

МИФ

# Нонфикшн в России 2020

Наблюдения, выводы, перспективы

2 декабря 2020

# Продукт: больше развлечения, меньше обучения

- Переход на удаленку привел к буму развлекательных онлайн-сервисов
- Из-за отмены мероприятий кратно снизилась активность бизнес-авторов
- Спрос на бизнес-книги сильно просел, а на художественные – вырос
- Стабильно себя ведут детские и иллюстрированные книги
- В 2020 году не появилось новых бестселлеров, способных драйвить рынок
- Бума электронных форматов не произошло

## Выводы:

- На фоне стресса и удаленки большинство людей выбирают отдых, а не развитие
- Дети и книги как подарок сохраняют актуальность, несмотря на кризис

# Каналы продаж: медленное восстановление

## Офлайн-магазины:

- Полная остановка продаж на время локдауна (напр. 2,5 месяца в Москве)
- Снижение трафика и продаж на фоне ограничений и рисков для здоровья

## Онлайн-магазины:

- Разная динамика ключевых игроков: Озон, Wildberries, Лабиринт, Book24
- Агрессивная скидочная политика в конкуренции за клиента = новая норма

## Выводы:

- К концу года офлайн так и не восстановился до уровня 2019
- Общий рост онлайн не компенсирует падение продаж в офлайне

**Общее падение продаж взрослого  
нонфикшна составляет **-30%**  
к уровню 2019 года**

# Опыт МИФа 2020: действия и результаты

## Портфель:

- Сократили план по новинкам на 30% от изначального (осталось лучшее)
- Общее количество тайтлов на уровне 2019 (меньше новинок, больше допов)
- Общий выпуск в экз. упал на 24% к прошлому году
- Доля Детства выросла, а взрослого нонфикшна сократилась

## Продажи:

- Падение в традиционных книжных каналах составляет от 30 до 50%
- Корпоративный сегмент стабилен: держим продажи на уровне прошлого года
- Активный рост в собственном интернет-магазине: +30-35% к 2019
- По итогам года планируем выйти на 90% от объема 2019

# 2021: возможности для развития в новой реальности

- Сконцентрироваться на бестселлерах и работе с топ-авторами
- Адаптировать дизайн под онлайн-продажи
- Диверсифицировать портфель: больше визуального и edutainment контента
- Эксперименты с онлайн-образованием: вебинары, курсы, марафоны
- Активно наращивать портфель электронных и аудиокниг
- Экспериментальные темы: больше новинок, но малыми тиражами
- Активнее монетизировать бэклист: мини-тиражи “длинного хвоста”
- Предлагать книги корпоративным клиентам (им нужны умные подарки)
- Быть готовым к новым изменениям

# Примите реальность и работайте с ней

Рэй Далио

