

Не digital единым:
ТВ, радио, наружная реклама





Георгий Остапенко

Генеральный директор
SAMBA

Директор
по технологическим
платформам Okkam

Okkam — крупнейшая коммуникационная группа России, с собственной технологической платформой и оборотом более 80 млрд рублей

*** SAMBA = OKKAM +** 

Два лидера объединились с целью упростить малому и среднему бизнесу доступ к запуску рекламы на ТВ, радио, digital-каналах, а также наружной рекламы

Привычные digital-каналы со временем «выгорают»

Если вы наблюдаете у себя

снижение CTR

снижение охвата

снижение заявок,
заказов, звонков

рост стоимости клика

то это первые признаки исчерпания аудитории

Как это можно исправить?

Собрать новую целевую аудиторию

Кардинально поменять креатив

Использовать новые digital-каналы,
например Telegram

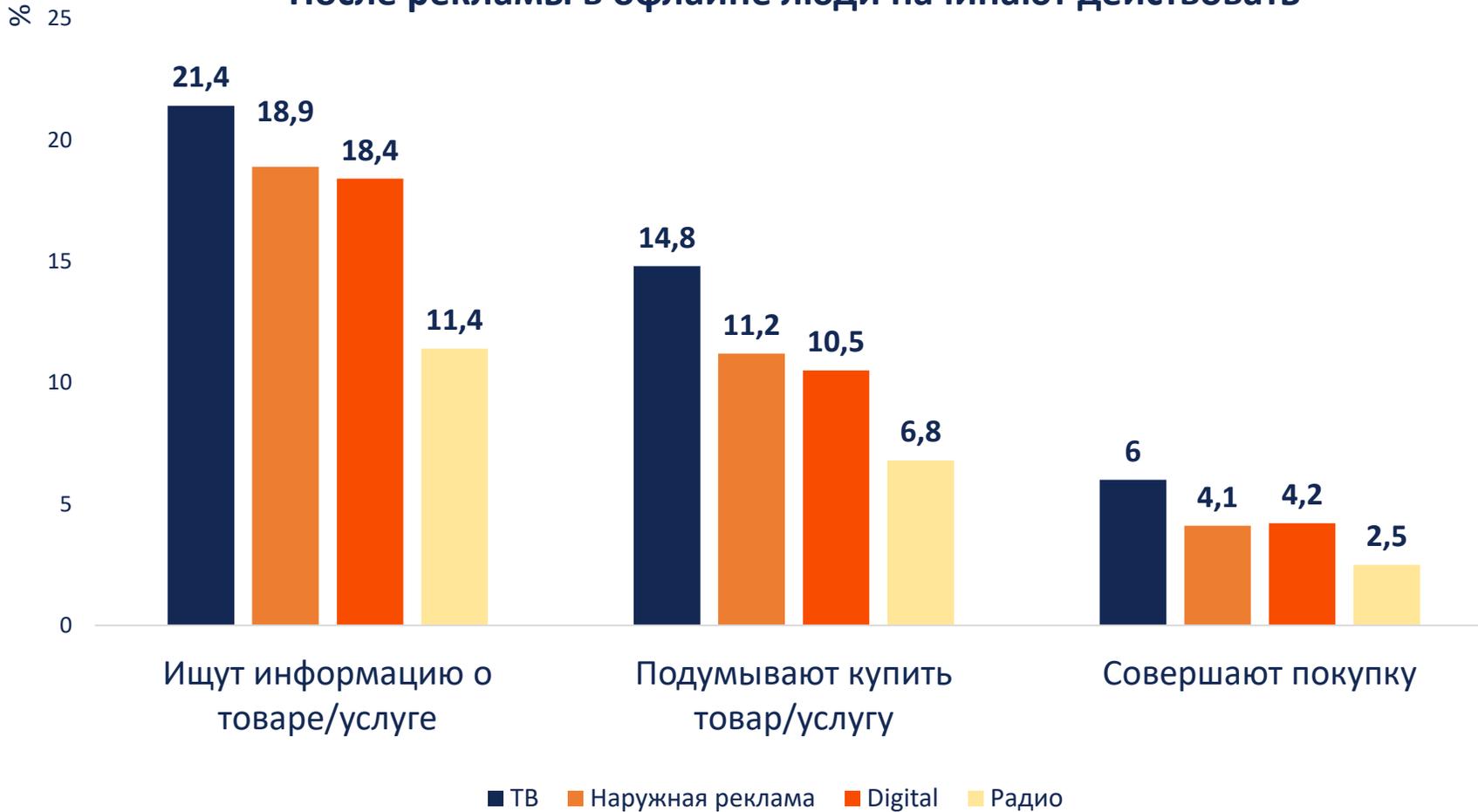
Привычные digital-каналы со временем «выгорают»

Или подключить офлайн-медиа, которые часто эффективнее digital

то это первые признаки исчерпания аудитории

Почему мы считаем, что офлайн эффективен?

После рекламы в офлайне люди начинают действовать



76,1%

людей замечают рекламу на ТВ

63%

людей замечают рекламу на радио

91,8%

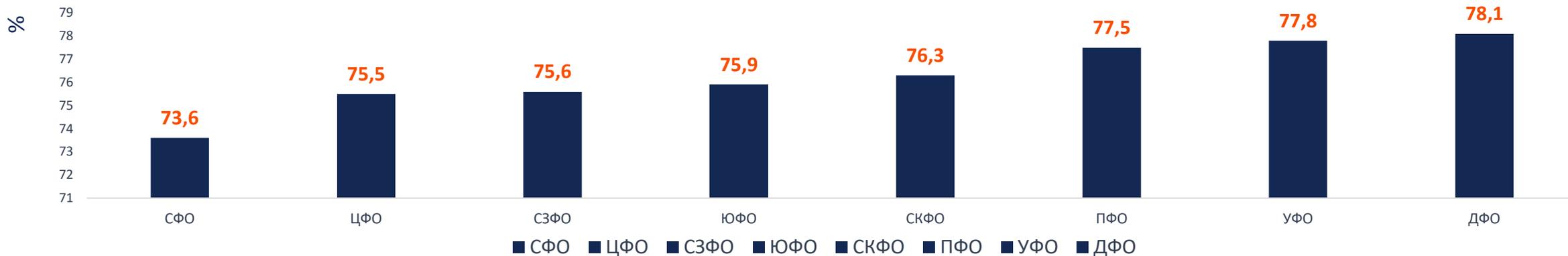
людей замечают наружную рекламу

Как понять, что
офлайн-медиа подходит
для моего продукта?

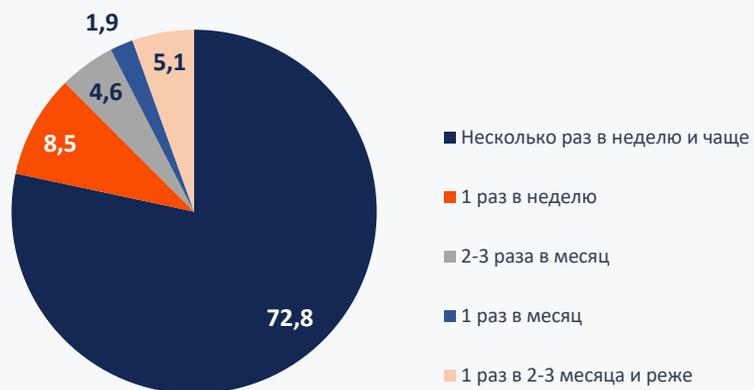


ТВ-рекламу замечают, ее смотрят и после нее начинают действовать

А как в регионах?



Как смотрят ТВ

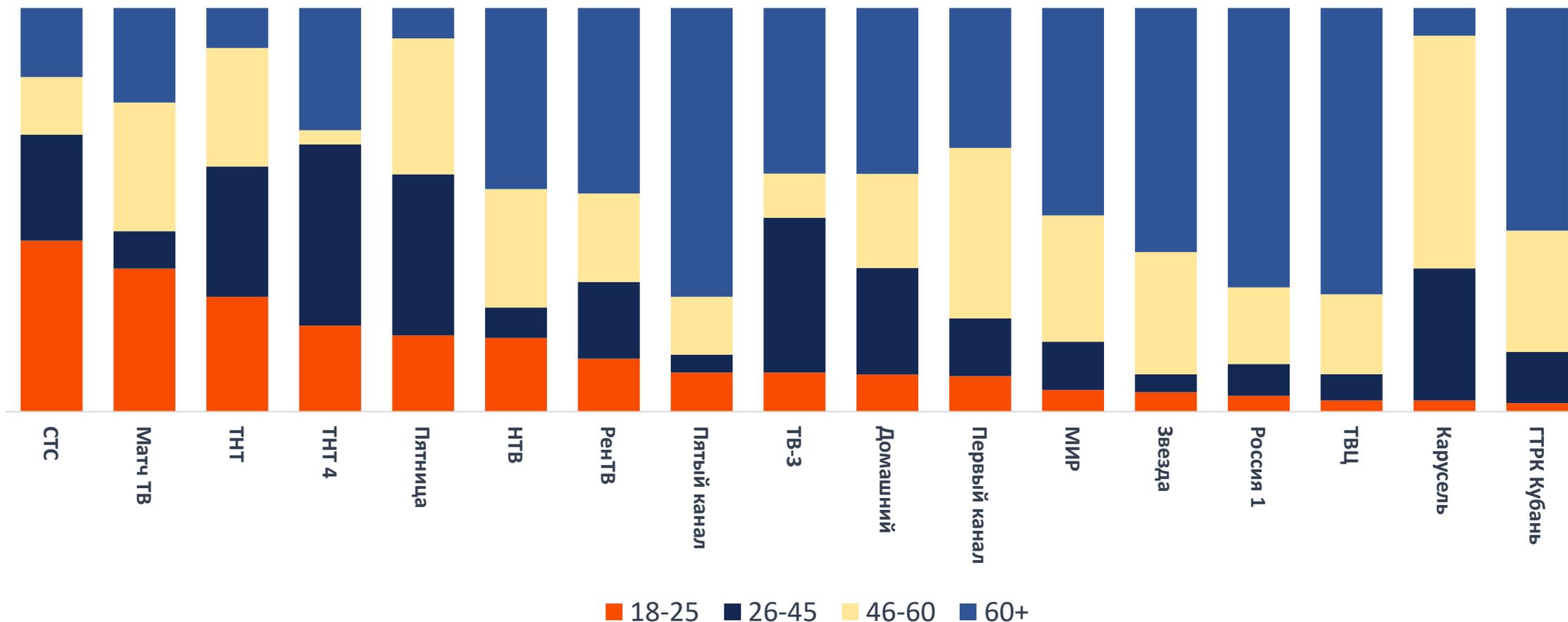


После ТВ начинают действовать



ТВ смотрят все аудитории, нужно только правильно выбрать канал

Аудитория телеканалов в разбивке по возрасту



Как оценить ТВ рекламу?

ТВ

Радио

ООН

В моменте: оценить статистику

- Рейтинг
- Охват
- Частота

Использовать QR коды
(но будет наценка на размещение)



Замерить Brand Lift

Опросить клиентов

Использовать промокод

Замерить динамику поисковой активности

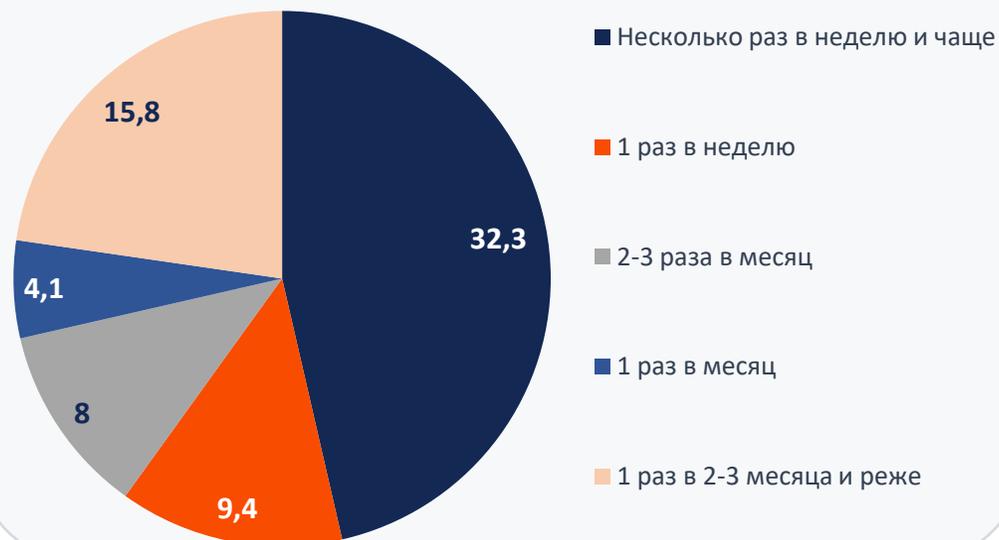
Радиорекламу активно слушают, в том числе молодая аудитория до 34 лет

ТВ

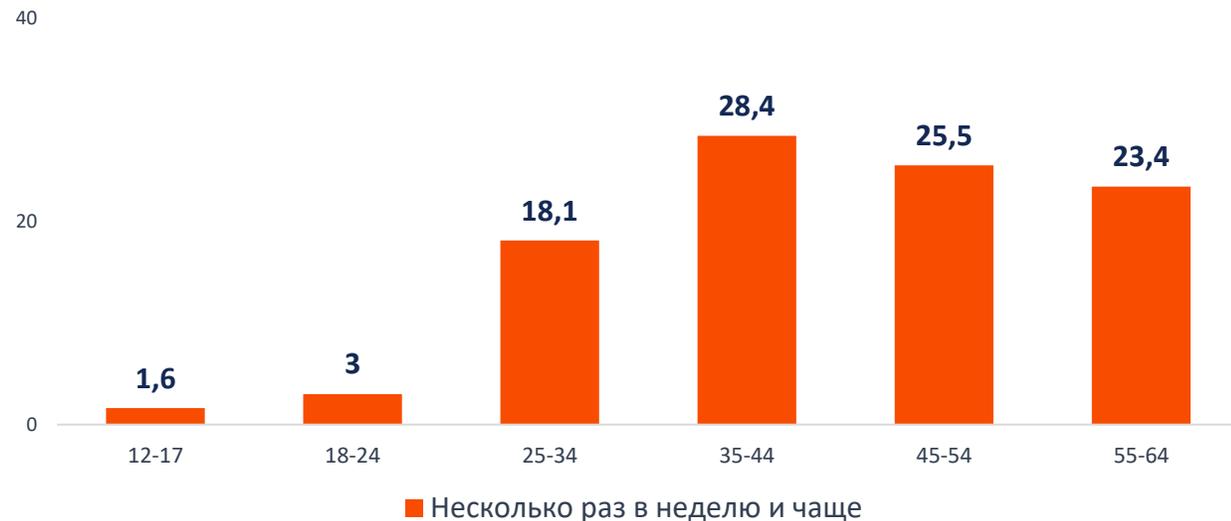
Радио

ООН

В среднем по всем регионам



В зависимости от возраста



Как оценить рекламу на радио?

ТВ

Радио

ООН

В моменте: оценить статистику

- Рейтинг
- Охват
- Частота

Использовать QR коды

Измерить динамику бизнес-метрик

Проанализировать динамику трафика на сайт

Замерить Brand Lift

Опросить клиентов

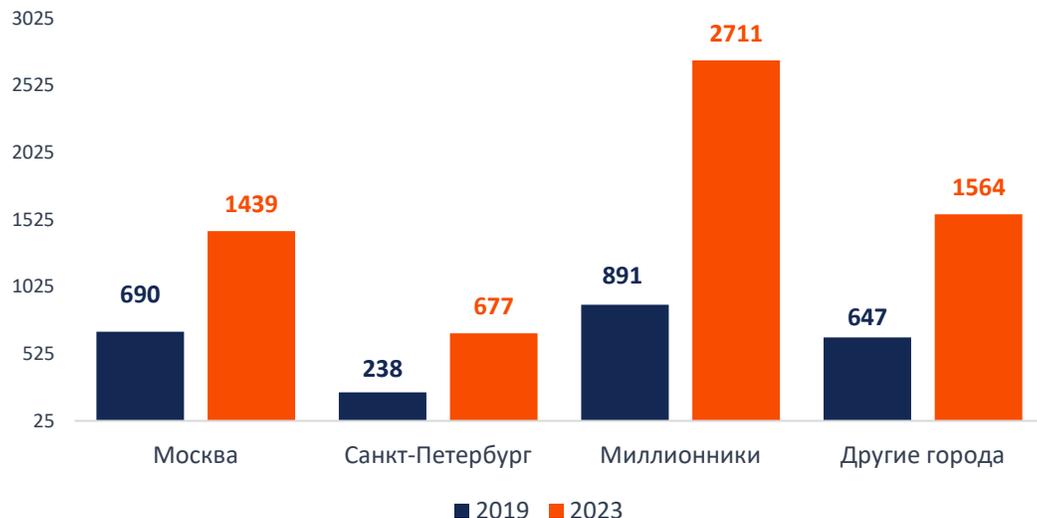
Использовать промокод

Замерить динамику поисковой активности

ООН – эффективный инструмент, но требует много усилий для запуска РК

Digital ООН позволяет быстро и удобно запустить охватную рекламу

Рост digital-экранов



Сочи

Статика

533 конструкции

Digital

98 конструкций

Плюсы DOOH

- Широкий охват аудитории
- Быстрый запуск
- Таргетинг и измерения на основе данных
- Digital-экранов становится больше

Высокая запоминаемость

от 46% до 84%

Как оценить наружную рекламу?

ТВ

В моменте: оценить статистику

- Рейтинг
- Охват
- Частота

Использовать QR коды

Измерить динамику бизнес-метрик

Проанализировать динамику трафика на сайт

Радио

Замерить Brand Lift

Опросить клиентов

Использовать промокод

Замерить динамику поисковой активности

А еще размещение в офлайне доступнее, чем кажется

Сочи

ТВ-размещение

От 66 717 руб.

охват от 98 тыс. чел.

Радио

От 12 996 руб.

охват от 56 тыс. чел.

DOOH

От 29 166 руб.

охват от 56 тыс. чел.

Краснодар

ТВ-размещение

От 21 088 руб.

охват от 194 тыс. чел.

Радио

От 18 153 руб.

охват от 122 тыс. чел.

DOOH

От 40 111 руб.

охват от 122 тыс. чел.

Как выбрать медиа для размещения?



Многие рекламодатели следят только за продажами

Однако нужно отслеживать и промежуточные цели

Рассказать об акции

Увеличить трафик на сайт

Напомнить целевой аудитории о продукте

Увеличить знание о продукте

Увеличить трафик в торговую точку

Увеличить продажи продукта

Digital-реклама решает не все задачи

А из-за выгорания аудитории мы довольно быстро столкнемся со снижением эффективности кампаний

Рассказать об акции

Увеличить трафик на сайт

Напомнить целевой аудитории о продукте

Увеличить знание о продукте

Увеличить трафик в торговую точку

Увеличить продажи продукта

В такой ситуации стоит подключить офлайн-каналы, которые в связке с digital позволят решить весь спектр задач

Исследовательская группа Kantar:

«Вклад ТВ в рост намерения совершить покупку по итогам рекламной кампании составляет 23%»



Рассказать об акции



Увеличить трафик
на сайт



Напомнить
целевой аудитории
о продукте



Увеличить знание
о продукте



Увеличить трафик
в торговую точку



Увеличить продажи
продукта

Медиа не стоит рассматривать по отдельности. Оmnиканальность позволяет достичь больших результатов

Позволяет повысить узнаваемость бренда

Используя различные медиаканалы и форматы, вы можете представить свой бренд более широкой и разнообразной аудитории

Повышает вовлечённость

Используя различные медиаканалы и форматы, вы можете создать для своей аудитории больше возможностей для взаимодействия с брендом и контентом

Повышает коэффициент конверсии

Используя различные медиаканалы и форматы, вы можете оптимизировать воронку конверсии и контактировать со своей аудиторией на разных этапах пути покупателя

Создаёт последовательный и целостный портрет бренда

Поддерживая единое сообщение в различных медиаканалах, вы можете донести идентичность и ценности своего бренда, укрепляя доверие и авторитет среди потребителей

ТВ-реклама увеличивает количество обращений потребителей

Цель

Увеличить количество заявок в Тюмени в сфере бытовых услуг

Решение

Запустили региональную кампанию на ТВ



Достижения

+177%

выросло количество звонков за время рекламной кампании к среднемесячному значению до ее начала

+96%

выросло количество заявок за время рекламной кампании к среднемесячному значению до ее начала

Связка ТВ и радио повысила знание бренда и привлекла новых клиентов

Цели

Повысить знание бренда молочной продукции в регионах
Привлечь новых покупателей
Увеличить средний чек

Решение

Запустили региональную кампанию на ТВ и радио



Достижения

+16%

увеличилось знание бренда за 2023 год

+20%

новых покупателей привлекли за время РК в 2023 году

+31%

вырос средний чек

Микс digital и digital OOH позволил увеличить трафик на сайт и количество лидов

Цели

Увеличить знание бренда
Нарастить трафик на сайт

Решение

Запустили региональную кампанию в digital и DOOH



Достижения

+10,5%

увеличились продажи абонементов

+ 30%

выросло знание бренда

+33%

увеличилась лидогенерация

Бюджет и охват для офлайн-кампании в вашем городе вы можете оценить в SAMBA



А скачать презентацию можно в TG-канале
Okkam insights

