

# ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ ВНЕ ПРАВИЛ: КАК КОЛЛАБОРАЦИИ, ТЕХНОЛОГИИ И КРЕАТИВ СОЗДАЮТ НОВЫЕ ЭКОСИСТЕМЫ.

Про смелость, риск и выход за рамки классических стратегий



# КОНЕЦ ЭПОХИ «ОДИНОКОГО БРЕНДА»: КОЛЛАБОРАЦИИ КАК НОВАЯ НОРМА

БРЕНДЫ, КОТОРЫЕ  
ПРОДОЛЖАЮТ ГОВОРИТЬ  
ТОЛЬКО О СЕБЕ, ТЕРЯЮТ  
ВНИМАНИЕ.

- Коллаборация = перенос доверия и ценностей между брендами
- Совместные проекты быстрее попадают в ожидания ЦА, чем одиночные кампании
- В эпоху переизбытка информации релевантность стала ключевым фактором успеха, позволяющим брендам выделиться из общего шума
- Экосистема начинается с партнёрства, а не с продукта



PARLEY

# КОЛЛАБОРАЦИЯ КАК МАНИФЕСТ

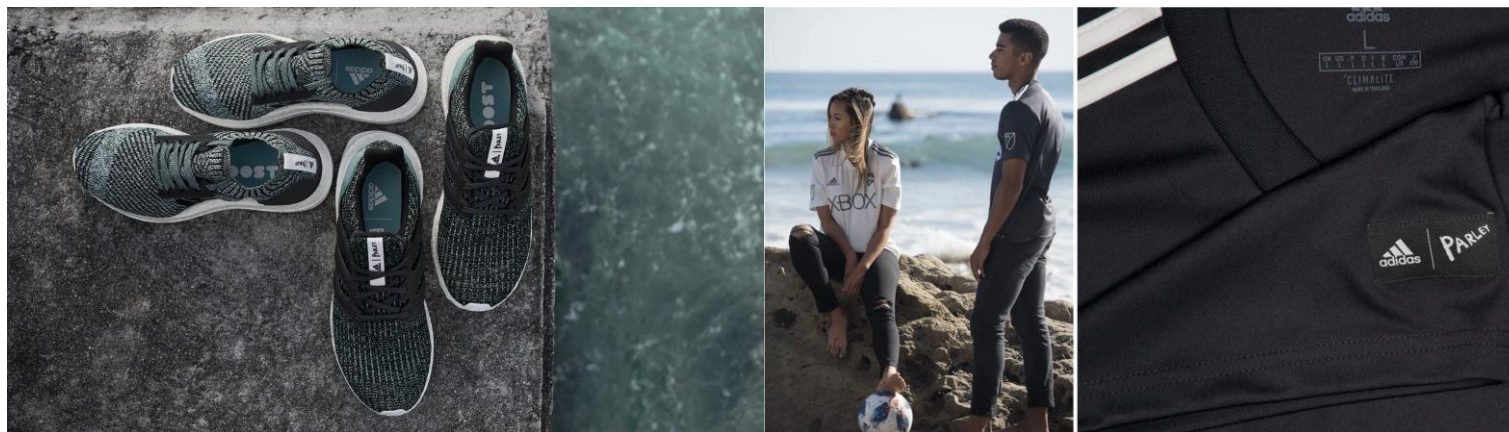




PARLEY

## КОЛЛАБОРАЦИЯ КАК МАНИФЕСТ

НЕ ПРОСТО ПРОДУКТ, А ОБЪЕДИНЕНИЕ БРЕНДА, ЭКОЛОГИИ И СООБЩЕСТВА. ADIDAS ПОЛУЧИЛ НОВЫЙ СМЫСЛ И АУДИТОРИЮ, PARLEY — МАСШТАБ И ВЛИЯНИЕ. СОВМЕСТНЫЙ ПРОЕКТ СТАЛ ЧАСТЬЮ ДНК БРЕНДА, А НЕ РАЗОВОЙ АКЦИЕЙ.





## «МУЗЫКАЛЬНАЯ ЭКОСИСТЕМА»

ДАННОЕ ПАРТНЕРСТВО ПОКАЗАЛО, ЧТО КОЛЛАБАРАЦИЯ МОЖЕТ ОБЪЕДИНИТЬ ФИЗИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ (КОФЕ) И ЦИФРОВОЙ КОНТЕНТ (МУЗЫКА), СОЗДАВАЯ БЕСШОВНЫЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ И УВЕЛИЧИВАЯ БАЗУ ЛОЯЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ДЛЯ ОБЕИХ КОМПАНИЙ.

- Starbucks интегрировал Spotify в свое мобильное приложение
- Плейлисты от бариста
- Интеграция для сотрудников
- Бонусы Starbucks при подписке на Spotify Premium



**crocs**<sup>™</sup>

**LEGO**

ТОЛЬКО ДЛЯ  
ФАНАТОВ?

КОМПАНИЯ CROCS ОБЪЯВИЛА О ДОЛГОСРОЧНОМ ПАРТНЕРСТВЕ С LEGO — ПЕРВЫМ ПРОДУКТОМ СОТРУДНИЧЕСТВА СТАЛИ КРОКСЫ, СТИЛИЗОВАННЫЕ ПОД ФИРМЕННЫЕ КИРПИЧИКИ КОНСТРУКТОРА. НОВИНКА УЖЕ ДОСТУПНА ЗА 150\$, А СЛЕДУЮЩИЙ РЕЛИЗ НАМЕЧЕН НА ВЕСНУ.



PRODUCTION  
**MDCRW** | OP!  
WE ARE READY TO CREATE!

ДНИ МАРКЕТИНГА, РЕКЛАМЫ И БРЕНДИНГА

**КОЛЛАБОРАЦИИ СТАНОВЯТСЯ НЕ  
ТАКТИЧЕСКИМ ПРИЁМОМ, А  
СТРАТЕГИЧЕСКИМ ИНСТРУМЕНТОМ  
РОСТА И ФОРМИРОВАНИЯ  
ЭКОСИСТЕМЫ.**

# КОЛЛАБОРАЦИИ И ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТЫ ВЗЛОМА РЫНКА

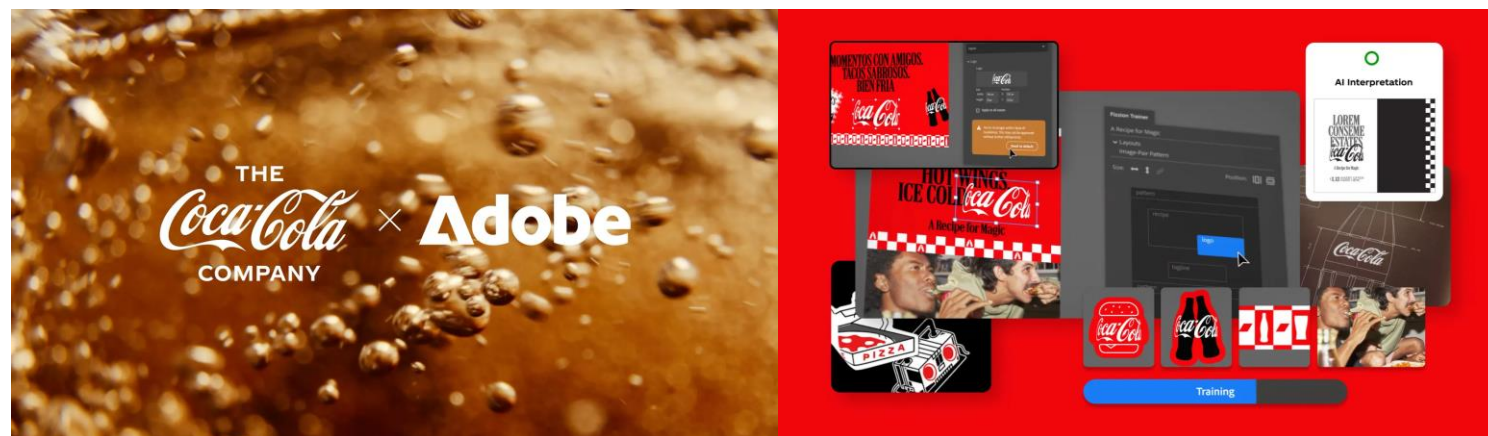
Coca-Cola

Adobe

AI ВМЕСТЕ С  
ДИЗАЙНЕРАМИ

## СОСА-COLA В СОТРУДНИЧЕСТВЕ С ADOBE РАБОТАЕТ НАД НОВОЙ ПЛАТФОРМОЙ ДЛЯ ДИЗАЙНА "FIZZION"

Fizzion — ориентированная на дизайн система, в которой элементы бренда становятся „умными“. Логотипы, шрифты, изображения — бренд-гайды живут внутри этих объектов и „понимают“, как им следует вести себя, адаптироваться и масштабироваться в любых условиях.





Travis  
Scott

КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН, А  
НЕ ПРОСТО  
ЛИМИТИРОВАННОЕ МЕНЮ





Travis  
Scott

КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН, А  
НЕ ПРОСТО  
ЛИМИТИРОВАННОЕ МЕНЮ

2020 – ПЕРВЫЙ СЛУЧАЙ ЗА ПОЧТИ 30 ЛЕТ (с 1992),  
КОГДА СЕТЬ НАЗВАЛА БЛЮДО В ЧЕСТЬ  
ЗНАМЕНИТОСТИ.

- Именной набор The Travis Scott Meal (\$6).
- Эксклюзивный мерч: Под брендом Cactus Jack – более чем 80 предметов.
- McDonald's увеличил продажи в США на 4.6% в третьем квартале 2020 года, прервав падение, вызванное пандемией.
- Трэвис Скотт заработал около \$20 млн: \$5 млн за само партнерство и \$15 млн от продаж мерча.



ПОБЕЖДАЮТ ТЕ, КТО  
СТАНОВИТСЯ ЧАСТЬЮ  
ЖИЗНИ АУДИТОРИИ И  
СОЗДАЁТ СОВМЕСТНУЮ  
ЦЕННОСТЬ.

- Технологии сокращают путь от идеи к результату
- Неожиданные партнёры дают доступ к новым возможностям и новой аудитории
- Бренды перестают быть закрытыми

# КРЕАТИВ ДОЛЖЕН ПЕРЕСТАТЬ БЫТЬ РАЗОВЫМ ВЫСКАЗЫВАНИЕМ

ПРО СМЕЛОСТЬ, РИСК И ВЫХОД ЗА РАМКИ

**BBC**



МАСТЕРСТВО РОЖДАЕТ  
ЭМОЦИИ



**[MDCRW]** | **OP!**  
PRODUCTION  
WE ARE READY TO CREATE!



150  
ЛІДСКАЕ

ВОПРЕКИ АІ.  
РАДИ ПРОДУКТА С ДУШОЙ



ПРАЗМЕРНАЕ УЖЫВАННЕ ПІВАШКОДЗІЦЬ ЗДОРОВ'Ю



150  
ЛІДСКАЕ

150  
ЛІДСКАЕ



**ОТКАЗ ОТ AI СТАНОВИТСЯ ТРЕНДОМ.  
БРЕНДЫ ИСПОЛЬЗУЮТ ЭТОТ ШАГ, ЧТОБЫ  
ПОДЧЕРКНУТЬ АУТЕНТИЧНОСТЬ, ДОВЕРИЕ И  
«ЧЕЛОВЕЧНОСТЬ» СВОЕГО ПРОДУКТА.**

# ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ — ЭТО НЕ ПРО НОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ, А ПРО НОВОЕ МЫШЛЕНИЕ.

- БРЕНДЫ ПЕРЕСТАЮТ БЫТЬ ЗАКРЫТЫМИ
- КРЕАТИВ РАБОТАЕТ КАК СИСТЕМА
- ТЕХНОЛОГИИ ДОЛЖНЫ УСИЛИВАТЬ ЭМОЦИИ, А НЕ ЗАМЕНЯТЬ ИХ.



## ПАВЕЛ ЧЕРНЕНКОВ

CEO MEDIACREW PRODUCTION

CEO ORIGINAL PEOPLE



@PavelChernenkov



pch@mediacrew.by

