

Кейс VBI 2022 г.



BRANDFORMANCE ПОДХОД

SWELL

Перед вами выступят



Ксения Ревзина

Digital Director



Олеся Борунова

Brand Manager

Об агентстве

10
лет
опыта

600
успешных
проектов

60
сотрудников

2
офиса в Москве
и Тамбове

Контекстная реклама

9	Место по качеству РФ	Adindex	2022
9	Место по Москве	Рейтинг Рунета	2023
13	Место в РФ	Рейтинг Рунета	2023

Таргетированная реклама

12	Место по Москве	Рейтинг Рунета	2023
----	-----------------	----------------	------

Нативная реклама

2	Место по качеству РФ	Adindex	2022
---	----------------------	---------	------

PR/SERM/ORM

11	Место РФ	Adindex	2022
5	Место в рейтинге «Управление репутацией»	Рейтинг Рунета	2023



Клиенты агентства

MAJOR
АВТОМОБИЛЬНЫЙ КОЛЛЕКТ

AVILON

РУСБИЗНЕСАВТО

Л С Р

ГЛАВСТРОЙ

МГСН

КОРТРОС

**АЛЬФА
СТРАХОВАНИЕ**

КЛИНИКА АКАДЕМИКА РОЙТБЕРГА
АО МЕДИЦИНА

CHERY

anex tour

Swell
ИЗЫСКАННЫЙ ВКУС

CoMagic

DELTA
СИСТЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ

EMC
GROUP OF COMPANIES
EUROPEAN MEDICAL CENTER

POLAR

ЗОВ

ТКС
ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫЙ
ПАССАЖИРСКИЙ ПЕРЕВОЗЧИК

ECCO

КОЛЕСО

Мосцветторг
цветочная база

English First

грузовичкоф

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ ЦЕНТР
ОН КЛИНИК

URAL



SWELL

20+

лет на рынке РФ

Награждена **золотой медалью** в конкурсе «**Экологически Безопасная Продукция**» в 2013 году.

Основной канал сбыта офф-лайн точки продаж: сетевые супер-маркеты, такие как «Перекресток», Глобус, Ашан и другие.

Отмечены
стандартами
Роскачества



SWELL

Цели и задачи



Цель

Увеличить количество продаж в сетевых магазинах по сравнению с прошлым годом за аналогичный период



Задача

Привлечь внимание потенциальных покупателей к бренду SWELL



Особенности

Необходимо не только напомнить аудитории о бренде, но и сформировать лояльность.

РЕШЕНИЕ

VBI 2022

Реализованная стратегия

01

Сформировали ассоциативную привязку к бренду через медийные каналы

Период размещения промо-рекламы – 2,5 месяца.

02

Через последовательную коммуникацию прогрели интерес целевой аудитории к бренду

03

На последнем этапе реализовали рекламу в маркет-плейсах

Результаты замеры через Brand Lift анализ и отчетность о продажах в маркет-плейсах.



Портрет ЦА и таргетинг

01 ————— 02

На первом этапе размещения мы выбрали широкую аудиторию

В последующие этапы показы шли на аудитории, которая уже видела рекламу, для формирования интереса к бренду и покупкам

Мужчин
3%



Уровень дохода

Средний и выше среднего



Интересы

Покупки (одежда, обувь, аксессуары)
Развлечения и досуг
Еда и напитки
Диеты и здоровое питание
Красота, уход за собой
Фитнес и ЗОЖ

Фотосет

КРИСТИНА



ВИКТОРИЯ



КСЕНИЯ



Организовали
кастинг моделей

Подобрали
локации

Сделали 700+
снимков

АЛИСА



ЮЛИЯ



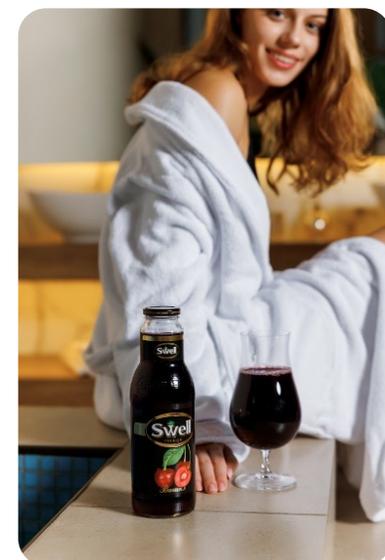
ОКСАНА



Создание креативов

100+ вариантов
креативов

Ресайзы для всех
площадок размещения



Разработка креативной концепции

Стиль жизни



Вкусно и полезно



Swell вокруг нас

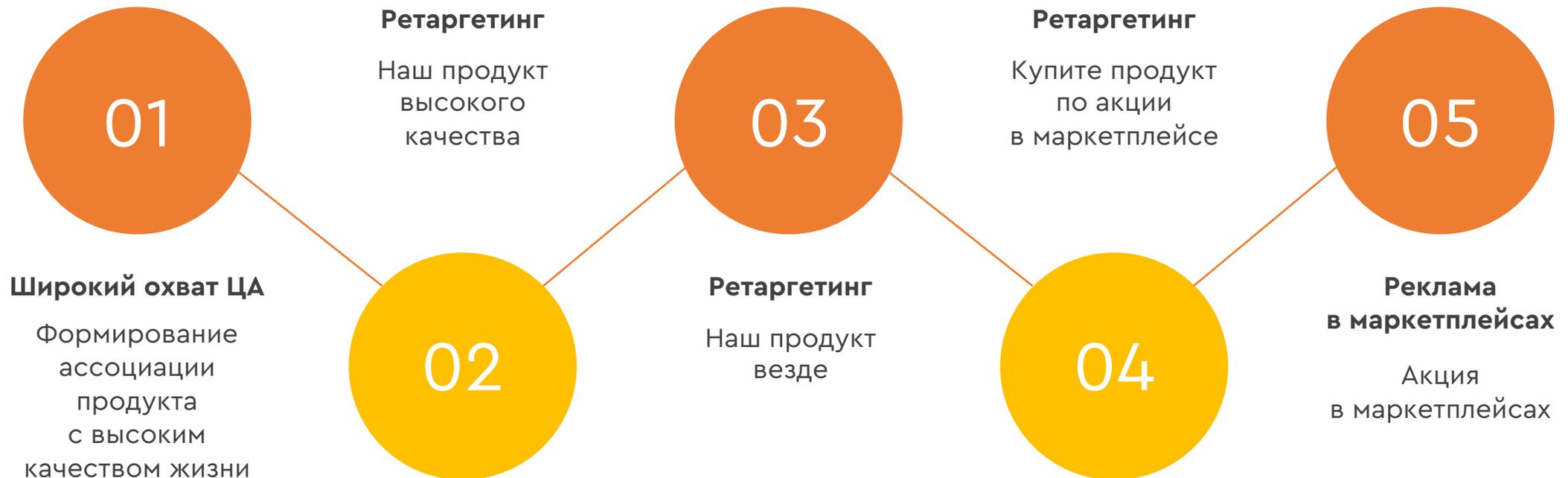


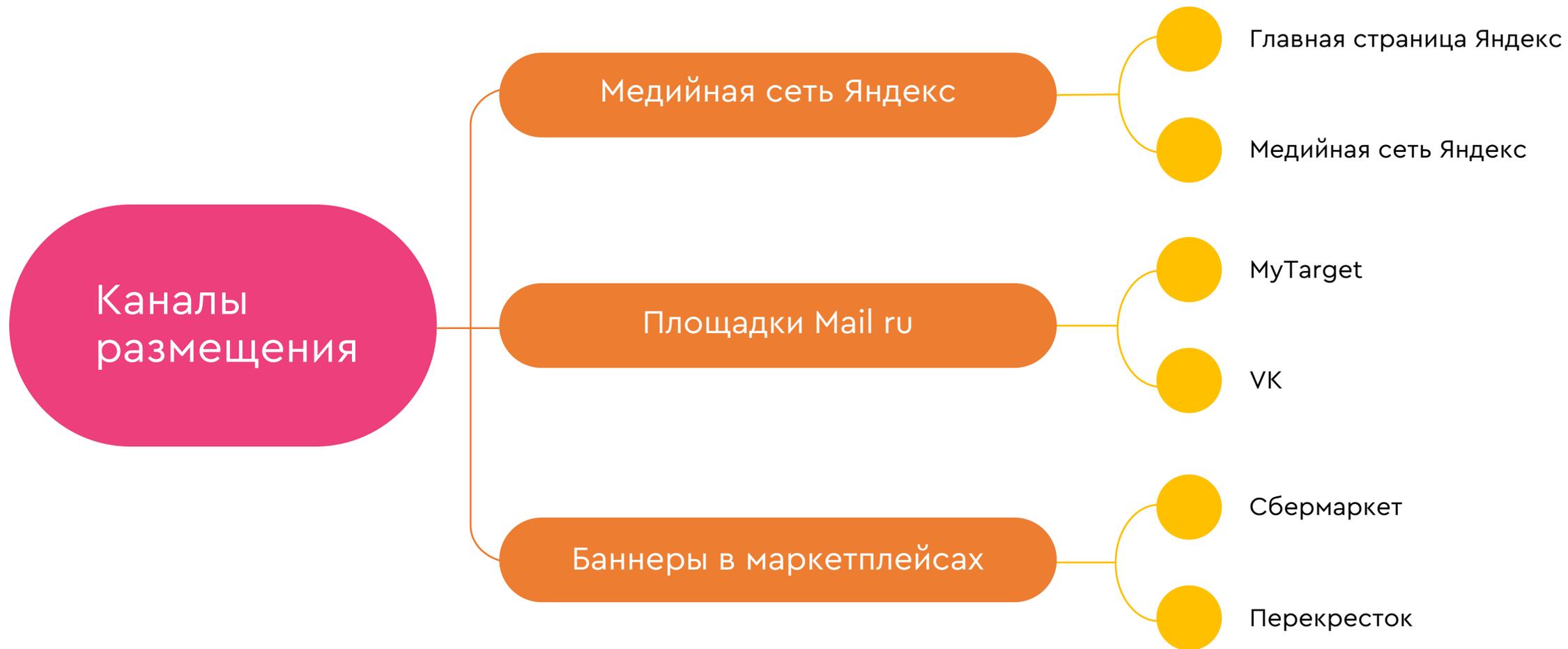
Акции и скидки



Тактика рекламного размещения

Awareness & Performance



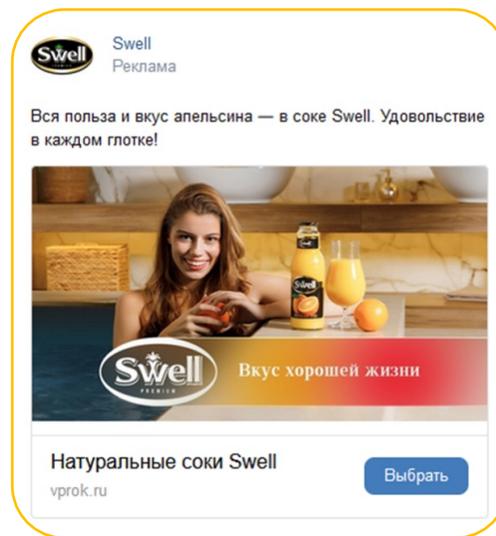


Используемые рекламные форматы

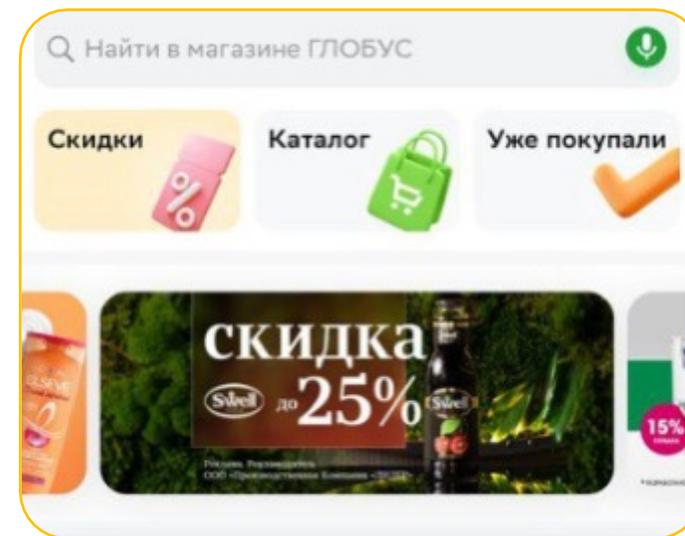
Размещения реализованы через медийную рекламу
Яндекс, VK&MyTarget, Сбермаркет, Перекресток & Впрок



Медийные кампании Яндекс



Реклама в социальных сетях



Реклама в маркетплейсах



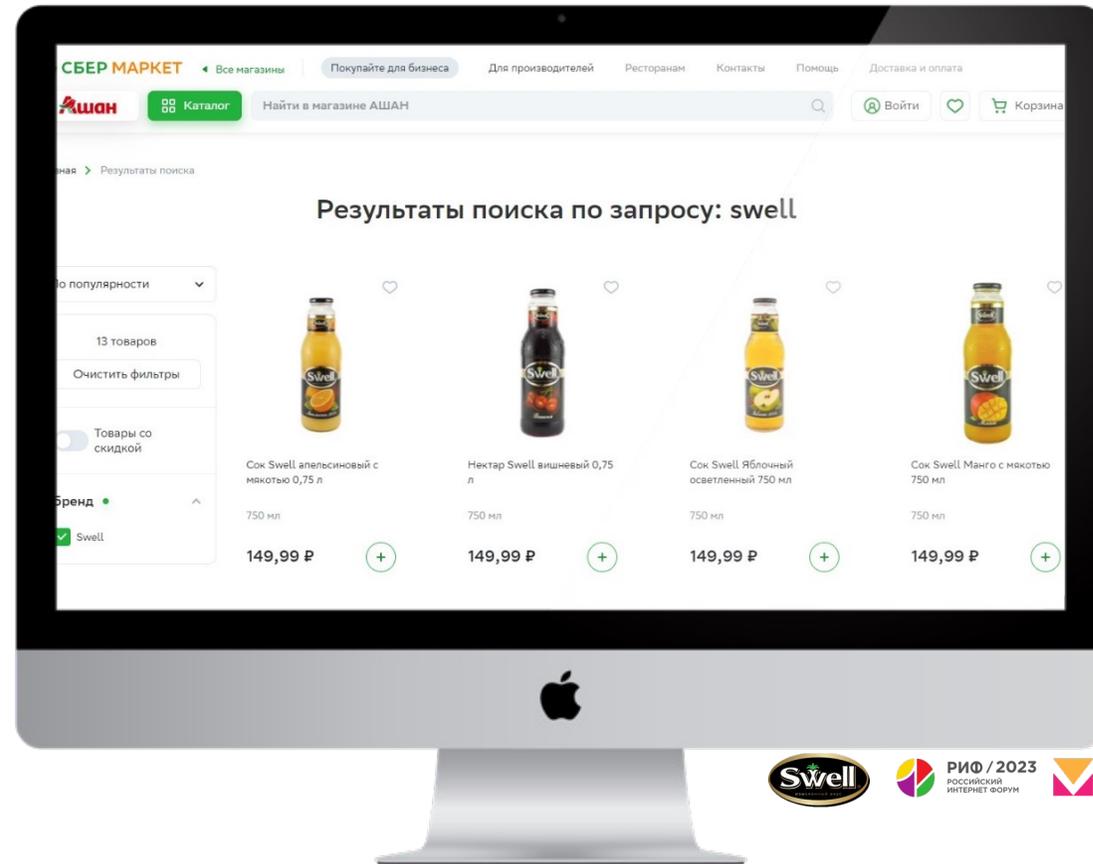
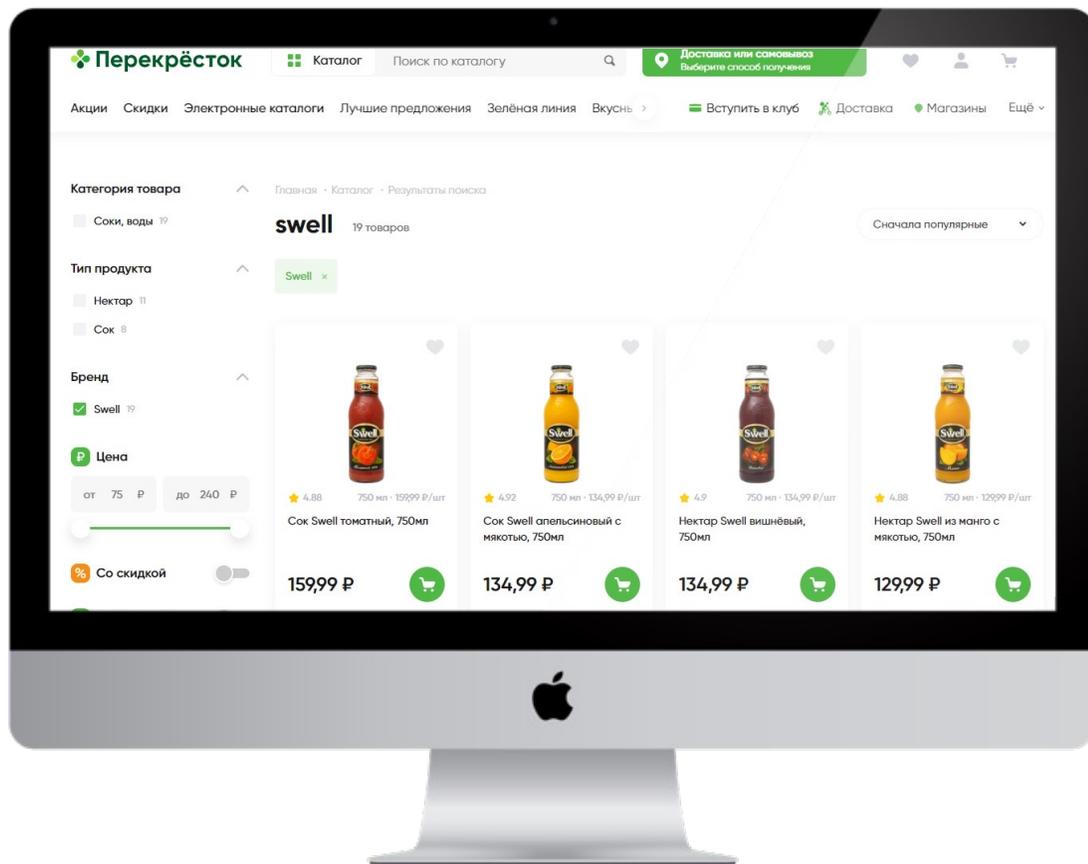
Посадочные страницы

Особенность –

нет сайта

В качестве посадочных страниц использовали страницы в Перекресток и Сбермаркет.

Статистику собрали в Медийной Яндекс Метрике. Аудитории для ретаргетинга – в Яндекс Аудиториях.



Таргетированная реклама



01



Ассоциация со стилем жизни

Период 21.11.2022 – 16.12.2022

Таргетинг

Мужчины и женщины с интересами уровнем дохода выше среднего:

«Диеты и здоровое питание»

«Красота, уход за собой»

«Фитнес и ЗОЖ»



Таргетированная реклама



02



Высококачественный продукт |
Ремаркетинг

Период 05.12.2022 – 30.12.2022

Таргетинг

Все пользователи, которые положительно отреагировали на рекламу первого этапа, были собраны в сегмент для ретаргетинга.

«Диеты и здоровое питание»

«Красота, уход за собой»

«Фитнес и ЗОЖ»



Таргетированная реклама



03



Ценовое предложение |
Ремаркетинг

Период 28.11.2022 – 08.12.2022

Таргетинг

Все пользователи, которые положительно отреагировали на рекламу второго этапа, были собраны в сегмент для ретаргетинга.

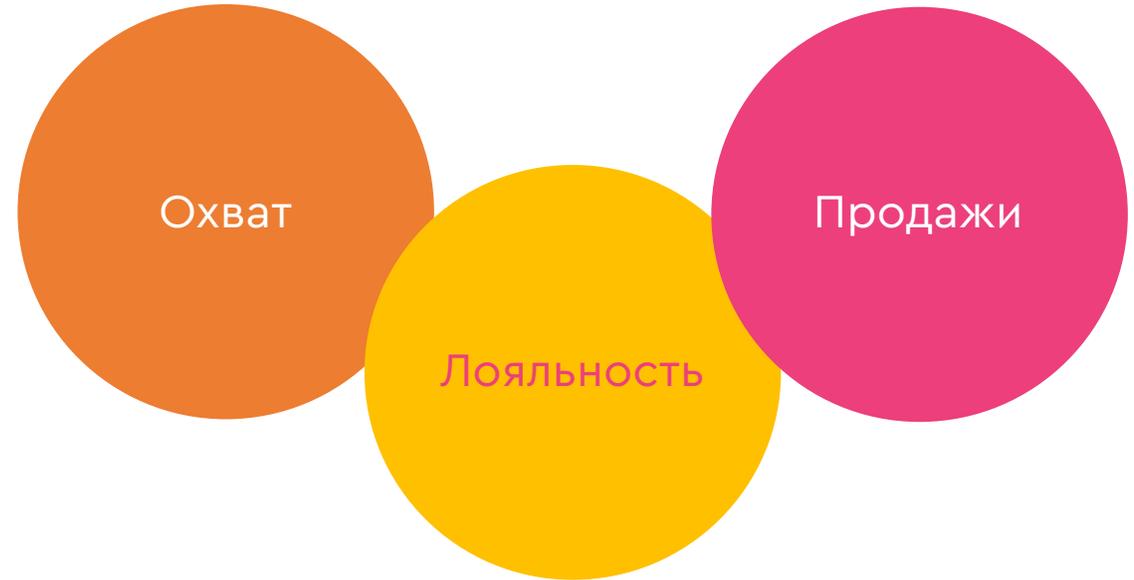
«Диеты и здоровое питание»

«Красота, уход за собой»

«Фитнес и ЗОЖ»



Результаты размещения



**Оценка результатов
проводилась по данным:**

Медийной Яндекс Метрики
Бренд-лифт
Данные о продажах маркет-плейсов



Охват ЦА

10 МЛН

уникальных пользователей

4.6

частота показов

0.15%

CTR



Опрос Brand Lift

Выборка 12% видевших рекламу и аналогичное количество тех, кто рекламу не видел

29%

Намерение к покупке

«Товары каких брендов вы купите в следующий раз?»

Выбравших ответ SWELL на 29% больше среди тех кто видел рекламу, по сравнению с теми, кто рекламу не видел.

22%

Предпочтение бренда

«Какие бренды вам нравятся?»

Выбравших ответ SWELL на 22% больше среди тех кто видел рекламу, по сравнению с теми, кто рекламу не видел.

Отчет о размещении

в маркет-плейсах



+306%

Прирост продаж в штуках в период проведения рекламных кампаний по сравнению с аналогичным периодом в предыдущем году без рекламы

+48%

Доля продаж SWELL в категории соков увеличилась на 48% по сравнению с аналогичным периодом в предыдущем году.



Итоги размещения

Рекламная кампания признана клиентом успешной.

Запланировано комплексное годовое размещение по развитию силы бренда.



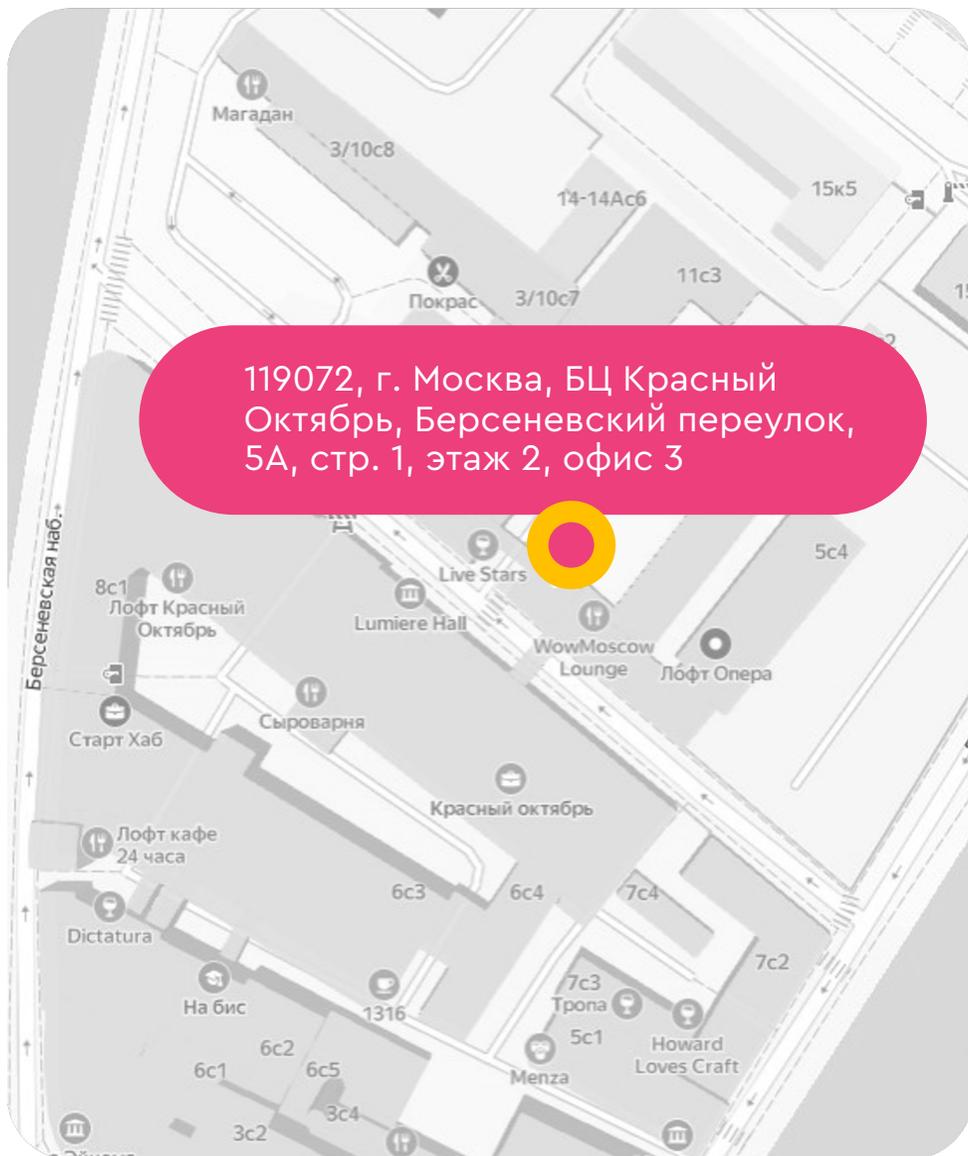
Планы на 2023

- Планируется длительная, не флайт рекламная кампания в 2023 году
- В 2023 выделили бюджет на производство видеороликов, будем использовать OLV
- С учётом уверенного роста маркетплейсов Ozon и Яндекс Лавка, а также доступности рекламного инвентаря, добавили данные площадки в стратегию на 2023 год.



Яндекс  Лавка





119072, г. Москва, БЦ Красный
Октябрь, Берсеневский переулок,
5А, стр. 1, этаж 2, офис 3



Высокие Бизнес Идеи

info@vbi.ru

+7 (495) 266-31-86

vbi.ru