



КАК БРЕНДАМ РАСТИТЬ ЗНАНИЕ

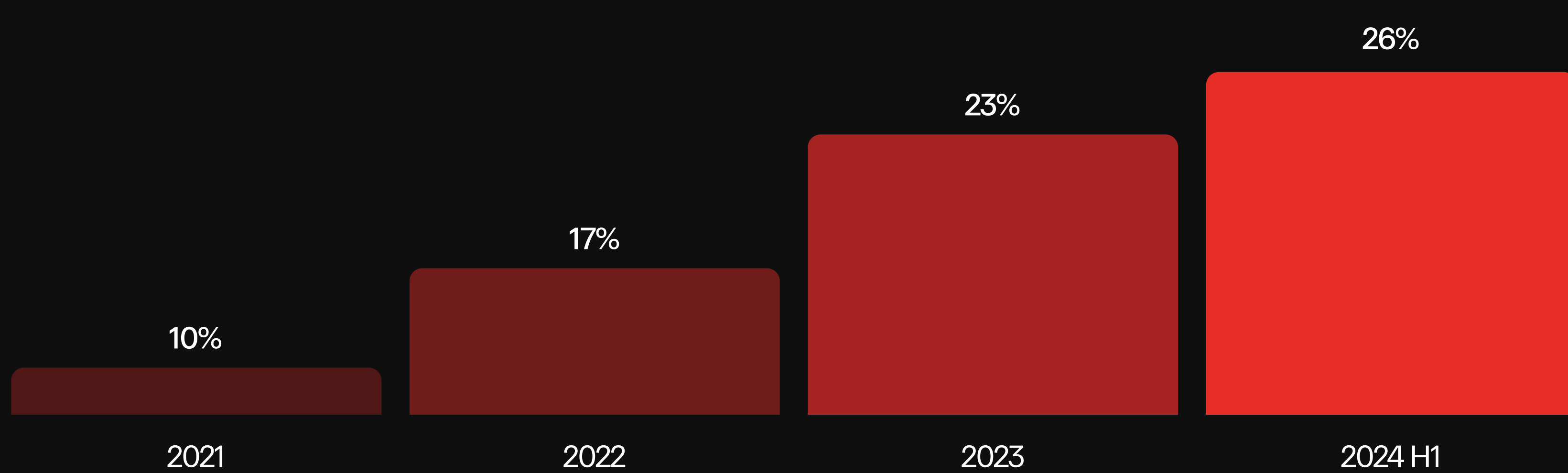
ЕСЛИ НЕТ БЮДЖЕТА НА ВСЕ DIGITAL-КАНАЛЫ?

ЛАНДШАФТ В DIGITAL СИЛЬНО ИЗМЕНИЛСЯ

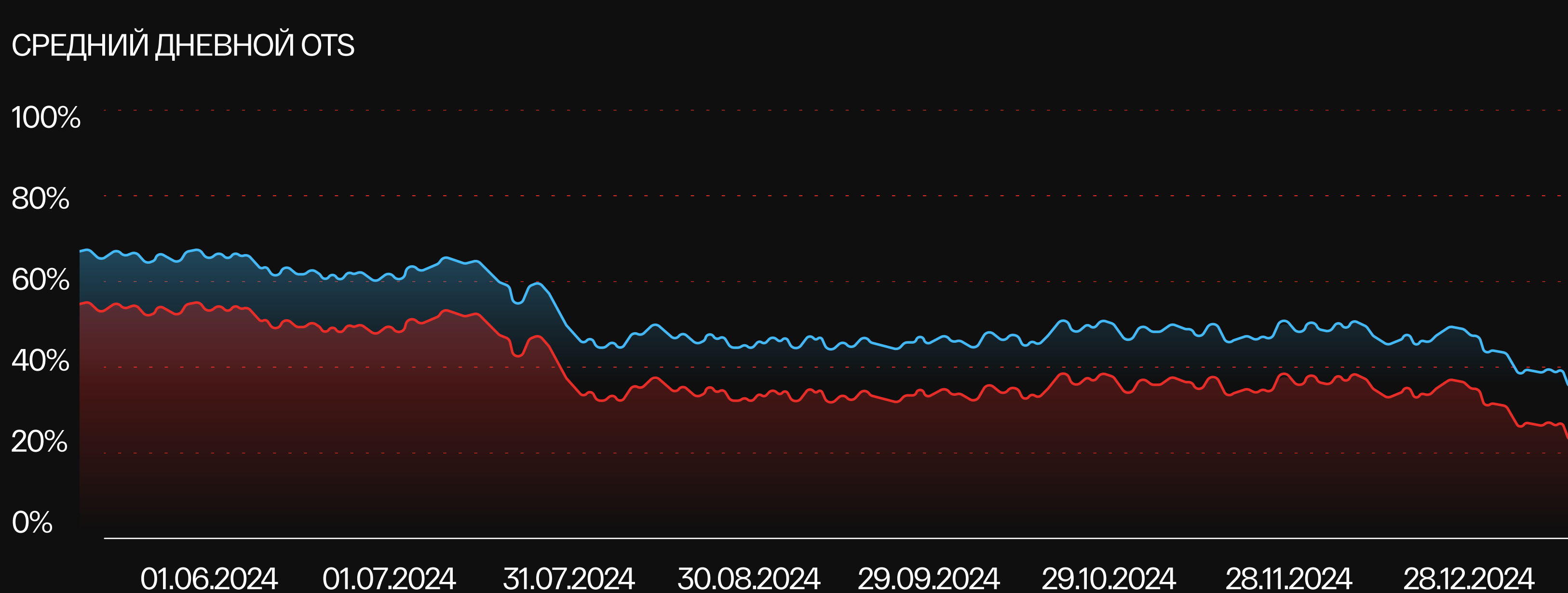
ЗА ПОСЛЕДНИЕ 3 ГОДА, ЧТО ВЫЯВИЛО 2 ТИПА ТРУДНОСТЕЙ, С КОТОРЫМИ НЕ МОЖЕТ СПРАВИТЬСЯ РЫНОК

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРУДНОСТИ

1. ФРОД ПРОДОЛЖАЕТ РАСТИ, ПОТОМУ ЧТО ИНВЕНТАРЯ НЕ ХВАТАЕТ



2. ИНВЕНТАРЬ НЕ РАСТЕТ, ПОТОМУ ЧТО YOUTUBE ПО-ПРЕЖНЕМУ ЕСТЬ И ПОЧТИ НЕ МОНЕТИЗИРУЕМ



ДРУГИЕ ВИДЕОСЕРВИСЫ

АВГУСТ +44%

ДЕКАБРЬ +11%

YOUTUBE

АВГУСТ -23%

ДЕКАБРЬ -23%

АУДИТОРНЫЕ ТРУДНОСТИ

3. ПЛАТНЫЕ ПОДПИСКИ НА СЕРВИСЫ, А ЭТО САМАЯ ЦЕННАЯ АУДИТОРИЯ, НО ЗАКРЫТАЯ ОТ РЕКЛАМЫ

27% – ДОЛЯ РОССИЯН, АКТИВНО ПОЛЬЗУЮЩИХСЯ ПОДПИСКОЙ (TELECOMDAILY)

4. ЧАСТОТА КОНТАКТА ОЧЕНЬ ВАЖНА, НО ОЧЕНЬ СЛОЖНО СТРОИТСЯ В DIGITAL

СКОЛЬКО НУЖНО КОНТАКТОВ ДЛЯ ЗНАНИЯ БРЕНДА

ВИДЕОФОРМАТ 3+

БАННЕРЫ 11+

В СРЕДНЕМ 7+

ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ



КАК ПОЛУЧИТЬ ЧИСТЫЙ ТРАФИК?



КАК МАКСИМИЗИРОВАТЬ ЧАСТОТУ?



КАК ОХВАТИТЬ ТЕХ, КТО ЗАКРЫТ ПОДПИСКАМИ?

РЕШЕНИЯ 2025

РАЗМЕЩЕНИЕ НА E-COM ПЛОЩАДКАХ

WILDBERRIES 27%*

OZON 24%*

*ДНЕВНОЙ ОХВАТ, РОССИЯ, ВСЕ 12+

ФОКУС НА ОДНОМ ПОСТАВЩИКЕ

- Оптимизация стоимости размещения
- Рост качества кампаний
- Использование эффективных форматов
- Борьба с фродом

ЗАМЕРЫ МЕТРИК ЗДОРОВЬЯ БРЕНДА

- При подтверждении годового бюджета размещения (от 50 млн Р)
- При наборе необходимого количества уникалов на кампанию (от 5 млн)

ПРЕИМУЩЕСТВА ПОДХОДА

МЕНЕЕ 10%

Минимизация рисков по оценке результата и фроду

+7 ЧАСТОТА

Охват необходимой критической массы ЦА на верной частоте

1-2 ПОСТАВЩИКА

Управляемость и гибкость кампаний для более четких таргетингов

1,5 МЛН Р

Скорость замеров для оценки влияния кампаний в digital на метрики бренда

ДАВАЙТЕ ЛОМАТЬ ШАБЛОНЫ

И РАСТИТЬ ЗНАНИЕ СО ЗНАНИЕМ