

ДЕНЬ
БРЕНДА



МАГИЯ КРЕАТИВА ИЛИ СИЛА ОХВАТА

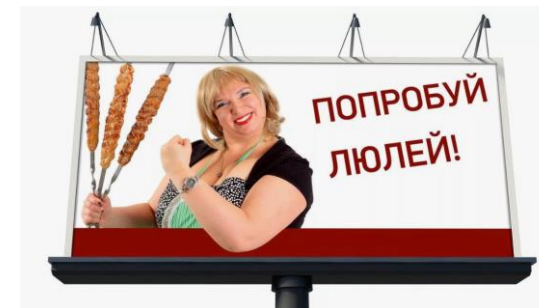


АРСЕНИЙ ЧЕРКАСОВ

Руководитель по онлайн-продвижению

Останкинский мясоперерабатывающий комбинат

1 Слабый креатив + малый охват =



2 Слабый креатив + большой охват =



3 Сильный креатив + малый охват =



4 Сильный креатив + большой охват =



ЭТО НЕ ХОРОШО



ТО, ЧТО НАДО



ЧЕК-ЛИСТ ДЛЯ МЕДИЙНОЙ РК В ИНТЕРНЕТЕ



ЦЕПЛЯЮЩАЯ КРЕАТИВНАЯ ИДЕЯ и
фокус на ключевые атрибуты бренда

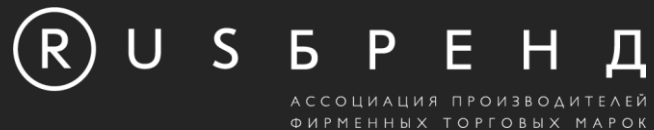
ЗАМЕТНОСТЬ КРЕАТИВА - креатив должен
быть 100% увиден и услышан (в идеале)

НАИЛУЧШЕЕ РЕШЕНИЕ: Большой экран
х полноэкранный формат

ХОРОШЕЕ РЕШЕНИЕ: размещение на
охватных (MAU от 20 млн) площадках, но с
низким клаттером

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ: выход вне
рекламного блока, либо в его начале

ИЗМЕРЯЕМОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ –
строгое отслеживание выполнения
медийных KPI + независимый BLS



СПАСИБО!

АРСЕНИЙ ЧЕРКАСОВ

Руководитель по онлайн-продвижению
Останкинский мясоперерабатывающий
комбинат

