



T.Lisitskaya@masmi.by

# ТАТЬЯНА ЛИСИЦКАЯ

директор и организатор

Международного агентства  
социальных и маркетинговых исследований  
**MASMI** в Беларуси



**MAXIME**  
INSIGHT  
in association with MASMI



# 27 лет в Беларуси

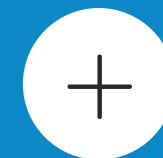
**1999**



**2004**  
MRG



**2002**  
ESOMAR



**4 500 000**  
интервью

# КРЕАТИВНОСТЬ В РЕКЛАМЕ



**MAXIME**  
INSIGHT  
in association with MASMI

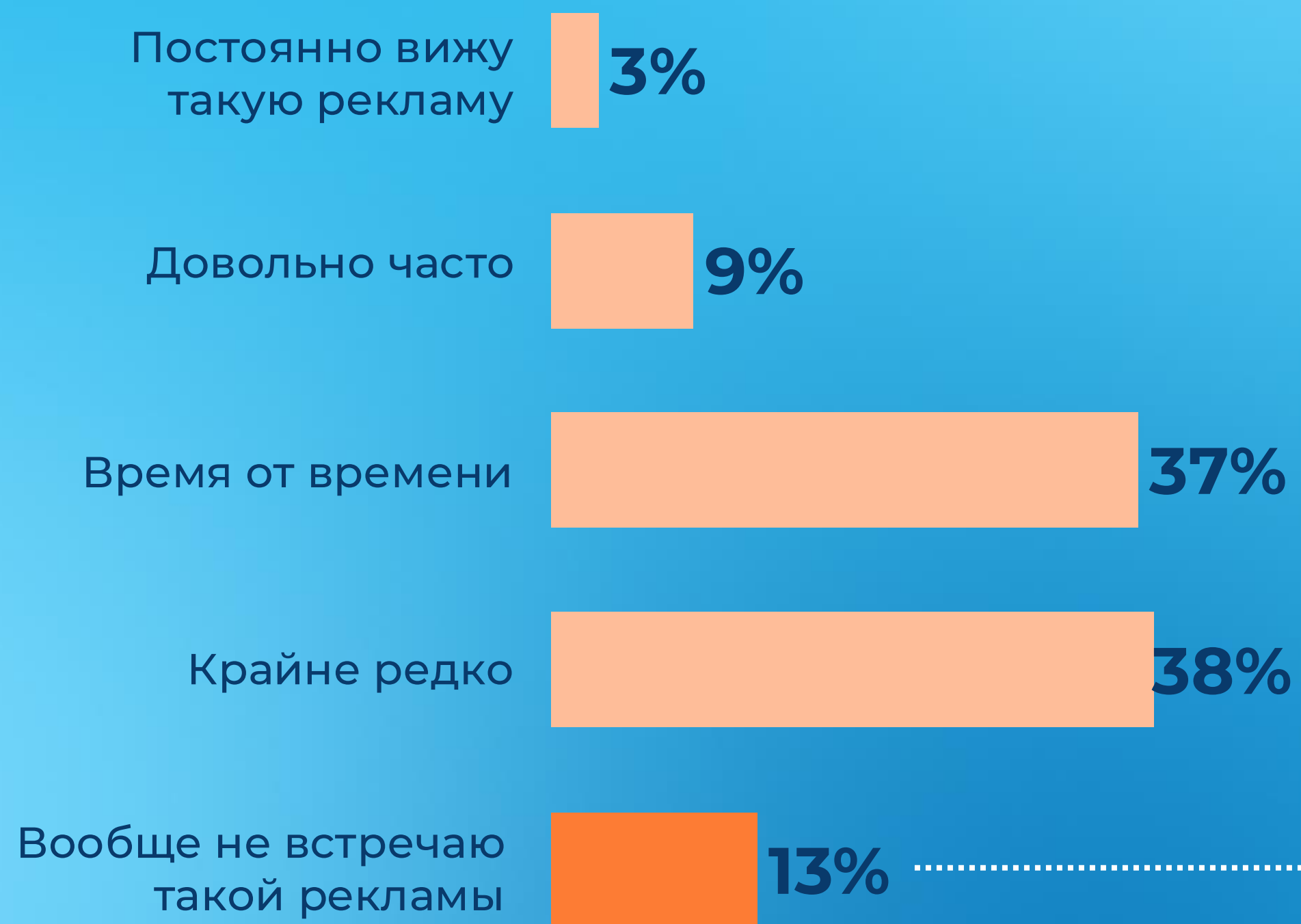
# ПРИСУТСТВИЕ КРЕАТИВНОЙ РЕКЛАМЫ В МЕДИАПОЛЕ



*Как часто в последнее время вам попадаетея реклама, которая вызывает у вас искренний интерес или радует своим креативом?*



# ПРИСУТСТВИЕ КРЕАТИВНОЙ РЕКЛАМЫ В МЕДИАПОЛЕ



16%

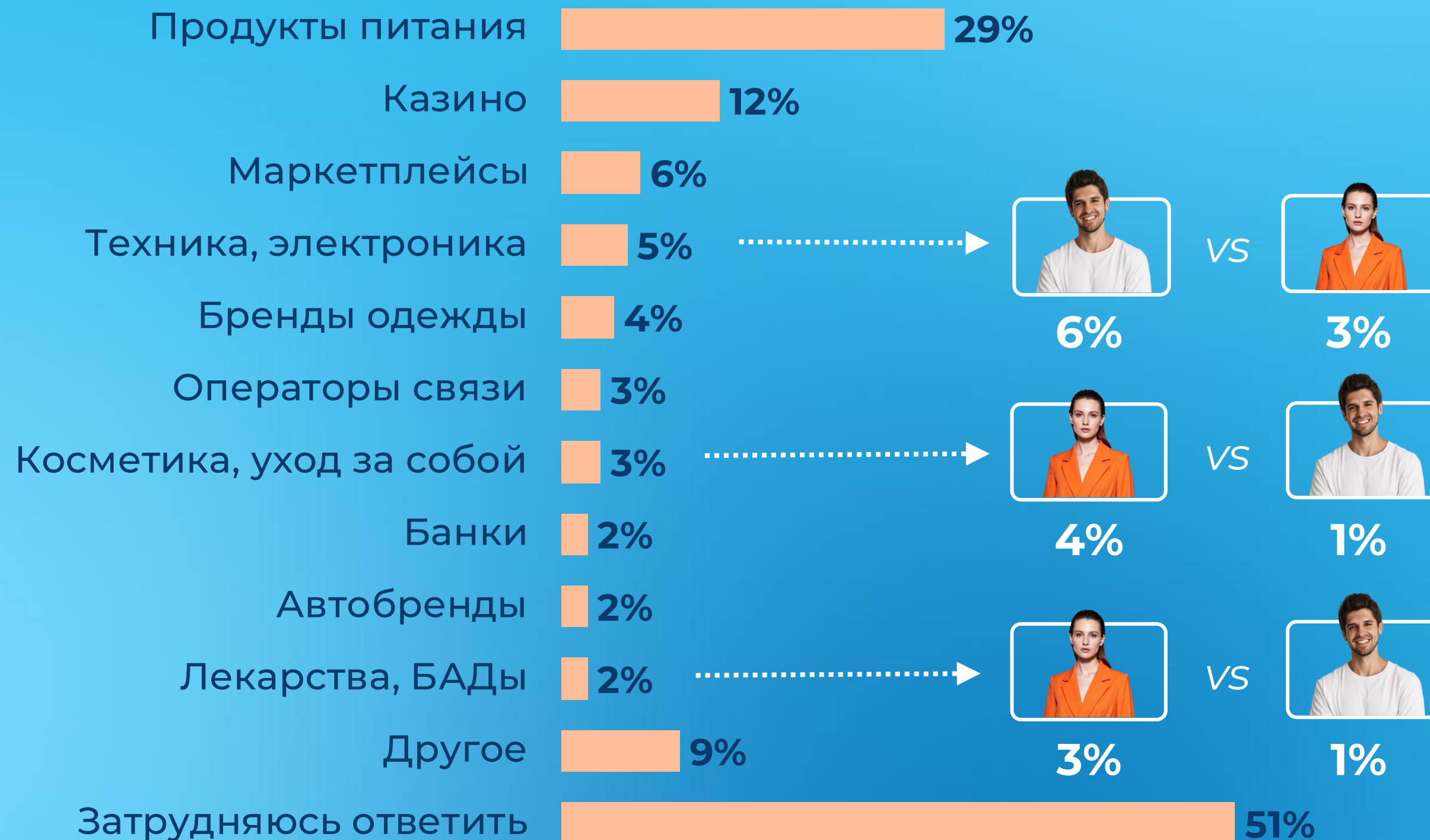
VS



10%

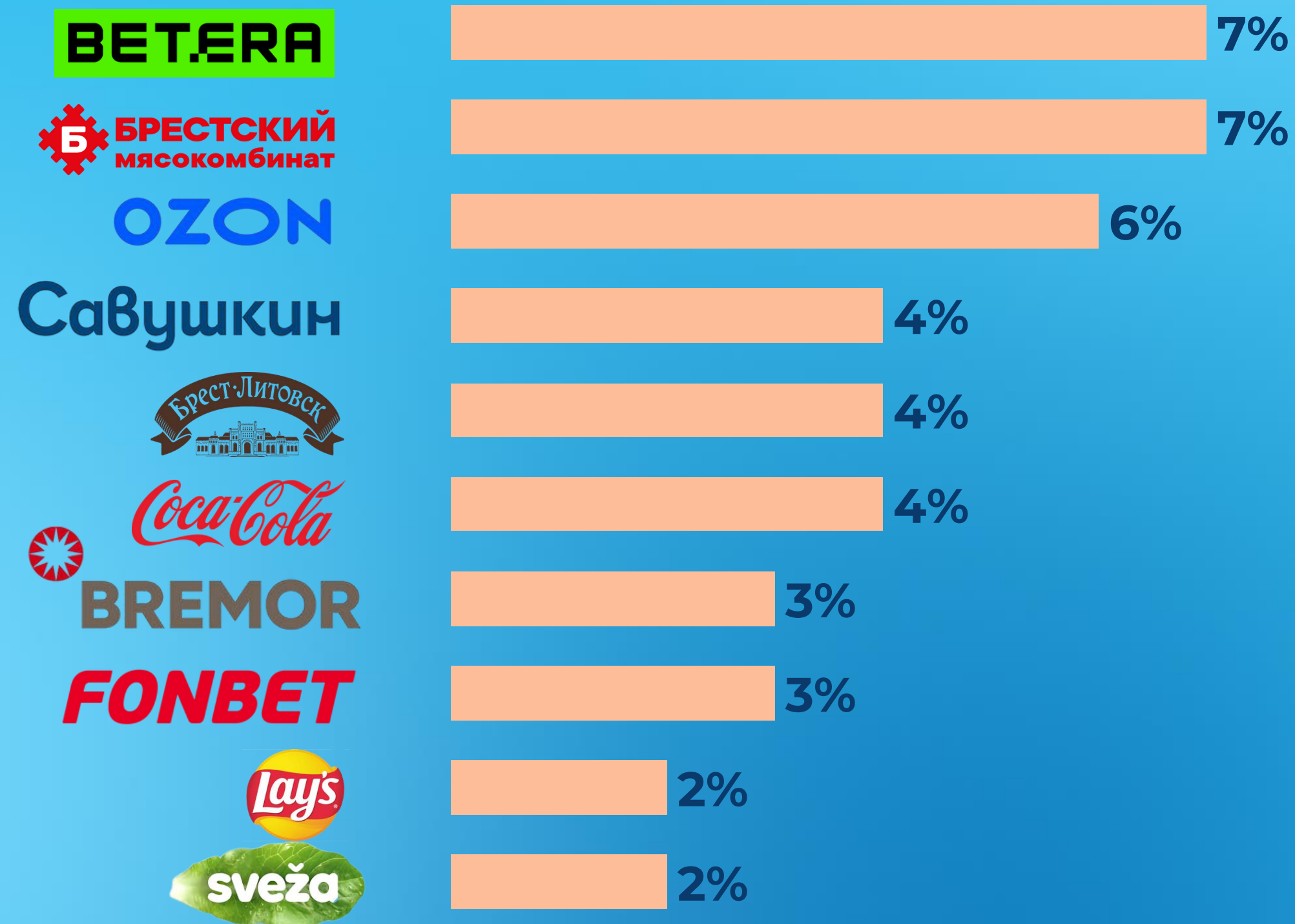
55-64 **21%**

# ТОП КАТЕГОРИЙ ПО УРОВНЮ ЗАПОМИНАЕМОСТИ РЕКЛАМЫ



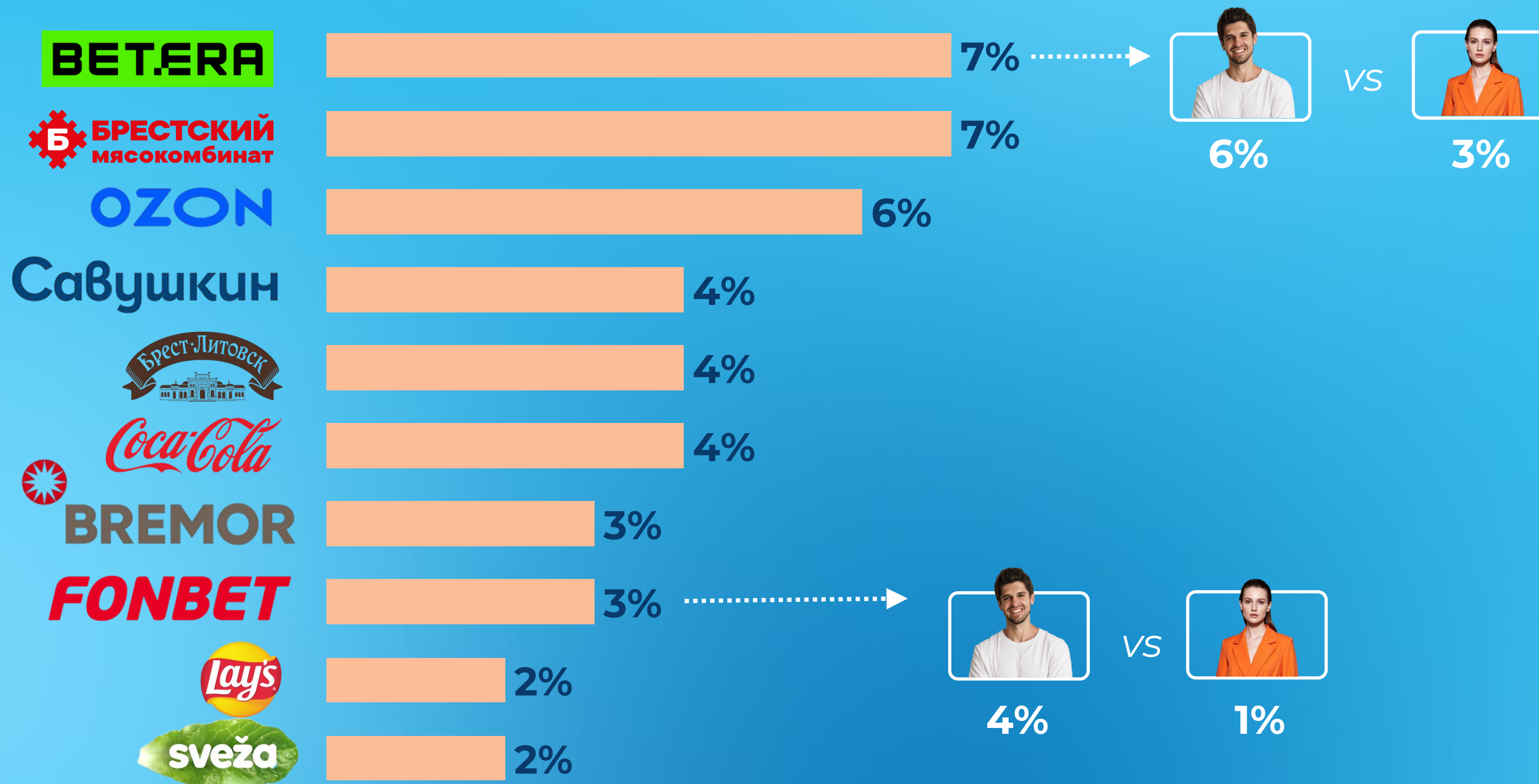
Вспомните, пожалуйста, рекламу белорусских брендов/марок, которую вы видели за последние 3 месяца. Какая из них запомнилась вам больше всего?

# ТОП-10 БРЕНДОВ ПО УРОВНЮ ЗАПОМИНАЕМОСТИ РЕКЛАМЫ

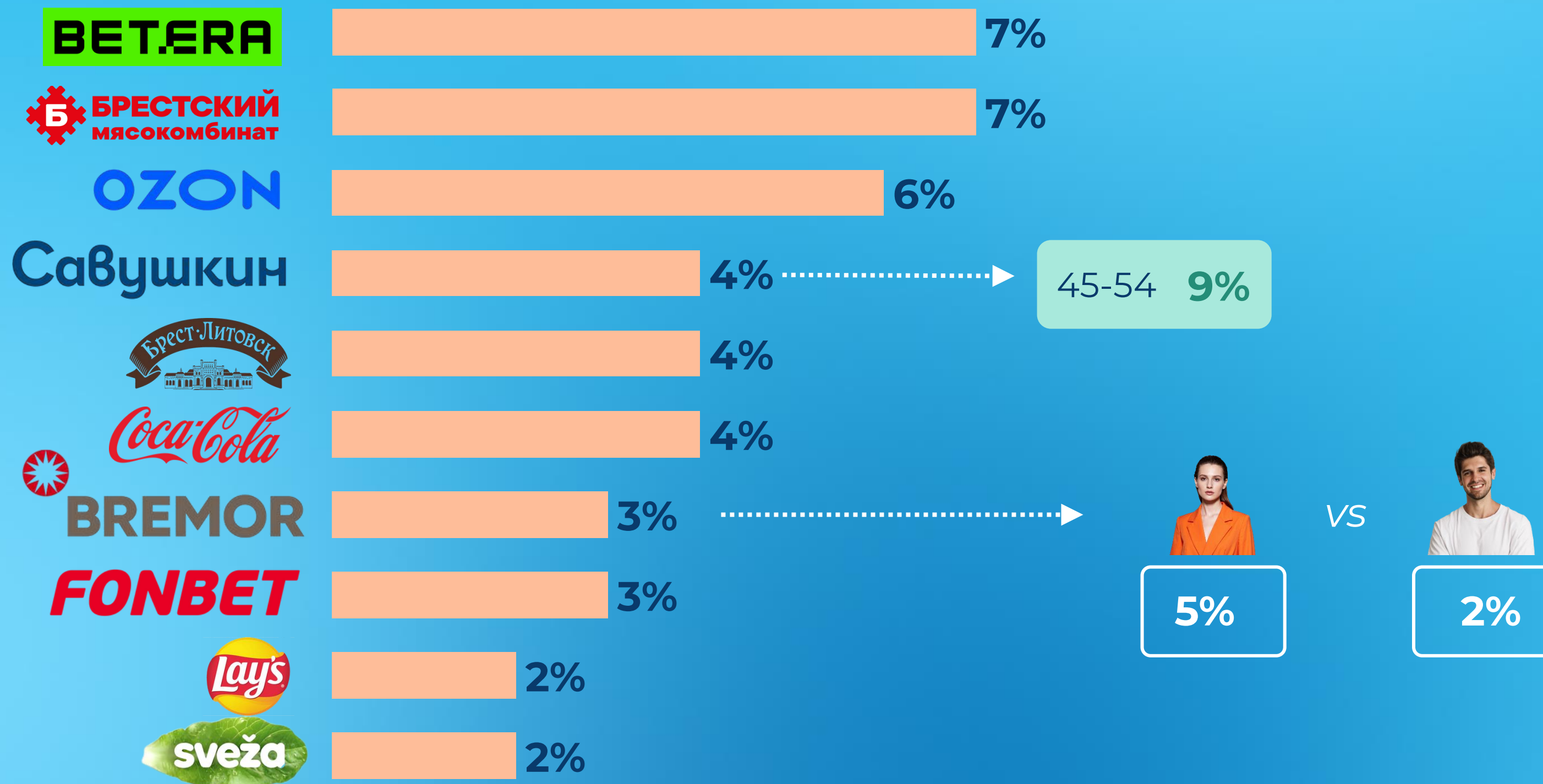


Вспомните, пожалуйста, рекламу белорусских брендов/марок, которую вы видели за последние 3 месяца. Какая из них запомнилась вам больше всего?

# ТОП-10 БРЕНДОВ ПО УРОВНЮ ЗАПОМИНАЕМОСТИ РЕКЛАМЫ



# ТОП-10 БРЕНДОВ ПО УРОВНЮ ЗАПОМИНАЕМОСТИ РЕКЛАМЫ





**Где именно  
вы видели рекламу  
этих брендов?**



MASMI

MAXME  
INSIGHT  
in association with MASMI

# КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ В РЕКЛАМЕ (ТОП-5)

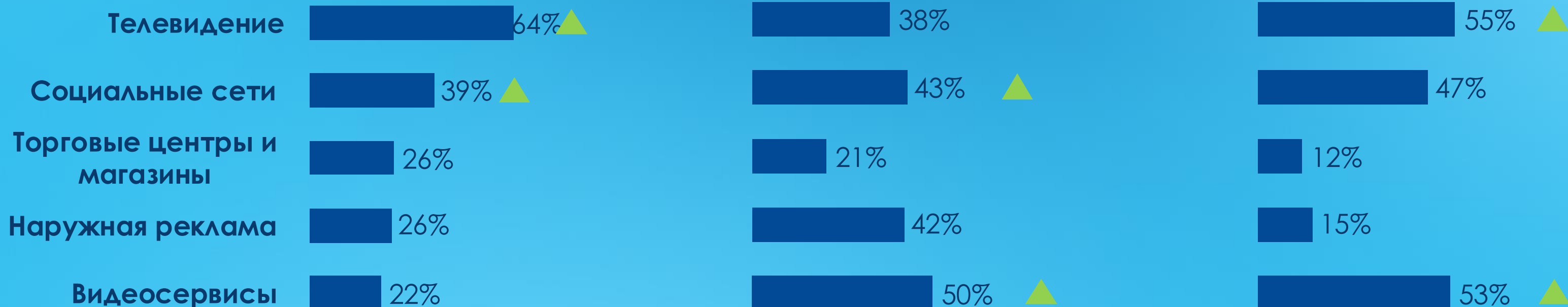
## Продукты питания



## Казино



## Маркетплейсы

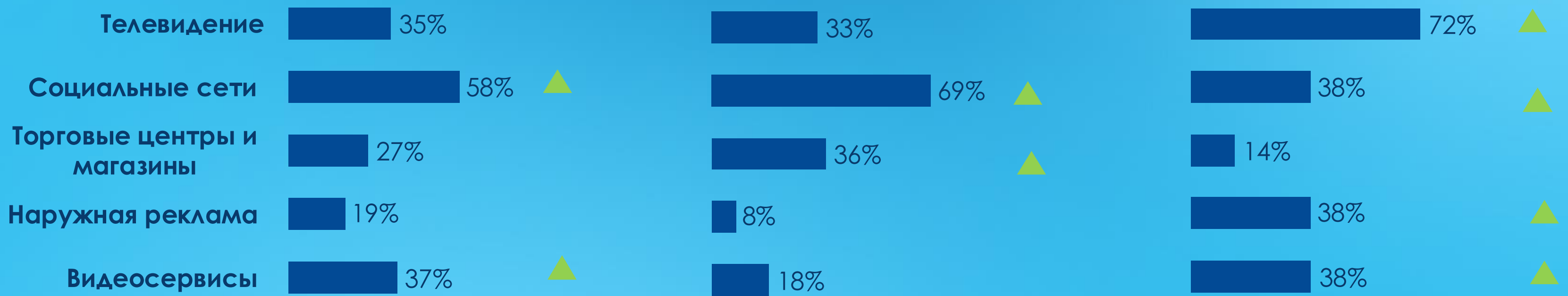


# КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ В РЕКЛАМЕ -2 (ТОП-5)

## Техника

## Бренды одежды

## Операторы связи



# ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕКЛАМНЫХ СООБЩЕНИЙ: ИЕРАРХИЯ ФАКТОРОВ

Понятная информация  
о выгоде и свойствах  
продукта



73%



1-2 место

Нестандартная,  
оригинальная идея /  
интересный сюжет



59%

Вызывает позитивные  
эмоции и вдохновение



26%

Красивая «картинка»  
и звук



25%

Юмор и остроумие



16%



Что для вас лично  
является самым важным,  
чтобы реклама вам  
понравилась и  
запомнилась?  
(пожалуйста, расставьте  
характеристики по  
местам)

# ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕКЛАМНЫХ СООБЩЕНИЙ: ИЕРАРХИЯ ФАКТОРОВ





# Как креативная реклама влияет на восприятие самого продукта?

# ВЛИЯНИЕ КРЕАТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ НА ВОСПРИЯТИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКТА

Креативность рекламы никак не связана с качеством продукта - это просто красивая "обертка".



Если реклама креативная и качественная, мне кажется, что и сам продукт более качественный.



Я вообще не обращаю внимания на креатив, мне важна только цена и характеристики.



Слишком креативная реклама вызывает у меня подозрение. Кажется, что бренд пытается скрыть недостатки продукта.



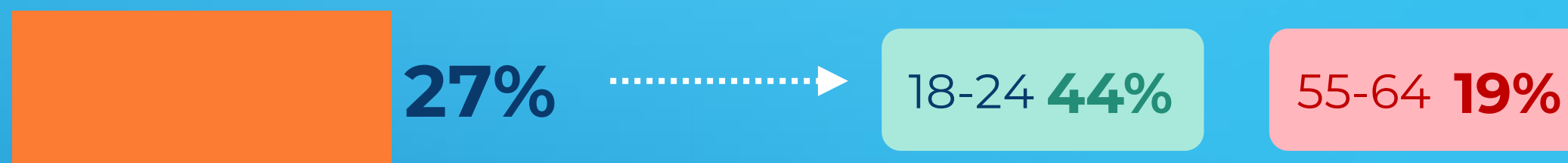
*Как, по вашему мнению, креативная реклама влияет на восприятие самого продукта? Выберите одно утверждение, которое ближе всего к вашему мнению.*

# ВЛИЯНИЕ КРЕАТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ НА ВОСПРИЯТИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКТА

Креативность рекламы никак не связана с качеством продукта - это просто красивая "обертка".



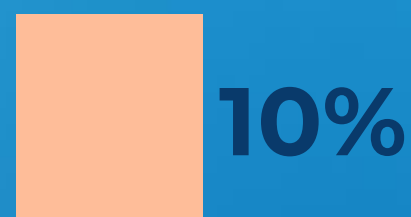
Если реклама креативная и качественная, мне кажется, что и сам продукт более качественный.



Я вообще не обращаю внимания на креатив, мне важна только цена и характеристики.



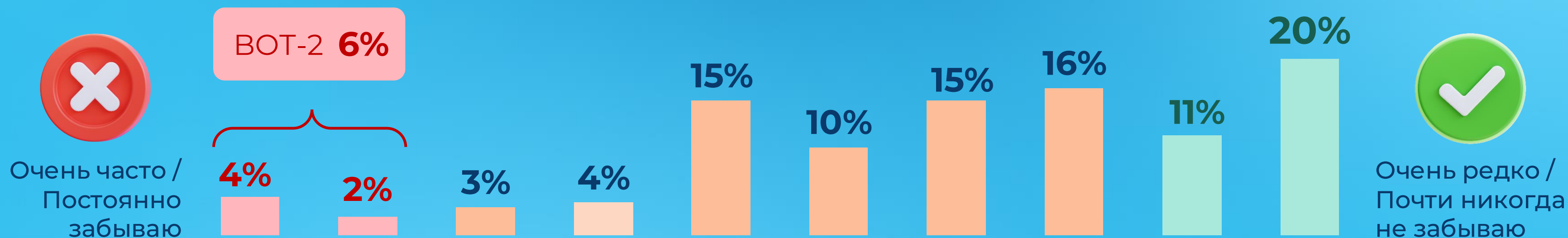
Слишком креативная реклама вызывает у меня подозрение. Кажется, что бренд пытается скрыть недостатки продукта.



# УРОВЕНЬ ЗАПОМИНАЕМОСТИ БРЕНДОВ В РЕКЛАМНЫХ СООБЩЕНИЯХ

СРЕДНЕЕ – **6,99%**

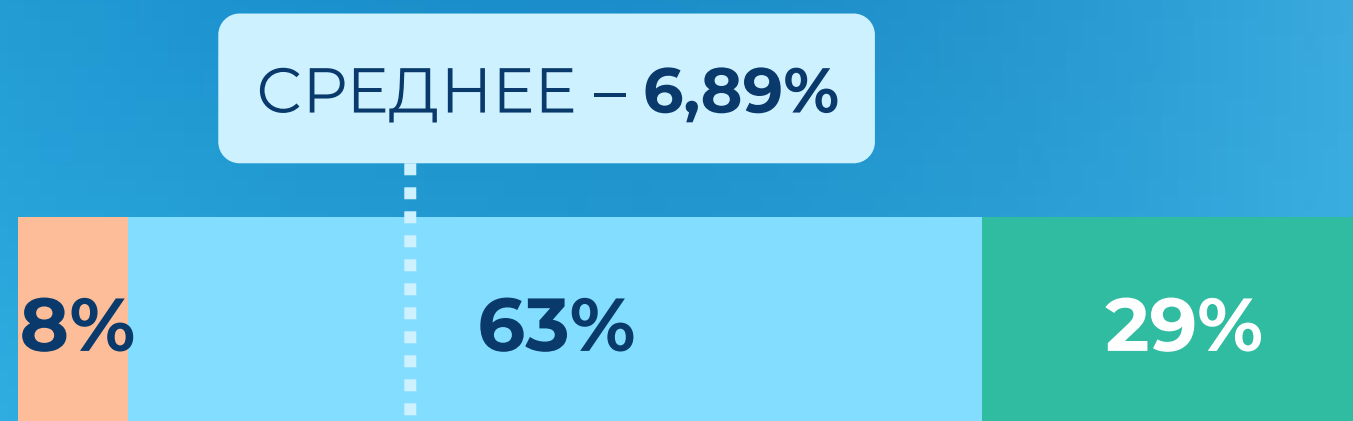
ТОП-2 **31%**



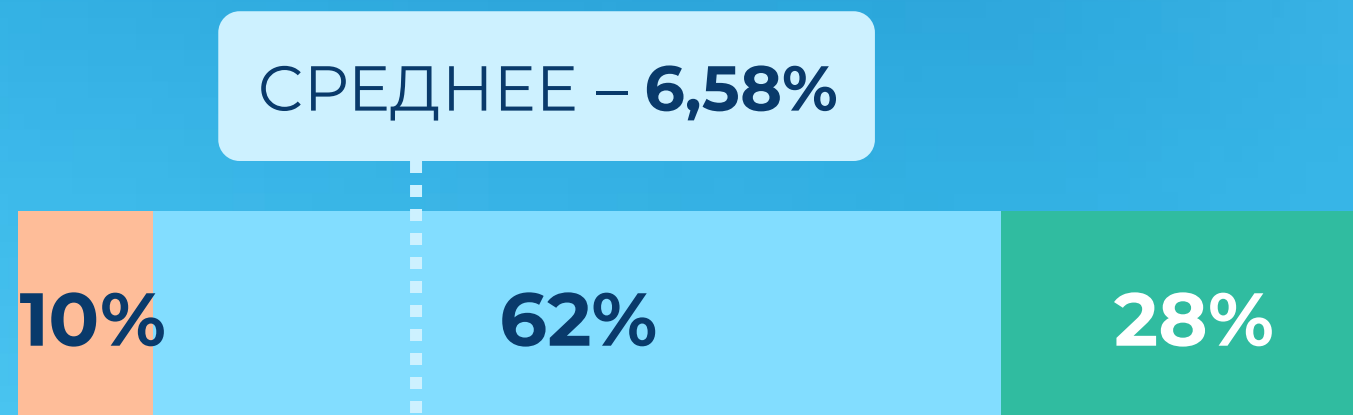
Бывает так, что сама реклама (сюжет, картинка, мелодия) запоминается хорошо, но совершенно вылетает из головы, какой бренд она рекламировала. Оцените, как часто это происходит с вами?

# ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМЫ НА ПРИНЯТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЕШЕНИЙ

Если реклама сделана креативно и мне нравится, я с большей вероятностью обращу внимание на этот товар/услугу



Для меня важно, чтобы я разделял(а) ценности бренда, транслируемые в рекламе



Я чаще совершаю покупку, если мне нравится сама реклама (ее идея, юмор или визуал)



Оцените, насколько вы согласны со следующими утверждениями о влиянии рекламы на ваши решения.

1 – Абсолютно не согласен,  
10 – Абсолютно согласен

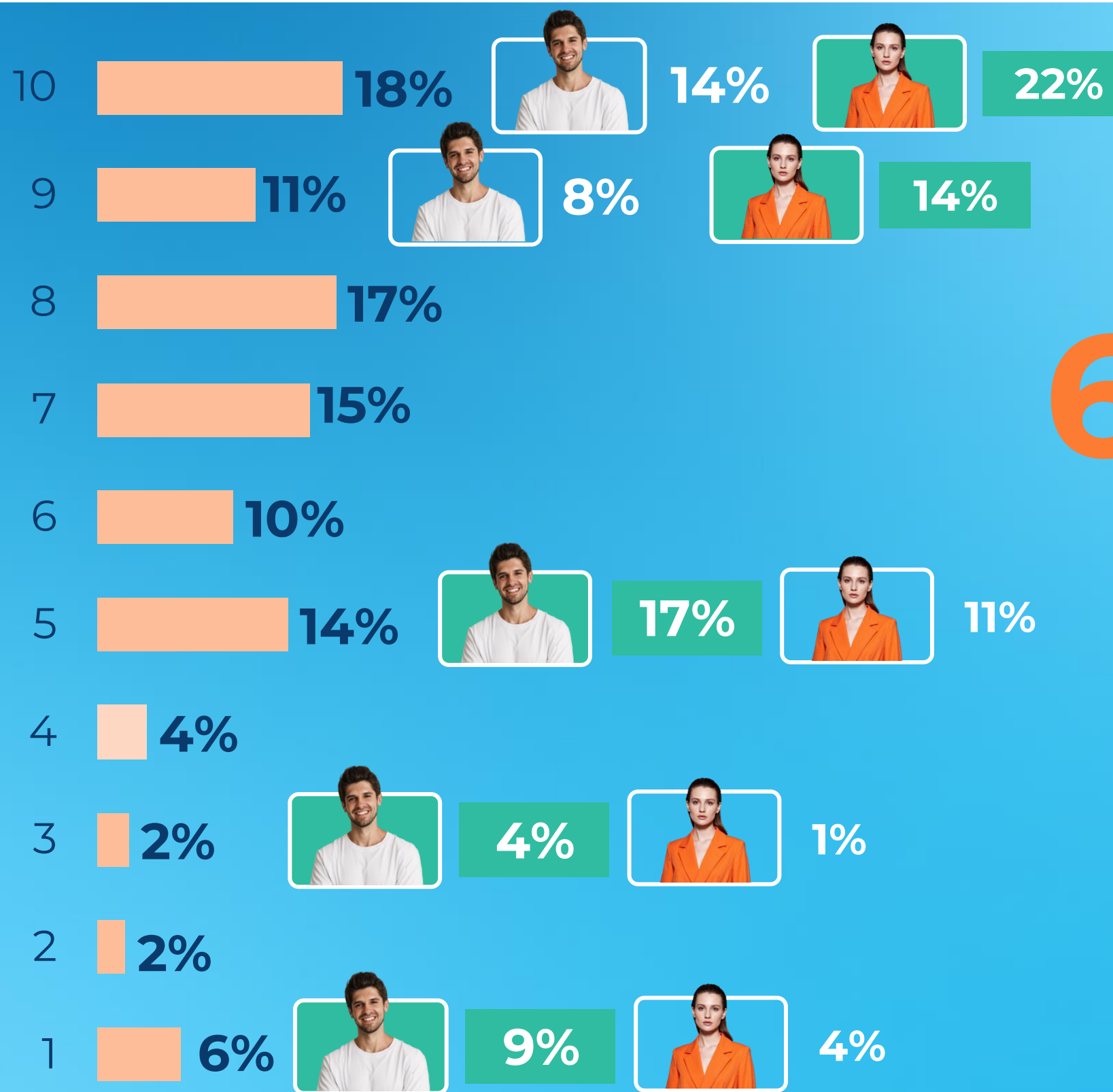
# ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМЫ НА ПРИНЯТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЕШЕНИЙ

Если реклама сделана креативно и мне нравится, я с большей вероятностью обращу внимание на этот товар/услугу.



Оцените, насколько вы согласны со следующими утверждениями о влиянии рекламы на ваши решения.

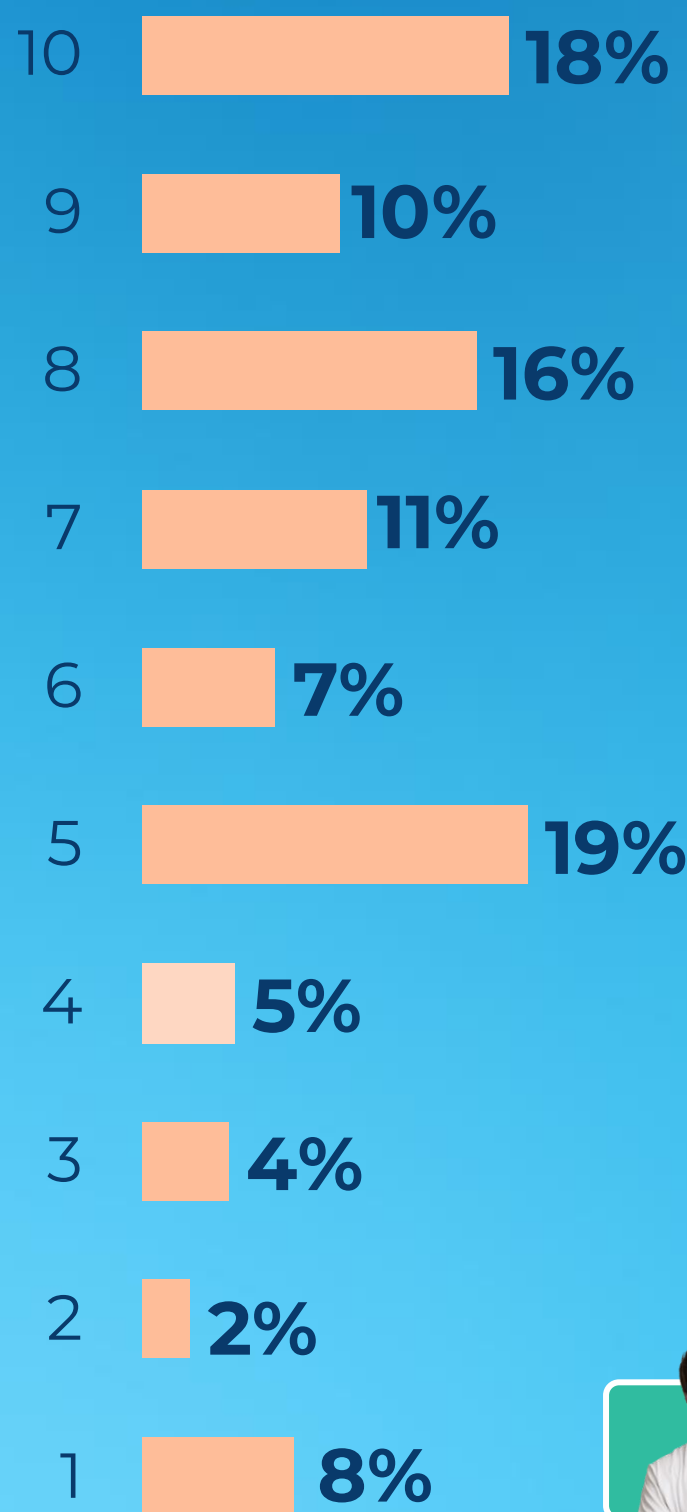
1 – Абсолютно не согласен  
10 – Абсолютно согласен



6,89

# ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМЫ НА ПРИНЯТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЕШЕНИЙ

Для меня важно, чтобы я разделял(а) ценности бренда, транслируемые в рекламе.



6,58

Оцените, насколько вы согласны со следующими утверждениями о влиянии рекламы на ваши решения.

1 – Абсолютно не согласен  
10 – Абсолютно согласен



10%



5%

# РЕЗЮМИРУЯ:

**MAXIME**  
INSIGHT  
In association with MASMI

## Каналы коммуникации

- ТВ
- Соц сети
- видеосервисы

## Факторы привлекательности

- Информация о выгодах
- Нестандартный сюжет

## Креативная реклама

- Готовы рассмотреть продукт
- Готовы купить

**27%**

креатив- = качество продукта





УЗНАВАЙТЕ  
С НАМИ БОЛЬШЕ!



 T.Lisitskaya@masmi.by

**MAXIME**  
INSIGHT  
in association with MASMI