



ПАРНИ ПРОБУЮТ
МЕКСИКУ

INFLUENCER MARKETING CAMPAIGN



МЫ ЗНАЕМ

НАША ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ
МУЖЧИНЫ 25-35

МЫ ХОТИМ РАСТИТЬ
ПОТРЕБЛЕНИЕ:
ДОМАШНЕЕ И КОКТЕЙЛЬНОЕ

НО **70%** АУДИТОРИИ
НЕ ПОКУПАЮТ ТЕКИЛУ
ДОМОЙ*

*DAN Russia survey monkey internal 2016

ПОТРЕБЛЕНИЕ ВИДЕО-
КОНТЕНТА РОСТЕТ **6 ЛЕТ**
ПОДРЯД. ТОЛЬКО В 2016 ГОДУ
РОСТ СОСТАВИЛ 26%*

**FREEWHEEL Video monetisation report (2017)*

ТРЕНДЫ

МОЛОДАЯ АУДИТОРИЯ УСТАЛА ОТ ОБЫЧНОЙ
РЕКЛАМЫ. ДОЛЯ **AD BLOCK** УВЕЛИЧИЛАСЬ
НА **30%** ЗА 2016 ГОД И **СОСТАВИЛА БОЛЕЕ 600**
МИЛЛИОНОВ УСТРОЙСТВ

**PAGEFAIR The state of the blocked web (2017)*

АУДИТОРИЯ ДОВЕРЯЕТ
РЕКОМЕНДАЦИЯМ БЛОГГЕРОВ.
60% ОТВЕЧАЮТ, ЧТО **ГОТОВЫ КУПИТЬ**
РЕКОМЕНДОВАННЫЙ ПРОДУКТ

**PDefy ACUMEN REPORT Constant Content (2015)*



**А ЧТО МОЖЕТ ДЕЛАТЬ
АЛКОГОЛЬНЫЙ БРЕНД?**

ПРАКТИЧЕСКИ НИЧЕГО.



РЕШЕНИЕ?

**НАТИВНЫЕ ИНТЕГРАЦИИ
И СО-CREATION
ВИДЕО-КОНТЕНТА
СО ЗВЕЗДАМИ YOUTUBE**

ЧТО САМОЕ КРУТОЕ НА **YOUTUBE**?

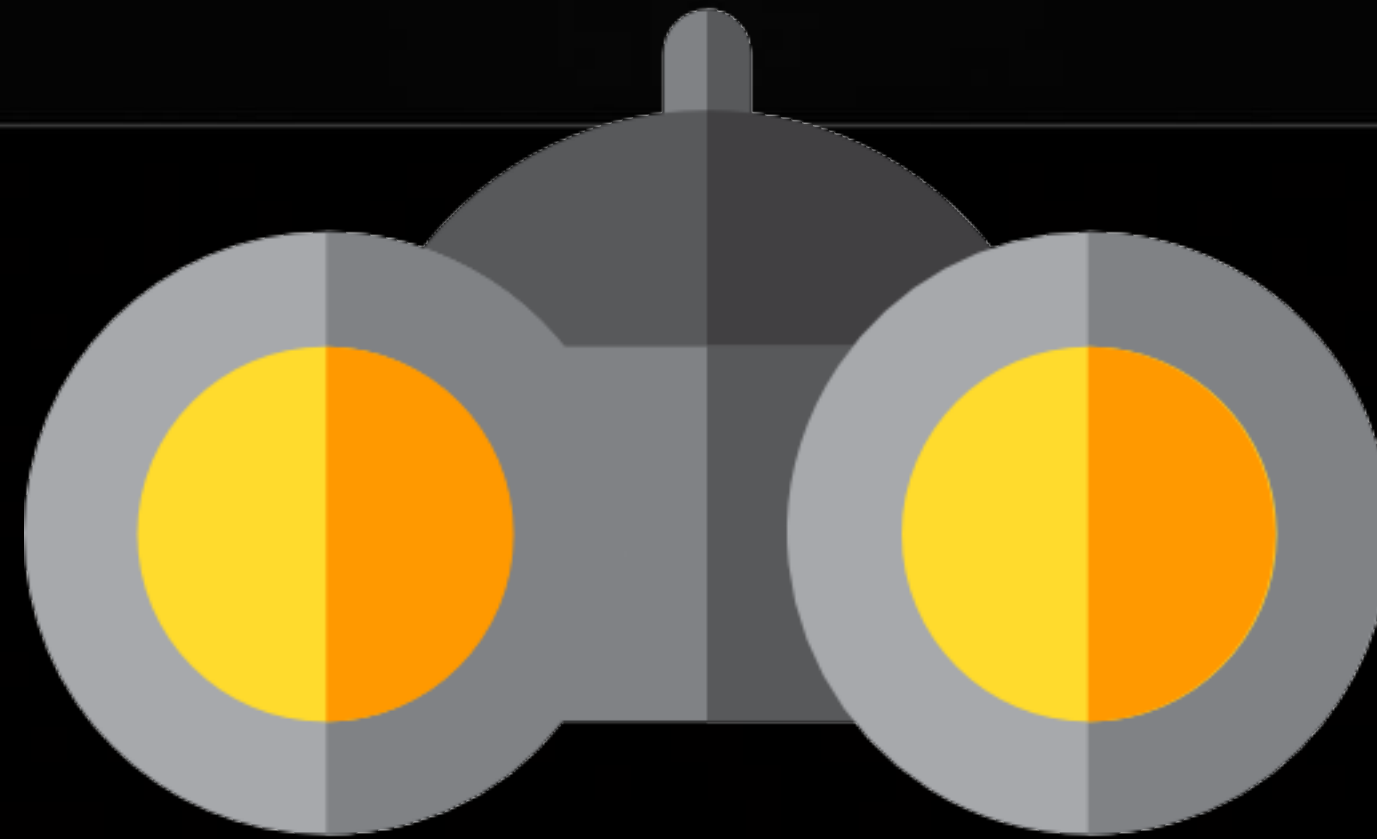
СЕГОДНЯ НА YOUTUBE В РФ
БОЛЕЕ **150 000** ПУБЛИЧНЫХ
КАНАЛОВ

КОНТЕНТ, СОЗДАННЫЙ НА
ЭТИХ КАНАЛАХ,
ГЕНЕРИРУЕТ БОЛЕЕ

4 000 000 000

ПРОСМОТРОВ ЕЖЕМЕСЯЧНО





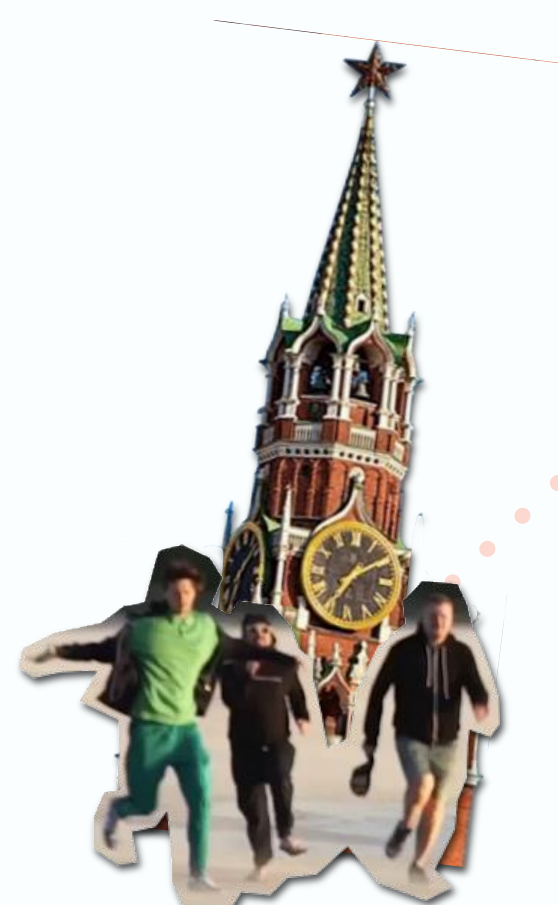
ВО ВСЕМ ЭТОМ МНОГООБРАЗИИ
МЫ НАШЛИ КАНАЛ С **ВИРУСНЫМ
КОНТЕНТОМ**, КОТОРЫЙ ПРИВЛЕКАЕТ
ПОДХОДЯЩУЮ АУДИТОРИЮ:

ДОЛЯ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ **M25+**
ОКАЗАЛАСЬ **БОЛЬШЕ 50%**

ПАРНИ ПРОБУЮТ



ИДЕЯ



★ МОСКВА



☺ МЕХИКО

ОТПРАВИТЬ ПАРНЕЙ НА ПРИКЛЮЧЕНИЕ
В **МЕКСИКУ** И СНЯТЬ ТАМ НОВЫЙ СЕЗОН
ШОУ, В КОНТЕНТ КОТОРОГО БУДЕТ НАТИВНО
ИНТЕГРИРОВАНА **ТЕКИЛА ОЛМЕСА**

МЕХАНИКА



1 ДРОН 2 КАМЕРЫ



8 ЧЕЛОВЕК

МЕХАНИКА

МЕХАНИКА

1 ДРОН 2 КАМЕРЫ

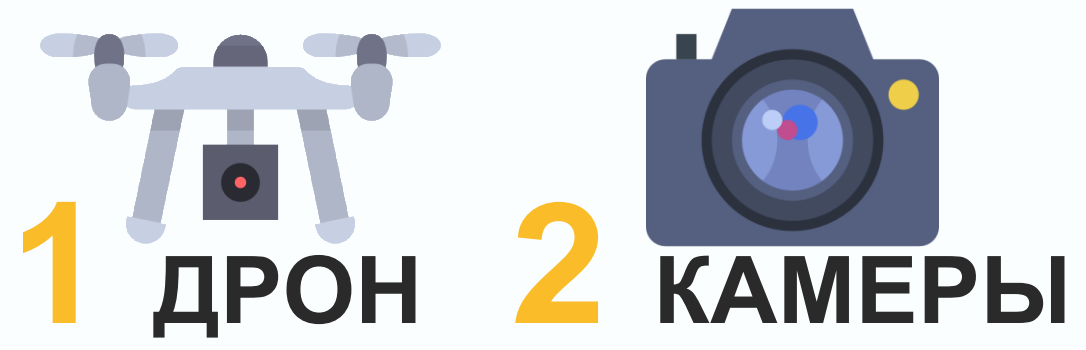


8 ЧЕЛОВЕК



3 ПЕРЕЛЕТА

МЕХАНИКА



МЕХАНИКА

1 ДРОН 2 КАМЕРЫ



8 ЧЕЛОВЕК



3 ПЕРЕЛЕТА

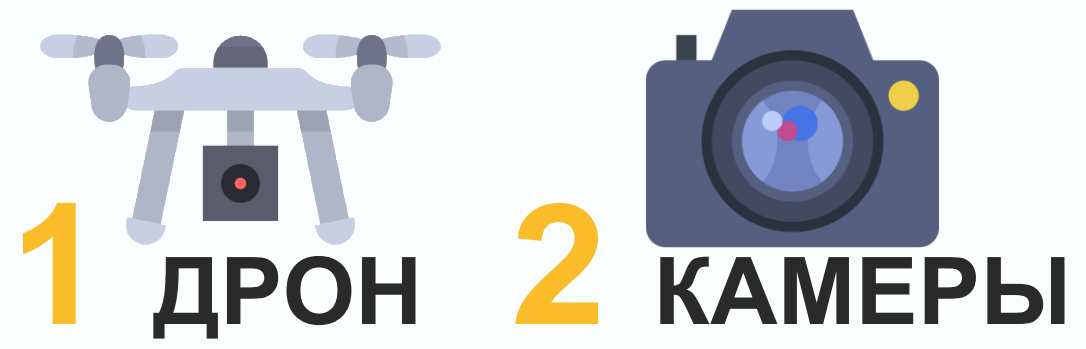


1 МЕКСИКА



3 ГОРОДА

МЕХАНИКА



8 ЧЕЛОВЕК



3 ПЕРЕЛЕТА



1 МЕКСИКА

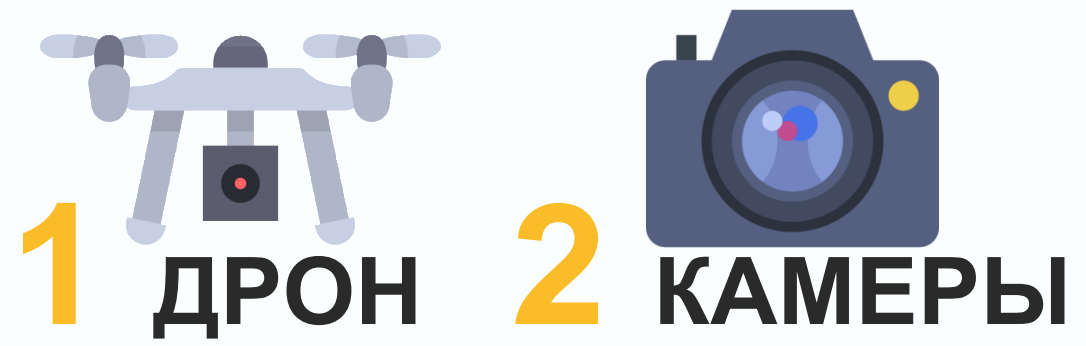


3 ГОРОДА



НА МАШИНАХ,
КВАДРОЦИКЛАХ,
САМОЛЕТАХ

МЕХАНИКА



8 ЧЕЛОВЕК



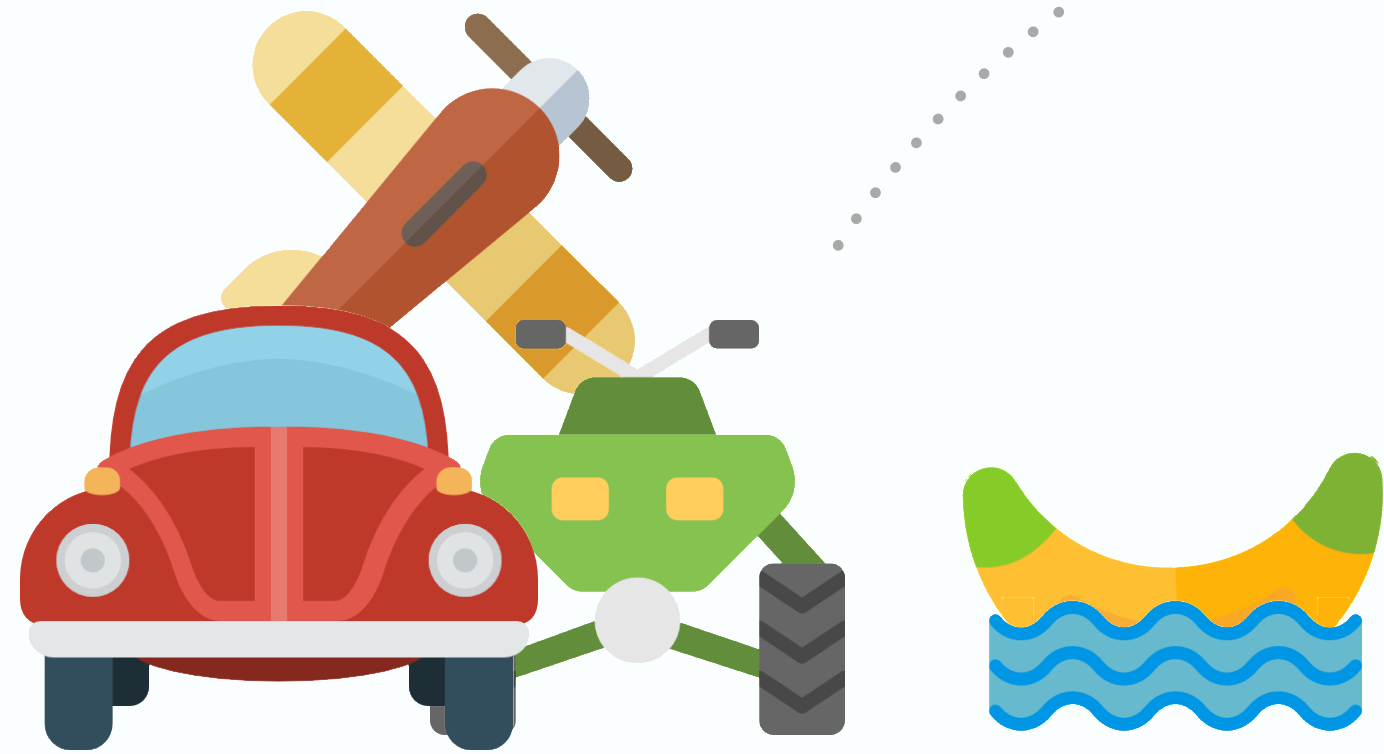
3 ПЕРЕЛЕТА



1 МЕКСИКА



3 ГОРОДА



НА МАШИНАХ,
КВАДРОЦИКЛАХ,
САМОЛЕТАХ И ОДНОМ
ВОДНОМ
БАНАНЕ

МЕХАНИКА

1 ДРОН 2 КАМЕРЫ



8 ЧЕЛОВЕК



3 ПЕРЕЛЕТА



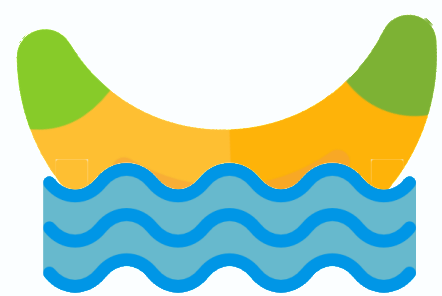
1 МЕКСИКА



3 ГОРОДА



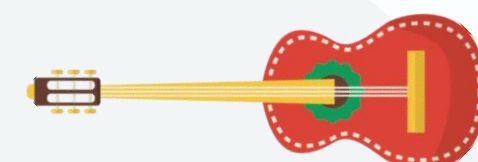
НА МАШИНАХ,
КВАДРОЦИКЛАХ,
САМОЛЕТАХ



И ОДНОМ
ВОДНОМ
БАНАНЕ



СОБИРАЮТ
АГАВУ



ПОЮТ ВМЕСТЕ
С МАРЬЯЧИ



РАБОТАЮТ
ДИДЖЕЯМИ



ПРОБУЮТ
ОСТРЫЕ
СОУСЫ

МЕХАНИКА

1 ДРОН 2 КАМЕРЫ



8 ЧЕЛОВЕК



3 ПЕРЕЛЕТА



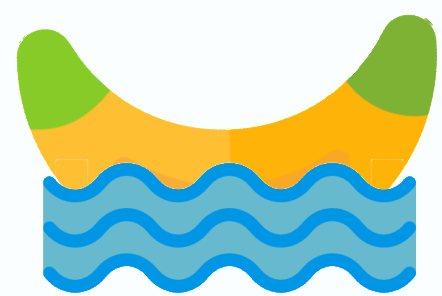
1 МЕКСИКА



3 ГОРОДА



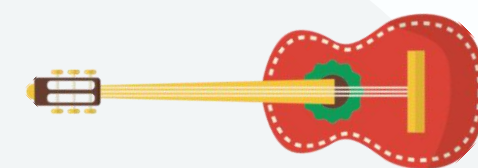
НА МАШИНАХ,
КВАДРОЦИКЛАХ,
САМОЛЕТАХ



И ОДНОМ
ВОДНОМ
БАНАНЕ



СОБИРАЮТ
АГАВУ



ПОЮТ ВМЕСТЕ
С МАРЬЯЧИ



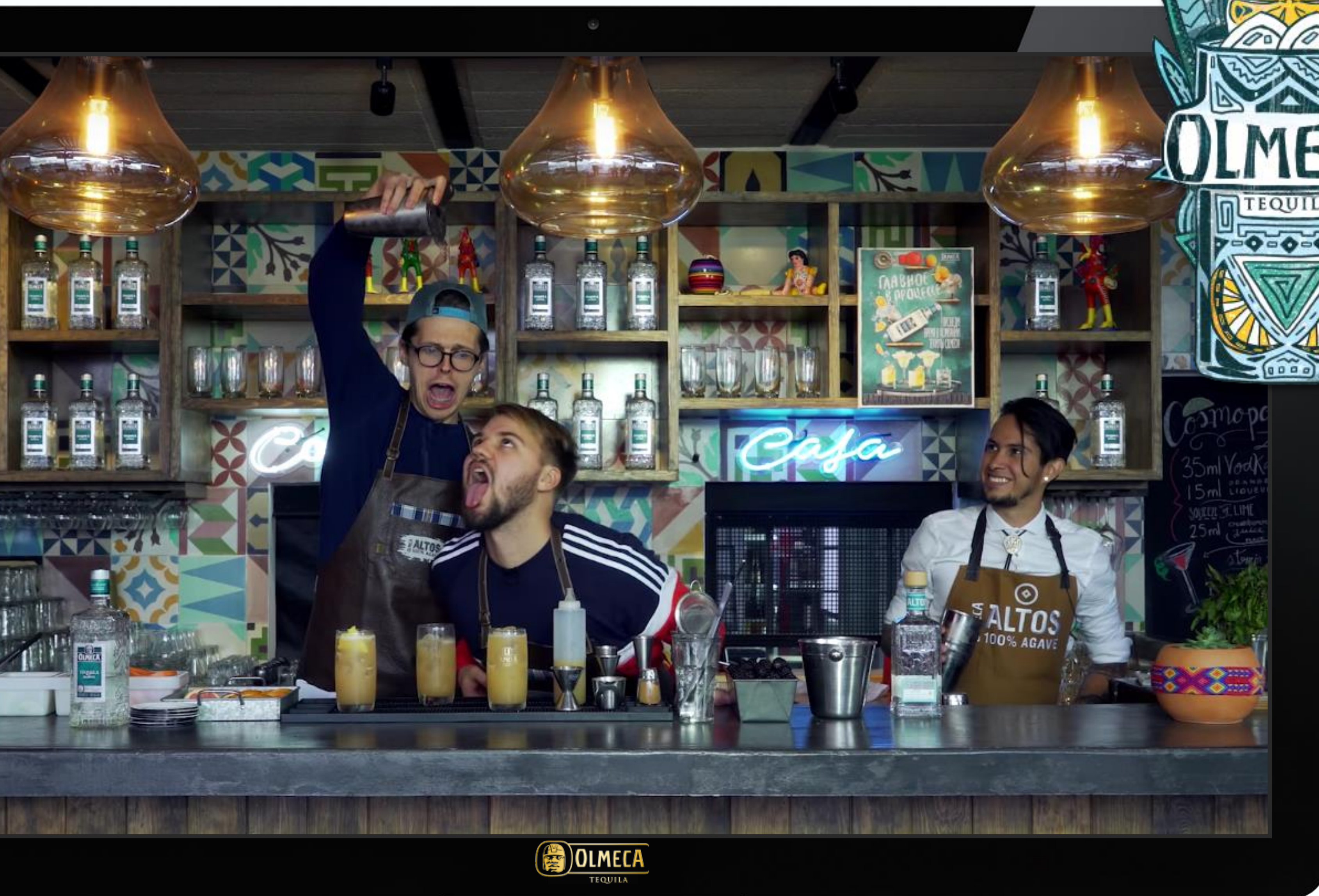
РАБОТАЮТ
ДИДЖЕЯМИ



ПРОБУЮТ
ОСТРЫЕ
СОУСЫ



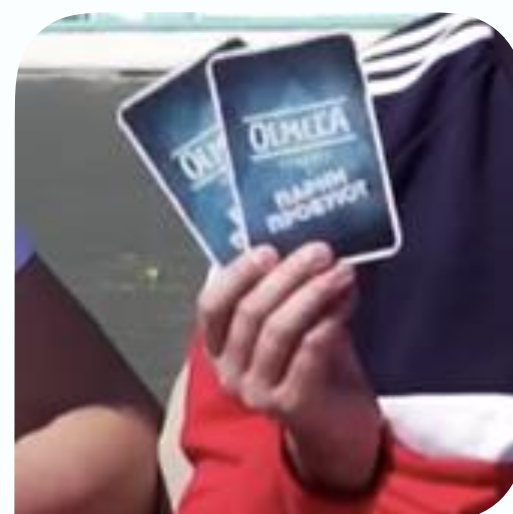
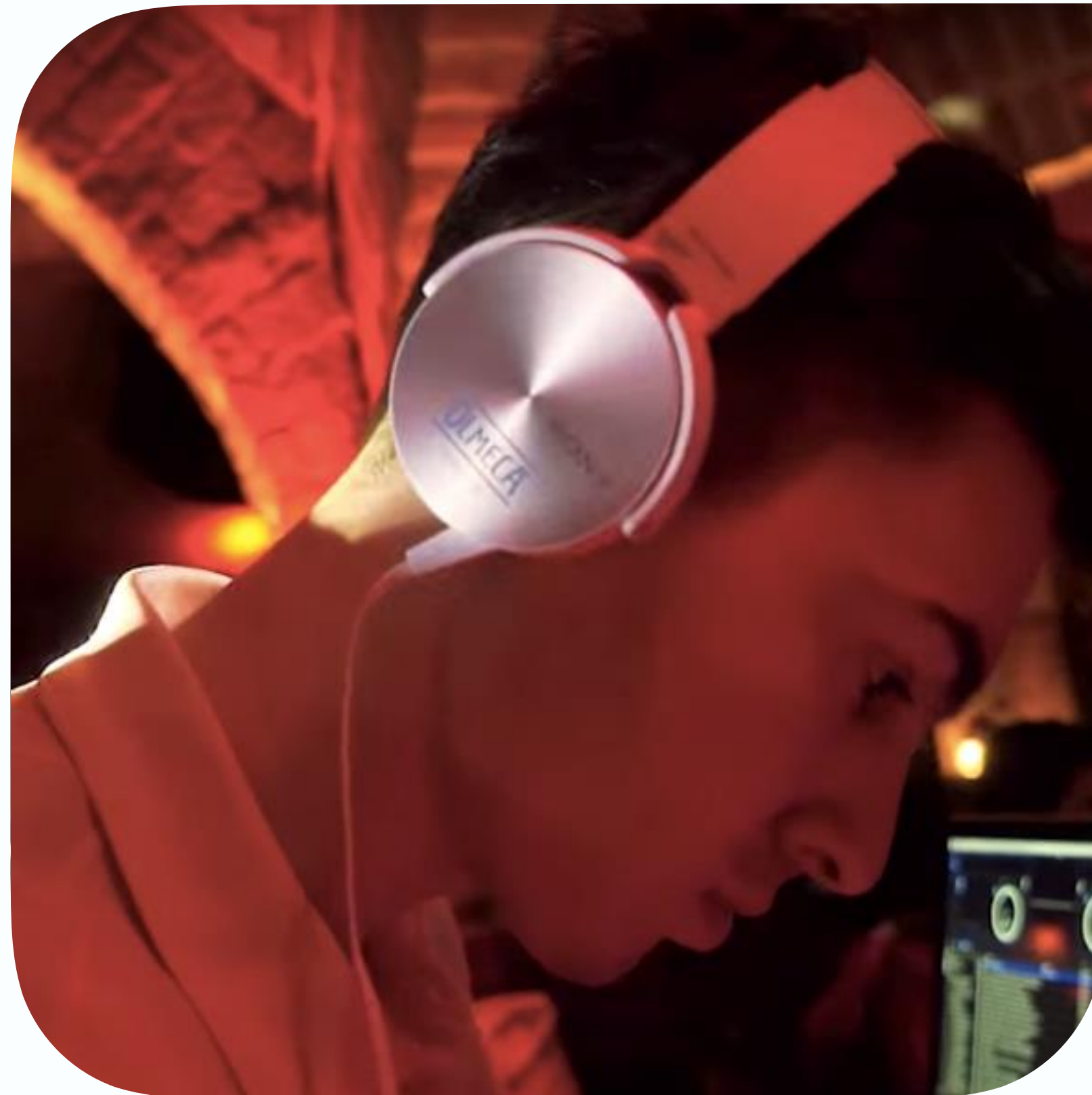
И ПОСТОЯННО
ПЬЮТ **OLMECA!**



**ДЕЙСТВИТЕЛЬНО,
ПОСТОЯННО
ПЬЮТ ТЕКИЛУ!**

ПАРНИ ПРОБУЮТ
МЕКСИКУ





**ОБРАТИЛИ ВНИМАНИЕ
НА БРЕНДИНГ?**

РЕЗУЛЬТАТЫ

3.2mio

ПРОСМОТРОВ
РОЛИКОВ

БОЛЕЕ **2mio**
ПРОСМОТРОВ ДО ПЕРВОГО
КОНТАКТА С БРЕНДОМ

60%

ЦЕЛЕВЫХ
ПРОСМОТРОВ

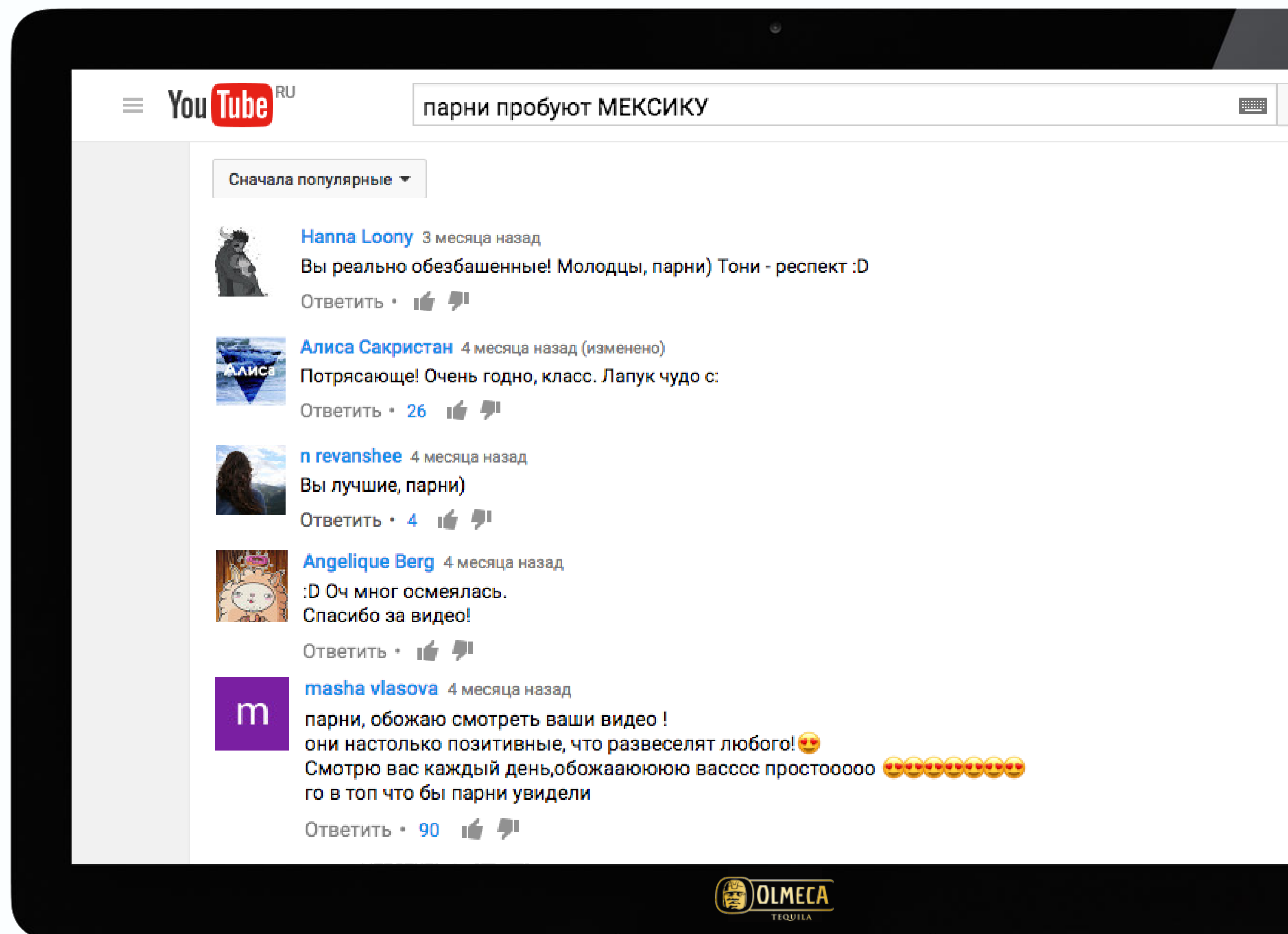
891k ПРОСМОТРОВ
ПРОСМОТРОВ ДО
УПОМИНАНИЯ БРЕНДА

4:39

ГЛУБИНА
ПРОСМОТРА

ПРИ СРЕДНЕЙ
ГЛУБИНЕ ПРОСМОТРА
НА КАНАЛЕ **3:54 мин**

НАТИВНАЯ РЕКЛАМА РАБОТАЕТ



БИЗНЕС ПОКАЗАТЕЛИ?

+1.1% YTD VOLUME

рост доли рынка июль-июнь 16/17



ЧТО ДАЛЬШЕ?



YouTube

ОСТАНЕТСЯ КЛЮЧЕВОЙ
ПЛАТФОРМОЙ, А ВИДЕО
ОСНОВНЫМ ФОРМАТОМ



OLMESA^{MR}

TEQUILA

БУДЕТ ПРОДОЛЖАТЬ
ПОДОБНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО
ДЛЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ЦА



isobar

ПРОВЕДЕТ
BRAND LIFT
НА НОВОЙ ВОЛНЕ