

HOW TO SPEND...

BRANDFORMANCE И МЕДИАМИКС 2023



ДЕНЬ
БРЕНДА



**ЗАДАТЬ ВОПРОС
СПИКЕРАМ** ▶



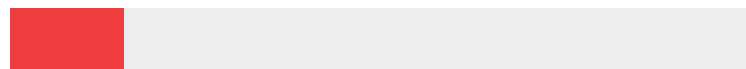
@ARWMSPEAKER_BOT



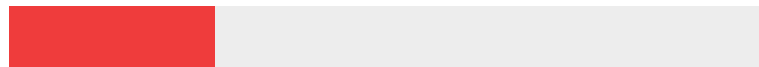
2022 ГОД ОЗНАМЕНОВАЛСЯ СИЛЬНЕЙШИМ ИЗМЕНЕНИЕМ РЫНКА

Данные Digital Alliance, ноябрь 2022

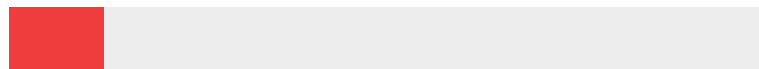
АВТОМОБИЛИ



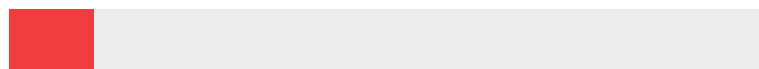
БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ



СРЕДСТВА ЛИЧНОЙ ГИГИЕНЫ



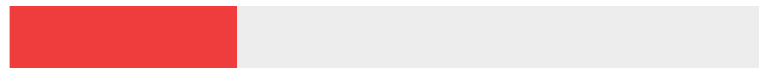
СПОРТИВНЫЕ ТОВАРЫ



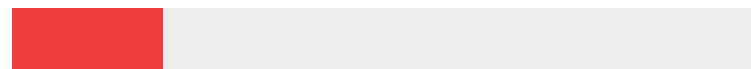
ГСМ И РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



ТОВАРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ



БЫТОВАЯ ТЕХНИКА И ЭЛЕКТРОНИКА



МЕДИЦИНА И ФАРМАЦЕВТИКА



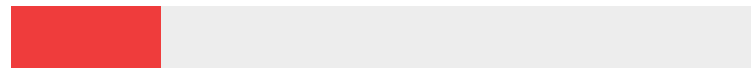
БЫТОВАЯ ХИМИЯ



ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ



МОБИЛЬНЫЕ УСТРОЙСТВА СВЯЗИ



 Бренды остались  Бренды ушли

КОНЕЧНО, ЭТО НЕ МОГЛО НЕ ПОВЛИЯТЬ НА ИЗМЕНЕНИЕ В СЕГМЕНТАХ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ





ПОЯВИЛИСЬ НОВЫЕ ВЫЗОВЫ И НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

**ИНФЛЯЦИЯ
20%**

**ИЗМЕНЕНИЕ ВСЕХ
РЕКЛАМНЫХ СПЛИТОВ**

**УХОД ЗАПАДНЫХ
БРЕНДОВ**

И НЕ ТОЛЬКО БРЕНДОВ
Да-да, мы про каналы,
которые работали

ВРЕМЯ СИЛЬНЫХ

СИЛЬНЫЕ БРЕНДЫ
ПОЯВЛЯЮТСЯ



В СЛОЖНЫЕ
ВРЕМЕНА

ЗАЧЕМ **СЕЙЧАС** ИНВЕСТИРОВАТЬ В БРЕНД?





ЧТО ДАЁТ СИЛЬНЫЙ БРЕНД?

На 30% чаще пользователи выбирают тот бренд, который знают*

Бренд в рамках performance-кампаний обрабатывает лучше всего

Корреляция бренда и бесплатных источников трафика (органика, которая актуальна в этом году как никогда, прямые переходы)

Стоимость привлечения клиента у узнаваемых брендов в 2-3 раза дешевле**

*Исследование Nielsen, 2022

ДАВАЙТЕ ОБСУЖДАТЬ

