



ОЛЬГА КУРЛОВИЧ | CEO

БРЕНДЫ В НОВОЙ ЦИФРОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ

от вирусных коммуникаций
к экосистемам лояльности



1

Новая цифровая
среда **и её вызовы**

Мир изменился — скорость реакции аудитории, плотность контента и ожидания потребителей

Бренды больше **не могут существовать как острова**

Простая узнаваемость бренда уже не работает — нужно выстраивать **системную вовлеченность**



2

**Эпоха вирусных
коммуникаций:**

что это дало брендам?



Бургер Кинг @BurgerKingUK

Женщинам место на кухне.

12:01 PM · 8 мар. 2021 г. · Twitter Web App

18,6 тыс. ретвита 16,2 тыс. твита с цитатами

52,7 тыс. отметок «Нравится»

Бургер Кинг @BurgerKingUK · 2 ч


В ответ @BurgerKingUK

Если, конечно, захотят. Но только 20% поваров - женщины. Наша миссия - изменить соотношение полов в ресторанной индустрии, предоставив сотрудницам возможность сделать карьеру кулинара. #IWD ♀


650 2,6 тыс. 12,1 тыс.

Бургер Кинг @BurgerK... · 23 мин

Мы гордимся тем, что запускаем новую стипендиальную программу, которая поможет сотрудницам Burger King осуществить свои кулинарные мечты!



АКТУАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ
В ЭКОСИСТЕМЕ
КОММУНИКАЦИЙ



1

Оmnиканальность как норма

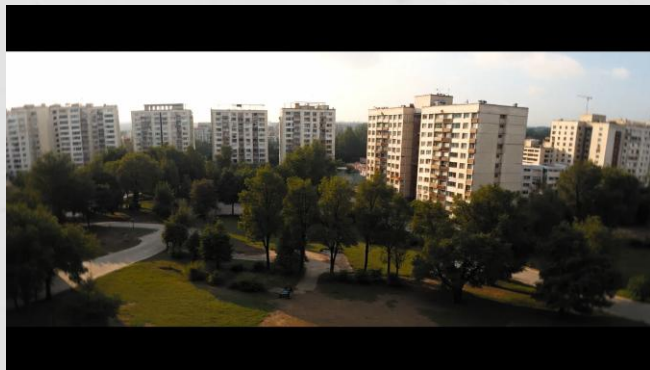
Не просто присутствие в разных
каналах, а их **бесшовная интеграция**



Рекламная кампания

Без LAY'S нет футбола

Присутствие во всех каналах коммуникации
с единым коммуникационным сообщением





**LAY'S СОБРАЛ
ФУТБОЛЬНУЮ КОМАНДУ**

2

Гипер- персонализация

Предложения и коммуникации
строятся в реальном времени
на основе поведенческих паттернов



БНБ 12 СЕРИЙНЫХ КВ | 2025

БЕЛАРУСКИ НАРОДНЫ БАНК | mastercard

ВОДОЛЕИ,

ВОЗМОЖНОСТИ
ЛЬЮТСЯ РЕКОЙ

МГНОВЕННОЕ
ОТКРЫТИЕ КАРТЫ
ОНЛАЙН

ОДИН
ДВА
ТРИ

bnb.by

БЕЛАРУСКИ НАРОДНЫ БАНК | mastercard

КОЗЕРОГИ,

ГНИТЕ СВОЮ ЛИНИЮ

БЕЗГРАНИЧНЫЕ ОПЛАТЫ
ПО ВСЕМУ МИРУ

ОДИН
ДВА
ТРИ

bnb.by

БЕЛАРУСКИ НАРОДНЫ БАНК | mastercard

ДЕВЫ,

У ВАС ВСЁ
ПОД КОНТРОЛЕМ

СТАБИЛЬНЫЕ 3%
НА ОСТАТОК

ОДИН
ДВА
ТРИ

bnb.by

БЕЛАРУСКИ НАРОДНЫ БАНК | mastercard

ОВНЫ,

СМЕТАЙТЕ
ВСЕ ПРЕГРАДЫ

БЕЗГРАНИЧНЫЕ ОПЛАТЫ
ПО ВСЕМУ МИРУ

ОДИН
ДВА
ТРИ

bnb.by

3

Коммьюнити- центричность

Пользователи становятся
соавторами брендов



LAY'S | 2024 Healthy event



4

Контент как сервис

Коммуникации становятся полезными: не просто «продай», а «реши задачу пользователя»

Free Meditation
for **Self-Care**

headspace



Meditation:

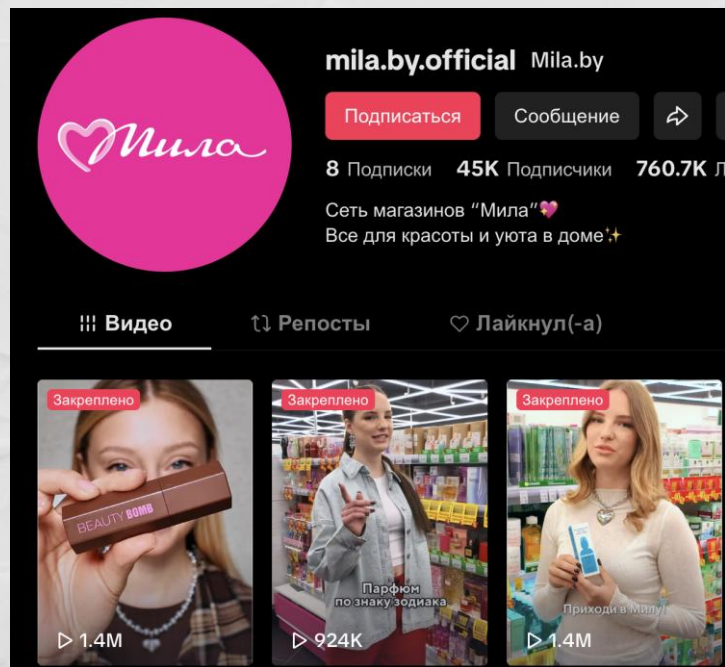
Settling
Racing Mind
for Sleep

headspace



Канал коммуникации,
где абсолютно
грамотно
интегрирован продукт
и ведется общение
на одном языке.

Каждое видео —
отдельная проблема
аудитории.



5

Геймификация и вовлечение через эмоции

Коммуникации становятся игрой,
эмоциональным вызовом



6

Коллаборации и экосистемы с другими брендами

Совместные экосистемы усиливают
ценность и расширяют охват



7

Этичность и прозрачность — часть коммуникации

Всё чаще пользователи выбирают
бренды, которые говорят честно

DON'T BUY THIS JACKET



It's Black Friday, the day in the year retail turns from red to black and starts to make real money. But Black Friday, and the culture of consumption it reflects, asks the necessity of natural systems that support all life forms in the red. We're not using the resources of one and a half planets on our one and only planet.

Because Patagonia wants to be in business for a good long time — and live a world of freedom for our kids — we want to do the opposite of every other business today. We ask you to buy less and to reflect before you spend a dime on the jacket or anything else.

Environmental bankruptcy, as with corporate bank-

© 2011 Patagonia, Inc. All rights reserved. Patagonia.com

COMMON THREADS INITIATIVE

REDUCE
WE make useful gear that lasts a long time.
YOU don't buy what you don't need.

REPAIR
WE help you repair your Patagonia gear.
YOU plug in to what's broken.

REUSE
WE help find a home for Patagonia gear
you no longer need.
YOU sell or pass it on.

RECYCLE
WE will buy back your Patagonia gear.

of our best selves. To make it required 155 liters of water enough to meet the daily needs of three glasses a day of 40 people. Its journey from its origin as 100% recycled polyester to our store warehouses generated nearly 20 pounds of carbon dioxide, 24 times the weight of the finished product. This jacket will be back on its way to fibers, but there is a weight in waste.

And this is a 100% recycled polyester jacket, knit and sewn to a high standard. It is exceptionally durable, so you won't have to replace it as often. And when it comes to the end of its useful life we'll take it back to recycle into a product of equal value. But, as in

© 2011 Patagonia, Inc. All rights reserved. Patagonia.com

3

**Экосистемы лояльности —
следующий уровень**

Сегодня выигрывают не те, кто громче всех, а те, **кто дольше остаётся в жизни** потребителя

Что такое экосистема лояльности?

Это среда, в которой клиенту удобно, интересно и выгодно взаимодействовать с брендом



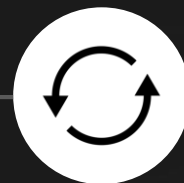
4

В чём сила
экосистемы?

Повышение LTV
(Lifetime Value)



ЭКОСИСТЕМА



Эффект
«замыкания
клиента» внутри
сервисов

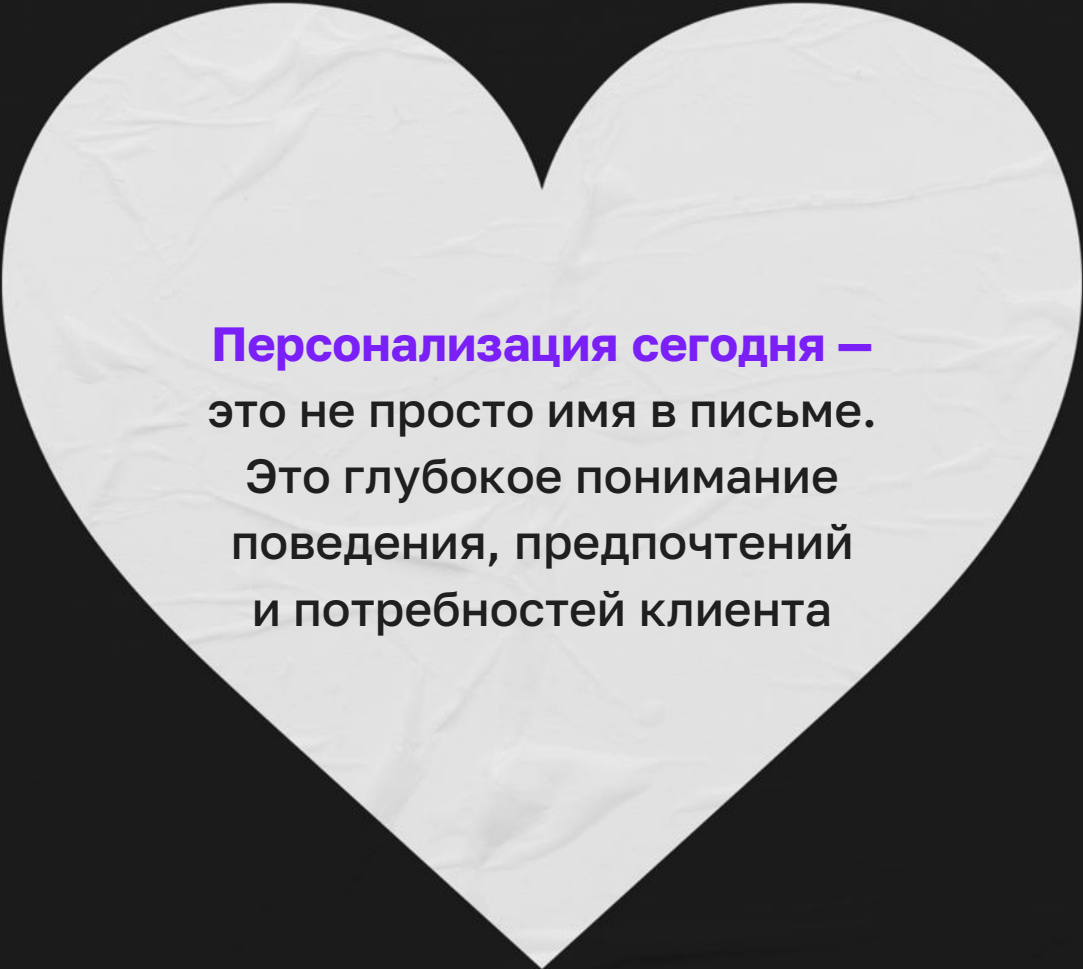
Многokrатные
касания
с брендом



Возможность
использовать
персонализацию
на новом уровне

5

Персонализация
как **сердце**
ЭКОСИСТЕМЫ



Персонализация сегодня —

это не просто имя в письме.

Это глубокое понимание
поведения, предпочтений
и потребностей клиента

6

Как построить
экосистему лояльности?

1

Изучите путь клиента и точки контакта

1

Изучите путь клиента и точки контакта

2

Объедините данные из разных каналов

1

Изучите путь клиента и точки контакта

2

Объедините данные из разных каналов

3

**Настройте омниканальное общение
(соцсети, push, email, чат-боты)**

1

Изучите путь клиента и точки контакта

2

Объедините данные из разных каналов

3

**Настройте омниканальное общение
(соцсети, push, email, чат-боты)**

4

**Создавайте полезный контент и сервисы
(чек-листы, комьюнити, приложения)**

1

Изучите путь клиента и точки контакта

2

Объедините данные из разных каналов

3

**Настройте омниканальное общение
(соцсети, push, email, чат-боты)**

4

**Создавайте полезный контент и сервисы
(чек-листы, комьюнити, приложения)**

5

**Внедряйте геймификацию, челленджи
и персональные предложения**



ЦИФРОВИЗАЦИЯ

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ

КОНТЕНТ

ПРОДУКТ

СЕРВИС

5

элементов
устойчивой
экосистемы

7

Какой **результат**
это даёт бренду?

→ **Рост вовлечённости**



→ Рост вовлечённости

**→ Снижение стоимости
привлечения (CAC)**



→ Рост вовлечённости

**→ Снижение стоимости
привлечения (CAC)**

→ Повышение повторных продаж





→ Рост вовлечённости

**→ Снижение стоимости
привлечения (CAC)**

→ Повышение повторных продаж

→ Устойчивость к конкуренции

**Рекомендации
для построения **эффективной
экосистемы коммуникаций****

1

Интеграция каналов:

использование
комбинации различных
медиаканалов

1

Интеграция каналов:
использование
комбинации различных
медиаканалов

2

Персонализация:
адаптация контента
под предпочтения
потребителей

1

Интеграция каналов:
использование
комбинации различных
медиаканалов

2

Персонализация:
адаптация контента
под предпочтения
потребителей

3

Мониторинг и анализ:
постоянное отслеживание
результатов кампаний и
корректировка стратегии

ВЫВОД

Экосистема коммуникаций —
архитектура отношений.

И выигрывают сегодня не самые
громкие бренды, а самые близкие,
полезные и постоянные

Хочешь быть в топе — **будь частью
жизни,** а не просто частью ленты



Если остались вопросы:



@okurlovic