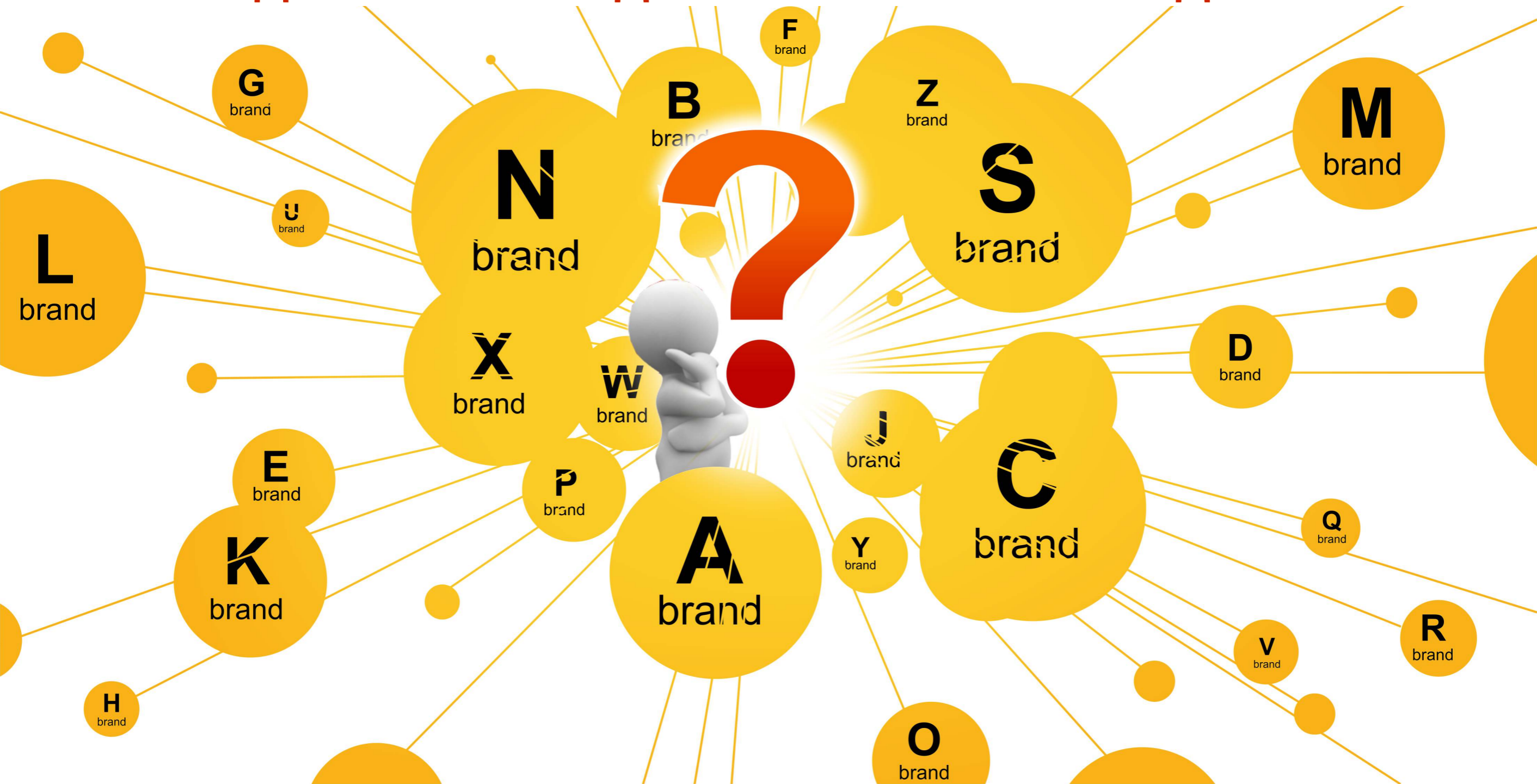


Рождение нового бренда.
Реально ли провести лонч продукта,
используя только один формат?



2019

ВЫВОД НОВОГО БРЕНДА НА РЫНОК – ЭТО ВСЕГДА ВЫЗОВ



ЗНАКОМТЕСЬ – СЫР OUTDOÖR



РАЗРАБОТКА «СЫРА»

Для зрителя слово Outdoor это всего лишь непонятное название с западноевропейской фонетикой, созвучное таким брендам как: Дорблю, Гройцер, Камамбер, Тильзитер, Рокфор, Эдамер, Чедер, Ламбер, Массдамер, и пр.



Воск

Рекламный штамп про «суперкачество»

Немецкий «двойной» апостроф над O (Ö)

Пузыри «сердечки»

Готический шрифт, задающий прямые ассоциации европейскими продуктами

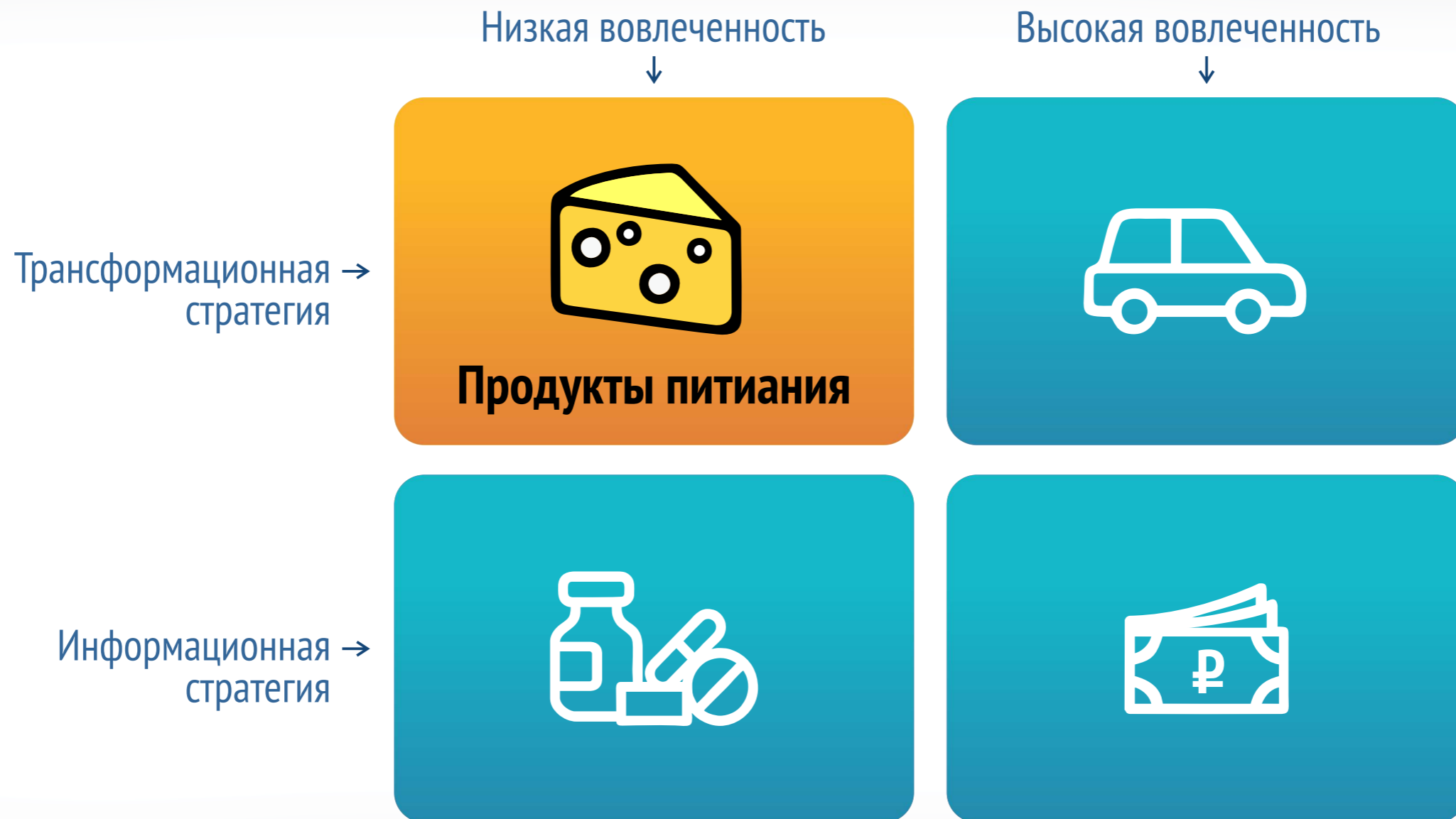
Сырная текстура

Простые пузыри

Фирменная этикетка

Пасторальная картинка с видом водяной мельницы, выполненная в стиле западноевропейской графики

ЗАПУСК НОВОГО ПРОДУКТА



Матрица Росситера-Перси

Можно ли провести лонч, используя только один канал коммуникации?

ПАРАМЕТРЫ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

→	1 медиаканал	медиафасады
→	1 город	Москва
→	Рек. поверхностей	12
→	Бюджет	15 млн. руб.
→	Продолжительность	1 месяц

МЕДИАФАСАДЫ: ЗАПУСК НОВОГО ПРОДУКТА

Щёлковское шоссе, 2А





Шоссе Энтузиастов, 5



Большая Тульская улица, 2



Проспект Мира, 150



Аэропорт Внуково



Улица Новый Арбат, 24



Ленинградское ш., д.27



Проспект Вернадского, 86А



5-й Донской проезд, 23



Улица Новый Арбат, 2



Можайское ш. 165 х МКАД



Бережковская набережная, 20с73

ГЕОГРАФИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ



1. Бережковская набережная, 20с73 (Sunlight)
2. Большая Тульская улица, 2 (Расвэро)
3. Проспект Вернадского, 86А (InTention)
4. Аэропорт Внуково, 1-я Рейсовая, д.1 (Sunlight)
5. 5-й Донской проезд, 23 (Sunlight)
6. Проспект Мира, 150 (LBL)
7. Можайское ш. 165 x МКАД (LBL)
8. Улица Новый Арбат, 2 (Расвэро)
9. Улица Новый Арбат, 24 (LBL)
10. Ленинградское ш., д.27 (Sunlight)
11. Щёлковское шоссе, 2А (Northstar)
12. Шоссе Энтузиастов, 5 (Sunlight)

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

→	Метод	on-line опрос
→	Квоты	Пол, возраст
→	Целевая аудитория	18-55
→	Выборка	1200 человек
→	География	Москва
→	Медиаканал	Медиафасады
→	Период анализа	август 2019
→	Подрядчик	Исследовательское агентство Vision

РОСТ ЗНАНИЯ ПРОДУКТА

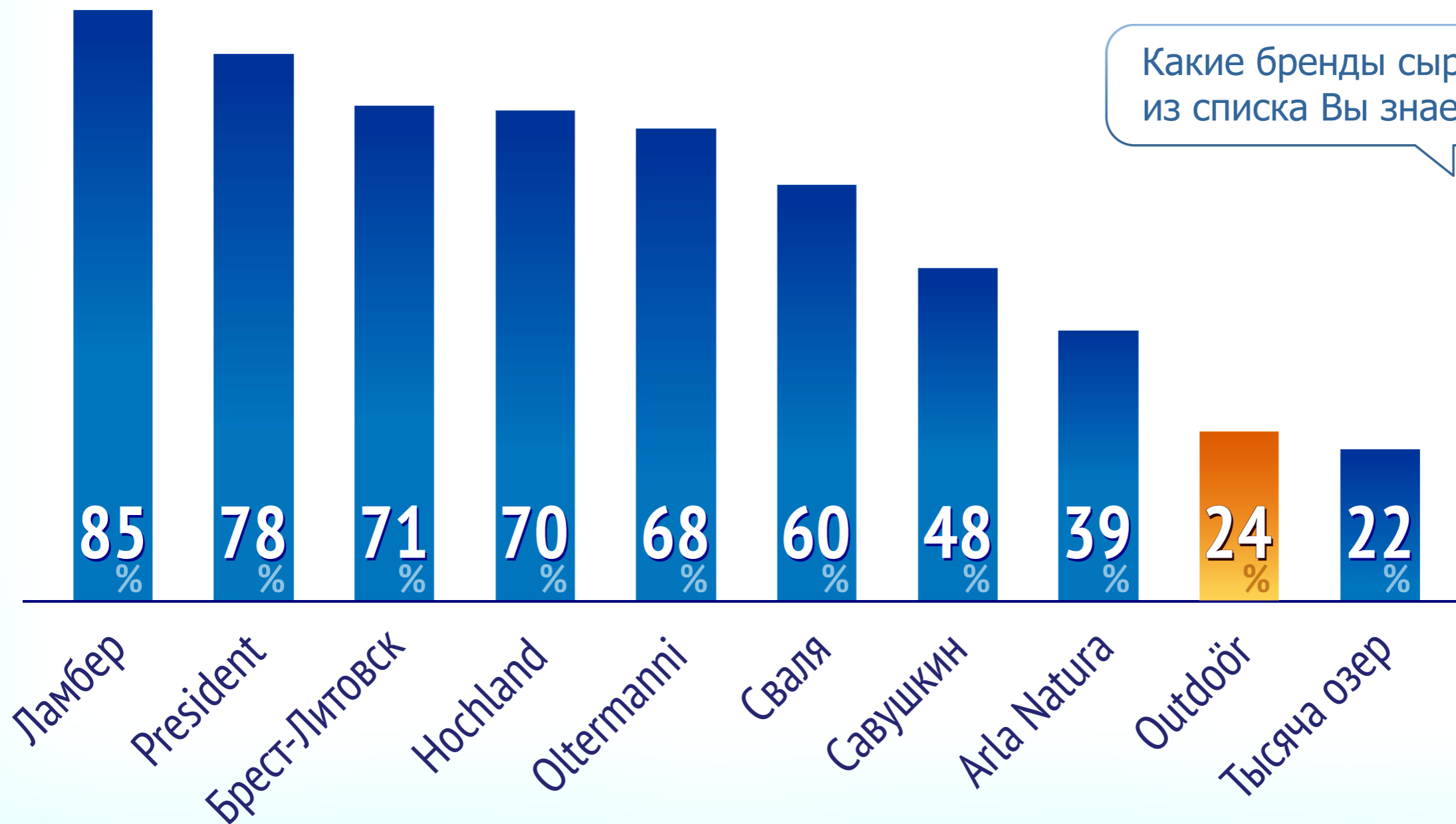


Знание НЕсуществующего сыра за месяц выросло до 24%

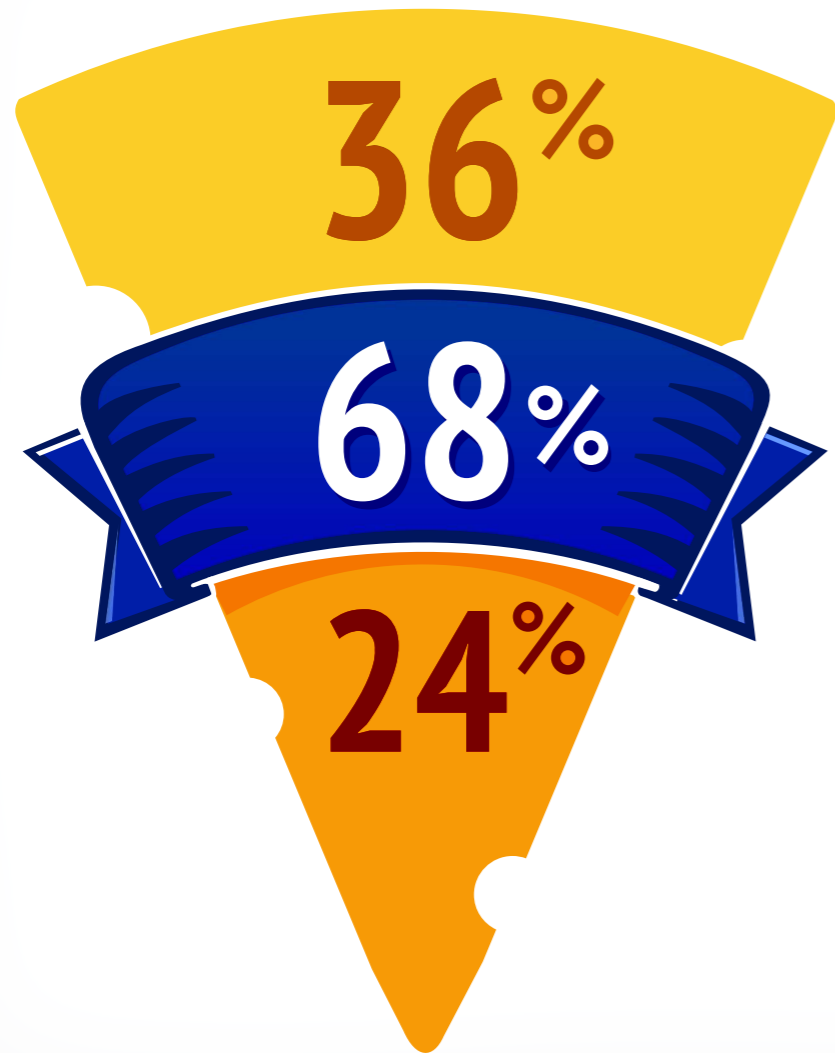
ТОП-10 БРЕНДОВ ПО УРОВНЮ ЗНАНИЯ В КАТЕГОРИИ СЫР

Какие бренды сыра
из списка Вы знаете ?

База: 1200



ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ



ПОДСКАЗАННОЕ ЗНАНИЕ

Подсказанное знание рекламы – процент опрошенных, отметивших, что они видели дебрэндрированное рекламное сообщение

ПРАВИЛЬНАЯ АТРИБУЦИЯ

Правильная атрибуция с брендом – процент правильно назвавших рекламировавшийся бренд среди тех, кто видел рекламное сообщение

ЭФФЕКТИВНЫЙ ОХВАТ

Эффективный охват - % опрошенных видевших рекламу и при этом правильно атрибутирующих бренд

АТРИБУЦИЯ С БРЕНДОМ



Outdoor

Oltermanni

Ламбер

Hochland

Valio

Брест-Литовск

Arla Natura

Parmalat

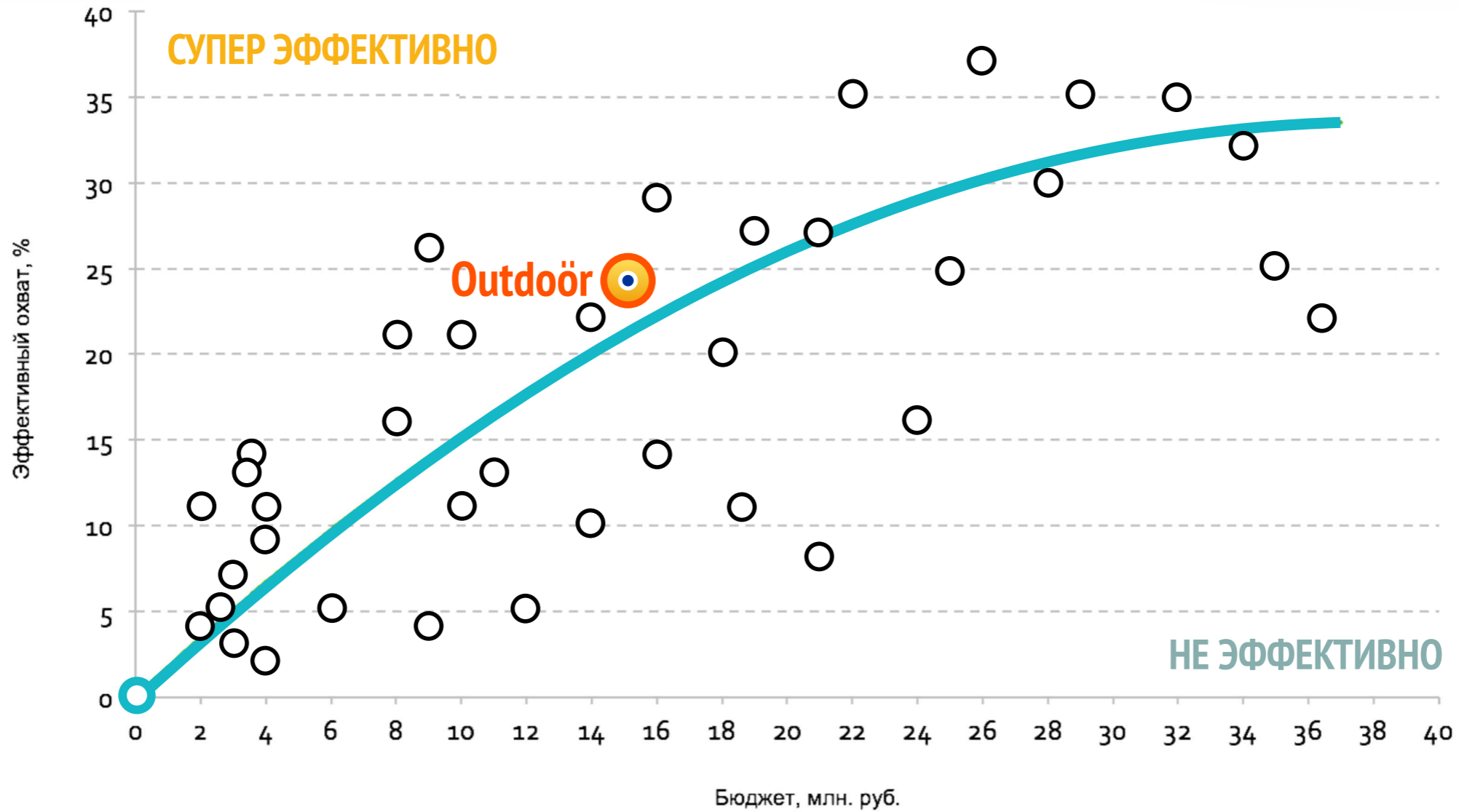
Другое

3/0

СРЕДНЯЯ АТТРИБУЦИЯ С БРЕНДОМ НА ДРУГИХ ФОРМАТАХ ООИ

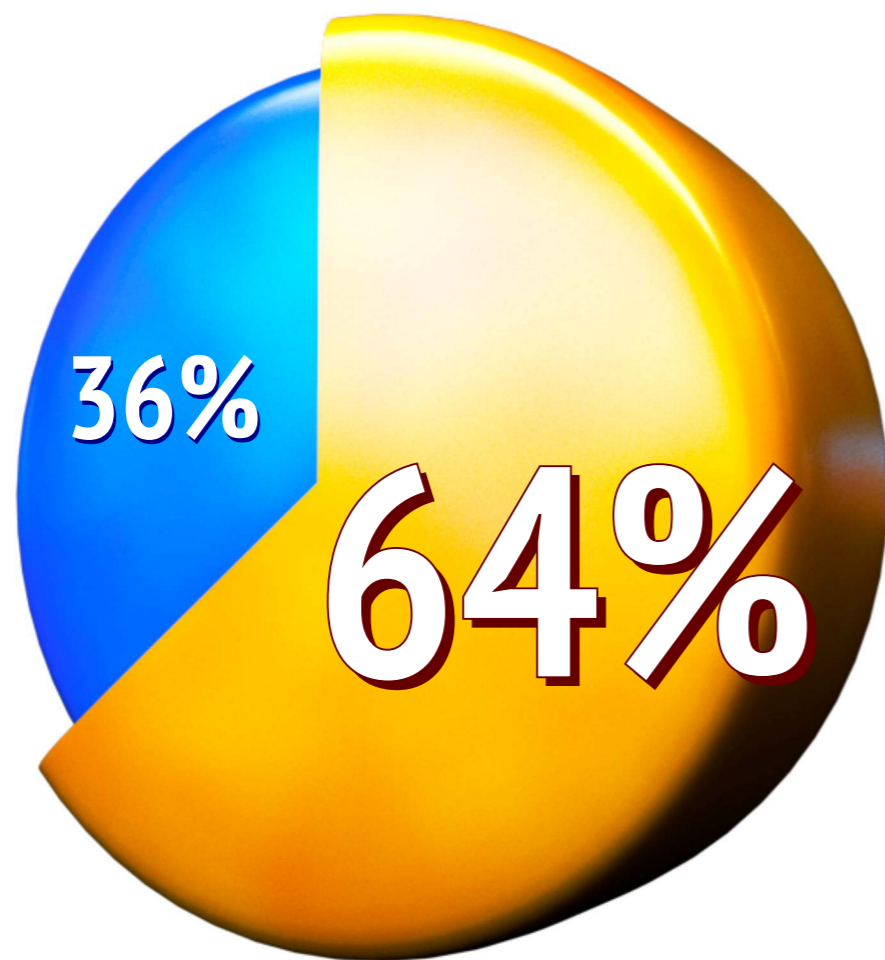


ЭФФЕКТИВНОСТЬ



Несмотря на лонч, эффективность размещения оказалась выше среднего

КЛЮЧЕВОЙ ЭФФЕКТ



Захотелось ли Вам купить
рекламируемый продукт ?

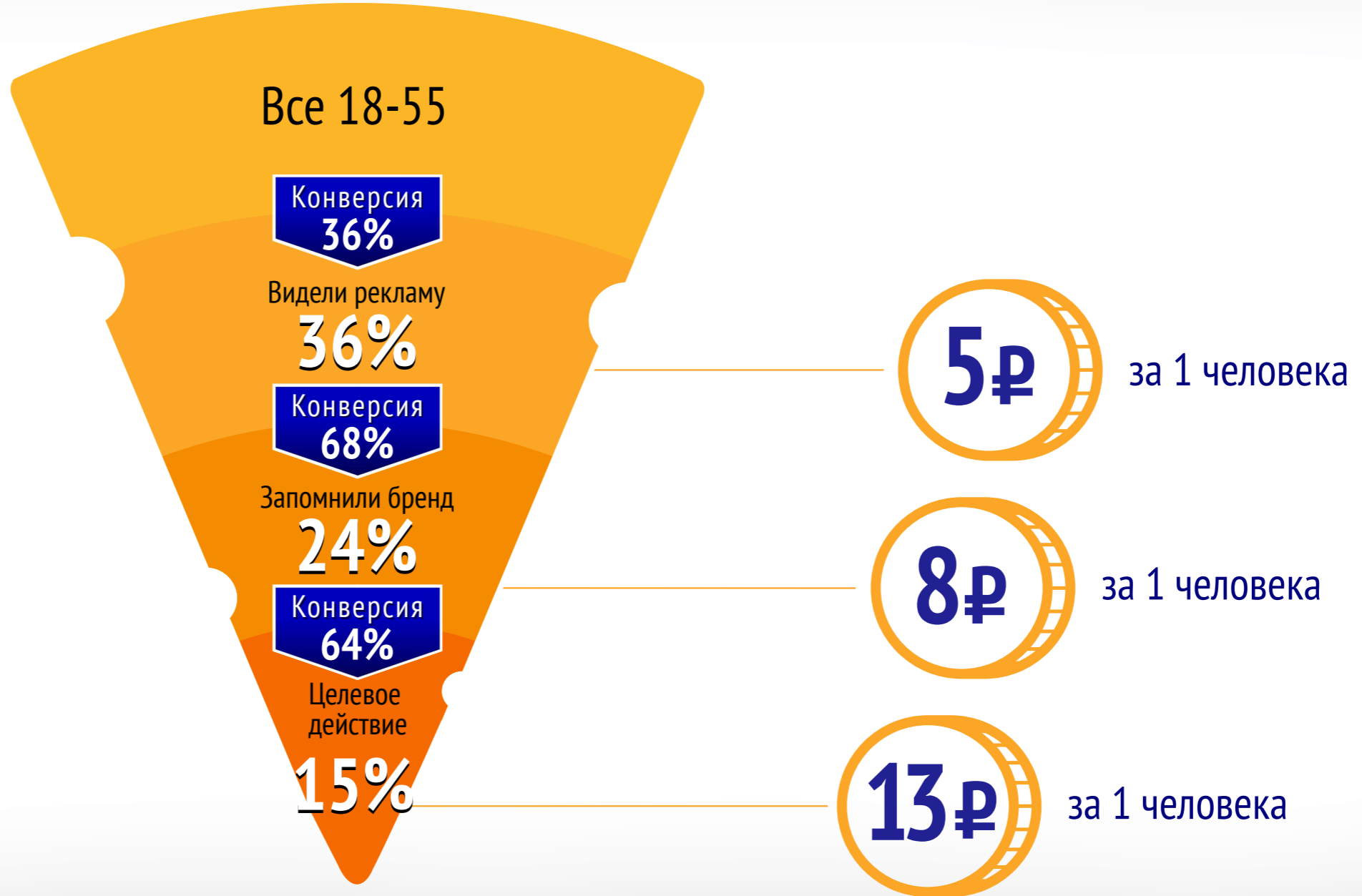
База: 1200

●
СКОРЕЕ ДА

●
СКОРЕЕ НЕТ

**2/3 ЗАХОТЕЛИ
КУПИТЬ СЫР OUTDOÖR**

РЕКЛАМНАЯ КОНВЕРСИЯ



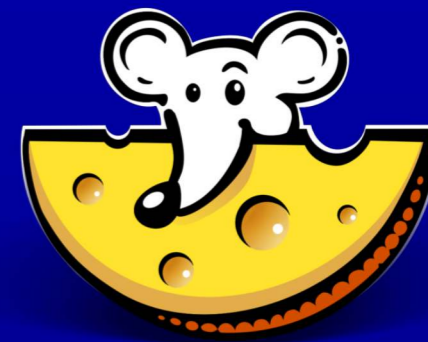
ОЦЕНКИ ЗРИТЕЛЕЙ



Выберите наиболее подходящие характеристики для бренда (не более 3-х)

База: 1200

Несуществующий сыр Outdoor
показался зрителям очень аппетитным



Спасибо!
cheese-outdoor.ru