

Второго шанса
произвести первое впечатление
не будет
или как хорошая провокация
«пробивает клаттер»

VinEx
media

КТО ПОБЕДИТ? КТО «ПРОБЬЁТ КЛАТТЕР*»?

В борьбе за внимание потребителей? Конечно же - новостные СМИ.

Лидеры новостных форматов в январе 2022,
параметр - тиражи (охват) + гиперссылки в соцмедиа (посты в соц.сетях - PR-шлейф)

301

Информационные агентства - РИА Новости: «В Британии отменили ковидные паспорта и масочный режим»

Газеты - «Новая газета»: «Управление ЗАГС Ростовской области запретило смеяться во время церемонии заключения брака»

Журналы - «Космополитен»: «Слёзы душат. Максим Галкин впервые выступил с сыном»

ТВ - РЕН ТВ: «Соседи через окно спасли девушку из пылающей квартиры в Москве»

Радио - «Свобода». Несколько тем

Интернет-ресурсы - «РБК»: «Купить и не потерять. Как начать пользоваться криптовалютой»

Источник: <https://www.mlg.ru/ratings/media/federal/10932/> © Медиалогия

*Клаттер (clatter) – это уровень рекламного шума, то есть количество рекламы, борющееся за внимание покупателя.

Клаттер определяется двумя основными показателями: охватом и частотой конкурентов.

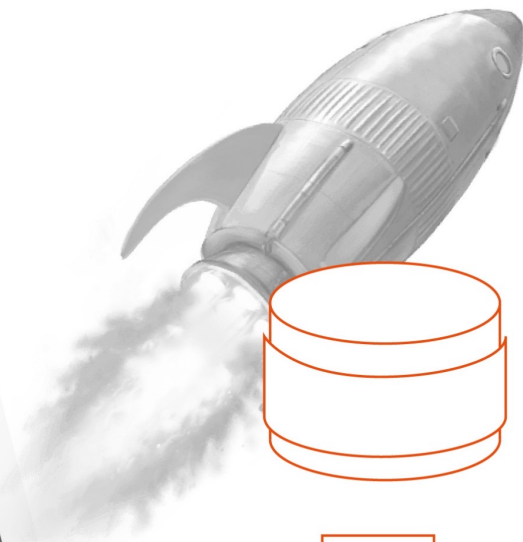
А также двумя дополнительными: “заметностью” (величина макета, длина ролика, громкость, яркость) и креативом (стимулирование эмоций людей).



МЕСТО
СВОБОДНО
для вашей рекламы

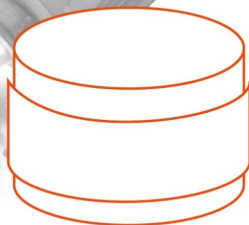
КАКИЕ СРЕДСТВА ХОРОШИ НА ВОЙНЕ

Борьба за внимание потребителя [читай - деньги рекламодателей] идёт как между форматами, так и внутри форматов ООН. При сопоставимых параметрах стоимости контакта с ЦА повышение эффективности РК в ООН достигается за счет правильной атрибуции. Длительность контакта и сила воздействия контента повышает правильность атрибуции



ФОРМАТЫ, ДАЮЩИЕ ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО КОНТЕНТА

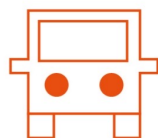
атрибуция*, %



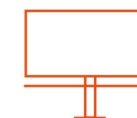
68%
Медиафасады



38%
Метро



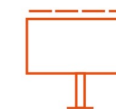
54%
Транспорт



38%
Digital щиты



48%
Digital суперсайты



32%
Щиты 6x3



42%
Суперсайты

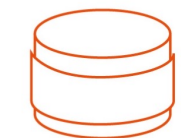
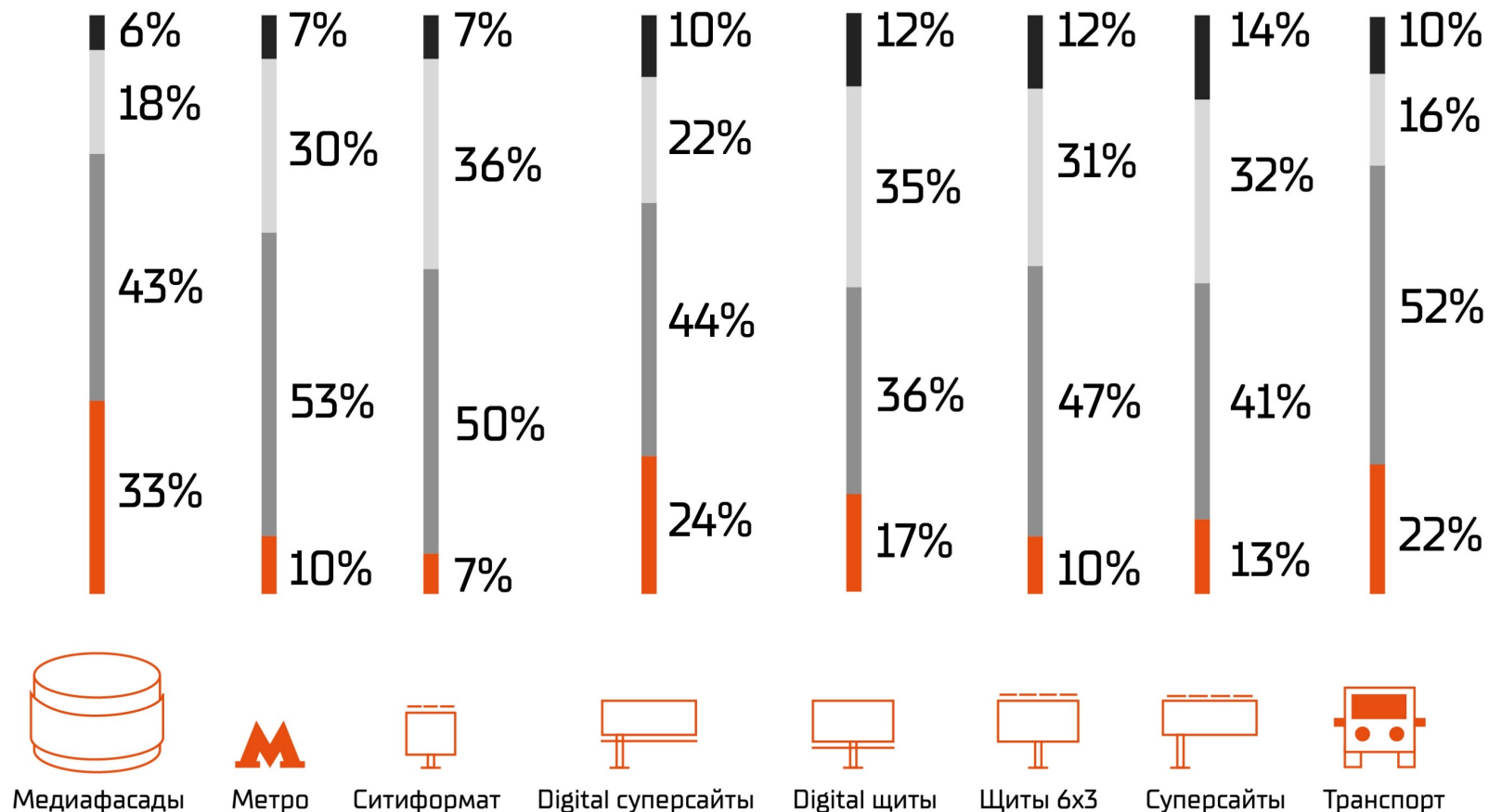


32%
Ситиформат

*Атрибуция — это распределение ценности от конверсии между кампаниями, с которыми пользователь взаимодействовал.



НЕ ТОЛЬКО РАЗМЕР ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ



Медиафасады



Метро



Ситиформат



Digital суперсайты



Digital щиты



Щиты 6x3



Суперсайты



Транспорт

Классная реклама, мне нравится

Хорошая реклама, бывает намного хуже

Обычная реклама

Раздражающий формат рекламы, мне не нравится

ПРИМЕРЫ УДАЧНЫХ «КЛАТТЕРОПРОБИВАТЕЛЕЙ»

Правильная атрибуция становится еще более правильной при выходе за привычные стандарты восприятия.

Продвинутые рекламодатели всегда рвались выйти за рамки: границ восприятия, стандартов формата, шаблонного мышления.

Подобные прорывы повышали эффективность в разы – как за счет повышения длительности контакта, так и за счет пиар шлейфа РК в соцсетях и т.д.



VinEx
media

**3D ОРУЖИЕ ДЛЯ
ПРОРЫВА КЛАТТЕРА –
ВЫХОД ЗА
ГРАНИЦЫ ЭКРАНА**



VinEx
media

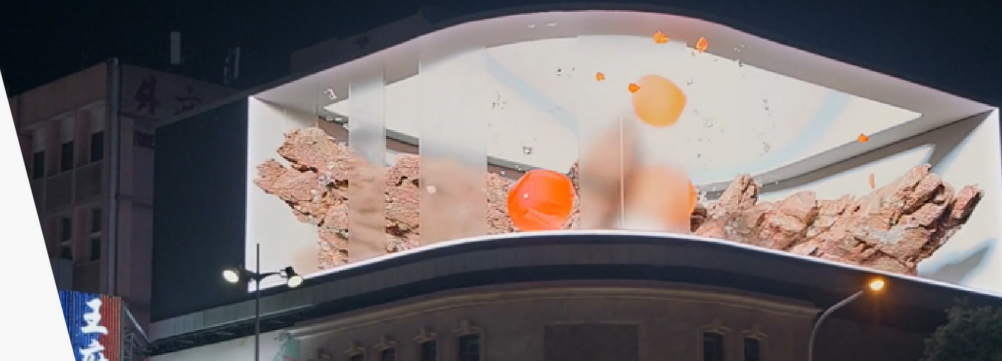
**«АЗБУКА ВКУСА»
СОВЕРШЕННА И В
КАЧЕСТВЕ ПРОДУКТА,
И В КАЧЕСТВЕ
РЕКЛАМНОГО РОЛИКА**

ВИДЕО ▶



VinEx
media

**ЕСТЬ К ЧЕМУ
СТРЕМИТЬСЯ**



ВИДЕО ▶

王府井钟

A PIECE OF LOVELY CAKE

悠情

京门聚友 北京铜锅涮

王府井钟

A PIECE OF LOVELY CAKE

京门聚友 北

VinEx
media

БЫЛО - СТАЛО



ВИДЕО ▶

VinEx
media

БЫЛО - СТАЛО



ВИДЕО ▶

VinEx
media

**ЕСТЬ К ЧЕМУ
СТРЕМИТЬСЯ**



ВИДЕО ▶