

**КАК МОТИВИРОВАТЬ
АУДИТОРИЮ К ПОКУПКЕ
ИЗВЕСТНОГО ПРОДУКТА
ЧЕРЕЗ КРЕАТИВНЫЕ
ИНТЕГРАЦИИ С БЛОГЕРАМИ**

Прирост запросов в поиске на 36%



РЕКЛАМИРУЕМЫЙ ПРОДУКТ – MACCOFFEE CAPPUCCINO DI TORINO



Задачи

- Увеличить узнаваемость рекламируемого продукта на рынке
- Повысить лояльность аудитории к продукту
- Охватить не менее 12 млн пользователей за период кампании

Период

Июль 2023 – февраль 2024

Бюджет проекта

Более 10 000 000 рублей



ШАГИ ПО РЕАЛИЗАЦИИ КАМПАНИИ



MacCoffee



Шаг 1.

Разработка креативных концепций продвижения

Шаг 2.

Подбор площадок присутствия

Шаг 3.

Подбор блогеров по критериям:

- Аналитика аудитории и brand safety метрик
- Качество аудитории
- Соответствие образа блогера креативной концепции рекламной кампании

Шаг 4.

Раскрытие креативной концепции через разработку сценариев совместно с подобранными блогерами

ПОДХОД К ВЫБОРУ ПЛОЩАДОК И ФОРМАТОВ



Основные площадки:

YOUTUBE

Интеграции
в горизонтальные
видео и Shorts

INSTAGRAM*

Reels + Серия Stories +
Закреп Stories
в актуальном на 7 дней

Причины выбора:

- Формат видео наиболее подробно раскроет концепцию и продукт
- Популярность/аффинитивность платформ среди ЦА
- Форматы YouTube Shorts и Instagram* Reels наиболее склонны к набору виральных просмотров

Дополнительные площадки:

ВКОНТАКТЕ

Интеграции в шоу от Medium Quality Production,
выпускаемые эксклюзивно в ВК с мая 2023 года,
и VK Originals, впервые запущенные в 2023 году.

Причины выбора:

- Качественный подход к продакшену как самих шоу, так и интеграций
- Рост популярности шоу, что положительно влияло на реализацию KPI по просмотрам

* Принадлежит компании Meta, запрещенной в Российской Федерации

ПОДХОД К КОММУНИКАЦИИ



Вводные о продукте

Позиционирование

В основе позиционирования MacCoffee Carruccino di Torino лежит история с Италией (знаменитая рецептура из города Турина). Ассоциации с продуктом – изысканность, наслаждение, итальянская культура

Эмоциональное направление / контекст

- Соблазнение, наслаждение, отношения мужчины и женщины, страсть
- Характер отношений – нежные, страстные, воздушные, положительные, романтические

Ассоциации аудитории:*

- Мужчина-итальянец
- Легкая воздушная и беззаботная девушка
- Семья
- Кофе в компании партнера, любимого человека

ВЫЗОВ

Продукт повседневного потребления без креатива и наполнения его дополнительными смыслами и не запомнится аудитории

Мы разработали 2 концепции, базирующиеся на понимании категории, целевой аудитории и формировании правильных посылов в креативе

В сценарии видеороликов мы интегрировали элементы позиционирования и ассоциации с продуктом в привязке к концепциям

Концепция

ИТАЛЬЯНО

Культура и традиции Италии

Коренные итальянцы

Персонажи

Итальянский язык

Итальянская музыка

Концепция

ОТНОШЕНИЯ

Семья

Любовь

Страсть

Эмоции

Нежность

Романтика

* на основе опроса потребителей MacCoffee Carruccino di Torino

КОНЦЕПЦИЯ ИТАЛЬЯНО

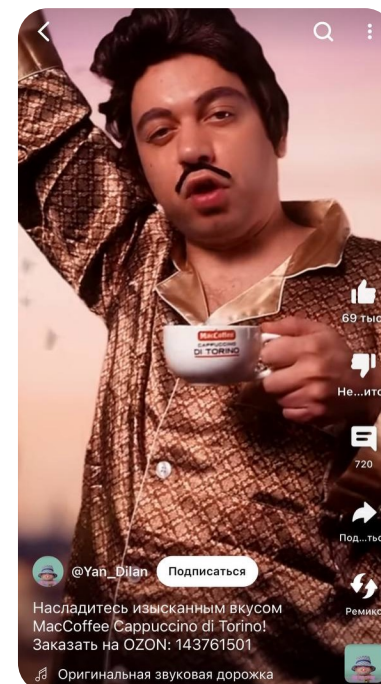
La patria del cappuccino più delizioso, что означает «родина самого вкусного капучино – Италия». Поэтому MacCoffee Cappuccino di Torino содержит в себе страсть, любовь, красоту и бурю эмоций, присущие настоящим итальянцам

Органично вплели традиции, язык, атрибуты, истории и мечты об Италии в рекламные интеграции у блогеров в их авторском стиле. А еще подключили коренных итальянцев!

Наиболее успешная интеграция в рамках концепции Италияно – в шоу [Натальная карта](#) – обеспечила перевыполнение прогноза показателей на **646,67%** благодаря удачно выбранной теме выпуска и растущей популярной формата шоу, выходящего эксклюзивно ВКонтакте



[Lorenzo Bagnati](#) рассказал, что итальянцы не пьют капучино после 12:00



[Ян Дилан](#) висел на балконе, скрываясь от мужа своей итальянской любовницы!



[Натальная карта](#) погадала настоящему итальянцу на любовь!

КОНЦЕПЦИЯ ТРЕВЕЛ

Дополнительный сезонный акцент был сделан на тревел-тематику

Путешествия – большой путь, в который можно взять самое необходимое, но нельзя взять домашние привычки и традиции. Хорошо, что есть MacCoffee Cappuccino di Torino – настоящий капучино в самых неожиданных местах

Мы сделали акцент на постоянстве вкуса и удобстве приготовления MacCoffee Cappuccino di Torino в любой точке России и за рубежом

Любимые блогеры-путешественники приготовили капучино с шоколадной крошкой в самых неожиданных местах. Креативные сценарии в стиле Италияно интегрировались в популярное тревел-шоу



Ведущие тревел-шоу «Орел и орел» перевоплотились в итальянских синьоров с изысканным вкусом MacCoffee Cappuccino di Torino.

Сергей Завидов рассказал о традиции дайверов – пить кофе перед погружением. И насладился MacCoffee Cappuccino di Torino на Мальдивах!



Кланы Омариньо и Юсупиньо помирились за чашечкой MacCoffee Cappuccino di Torino.



КОНЦЕПЦИЯ ОТНОШЕНИЯ

За чашечкой MacCoffee Cappuccino di Torino скрывается много интересного. Особенно если эта тема – отношения

Самая эмоциональная и трогательная концепция, которая обрела воплощение в историях любви как выдуманных персонажей, так и реальных людей

В рекламных интеграциях мы использовали термины и ключевые фразы, которые связывают капучино и отношения, и невербально показали, что кофе пробуждает вдохновение и итальянскую страсть

Наиболее успешная интеграция в рамках концепции **Отношения** – у блогера @ms.galata – получила отличный отклик аудитории и набрала виральный охват, выполнив KPI по просмотрам на **2916,67%**



[Стас просто класс](#) обсудил отношения за чашечкой MacCoffee в образе Сантаны



[Ms.Galata](#) украсила свое утро завтраком с MacCoffee Cappuccino di Torino



[Куюяки](#) всей семьей устроили комплимент-баттл

РЕЗУЛЬТАТЫ



Медийные показатели:

40 006 353

Показов

27

Задействовано
инфлюенсеров

27 533 300*

Общее число подписчиков
задействованных
инфлюенсеров

10 001 000+

Бюджет проекта

0,41 руб.**

CPU (средний CPU по кампании
оптимизирован на 56,8%
относительно прогноза)

3,36%

ER

0,005%

CTR

Анализ комментариев:

92,3%

положительных
или нейтральных***

Положительные моменты, которые особенно выделяла аудитория:

- креативность сценариев
- органичность персонажей, рекламирующих продукт

Присутствовали предложения продолжить интеграции в формате сериала.

*суммарно, без учета пересечения

**до АК и НДС

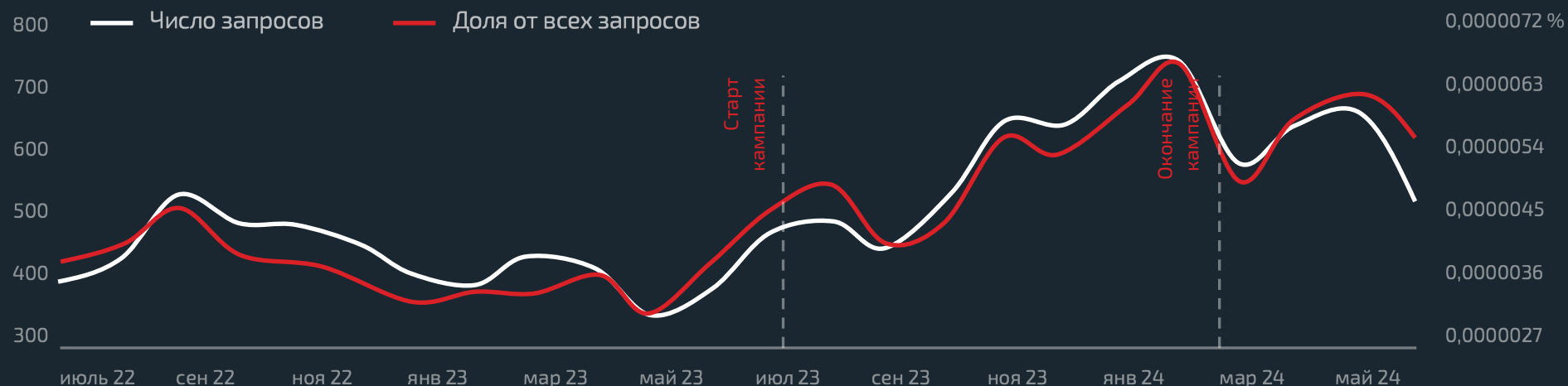
***согласно аналитике тональности комментариям под интеграциями за весь период размещения, источник: Медиалогия

РЕЗУЛЬТАТЫ



Анализ поисковых запросов:

Прирост брендовых поисковых запросов во период кампании составил **+36,87%** к аналогичному периоду прошлого года согласно Вордстату и **+21,37%** согласно MPSTATS (сервис аналитики маркетплейсов)



Оценка влияния на показатели бренда

По итогам масштабной рекламной кампании с привлечением блогеров аудитория была готова с большей охотой **рассматривать бренд MacCoffee для покупки** (фиксируем постепенный рост показателя рассмотрения к покупке в Q4 2023 и Q1 2024 с динамикой примерно на 1 п.п. в квартал)*

Отдельно **отмечаем существенный рост спонтанного знания аудитории бренда MacCoffee** в Северо-Кавказском федеральном округе, одна из концепций размещения в инфлюенс была направлена непосредственно на аудиторию данного гео. Рост показателя составил 3,3 п. п. в Q4 2023 и 4,5 п.п. в Q1 2024 относительно периода до старта РК*

* согласно аналитике тональности комментариям под интеграциями за весь период размещения, источник: Медиалогия