



## СУПЕРСИЛА ИЛИ СЛАБОЕ ЗВЕНО?

Почему ИИ делает одни кампании успешными, а другие темой для хейта



Кто уже использует ИИ?

У кого было ощущение «что-то не то»?

БРЕНД

# Один инструмент, два результата



Вопрос не в технологии

# ИИ перестал быть экспериментом

Бренды  
сокращают  
агентства

Платформы  
автоматизируют  
рекламу

Холдинги строят  
AI-экосистемы

Это новая норма.

Где в 2025 году дорожке всего стоила  
одна секунда рекламы?



ENTER AT RED GATE

GATE	SECTION	ROW	SEAT
B,C,D	4600	51	61

UPPER CONCOURSE LEVEL

**SUPER BOWL**

ENTER AT RED GATE

GATE	SECTION	ROW	SEAT
4600	51		62

UPPER CONCOURSE LEVEL

**SUPER BOWL**

ENTER AT RED GATE

GATE	SECTION	ROW	SEAT
B,C,D	4600	51	61

UPPER CONCOURSE LEVEL

**SUPER BOWL**

ENTER AT RED GATE

GATE	SECTION	ROW	SEAT
4600	51		62

UPPER CONCOURSE LEVEL

**SUPER BOWL**



GAME

5:00 PM

7:00 PM

XLV

UPPER LEVEL

ROW	SEAT
51	61

RED GATE



GAME

5:00 PM

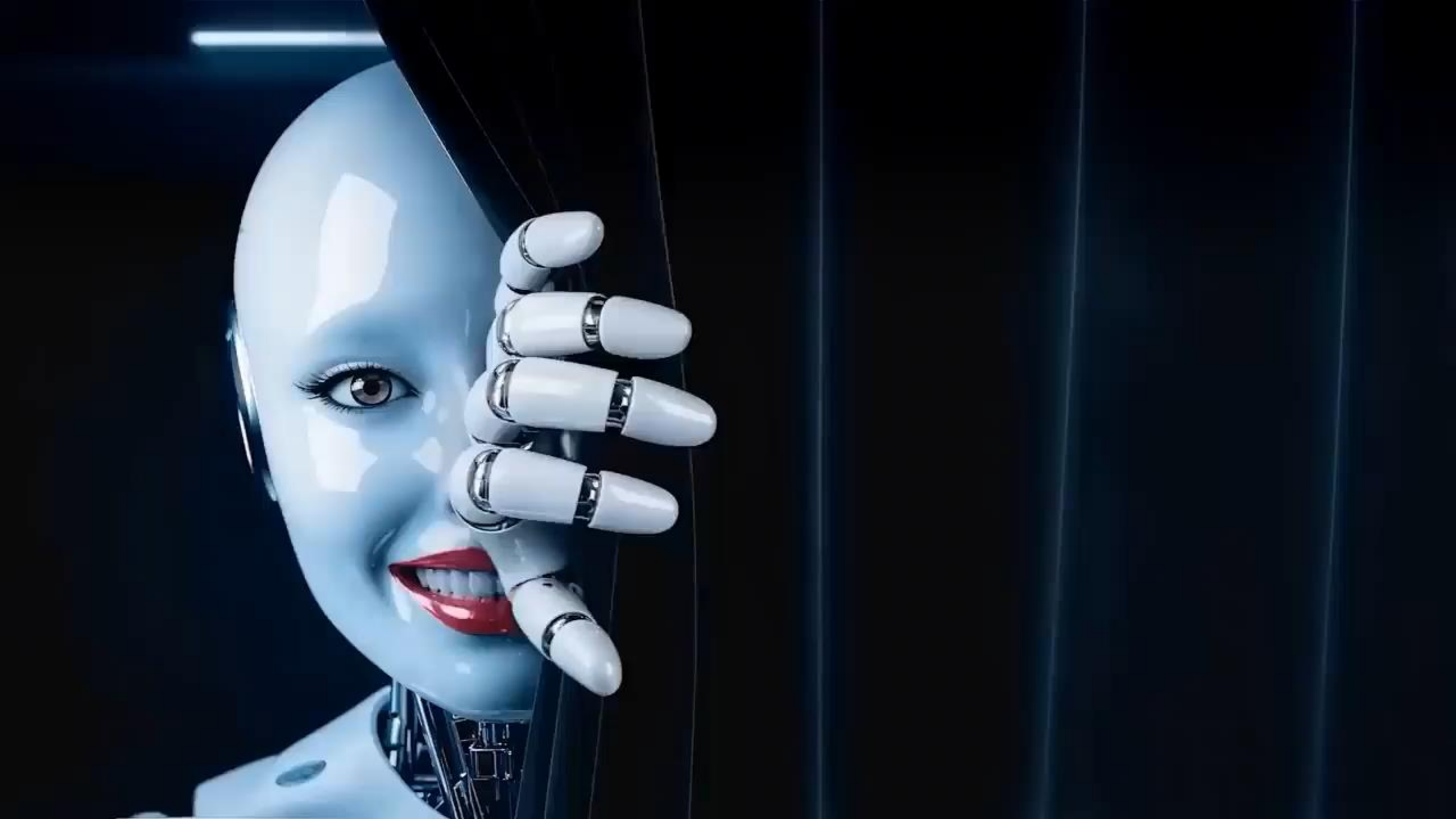
7:00 PM

XLV

UPPER LEVEL

ROW	SEAT
51	61

# SUPER BOWL









**ОЖИДАНИЕ ≠ ОЩУЩЕНИЕ**

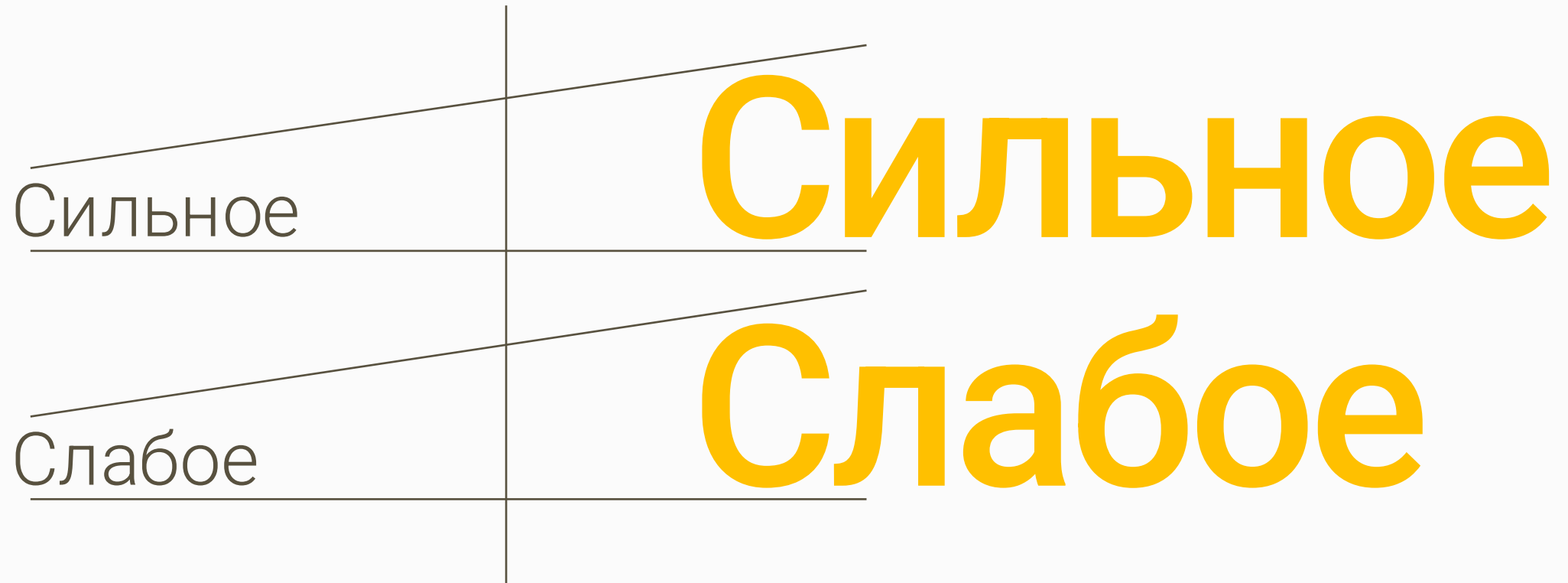
Ask Google Gemini



Tools



# ИИ как усилитель



ИИ делает заметным то, что уже есть у бренда.

# Всё решает роль ИИ

ИИ может быть:

Автором

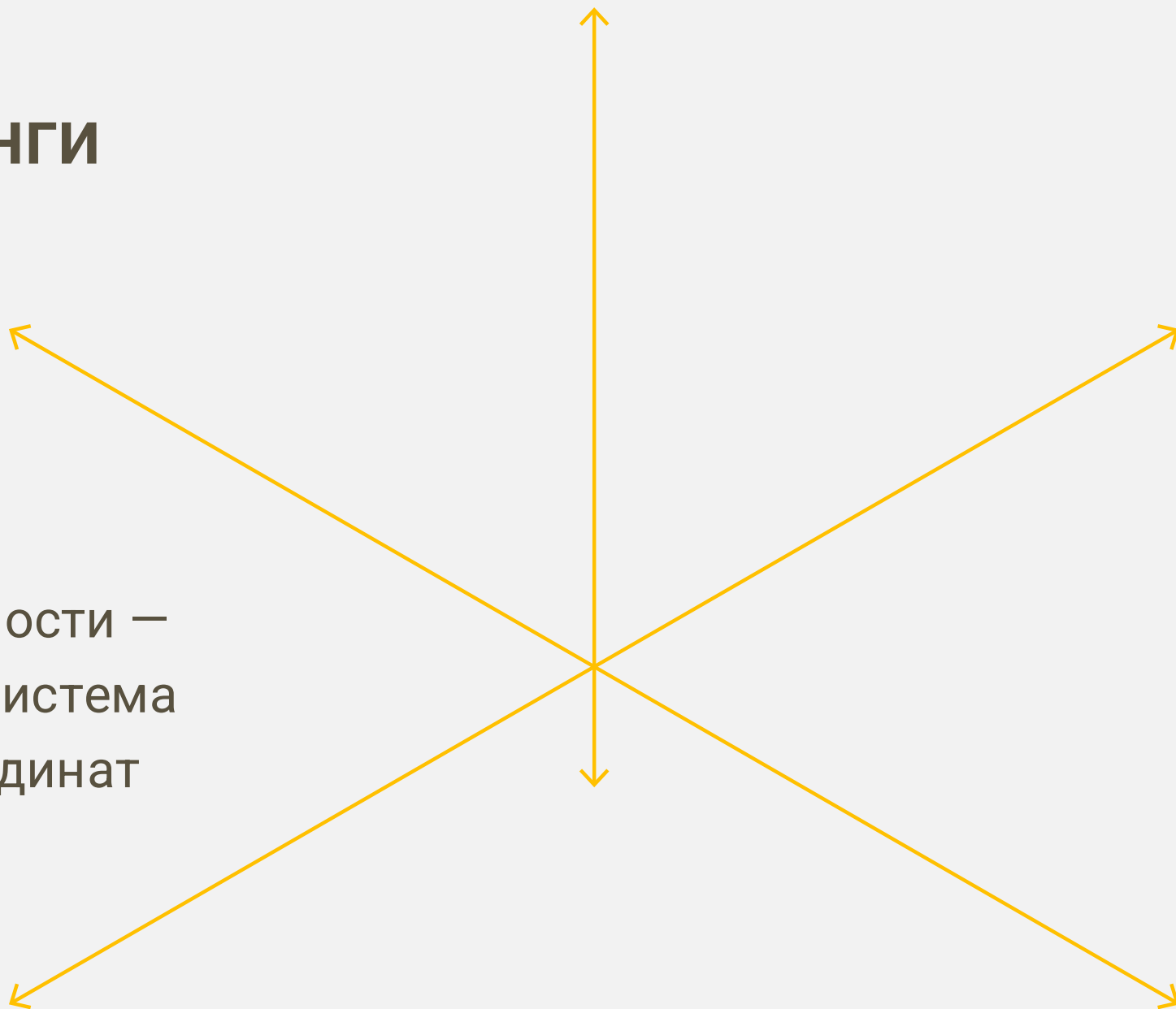
Инструментом

Проводником

И только  
одна роль  
работает  
всегда

# Ценности $\neq$ лозунги

Ценности —  
это система  
координат





An NIQ  
Company

---

# Consumer Values of the world

Who values what and where

A report preview from  
GfK Consumer Life

A large, stylized white 'GfK' logo is centered on a solid orange rectangular background in the bottom right corner of the slide.

# GfK

УДОВОЛЬСТВИЯ

ЛЮДИ

57

ценностей

создают пространство с четырьмя зонами, которые обеспечивают начальный уровень анализа.



ВЛАСТЬ

ТРАДИЦИИ

# Three globally relevant values

Everyone cares about their loved ones and being real



## Protecting the family

Having safety for loved ones

#1 out of 57 values in 12 of 25 countries



## Honesty

Being sincere, having integrity

#1 in 11 countries

#2 or #3 in 9 countries



## Authenticity

Being true to myself

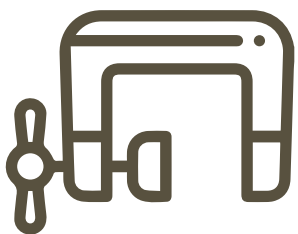
#3 in 6 countries

#4 to #6 in 14 countries

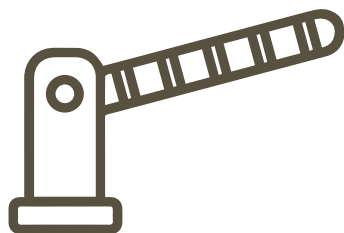
**Where do these values rank in your region?**

Contact GfK to access the full values perspective.

# Как не потерять бренд, работая с ИИ



Зафиксировать  
ценности



Определить  
границы



Назначить  
роль ИИ



Проверить  
результат

ИИ – не суперсила и не слабое звено



ИИ усиливает то, что уже есть у бренда

Спасибо за  
внимание!



**@OLEGUSSSS**