

® U S Б Р Е Н Д  
АССОЦИАЦИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ  
ФИРМЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРК



Adindex



H:P:A

# Рекламный рынок: новые правила

Каролина Соколова  
Генеральный директор ЭВЕРЕСТ



ЭВЕРЕСТ  
СЕЙЛЗ-ХАУС

**Какие планы?**

**Играть вдолгую!**



# Быстрый эффект – это хорошо, но ...

## Каждая 5

спонсорская заставка  
содержит прямой  
призыв к покупке

## Каждый 3

видеоролик в сети  
сайтов ЭВЕРЕСТ  
содержит прямой  
призыв к покупке

## x20

выше доходность  
рекламных кампаний  
для более узнаваемых  
брендов

**Бренды мечты  
формируются  
смыслами  
и эмоциями**



**Как?**

**Долгосрочная стратегия**

**Креативные истории**

**Переосмысление правил**

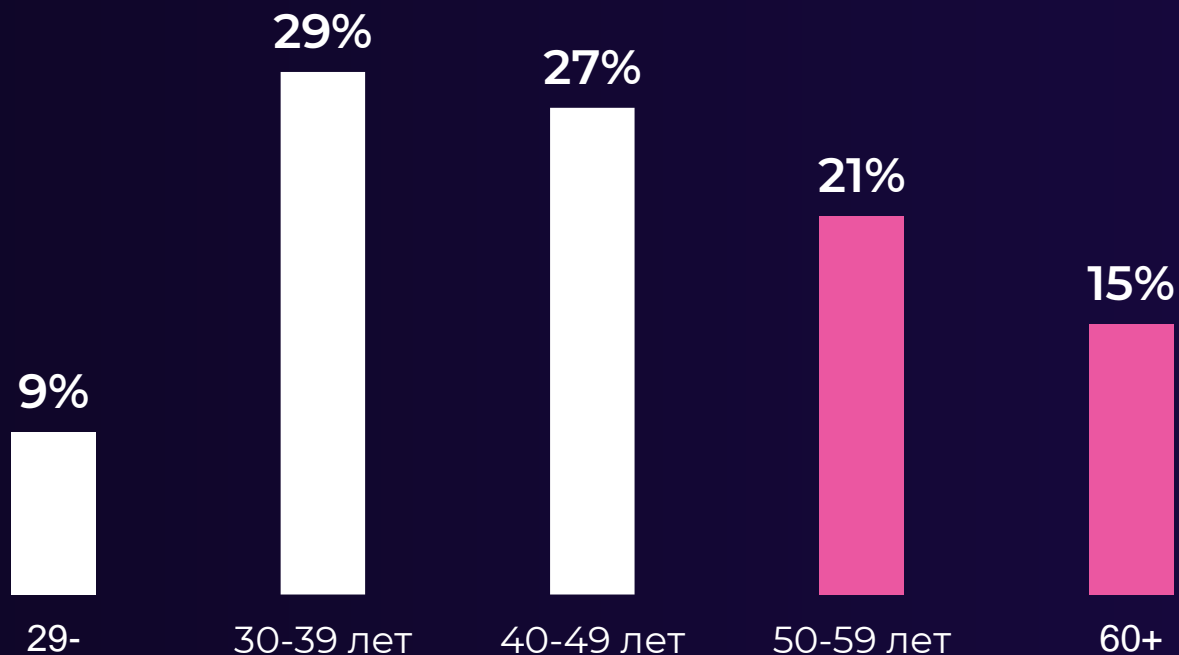
# Новый взгляд на аудиторию

**КАЖДЫЙ 3**

рубль в обороте  
FMCG поступает  
от аудитории 50+

**КАЖДЫЙ 5**

в аудитории 50+  
ищет информацию  
о товаре/услуге  
после контакта с ТВ-  
и онлайн-видеорекламой



Распределение трат по возрастным группам (в ден. выражении)

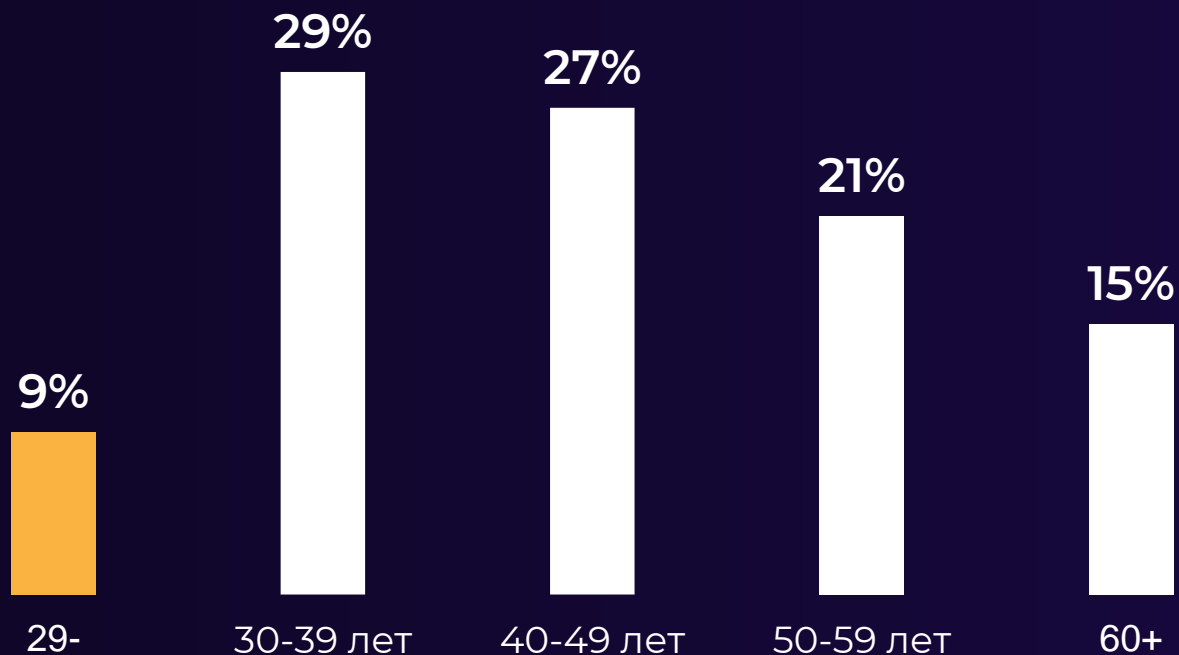
# Новый взгляд на аудиторию

**67%**

школьников  
пользуются  
банковскими  
картами

**70%**

родителей  
советуются  
с детьми  
при покупке  
одежды



Распределение трат по возрастным группам (в ден. выражении)

Надо строить  
бренд и делать  
это **осознанно!**