

® U S Б Р Е Н Д
АССОЦИАЦИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
ФИРМЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРК



Adindex MEDIA SCOPE H:P:A



**DIGITAL
BRAND
DAY**

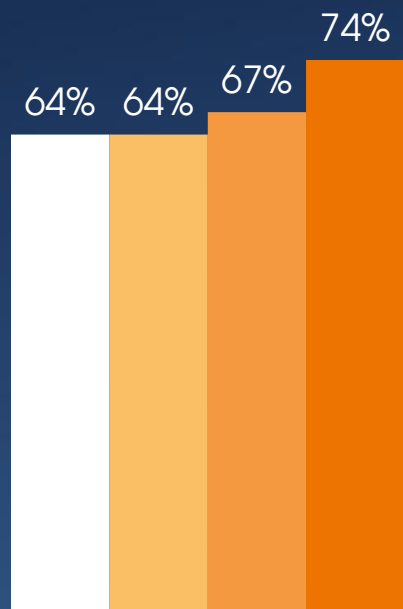
ТВ-СТРИМИНГ В КОНТЕКСТЕ ЭКОНОМИКИ ВНИМАНИЯ

Вадим Гречишкин

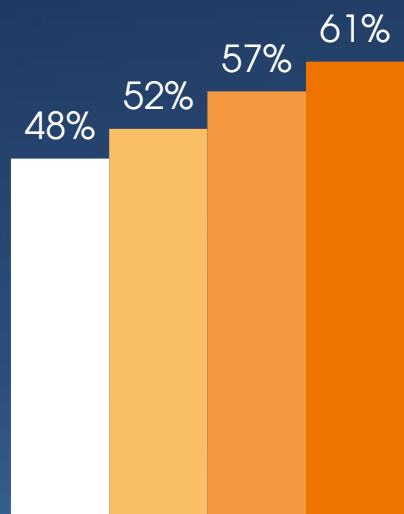
Директор по рекламным продуктам
сейлз-хаус ЭВЕРЕСТ

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЗАВИСИТ ОТ ЧАСТОТЫ

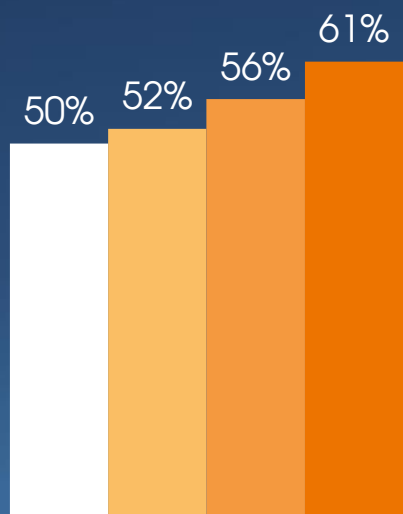
BLS по результатам кампании на стриминге



Знание бренда



Знание рекламы

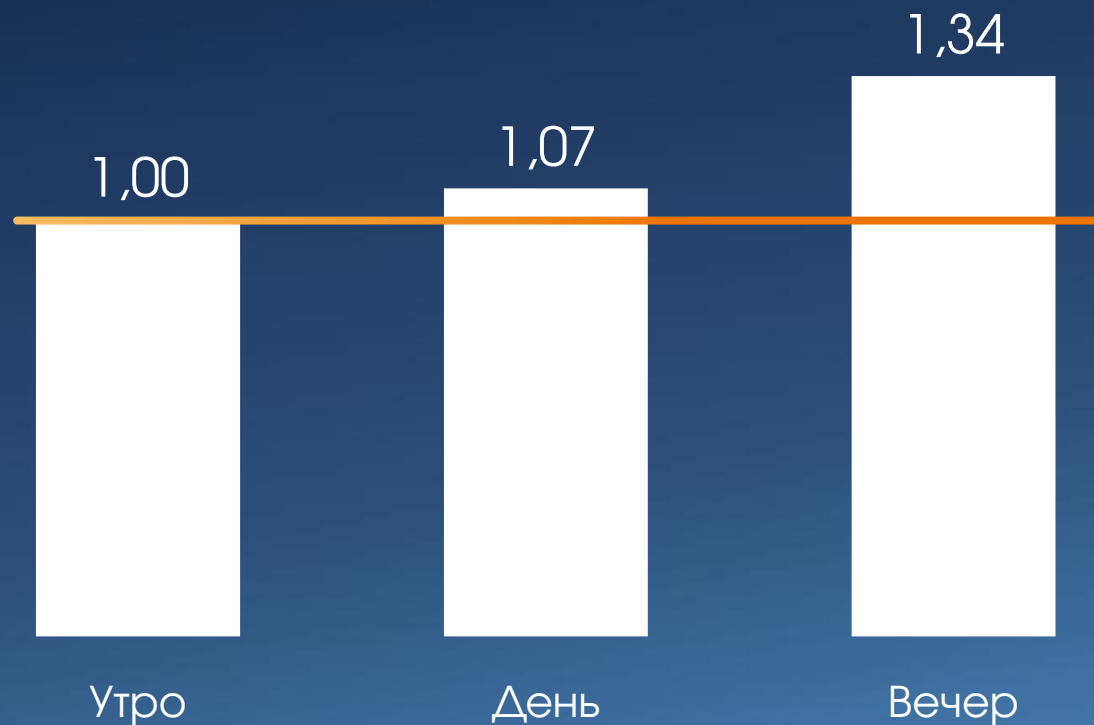


Рассмотрение к покупке

- Контрольная группа
- Видели рекламу 1-5 раз
- Видели рекламу 6-10 раз
- Видели рекламу 11-15 раз

ВОВЛЕЧЕННОСТЬ СМОТРЕНИЯ

Конверсия во взаимодействие с опросом



Вечером конверсия во взаимодействие с опросом выше, что указывает на **меньшую долю зрителей, смотрящих телевизор фоном.**



ЭВЕРЕСТ
СЕЙЛЗ-ХАУС



Подписывайтесь на наш Telegram-канал
t.me/everest_sales_house