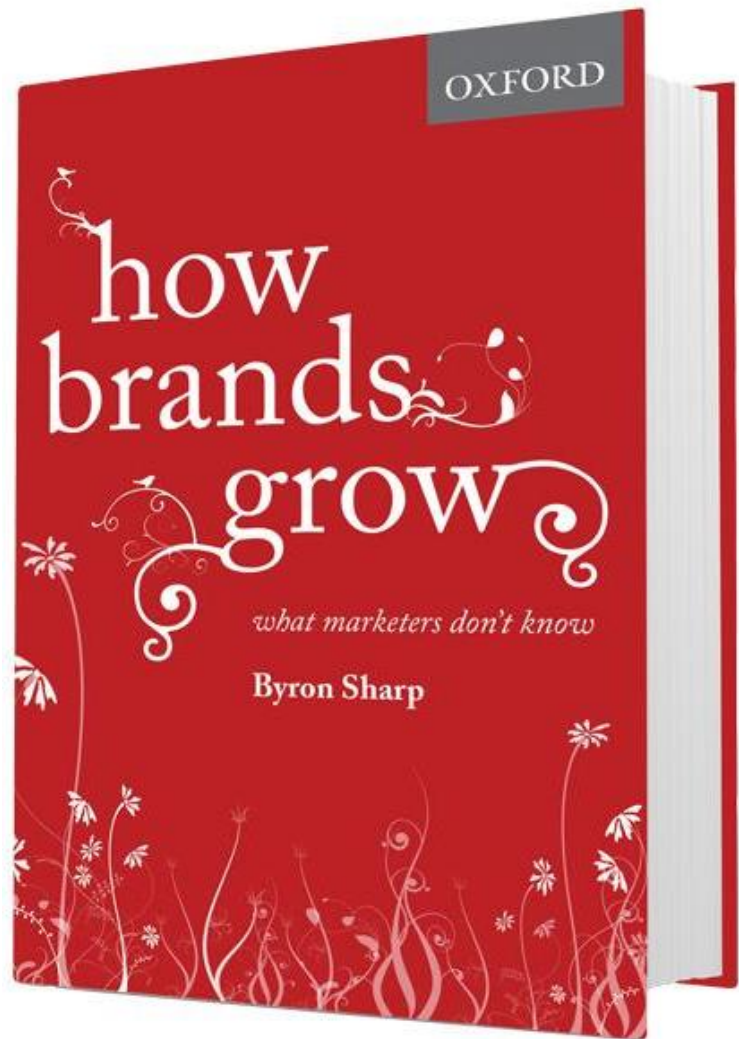




ДЕНЬ БРЕНДА

Маркетинговая теория и рекламная практика





5%

3 раза в год

TRY NOT TO
HEAR THIS

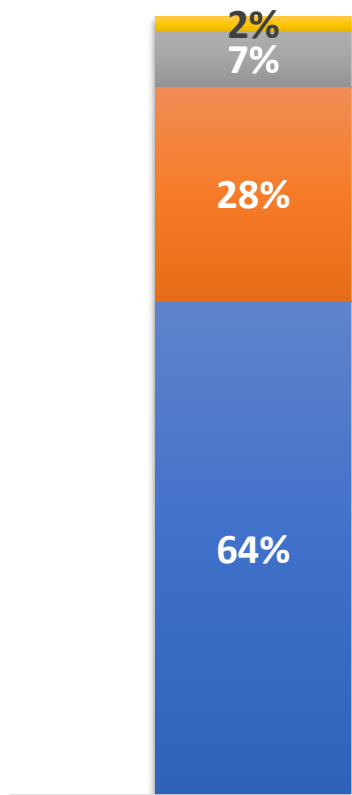
Coca-Cola

■ Покупают один раз в год

■ 2-4 раза в год

■ 5-10 раз в год

■ 11+



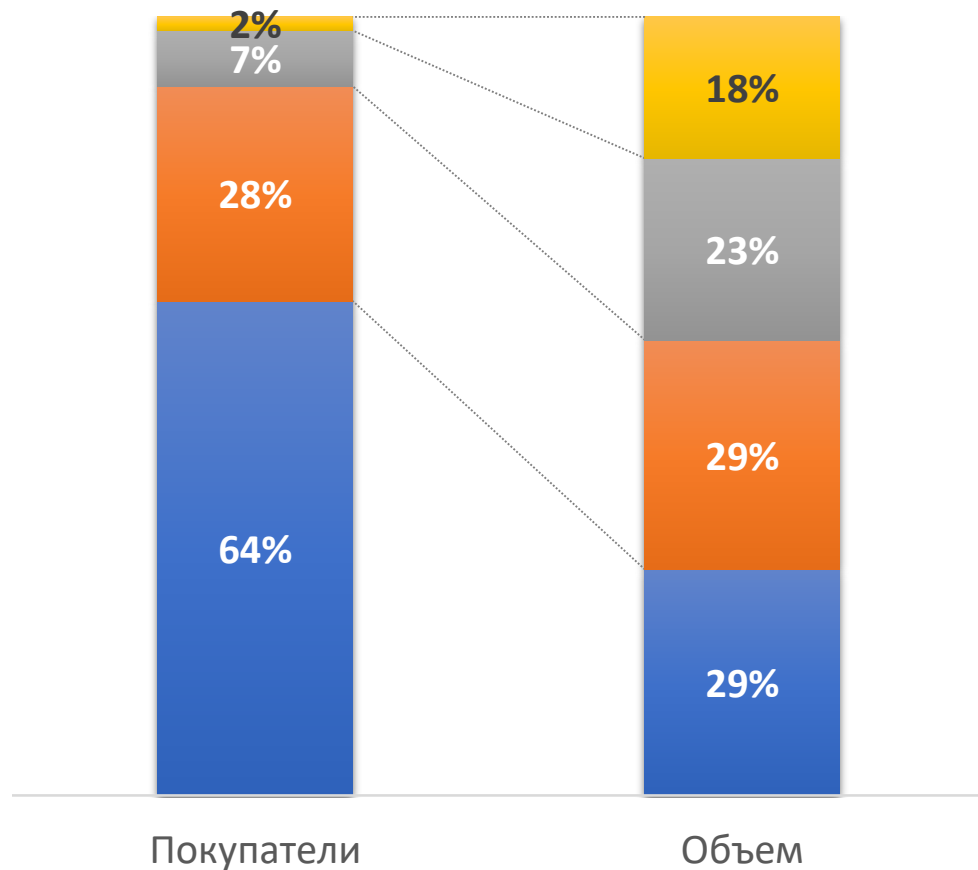
Покупатели

■ Покупают один раз в год

■ 2-4 раза в год

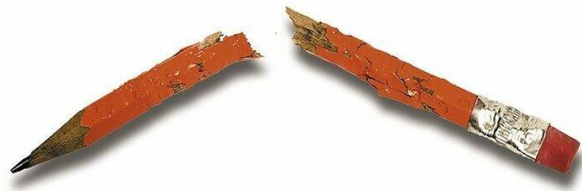
■ 5-10 раз в год

■ 11+



№ 1 В РЕЙТИНГЕ AMAZON.COM

ДУМАЙ
МЕДЛЕННО...
РЕШАЙ
БЫСТРО



ДАНИЭЛЬ
КАНЕМАН

ЛАУРЕАТ НОБЕЛЕВСКОЙ ПРЕМИИ

OXFORD

BUILDING
DISTINCTIVE
BRAND
ASSETS
JENNI ROMANIUK



SYSTEM 1

Intuition & instinct

95%

Unconscious
Fast
Associative
Automatic pilot

SYSTEM 2

Rational thinking

5%

Takes effort
Slow
Logical
Lazy
Indecisive



TOP 10 WAYS TO IMPROVE ADVERTISING ROI

	Factor	Profit Multiplier
1	Market, Brand and Share	18.00
2	Creative – tagging, ad length	12.00
3	Budget-setting across geographies	5.00
4	Budget-setting across portfolios	3.00
5	Multimedia campaigns	2.50
6	Budget-setting across variants	1.70
7	Cost and product seasonality	1.60
8	Product vs. Equity vs. Season	1.40
9	Laydown (of spend over time)	1.15
10	Target Audience	1.10







x 40%



x 40%



16%