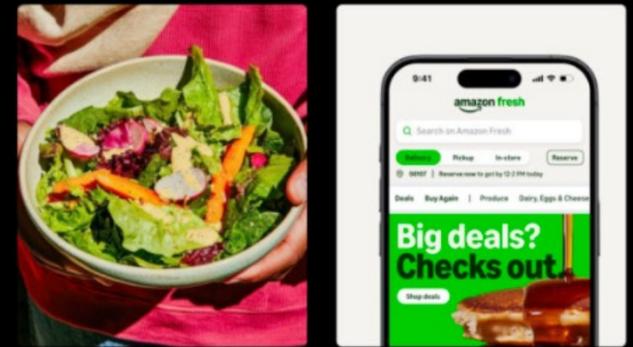
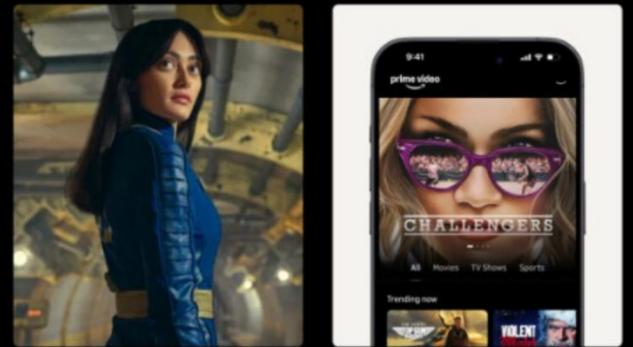
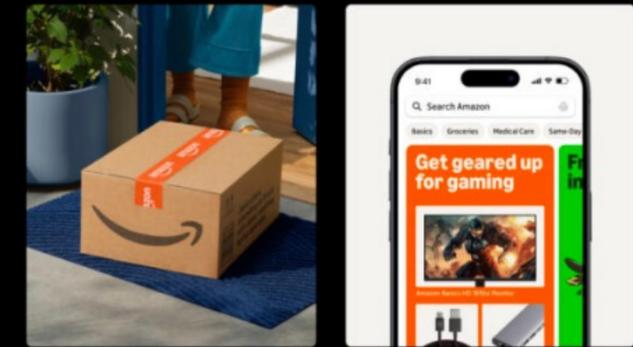
Ah, another excellent choice.

The 'P' in ASAP stands for Prime.

Freshness in every bite.

Healthcare. Add to cart.

The home of tomorrow, today.



У БРЕНД СИСТЕМЫ ЕСТЬ ТРИ ОСНОВНЫХ ТРЕБОВАНИЯ:

- Скорость и снижение операционных издержек
- Четкость и устранение информационного шума и смысловых потерь при масштабировании
- Автоматизируемость — **«МАШИНОЧИТАЕМОСТЬ»!**

ПАКЕТ МАТЕРИАЛОВ БРЕНДА



- Человеко-ориентированный гайд
- JSON-LD, чтобы ИИ мог «подтянуть» правила в промпте или API
- Политику версионирования (semver) и дату последнего коммита

```
"promptScaffold": [  
  "Speak as a certified trichologist.",  
  "Use sensory metaphors of forest and water.",  
  "Highlight one functional benefit per paragraph."
```

**nothing
is obvious,
and everything
is explainable.**



LIAN WENFENG
Основатель DeepSeek

AI SEARCH FUTURE BY GOOGLE: КОНЕЦ ЭРЫ СИНИХ ССЫЛОК

AI обзор появляется в 47% запросов и им пользуются 1,5 млрд человек, со слов Гугла

- **AI MODE** — это новый режим поиска, диалоговый искусственный интеллект Gemini 2.5 в формате чат-бота. С поиском можно вести диалог и уточнять запрос, ответ дополняется визуализациями, графиками, цитатами и тд, то есть AI Mode работает со всеми форматами
- **DEEP RESEARCH**, который уже знаком многим по конкурентным продуктам Perplexity и DeepSeek- позволяет делать глубокие многоступенчатые исследования на разные темы. При этом, варианты использования могут вполне прикладные потребительские- сравнения моделей бытовой техники, анализ безопасности определенных продуктов и их влияния на организм и тд. Один из ключевых принципов в основе Deep Research — экспертность, он выделяет обязательно цитаты, авторство и регалии экспертов, которых приводит для обоснования!
- **PROJECT ASTRA** — мультимодальный ассистент, позволяющий пользователю в режиме реального времени взаимодействовать через камеру и микрофон. То есть, это, так называемый, Live Search — включаешь камеру, снимаешь объект и задаешь вопросы. Также Astra может помогать людям с ограниченными возможностями — например, читать надписи и навигировать голосом для людей с нарушениями зрения.
- **PROJECT MARINER** — это экспериментальный ИИ-агент Google, предназначенный для выполнения задач от имени пользователя. Например, забронировать билеты, заказать продукты. Интегрирован с AI Mode и может выполнять до 10 задач одновременно. Также будет интегрирован с почтой, Google Docs, Sheets

SEARCH GENERATIVE EXPERIENCE (SGE):

- + КОНТЕКСТНО-ЗАВИСИМЫЙ
- + НАТИВНЫЙ
- + ИНТЕГРИРОВАННЫЙ
С ДРУГИМИ ПРОДУКТАМИ

**OT COOKIELESS WORLD
K CLICKLESS WORLD!**

ZERO-CLICK SEARCH

- Рост zero-click поисков – в конце 2024 года фиксировалось снижение органического трафика сайтов среднем на 15-25% в зависимости от категории, в 2025 – уже около 60%
- Снижение показателя CTR – на текущий момент около 35% в среднем, оптимистичный прогноз падение на 50%, пессимистичный – падение на 90% в ближайшие пару лет
- Работа с длинным хвостом запросов – более частотные запросы (более 1000 в месяц) попадают в AI Overview в среднем в 55% случаев, а нишевые и «длинный хвост» – в 74% случаев. Коммерческие запросы – в 19% выдачи



ОТРАСЛИ СТРАДАЮТ ПО-РАЗНОМУ

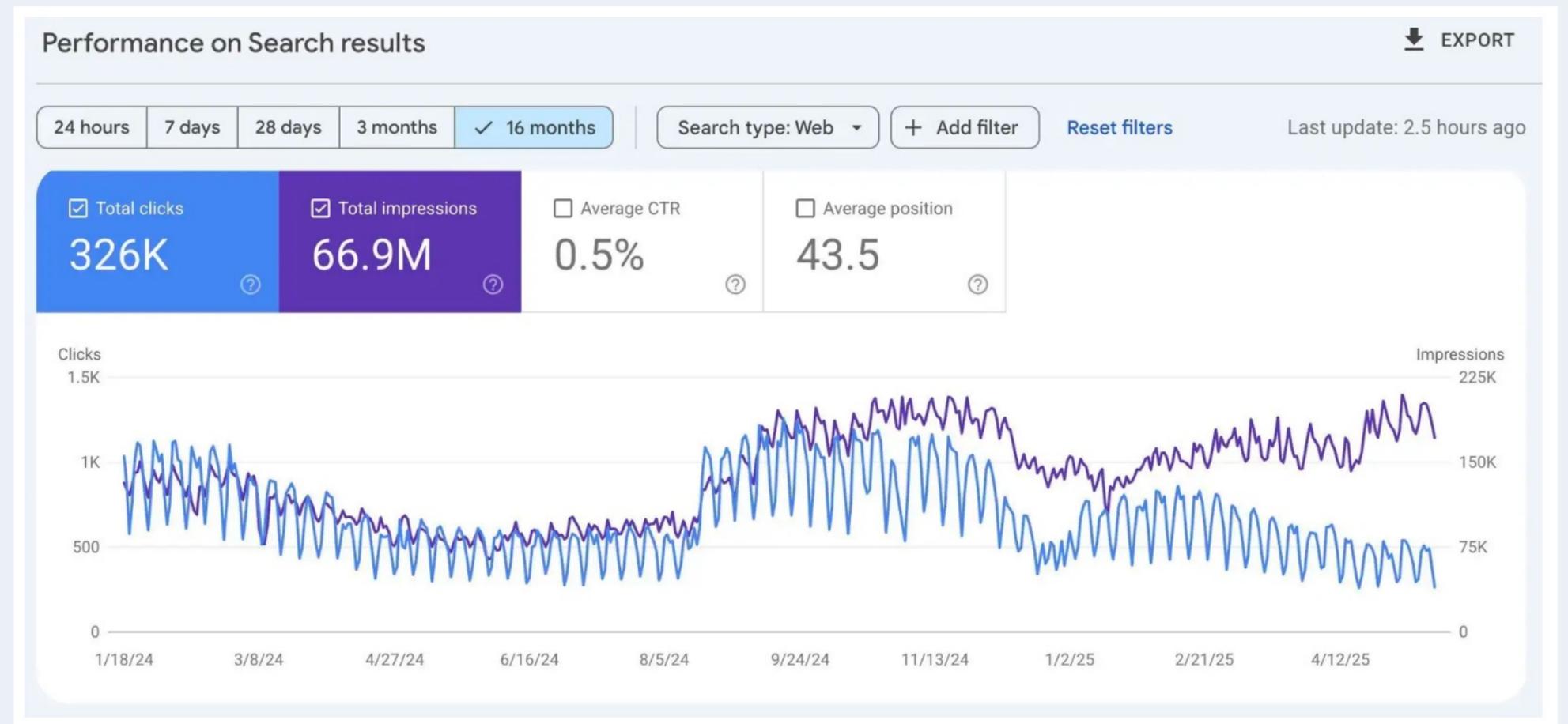
- **Доля информационных запросов.** Чем выше процент запросов с целью «узнать/проверить», тем сильнее падение
- **Сила бренда и навигационный поиск.** У e-commerce и локальных сетей больше branded-кликов, которые AI почти не перехватывает
- **Глубина воронки.** Для B2B SaaS генеративный ответ часто выполняет функцию предварительной квалификации: трафика меньше, но конверсия оставшихся визитов растёт на 18-22%
- **Монетизация контента.** Медиа зависят от объёма страниц/рекламы — даже 20-30% потери визитов быстро бьют по выручке

Категория сайтов	Диапазон снижения органических визитов*	Кейсы	Причины уязвимости
Медиа и издатели, новостные порталы	-30 ... -80%	Business Insider -55%; Forbes/HuffPost -40% YoY	Заголовочные и how-to-запросы полностью отображаются в AI-блоке
Информационные блоги / контент-платформы	-18 ... -64% (среднее)	23 информационных тематических сайта: -18-64%; Planet D (туризм) -90%	Высокая доля «how/when/what» запросов, полностью закрываемых генеративной сводкой
E-commerce / розница	-15 ... -50%	Adobe & Forrester: трафик retail-сайтов просел на 15-50% YoY	Покупатель получает shortlist товаров с ценами прямо в AI-выдаче
Локальные бизнесы	-10 ... -30%	SEO-агентства фиксируют падение в диапазоне 5-10%	Расширенные Local Pack для AI закрывают потребность без перехода на сайт

ЭФФЕКТ «ПАСТИ КРОКОДИЛА»

Показы растут, потому что AI Overview дают бизнесам больше возможностей цитирования ссылок — AI выдает список источников

НО объем кликов уменьшается, так как пользователь получает готовый ответ без необходимости перехода



GEO (GENERATIVE ENGINE OPTIMIZATION)

— процесс оптимизации контента для LLM, которые помогают бренду становиться доверительным источником информации для AI

- **Answer Engine Optimization (AEO)**. Оптимизация контента под включение в AI: структурированные абзацы-ответы, уточнённые FAQ-блоки, HowTo
- **Укрупнение брендового трафика**. Повышение долю navigational-запросов через PR, кампании на узнаваемость и продуктовые пирамиды запросов («бренд + категория»).
- **Замер AI Visibility** — с приоритетом в навигационных вопросах, рекомендациях
- **Управление контент-портфолио** — evergreen-статьи для машин, развитие контента, который AI не может закрыть: интерактивы, калькуляторы, gated-content, КОМЬЮНИТИ

PAID / OWNED / EARNED — ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ В ЗАМЕРАХ AI VISIBILITY

Rho > Citation

Citation

Last 24 hours

Last 7 days

Last 30 days

Custom range ▾

+ All models

🌐 Region

⚙️ Filter

Citation Domain Count

Percentage of open-ended AI answers



— Earned 30,445 (95.1%) — Operated 518 (1.6%) — Owned 1,056 (3.3%)

Domain

Number of mentions

1  forbes.com

1885

2  builtin.com

1276

3  rho.co **Owned**

1086

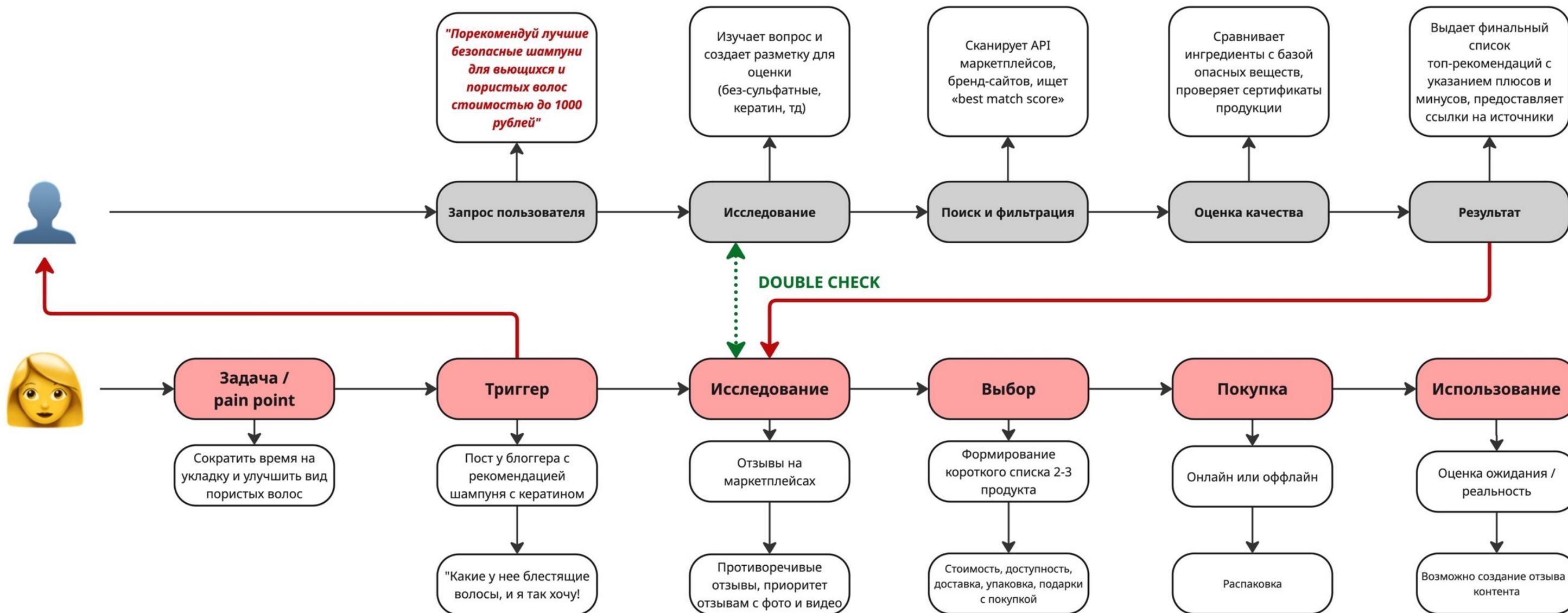
4  fitsmallbusiness.com

1056

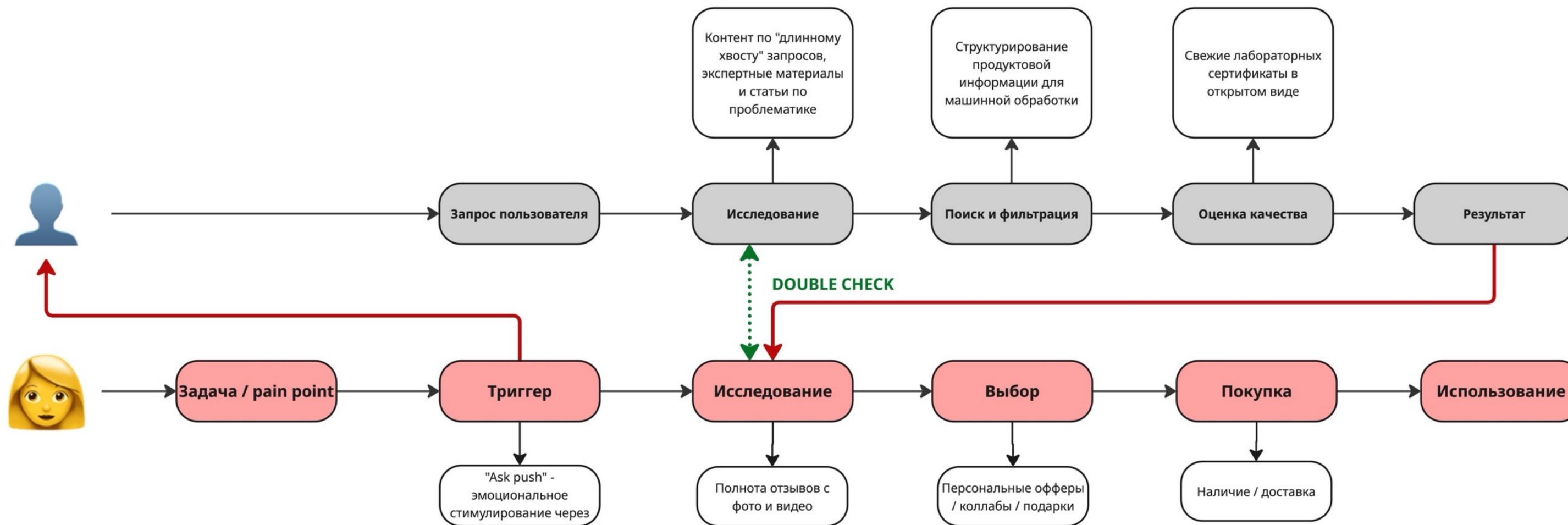
5  fintechlabs.com

750

CJM vs AIJM



CJM vs AIJM



КОНТЕНТ-ПОРТФЕЛЬ ДЛЯ ГИБРИДНОГО CJ



schema.org/Product

category	CategoryCode or PhysicalActivityCategory or Text or Thing or URL	A category for the item. Greater signs or slashes can be used to informally indicate a category hierarchy.
color	Text	The color of the product.
colorSwatch	ImageObject or URL	A color swatch image, visualizing the color of a Product. Should match the textual description specified in the color property. This can be a URL or a fully described ImageObject.
countryOfAssembly	Text	The place where the product was assembled.
countryOfLastProcessing	Text	The place where the item (typically Product) was last processed and tested before importation.
countryOfOrigin	Country	<p>The country of origin of something, including products as well as creative works such as movie and TV content.</p> <p>In the case of TV and movie, this would be the country of the principle offices of the production company or individual responsible for the movie. For other kinds of CreativeWork it is difficult to provide fully general guidance, and properties such as contentLocation and locationCreated may be more applicable.</p> <p>In the case of products, the country of origin of the product. The exact interpretation of this may vary by context and product type, and cannot be fully enumerated here.</p>
depth	Distance or QuantitativeValue	The depth of the item.

HYPE SERFING & HYPE PRODUCTION



A Labubu doll on a bag (Getty Images)

TOY STORY

Pop Mart is now worth more than the makers of Barbie, Hello Kitty, and Transformers – combined

Fueled by surprise toys and celebrity-backed collectibles, the Chinese blind box toy giant just hit a new high.

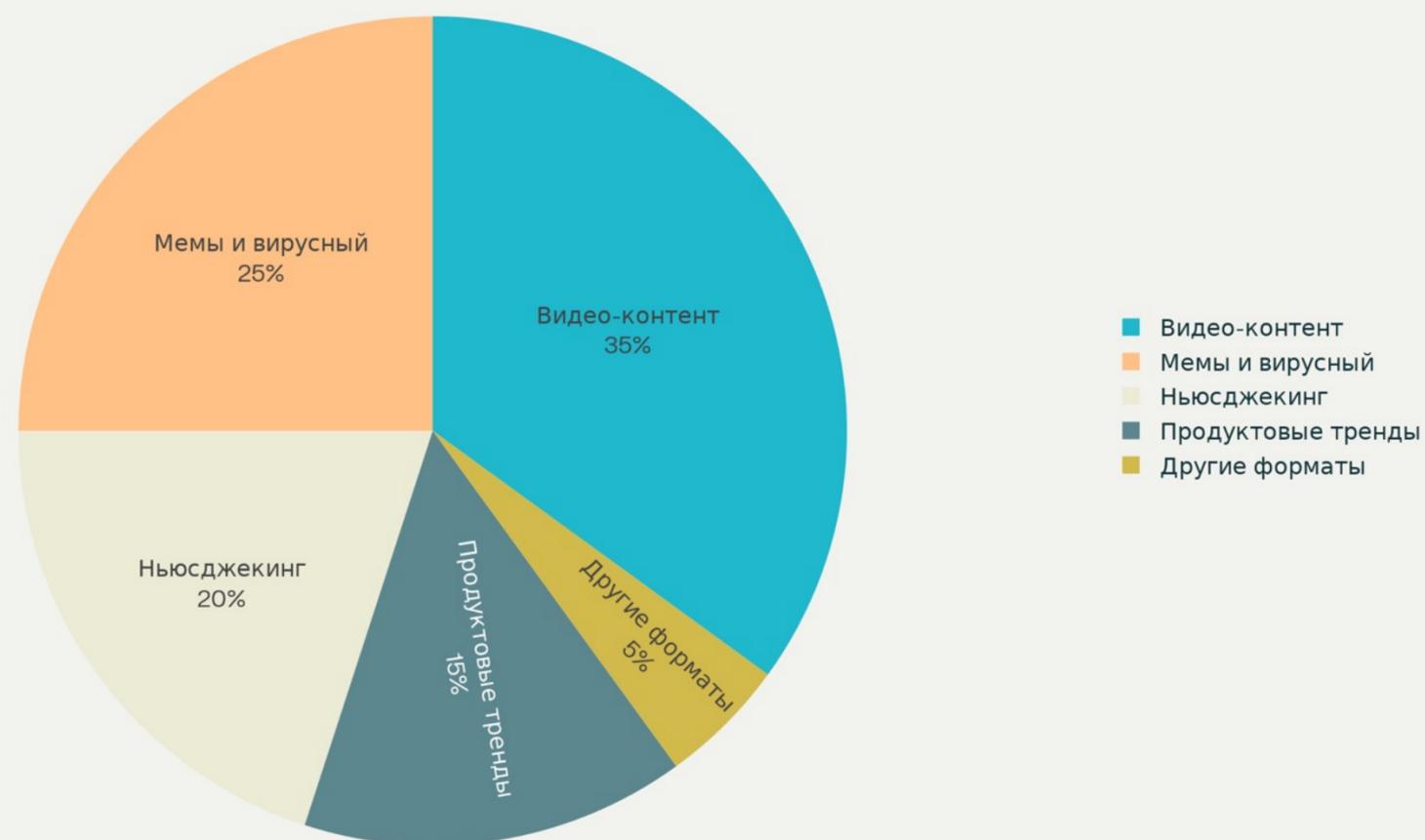
Hyunsoo Rim

5/2/25 5:13AM



ХАЙП-МАРКЕТИНГ

Доли типов хайп-контента в рекламе 2025



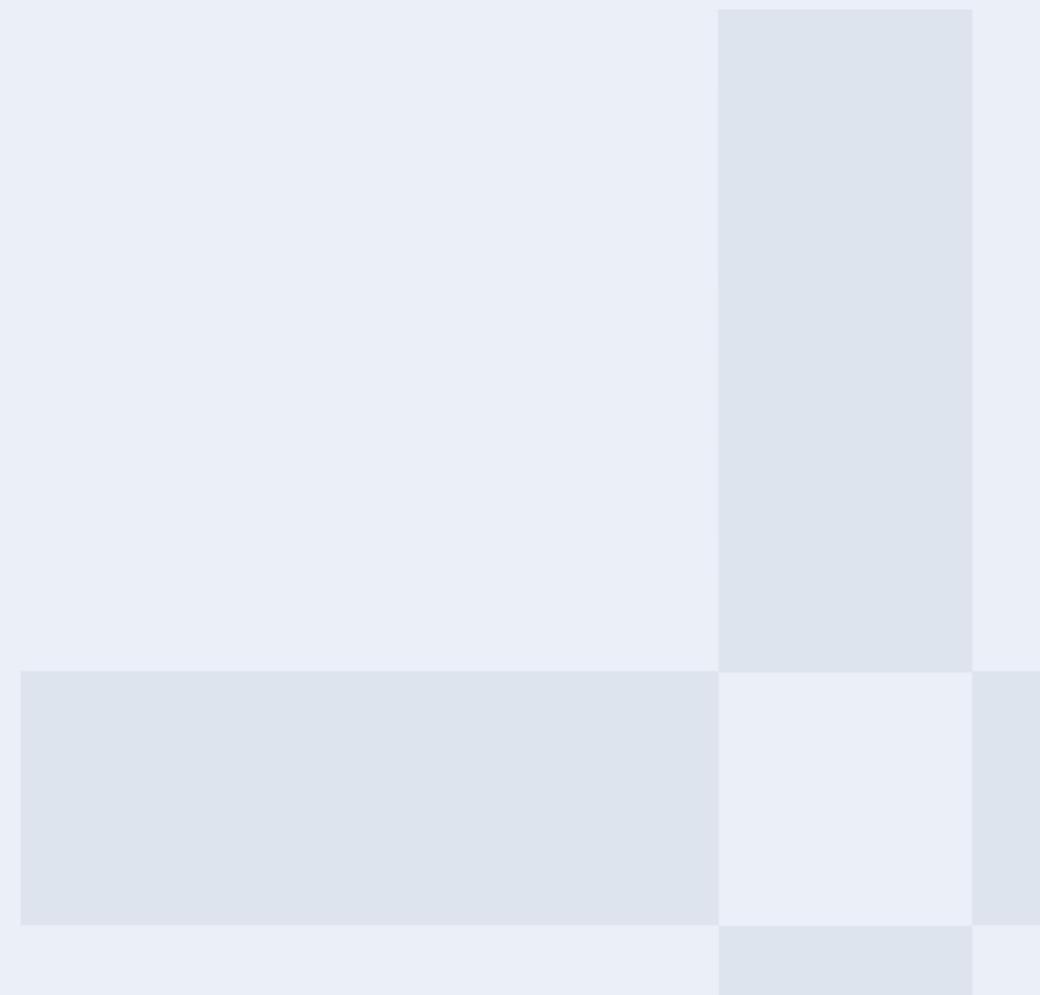
«Нет времени объяснять» – always on активации на базе хайповых тем

Короткие видео у лидеров мнений – двигатели хайпа

Продуктовые капсулы и быстрые коллаборации – совмещение медиа и бизнес-показателей (но требуется гибкость процессов и инфраструктура)

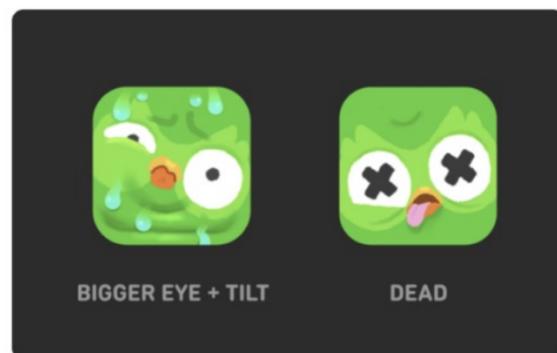
HYPE PRODUCTION

Управляемая social-first провокация реакции
аудитории и лидеров мнений в отношении
продукта / услуги / бренда



DUOLINGO: «А ДАВАЙТЕ ОБНОВИМ ЛОГО?»

osman 10:07 AM
hey hey, I'll post a more public announcement in #proj-app-icon in a sec, but Luis asked us to explore a couple more icon designs over the weekend to be more unhinged, and he just approved these lol

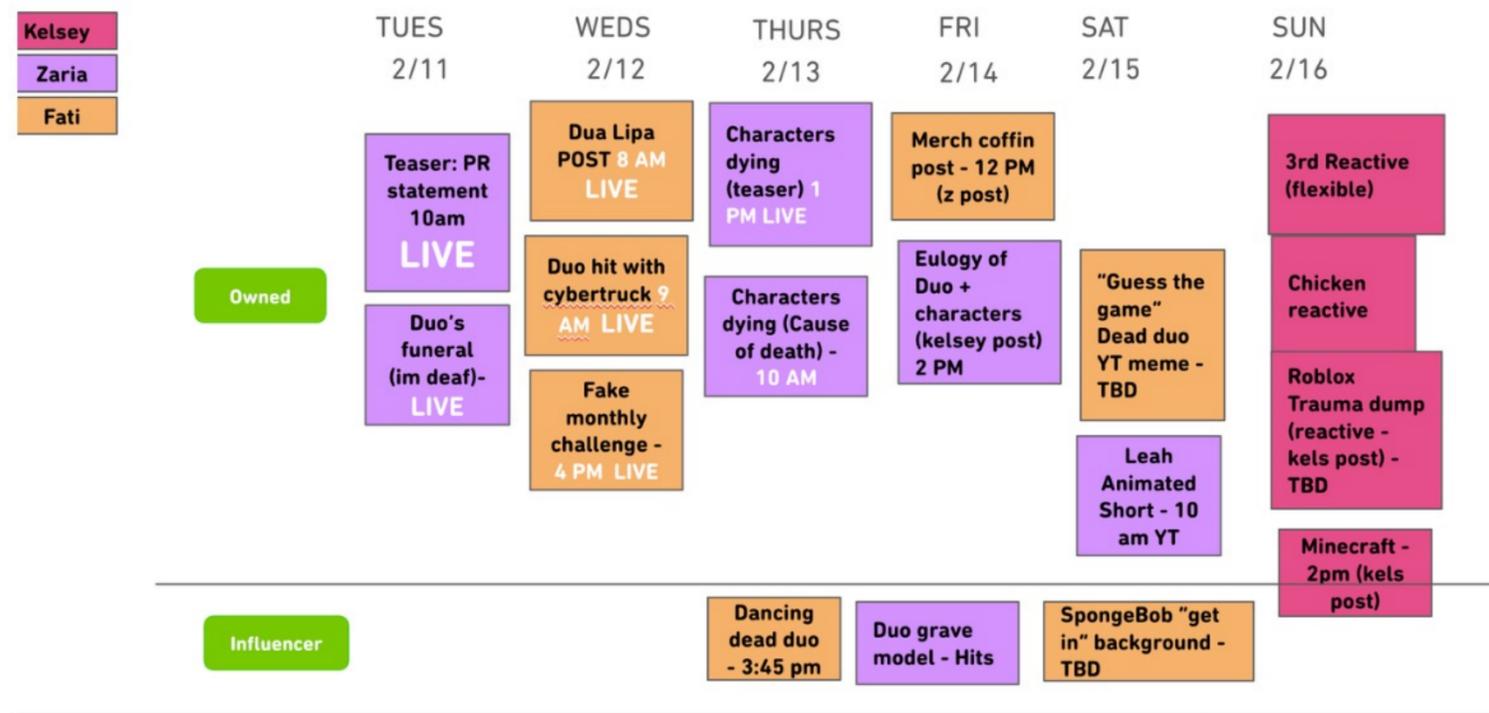


zaria 10:14 AM
thank you for sending!
fwiw dead duo feels like a very good one for marketing to push out

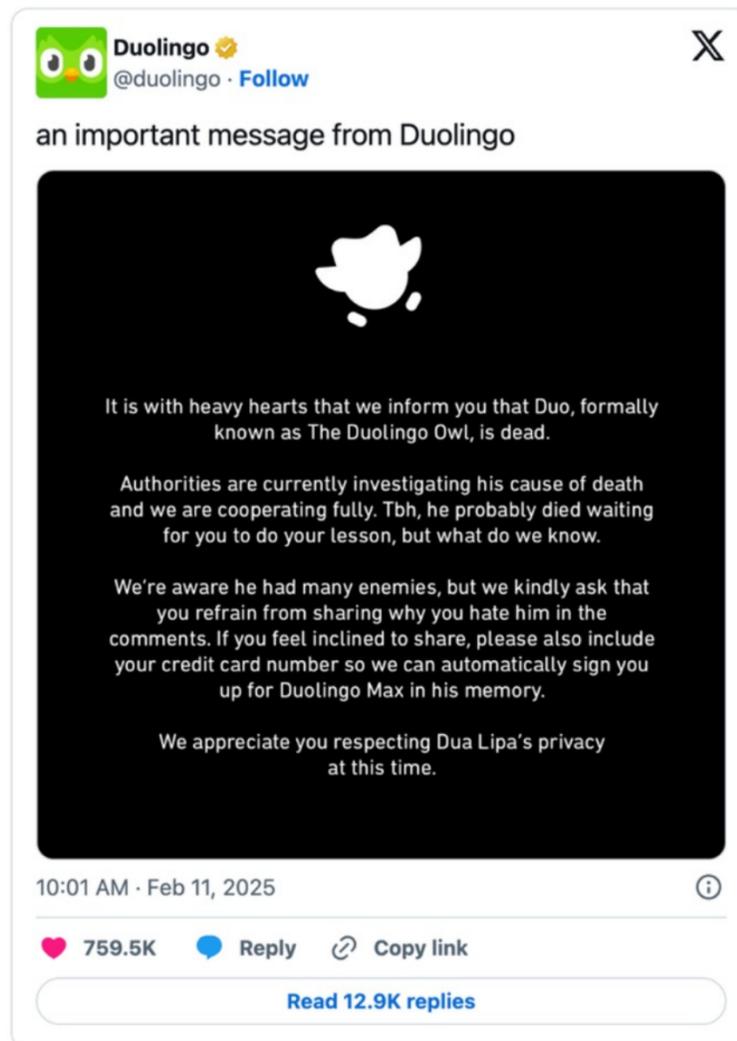
osman 10:16 AM
yeah if y'all have any particularly fun ideas for Dead Duo, let us know because that could help us break a tie if the experiment data looks close

Timeline - Unhinged Content

To tell the story of why Duo's Dead we'll announce his death, share his cause of death and show other characters have died.



“DUA LIPA EFFECT”

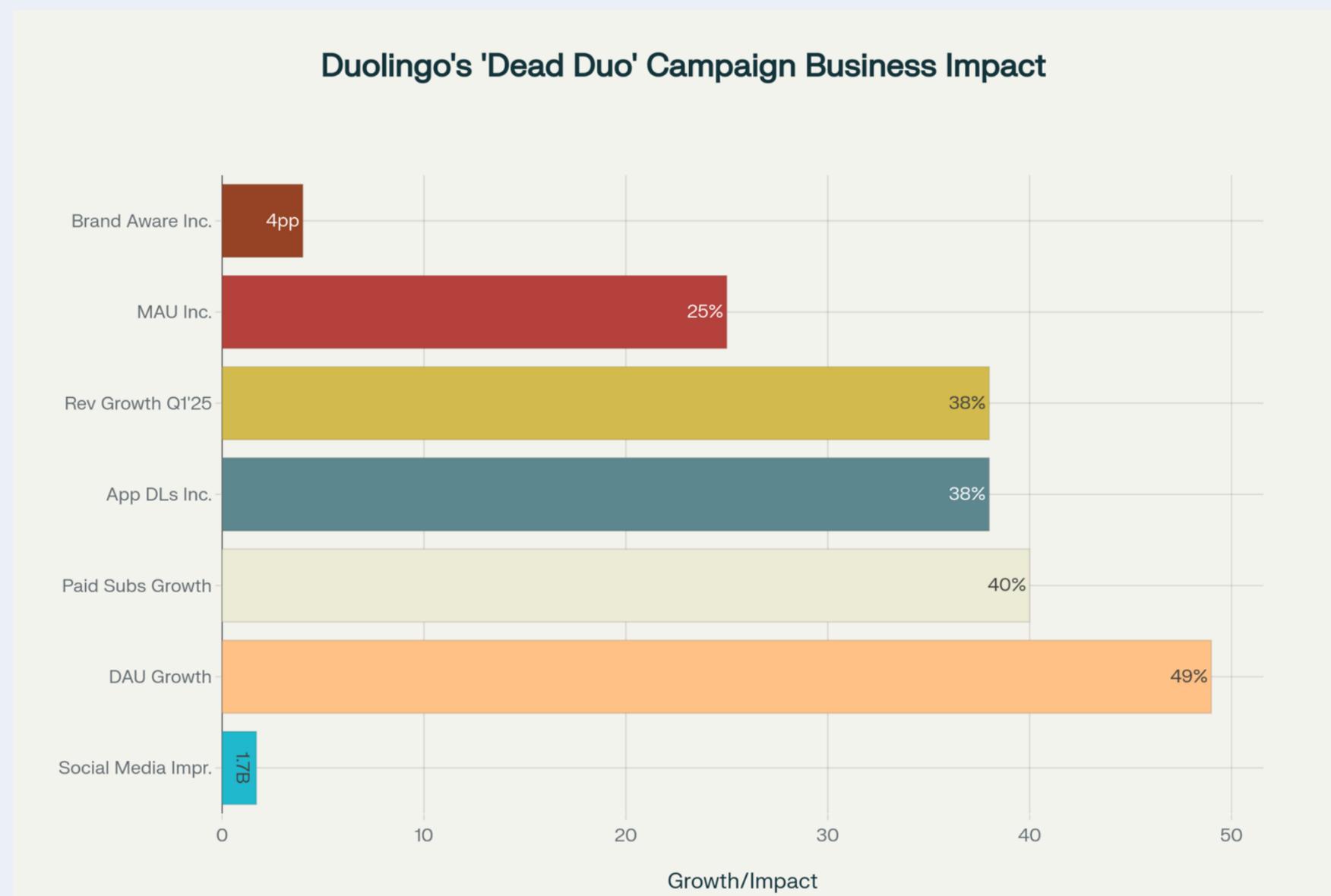
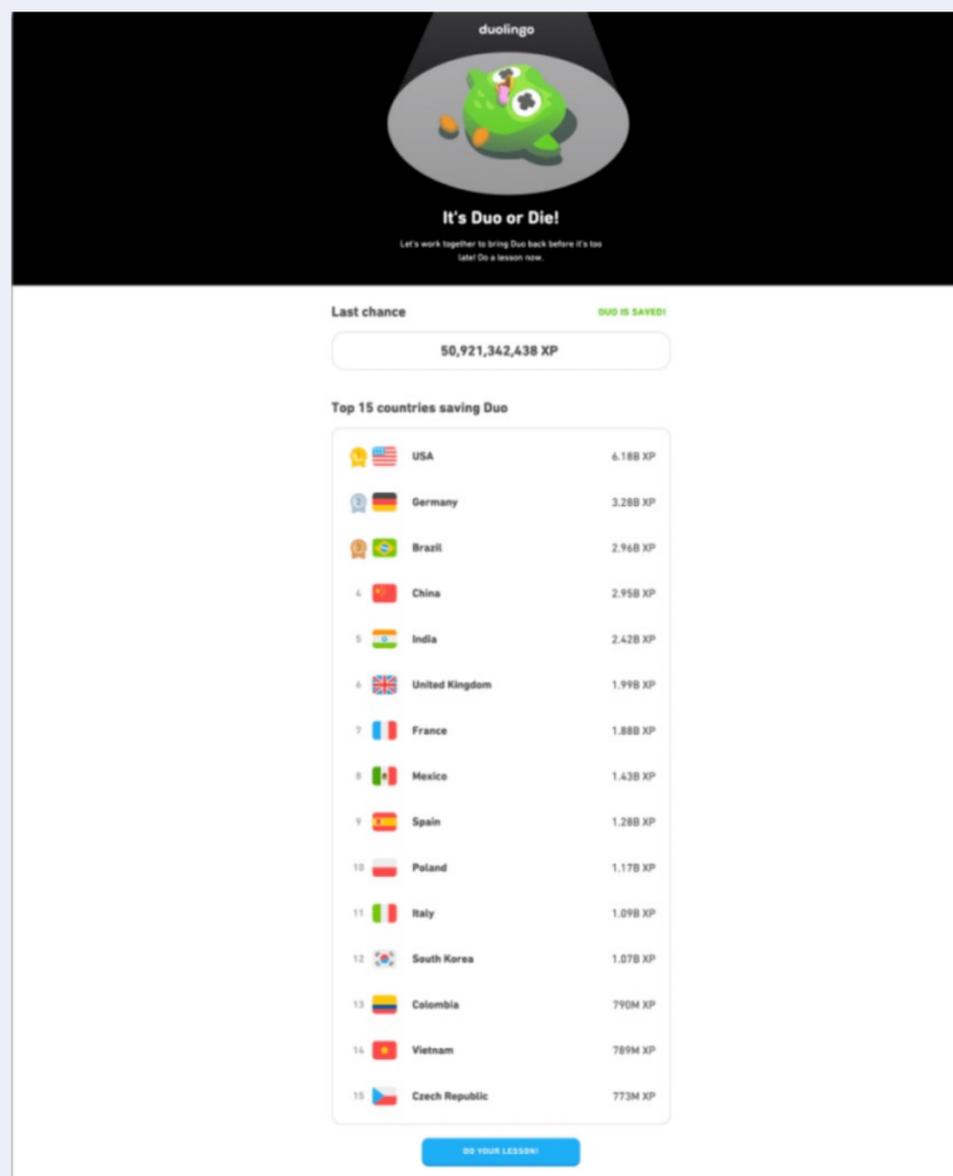


I woke up with this in my slack messages from our CEO, **Luis von Ahn**.

- biglou** 8:14 AM
Dua fucking lipa tweeting about us
- zaria** 8:15 AM
SHUT UP
no way
- biglou** 8:15 AM
Yes
- zaria** 8:15 AM
oh my god.
- biglou** 8:15 AM
You can retire now
It's done
- zaria** 8:15 AM
thank god I was getting old



ЧТО ПО ЦИФРАМ?



SHOW MUST GO ON!

Duo, the owl mascot from Duolingo, announced it'll be getting married in China, and the groom was later revealed as Lucky from Luckin Coffee.

[daoinsights.com/news/after-dea...](https://daoinsights.com/news/after-death-and-resurrection-of-duolingo-is-now-married/)

#duolingo #duo #duolingobird

Перевести пост



С daoinsights.com

2:01 PM · 4 июл. 2025 г. · 194 просмотра

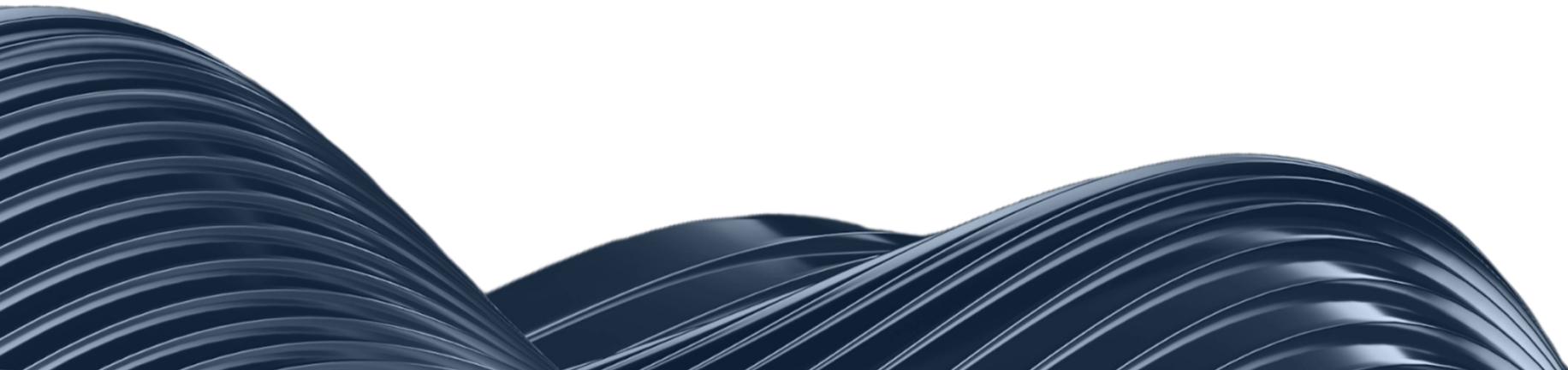
- **Наличие повествовательной арки, а не только hype moment!**

Сценарии развития событий были проработаны

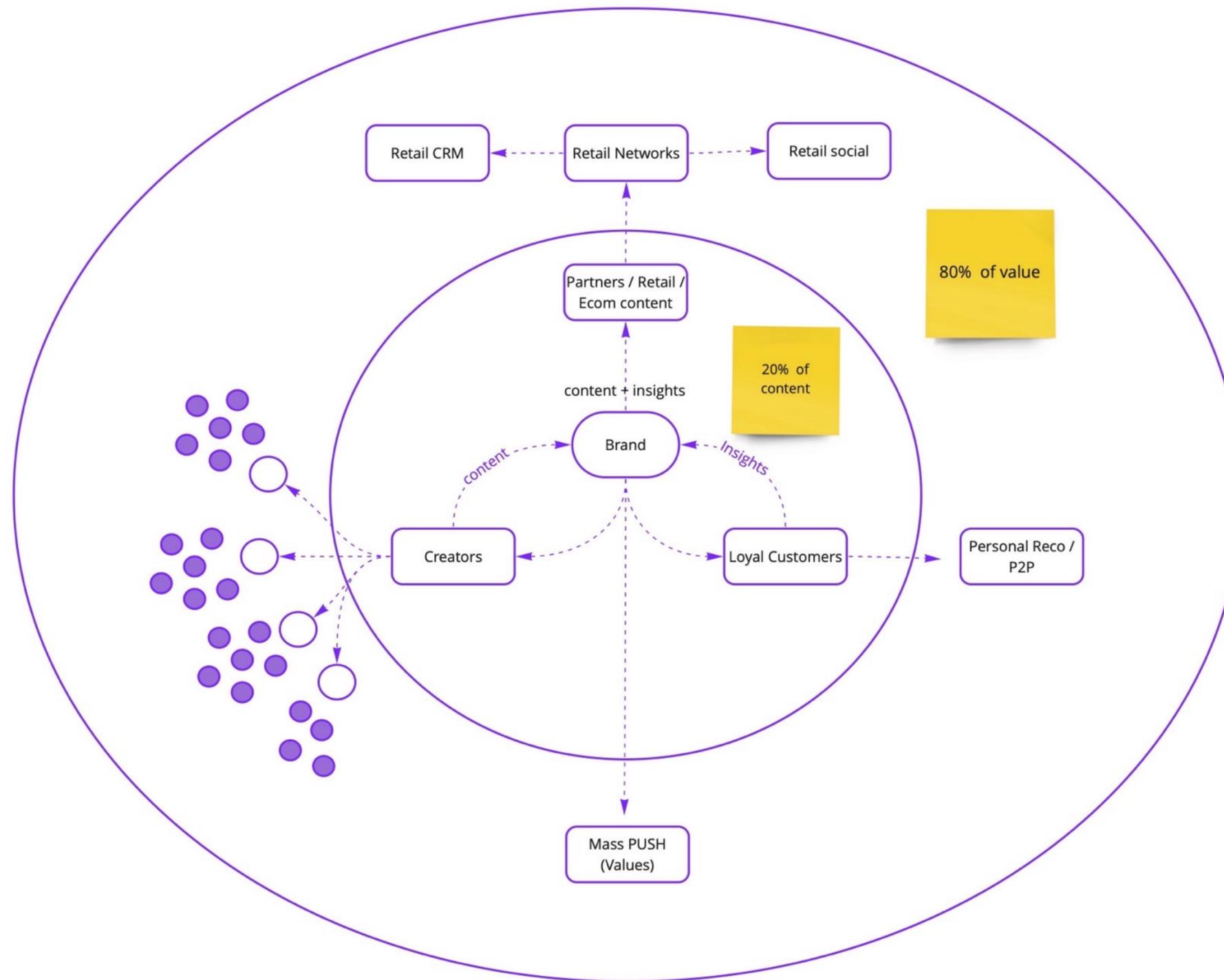
- **Микс форматов:**
посты, микросайты, фейк мерч, видео, мемы, селебы, обращения CEO и т.д.

- **Executive sponsor:**
представитель топ команды, который дает возможность «срезать углы» утверждений

CREATORS ECONOMY

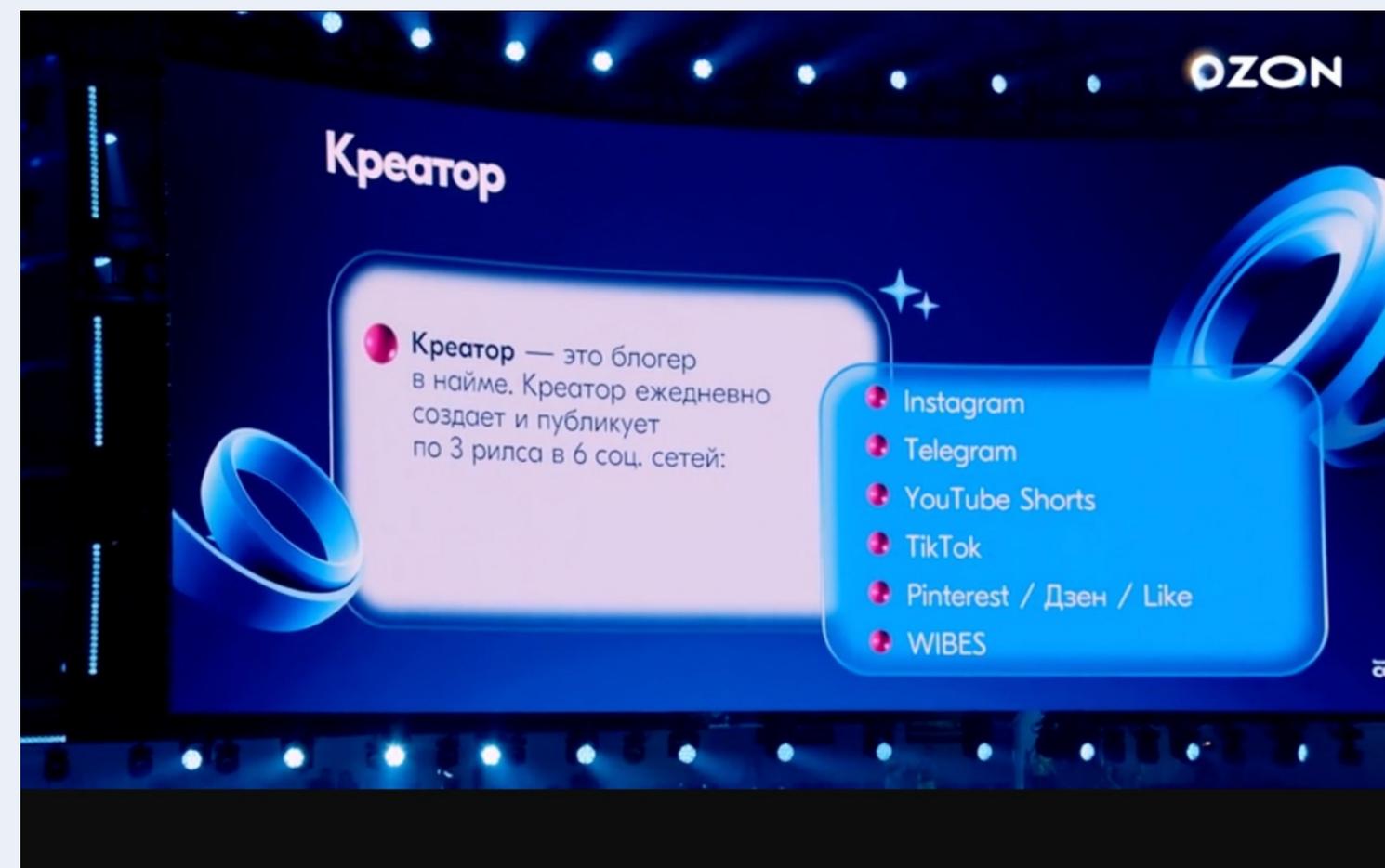


CREATE FOR CREATORS



Сейчас у нас эпоха золотой лихорадки блогеров.
5,6 млрд просмотров контента с упоминанием маркетплейсов у инфлюенсеров ежемесячно ©

Олег Дорожок



КРЕАТОРЫ В НАЙМЕ



SEPTIVIT:

Бренд работает с контентом, миксуя собственный СММ, бартерных и платных блогеров, а также креаторов в найме! У бренда около 50 креаторов в найме, которые создают контент с товарными линейками нон-стоп на всех соушал платформах

(из выступления CEO Septivit Ивана Городилова)

E-COM + КРЕАТОРЫ

Феномен маркетплейсов: за счет доступа к огромной аудитории по всей стране отдельные карточки товаров в считанные месяцы могут стать «суперзвездами»

Кейс Brandfree

В начале 2022 года — не существовал
В 2024 — игрок номер один в категории средств для уборки дома на онлайн-рынке

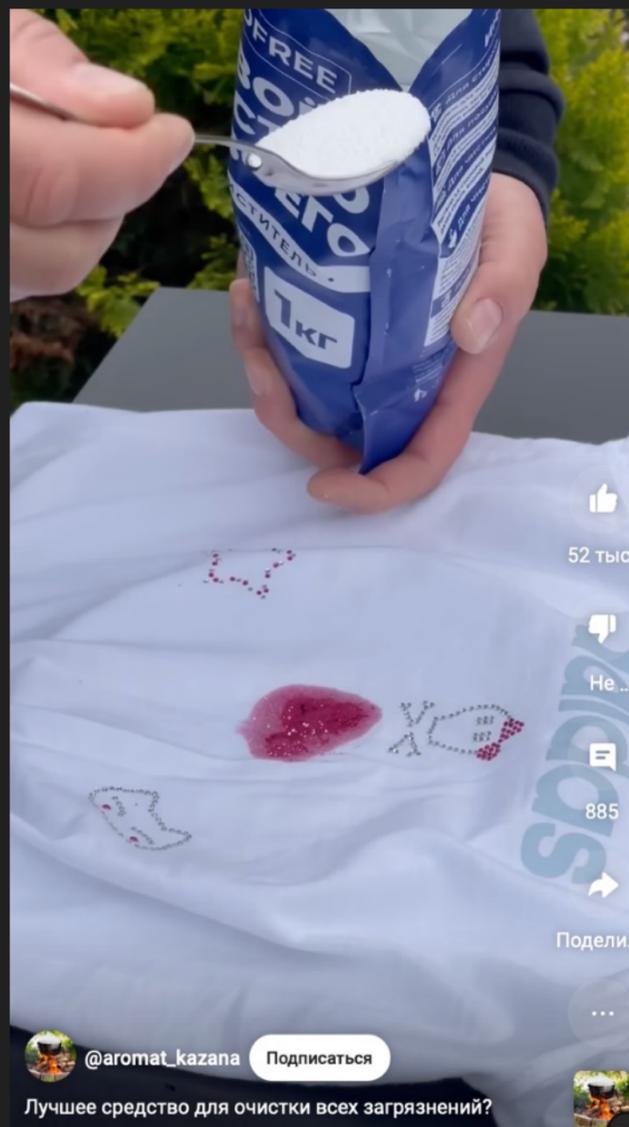
Доля на онлайн-рынке — более 15%
и продолжает расти

Ключевые продажи приносят 2 SKU:
— килограммовая пачка
— смотка 2 штуки по килограмму



Источник: измерения онлайн-рынка Нильсен. 12 месяцев по январь 2025 года. Доля указана в денежном выражении.

Нильсен



Комментарии 885

Закреплено пользователем АРОМАТЫ КАЗАНА
@aromat_kazana 4 месяца назад (изменено)

Купить Брендфри или Чудо-средство
Артикул для ВБ - 93550775
Артикул для Озон - 655295171

Купить по ссылке - https://chisto.brandfree.ru/?utm_source=yt_alexnogin_t

Свернуть

89 Ответить

46 ответов

@zzvvh 7 месяцев назад
Перкарбонат натрия - кальцинированная сода и перекись водорода) Всё гениальное просто

117 Ответить

5 ответов

@user-ux2ux7qr8p 7 месяцев назад
Спасибо всем комментаторам за хорошие советы. Читаешь и столько нового, полезного и умного узнаешь.
Недаром говорится "век живи, век учишь"

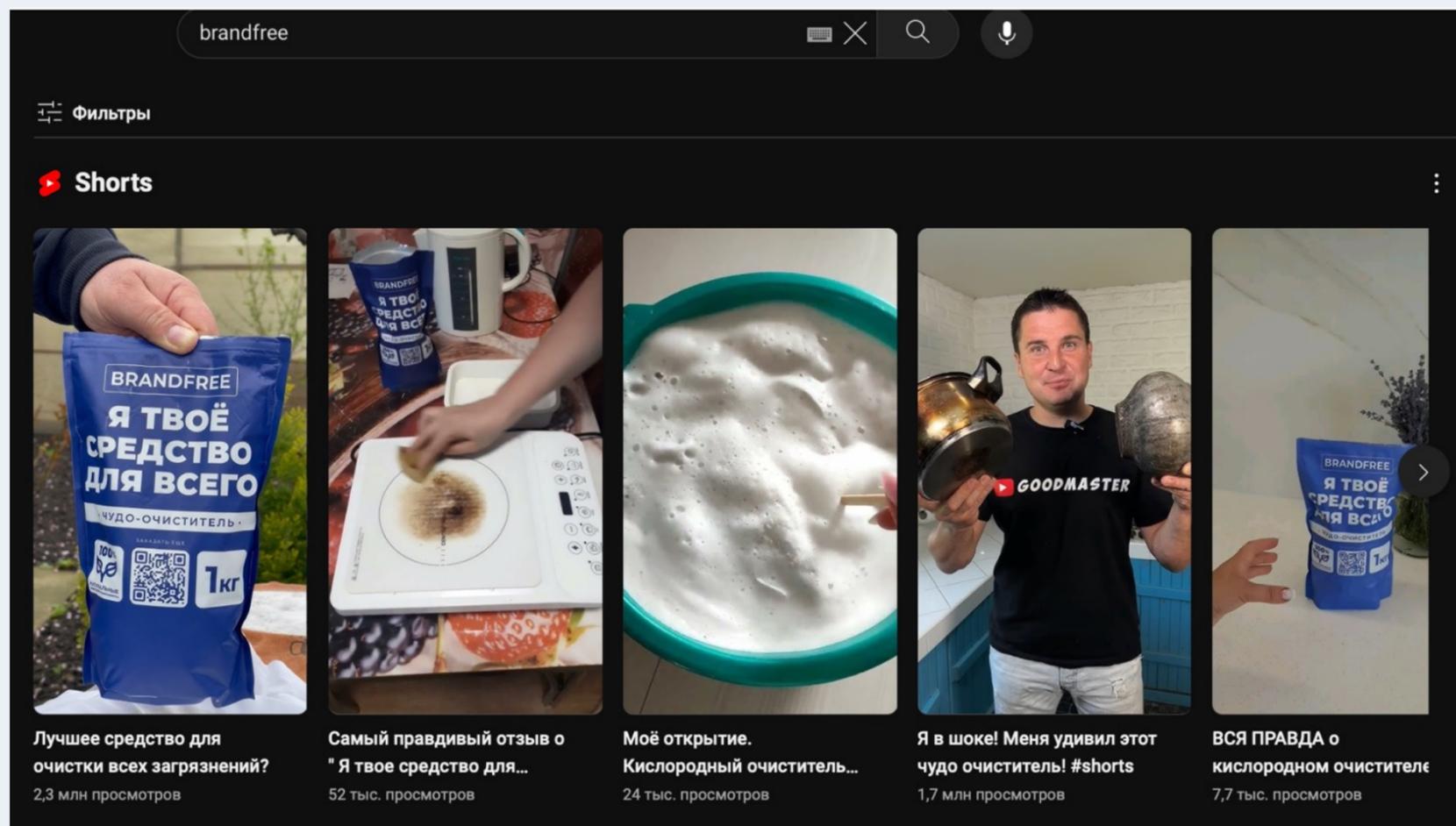
42 Ответить

2 ответа

@user-lf4xo3dc3h 7 месяцев назад

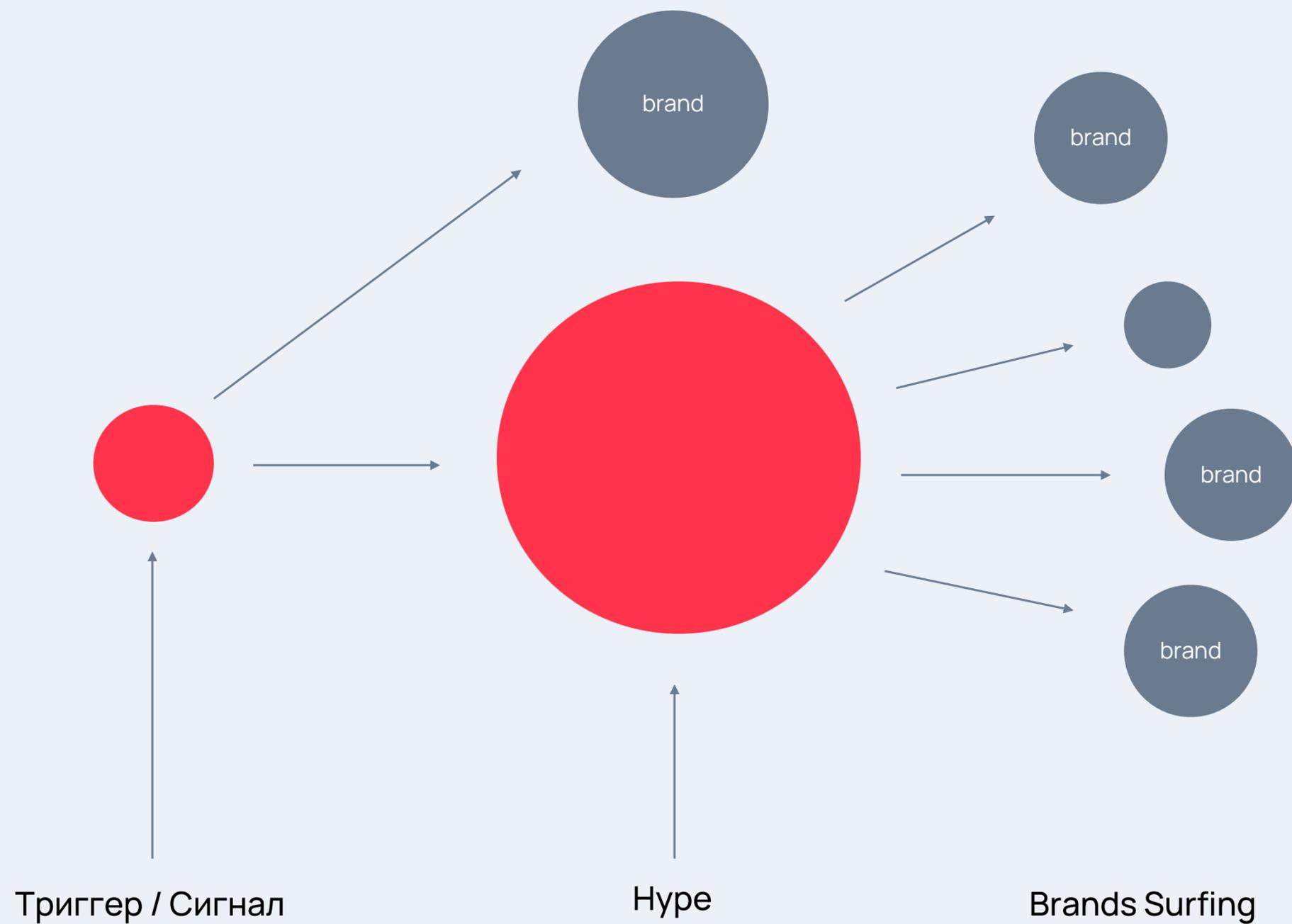
Введите комментарий

E-COM + КРЕАТОРЫ

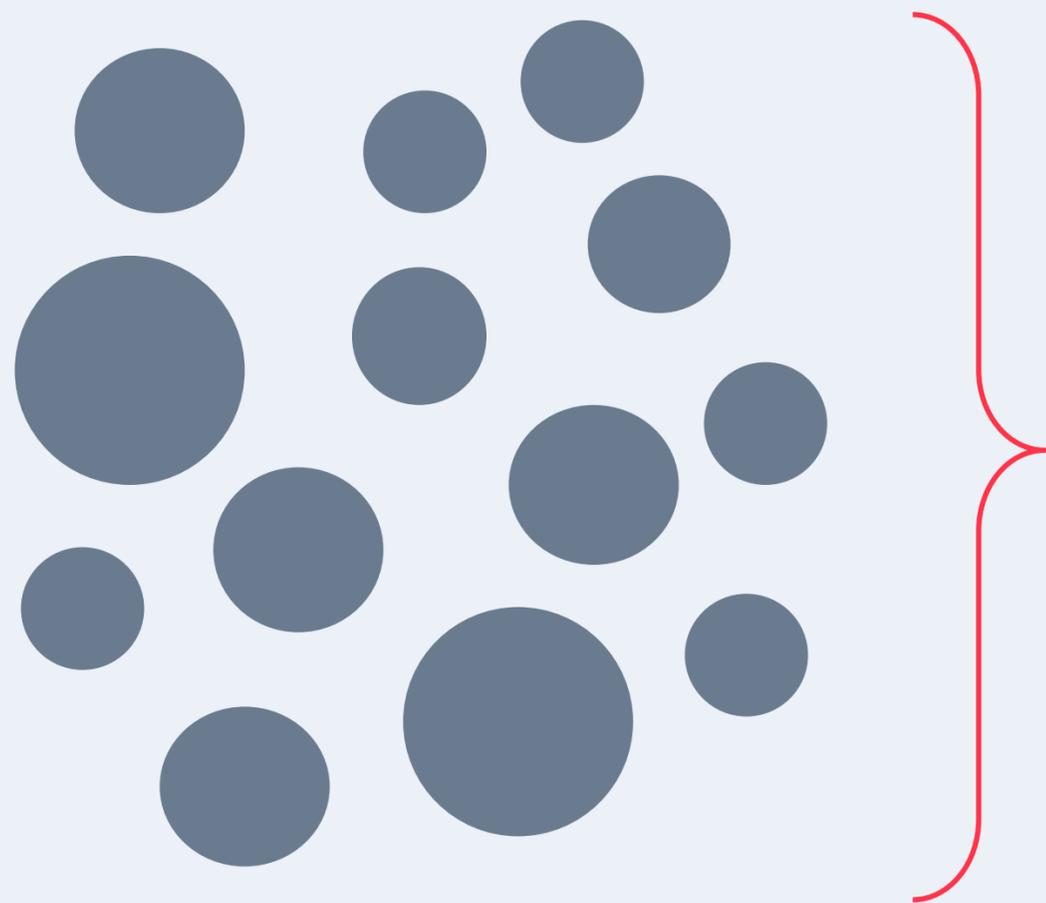


- + Сотни креаторов в месяц в работают на бренд: из разных категорий и разного уровня подписчиков
- + Уникальная разметка с тегами и дублированием артикулов: анализ воронки
- + Множество простых лендингов: если человек не купит после перехода от блогера, его догонит ретаргетинг

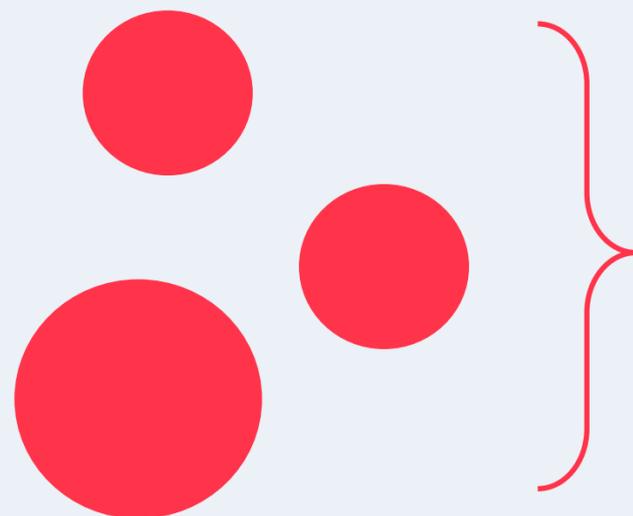
HYPE SURFING



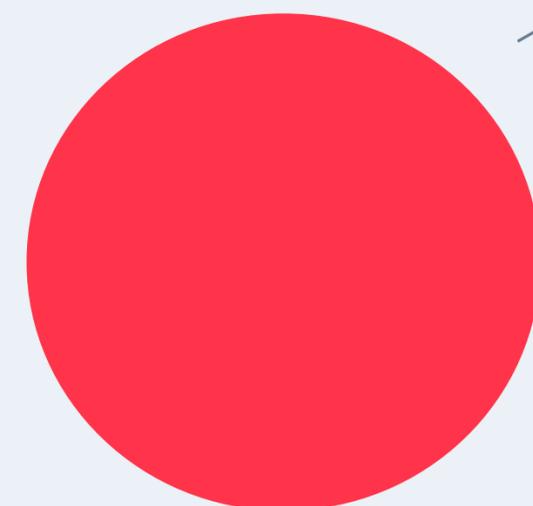
HYPE PRODUCTION



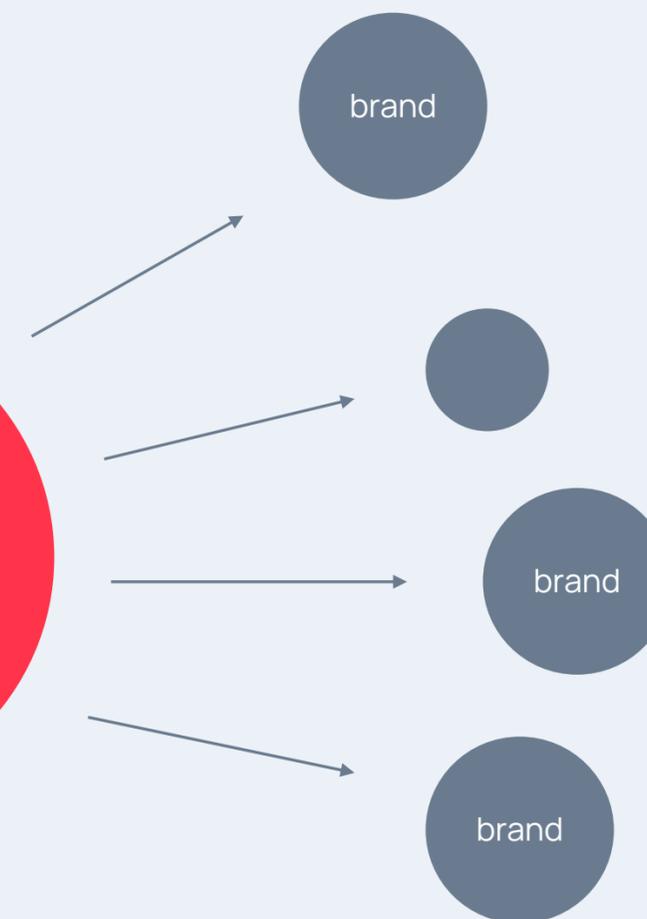
Brand Creators Flow



Top survivals

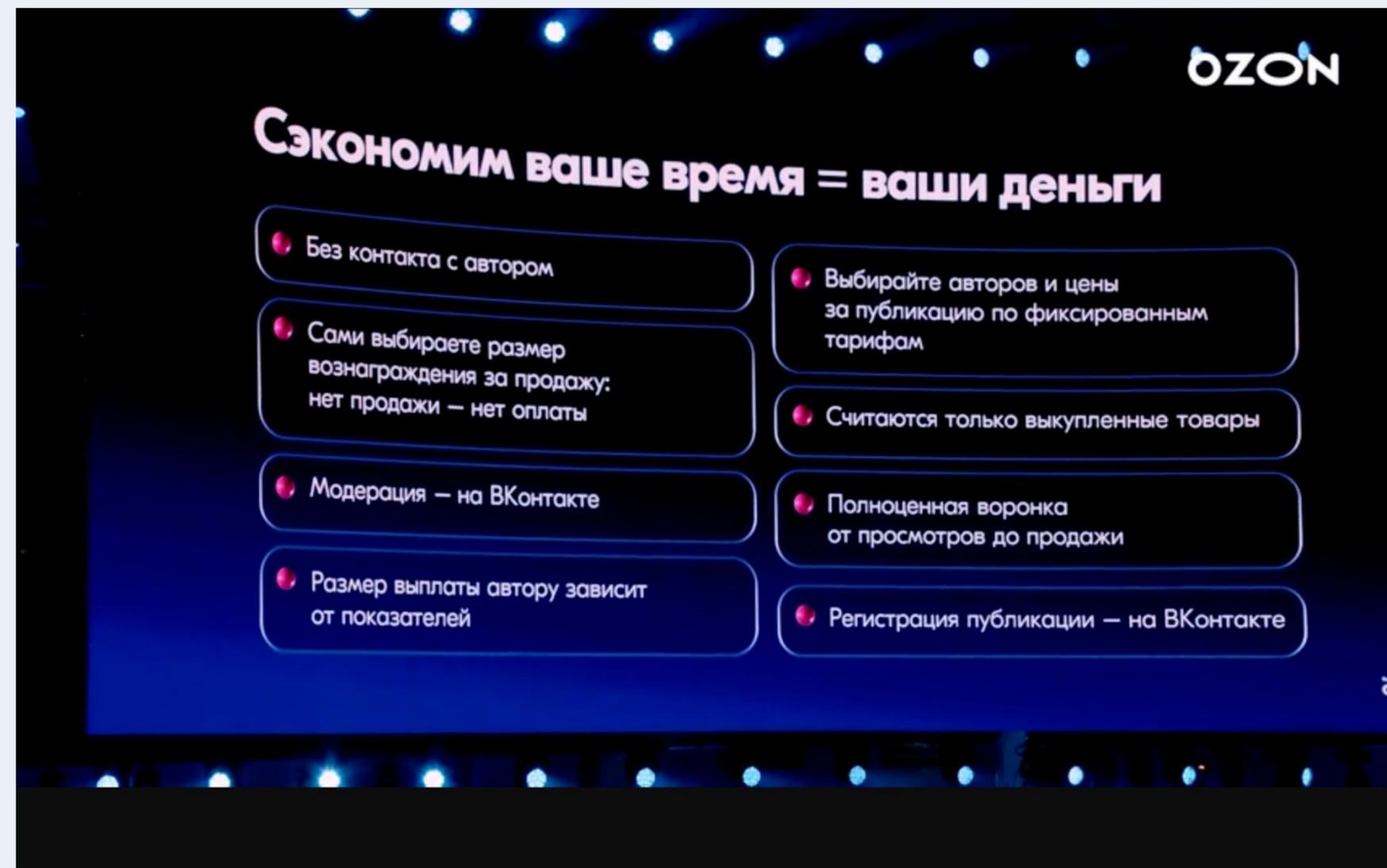
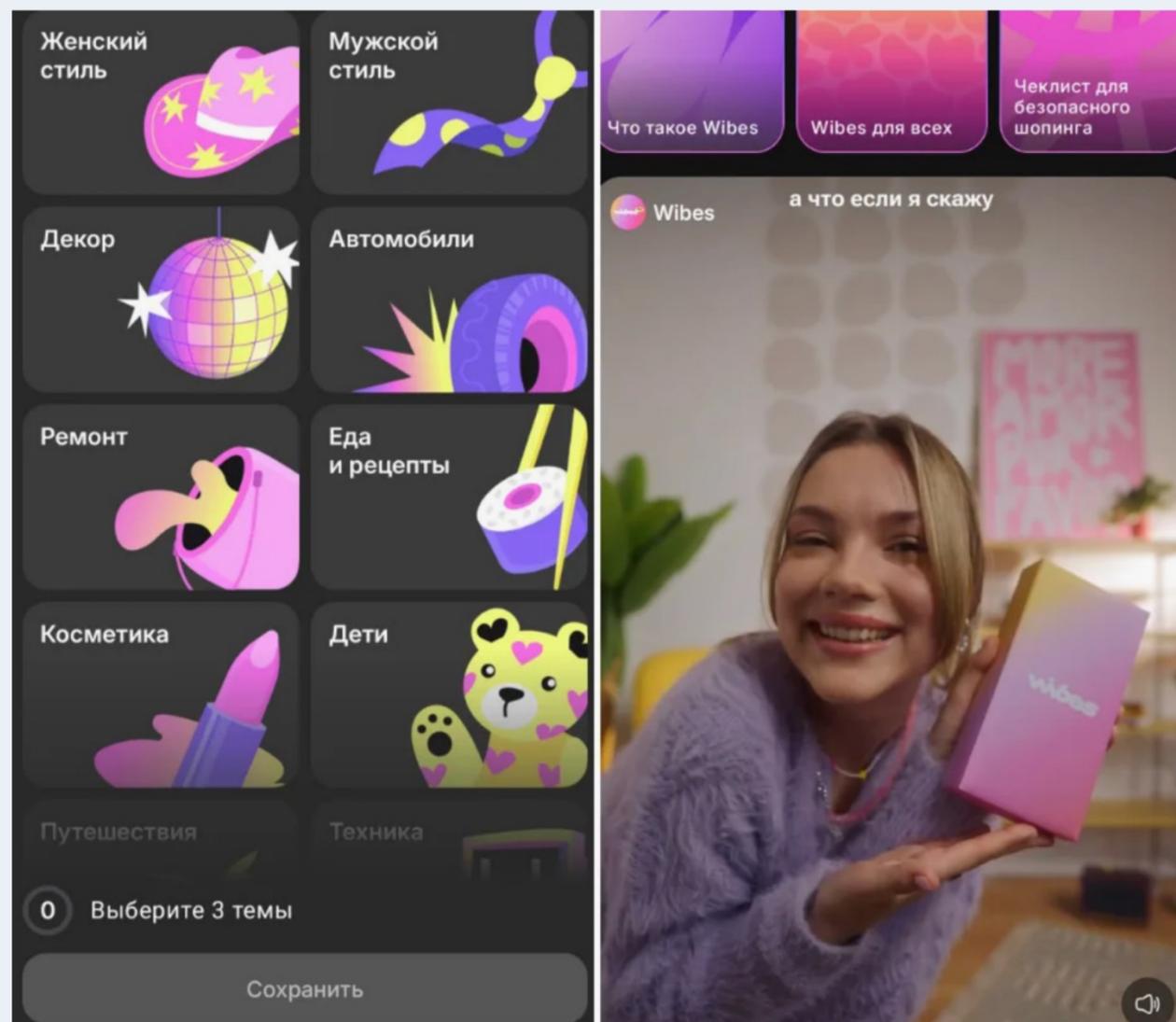


Hype



Market flow

WIBES vs OZON + VK



ВОЗМОЖНОСТИ

- **Для маркетплейсов** — медиа монетизация за счет контроля одного из основных каналов продвижения селлеров
- **Для брендов** — потенциальные каналы развития social commerce
- **Для креаторов** — источник монетизации и данных для контента (при условии развития этого стрима продукта)

БАРЬЕРЫ

- **Рекомендательная модель (для Wibes)** — удержание аудитории зависит от «залипательности» ленты
- **Мэтч креаторов и селлеров** — разрыв между тем, какие товары предлагают селлеры для продвижения и что хотят продвигать креаторы
- **UX / Вовлечение креаторов и онбординг** — сама по себе монетизация не решает, нужна глубокая работа с вспомогательными продуктами для креаторов внутри, геймификацией

ОТЧЁТ РКН:

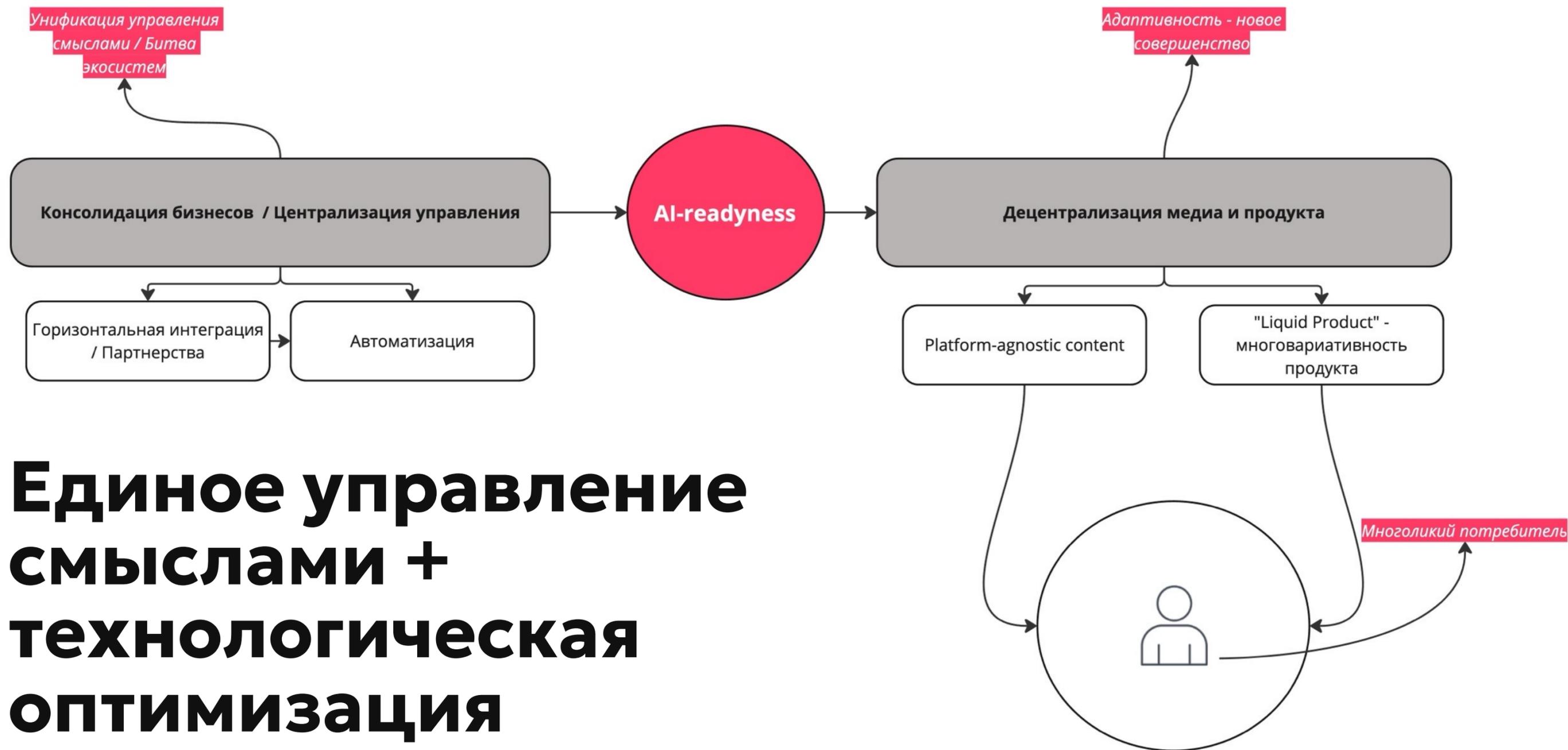
**Среднее количество креативов
на рекламодателя за год – 2 692!**

Рост числа рекламных креативов +24%
(IV кв. 2024 г.).

УСКОРЕНИЕ ФРАГМЕНТАЦИИ КАНАЛОВ И «ИПОСТАСТЕЙ» ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ:

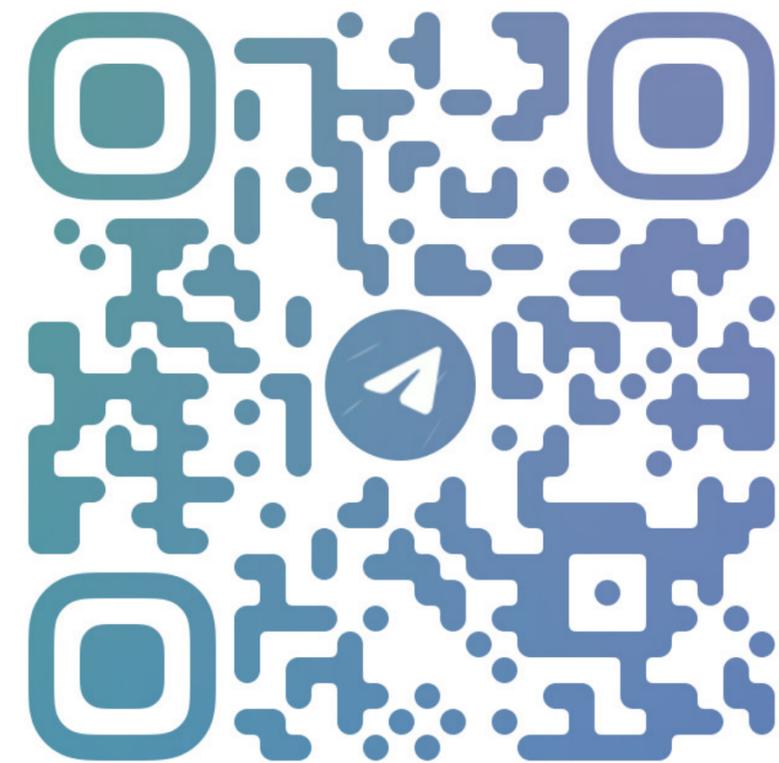
КОММУНИКАЦИИ РАЗБИВАЮТСЯ
НА ВСЕ БОЛЬШЕЕ КОЛИЧЕСТВО
ЭЛЕМЕНТОВ, КАНАЛОВ, СТРИМОВ,
ПОВОДОВ

- › ПОТРЕБИТЕЛЬ + AI COPILOT
- › EVERYTHING IS MEDIA
- › ПРИОРИТЕТ НА СОКРАЩЕНИЕ
ОПЕРАЦИОННЫХ ИЗДЕРЖЕК



Единое управление смыслами + технологическая оптимизация

**TO BE
CONTINUED...**



@DIGITALOPINION