

Мария Дементьева Маркетинг менеджер



Лидер пивоваренного рынка России

*По данным AC Nielsen, Urban+Rural, FY2020 по доле рынка в объемном выражении

Наша цель: объединять людей, делая мир лучше

Компания AB InBev Efes была образована 30 марта 2018 года благодаря слиянию бизнесов AB InBev и Anadolu Efes на территории России и Украины.

AB InBev EFES, Россия



x11

Заводов

x3

Солодовни

ABInBev / EFES

Глобальные цели по устойчивому развитию



Эффективное сельское хозяйство



Экологичная упаковка



Противодействие изменению климата



Бережное отношение к воде

BUD LIGHT НА – ТЕПЕРЬ В РОССИИ





В 2020 BUD LIGHT запустился в России

Успешный международный бренд с
понятым бренд-миром

Цели:

1. Рост Знания бренда
2. Дифференциация от



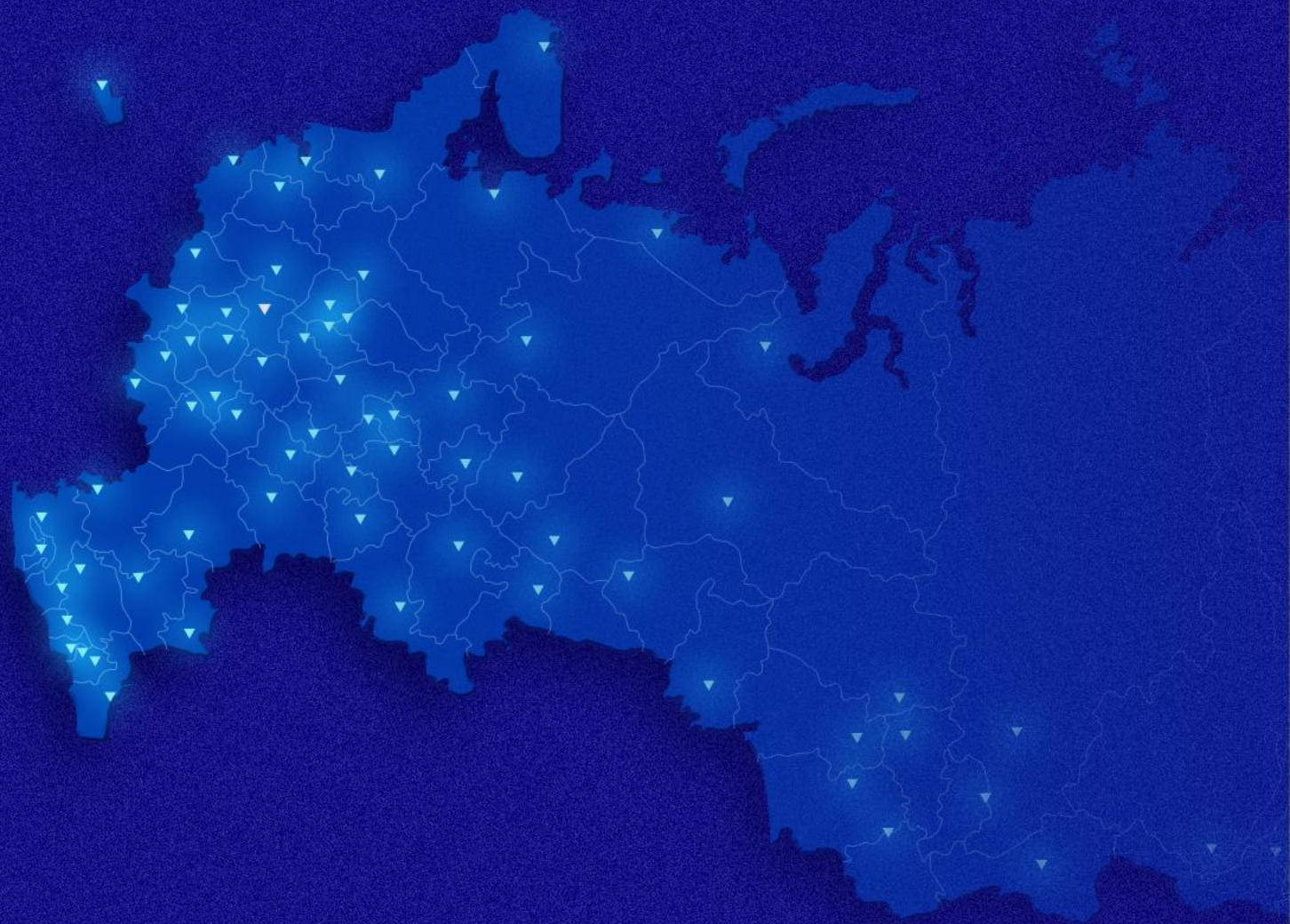
TWITCH в РОССИИ

7,4 млн

Посетителей в месяц

1,2 млн

Посетителей в день



Как быть заметными в клаттере?





ИДЕЯ

ГО КАТКУ **НА ЛАЙТЕ**

приглашение сыграть расслабленно, по фану,
получить удовольствие независимо от результата игры

ЭТАПЫ ПРОЕКТА

APR

MAY

JUN

JUL

AUG

SEP

OCT

1

ЭТАП

ПРЕСС
КОНФЕРЕНЦИЯ
КОМАНДЫ КБУ:

ОБЪЯВЛЕНИЕ
СПОНСОРСТВА

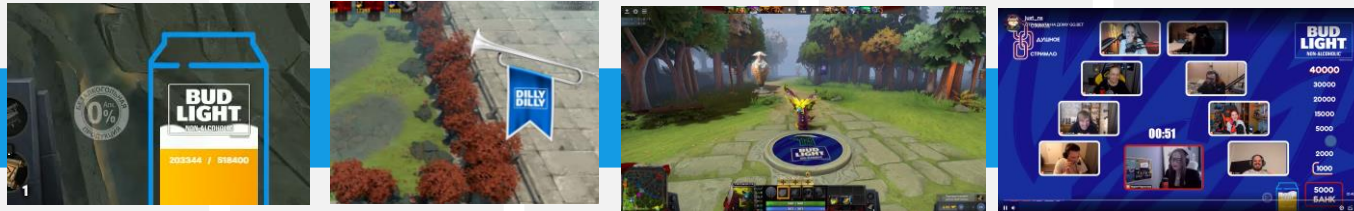


Знание бренда

2

ЭТАП

БРЕНДИРОВАННЫЕ
СТРИМЫ И ИГРЫ
МЕЖДУ
СТРИМЕРАМИ



Знание бренда +
ключевое
сообщение

3

ЭТАП

BUD LIGHT NA CAMP
ОБЪЕДИНЕНИЕ
МИРА ГЕЙМИНГА И
ОБЫЧНОГО МИРА

Знание бренда +
ключевое
сообщение





РЕАЛИЗАЦИЯ

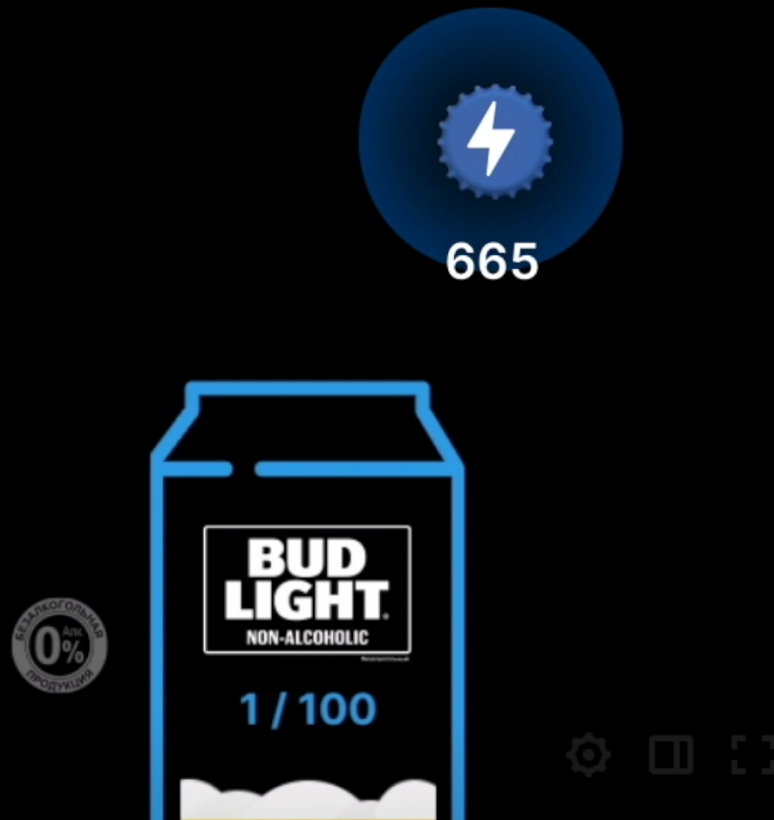
1 ЭТАП ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЯ

Команда КБУ объявила о новом спонсоре, рассказала о планах на сезон и провела шоу-матч с командой Gentlemen



2 ЭТАП

БРЕНДИРОВАННЫЕ СТРИМЫ

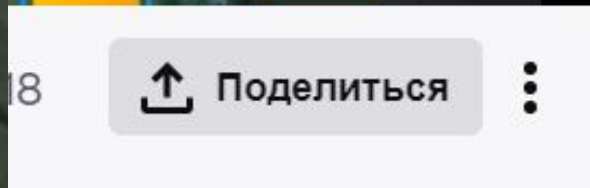


ВИДЖЕТ И ЧАТ-БОТ:

- Банка Bud Light NA заполняется пивом с каждым кликом
- Как только банка наполнена – чат-бот призывает писать в чат Dilly Dilly
- Стример делает Dilly Dilly паузу – берёт еще одну банку BUD Light NA



- 1:53:15 **evgenbl:** #DILLYDILLY
- 1:53:15 **hetzhell:** #DILLYDILLY
- 1:53:16 **annetetatet:** #DILLYDILLY
- 1:53:16 **Asteust:** #DILLYDILLY
- 1:53:16 **alfredq6:** #DILLYDILLY
- 1:53:17 **croksi:** #DILLYDILLY
- 1:53:17 **3v1lprivet:** #dillydilly
- 1:53:17 **totkottod:** #DILLYDILLY
- 1:53:18 **WisEgl:** #DILLYDILLY
- 1:53:18 **White_CatO:** #DILLYDILLY
- 1:53:19 **FaneLun:** #DILLYDILLY
- 1:53:20 **Angott:** #DILLYDILLY
- 1:53:21 **dro4ila2008:** #DILLYDILLY
- 1:53:21 **vioosvioos:** #DILLYDILLY
- 1:53:21 **abGWAINnen:** #DILLYDILLY
- 1:53:21 **Re10ad_:** #DILLYDILLY
- 1:53:22 **not4ormat:** #DILLYDILLY



3 ЭТАП

BUD LIGHT[®]
NON-ALCOHOLIC

CAMP

Стримы компьютерных игр на TWITCH

8 СТРИМЕРОВ
4 ЗАБАВНЫЕ ИГРЫ
СТУДИЯ АНАЛИТИКИ



ONLINE

Стримы оффлайн-соревнований на TWITCH

8 СТРИМЕРОВ
3 СЕЛЕБРИТИ/ШОУ
3 ТЕМАТИЧЕСКИХ ДНЯ



OFFLINE



РЕЗУЛЬТАТЫ

2 ЭТАП
БРЕНДИРОВАНИЕ СТРИМОВ

ВСЕГО 10

43+ МЛН

13 МЛН

18 МИН

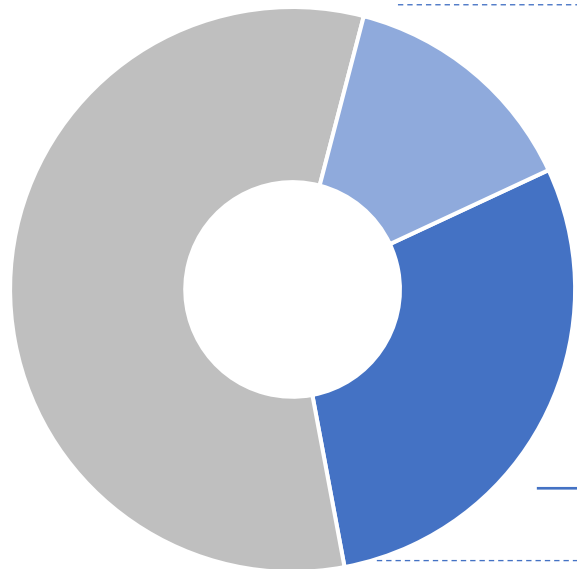
СТРИМЕРОВ

ПРОСМОТРОВ

ЧАСОВ ПРОСМОТРА

СРЕДНЕЕ ВРЕМЯ

КАМПАНИЯ BUD LIGHT НА TWITCH ЗАПОМНИЛАСЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМ И УВЕЛИЧИЛА УЗНАВАЕМОСТЬ БРЕНДА



43%

Зрителей запомнили кампанию Bud Light

2/3

Из них участвовали в активациях

35%



Не видели рекламу

44%



Видели рекламу

Знание бренда выше среди тех, кто видел кампанию на twitch

3 ЭТАП

BUD LIGHT NA CAMP

Охваты в социальных сетях (IG, YT, VK)

4,5 М
контактов

Соревнования между стримерами

0,5 М
просмотров

Соревнования между селебрити и стримерами

0,5 М
просмотров

