



**ОРГАНИЧЕСКИЕ ОХВАТЫ  
ЗА СЧЕТ КОРОТКИХ ВИДЕО**



**СПИКЕР**



## **ОЛЕГ КОСТЮКОВИЧ**

Руководитель отдела маркетинговых коммуникаций

**Сен-Гобен, бренд Vetonit**



# ПРИМЕНЯЕМ МИКС КАНАЛОВ ДЛЯ РОСТА УЗНАВАЕМОСТИ И СИЛЫ БРЕНДА

Digital

Ритейл  
медиа

ТВ

SMM

OOH

Influence

Разделение коммуникации  
по сегментам

- продукты
- регионы
- сообщения
- таргетинги в Digital
- блогеры
- механики в трейд-маркетинге



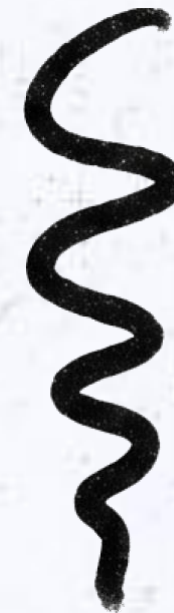
# ОДНАКО, РАЗМЕР АУДИТОРИИ **SMM** НЕ ОПРАВДЫВАЛ НАШИ РЕСУРСЫ



- **40.8K подписчиков**  
при большей динамике роста у конкурентов
- **12.1K ежемесячный охват**  
при кратной разнице с ключевыми конкурентами (без рекламных показов)



- **4K подписчиков за 5 лет**
- **19.2K ежемесячный охват**



## Что мы пытались сделать

- настраивали разные таргетинги для продвижения
- пробовали разные темы
- тестировали форматы
- добавляли механики на подписку
- меняли внешние команды



# ФИНАНСОВЫЕ МЕТРИКИ ТАКЖЕ НЕ УДОВЛЕТВОРЯЛИ НАС

**CPM = 317 р**

при CPM медийных кампаний 188 р

**CPF = 251 р**



# И ВОТ, МЫ ОЧЕНЬ КРИТИЧЕСКИ ПОСМОТРЕЛИ НА КАНАЛ СОЦМЕДИА

## 1

**НАТИВЕН ЛИ  
ПЛЕЙСМЕНТ ПРОДУКТА  
В КОНТЕНТ**

Аудитории нужен триггер –  
проблемная тема  
При этом, время удержания  
внимания 2 секунды

## 2

**ВИРУСИМСЯ ЛИ  
ЧЕРЕЗ МАССОВЫЕ  
РЕКОМЕНДАЦИИ**

Массовая аудитория  
не заходит специально  
в группы и каналы

Что уж говорить про тех,  
кто про бренд не знает

## 3

**АДАПТИРУЕМСЯ ЛИ  
ПОД ТРЕНД  
КОРОТКИХ ВИДЕО**

И как это делать на фоне  
ограничений РКН, связанных с  
Инстаграмом\* и Телеграмом



**РЕШЕНИЕ:  
ВИРУСНЫЕ КОРОТКИЕ  
ВИДЕО**

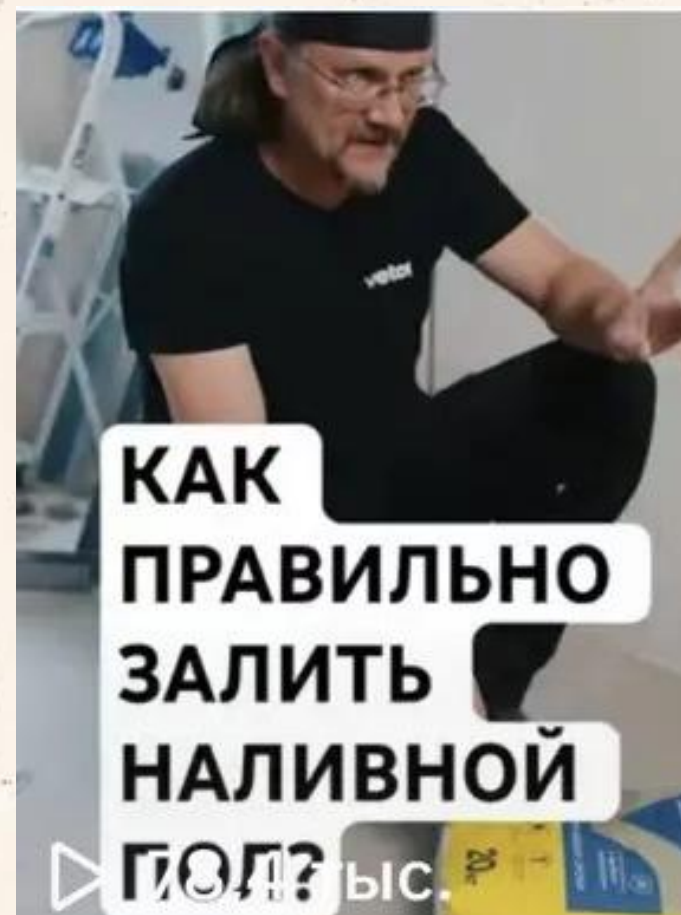
# YOUTUBE SHORTS

2.5 млн. просмотров  
+4.3K подписчиков  
1 021 комментариев



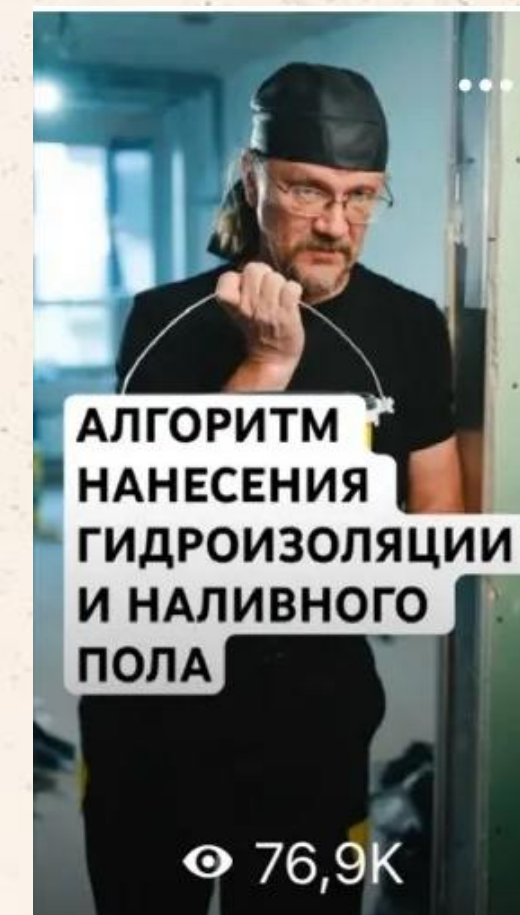
# TIKTOK

1.2 млн. просмотров  
6.5K подписчиков  
299 комментариев



# VK КЛИПЫ

586K просмотров  
+13.2K подписчиков  
195 комментариев





# ОБЩИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

4.3

МЛН

просмотров

+

24

К

ПОДПИСЧИКОВ





# КАК МЫ РАССЕЯЛИ ТУМАННОСТЬ МЕДИА ИНВЕСТИЦИЙ

Охватный Digital

SMM go видео

SMM с видео

CRM

188 р

317 р

93 р

CRF

—

251 р

17 р



# КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ УСПЕХА

**1** ПОСМОТРЕЛИ OUT OF BOX  
НА ТРЕНДЫ В ПАТЕРНАХ ПОВЕДЕНИЯ АУДИТОРИИ

**2** СДЕЛАЛИ КОНТЕНТ НА ОСНОВЕ ПРОБЛЕМНЫХ ЗАПРОСОВ:  
В ПОИСКОВИКАХ, НА ГОРЯЧЕЙ ЛИНИИ, В КОММЕНТАРИЯХ

**3** ВКЛЮЧИЛИ ЯРКОГО ГЕРОЯ  
И ИСПОЛЬЗОВАЛИ ЮМОР

**4** ЧЕТКО СЛЕДОВАЛИ  
СТАНДАРТАМ КОРОТКИХ ВИДЕО



# КАКИЕ РОЛИКИ ОКАЗАЛИСЬ МЕНЕЕ УСПЕШНЫМИ

Нет  
проблемного  
запроса



Нет  
нативности





**СЛЕДУЮЩИЙ ШАГ -  
РОСТ КОНВЕРСИЙ В  
РАССМОТРЕНИЕ**

# СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



@oleg\_kostyukovich

**ОЛЕГ КОСТЮКОВИЧ**

Руководитель отдела маркетинговых коммуникаций

**Сен-Гобен, бренд Vetonit**

