

Digital стратегия

Взгляд со стороны бизнеса

Модель создания Бренда и его лидерства

Business

Модель построения
бренда

Модель создания и управления
брендом на конкурентном рынке.

Media

Модель инвестиций в
медиа

Модель эффективных инвестиций в
медиа.

Digital

Модели инвестиций в
Digital

Модели инвестиций в Digital при
разных типах продукта

Модель построения бренда

Модель создания и управления брендом на конкурентном рынке.

Модель построения бренда

Бренд стратегия

Определение бренд территории и позиционирования обеспечивающих рост.

Позиционирование бренда

Цели бренда

Задачи потребителя

Миссия бренда

Архитектура бренда

Моменты потребления

План развития

Как именно бренд привлечет к себе внимание и завоеует лояльность потребителя.

3-х летний план

BIG IDEA
бренда

Стратегия роста

Инновации

Потребители / Дистрибуция

План реализации

Активация и синхронизация всех каналов для достижения целей бренда.

План на год

Построение бренда

Креативная платформа

Медиа инвестиции

Продажи

Отслеживание результата

Бренд стратегия

позиционирование бренда

Что бренд мне дает

Как я опишу продукт

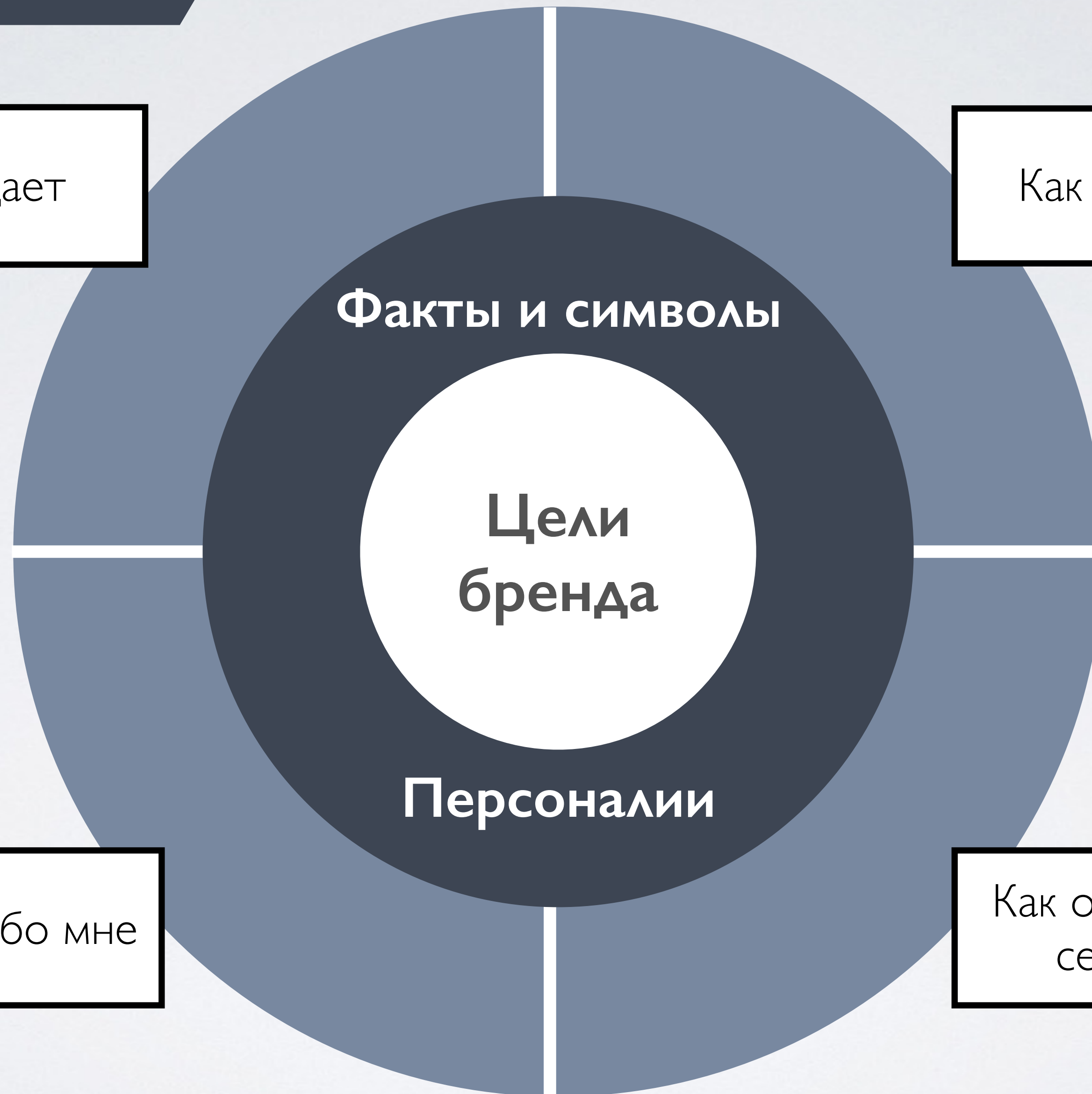
ФАКТЫ И СИМВОЛЫ

**Цели
бренда**

Персоналии

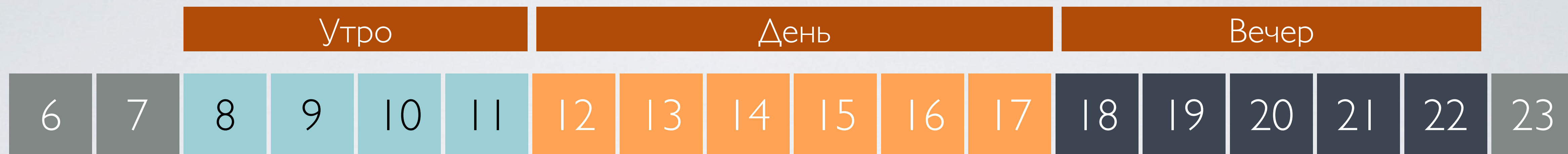
Что это говорит обо мне

Как он заставляет меня
себя чувствовать

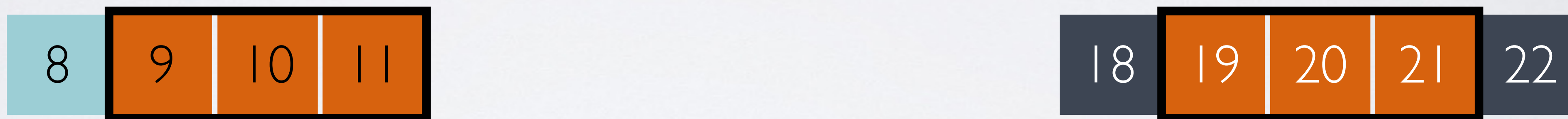


Бренд стратегия

Моменты потребления // День



Потребление вашего продукта в течении дня



Потребление продукции конкурентов в течении дня



Бренд стратегия

Паттерны потребления

Паттерны поведения

Социальные

Перерывы

Время с
семьей

Время с
друзьями

Перекус на
работе

Середина
дня

Получение
удовольствия

Полезно для
здоровья

Потребление вашего продукта

Перекус на
работе

Полезно для
здоровья

Потребление продукции конкурентов

Время с
друзьями

Получение
удовольствия

Модель инвестиций в медиа

Эффективное медиа планирование

Media

SOM



Media mix

Каналы продвижения

TV

Наружная реклама

Радио

Пресса

Интернет

Приоритет

Распределение каналов строится от цели, определенной аналитиками, на основе медиа стратегии.

Например - 18 - 35, нужный охват 30 млн человек, частота 3.

Так же учитываются факторы:

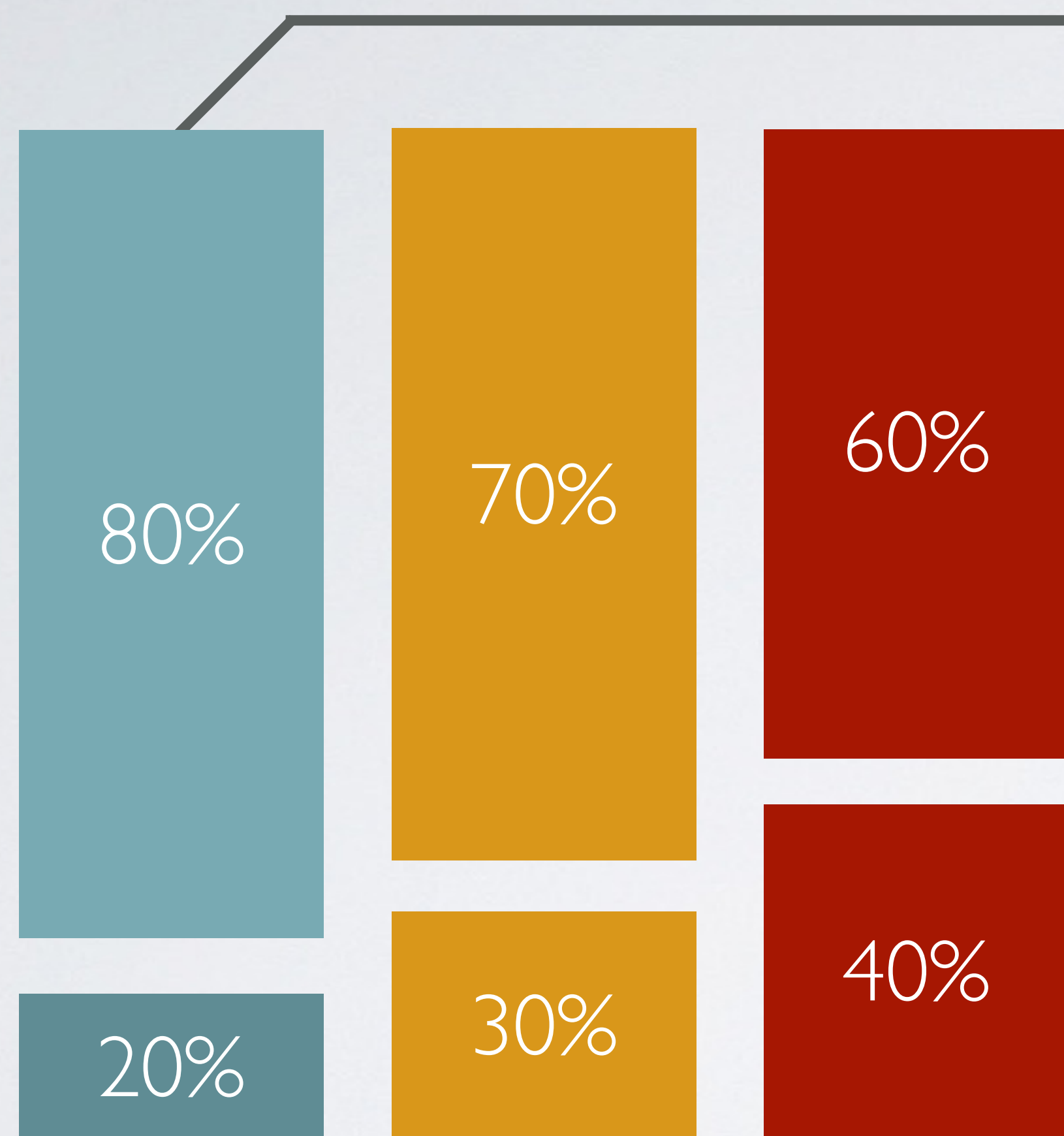
- Стоимость контакта
- Качество контакта
- Предыдущий опыт ROI
- др

Digital стратегия

Эффективная Digital стратегия

Digital

Приоретизация



Продакшн и креатив крайне важны в Digital среде, но в большинстве случаев они косвенно влияют на KPI. Лучшее соотношение 80 / 20.

Digital

Логика

Awareness

Consideration

Trial

Loyalty

Advocacy

Digital в Media Mix может служить для выполнения одной общей цели или работать над отдельной задачей.

Digital

Логика

Awareness

Consideration

Trial

Loyalty

Advocacy

Спецпроекты

Группы

Промо посты

Видео каналы

Native video

ТГБ

Display Ads

Лидеры мнений

Video Ads

CRM

Спасибо за внимание