

SSOYS

ИЗ DIGITAL В TV

Как создать
универсальный
КОНТЕНТ



affect

SSOSYS

ЕЖЕДНЕВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

	2012	2015	2019
TV	72%	72%	61%
DIGITAL	45%	59%	76%

ПЕРЕСЕЧЕНИЕ АУДИТОРИИ

	2012	2015	2019
ПЕРЕСЕЧЕНИЕ	56,7%	66,6%	71,4%
только TV	37,1%	25,9%	17,9%
только DIGITAL	4,1%	5,8%	9,7%

Что? Где? Когда? Гарик Харламов и Тимур Батрутдинов | Ошутительное Хоу



ВСЕ ПЕРЕМЕ ШАЛОСЬ

Интернет и TV уже перемешались. Звезды интернета идут на экраны и наоборот. А шоу активно кочуют, как и каналы.



TNT
PREMIER



SSOSYS



СЛОЖИВШАЯСЯ ПРИВЫЧКА

сначала мы делаем
дорогой TV ролик,
а потом просто
пускаем его
в качестве OLV

ПОЧЕМУ НЕ НАОБОРОТ?



OLV более дешевый формат,
а TV зритель избалован



OLV специфично и узконаправленно,
а на TV должен быть максимально
общий сюжет, чтобы всем аудиториям
было понятно



Звёзды IG и YouTube не известны
TV зрителям



SSYS

МОЖНО ПО- ДРУГОМУ

Бренды уже начали использовать
подход к созданию OLV для TV роликов

ТАК УЖЕ ДЕЛАЛИ

7 HD

Реклама YOTA по телевизору с субтитрами

Реклама YOTA по телевизору с субтитрами

осталось - 10 секунд

новый комедийный сериал

САША
СТОГО СВЕТА



SSYOSSS

Мы тоже решили
попробовать

КОММУНИКАЦИОННАЯ ЗАДАЧА БРЕНДА

ПОСТРОИТЬ ЗНАНИЕ О МУЖСКОМ
ПОРТФОЛИО SYOSS СРЕДИ МУЖЧИН



SSOS
Y
S

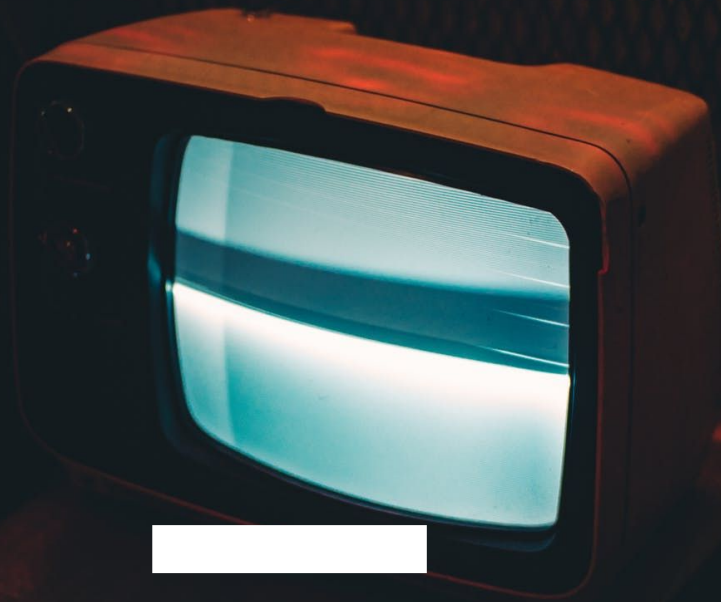
МЫ ОБРАТИЛИСЬ К THINK WITH GOOGLE

Все далее данные взяты с [thinkwithgoogle](https://www.thinkwithgoogle.com) / [nielsen.com](https://www.nielsen.com) / личных консультаций

SSYS

КОНТЕНТ ВАЖЕН

ОТ 50%
ROI зависят
от креатива



SSS
SSS
SSS



Начнем с базы

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ



Возраст: 19-39

Деятельность: студент,
менеджер, специалист

Доход: средний и выше
среднего

96% сидит в Интернете
каждый день

38% смотрит ТВ
каждый день

SYOSS

ВНИМАНИЕ SYOSS MEN

НАША ИДЕЯ

Если ты пользуешься Syoss от тебя
невозможно оторвать взгляд



SSAYS

50%
НАЖИМАЮТ
СКИП СРАЗУ

И дело не в длине
контента.
Мы смотрим
долгие форматы
и ждем их

W I N T E R H A S C O M E

SS
LO
S

Lagavulin Offerman



45 min

Old Spice / Самая длинная
реклама в истории TV

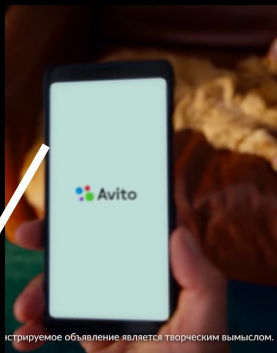


14 hrs



ПРАВИЛО ПЕРВЫХ 6 СЕКУНД

Сразу экшен или
завязка сюжета



Истрируемое объявление является творческим вымыслом.



Темный экран с лого –
это отторжение. Лучше
аккуратно в сюжете

SSOS

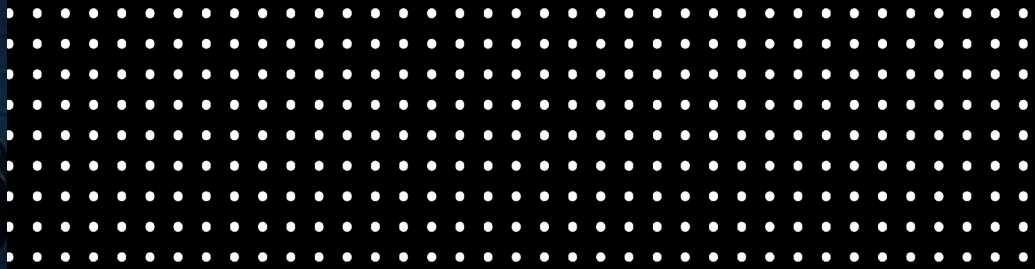


На 15% крупный план может
увеличить просмотры.
Нужен контакт с героем

Не важно, это человек,
ваза или кошка



ИГРАЕМ ПО-КРУПНОМУ



SSAYS



ДЕРЖИМ ТЕМП

- Динамика картинки и сюжета
- Режем паузы
- Воруем джамп-каты у блогеров

SSOSYS

ЛОВИМ ВОЛНЫ ДИНАМИКИ

В ключевые моменты делаем
интересный ход, чтобы
не терять внимание

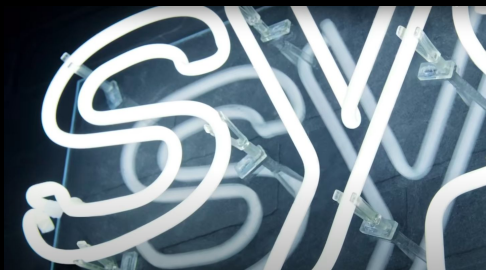


<https://vimeo.com/85523671>



0:00 - 0:01

Появление бренда



0:02 - 0:03 Завязка

сюжета + продукт



0:03 - 0:06 Трюк камеры

+ клейм



0:14 - 0:20 Яркий кадр и

смена локации



0:27 - 0:30 Пэкшот



SSYS



ТЕМНАЯ СТОРОНА ПРОИГРЫВАЕТ

Контраст

Засвеченный
экран

SSS
OY
S

НЕПИСАНЫЕ ПРАВИЛА ДЛЯ ТЕКСТА



КРУПНЫЕ БУКВЫ
ХОРОШО
ЗАПОМИНАЮТСЯ



Героя нельзя
закрывать, помним
про внимание

SSYS

ЛИДЕРЫ МНЕНИЙ

Узнаваемое лицо
хорошо работает как
на TV, так и в digital

При этом не важно,
откуда селеб начал
свою карьеру



Красава

SSYS

ЧТО У НАС ПОЛУЧИЛОСЬ

НАШ РОЛИК

РЕЗУЛЬТАТЫ / МЕДИА

38% средний уровень
досмотра ролика 30 сек¹

на **48%** удалось СНИЗИТЬ
Cost Per View²

34 млн просмотров
на YouTube³

1 - данные Google Analytics по кампании Syoss Men в ноябре-декабре 2019; 2 - внутренние данные Henkel; 3 - сумма просмотров за кампанию Syoss Men ноя-дек 2019 - апрель 2020, данные по 15 неделю включительно

РЕЗУЛЬТАТЫ / БРЕНД

+9%пп более молодой

+4%пп более современный

55% хотят купить Syoss после просмотра рекламы



SSS
YO
S

РЕЗУЛЬТАТЫ / ПРОДАЖИ

x2

достигли рекордной
доли рынка¹

+23%

выросли продажи бренда
во время кампании²



1 - отчет Nielsen по аудиту розничной торговли по категории Шампуни за период ноя 2019 - фев 2020, действительно на 13 апреля 2020

2 - отчет Nielsen по аудиту розничной торговли по категории Шампуни за период ноя 2019 - фев 2020 против ноя 2018 - фев 2019, действительно на 13 апреля 2020

SSO

ДЕЛАЕМ КОНТЕНТ КРАСИВЫМ

УВИДИМСЯ НА ЭКРАНАХ TV
И НОУТБУКОВ



affect