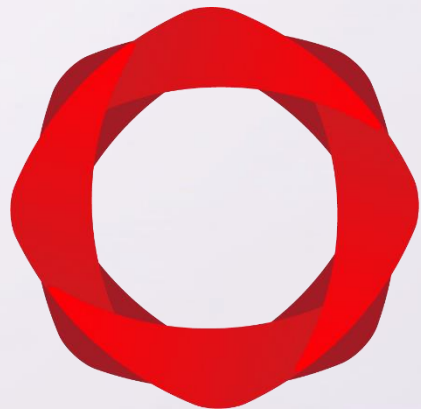




ДЕНЬ БРЕНДА

ПУТЕШЕСТВИЕ ДЛИНОЙ В 104 МАТЧА
ПО ЧЕМПИОНАТУ МИРА С **JETOUR**:
СПЕЦПРОЕКТ 360, КОТОРЫЙ СРАБОТАЛ

ЮЛИЯ ЗЕЛЕПУКИНА

Заместитель генерального директора
по маркетингу
ООО "Вотур Мотор Рус"

JETOUR

АВТОРЫНОК УТРАТИЛ УСТОЙЧИВУЮ ТРАЕКТОРИЮ

JETOUR



На фоне структурного снижения категории происходят **непредсказуемые падения и стихийные всплески спроса**, вызванные регуляторными шоками, экономическими факторами и ситуативными ценовыми предложениями брендов

СПРОГНОЗИРОВАТЬ, КОГДА СЛУЧИТСЯ СЛЕДУЮЩИЙ ВСПЛЕСК, НЕВОЗМОЖНО

“

...НО МОЖНО ЗАРАНЕЕ ПОСТРОИТЬ
УСТОЙЧИВОЕ ПРЕДПОЧТЕНИЕ БРЕНДА

”

В условиях турбулентности бренд-капитал и системное присутствие в умах потребителей становятся критически важными, опережая performance-маркетинг в своей эффективности: **когда рынок вновь непредсказуемо «выстрелит», ваш бренд окажется в шорт-листе, а не будет догонять упущенное время**

JETOUR

КАК ИМЕННО ПРОСТРОИТЬ ЭМОЦИОНАЛЬНУЮ СВЯЗЬ СО СВОИМ ПОТРЕБИТЕЛЕМ?



- ЦА JETOUR – самодостаточные, рациональные мужчины со средним достатком, но высокими запросами и **скептическим отношением к рекламе**
- Мужчины воспринимают только крупные однозначные сигналы и **формируют лояльность через принадлежность к сообществу**

! Самая сложная для построения лояльности аудитория

Есть опыт работы с сообществом через User Operation – мы его масштабировали

“

ЗАДАЧА: ПОСТРОИТЬ ДОЛГОСРОЧНОЕ
ПРЕДПОЧТЕНИЕ БРЕНДА В УСЛОВИЯХ
ТУРБУЛЕНТНОСТИ АВТОРЫНКА

”

JETOUR

МЫ ВЫБРАЛИ ЧЕМПИОНАТ МИРА ПО ФУТБОЛУ

JETOUR

Главное спортивное событие
последних лет

Это не только доступ к крупному
сообществу, но и путь к
эмоциональному опыту



“

IN-GAME ИНТЕГРАЦИИ, СТАНОВЯЩИЕСЯ ЧАСТЬЮ
ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ОПЫТА, ДАЮТ В 2.3 РАЗА
БОЛЕЕ ВЫСОКУЮ ЗАПОМИНАЕМОСТЬ,
ЧЕМ ТРАДИЦИОННАЯ РЕКЛАМА

”

Главное футбольное событие четырехлетия — чемпионат мира по футболу

Чемпионат мира по
футболу: все, что нужно
знать перед стартом
главного турнира лета

Чемпионат мира — 2026 будет самым
масштабным в истории
Это первый ЧМ, который пройдет сразу в трех странах



ДЕНЬ
БРЕНДА

Источник: [TwelveLabs](#)

ЧЕМПИОНАТ МИРА ИДЕАЛЬНО ПОДОШЕЛ БРЕНДУ JETOUR

JETOUR – это бренд,
вдохновленный **путешествиями
и открытиями**



В 2026 году ЧМ впервые прошел
сразу в трех странах – США,
Канаде и Мексике, став особенно
близким теме путешествий: это не
просто турнир, а **масштабный
маршрут по городам, культурам,
командам и эмоциям
болельщиков по всему миру**

“

ФУТБОЛ – ЭТО ВАЖНАЯ ЧАСТЬ ЛОКАЛЬНОЙ
КУЛЬТУРЫ: ИМ ИНТЕРЕСУЕТСЯ 72% РОССИЯН,
А НА ЕГО ПРОСМОТР ПРИХОДИТСЯ 41% ВСЕГО
ВРЕМЕНИ ПРОСМОТРА СПОРТИВНОГО КОНТЕНТА

”

JETOUR

ФОРМАТ МИРОВОГО СОБЫТИЯ МЫ АДАПТИРОВАЛИ ДЛЯ РОССИИ

JETOUR смог вернуть аудитории сразу две вещи, по которым она скучает: чувство причастности к большому мировому футболу и ощущение путешествия вокруг него – по городам, культурам, эмоциям, историям и футбольным маршрутам

“

«ФУТБОЛЬНЫЙ МАРШРУТ» JETOUR СОСТОЯЛ
ИЗ ДВУХ ЧАСТЕЙ – МИРОВОЙ И РОССИЙСКИЙ ФУТБОЛ;
ТАК МЫ ПРЕВРАТИЛИ ЧЕМПИОНАТ МИРА В ПУТЕШЕСТВИЕ
С JETOUR ДЛИНОЙ В 104 МАТЧА



”

МИРОВОЙ
ФУТБОЛ



РОССИЙСКИЙ
ФУТБОЛ



И СТАЛИ ЧАСТЬЮ ЯРКИХ ЭМОЦИЙ БОЛЕЛЬЩИКОВ

JETOOR

Выйдя за рамки стандартного спонсорства JETOOR интегрировался **в самую гущу футбольных событий ФИФА 2026:**

- golden spots
- аналитические рубрики
- hydration breaks
- спец.форматы Матч ТВ

594

выхода в 104
матчах

85%

премиальных
позиций

36

единиц
контента

646 млн

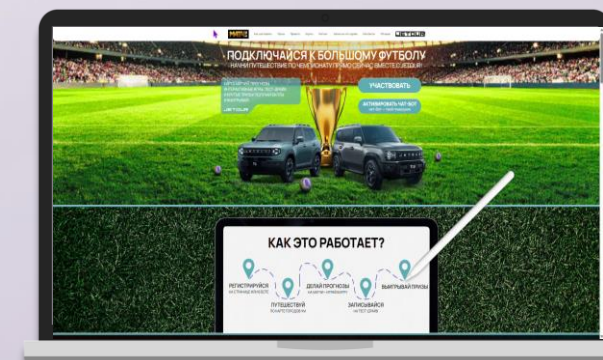
контактов

И укрепил связь с аудиторией через **интерактивные форматы** на всем протяжении турнира, знакомя с моделями авто и стимулируя тест-драйвы

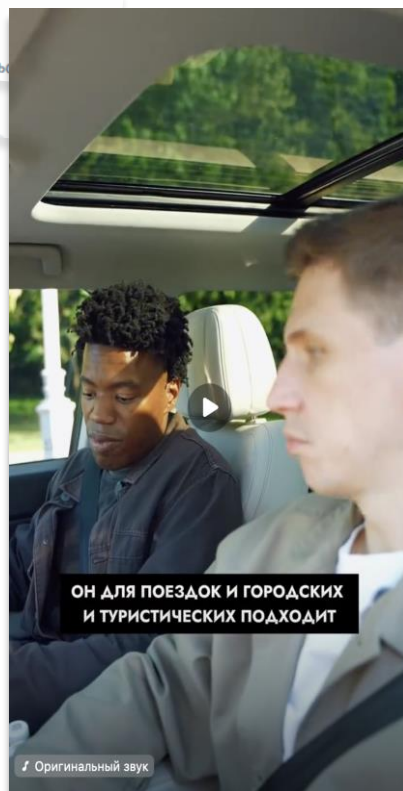
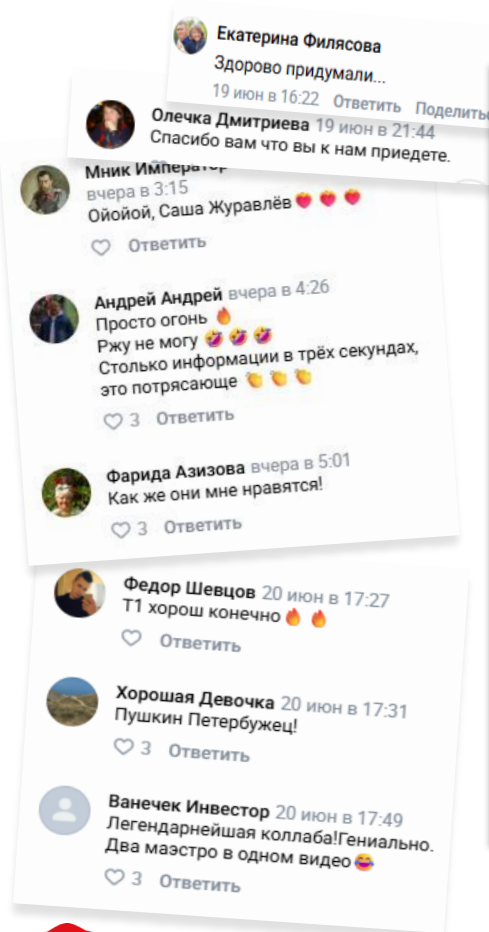
- напоминание о матчах
- угадай, кто победит
- интерактивная карта ЧМ
- игровые форматы

“ ЭТОТ ПОДХОД ДАЛ НАМ КЛЮЧЕВОЕ
ПРЕИМУЩЕСТВО ПЕРЕД КОНКУРЕНТАМИ:
ЭКСКЛЮЗИВНОСТЬ

”



МИРОВОЙ ФУТБОЛ ДАЛ МАСШТАБ, РОССИЙСКИЙ – СДЕЛАЛ БРЕНД БЛИЖЕ И ПОНЯТНЕЕ



Блогеры проехали по футбольным столицам России на JETOUR, чтобы показать:

“ ФУТБОЛ ЖИВЁТ НЕ ТОЛЬКО НА МИРОВЫХ СТАДИОНАХ, НО И В РОССИЙСКОЙ КУЛЬТУРЕ ”

По пути - нативно показали ключевые УТП, интерьер и экстерьер автомобилей

БЛАГОДАРЯ ЧЕТКОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ **JETOUR**

JETOUR УСИЛИЛ КАПИТАЛ БРЕНДА



- +2**_{п.п.} | Подсказанное **знание** -4_{п.п.} конкуренты
- +9**_{п.п.} | Подсказанное **знание моделей** T1/ T2 (в среднем)
- +4**_{п.п.} | Бренд с **безупречной репутацией** +2_{п.п.} конкуренты
- +4**_{п.п.} | Я **доверяю** производителю +0.7_{п.п.} конкуренты

...И ВЫДЕЛИЛСЯ НА ФОНЕ БЛИЖАЙШИХ КОНКУРЕНТОВ



ДЕНЬ
БРЕНДА

Источник: Brand Navigator, Категория авто, June vs May' 2026

ТАК СТАВКА НА ЭМОЦИИ ПОМОГЛА ОПЕРЕДИТЬ РЫНОК

В разгар топливного кризиса мы сделали ставку на главную потребность аудитории – в эмоциях

“ ВЫЙДЯ ЗА РАМКИ СТАНДАРТНОГО СПОНСОРСТВА, JETOUR ПРЕВРАТИЛ ЧЕМПИОНАТ В ЕДИНЫЙ БРЕНД-ОПЫТ И **ОПЕРЕДИЛ РЫНОК** ”



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



Adindex MEDIA
SCOPE H:P:A

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



ЮЛИЯ ЗЕЛЕПУКИНА

Заместитель генерального директора по маркетингу
ООО "Вотур Мотор Рус"