

ORO

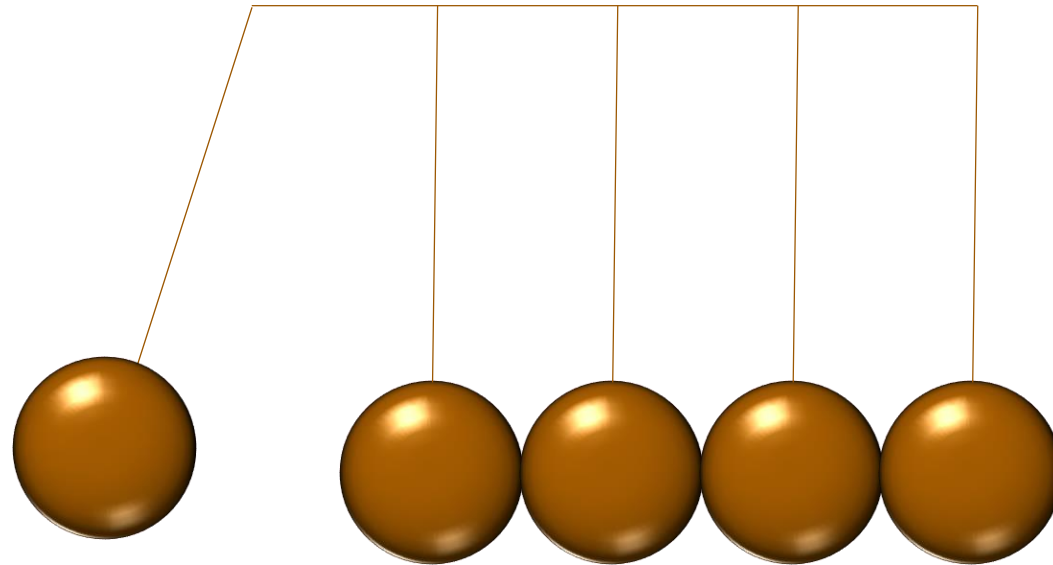
Медиаэффeкт



2023

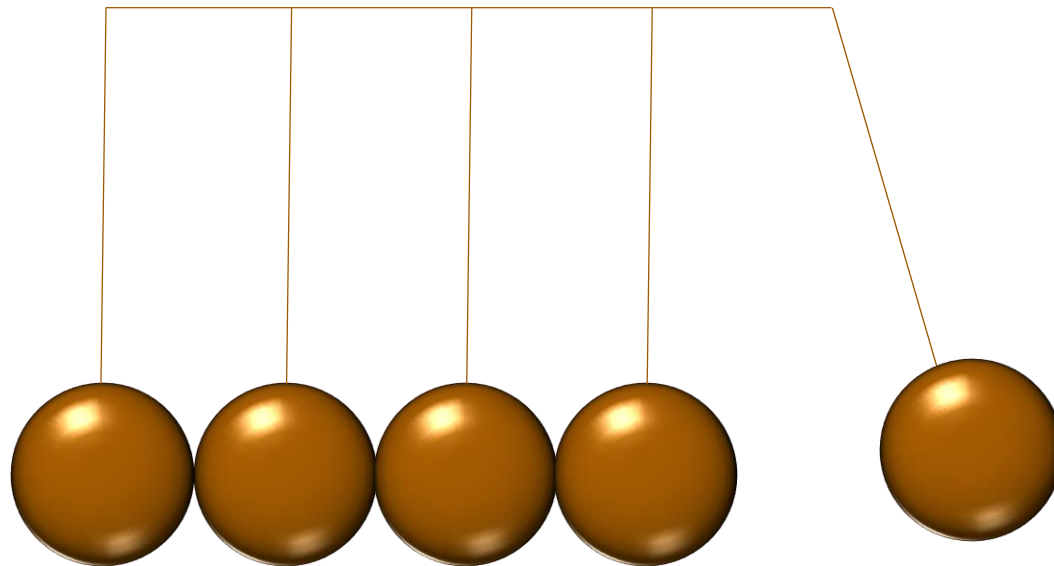
# Два ключевых вызова в медиа

Рост  
стоимости  
размещения



# Два ключевых вызова в медиа

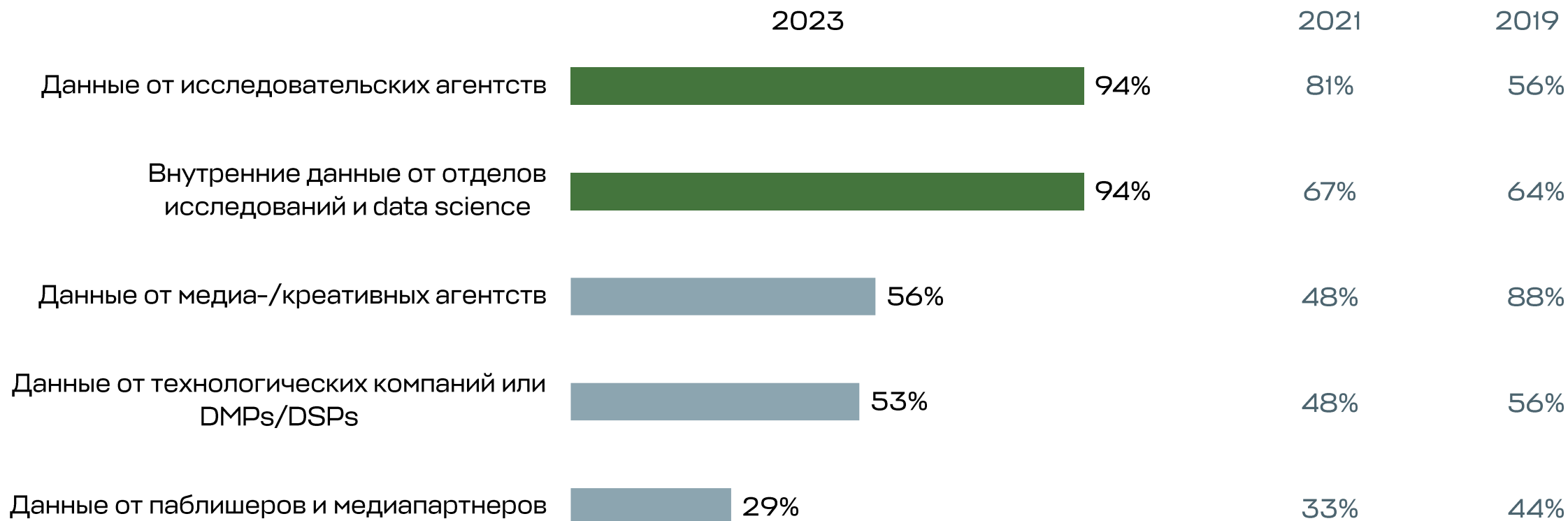
Рост  
стоимости  
размещения



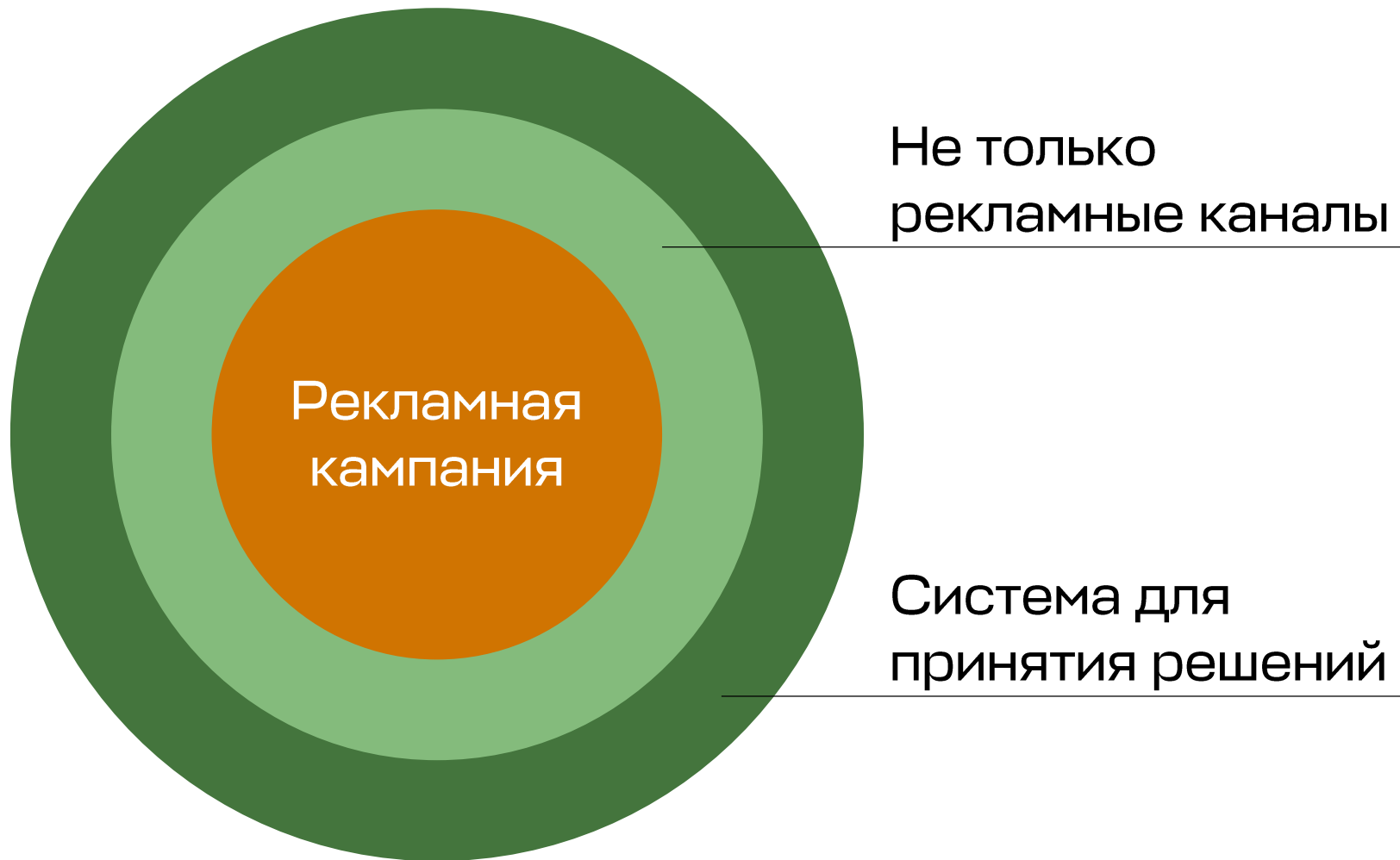
Оценка  
кроссмедийной  
эффективности

# Рекламодатели доверяют независимым данным по эффективности медиа

Каким данным доверяют рекламодатели



# Поговорим про эффективность





# Оценка эффективности рекламной кампании: AdEffect



WINK

## Что мы сделали

- Выбрали 2 бренда, у которых была **ТВ-реклама в марте**
- Взяли данные ВНТ метрик и медиапотребления из базы **Mediascope BrandPulse**
- Задали этим людям **дополнительный вопрос** для оценки имиджа бренда



СОВКОМБАНК

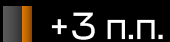


# ТВ-реклама внесла существенный вклад в уровень знания и имиджа Wink



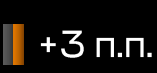
**WINK**

## КРІ бренда

Спонтанное знание  +3 п.п.

Подсказанное знание  +14 п.п.

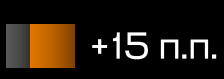
Намерение  +6 п.п.

Использование чаще всего  +3 п.п.

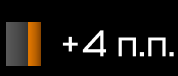
## Имидж

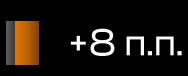
Для всей семьи  +17 п.п.

Современный  +14 п.п.


Предлагает лучшие коллекции фильмов и сериалов  +15 п.п.

Предлагает уникальный контент  +5 п.п.

Для тех, кто любит проводить время в компании  +4 п.п.

Бесплатный пробный период длиннее  +8 п.п.

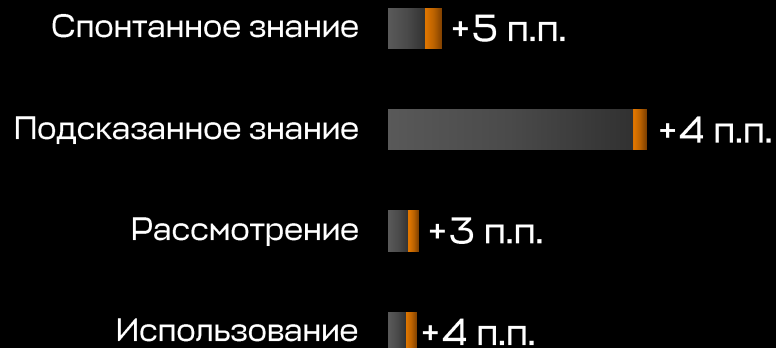
 Не было контакта с ТВ-рекламой

 Прирост в п.п. среди тех, у кого был шанс увидеть ТВ-рекламу



# Реклама Совкомбанка тоже положительно влияет на показатели бренда

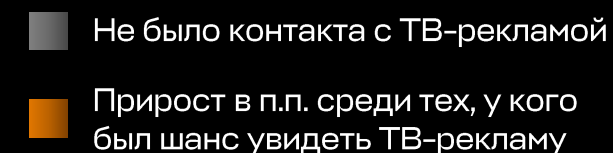
## KPI бренда



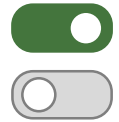
## Имидж



**СОВКОМБАНК**



# Какой инструмент выбрать?



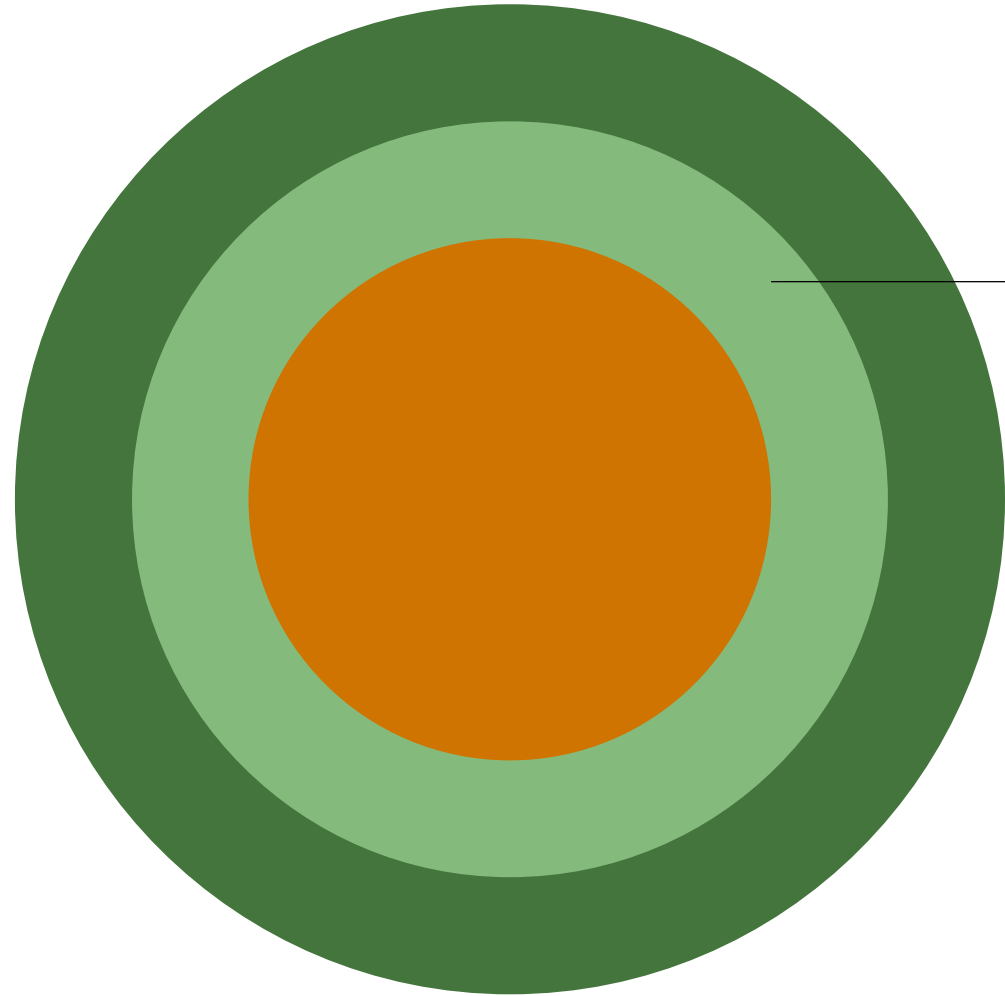
## AdEffect Express

- Оценка **федеральных кампаний** среди потребителей категории
- Для «золотых» категорий оценка эффекта кампании в целом и **до 4 медиа отдельно**
- Для «серебряных» – **только кампания в целом**
- **Базовый набор KPI:** спонтанное, подсказанное знание, намерение, использование/покупка
- **Опционально:** оценка влияния на имидж



## AdEffect Adhoc

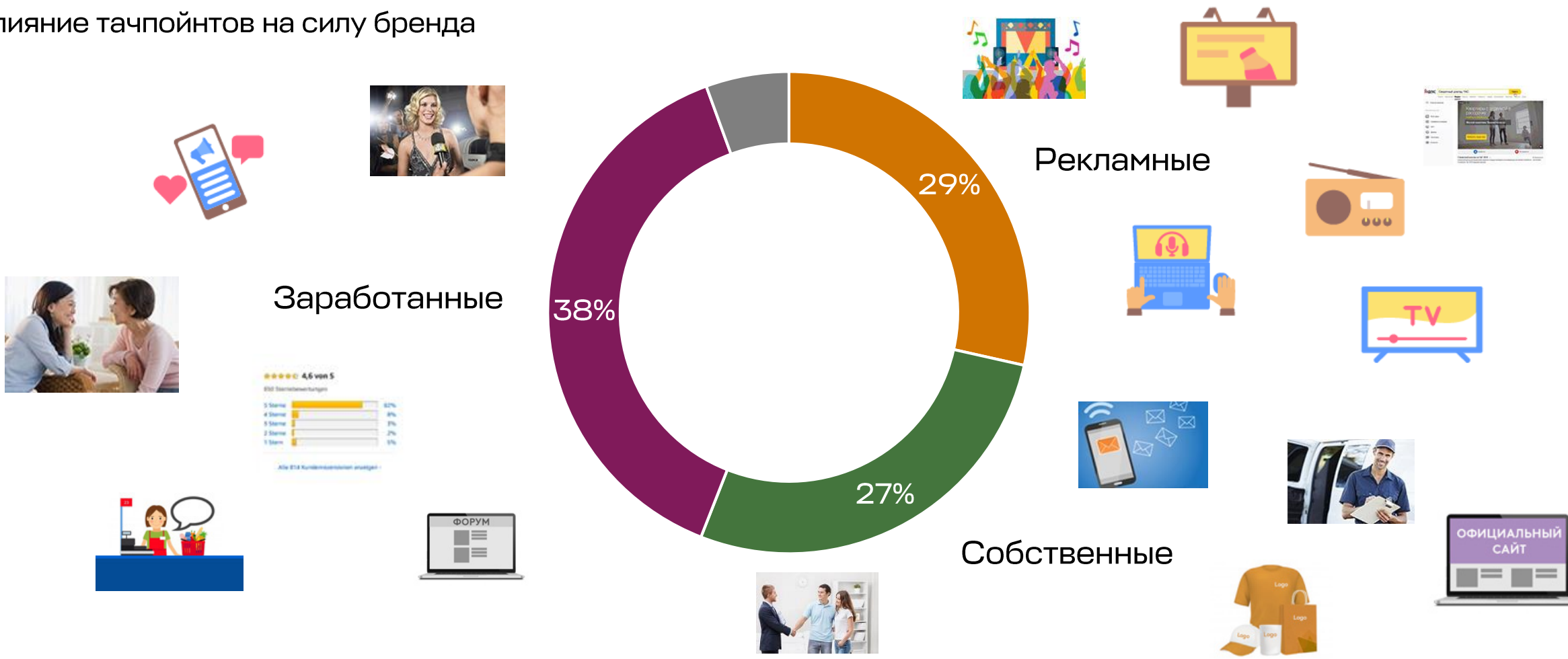
- **Гибкий дизайн:** адаптируем географию и целевую аудиторию под задачи кампании
- Можно оценить влияние **5+ медиа**, в том числе с разбивкой внутри диджитал
- **Подбираем KPI** для оценки, исходя из задач кампании
- Даем рекомендации по **эффективной частоте** контакта
- Можно добавить **диагностику креативов**



Не только  
рекламные каналы

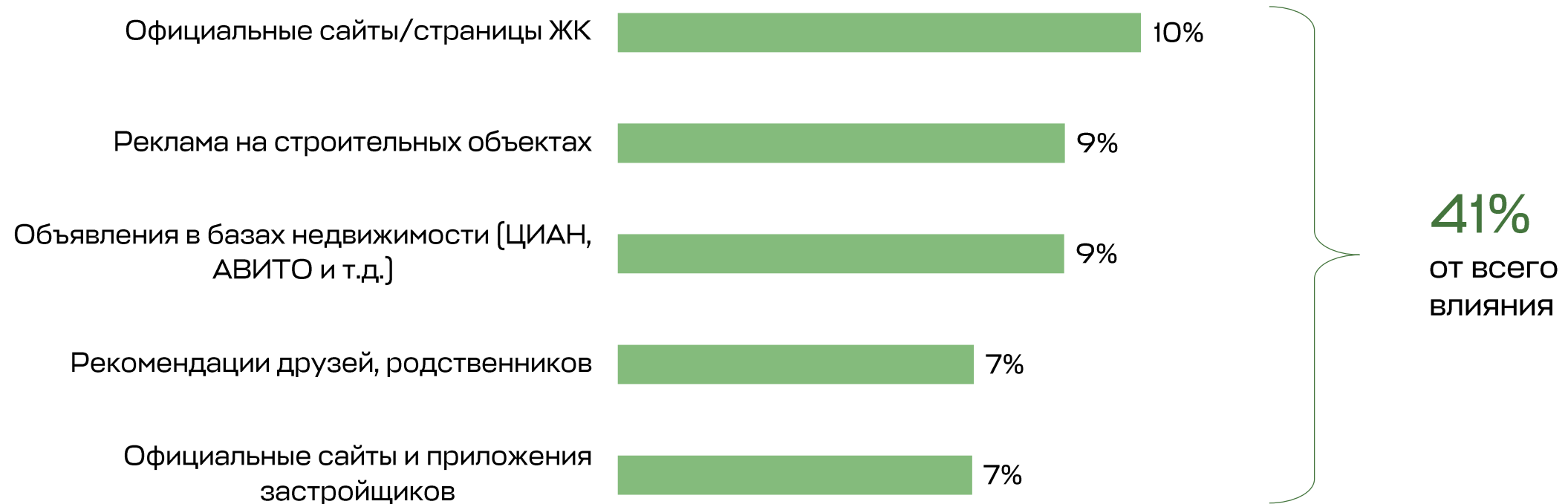
# Медиастратегия строится не только на рекламе

Влияние тачпойнтов на силу бренда



# Исследования Connest помогают сфокусироваться на ключевых тачпойнтах

Влияние тачпойнтов на силу бренда среди планирующих купить квартиру

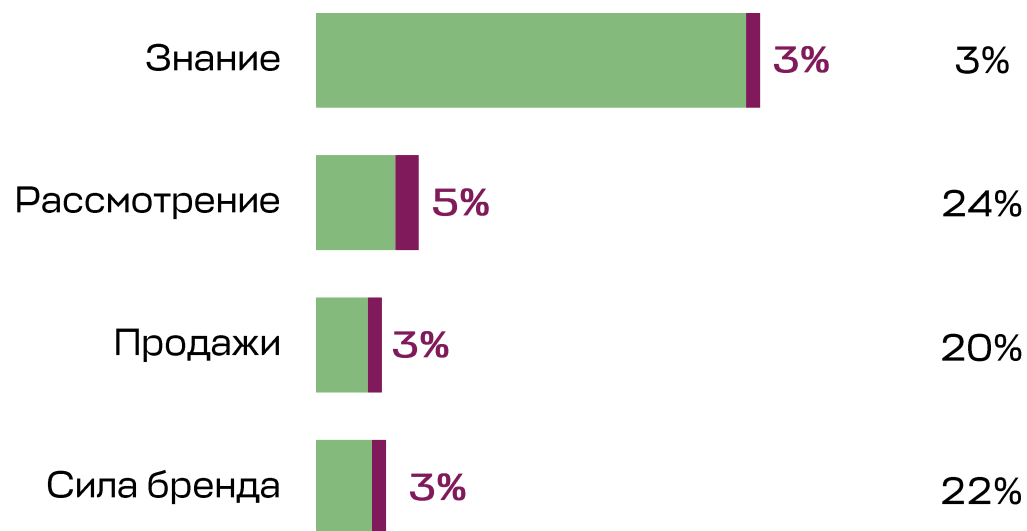


# Это инструмент для корректировки стратегии в зависимости от текущих задач

Влияние тачпойнтов на KPI бренда

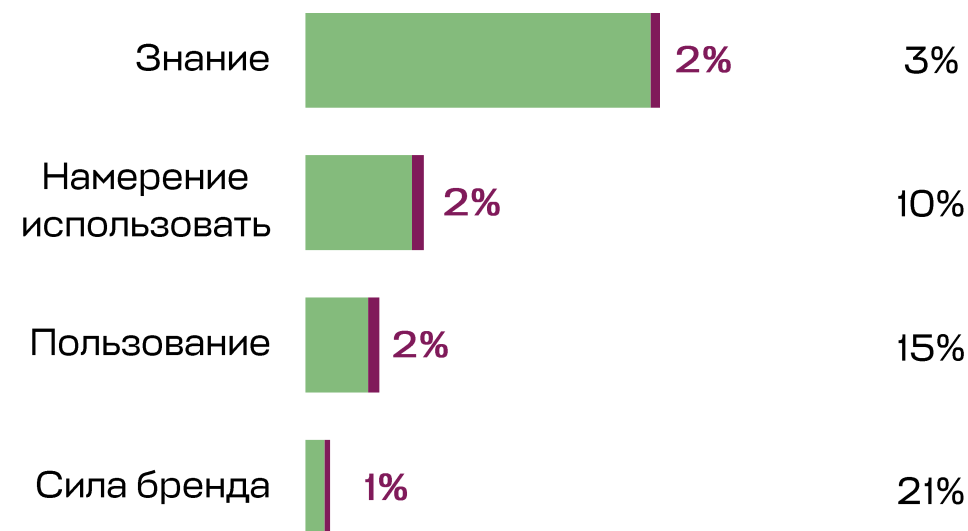
Категория 1

% вклада  
тачпойнтов



Категория 2

% вклада  
тачпойнтов

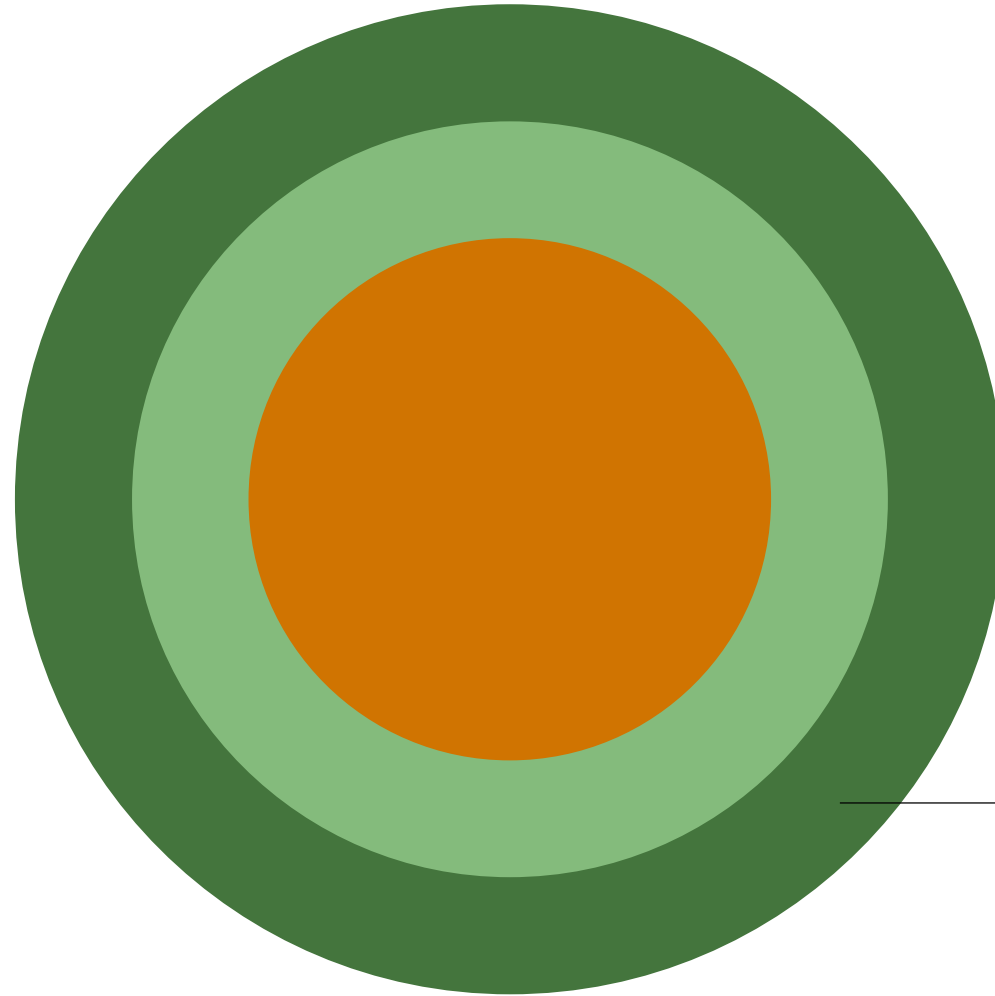


■ Стоковый эффект [эффект накопления] ■ Вклад тачпойнтов

# Бизнесу нужна система для постоянного мониторинга и управления эффективностью

Отслеживание показателей эффективности маркетинга (ROI)



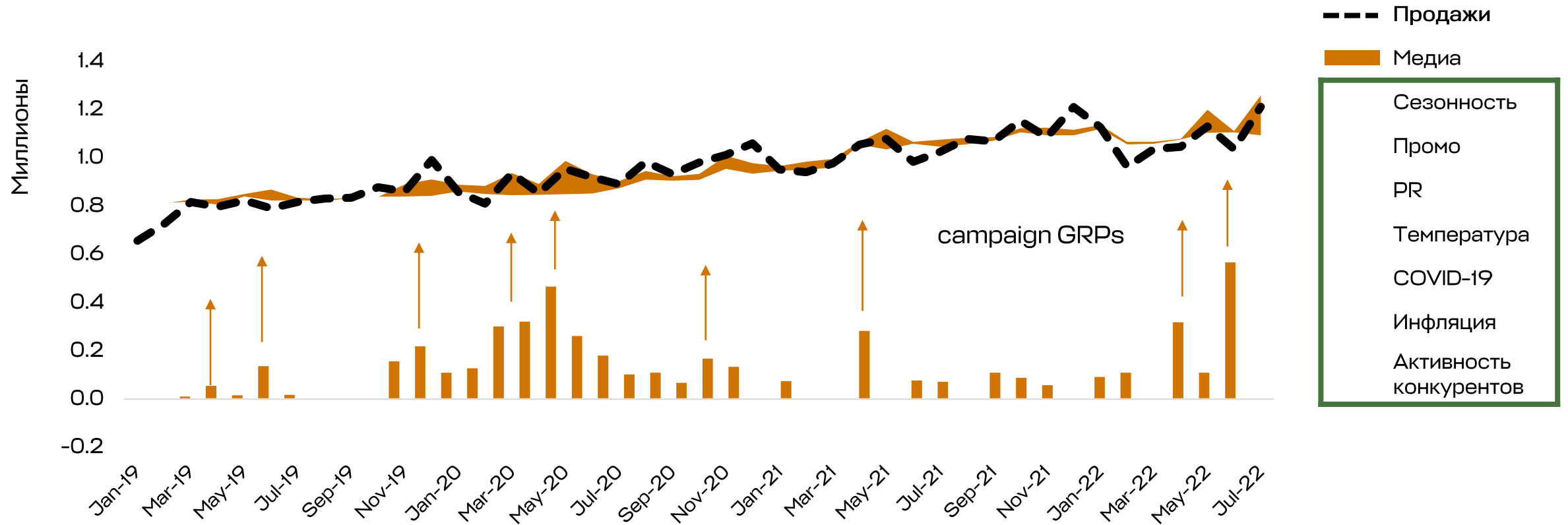


Система для  
принятия решений

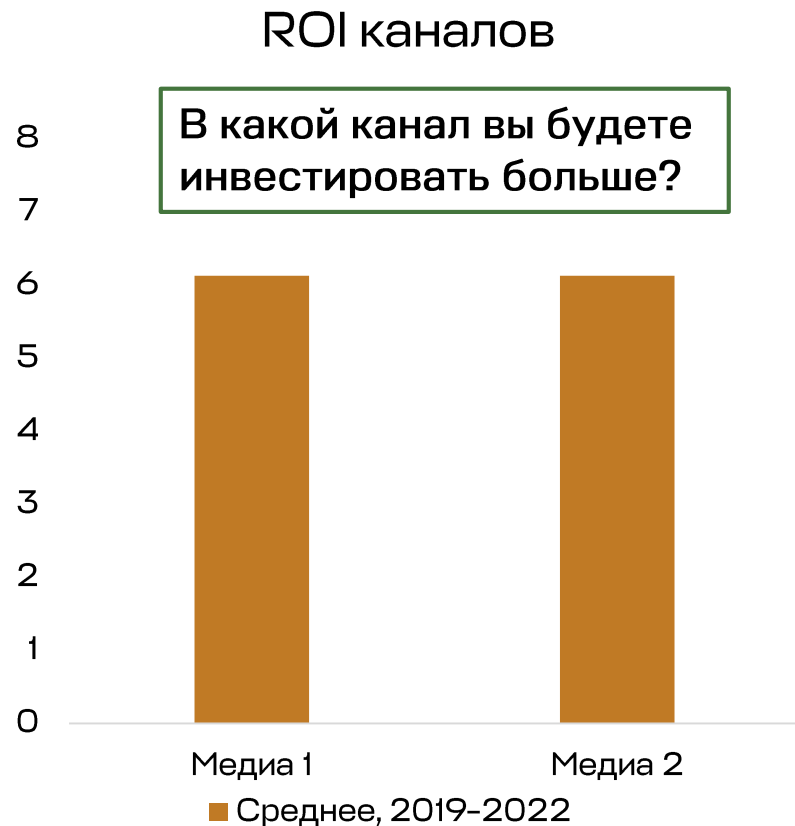
---



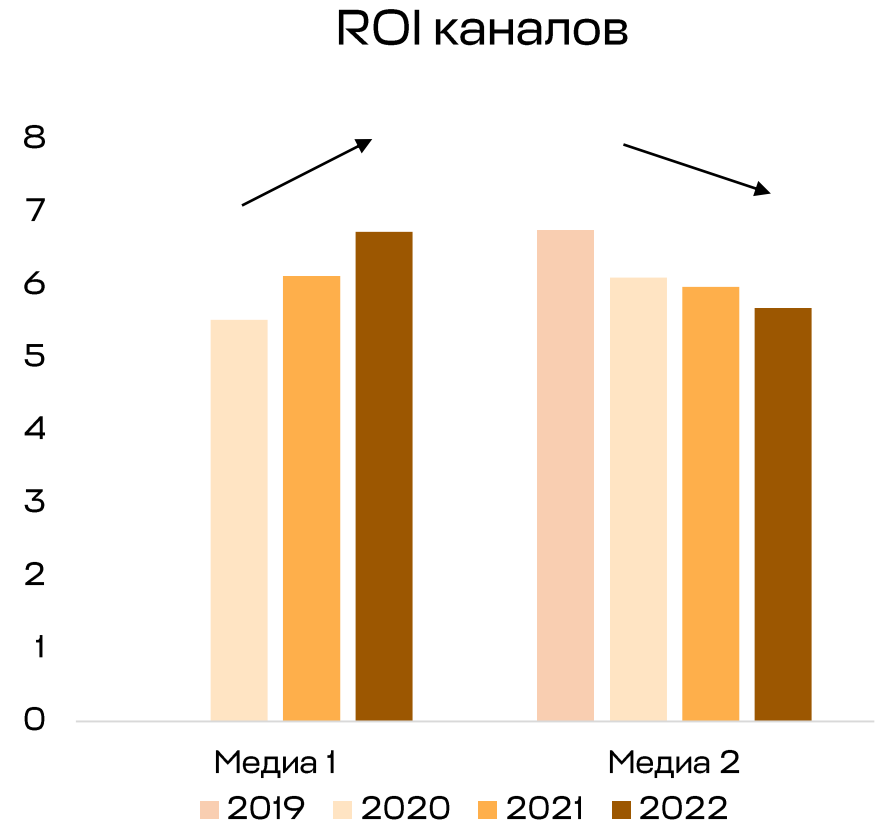
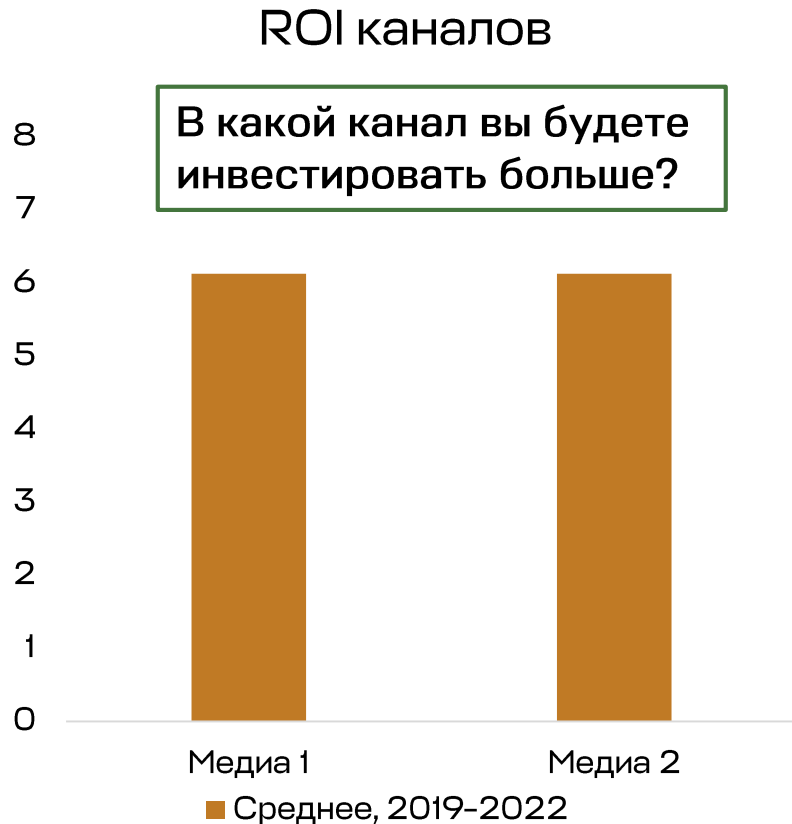
# Total Marketing ROI позволяет сконцентрироваться на продажах



# Анализ эффективности за длительный период



# Средний показатель не отражает полную картину



Какой канал вам кажется более эффективным теперь?

# Подстраиваем модель под вас

## TV

- Разделите ТВ-рекламу на **региональную** и **национальную**, чтобы понять, какая приносит больше прибыли

## Digital

- Определите **наиболее эффективный канал в цифровом маркетинге**, чтобы распределить свой бюджет между ними

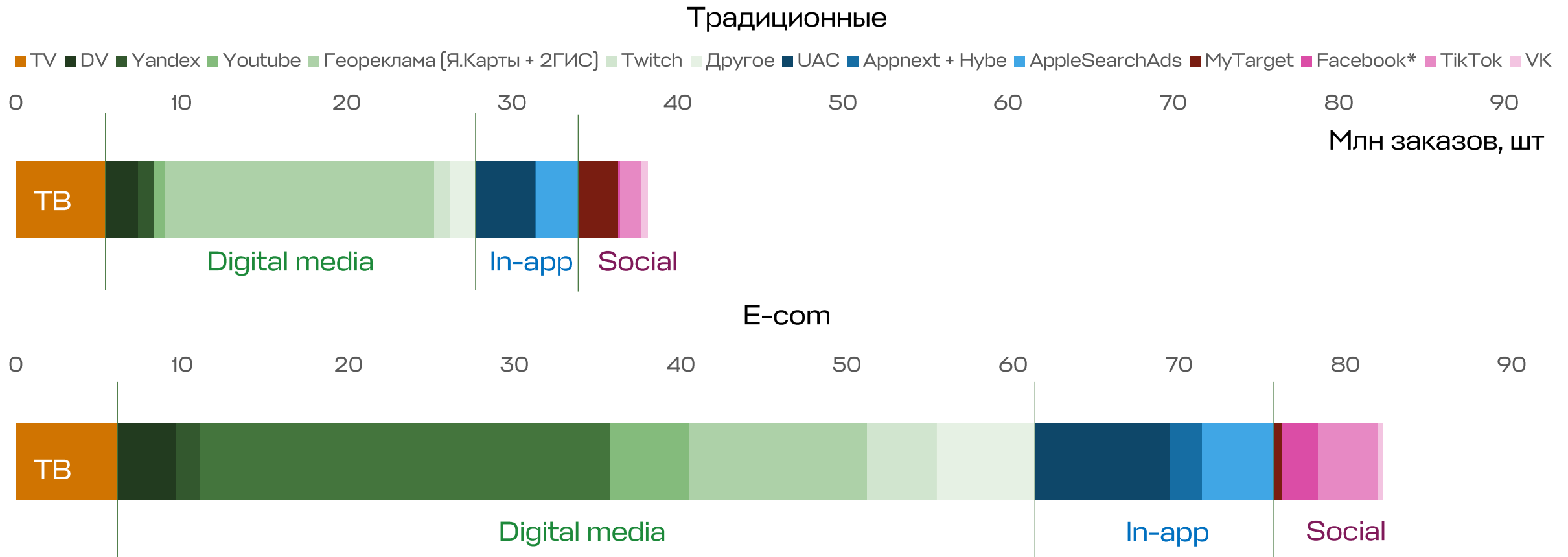


## Другие

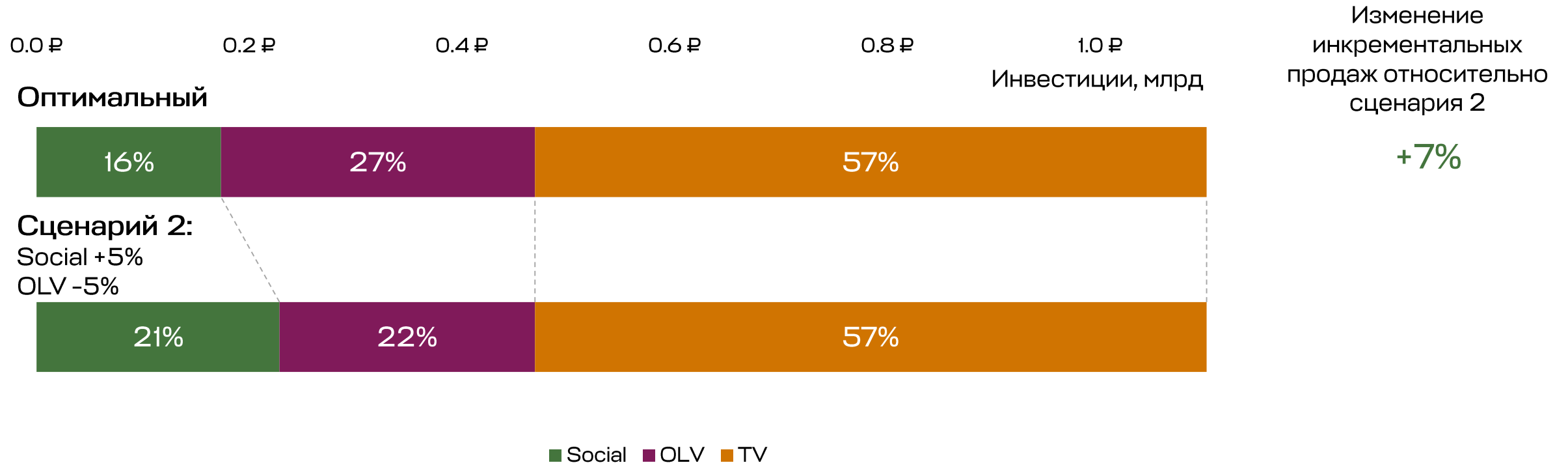
- ООН
  - Пресса
  - Indoor
  - Кинотеатры
- И другие

# Оцените, как ваш маркетинг работает на продажи в традиционных каналах ... и как в e-com

Структура притока заказов за 2021-2022



# Все это помогает найти правильный маркетинг-микс





# Маркетинг влияет не только на краткосрочное изменение продаж, но и на построение образа бренда

*Краткосрочный эффект*

**вы покупаете товар  
после рекламы**



**Легкий/мягкий  
Заряжающий**

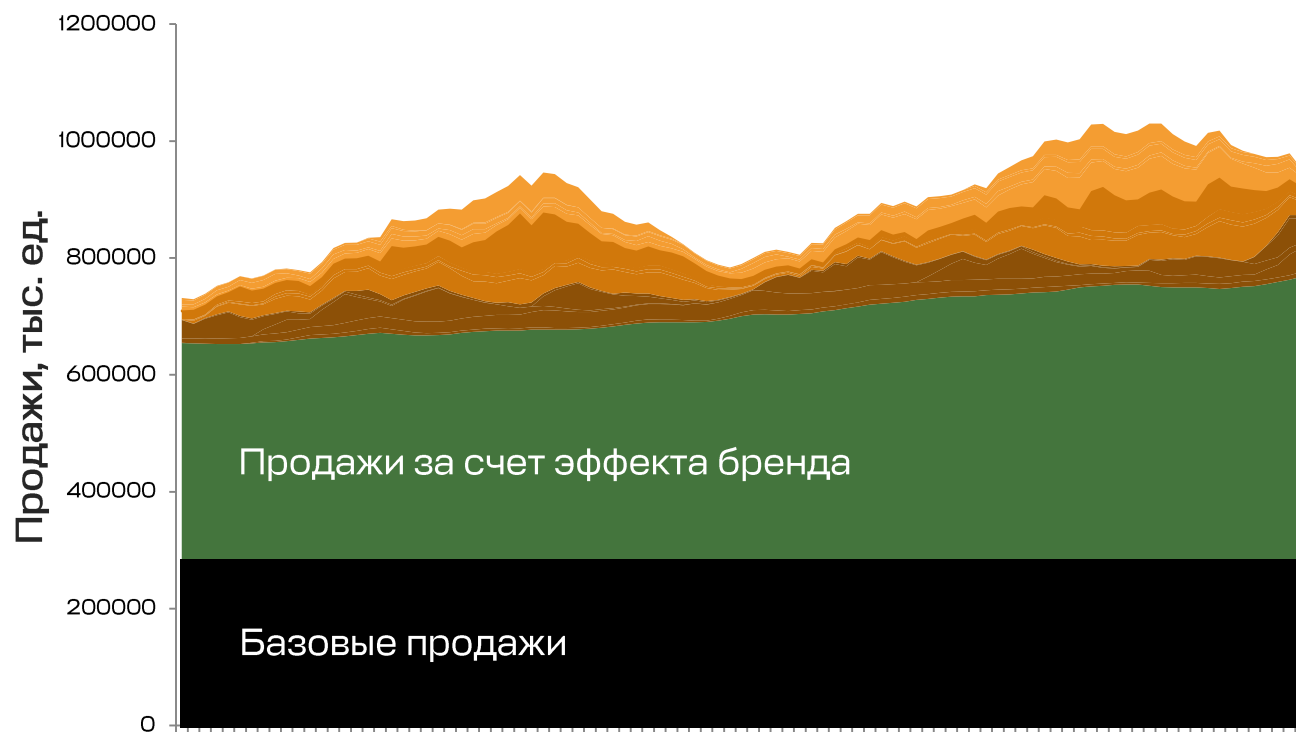
*Долгосрочный эффект*

**вы покупаете продукт из-за  
истории и впечатлений, которыми  
с вами поделился бренд**

Вы покупаете продукт через несколько месяцев, потому что реклама сформировала релевантный для вас имидж продукта или бренда



# TMROI позволяет оценить долгосрочный эффект: за счет влияния маркетинга на бренд, а бренда - на продажи



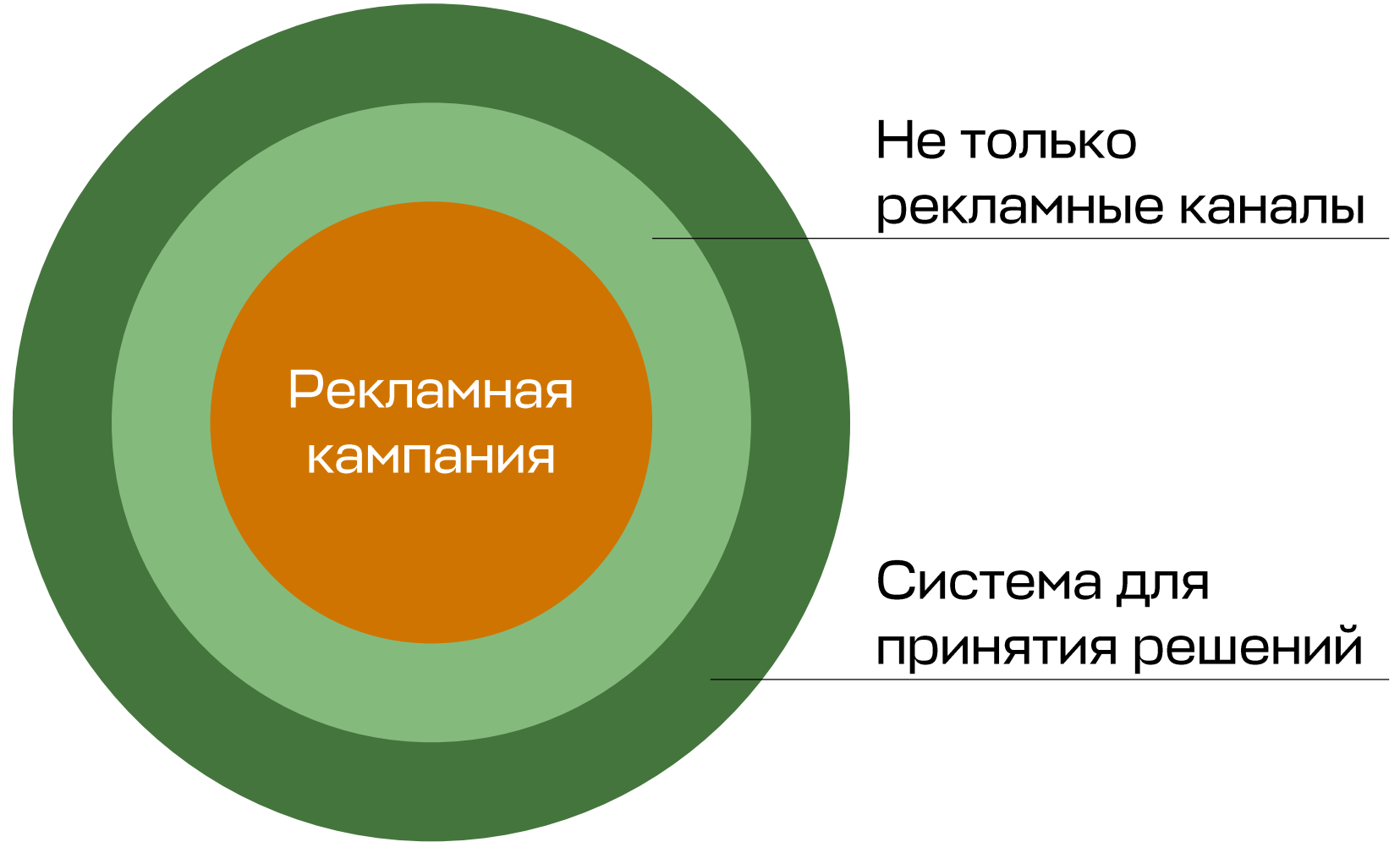
Marketing Mix

Прямой эффект от маркетинга ←

Рост продаж, обусловленный развитием бренда в связи с ростом:

- узнаваемости бренда
- улучшения отношения к нему
- мотивации потребителей к покупкам

# Управляйте эффективностью



ORO

[Maria.Sviridenkova@oro.moscow](mailto:Maria.Sviridenkova@oro.moscow)

