

БРЕНД ПЛАНИРОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ ХАОСА

- Александр Ерофеев
- Руководитель Стратегического Маркетинга
- Лаборатория Касперского



SAVING
THE WORLD
FOR 20 YEARS

Элементы хаоса

Ценности
потребителей

Потребление
медиа

Отношение к
рекламе

Изменения
рынков



Ценности потребителей



Ronald Inglehart

Постматериализм

- *Индивидуализм*
- *Радикализм + отказ от гармонии*
- *Беспокойство по поводу прогресса*
- *Новые общности*
- *Проницаемость границ*
- *Переосмысление роли семьи и семейных связей*
- *«Феминизм»*

Поколение Я

КТО ОНИ

- Прагматики
- Потребители цифрового контента
- Карьеристы
- Скептики
- Глобалисты

КТО НЕ ОНИ

- Романтики
- Потребители традиционных СМИ
- Позитивные бездельники
- Антиглобалисты
- АКТИВНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ

Трансформация передачи информации

- Правило 10 секунд
- Цифровые И мобильный каналы получения информации
- Дополняемые контент
- Многослойная реальность
- Связанность/сингулярность

Медиа

- OTT (Over the Top) платформы
- Мессенджеры как медиа
- Интегральные медиа измерения
- Виртуальная реальность
- Искусственно генерированный контент
- Микротаргетинг

Доверие к рекламе

Мы знаем, что доверие к
рекламе устойчиво
верным высказыванием
снижается

- *Последние несколько лет падение доверия к рекламе прекратилось*
- *Что связано прежде всего с возможностью выбрать рекламу – или отказаться от выбора*
- *Поколения Z (Я) и особенно Y (Ты) настроены по отношению к рекламе особенно позитивно*
- *При этом наблюдается некоторое падение доверия к «рекомендациям знакомых»*

Почему так происходит?

- ❖ *Слишком много «незнакомых знакомых» в социальных сетях*
- ❖ *Знаменитости коммерциализируют свой успех и больше не вызывают восхищения и доверия*
- ❖ *Нативные форматы рекламы*
- ❖ *«Естественный отбор» рекламы в современных цифровых медиа*

Цифровая безопасность и цифровая свобода

Что беспокоит пользователей цифровых устройств в мире

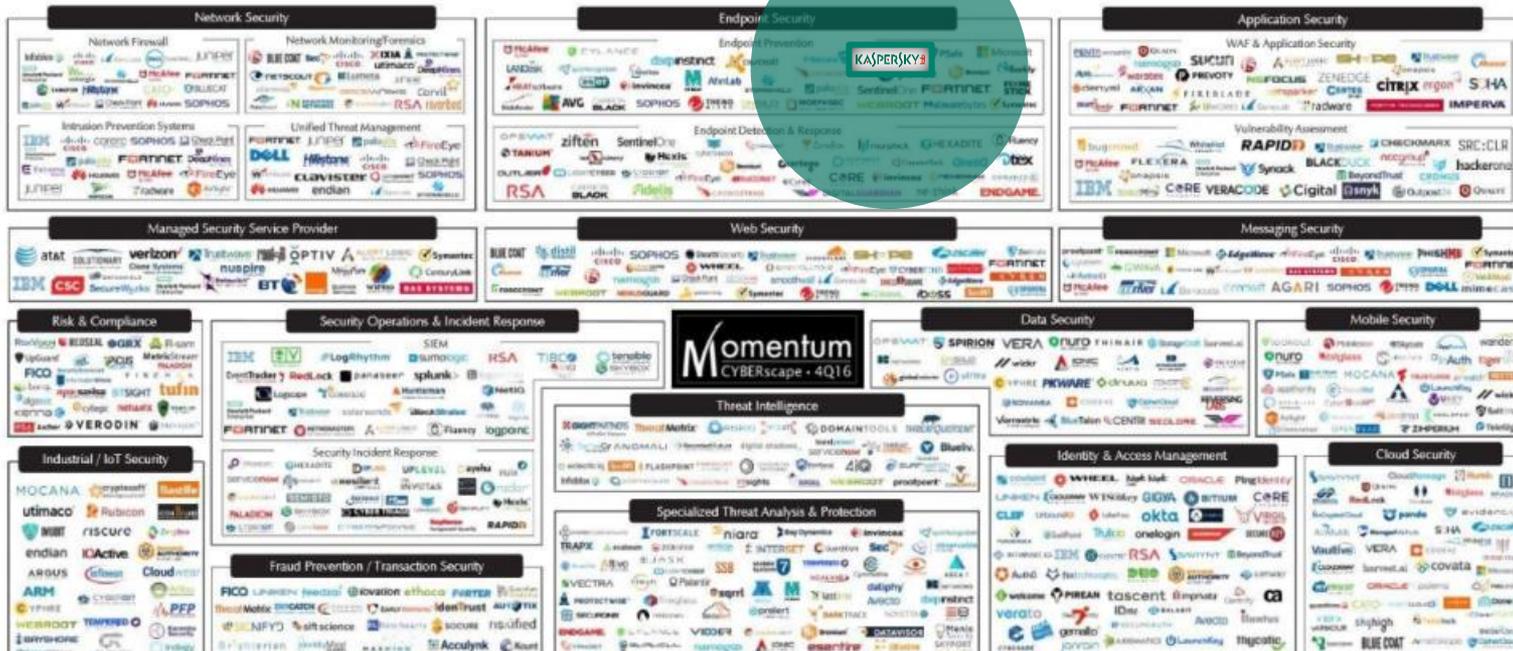


- Интернет Людей
- Потеря частного пространства
- Кибербуллинг
- Интернет знает о Вас больше, чем вы сами
- Контроля за пользователями и данными со стороны государств и других организаций

Конкуренция

CYBERscape: The Cybersecurity Landscape

The Security Sector Is Dynamic And Vast. We Are Ceaseless & Vigilant In Our Coverage.



Проблемы управления брендом

1.Тактические

- Скорость реакции для цифровым каналам
- Разноформатность
- Свобода принятия решений или контроль
- Локальные инициативы
- Разнородность бизнес активностей

2. Стратегические

- Соответствие изменениям ценностей потребителей
- Соответствие миссии компании
- Глобальность
- Отличие от других
- Единая платформа для маркетинга, PR и внутренней коммуникации

Как мы это делаем

- От слов к ощущениям
- От консистентности к диалогу
- От KPIs к applied data science
- «Умный брендинг и мудрый брендинг»
- Вечеринка Бешеного Чая
- Миссия как часть бренда

