



СВОЕВРЕМЕННОСТЬ VS РИСКИ

**Чем выше
турбулентность, тем
более оперативным -
СИТУАТИВНЫМ -
должно быть
реагирование**

3 уровня инфоповодов



ВСПЫШКА

Часто случайные, непрогнозируемые поводы - новости, события, мемы, интерес к которым длится

1-5 дней



ХАЙП

Событие или явление, разворачивается и увеличивает свою популярность за

1-3 месяца



ТРЕНД

Значимая тенденция, обращающая на себя внимание большинства и меняющая поведение потребителя за

6-12 месяцев



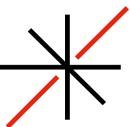
Чем консервативнее восприятие аудитории и строже категория, тем **выше риски** - как репутационные, так и юридические





ВСПЫШКА СЛЕВА. Кейсы своевременного реагирования за сутки.





Российская Сборная побеждает Сборную Испании, а трое болельщиков становятся настоящим мемом



+50%

количество посещений сайта (от сред./день) за день до и в день проведения трансляции благодаря ситуационной РК

22%

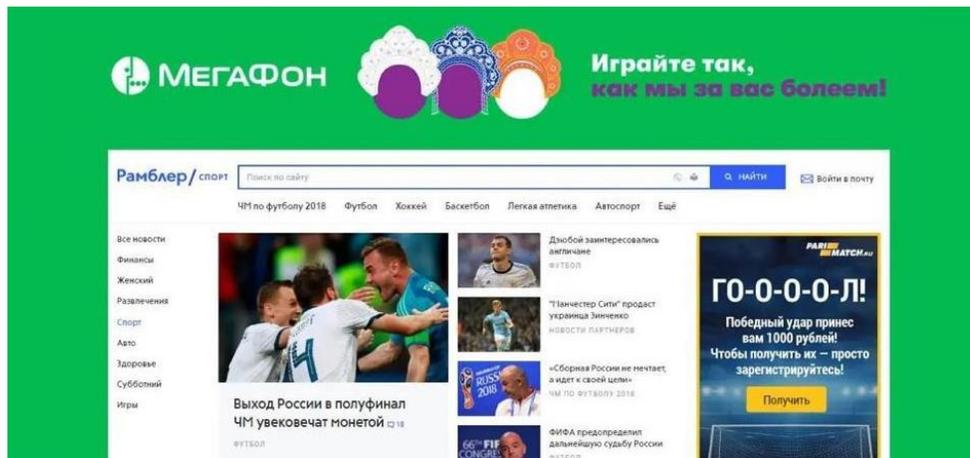
от всех установок приложения с медийных источников было совершено в период ситуативного размещения

-20%

Стоимость установки с медийных источников

Старт в медиа на следующие сутки

Брендинг топ-ресурсов

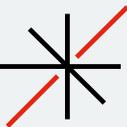


Digital OOH



Digital Banners





ХАЙП. Когда у тебя было несколько недель на решение





Media Instinct Group

2 дня

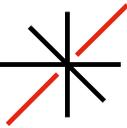
прошло от разработки идеи
в условиях самоизоляции до
выхода в эфир

+10%

выше результаты продаж
бренда «Сальчичон»,
участвовавшего в
интеграции, чем в целом
бренда «Черкизово»



На время периода самоизоляции ТНТ решил показать полноформатное телевизионное шоу по видеосвязи. Все «Comedy Club Карантин Style» были сняты по Skype



Media Instinct Group

S7 Airlines временно вернула свое историческое название — «Авиакомпания «Сибирь» в рамках благотворительной акции по восстановлению сгоревших лесов Сибири



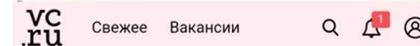
S7 временно вернула авиакомпании название «Сибирь» из-за лесных пожаров

18:18 01.08.2019

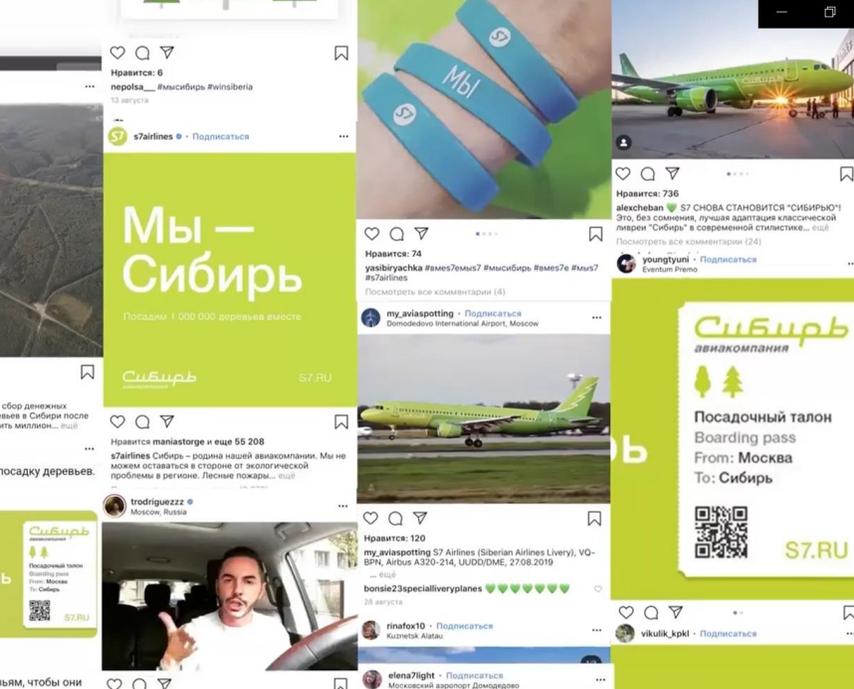
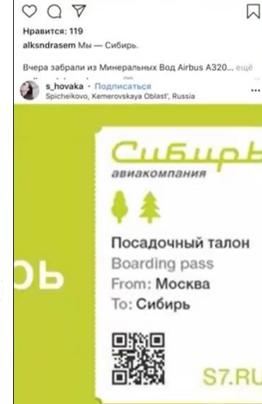


Авиакомпания S7 вернула название «Сибирь» для сбора средств на посадку деревьев

20:17 01.08.2019



Авиакомпания S7 временно вернула название «Сибирь» для кампании по



ТРЕНД. Когда у тебя есть 2-3 месяца на создание проекта





ТРЕНД. 6-12 МЕСЯЦЕВ



Тренд - бум онлайн концертов начиная с весны 2020

ПЕРВЫЙ МУЗЫКАЛЬНЫЙ ОНЛАЙН ФЕСТИВАЛЬ В ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ

+15%

инновационный бренд

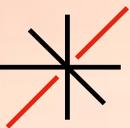
14 млн

просмотров

100 000

взаимодействий

- Расширенная реальность XR
- Виртуальная студия в Москве
- Мощный лайн-ап: Дора, Cream Soda, Feduk, Пошлая Молли и ЛСП
- Виртуальный мир для каждого артиста
- Внедрение интерактивной механики для зрителей



**Но чем выше
скорость,
тем больше
вероятность
свалиться в кювет**





Ошибки неизбежны



Отреагировали на избиение Навального казаками в Анапе



Говорят, что в аэропорту Анапы гостей встречают казаки. Билеты от 999 рублей здесь — <https://goo.gl/AgM2ZE>

- Ilya Kilshin** Горите в аду
Like · Reply · 17 · 1 hr
- Serguei Parkhomenko** Написал Константин Калинов, Мах Краупов, Янис Дзенис. Ждем ответа. Время пошло.
Like · Reply · 14 · 21 mins
- Lev Parkhomenko** Вы там вообще что ли? Я вас, [redacted] в каждом эфире поминать буду добрым словом.
Like · Reply · 43 · 59 mins · Edited
- Aviasales** Спасибо, вы очень добры. А эфиры — токсичны, не стоит забывать)
Like · Reply · 5 · 1 hr



Пошутили на тему расового скандала в американской академии премии Оскар

Российская аудитория не зашло, в США оскорбленные коллеги попросили срочно удалить рекламу



Поздравили мужчин с 23 февраля сексистским роликом



«Представился случай проиллюстрировать идиотизм маркетинга на собственном примере»

Дмитрий Алексеев
Генеральный директор DNS



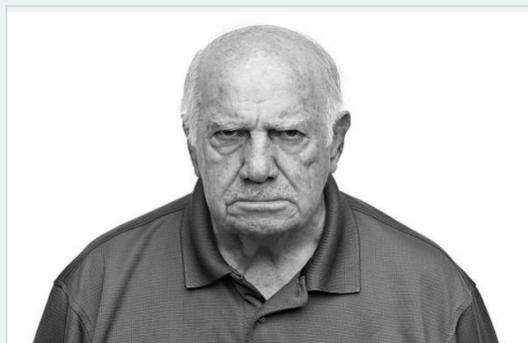
Факторы риска - минимизируйте!



НЕУМЕСТНОСТЬ

Отложите черный юмор на время пандемии

Тональность ситуативной рекламы должна быть адекватна контексту



НЕ ТА АУДИТОРИЯ

Моргенштерн - исчадие ада для аудитории Россия 1

Чем охватнее медиа, тем менее рискован хайп должен быть



НЕ В ДНК БРЕНДА

Кампания не должна ставить на кон основные атрибуты бренда

Не растеряйте ядерную ЦА



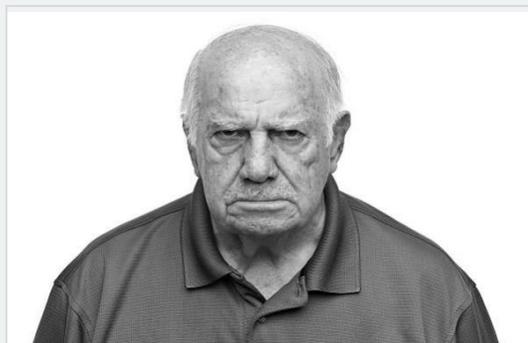
Факторы риска - минимизируйте!



НЕУМЕСТНОСТЬ

Отложите черный юмор на время пандемии

Тональность ситуативной рекламы должна быть адекватна контексту



НЕ ТА АУДИТОРИЯ

Моргенштерн - исчадие ада для аудитории Россия 1

Чем охватнее медиа, тем менее рискован хайп должен быть



НЕ В ДНК БРЕНДА

Кампания не должна ставить на кон основные атрибуты бренда

Не растеряйте ядерную ЦА



ВНИМАНИЕ КОНТРОЛИРУЮЩИХ ОРГАНОВ

Следи за собой, будь осторожен



— MARK TWAIN —
America's Best Humourist.

**К ситуативному маркетингу
следует готовиться еще
больше...**

**“Требуется более трех
недель, чтобы подготовить
хорошую речь экспромтом”**

Марк Твен, писатель, оратор

Стратегии ситуативного маркетинга



СРОКИ ПОДГОТОВКИ КАМПАНИИ

24 ЧАСА



1-2 НЕДЕЛИ



ДО 1 МЕСЯЦА

Стратегии ситуативного маркетинга



СРОКИ ПОДГОТОВКИ КАМПАНИИ

24 ЧАСА

МЕХАНИКА МОНИТОРИНГА ИНФОПОВОДОВ



1-2 НЕДЕЛИ



ДО 1 МЕСЯЦА



Стратегии ситуативного маркетинга



СРОКИ ПОДГОТОВКИ КАМПАНИИ

24 ЧАСА

МЕХАНИКА МОНИТОРИНГА ИНФОПОВОДОВ



УРОВЕНЬ ПРОРАБОТКИ ПРОЕКТА

КРЕАТИВ



1-2 НЕДЕЛИ



АКЦИЯ, АКТИВАЦИЯ



ДО 1 МЕСЯЦА



ПРОДУКТ



Поэтому, если вы решились



СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ВЕКТОР

Разработайте алгоритм планирования, задайте правила и границы допустимого



ГОТОВНОСТЬ К ОШИБКАМ

Будьте готовы к непрогнозируемым рискам и минимизируйте ожидаемые.
Внедряйте культуру терпимости к возможным ошибкам



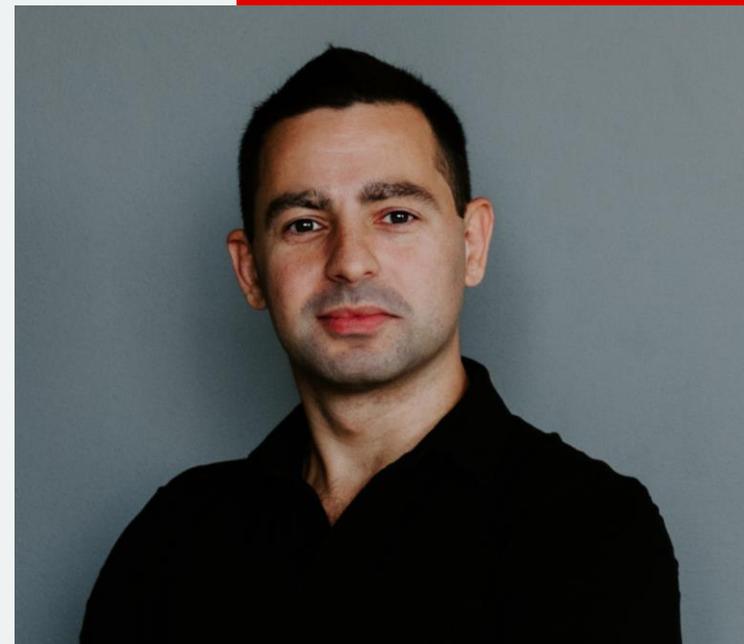
ЛИДЕР БЫСТРОГО РЕАГИРОВАНИЯ

Найдите лидера с твердым характером, навыками кризис менеджмента, готовностью выдерживать риски



**Media
Instinct
Group**

Учитесь **быть
смелыми, играйте
ситуативку, **но**
берегите себя**



**Сироватский
Александр**

Директор по
Стратегии и Развитию
Media Instinct Group

8 (926) 453-65-48