

# тёплый контакт

Чтобы  
достучаться до  
потребителя —  
нужно время.

**Время контакта.**



# Внимание стало дефицитом

В среднем на 1 человека приходится до 23 тыс. рекламных сообщений в сутки

01

За годы мозг выработал защитный механизм - перестал слышать то, что его не удивляет или он это не ищет

02

Наружная реклама теряет эффективность, за последние 6 лет кол-во цифровых поверхностей выросло в 10 раз и превысило 100 тыс. Количество рекламных сообщений в сутки, которые видит человеккратно выросло.

03

Люди, перегруженные рекламным шумом всё реже замечают сообщения брендов

04

Расходы на рекламу растут - качество и длительность контакта падают

05

# Внимание стало дефицитом

В начале 2000-х люди переключали фокус внимания каждые 2.5 минуты, а в 2023 каждые 47 секунд

06

Индустрия активно внедряет attention-метрики как новую «валюту» эффективности

07

Добавляются показатели, связанные с вниманием: фиксируют видимость креатива, длительность его нахождения в видимой зоне, активность вкладки браузера, процент площади экрана, занимаемой рекламным блоком

08

Реклама перестала измеряться количеством показов и кликов.

Важно не просто попасть в поле зрения, а удержать интерес человека.

Эффективные те форматы рекламы, которые работают с вниманием потребителя

09

# Горячий контакт, который нельзя пропустить

тёплый  
контакт

Реклама на кофейных стаканах — гарантированное привлечение внимания любого сегмента аудитории.



15–30 минут один  
на один с брендом



Контакт в естественной  
органической среде



Закрепление информационного  
сообщения вкусным любимым  
напитком автоматически  
формирует  
у потребителя положительное  
отношение к бренду



Высочайшее качество цифровой печати на самом современном оборудовании позволяет придать любому бренду более премиальное восприятие

Starbucks отмечает, что клиенты держат стаканчики в руках в 60 раз дольше, чем смотрят рекламный пост в Instagram.

78% посетителей фудкортвов замечают логотипы на посуде (исследование QSR Magazine)

# Преимущества формата

тёплый  
контакт

01

Низкий ценовой порог входа

02

Гибкое таргетирование по гео и соцдему

03

Контакт высокого качества — лучше классических ООН

04

Широкие возможности геймофикации через переменные данные



# Геймификация на стаканах

мелкий  
контакт

01

Раскраски, ребусы,  
уникальные sudoku



02

Offline-2-Online  
через QR-коды

вплоть до уникальных  
для каждой торговой точки

03

Сбор подписчиков,  
промо и розыгрыши

04

Программа  
лояльности для  
торговых точек

05

Мотивация  
на скачивание  
мобильного  
приложения

06

Анонсы новых  
товаров и услуг

# Геймификация на стаканах



# Для конференций и выставок

mēnлый  
контакт



Печать тиража —

от 1 дня

Мотивационные  
сообщения для:

подписки

регистрации

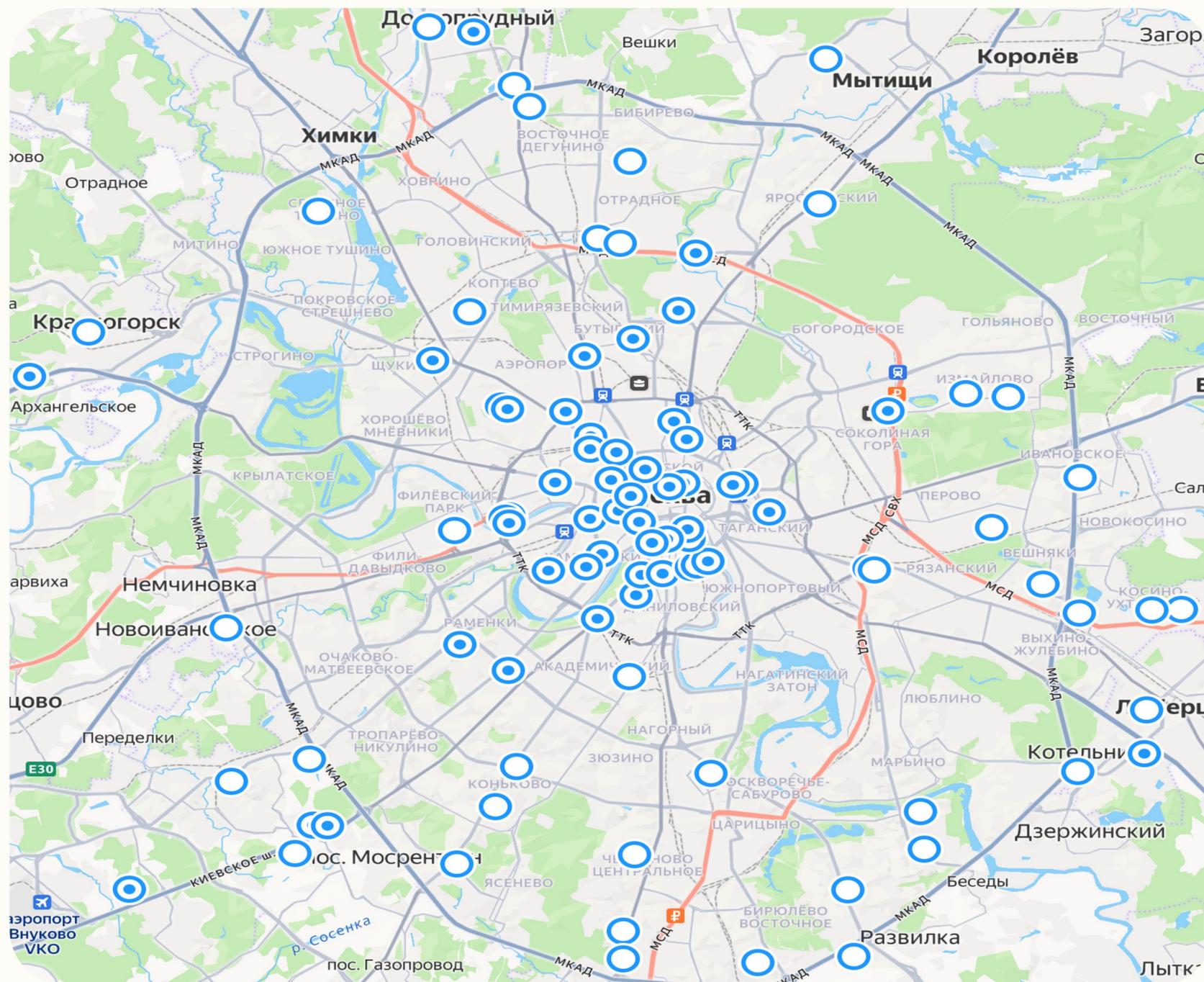
QR-коды со  
ссылками на:

материалы спикеров

расписание и программу выступлений

# Текущая сеть

тёплый  
контакт



8

парков Москвы

106

кофеен в Москве

от 175 000

стаканов в месяц

1 000 000 000 +

стаканов в месяц в 2026 году.  
Сеть постоянно расширяется

# Кейс: Препарат при ОРВИ

мелкий  
контакт

Размещение в парках

МОСКВЫ

Тираж стаканов

5 000

проведен

A/B-тест

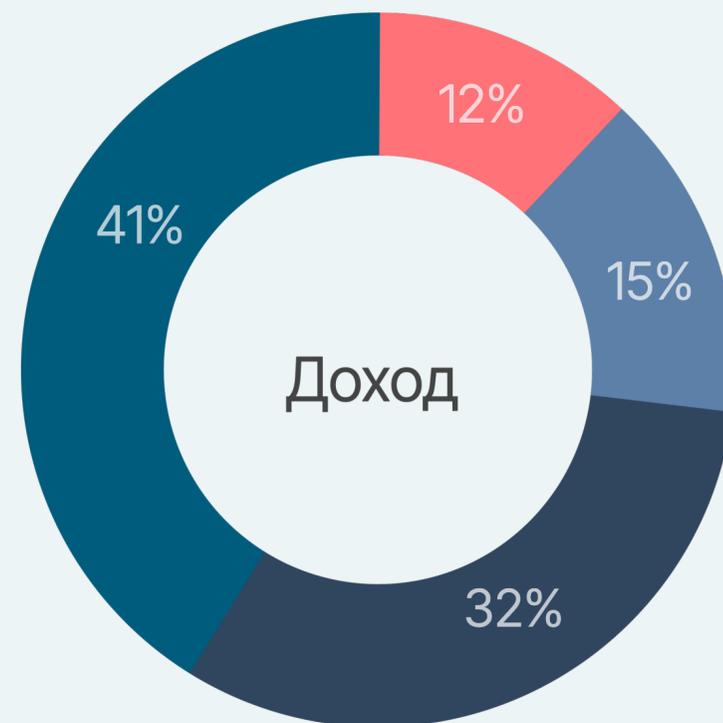
для оценки креативов  
и отклика аудитории\*



\*Исследование Vision

# Портрет охваченной рекламой аудитории

Пол



Доход

- На питание денег хватает, но покупка одежды вызывает серьезные проблемы
- На питание и одежду денег хватает, но купить сейчас телевизор, холодильник или стиральную машину было бы трудно
- Денег вполне хватает на крупную бытовую технику, но мы не могли бы купить новую машину
- Зарботков хватает на все, кроме приобретения недвижимости
- Материальных затруднений не испытываем. При необходимости могли бы приобрести дачу или квартиру

Возраст



# Влияние рекламы на знание бренда

Знаете ли Вы препарат от простуды \*\*\*\*\*?

Да  
Нет

Покупали напитки в брендированных  
стаканах

87%

13%

Не покупали напитки

46%

54%

# Влияние рекламы на готовность к покупке

Если Вам понадобится препарат от простуды, готовы ли Вы приобрести \*\*\*\*\*?

Да Затрудняюсь ответить  
Нет

Покупали напитки в стаканах Риниколд

36%

28%

36%

Не покупали напитки

23%

39%

38%

# Выиграйте тестовое размещение на 1000 стаканах

мѐнлѐй  
контакт

01

Сканируйте QR-код на стаканчиках

02

Подписывайтесь на телеграм-канал

03

12 декабря бот выберет победителя



# Спасибо за внимание

Владимир Трофимов

мёпльй  
контакт



 @vladimir81



 +7 (925) 001-24-55