



МАРКЕТИНГ В НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Анна Дробаха, СМО

Чего хотят потребители?

92% потребителей не
считают, что брендам
нужно останавливать
рекламу

77% потребителей
считают, что бренды
должны говорить о том,
чем они полезны в новой
повседневной жизни

72% потребителей ждут
от рекламы позитивного
взгляда, а **62%** ожидают
подбадривающего тона

В период самоизоляции
спрос на развлечения -
онлайн игры и кино -
вырос в три раза!

Что делать брендам?

Быть полезными и
релевантными,
поддерживать и
развлекать

Знать свою роль

Искать новые проблемы
и потребности,
создавать новые
возможности

Таргетировать людей с
конкретными
потребностями,
предлагая им решение

Экспериментировать и находить новые источники роста

Измерять результат
через А/Б тесты, гео-
эксперименты или
выколотые точки

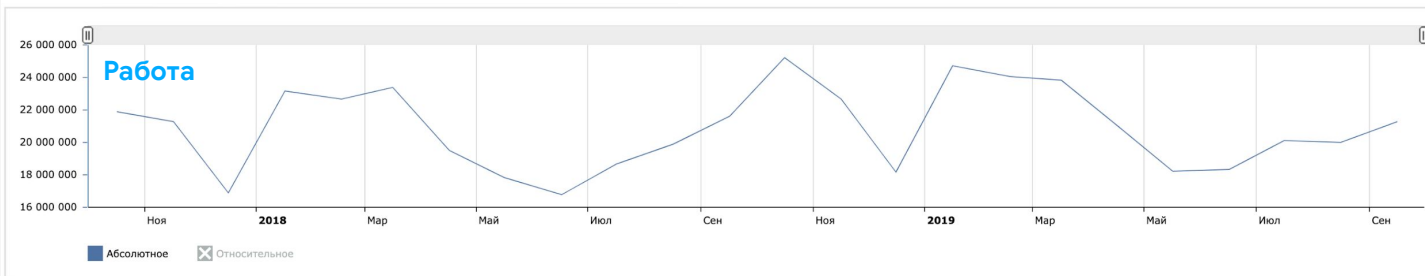
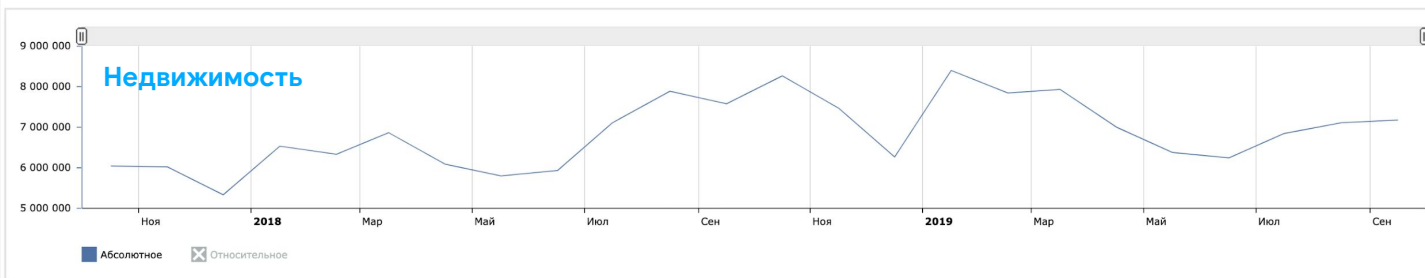
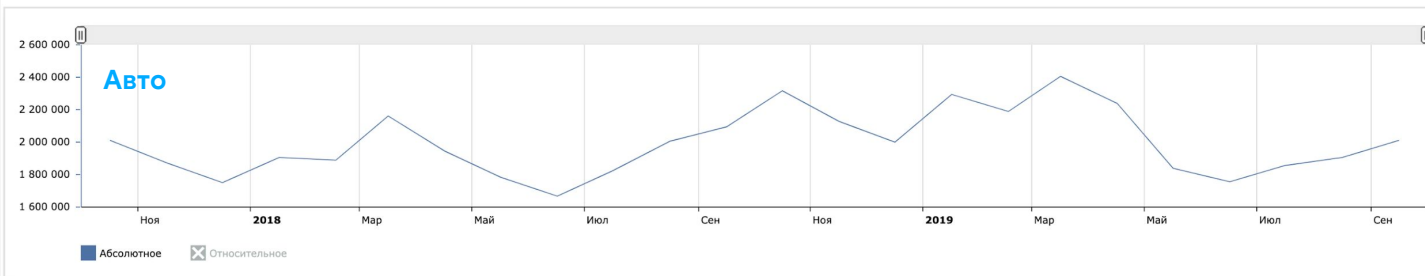
Строить прогнозы и
сценарии **if... then...**

Как выбрать стратегию бренда 2021?

Следовать за
пользователем в том
числе при выборе
стратегии

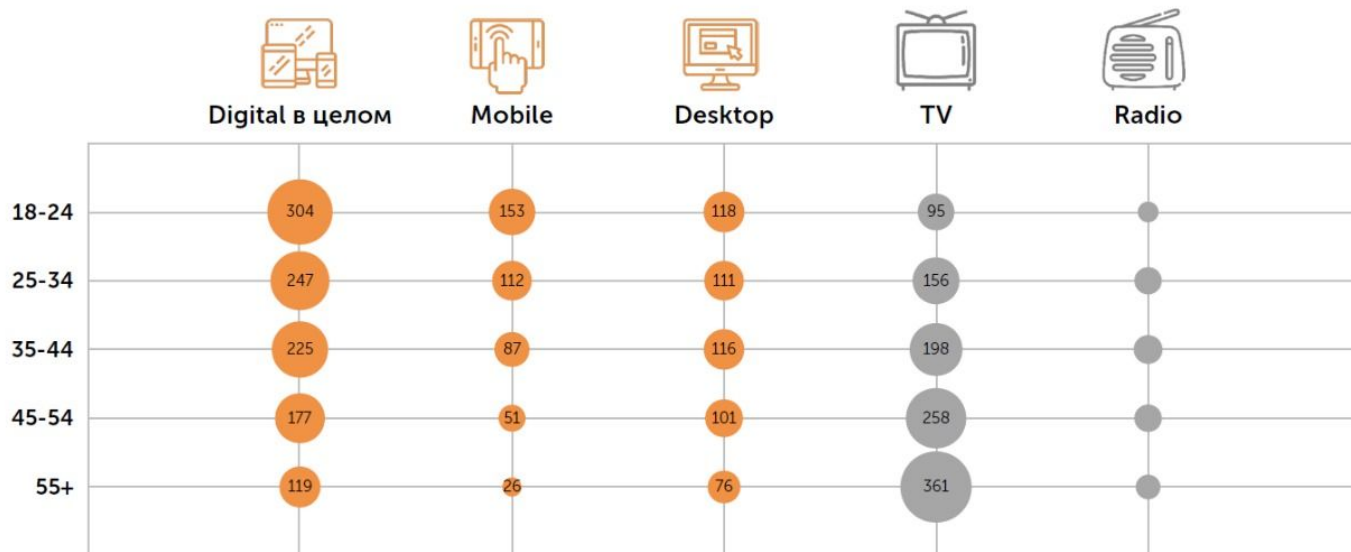
Динамика спроса

Следить за трендами и быть в эфире в момент повышенного спроса и/или таргетировать аудиторию с намерением



Динамика медиа

18-34 - только digital каналы, 35+ ТВ и digital



Автоматизация

Автоматизация маркетинга и использование умных алгоритмов машинного обучения для повышения эффективности маркетинговых инвестиций



Автоматизированные кампании (1:1)*N и стратегии максимизации ROAS

ML-алгоритмы: LTV, сегментация пользователей, присвоение ценности, приоритизация сегментов

Интеграция данных для применения умных алгоритмов машинного обучения

Спасибо!
Вопросы?

www.facebook.com/anna.drobakha