



COME BACK TO THE DIGITAL

декабрь 2023



Специально для День бренда 2022

Гельмира Маринина

Директор по маркетингу ГК "Дядя Ваня"

ТГ @m_gelmira

ФБ @m.gelmira



ГРУППА
КОМПАНИЙ
ДЯДЯ ВАНЯ





КАК ВСЕ НАЧИНАЛОСЬ...

Далекий 2017 год

«Иваны, помнящие родство»

Уникальный проект для российского рекламного рынка - «Иваны, помнящие родство» - кино-альманах, включивший в себя **10 короткометражек** – завершился кинотеатральным прокатом полнометражного фильма **«Иваново счастье»**, созданного на основелюбившихся историй первого сезона проекта.

Режиссер и автор сценария картины –
Иван Соснин

Генеральный продюсер - Тигран Телунц



ИВАН СОСНИН
ДОБРОНРАВОВ КИРИЛ КИРО АНТОН АДАСИНСКИЙ АЛЕКСЕЙ СЕРЕБРЯКОВ ОЛЬГА СУТУЛОВА КИРИЛ АУГ МАРИНА ВАСИЛЬЕВА ВАДИМ НОРШТЕЙН
ИВАН СОСНИН
АНАСТАСИЯ НЕВИНА
ЛЕО СКОЛОДОВСКИЙ
ЕЛЕНА ЧИСТОВА
ТЕЛМАР МАРИНА
ИВА ВАХАЛОВА
ЕКАТЕРИНА НЕЧЕДЬ
ДАНИЛ ТОЛДАНОВ
ИТЬЯ КУЧЕНОВ
МАКСИМ СЕЗЕ
ТИГРАН ТЕЛУНЦ

ИВАНОВО СЧАСТЬЕ

13 МАЯ ВО ВСЕХ КИНОТЕАТРАХ

ИВАН СОСНИН
АНАСТАСИЯ НЕВИНА
ЛЕО СКОЛОДОВСКИЙ
ЕЛЕНА ЧИСТОВА
ТЕЛМАР МАРИНА
ИВА ВАХАЛОВА
ЕКАТЕРИНА НЕЧЕДЬ
ДАНИЛ ТОЛДАНОВ
ИТЬЯ КУЧЕНОВ
МАКСИМ СЕЗЕ
ТИГРАН ТЕЛУНЦ

16+



ВКонтакте @ivanovoschastie

ПРЕМЬЕРА КАРТИНЫ

Кинотеатральный прокат стартовал **13 мая 2021 года** и прошел в таких городах как **Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Волгоград** и многие другие.

Премьера картины состоялась **в Доме кино в г. Москва**, чему было посвящено отдельное событие с джазовыми композициями, закусками от Дяди Вани и игристыми коктейлями.

В октябре 2021 года фильм появился на платформе **Start, IVI, Okko** и др.

В ноябре 2021 года на данных платформах вышла вторая часть фильма - **"Иваново счастье. Новые истории"**, созданная по следующим 5 историям сезона.

6 января 2022 года фильм «Иваново счастье» был показан в эфире телеканала **Россия 1** в **21:30**.

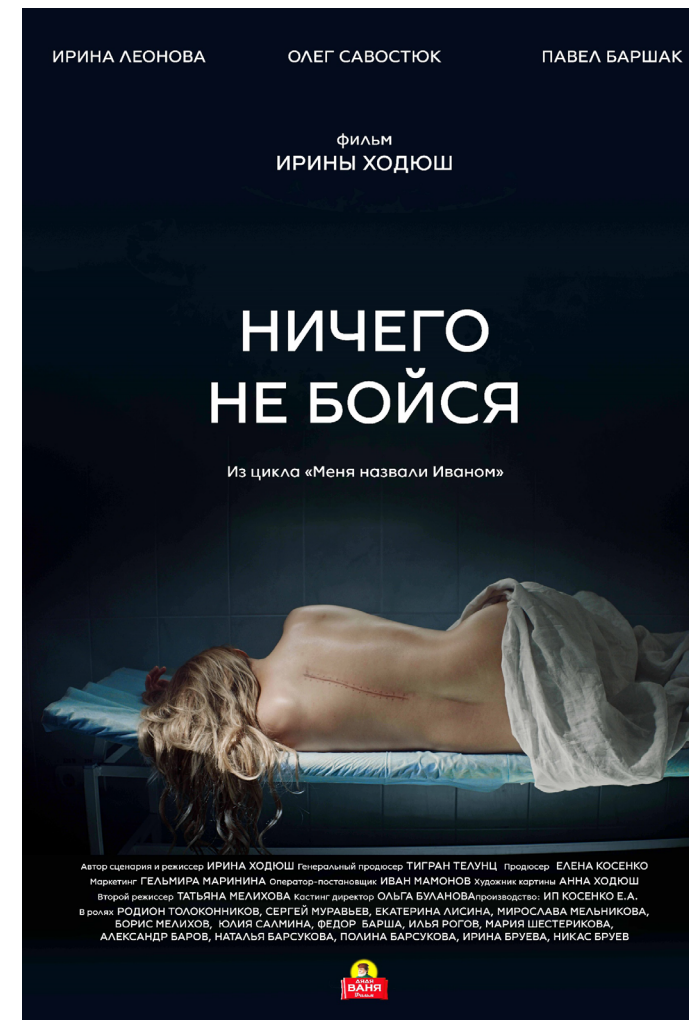


Ноябрь 2021 – январь 2022

Сразу с окончанием историй про Иванов. Мы решили... продолжить истории про Иванов.

И запустили новую серию короткометражек – **«Меня назвали Иваном».**

Серия фильмов **«Меня назвали Иваном»** повествует о новых историях и новых героях.



Режиссер: Ирина Ходюш

Даты премьеры фильмов: 1 ноября 2021, 13 декабря 2021

ПРОДВИЖЕНИЕ

Несколько слов о том, как выглядело продвижение фильмов в диджитал все эти годы.
На примере запуска в YouTube.

Трейлеры – **15 и 30 сек.**

Фильм – **20 мин.**

15 сек
Для Mobile

- Возраст
- ГЕО
- интересы

30 сек
Для Desktop

- Возраст
- ГЕО
- интересы

Фильм – 20 мин

- Возраст
- ГЕО
- Интересы
- ретаргетинг

Таргеты – интересы (Custom affinity) + поисковые запросы (Custom Intent) + конкуренты + ретаргетинг (посетители канала YouTube)

Соц. Дем.: 18-55 и 18-65. 40 регионов России

Исходя из совокупного населения регионов, описанных выше, аудитория в возрасте **18-55 лет. – составляет 51 млн. чел. (55%)**

60% бюджета занимал YouTube, по продвижению в котором была написана мною стратегия продвижения еще в 2017 году. YouTube был всегда самым сложным запуском со сложными таргетингами аудитории.

30% в сплите занимал Instagram – где с 2020 года были подключены блогеры в продвижение фильма.

Остальные средства – это различные сплиты площадок под тест.

Цена контакта, к которой стремимся всегда это 20 копеек. В крайнем сплите эта цена была 27 копеек.

*деятельность компании Meta (Instagram, Facebook) запрещена на территории Российской Федерации

ПРЕМЬЕРА ЭТОГО ГОДА

Фильм «Новогодняя открытка»

Фильм вдохновлен жизнью реального героя – **Валерия Мельникова** – глухого пенсионера из села Марково Амурской области, который стал известен на всю страну тем, что **своими руками создавал гигантские** открытки из снега прямо на льду.

В ролях: Валерий Баринов, Тамара Акулова, Владимир Симонов

Режиссер и автор сценария: Ирина Ходюш



За период большого перерыва в рекламной активности бренда, на рекламном рынке России **произошли серьезные изменения**, анализ которых будет отправной точкой для разработки стратегии продвижение флайта декабрь 2022.

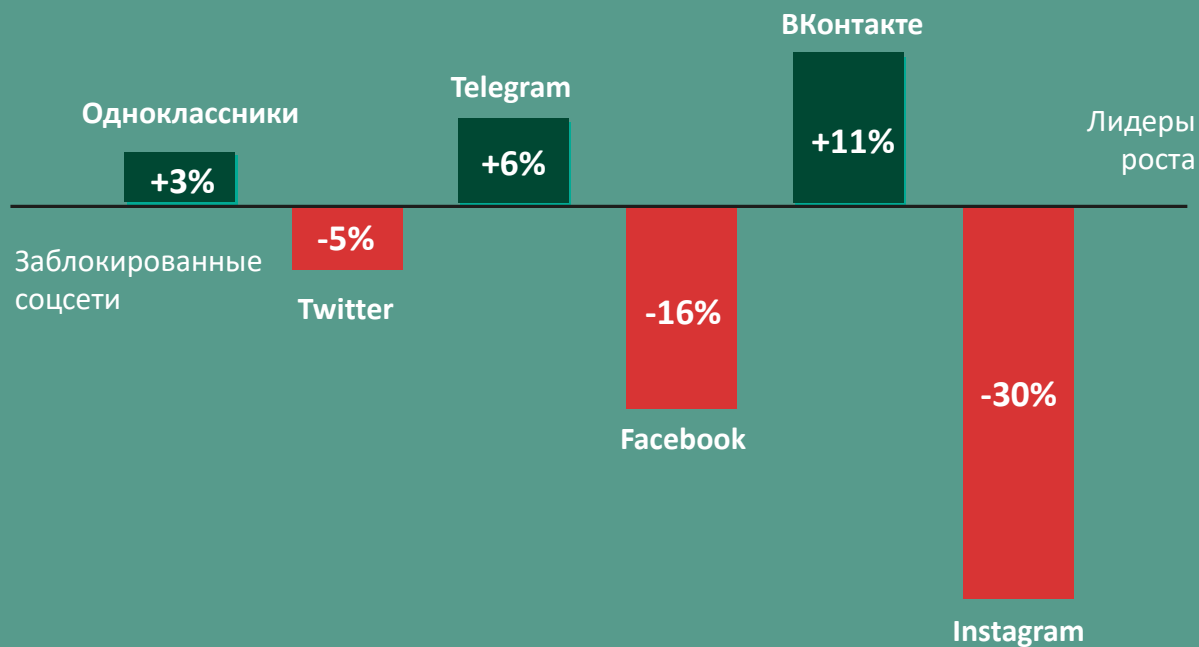
ЧТО ПРОИЗОШЛО?

С 24 февраля 2022 г. на рынке произошли следующие изменения, **повлиявшие на всю модель поведения потребителя в интернете,** потребления контента и возможности взаимодействия рекламодателя и покупателя:

- Признание компании Meta экстремистской и запрещенной в России (Instagram и Facebook) – блокирование данных сетей на всей территории России, закрытие рекламных кабинетов данных сетей.
- Закрытие рекламного кабинета Google – невозможности запуска рекламы в YouTube и других площадках Google.
- Запрет Tik Tok на возможность публикации контента для пользователей на территории России и блокировка рекламного кабинета

КАКОЙ ЭФФЕКТ?

Объем контента на платформах соцмедиа динамика за 24 февраля – 24 марта 2022



- Падение Instagram на 30% как первый импульс на блокировку.
- Постепенный прирост ВК и ТГ.
- Видоизменение ТГ из мессенджера в соц. Сеть.

*на основе данных Brand Analytics

*деятельность компании Meta (Instagram, Facebook) запрещена на территории Российской Федерации

ВКонтакте

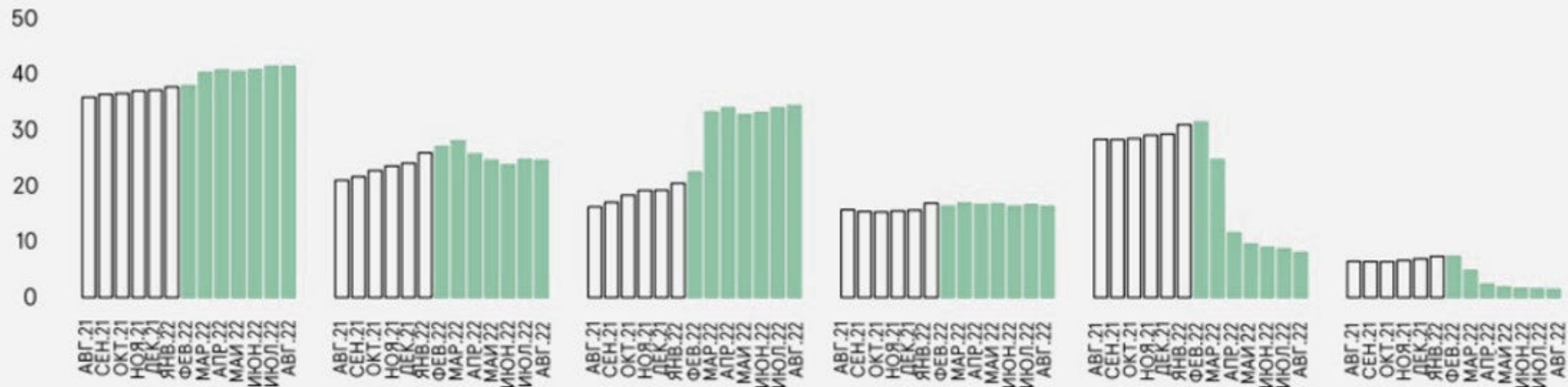
TikTok

Telegram

Odnoklassniki

Instagram*

Facebook*



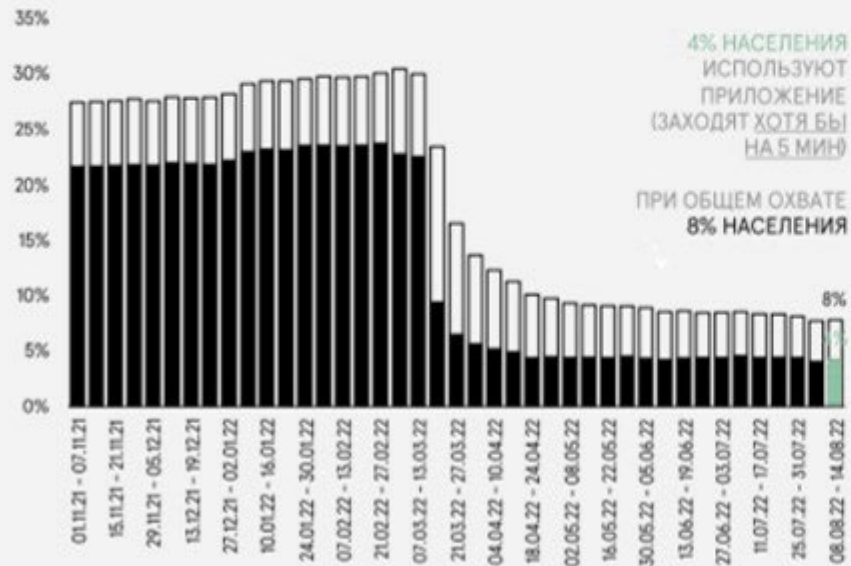
MEDIASCOPE CROSS WEB, ВСЯ РОССИЯ, НАСЕЛЕНИЕ 12+, DESKTOP&MOBILE
 СРЕДНЕСУТОЧНЫЙ ОХВАТ, % НАСЕЛЕНИЯ
 *ПРИНАДЛЕЖАТ КОМПАНИИ МЕТА (ПРИЗНАНА ЭКСТРЕМИСТСКОЙ И ЗАПРЕЩЕНА В РФ)

К августу 2022 года прирост тг в 2 раза, падение Instagram и Facebook больше чем в 2 раза. ВК прирост около 10%.

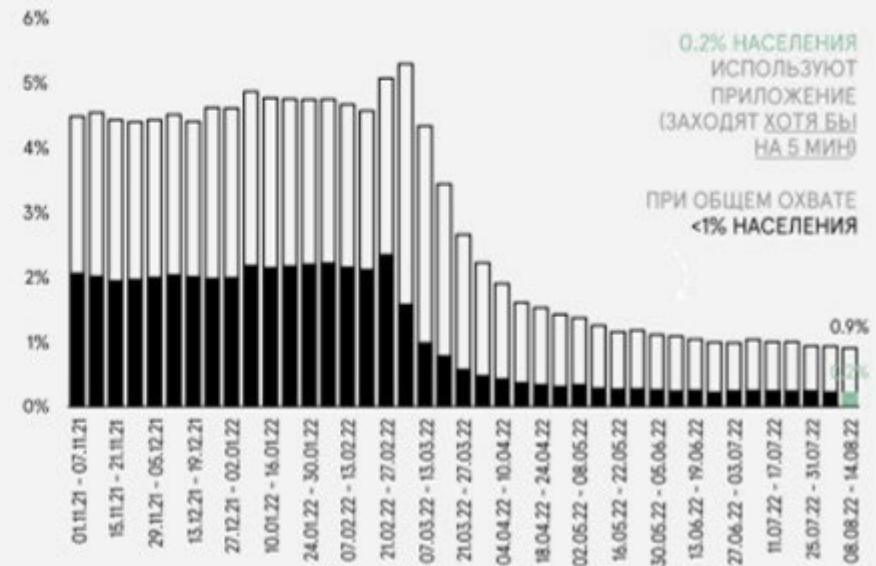
INSTAGRAM* и FACEBOOK*

СРЕДНЕСУТОЧНЫЙ ОХВАТ (В ПРИЛОЖЕНИИ)
С УЧЕТОМ ДЛИТЕЛЬНОСТИ, % НАСЕЛЕНИЯ

INSTAGRAM*



FACEBOOK*



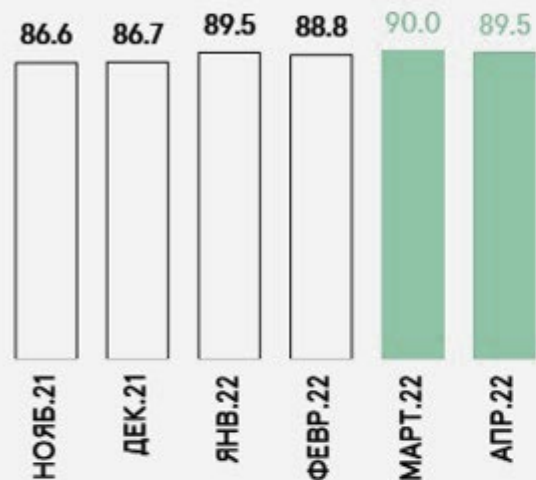
MEDIASCOPE MOBILE PANEL, ВСЯ РОССИЯ, НАСЕЛЕНИЕ 12+, MOBILE APP
*ПРИНАДЛЕЖИТ КОМПАНИИ МЕТА (ПРИЗНАНА ЭКСТРЕМИСТСКОЙ И ЗАПРЕЩЕНА В РФ)

Больше всех пострадала сеть Instagram, т.к. не только произошел отток пользователей но и длина сессии пользователя, заходящего через VPN в соц сеть уменьшилась в половину. И с 27% населения в Instagram теперь стало 8%.

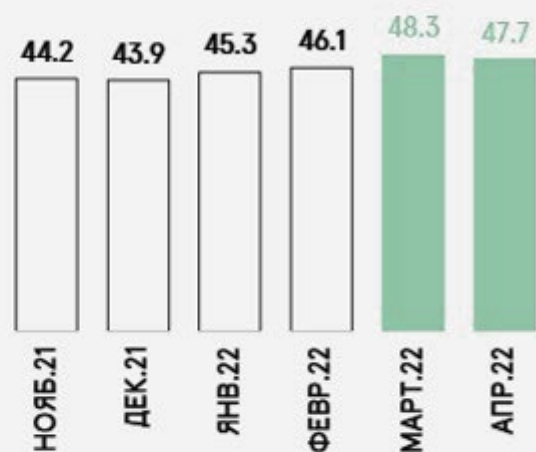
ИНТЕРНЕТ / ВИДЕО



ОХВАТ ЗА МЕСЯЦ, МЛН ЧЕЛ.



ОХВАТ В СУТКИ, МЛН ЧЕЛ.



MEDIASCOPE CROSS WEB, ВСЯ РОССИЯ, НАСЕЛЕНИЕ 12+, DESKTOP&MOBILE

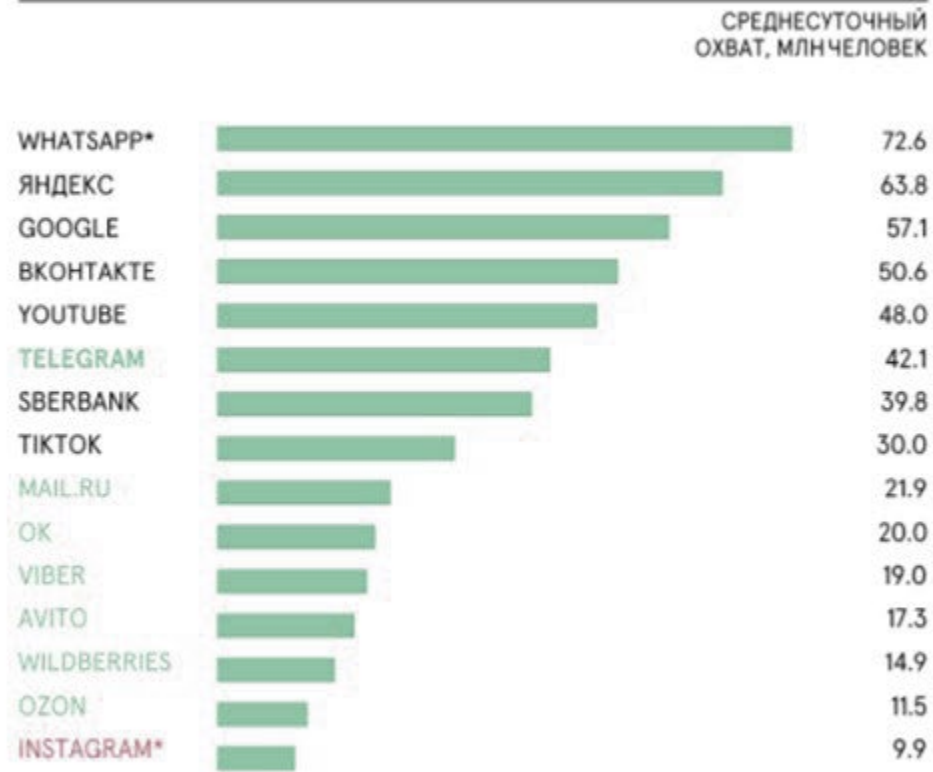
Сеть YouTube не пострадала в охватах, а наоборот увеличивает его.

Но размещать рекламу в YouTube через рекламный кабинет РФ нельзя.

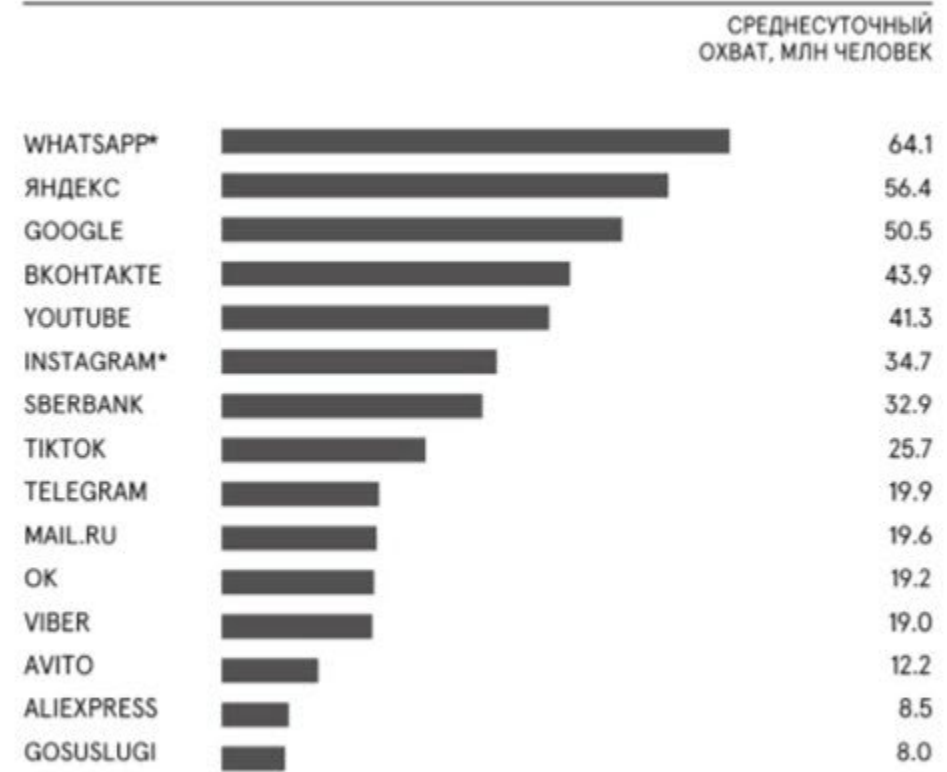
Пользователь в РФ, заходящий в YouTube не видит рекламы в настоящий момент. Каналы никак не монитизируются.

ТОП ПЛОЩАДОК

АВГУСТ 2022



АВГУСТ 2021



MEDIASCOPE CROSS WEB, ВСЯ РОССИЯ, НАСЕЛЕНИЕ 12+, DESKTOP&MOBILE

ТОП ПО СРЕДНЕСУТОЧНОМУ ОХВАТУ ЗА АВГУСТ 2022/АВГУСТ 2021, ЦВЕТОМ ВЫДЕЛЕННЫ РЕСУРСЫ, ПОДНЯВШИЕСЯ В ТОПЕ, ЦВЕТОМ ВЫДЕЛЕННЫ РЕСУРСЫ, СПУСТИВШИЕСЯ В ТОПЕ

Изменения в охвате интернет-площадок –
увеличение доли ТГ в 2 раза и падение Instagram в 3 раза.

- Рост **охвата Телеграма в 2 раза за год** – что свидетельствует о переходе ТГ из мессенджера в соц. Сеть.
- **Tik Tok** не смотря на то, что нельзя публиковать контент все равно оставляет и даже немного прирост **в среднесуточном охвате** – что свидетельствует о высокой лояльности аудитории данной сети.
- Не очень сильный, но прирост – **Вконтакте и YouTube**
- Колоссальное **падение Instagram** – с 34 до 9%.

В связи с этим в настоящий момент мы **не может размещать** рекламу:



60% бюджета
в сплите



30% бюджета
в сплите



так и не удалось
запустить рекламу

Не рассматриваю блогеров инстаграм в связи с уменьшением охватов.

Не рассматриваем блогеров в тик ток в связи с отсутствием возможности
постинга нового контента.

КАКИЕ КАНАЛЫ РАЗМЕЩЕНИЯ ОСТАЮТСЯ?

- Yandex Видео (Кинопоиск, Яндекс Видео, видео в Яндекс Дзен)
- Вконтакте
- MyTarget – площадки Mail
- Онлайн-кинотеатры
- Программатик системы, в т.ч. видео в статьях
- Другие видео-площадки
- Телеграм (новая площадка для рекламы)

КАКАЯ СТРАТЕГИЯ БУДЕТ ТЕПЕРЬ?

В новом флайте **нашей задачей** будет постараться максимально сохранить необходимую **цену контакта**, выполнить максимально точно такие же показатели в кол-во просмотров:

- Фильма
- Трейлера

Выполнить максимально такие же показатели **по охвату уникальной аудитории РФ**.

КАКИМ ОБРАЗОМ?

1. Т.к. совокупно мы **набирали 15 млн. просмотров** фильма в двух площадках – YouTube 2 млн. и VK 13 млн. теперь мы все эти 15 млн. будем набирать в VK.
2. В YouTube дадим возможность фильму **набрать просмотры за счет органики** и благодаря переходов с трейлеров и банеров
3. **Трейлеры и баннеры будет показывать в других доступных к работе программатик систем.** А также в традиционных площадках типо группы mail и других. Переход будем делать на фильм в YouTube.
4. Помимо загрузки контента в канал YouTube, также **добавим фильм в канал на Рутюб.** Таким образом, если вдруг YouTube в декабре заблокируют, мы сможет перегрузить модерацию на переход по ссылке не на YouTube, а на рутюб.

ПРЕМЬЕРА «НОВОГОДНЯЯ ОТКРЫТКА»

состоялась 5 декабря





* кадр из фильма «Новогодняя открытка»