

Мне не нравится

**МНЕ КАЖЕТСЯ**  
Мне не нравится

МНЕ КАЖЕТ  
МНЕ РАБОТАЕТСЯ  
ЭТО НЕ РАБОТАЕТСЯ

Great 

# Виктор Донюков

Совладелец агентства **Great**  
Сооснователь **Fair Lab**



ADC\*E



reddot

RED  
APPLE



# Все идеи

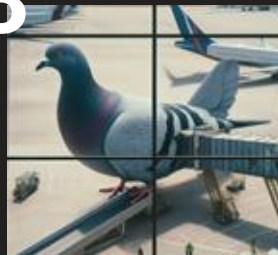
1



2



3



4





# Проклятье *субъективности*



**Нет стандартов**  
*оценки креатива*



Люди  
существа  
нелинейные





# Профессиональная деформация





# Почему выбирать идеи *ТАК СЛОЖНО?*



мир агентства vs мир бренда

# Результат = Компромис



Вы узнаете об ошибке  
только постфактум,  
когда уже поздно что-то менять



# Система *внутренних фильтров*



Взгляд со стороны агентства

→ Шаг 1: Начните с инсайта

# 13%

of companies take a risk-friendly approach to marketing communications

**Brands need a confidence boost**

# 51%

of brands rate their ability to develop high-quality insights as 'poor' or 'very poor'

**Weak insight development is limiting bold creativity**

# 57%

of brands rate their cultural moments as 'poor' or 'very poor'

**Cultural lag is holding brands back**



статистика:

*«33% женщин в  
мегаполисах  
страдают от стресса»*

инсайт:

*«Мне так надоело быть  
сильной, что я даже не  
успела заметить, как стала  
злой»*



## Взгляд со стороны агентства

- Шаг 1: Начните с инсайта
- Шаг 2: Стратегические фильтры
  - релевантность бренду
  - решение задачи
  - масштабируемость
  - реализуемость
  - эмоциональная сила



Что мы хотим,  
*чтобы люди*  
*почувствовали?*



## Взгляд со стороны агентства

- Шаг 1: Начните с инсайта
- Шаг 2: Стратегические фильтры
  - релевантность бренду
  - решение задачи
  - масштабируемость
  - реализуемость
  - эмоциональная сила



## Взгляд со стороны агентства

- Шаг 1: Начните с инсайта
- Шаг 2: Стратегические фильтры
  - релевантность бренду
  - решение задачи
  - масштабируемость
  - реализуемость
  - эмоциональная сила
- Шаг 3: Аргументированная защита



Пример

Во ВкусВилле есть огромное количество сортов мороженого. Реально больше 130 видов! Именно про это нам нужно было рассказать в рекламной кампании.





И мы поняли, что для каждого мороженое – это ритуал, это свой собственный рецепт, состоящий из вкусов, эмоций, любимых мест. То есть про каждый стаканчик, рожок или брикет можно сказать – это не мороженое, **это моёженое!**

НАЙДИ СВОЁ  
МОЁЖЕНОЕ



0+

BB



STEREOMATIC  
Production: 1 3 1  
Director: DENIS STAMBO  
Cinematographer: NIKITA GOLTA  
Date: 14.05.13  
Time: 12:00  
Phone: 800 100 5600  
Fax: 25 100 800



**БАБЛ-ГАМ.  
ЛОНГБОРД.  
СВОБОДА.**

Найди своё **моё**женое  
**ВКУСВИЛЛ**

© 2019 «Вкусвилл». Все права защищены. Вкусвилл — это всегда вкусно и полезно. Вкусвилл — это всегда вкусно и полезно. Вкусвилл — это всегда вкусно и полезно.

**ВКУСВИЛЛ**

**ПАРК.  
СМОРОДИНА.  
РОЖОК.**

Найди своё **моё**женое

© 2019 «Вкусвилл». Все права защищены. Вкусвилл — это всегда вкусно и полезно. Вкусвилл — это всегда вкусно и полезно. Вкусвилл — это всегда вкусно и полезно.



ЛАЙК.  
КЛУБНИКА.  
БАЗИЛИК.

Найди своё **МОЕЖЕНОЕ**  
ВКУСВИЛЛ

© Вкусвилл. Все права защищены. Вкусвилл - это не просто магазин, это место, где можно найти всё, что нужно для счастья. Вкусвилл - это не просто магазин, это место, где можно найти всё, что нужно для счастья.



ТЫКВА.  
ЙОГА.  
ПРОТЕИН.

Найди своё **МОЕЖЕНОЕ**  
ВКУСВИЛЛ

© Вкусвилл. Все права защищены. Вкусвилл - это не просто магазин, это место, где можно найти всё, что нужно для счастья. Вкусвилл - это не просто магазин, это место, где можно найти всё, что нужно для счастья.



ВКУСВИЛЛ



МАНГО.  
ЧУВСТВА.  
ПОЦЕЛУЙ.

Найди своё **МОЕЖЕНОЕ**

© Вкусвилл. Все права защищены. Вкусвилл - это не просто магазин, это место, где можно найти всё, что нужно для счастья. Вкусвилл - это не просто магазин, это место, где можно найти всё, что нужно для счастья.

ВЕЛИК.  
ДРУЖБА.  
ЭСКИМО.

Найди своё **МОЕЖЕНОЕ**  
ВКУСВИЛЛ

© Вкусвилл. Все права защищены. Вкусвилл - это не просто магазин, это место, где можно найти всё, что нужно для счастья. Вкусвилл - это не просто магазин, это место, где можно найти всё, что нужно для счастья.



ЛЕТО.  
СОЛНЦЕ.  
КАРАМЕЛЬ.

Найди своё **МОЕЖЕНОЕ**  
ВКУСВИЛЛ

© Вкусвилл. Все права защищены. Вкусвилл - это не просто магазин, это место, где можно найти всё, что нужно для счастья. Вкусвилл - это не просто магазин, это место, где можно найти всё, что нужно для счастья.



ТИШИНА.  
РЕЛАКС.  
МАЛИНА.

Найди своё **МОЕЖЕНОЕ**  
ВКУСВИЛЛ

© Вкусвилл. Все права защищены. Вкусвилл - это не просто магазин, это место, где можно найти всё, что нужно для счастья. Вкусвилл - это не просто магазин, это место, где можно найти всё, что нужно для счастья.





ПОРК.  
СМОРАДИНА.  
РАЙЖОК.  
Безопасная доставка



**ВКУСВИЛЛ**  
Найди своё *моё* женое

**БАБЛ-ГАМ.  
ЛОНГБОРД.  
СВОБОДА.**  
более 10 натуральных  
вкусов жеженого



# РЕЗУЛЬТАТЫ

**3,1**  
**МЛН** штук  
мороженого  
продано  
дополнительно  
благодаря РК

**НА 349**  
**МЛН РУБ** увеличилась  
выручка  
от продаж  
мороженого

**367**  
**ТЫС.** клиентов  
впервые  
купили  
мороженое  
ВкусВилл

**43**  
**ТЫС.** новых  
клиентов  
привлекли  
в сеть  
ВкусВилл

**1,04**  
**РОМІ**

Идея создала язык, на котором люди стали говорить о мороженом!



Как бренду оценивать идеи?

- ✓ Соответствие брифу
- ✓ Понятность для аудитории
- ✓ Дифференциация
- ✓ Соответствие бренд-платформе
- ✓ Потенциал вирусности



Никого не интересует  
ещё один крутой продукт

*но может заинтересовать то, каким крутым  
можно стать благодаря ему*



## Как бренду оценивать идеи

- ✓ Соответствие брифу
- ✓ Понятность для аудитории
- ✓ Дифференциация
- ✓ Соответствие бренд-платформе
- ✓ Потенциал вирусности

# Синтетические данные

*новая нефть маркетинга*

[Nielsen - Confronting the duality of synthetic respondents in market research](#)

NIQ

## Can synthetic respondents deliver accurate and "human-like" survey feedback?

It's an exciting time to be in the product innovation space, witnessing the capabilities (GenAI) models improve and demonstrate their utility for empowering human creativity seeing how refined prompts paired with high quality market research can help innovate more effectively. But that's just the beginning of their ability to accelerate your product cycles. The next phase? Quickly validating and optimizing the new ideas you've generated. It's not as far-fetched (or ominous) as it sounds, but most GenAI users don't have the detailed data that NIQ can exclusively provide. Our vision is to do more with less, through the re-packaging of GPT with our proprietary data.

## The Future of Insights Is Here

At Ipsos, we're harnessing the power of synthetic data to revolutionise how research is conducted, analysed, and delivered. Simply put, synthetic data is artificially generated information that mirrors real-world data patterns seen in data collection without using actual participant responses - creating new possibilities for deeper, faster, and more comprehensive insights.

In today's rapidly evolving data landscape, organisations face increasing challenges with data accessibility, privacy regulations, and the need for more agile research methodologies. Synthetic data provides a powerful solution to these challenges by enabling research that was previously impossible, prohibitively expensive, or time-consuming. By leveraging advanced AI algorithms, we can now generate data that is faithful to the original dataset from every measurable perspective and maintains the statistical properties and relationships of original datasets while creating new opportunities for innovation.



## 3 Synthetic data, augmented audiences

Augmenting audiences with AI will deepen marketers' understanding so they can strategise more effectively. Use of synthetic data requires a balance of speed, scale, and accuracy. However, algorithms vary significantly depending on the dataset and the scenario. Our own synthetic data boosting delivers 94-95% accuracy versus the ground truth.

As technologies like digital twins (digital versions of real products or people) evolve, expect clearer guardrails and use cases, and the rapid integration of text, voice, image and VR. Generative AI will enhance how we create and use insights.

Is the industry ready for this? Not fully. Responsible data, rigorous testing, new skills, and the technology and infrastructure to scale are musts.

**Marketers are moving beyond synthetic hype to practical execution in 2026; brands will need to develop internal capabilities, make informed trade-offs and work with trusted data partners to get ahead.**

Synthetic data can deliver **94-95%** accuracy versus the ground truth

Source: Kantar Synthetic data research 2025

[Kantar - Marketing Trends 2026](#)

[Ipsos - "Transforming Research Through Synthetic Data"](#)



# fair•lab

онлайн платформа, которая помогает  
быстро проверить креативные идеи на  
смоделированной целевой аудитории  
— AI персонах



## AI персона

Это искусственный профиль человека, который генерируется с помощью больших языковых моделей на основе данных о поведении, демографии и психотипах.

Они воспроизводят реакцию и аргументацию, характерные для живых людей.



## Что можно тестировать

- Коммуникация  
(ролики, визуалы, слоганы, концепции)
- Позиционирование и офферы
- Инсайты (реакция на открытые вопросы)

## Как проходит оценка

Форматы вопросов:

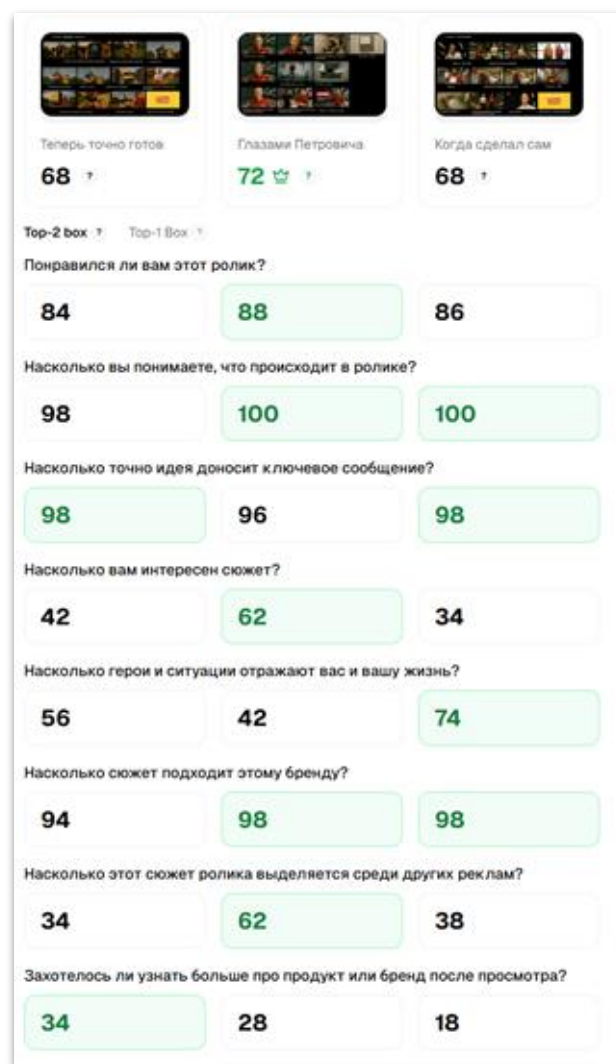
Шкальные (1–5)

Открытые  
(аргументация)

Сравнение (выбор  
между вариантами)

# Что пользователь получает на выходе

- Какая идея лидирует
- Количественные оценки
- Развернутые комментарии
- Сравнение идей между собой



Ну, если честно, это просто обычная реклама из разряда "Кто болеет, тот страдает, жена мучается за всех". Смешно немного — температура 37,5, сразу вся семья в ауте. Это слишком банально.



Дина Маслова  
30 лет, МО

Почему, если мама – то уставшая, а если папа – то с легкой простудой, но при этом изображающий из себя тяжело больного? Это вроде похоже на правду, но уже сильно избито. Хочется чего-то свежего, но столь же узнаваемого.

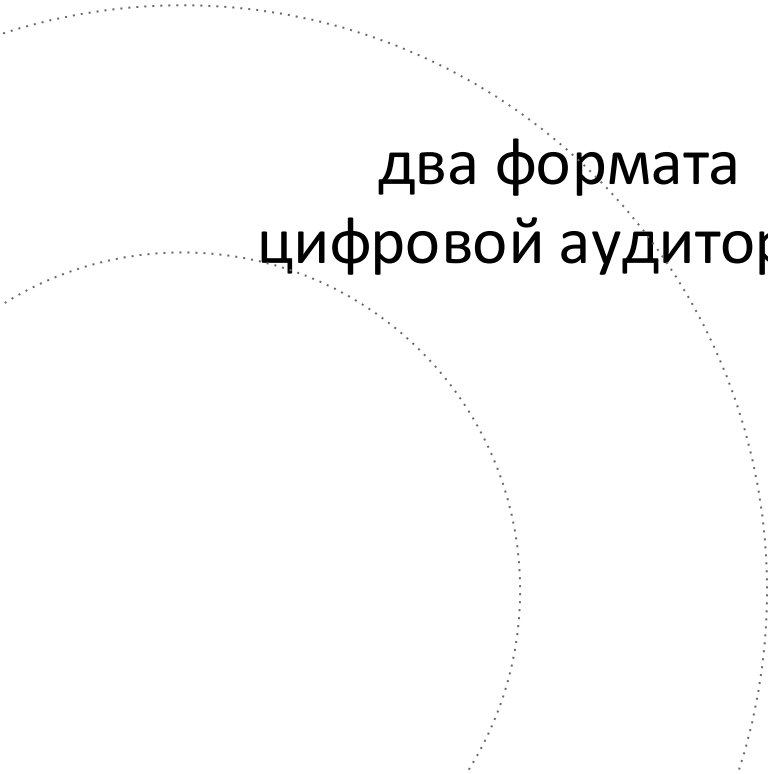


Анастасия Стецина  
35 лет, СПб

Ролик про заботу и силу. Но постоянное переключение между этими образами пугает: сильный без сил, заботливой важна забота – это про людей. Но тут же препарат, который даёт сил заботливой, а заботы сильному. И только в конце выясняется, что забота и сила – это метафора действия препарата, которые я не запомнила.



Ольга Корнилова  
36 лет, СПб



## два формата цифровой аудитории

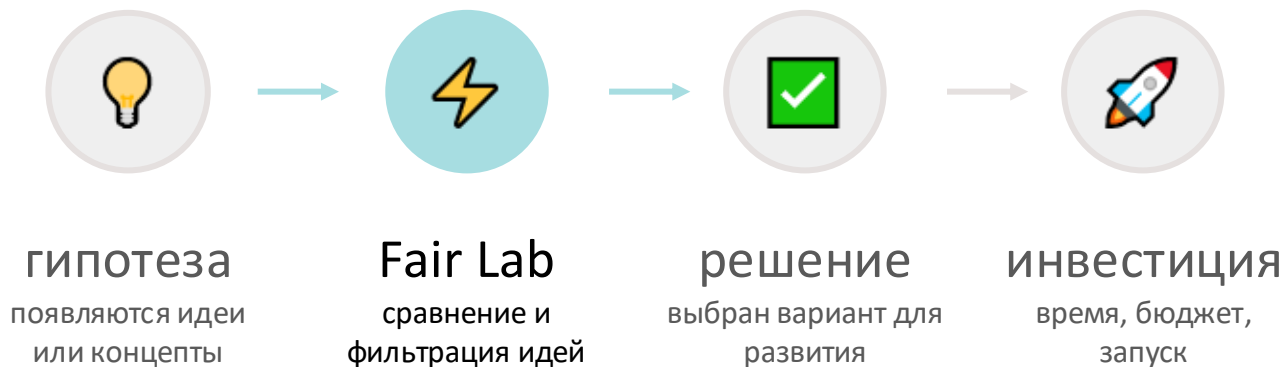
БАЗОВАЯ  
создается пользователем по  
параметрам

КАСТОМНАЯ  
формируется на основе данных  
клиента

## Когда это работает лучше всего

- **Несколько идей** — нужно выбрать одну  
Сравните варианты на цифровой аудитории до того, как вложите бюджет в разработку
- **Концепция готова** — нужно проверить до запуска  
Получите реакцию сегмента от 15 минут, внесите необходимые корректировки
- **Нет времени на полноценный ресерч**  
Быстрый сигнал по гипотезе — без рекрутинга, модераторов и недель ожидания

## Где это в вашем процессе



Бесплатный тест >>

промокод **MINSK**



[www.fairlab.tech](http://www.fairlab.tech)



[<< t.me/fairlab](https://t.me/fairlab)



Формула

*осознанного выбора идеи*



фундамент	Сильный инсайт
каркас	Стратегические фильтры
проверка реальностью	Тест на аудитории
финальный критерий	Бизнес-результат



Смелые идеи гибнут  
*потому, что их не смогли  
аргументированно защитить*



@BRIEFBASS

СПАСИБО