

**HAVAS** Media

# Как кампания в наружной рекламе повлияла на метрики бренда с молодой аудиторией



**Оксана Ковальчук**

Account Director, Havas Media



**60**

кухонь  
по Москве и МО

**2330 ₺**

средний чек

**45**

**МИНУТ**

среднее время  
доставки

**1,5**

частота совершения  
покупки и потребления  
продукта в месяц

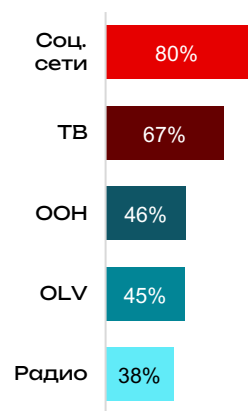
## Стратегия в Медиа

- Фокус размещения на performance форматы в Digital для обеспечения необходимого количества заказов
- Для расширения верхней части воронки подключение ООН охватной программы

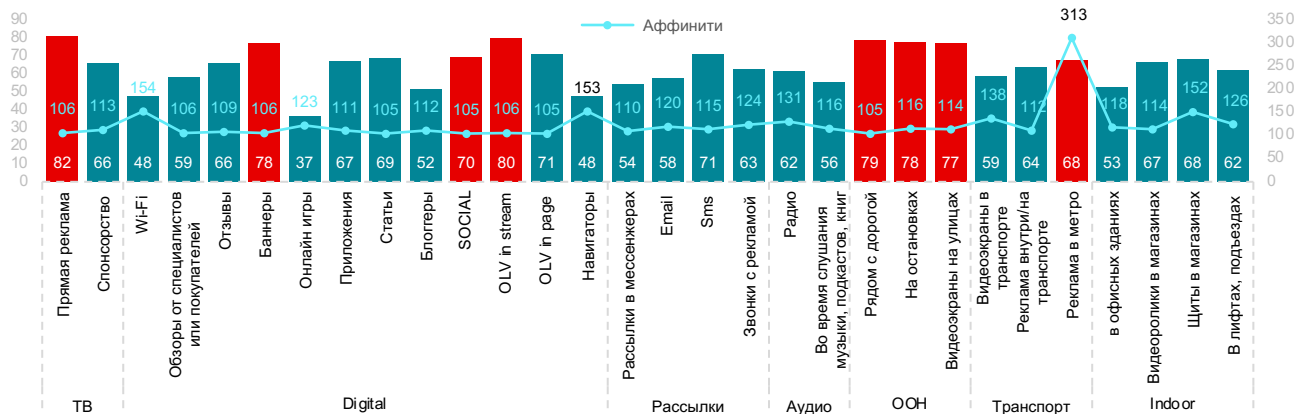
# Что мы сделали

Несмотря на то, что для более молодой аудитории в топ по медиа потреблению выходит диджитал, рекомендовали сохранить долю ООН высокой, но с фокусом на цифровые форматы.

Медиа-потребление,  
% в неделю



Замечают рекламу,  
% в неделю



# Разработали уникальные стратегии для каждого сегмента ЦА



Достижение  
целей кампании  
при работе  
с разными  
сегментами ЦА

Сегмент				Инструмент	KPI
Все 25-45 Москва	Текущие пользователи доставки готовой еды в Москве	Включение «Много лосося» в пул ресторанов для заказа	Охватная коммуникация на широкую аудиторию	ТВ / ООН Интернет	<ul style="list-style-type: none"><li>• Рост знания;</li><li>• Рост понимания;</li><li>• <b>Рост количества заказов.</b></li></ul>
Все 25-45 Москва	Текущие покупатели сервисов быстрой доставки еды в Москве, которые находятся в радиусе доставки до 40 мин	Включение «Много лосося» в пул ресторанов для заказа	Охватная коммуникация с привязкой к GEO	ООН Интернет	<ul style="list-style-type: none"><li>• Рост знания;</li><li>• Базы регулярных пользователей;</li><li>• <b>Рост количества заказов.</b></li></ul>

**Благодаря уникальным данным Билайн  
о контактах с рекламным сообщением  
в оффлайн медиа удалось получить  
достоверные результаты влияния  
рекламной кампании на бренд-метрики.**

- Кампания оказала значительное влияние на рост уровня знания бренда и знания рекламы
- Уровень потребления у охваченных кампанией выше
- Наблюдается рост показателя «Намерение совершить покупку» среди охваченных кампанией

↑ 14 пп

рост подсказанного знания

↑ 4 пп

рост знания рекламы

x3

рост спонтанного знания

x2

рост уровня потребления

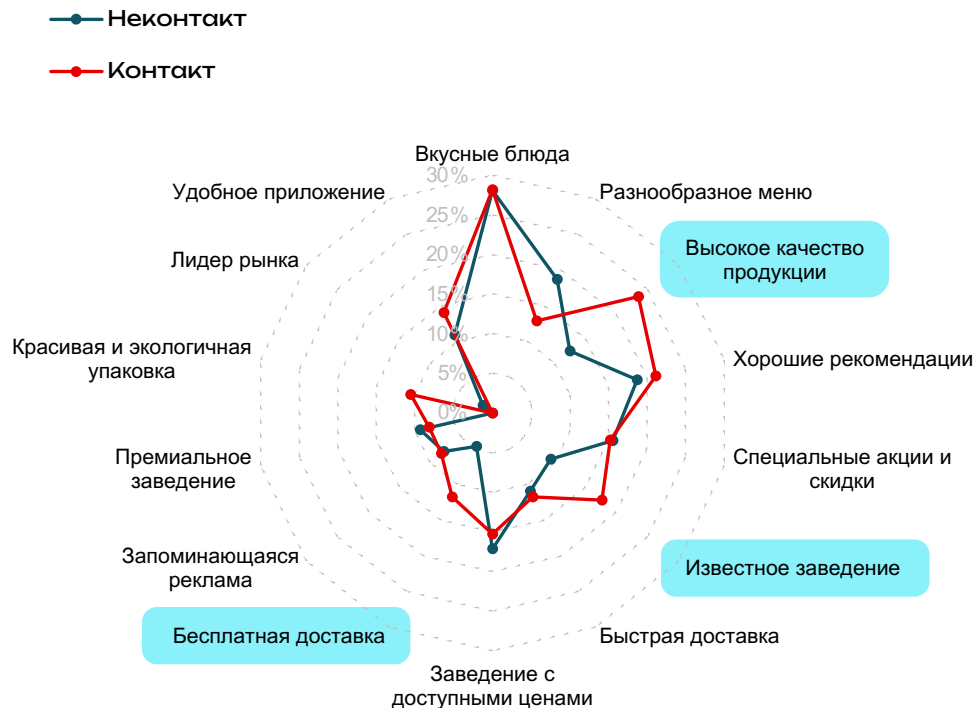
x6

рост намерения покупки



# Имиджевые характеристики

- Наблюдается рост таких атрибутов как «Высокое качество продукции», «Известное заведение» и «Бесплатная доставка»





**«Изучай правила,  
чтобы знать, как  
правильно их  
нарушить»**

# Спасибо

Презентация и инсайты  
в телеграм-канале  
группы АДВ

HAVAS Media



Havas 2023