



**КАК БЫТЬ СИЛЬНЫМ И
ЭФФЕКТИВНЫМ БРЕНДОМ
ЕСЛИ ТЫ НЕ ЭКОСИСТЕМА
И МОНОПОЛИСТ ?**

Бренд важен: сила бренда и эмоции от шоппинга становятся ключевыми факторами в принятии решений о покупке

Растет
открытость к
российским
брендам

45%

Россиян отмечают,
что они стали больше
доверять качеству
локальных товаров

Как и
готовность
платить за
качество

50%

Россиян готовы
платить больше за
бренд, которому
они доверяют

Готовы
доплачивать за
доверие

+21%

К стоимости

Но нужно стать
ценным брендом,
который
запомнится

36%

Считают, что новые
бренды стало сложнее
различать между собой

Важно стать
знакомым
брендом

40%

часто или всегда
выбирают для покупки
только знакомый
бренд

Инвестиции в
бренд растят
продажи

54%

покупателей считают
бренд важным при
выборе магазина

PBN и MAGRAM MR, 2024

Яндекс, Fashion Q4 2024

Сложно растить Brand Awareness, если ты не монополист и у тебя нет огромных бюджетов

Только 11%
брендов сумело
вырасти больше,
чем на 5 п.п.
начиная с 2020 года

Растущие 100 брендов

знание*, которых выросло
с 2020 года более, чем на 5 п.п.

Звезды 210 брендов

подсказанное знание, которых >70%
на 2024 год. Лидер по весу или
исторически узнаваемые бренды

Стагнирующие 600 брендов

с медиа поддержкой,
но у которых бренд метрики растут
незначительно или падают

Без рекламы 2674 бренда

без медиа поддержки — с падающим
или стабильным знанием



нет медиа

Доминирующий сплит

Источник: Mediascope Brand Pulse, отраслевые ВНТ. * – спонтанное и/или подсказанное



Gulliver Back to School 2025

106%

Общий рост TO

+9%

Рост TO LFL

+7%

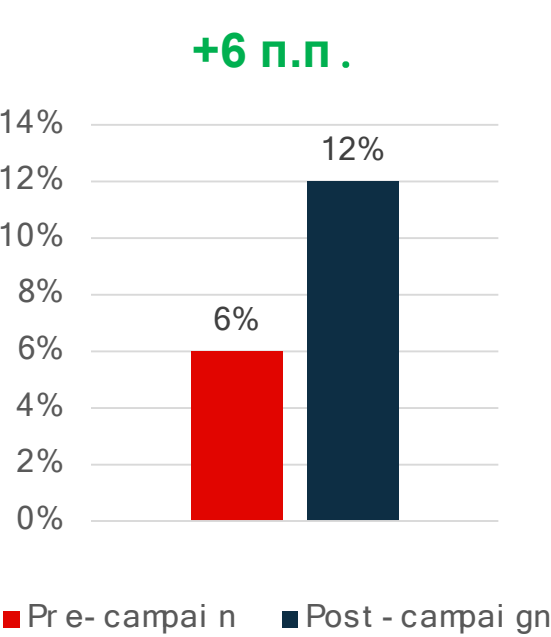
Рост Трафика LFL

x2,5

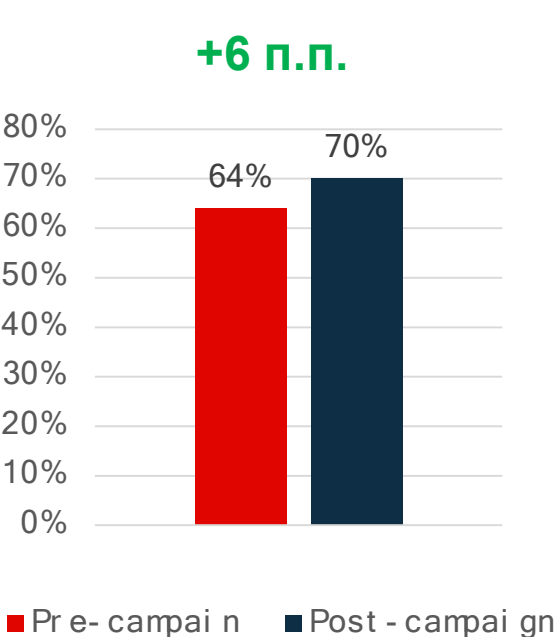
Новые клиенты

Рост Brand Awareness

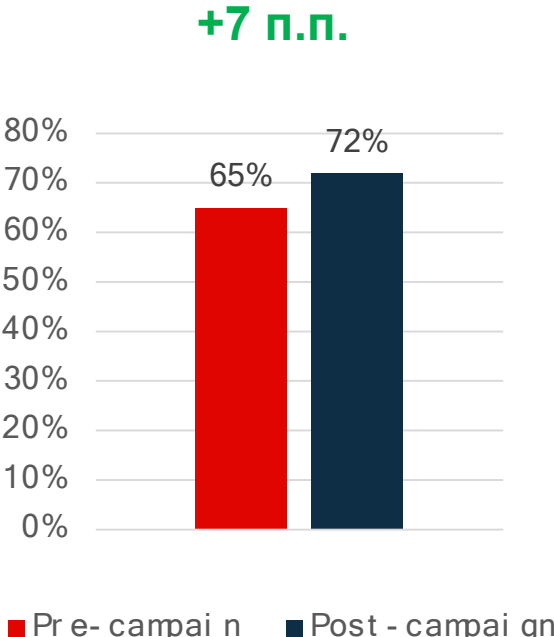
Спонтанное знание



Знание с подсказкой



Знание с подсказкой



Инкрементальный рост поискового спроса на 25% выше относительно того же периода прошлого года.

Правильная маркетинговая поддержка бренда базируется на 3 простых принципах:

1. Не надо притворяться монополистом — нужно фокусироваться на 2-3 больших медиа для значимой доли в голосе;
2. Видео строит знание о бренде, но без нужного охвата креатив не имеет значения;
3. Правильное целеполагание — завышенные цели, ведут к отчаянным решениям;



Фокусируемся на каналах, которые доказывают свою эффективность, работаем по всей воронке

ЗНАНИЕ

OLV (In-stream): видео контент классический Digital-инструмент для работы на знание, таргетируем на мам с детьми 0-12

SmartTV/IPTV: видео контент
Digital альтернатива ТВ, большие заметные форматы с таргетингом на семейный и детский контент

ТВ :
Лучший инструмент для охвата и работы на знание. Детские + развлекательные каналы

РАССМОТРЕНИЕ

Блоггеры:
Инструмент с самым высоким индексом доверия. Интеграции, распаковки. Блоггеры-мамочки

Другие активности:
Indoor, PR, Event

Собственные ресурсы в соцсетях: ТГ и ВК

Анонсы новых коллекций, промо

ПОКУПКА

Баннеры:
Работа с CRM, ретаргетинг с сайта, РСЯ

РИТЕЙЛ МЕДИА:
Большие заметные имиджевые клик-ин/аут форматы

Е-ком:
перформанс инструменты на МП

Owned-каналы, direct, SMM, CPA

Партнерства

Контекст:
Работа с брендовыми запросами, категорией. Наращиваем обороты по мере роста медиа-давления

В процессе размещения сформировали кост и медиа эффективный сплит.

Частота важна

Охват 1+ не строит Знание Рекламы

5+ кросс-медиа частота

Попадаем в момент потребности

Буст знания перед BTS

Точно находим аудиторию, понимаем их потребности

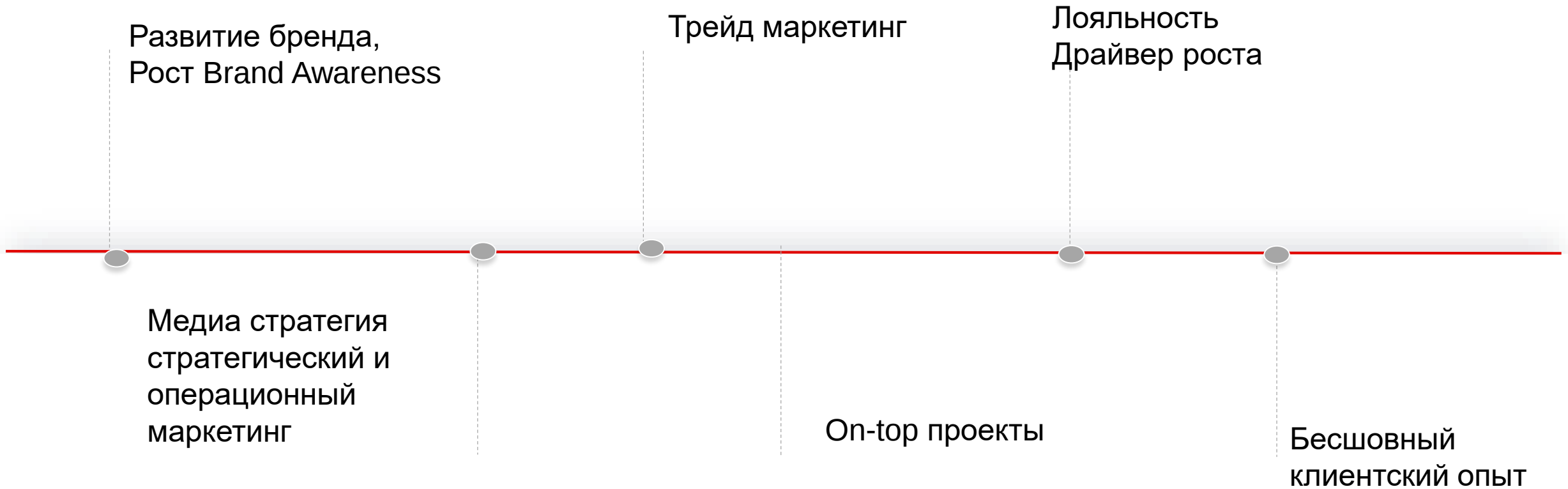
Мамы детей 0-12, средний и высокий доход
Фокусный сегмент
Мамы детей 3-8

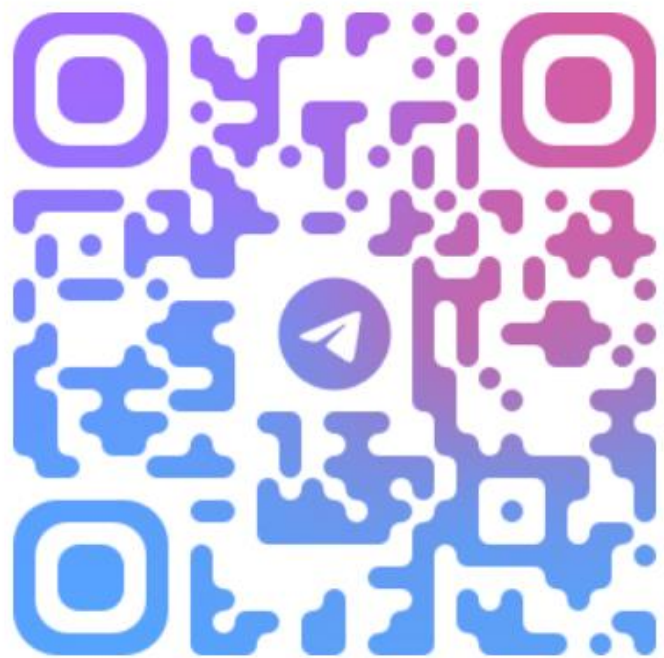
Усиливаемся в ключевых регионах

Дополнительное усиление Москвы

Но - Продвижение — это не все:

Успех бизнеса обеспечивает системный подход





@OKSANAKARPUHK
INA

Спасибо!