



ЧАСТОТА СМЕНЫ КРЕАТИВОВ В НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЕ И ВЛИЯНИЕ СМЕНЫ КРЕАТИВОВ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ

ТКАЧ ВАЛЕРИЯ

VISION

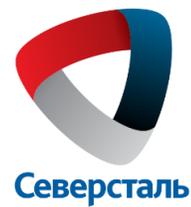
VISION

О КОМПАНИИ



VISION

НАШИ КЛИЕНТЫ

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

VISION

ОДИН ИЗ САМЫХ РАСПРОСТРАНЕННЫХ ВОПРОСОВ:

ОТ ЧЕГО ЗАВИСИТ ЧАСТОТА
СМЕНЫ КРЕАТИВОВ В
РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ?

- Покупательский цикл
- Сезонность
- Конкурентная активность
- Специфика целевой аудитории
- Акции и спецпредложения

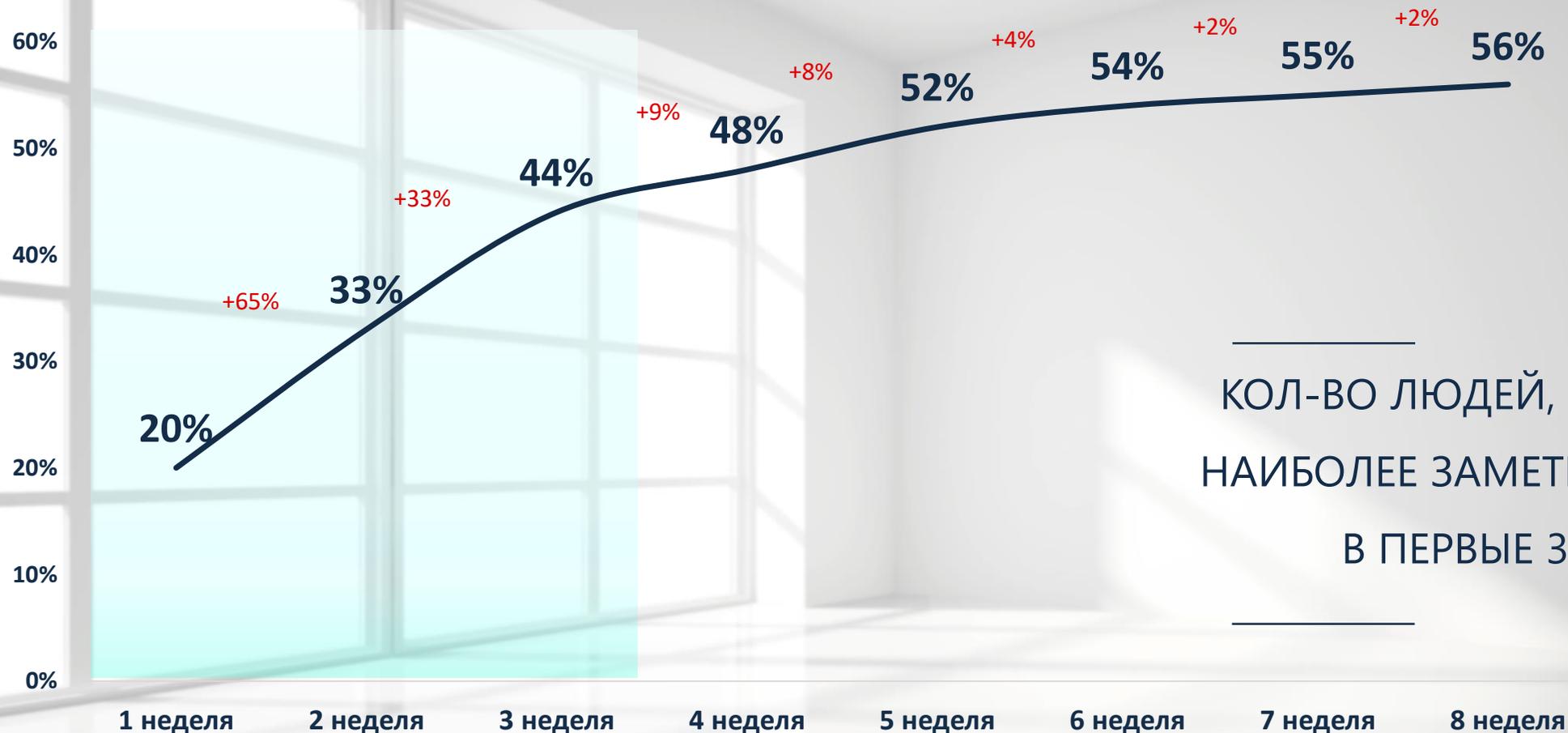
VISION

ПРАВИЛЬНЫЙ ВОПРОС:

ОТ ЧЕГО ДОЛЖНА ЗАВИСЕТЬ
ЧАСТОТА СМЕНЫ КРЕАТИВОВ
В РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ?

- Максимизировать охват
- Провести лонч нового бренда
- Получить WOW-эффект
- Сэкономить бюджет
- Вызвать позитивные эмоции

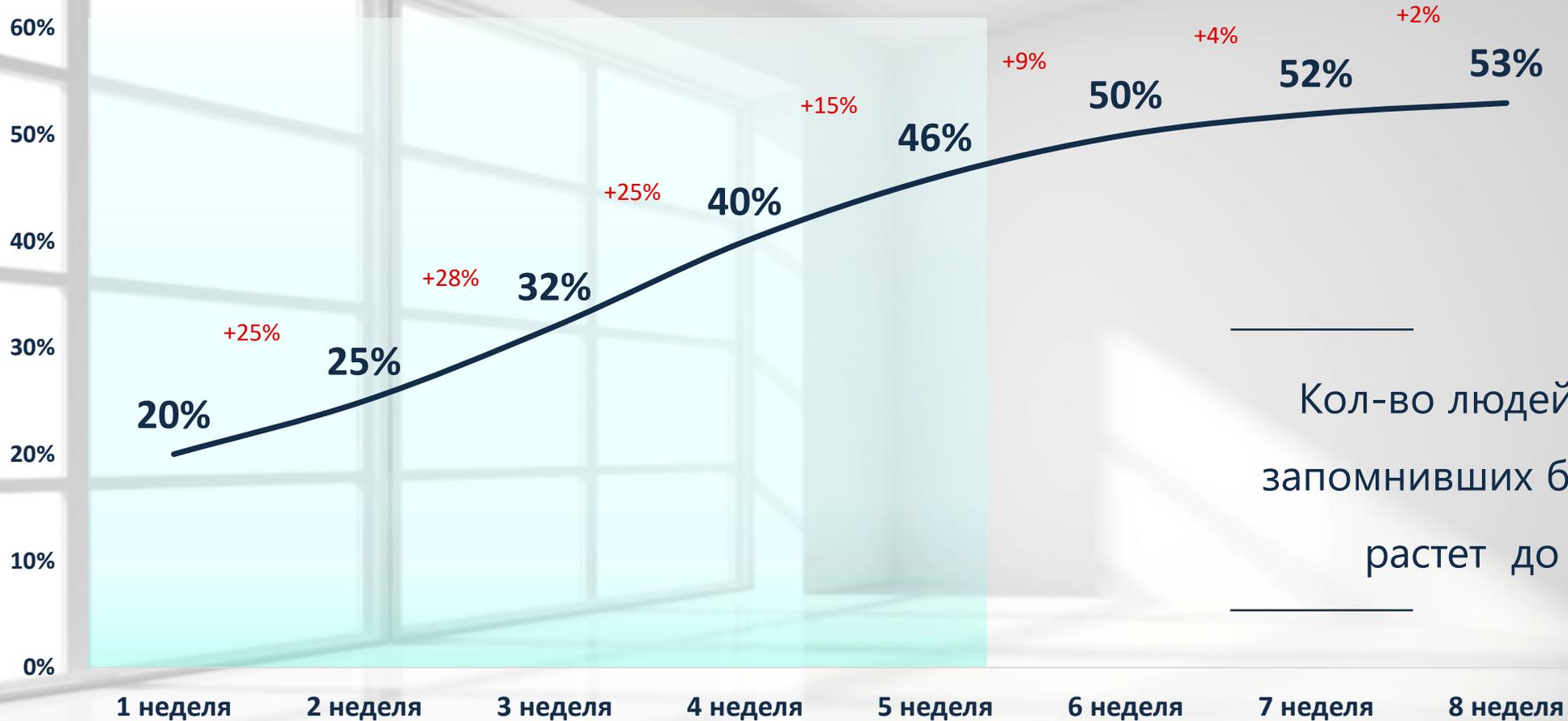
ПОДСКАЗАННОЕ ЗНАНИЕ РК В ДИНАМИКЕ



КОЛ-ВО ЛЮДЕЙ, ВИДЕВШИХ РК,
НАИБОЛЕЕ ЗАМЕТНО ПРИРАСТАЕТ
В ПЕРВЫЕ 3 НЕДЕЛИ

VISION

АТРИБУЦИЯ С БРЕНДОМ В ДИНАМИКЕ



Кол-во людей, правильно
запомнивших бренд, активно
растет до 5 недель

VISION

ЭФФЕКТИВНЫЙ ОХВАТ РК В ДИНАМИКЕ



Эффективный охват
продолжает активно расти
до 5 недель

СТОИМОСТЬ ЗАТРАТ В ДИНАМИКЕ



VISION

СПОНТАННОЕ ЗНАНИЕ РК В ДИНАМИКЕ



Всплеск спонтанного знания происходит в первые 2 недели размещения, после чего наблюдается спад спонтанного знания

VISION

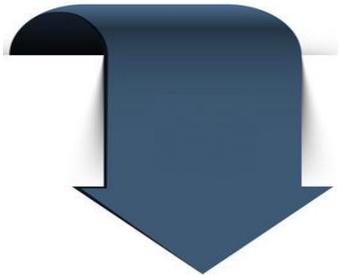
УСТАЛОСТЬ ОТ РК В ДИНАМИКЕ



Доля людей, уставших от РК, становится существенной после 4 недель и еженедельно продолжает расти

ЗАДАЧИ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

МАКСИМАЛЬНЫЙ
ОХВАТ



РАЗ В 3 НЕДЕЛИ

ЛОНЧ НОВОГО
ПРОДУКТА



РАЗ В 5 НЕДЕЛЬ

ПОЛУЧИТЬ
WOW ЭФФЕКТ



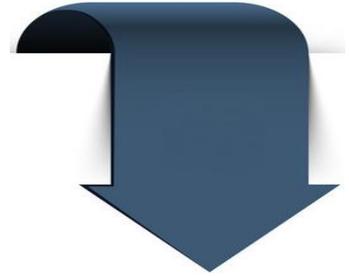
РАЗ В 2 НЕДЕЛИ

СЭКОНОМИТЬ
БЮДЖЕТ



РАЗ В 3-6 НЕДЕЛЬ

НЕ ВЫЗВАТЬ
РАЗДРАЖЕНИЯ

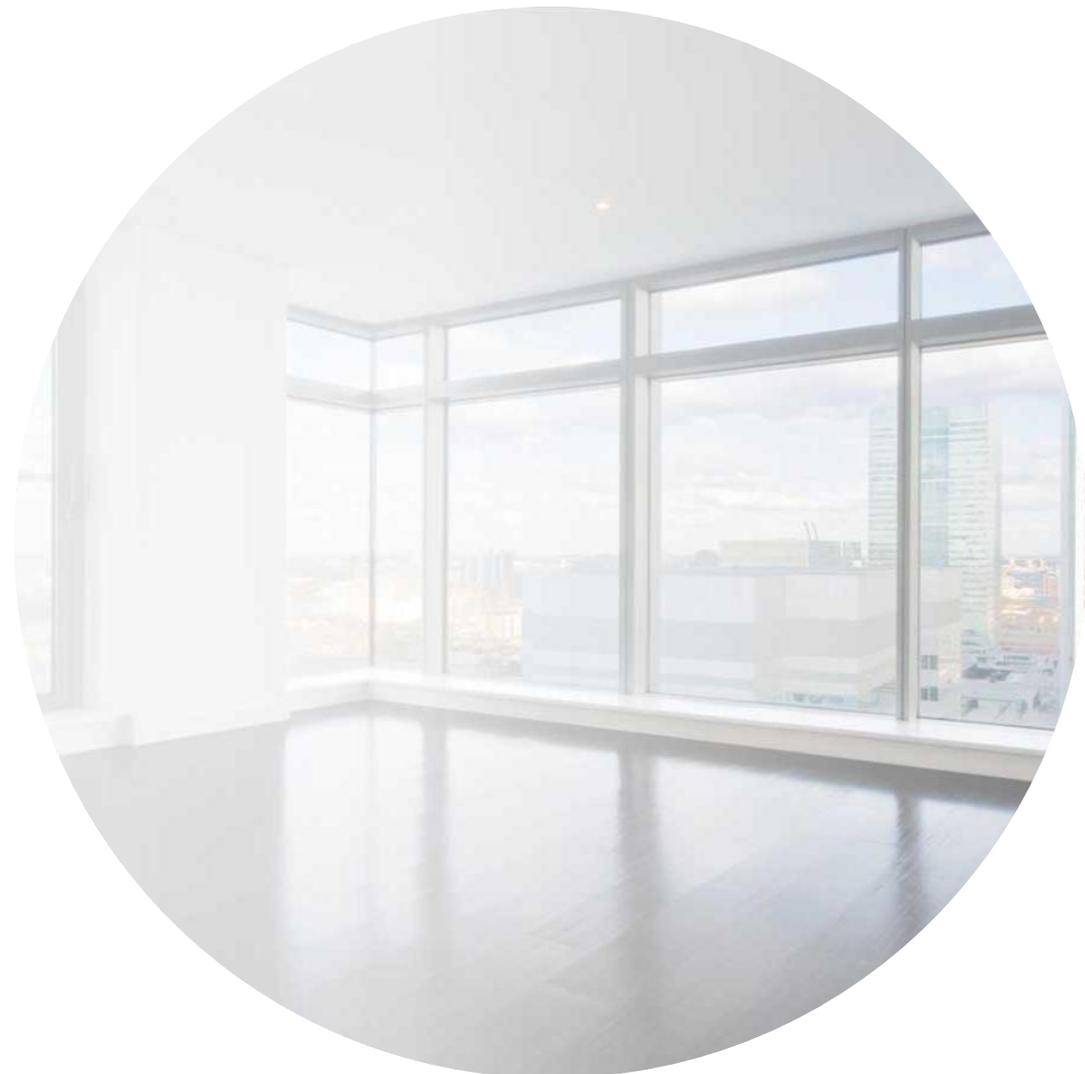


РАЗ В 4 НЕДЕЛИ

ЧАСТОТА СМЕНЫ КРЕАТИВОВ

VISION

ГОТОВЫ РАБОТАТЬ ВМЕСТЕ?



АДРЕС

Москва, Россия

127018, ул. Полковая, д. 3, стр. 3, офис 302

EMAIL

vtkach@vision-agency.ru

ТЕЛЕФОН

+7 (916) 459 27 71

+7 (495) 177 46 54

САЙТ

www.vision-agency.ru