



Провоцируем грамотно

Андрей Сычëв, TIBURON Research

Конференция «День Бренда»
8 октября 2019

Пресыщение стимулами



Провокация в рекламе

Сильное эмоциональное воздействие. Позволяет выделиться, отключает (критическое) мышление.

Триггер. Является толчком, активирующим действие.

Высокие риски. Можно испортить отношения с потребителями.

Ситуативность и скорость. Быстро воспользоваться ситуацией.

Продуманность. Тщательно спланированное воздействие — куда «нажимать» и чего избегать.





Часть 1

Как принимать продуманные решения быстро

Потребительские тесты

Обучают «нейросети» менеджера

Менеджерская интуиция живет и развивается за счет объективной информации о внешнем мире.

Снижают неопределенность

Как минимум, дают понимание как отреагировала целевая аудитория.

Дают конкретные рекомендации

Что следует улучшить, от чего нужно отказаться.

Макфа. «Твердый выбор»



<https://youtu.be/VwW7QjLtJS4>

Комментарии на VC.RU



Aziz Azimov

8 окт 2018

Ну если они действительно таким образом пытались женщин привлечь, то это неуместно сейчас.



Jimmy Hudson

8 окт 2018

Это же объективация;)



Oleg Dergilev

8 окт 2018

Пф... они комбайнеров-то видели хоть? Как правнук комбайнера, ответственно заявляю: они не такие!



Mikhail Chechetka

8 окт 2018

Хотелось бы мнение женщины послушать. Реклама, кстати, немного сексисткая.

Женщинам понравилось



84

**Отличный
результат**

ЦА теста: женщины, 25-45 лет,
города 1 млн+, 100 интервью.

Интересное сравнение макарон и мужчин которые держат форму

Ж, 25

Хорошая музыка. Красивые мужчины. Не сразу понятно о чем речь, поэтому хочется досмотреть до конца.

Ж, 42

Приятно полюбоваться на твердые мышцы)))

Ж, 41

Сильные, фактурные мужчины. Работают в поле, в бликах солнечного света. Катушки снопов и богатство нашей природы

Ж, 26

Проблема с «Category Fit»



84

**Отличный
результат**

ЦА теста: женщины, 25-45 лет,
города 1 млн+, 100 интервью.

Обычная реклама, как всегда
выставляют на показ идеальные
формы). О макаронах думаешь там в
последнюю очередь.

Ж, 28

Сюжет не очень сочетается с
рекламируемым продуктом.

Ж, 32

Кажется что они рекламируют стриптиз
клуб, а не вермишель

Ж, 33

DELIVERY CLUB

сейчас

Ваш заказ доставит учитель литературы



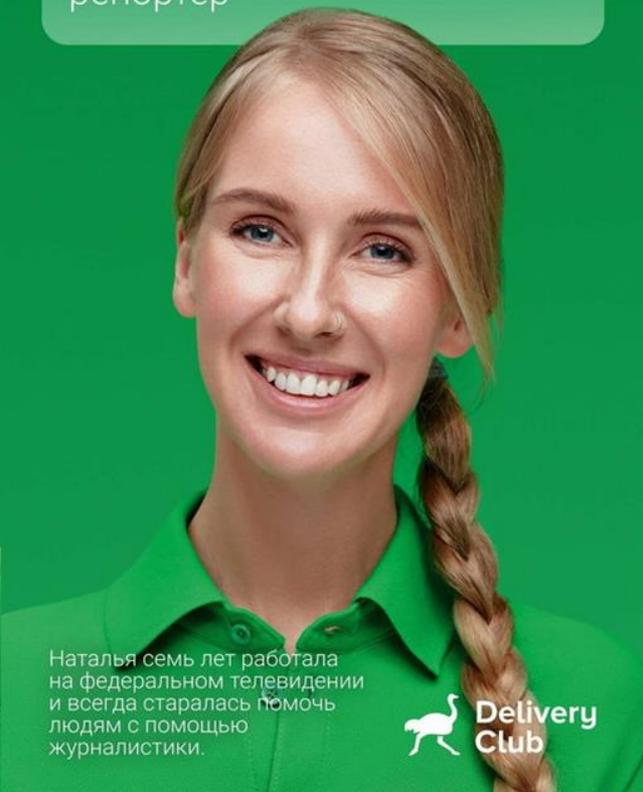
Абдисаттар увлекается горным туризмом и воспитывает троих детей.



DELIVERY CLUB

сейчас

Ваш заказ доставит репортер



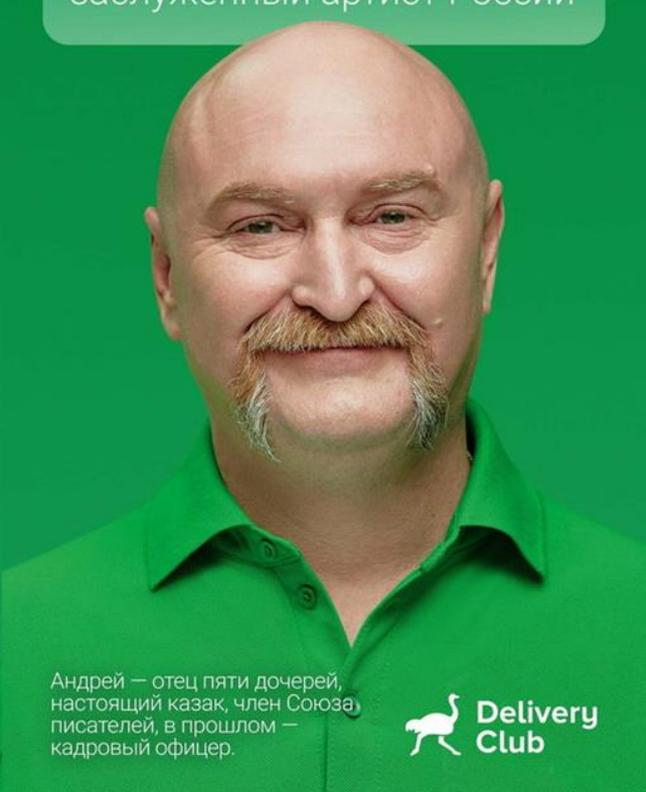
Наталья семь лет работала на федеральном телевидении и всегда старалась помочь людям с помощью журналистики.



DELIVERY CLUB

сейчас

Ваш заказ доставит заслуженный артист России



Андрей — отец пяти дочерей, настоящий казак, член Союза писателей, в прошлом — кадровый офицер.

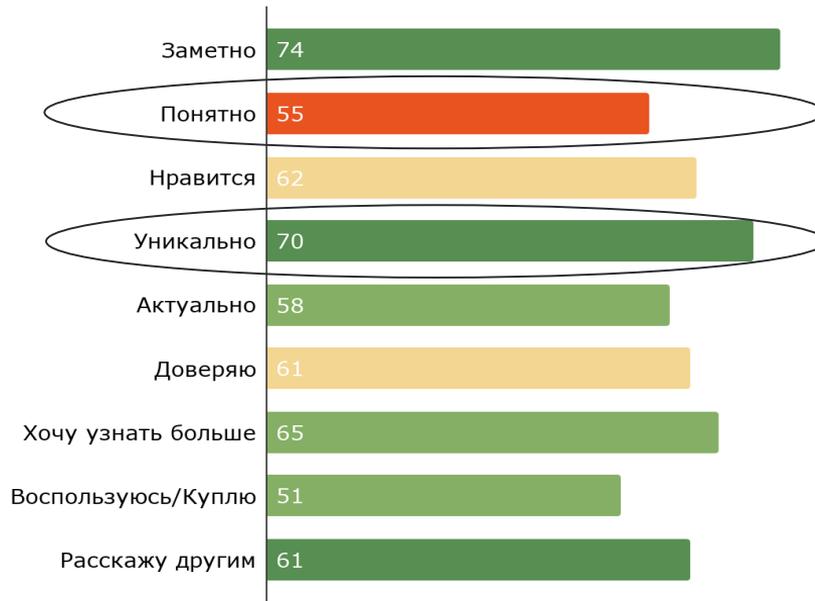


Оригинально, но непонятно



61 Средний результат

ЦА теста: 100 мужчин и женщин, 18-60 лет, жители Москвы.



● Плохо ● Средне ● Хорошо ● Отлично

Цитаты респондентов



61

Средний результат

ЦА теста: 100 мужчин и женщин, 18-60 лет, жители Москвы.

Не совсем понятна задумка, но как понял Delivery Club объединяет абсолютно разных по взглядам на жизнь людей.

М, 22

Не понятен посыл рекламы, зачем уточнять, что люди достаточно престижных профессий теперь работают в доставке.

Ж, 18

Странное предложение.

Ж, 37

Мне не может нравится то, что непонятно.

М, 34



Сергей

8 окт 2018

Зачем добавлять элемент эротики, который при этом будет действовать лишь на часть аудитории, в рекламу пищевого продукта - непонятно. Давайте рекламу йогуртов ещё, которыми будут обмазываться мужики. Считаю что это неуместно, рекламе не зачет. У меня такая подача бренда вызвал лишь отторжение. Сомневаюсь, что какого-либо зожника(как тут пишут) нормальной ориентации это может простимулировать к покупке. Если же реклама ориентирована на женщин и гомосексуалистов, то боюсь, что не они основные потребители макарон. По самой же рекламе - банально. В "папа может" не было гейской слащавости, но было больше юмора и мужской брутальности. Имхо.

Ответить  ...

«Чё такие кислые?». Тизер

<https://youtu.be/rf8GHbh8KQU>

Не хотят узнать больше



41

Слабовато

ЦА теста: 100 мужчин и женщин,
18-45 лет, города 1 млн+.



A couple is shown from behind, embracing on a beach. The woman is wearing a black bikini, and the man is wearing dark shorts with a yellow stripe. They are standing on a sandy beach that is heavily littered with trash, including plastic bottles, a bucket, and other debris. The background shows a rocky shoreline with dense tropical vegetation. The overall scene is one of environmental neglect and pollution.

WE WANT YOU TO GET DIRTY

Pornhub

Тестируем промо акцию



«Самое грязное видео»

Мы используем очень много одноразовой пластиковой упаковки. Не замечаем, как много отходов попадает на пляжи и в океан. Это угрожает жизни тысяч видов морских животных.

Нам нужно изменить свои привычки. Перестать уничтожать этот рай на Земле. Чтобы помочь пляжам и океану, пожалуйста, посмотрите видео без цензуры на сайте Pornhub. В ролике пара порноактеров-любителей Leolulu занимается сексом на пляже среди мусора.

Просмотр видео бесплатный. С каждого просмотра этого видео Pornhub будет делать отчисления в некоммерческую организацию Ocean Polymers, которая занимается сбором и переработкой мусора в Мировом океане.

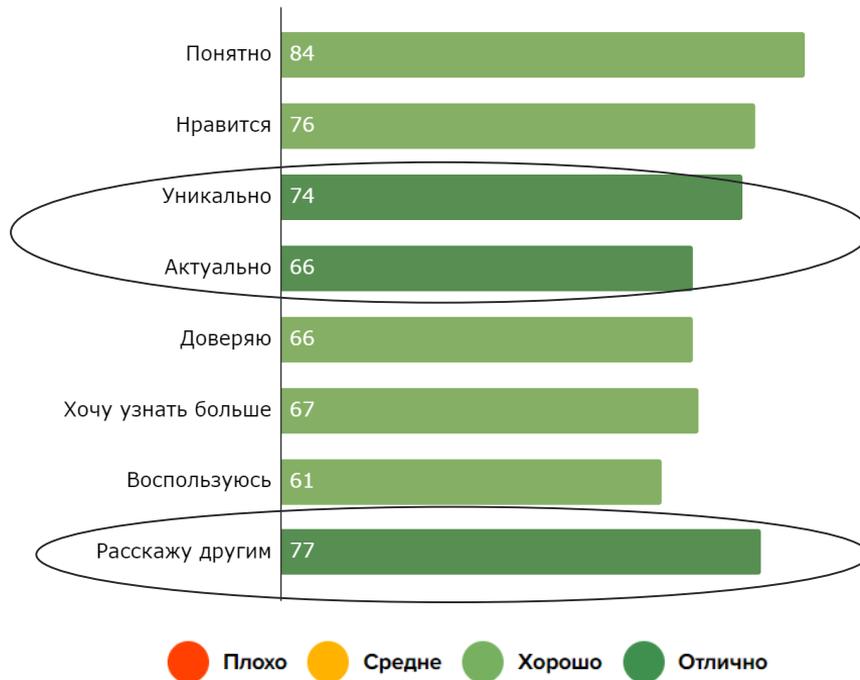
Хорошая промо идея



72

**Отличный
результат**

ЦА теста: 200 мужчин и женщин,
18-45 лет, города 100 тысяч +.



Ради экологии посмотрю



72

Отличный результат

ЦА теста: 200 мужчин и женщин, 18-45 лет, города 100 тысяч +.

Удачный способ заинтересовать равнодушных людей в эко проблемах планеты.

Ж, 22

Оно показывает что людям не безразлично чистота нашей окружающей среды. Даже такой индустрии как порно.

М, 28

Порно, это необычно.

М, 44

Я не смотрю порно, но ради экологии посмотрю, могу даже запустить ролик, и уйти не смотреть.

Ж, 34

Часть 2

Как принимать продуманные решения быстро

Долго + Сложно + Дорого

Проблема классических
исследований



Вжух!

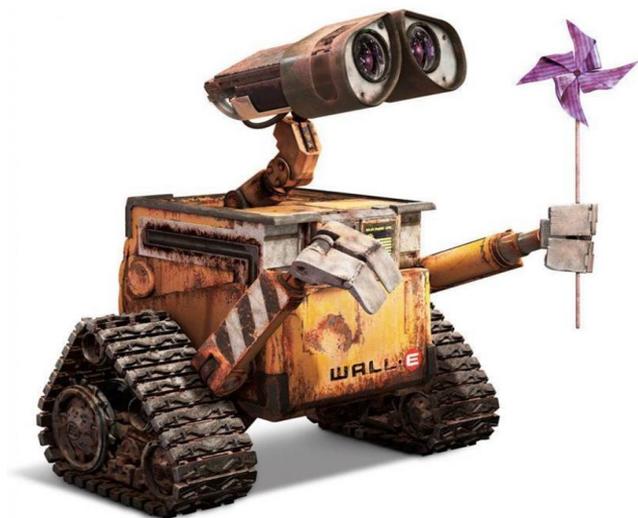
Автоматизация

Меньше человека ...

= меньше ошибок и денег

= ниже требования к пользователю

= выше скорость



Ad Visual

Насколько баннер или листовка нравится? Все ли понятно? Привлекает клиентов? Какой вариант рекламы лучше? Что улучшить?

Старт

Начиная с
5 000 ₺

Ad Audio

Насколько аудиозапись нравится? Вызывает интерес? Все ли понятно? Привлекает клиентов? Стимулирует к действию? Какой вариант лучше? Что улучшить?

Старт

Начиная с
5 000 ₺

Ad Message

Какой слоган выбрать для вашей рекламы? Какое сообщение больше нравится потребителю? Доносит основную суть?

Старт

Начиная с
5 000 ₺

Ad Video

Насколько видео нравится? Вызывает интерес? Все ли понятно? Привлекает клиентов? Стимулирует к действию? Какой вариант лучше? Что улучшить?

Старт

Начиная с
5 000 ₺

Product Idea

Насколько привлекательна идея товара или услуги? Готовы ли купить или воспользоваться? Что нравится, а что нет?

Старт

Начиная с
5 000 ₺

Claims

Какие УТП выбрать? Какие наиболее перспективны? Какие свойства товара или услуги наиболее важны для потребителя?

Старт

Начиная с
5 000 ₺

Product Design

Дизайн товара или упаковки важен. Насколько он нравится? Какой вариант лучше? Что улучшить? Купить такой товар по вашей цене?

Старт

Начиная с
5 000 ₺



Выводы

Провокация — не только игра в хайп

Сложная задача со многими неизвестными, которую нужно решить очень быстро.

Провокация делит людей на сторонников и противников

В каком лагере в итоге оказалась ваша ЦА?

Тесты помогают принимать решение

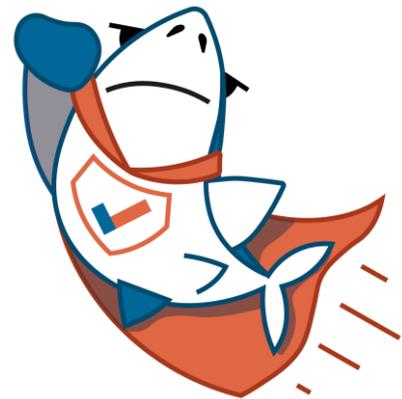
Снижают неопределенность, обучают вашу «нейронную сеть», советуют что нужно доработать.

Нет данных — исходите из соответствия ценностям

Бренда / компании / личным ценностям.

Используйте инструменты для быстрых тестов

На рынке они уже есть.



facebook: fastuna.ru





Спасибо!

Андрей Сычёв

fastuna@tiburon-research.ru
fastuna.ru