

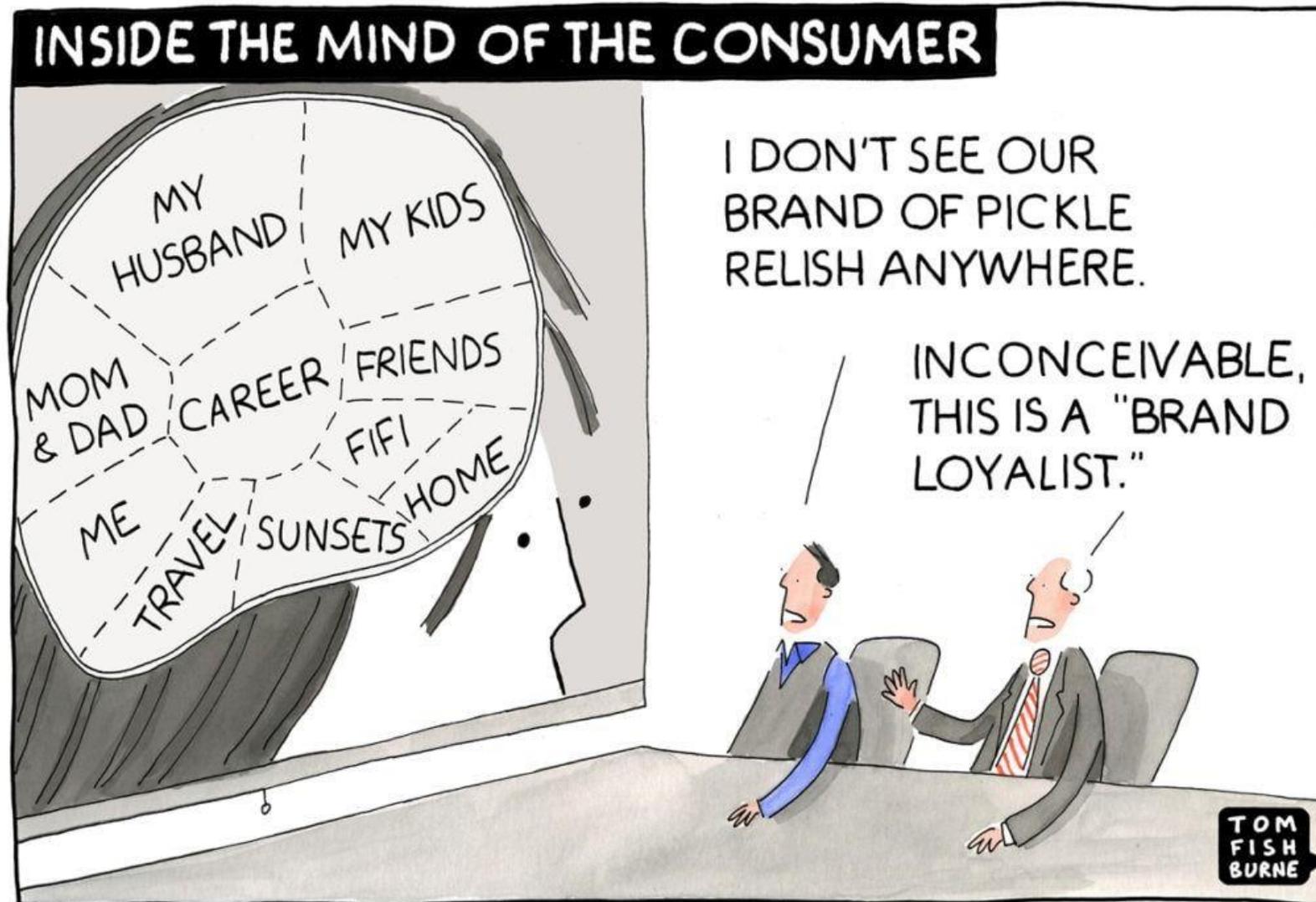
МЕГАФОН



КОНСИСТЕНТНОСТЬ КРЕАТИВА

ИЛИ КАК ОБМАНУТЬ МОЗГ!

ПОТРЕБИТЕЛЬ ВАШЕГО БРЕНДА НЕ ДУМАЕТ О ВАШЕМ БРЕНДЕ!



НАШ МОЗГ ВЫБИРАЕТ САМЫЙ ПРОСТОЙ ИЗ ВАРИАНТОВ, ПРЕДПОЧИТАЯ ПРИВЫЧНОЕ И БЕЗОПАСНОЕ НОВОМУ

ИМПУЛЬС
ПОТРЕБНОСТЬ



НЕ ДУМАЮТ О БРЕНДАХ

НЕ ДУМАЮТ О БРЕНДАХ

РЕШЕНИЕ

**КОНСИСТЕНТНОСТЬ РЕКЛАМЫ –
«ЛАЗЕЙКА» ДЛЯ МАРКЕТОЛОГОВ В
МЕХАНИЗМЕ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ**



КОНСИСТЕНТНОСТЬ

это набор повторяющихся элементов бренда, которые облегчают узнавание бренда и ассоциаций, связанных с ним

№86*
\$12,19
млрд.

*Рейтинг стоимости брендов 2016



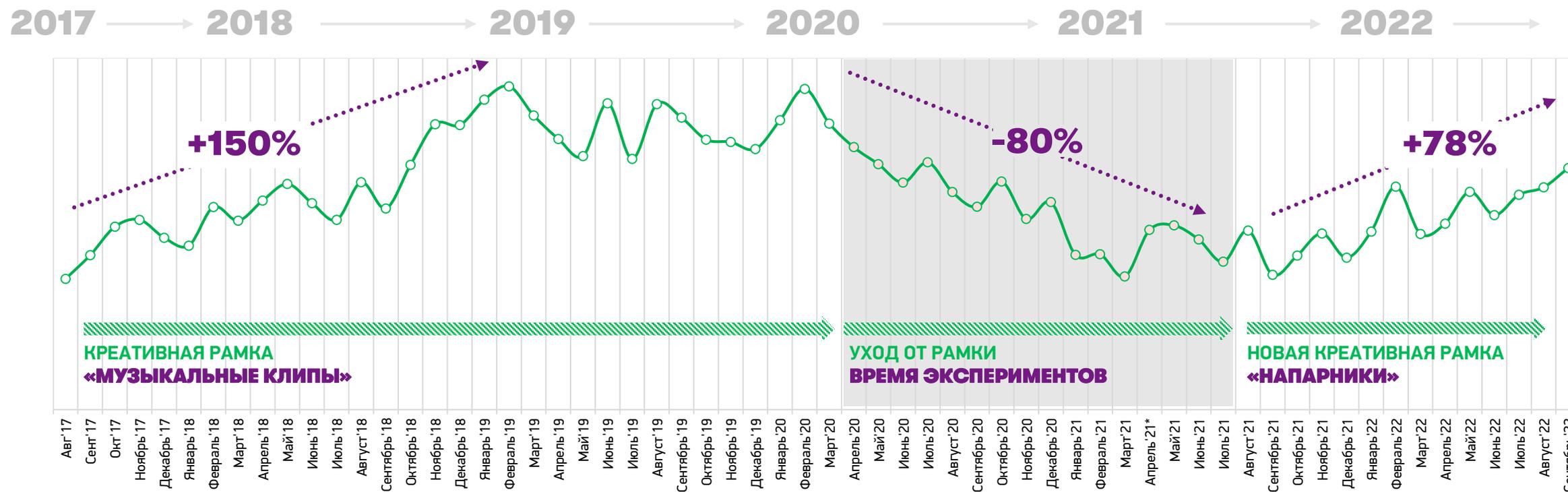
№13*
\$80,13
млрд.



ЭКСПЕРИМЕНТЫ С КОНСИСТЕНТНОСТЬЮ НАПРЯМУЮ ОТРАЖАЮТСЯ НА TOP OF MIND БРЕНДА

СПОНТАННОЕ ЗНАНИЕ РЕКЛАМЫ МЕГАФОНА

(% видевших рекламу и правильно атрибутировавших бренд)



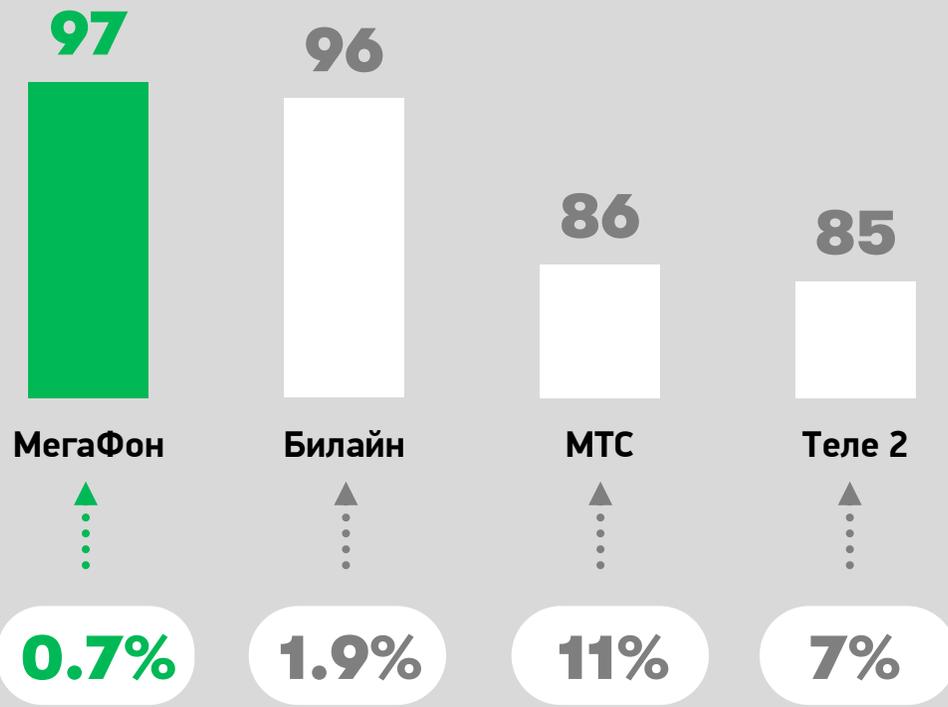
КОНСИСТЕНТНОСТЬ РЕКЛАМЫ ПОВЫШАЕТ ЕЕ ROI

10%

экономия бюджета МегаФона от перехода
на сквозную креативную рамку в 2017
Средняя узнаваемость марки в роликах выросла
с 92% до 97%

СРЕДНЯЯ РАСПОЗНАВАЕМОСТЬ МАРКИ В РОЛИКЕ, %

Январь 2018 – Апрель 2020



СРЕДНЕЕ ОТКЛОНЕНИЕ В РАСПОЗНАВАЕМОСТИ МАРКИ, %

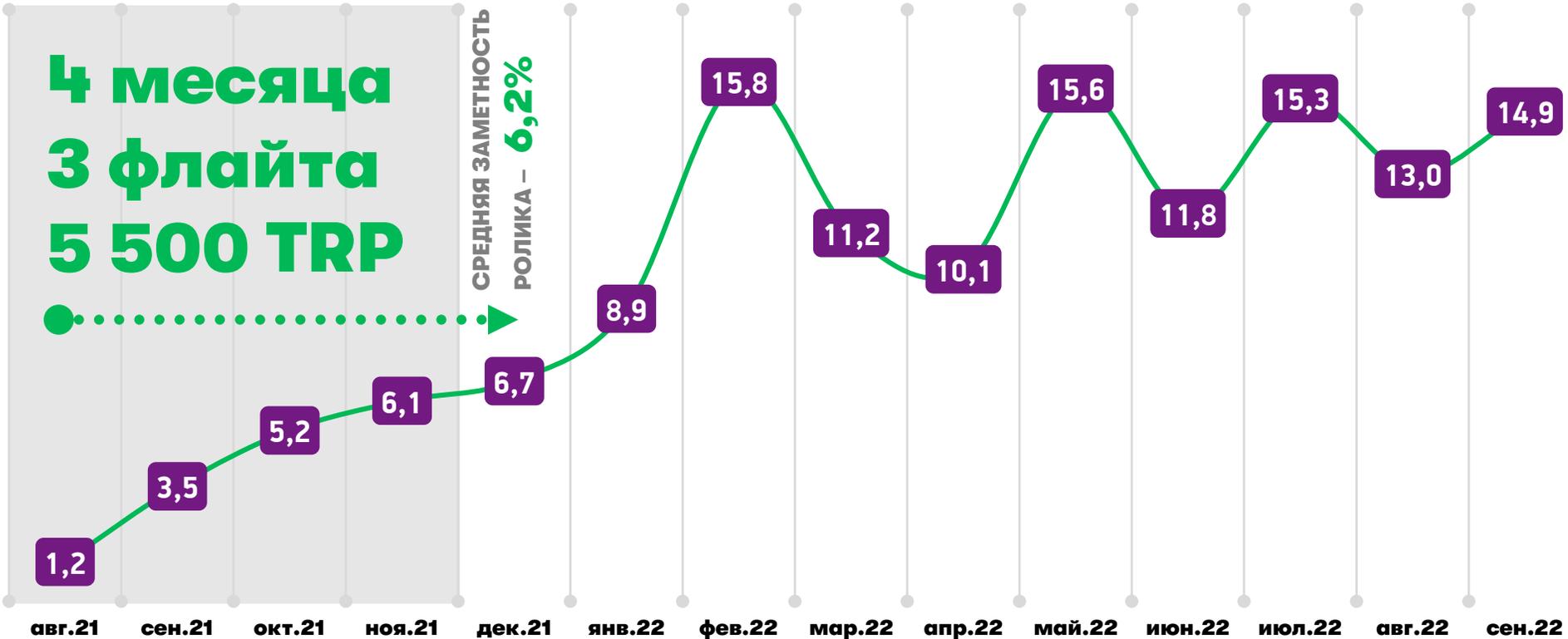
**Распознаваемость марки у МегаФона
самая высокая и самая стабильная**

ЧТОБЫ КОНСИСТЕНТНОСТЬ НАЧАЛА РАБОТАТЬ НУЖНЫ ВРЕМЯ И ДЕНЬГИ

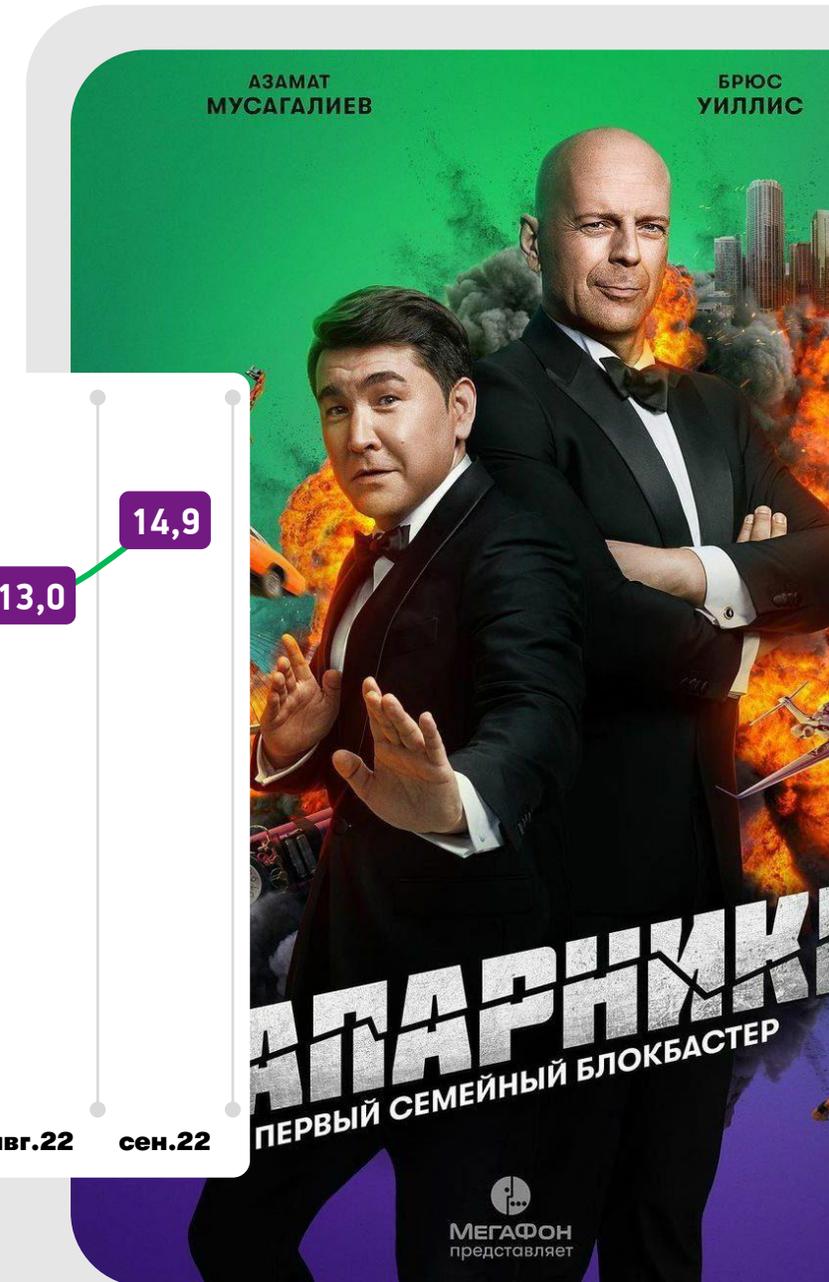
СПОНТАННОЕ УПОМИНАНИЕ РАМКИ «НАПАРНИКИ» (Вспомнили хотя бы один ролик или селебрити)

4 месяца
3 флайта
5 500 TRP

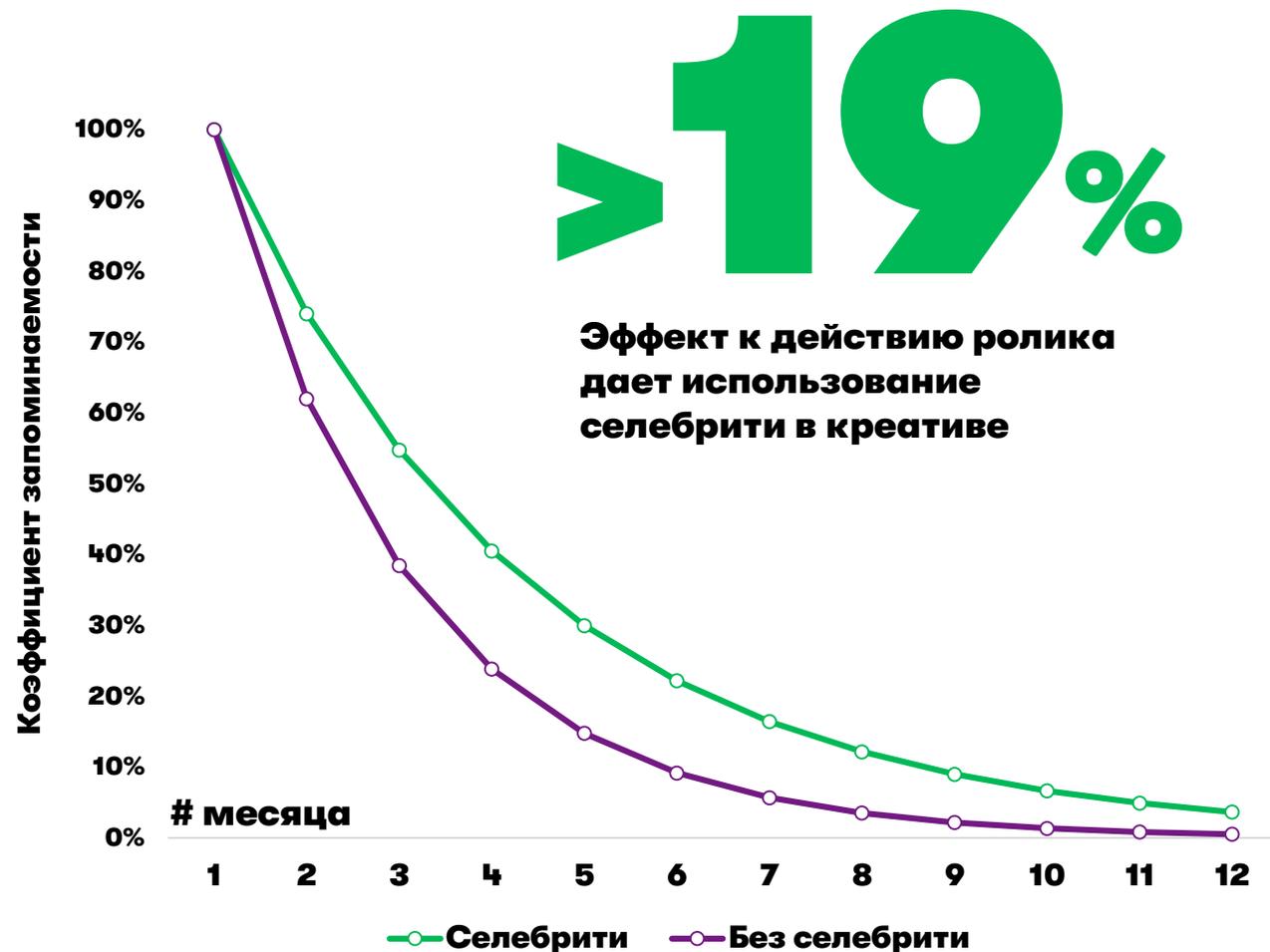
СРЕДНЯЯ ЗАМЕТНОСТЬ
РОЛИКА – 6,2%



Нельзя ожидать быстрого эффекта.
Это чревато принятием неправильных решений



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЕЛЕБРИТИ – ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ КОНСИСТЕНТНОСТИ



**Наличие Селебрити в креативе
позволяет сохранять эффект
узнаваемости ролика дольше**



ВАЖНО НЕ СТАТЬ ЗАЛОЖНИКОМ ЕГО ОБРАЗА

РОЛИКИ МТС С НАГИЕВЫМ

2021-2022

Средняя брендированная
запоминаемость

62%

Выше нормы в категории



РОЛИКИ МТС БЕЗ НАГИЕВА

2021-2022

Средняя брендированная
запоминаемость

32%

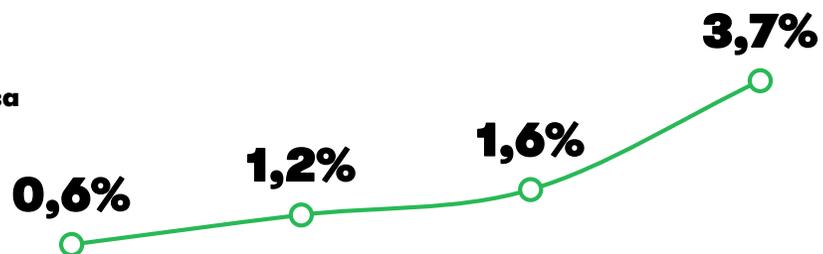
Ниже нормы в категории



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЕЛЕБРИТИ В «ДУЭТЕ» ПОМОГАЕТ ХЕДЖИРОВАТЬ РИСКИ В СЛУЧАЕ ЗАМЕНЫ ОДНОГО ИЗ НИХ

Вклад селебрити в заметность рамки «Напарники»

М. Александрова



Брюс Уиллис



Азамат



ИЮН'22

ИЮЛ'22

АВГ'22

СЕНТ'22



ДЛЯ КОНСИСТЕНТНОСТИ ВАЖНО

ПОВТОРЯЮЩИЕСЯ ЭЛЕМЕНТЫ БРЕНДА

- **Фирменные цвета**
- **Стилистические приемы**
- **Селебрити**



НАКОПИТЕЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ

- **~4 месяца**
- **~ 6 000 TRP**

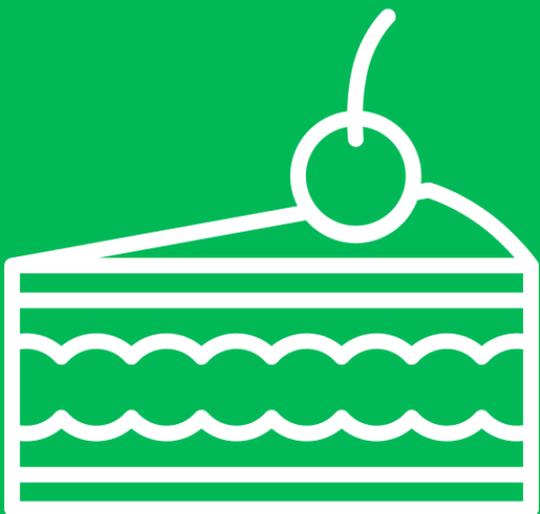


«ПАРНЫЕ» СЕЛЕБРИТИ

- **Рост запоминаемости**
- **Хеджирование рисков**



**КОНСИСТЕНТНОЕ
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
СЕЛЕБРИТИ
ДРАЙВИТ НЕ ТОЛЬКО
УЗНАВАЕМОСТЬ,
НО И **ДОВЕРИЕ****



РЕКЛАМА СО ЗНАМЕНИТОСТЯМИ, КОТОРОЙ ЧАЩЕ ДОВЕРЯЮТ РОССИЯНЕ

(в порядке убывания числа упоминаний)

- 1. «МТС» — Дмитрий Нагиев**
- 2. Банк «Открытие» — Константин Хабенский**
- 3. «Ozon» — Дмитрий Маликов**
- 4. «Ozon» — Полина Гагарина**
- 5. «Совкомбанк» — Сергей Безруков**
- 6. Банк «ВТБ» — Николай Дроздов**
- 7. «Gloria Jeans» — Клава Кока (Клавдия Высокова)**
- 8. «Мегафон» — Азамат Мусагалиев**
- 9. «Zendan» — Сергей Жуков**
- 10. «Яндекс.Маркет» — Баста (Василий Вакуленко)**



**ABOVE ALL ELSE,
BE CONSISTENT**

Stephen King

