



affect

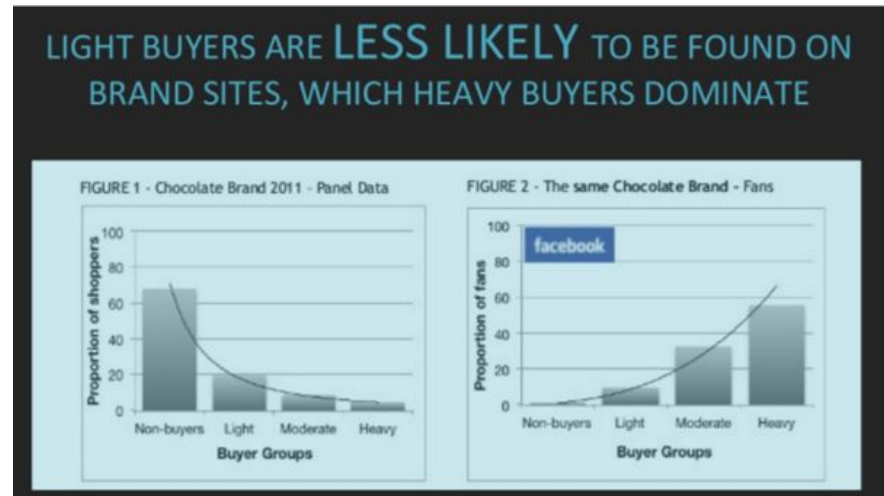
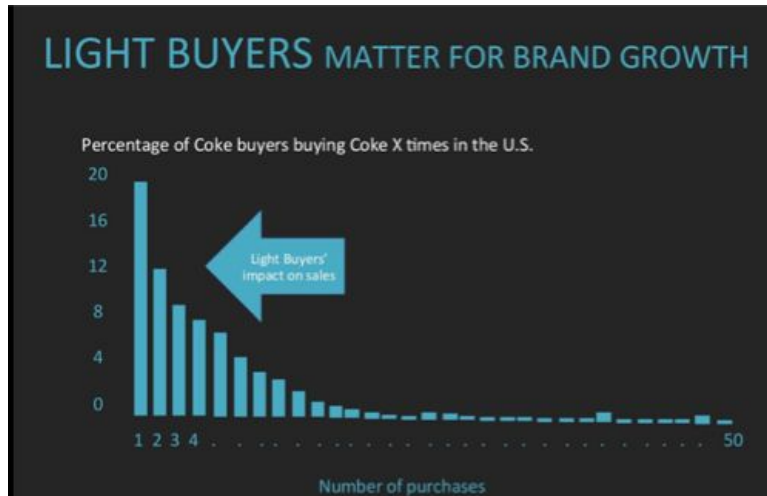
Digital Strategy Checklist

знания агентства в одном списке





Reach

Охват - самый важный показатель в FMCG категории и должен быть одним из главных KPI в digital кампании. Очень важно таргетироваться на light buyers вашего бренда, т.к. именно они могут повлиять на рост бренда. Например, бессмысленно вести социальные медиа только для своего небольшого количества подписчиков. Они и так вас покупают.



SUMMARY

Brand	Strengths	Weaknesses	Sales
	Highly effective branded media reach with non-alco SKU.		
	Great support of global team. Opening of new Heineken Bar.		
		Stopped investing in reach in digital	

Накопление подписчиков в сообществах не эффективно.

На данный момент не все подписчики видят контент группы. В Facebook работают механизмы платформы, которые снижают органический охват до 2-3%, а ВКонтакте пользователи подписаны на слишком большое количество страниц и не успевают пролистывать ленту.



Расчет ROI по подписчикам

Как уже говорилось ранее, в данный момент только **2-3% подписчиков** видят посты органически.

Это значит, что годовой органический охват довольно просто посчитать.
При 1 посте в будний день, при 50 000 подписчиков мы получим:

20 постов в месяц \times 12 месяцев \times 3% от 50 000 = **360 000 охвата за 5 000 000 млн рублей**, при стоимости подписчика 100 рублей

При продвижении постов, мы получим **360 000 охвата** за стоимость средней единицы охвата 1р \times 360 000 = **360 000 рублей**

Таким образом, органический охват подписчиками окупает себя через 14 лет

Role of the Brand

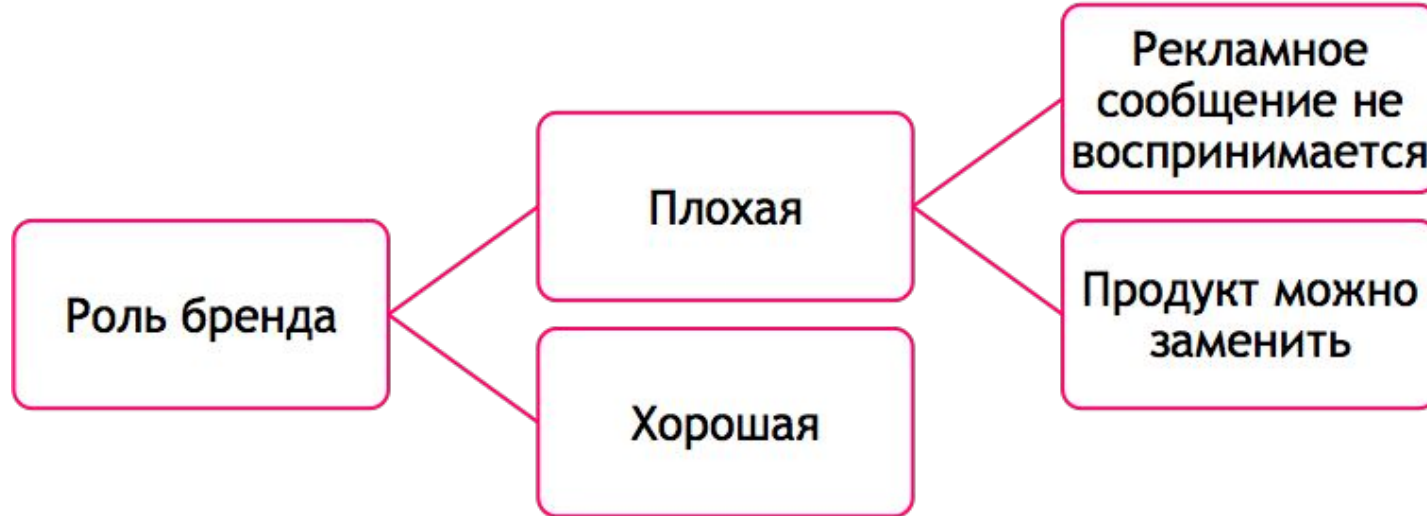
Можно ли заменить бренд в идее на любой другой?

Если в идее для пива можно поставить любое другое пиво - вы будете продвигать не свой продукт, а всю категорию.



Role of the Brand

Бренд должен быть всегда естественной и видной частью проекта. Чтобы этого добиться надо решить какой конкретно показатель бренда мы планируем увеличить за счет кампании.



Роль бренда: Примеры



<http://www.youtube.com/watch?v=TnzFRV1Lwlo>

Роль бренда: Примеры



<http://www.youtube.com/watch?v=LDhqDaTz0vo>

Драйвим атрибуты бренда

Атрибут / День недели	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
Натуральных ингредиенты	■						
Наслаждение вкусом				■			
Premium							■

Теперь важно исходить не из рубрик, а от атрибутов бренда, которые мы хотим вырастить

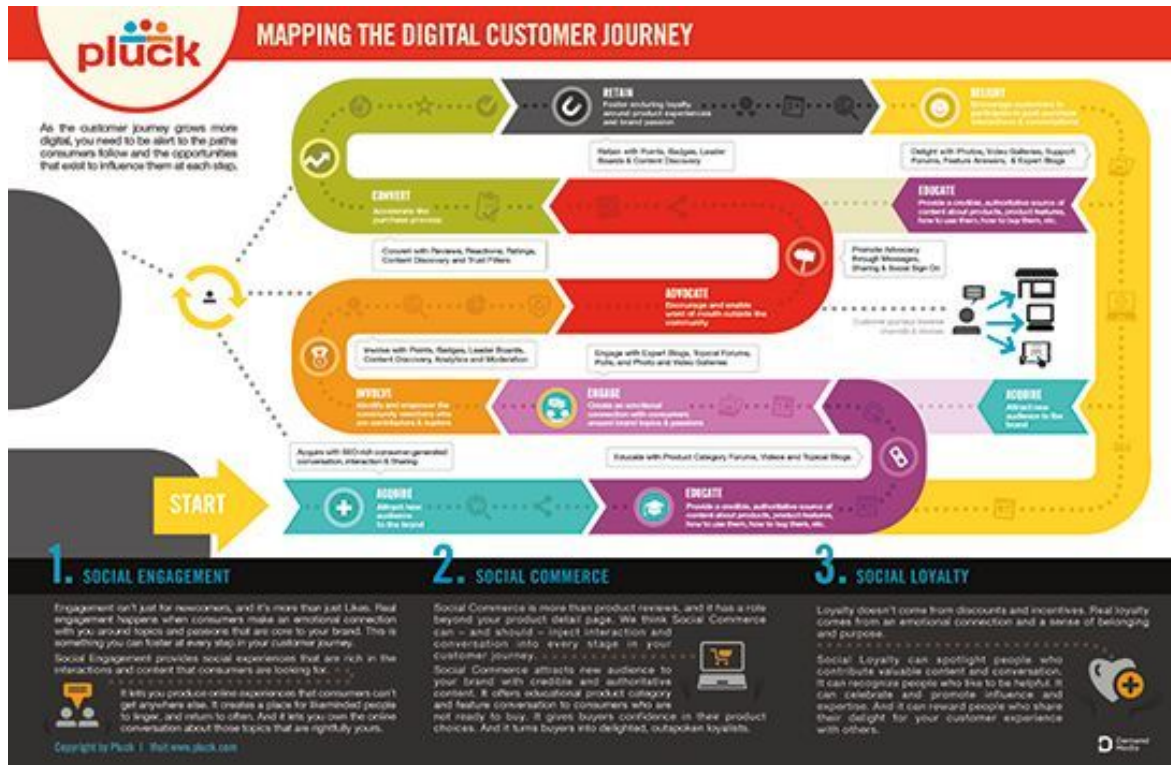
Omnichannel подход



Западные исследования показывают что **потребители, которые встречают бренд в более чем 10 каналах, намного чаще совершают покупки** этого бренда, чем те, которые видят бренд менее чем в 5.

<https://www.luxurydaily.com/omnichannel-engagement-boosts-purchase-frequency-report/>

Omnichannel подход



Сложные consumer journey не работают. Хотя у каждого канала есть своя специфика, но потребитель точно не будет в этом долго разбираться и “следить”

Omnichannel подход



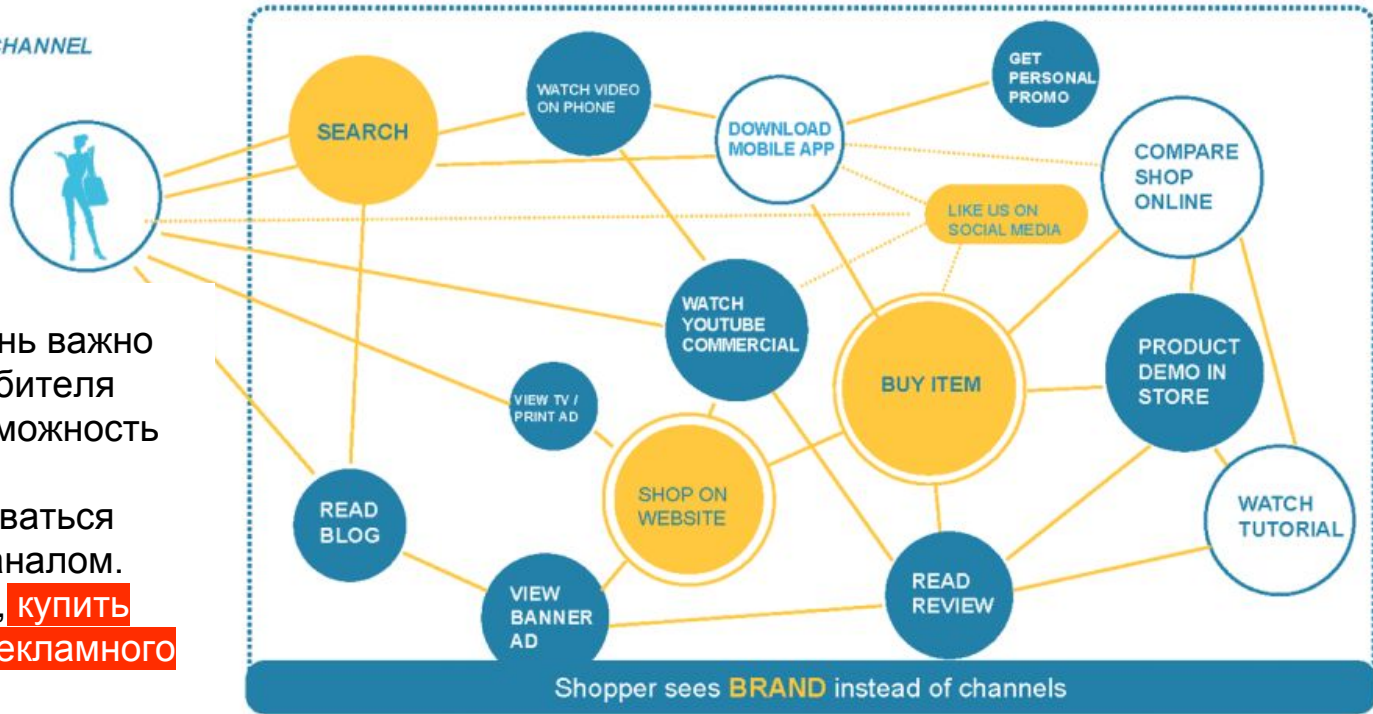
А на самом деле самое важное это иметь **единое целостное и самостоятельное сообщение в каждом из каналов.** Потребитель видит бренд, а не канал.

Omnichannel подход



Omnichannel подход

OMNICHANNEL



Также очень важно для потребителя иметь возможность сразу воспользоваться нужным каналом. Например, **купить сразу из рекламного ролика.**

Digital + Trade

Очень важно чтобы флайты совпадали и имели одно сообщение, если мы действительно хотим повлиять на продажи.



Константин в середине рабочей недели смотрит ленту в соцсети, видит публикацию от Kozel в группе, вдохновляется поехать на природу с друзьями, пишет им сразу в соцсети



Он хочет правильно организовать выезд и порадовать друзей, поэтому ищет рецепт в поисковике шашлыка и видит Kozel в рецепте.



В магазине он пополняет счет через терминал QIWI, видит коммуникацию Kozel и опционально получает скидку на пиво Kozel



Он еще сомневается в выборе пива т.к. много разных соблазнов, но видит у полки с пивом нашу коммуникацию, вспоминает рецепт который уже успел забыть



Делает свой выбор в пользу нашего



На протяжении всего пути Константин все больше убеждается, что **Kozel** идеально подходит для выезда с друзьями на шашлык





2 000 000 проданных матрешек
20 000 000+ охвата
800 000+ посетителей сайта

Digital-кампания в поддержку новогодней коллекции “Матрешки” Lipton

Задачи:

Превратить новогоднюю чайную коллекцию “Матрешки” от Lipton в живой и эмоциональный подарок.
Увеличить ценность бренда и любовь к нему.

Решение:

Digital-проект, который превратил матрешку с чаем в оригинальный подарок за счет персонализированного поздравления — «Матрешки» с коллекцией необыЧАЙных пожеланий, самых искренних и настоящих пожеланий к Новому году.

Пользователи составляли видеопоздравления из коллекции пожеланий на сайте. Если слов было недостаточно, пополняли коллекцию своими видео.

[Смотреть видеокейс](#)

Situational Approach

Во время “Ночи длинных ковшей” случайно в сети появилась фотография банкомата Альфа-банк. Они очень быстро этим воспользовались.

Альфа-Банк
10 февраля · 🌐

Нравится Страница

Выживший. Наша версия
Фото: @rodionlevonyan

17 ответов · Нравится · 5,2 тыс. · Хронологический порядок · 1 952 публикации · Комментарий · Поделиться

Real-time post –
5 200 reactions

Альфа-Банк
8 апреля в 11:34 · 🌐

Ваша жизнь — ваши правила. Вот основной принцип нового премиального пакета «Максимум+»: alfabank.ru/maximumplus/

Персональный менеджер, бесплатный доступ в бизнес-залы аэропортов мира, конвертация валюты по отличному курсу, переводы до 5 млн рублей по телефону, 8% на остаток по счёту, cashback, повышенные мили для полётов, страховка для вас и вашей семьи в путешествиях. Выберите все необходимое и распорядитесь этим наилучшим образом: мы позаботились о максимальной свободе выбора. Предложение действительно для Москвы, Казани, Волгограда, Самары и Краснодара.

Нравится · Комментарий · 97

Regular post –
97 reactions

СЕКРЕТ ФИРМЫ

Новости Кейсы Тренды
Свой бизнес Мнения

Альтернативный постер «Выжившего»: мат среди руин ларьков

Картинка дня. Банкомат Альфа-банка пережил снос ларьков в Москве

10 февраля 2016 года в 17:05

Альфа-Банк опубликовал фотожабу на <https://photos.a.alfabank.com/photos/a/10644...>

Альфа-Банк - Выживший. Наша версия <https://www.facebook.com/alfabank/photos/a/10644...>

Альтернативный постер «Выжившего»: одинокий ...

Альфа-Банк на Twitter: "Выживший. Наша версия. Автор ..."

«Выживший Альфа-Банк» - Drive2.ru

Оперативничко / банкомат :: Альфа-Банк :: выживший ...

Mentions in mass media

Situational Approach

› Амур и Тимур "снялись" в ролике "Билайн" вместе с Леонардо ДиКаприо



Фото: скриншот ролика

Но за разрешением об использовании популярных образов в Приморский сафари парк никто не обращался

22 марта 2016, 19:10

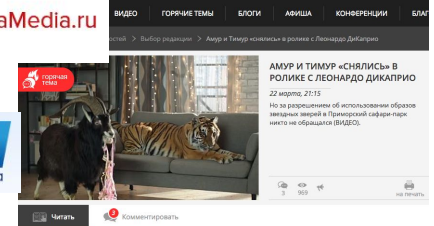
Общество | Приморский край

Поделиться

Версия для печати

Комментариев: 6

Понравилось: 12



Амур и Тимур "снялись" в ролике "Билайн" вместе с ...
www.vostokmedia.com/n278996.html

22 мар. 2016 г. - Торговая марка «Билайн» выпустила рекламный ролик с тигром Амуром и козлом Тимуром. Популярные животные из Приморья попали ...

Козел Тимур и тигр Амур в новом ролике Билайна ...

willad.ru/roliki/kozel-timur-i-tigr-amur-v-novom-rolike-bilajna и креативное агентство Contrapunto собрали самые популярные мемы последнего времени в новом рекламном ролике. Видео вышло в ...

Тигр Амур и козел Тимур стали героями рекламного ролика primamedia.ru/.../tigr-amur-i-kozel-timur-stali-geroyami-reklamnogo-rol-... Владивосток, 19 марта, PrimaMedia. Образы тигра Амура и козла Тимура из Приморского сафари-парка стали героями нового рекламного ролика.

Mentions in mass media

Situational Approach

Бренд Zippo очень быстро воспользовался ситуацией и разместил фото у себя в социальных сетях



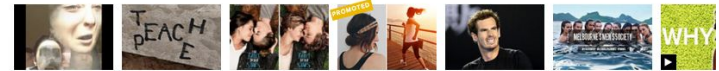
Mentions in mass media



BuzzFeed



News Videos Quizzes Food DIY More [Get Our App!](#)



Zippo Saves The Sochi Olympics

You may have read that the [Olympic flame went out in Russia](#). A man with a Zippo lighter saved the day.

posted on Oct. 9, 2013, at 3:23 a.m.

Celebrities usage

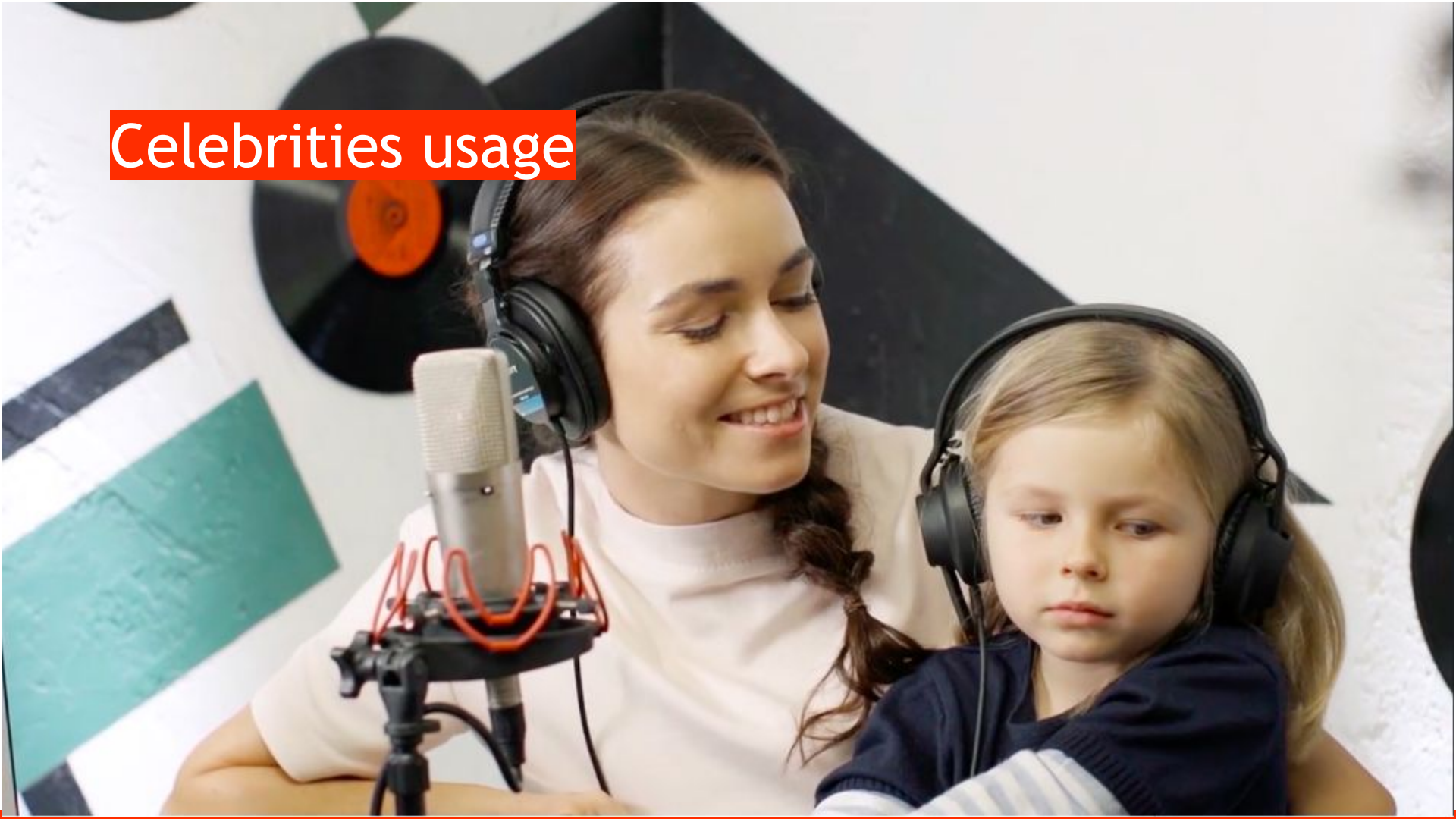


Celebrities usage

≡ ПРОКАЧАЕМ
ТУСУ ДОМА! ≡

XZIBIT

Celebrities usage



Celebrities usage



Ballantine's
BLENDING SCOTCH WHISKY

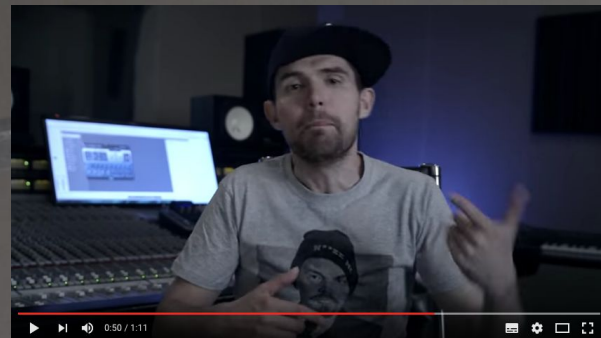
PRESENTS
NZE MC'S**
HIP-HOPERA

ЧРЕЗМЕРНО ПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ
ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

Ballantine's
@BallantinesRussia

Нравится Сообщение

Главная Фото Информация Отметки «Нравится» Еще



Noize MC
10 июля в 20:53

Чем ближе 7 июля, тем чаще нам задают вопрос: "Как попасть на Noize MC's Hip-Opera?" Все еще не разобрались?
Тогда голосуйте за участников конкурса на сайте хип-опера! Уже во вторник пригласи разыгрываются среди тех, кто лайкал треки на прошлой неделе. Так что не теряйте времени и ловите удачу за хвост!

Всё происходит здесь: <http://www.pernod-ricard-rouss.com/subsites/staytrues>.

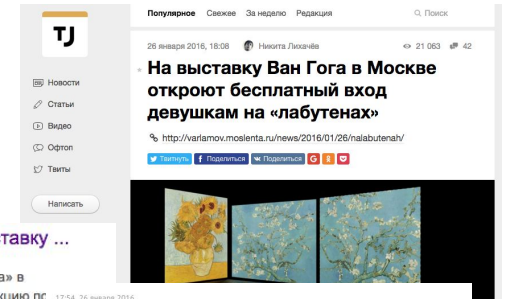
**ПОЛУЧИ БИЛЕТЫ
НА ЕДИНСТВЕННОЕ ШОУ**

www.pernod-ricard-rouss.com

PR + Digital

Digital кампании становятся более заметными для потребителей если **добавить PR канал в рамках планирования проекта.**

При хорошем результате, у аудитории будет впечатление что бренд **сделал что-то Большое.**



Девушек «на лабутенах» бесплатно пустят на выставку ...
<https://lenta.ru/news/2016/01/26/vangog/>
26 янв. 2016 г. - Организаторы выставки «Ван Гог. Ожившие полотна» в московском центре дизайна Artplay решили провести специальную акцию ПС

Девушек «на лабутенах» бесплатно пустят на выставку
www.the-village.ru/village/city/city/230497-louboutin
26 янв. 2016 г. - Девушек в обуви на шпильках выше десяти сантиметров 13 февраля бесплатно пустят на выставку «Ван Гог: Ожившие полотна ...

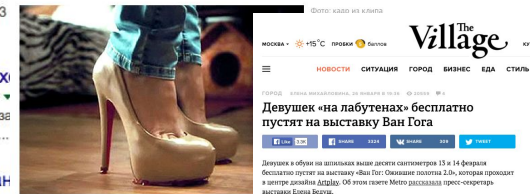
На выставку Ван Гога в Москве откроют бесплатный вх
<https://tjournal.ru/21712-na-vistavku-van-goga-v-moskve-otkrou-bespl...>
26 янв. 2016 г. - Пресс-секретарь выставки Ван Гога Елена Бедуш расказе «Мосленте», что девушки на «лабутенах» смогут посетить её бесплатно ...

Девушки «на лабутенах» смогут посетить выставку Ван
www.gazeta.ru/culture/news/2016/01/26_n_8169719.shtml
26 янв. 2016 г. - Девушки «на лабутенах» смогут посетить выставку Винсента Гога в Москве бесплатно, сообщает российское издание Metro.

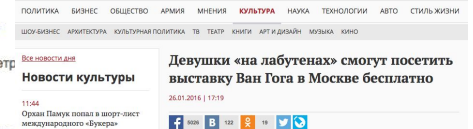
Девушек «на лабутенах» будут бесплатно пускать на ...
https://tvrain.ru/articles/van_gog-402435/
26 янв. 2016 г. - Девушек в обуви на каблуках высотой более десяти сантиметр пусвят на выставку «Ван Гог. Ожившие полотна 2.0» (проекции ...

На выставке Ван Гога девушкам "на лабутенах" дадут ...
rg.ru/2016/01/26/vistavka-site-anons.html
26 янв. 2016 г. - На выставке Ван Гога девушкам "на лабутенах" дадут скидки, Сергей ... выше 10 сантиметров, смогут бесплатно прийти на экспозицию.

Девушек «на лабутенах» бесплатно пустят на выставку Ван Гога в Москве



газета.ru



PR + Digital

RAP.RU

Главная **Новости** Видео Дискография Чтиво Артисты Рецензии Gear Галереи События

★ Барак Обама читает рэп Дрейка ★ Эмбер Роуз в новом горячем фотосете во славу феминизма ★ Российские битмейкеры

Главная » Новости » Орфей, хип-хоп и шоу-бизнес: Ballantine's Noize MC's Hip-Opera



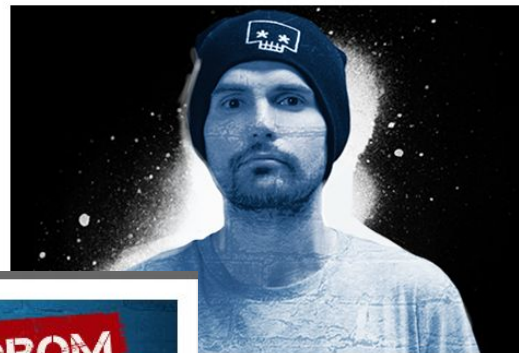
1 июня 2016, 17:51

ОРФЕЙ, ХИП-ХОП И ШОУ-БИЗНЕС: BALLANTINE'S NOIZE MC'S HIP-OPERA

Много интересных подробностей о новом проекте Ивана.

7 июля состоится премьера шоу Ballantine's Noize MC's Hip-Opera, в основу которого лег древнегреческий миф об Орфее и Эвридике. Нойз рассказал «Афише» о работе над проектом и поделился интересными подробностями, связанными с его

Noize MC сыграет Орфея в рэп-опере



ит Live в Москве состоится премьера шоу IC's Hip-Opera – рэп-оперы «Орфей и Эвридика» – постановщик – Юрий Квятковский,



“Дары дружбы”

В связи с запретом рекламы алкоголя, мы обратились к вирусному dark-маркетингу и отправили по Москве-реке арт-объект в виде деревянного козла — традиционного символа плодородия и хорошего урожая в Чехии.

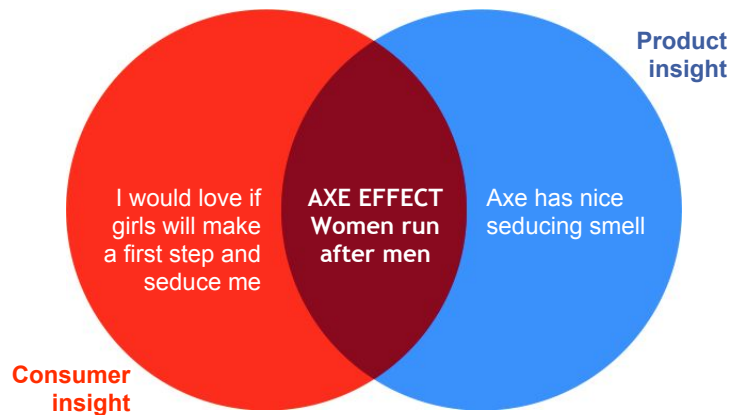
Акция привлекла массовое внимание к бренду, а также стала сюжетом репортажей по телеканалам “Дождь”, “360° Подмосковье” и “Москва 24”.

[Смотреть ролик](#)

Viral Effect

Есть 2 способа добиться вирусного эффекта. Убедитесь что вы все сделали для того чтобы получить часть бесплатного охвата

ИДЕЯ. Ваша идея должна быть основана на хорошем крепком инсайте аудитории, а не только рассказ об атрибутах бренда.



ИНСТРУМЕНТЫ. give your audience a chance to spread your message. Add share tools and motivate to share content.



Инсайт + инструменты

Новый год 2015/2016 был крайне нервным. Все хотели улететь по привычке но уже не все могли себе это позволить.

На этом инсайте Aviasales построили свою кампанию + добавили вирусные инструменты

Дедушка Мороз, пусть это будет Испания



Дед Мороз, пусть это будет Испания!

Напиши Деду Морозу в Aviasales и выиграй одно из трех путешествий в любую точку мира.

AVIASALES.RU

Like · Share ·  3

Чистая линия “О чем мечтали наши мамы”

Для бренда “Чистая линия” мы провели конкурс и помогли победительнице исполнить мечту ее мамы - свадебную церемонию в Санкт-Петербурге, а затем сняли трогательный видео-ролик.

Проект “О чем мечтали наши мамы” мы снимали на настоящие VHS камеры, чтобы добиться реалистичности ретро-кадров домашних камер девяностых годов.

[Смотреть видео-кейс](#)

Показатель	Значение	Описание
Reach	high-low	Охват должен быть одной из ключевых целей в digital кампании для большинства продуктовых категорий. Не используйте весь бюджет на сложное производство сайтов или видео, которые никто не увидит. Разделите бюджет таких образом, чтобы как минимум 70% было потрачено на продвижение, и только 30% на производство.
Role of the Brand	high-low-no	Охват без понятного присутствия бренда не имеет смысла. Убедитесь, что в каждом креативном материале роль бренда/продукта интересная, уникальная, заметная.
Multichannel Approach	consistent not consistent	Потребители не играют в смысловые квесты в рекламе, они хотят понять все быстро и сразу. Важно, чтобы каждый креативный материал в каждом touchpoint был понятным, самодостаточным и целостным. Из обычного баннера потребитель должен понять смысл кампании, даже если он на него не кликнул.
Digital + Trade	high-low-no	Что у вас происходит в Trade канале в момент проведения digital кампании? Очень важно чтобы флайты совпадали и имели одно сообщение, если мы действительно хотим повлиять на продажи.
Celebrities	effective / not effective	Используйте селебрити в digital кампании только в случае, если вы уверены что это даст серьезное увеличение охвата проекта. Сам по себе селебрити очень мало дает если используется только в digital канале и сильно увеличивает production часть расходов. Например в интернет есть очень много селебрити с собственными каналами и возможностью высокого охвата.
Situational Approach	high-low-no	Планируйте кампанию так, чтобы часть активаций была привязана к актуальным медиатрендам. Тогда у вас есть шанс получить экстра KPI без дополнительных инвестиций.
Viral Effect	high-low-no	Насколько ваша идея базируется на важном для целевой аудитории инсайте? Насколько механики активаций дают возможность и мотивируют поделиться креативными материалами проекта? Постарайтесь продумать оба вопроса и получить максимум от участников проекта.
PR Effect	high-low-no	PR канал это эффективный способ увеличить Reach показатель проекта. Постарайтесь доработать идею так, чтобы ее можно было распространить при помощи PR инструментов.

СПАСИБО!



+7(495) 646-74-08 **HELLO@AFFECT.RU** **WWW.AFFECT.RU**

AFFECT DIGITAL / VIRAL / SMM / MOBILE / VIDEO / MEDIA