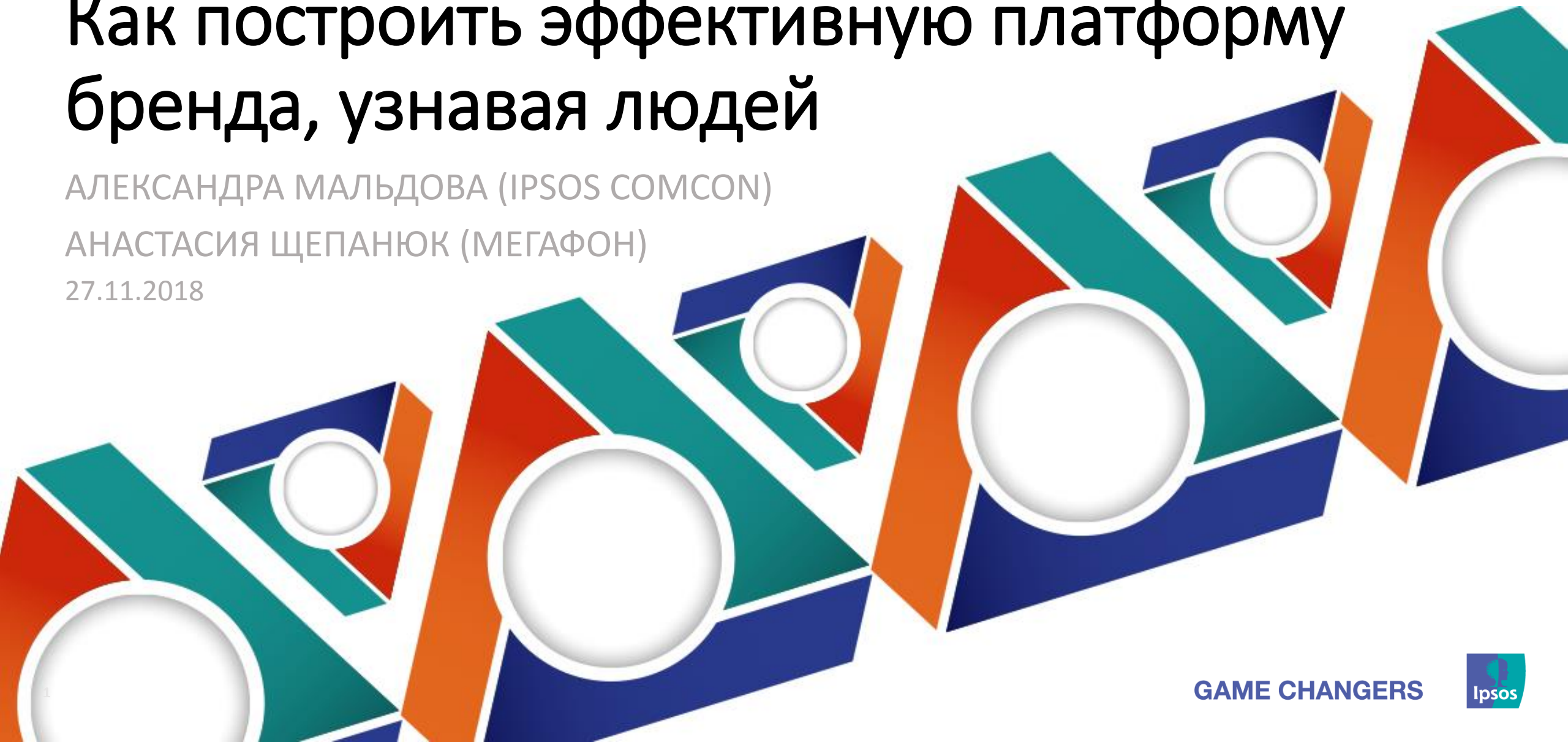


Как построить эффективную платформу бренда, узнавая людей

АЛЕКСАНДРА МАЛЬДОВА (IPSOS COMCON)

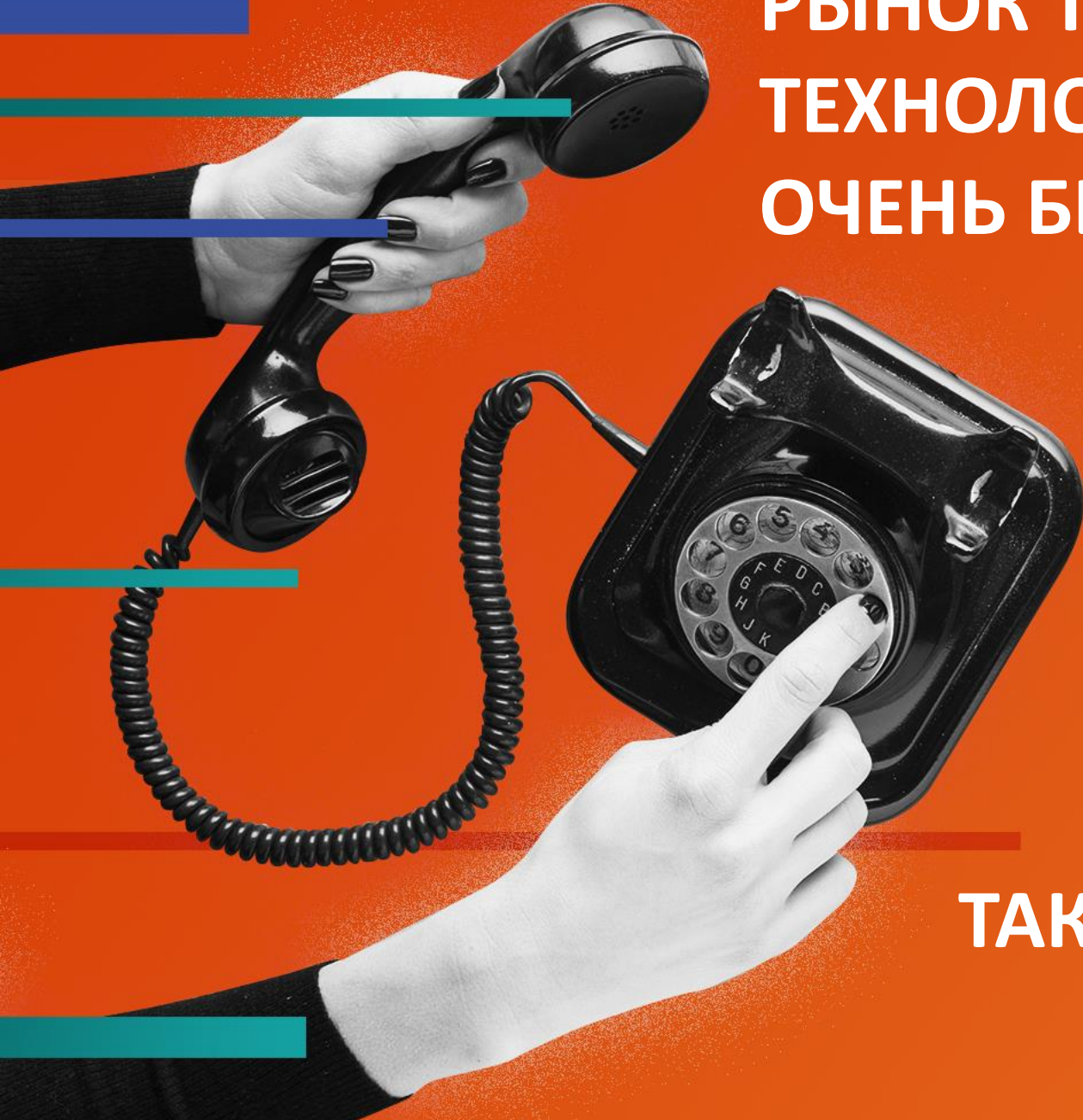
АНАСТАСИЯ ЩЕПАНЮК (МЕГАФОН)

27.11.2018



**КАК
ПОСТРОИТЬ
ЭФФЕКТИВНУЮ
ПЛАТФОРМУ
БРЕНДА,
УЗНАВАЯ
ЛЮДЕЙ** ●●●

РЫНОК ТЕЛЕКОМА И ТЕХНОЛОГИЙ МЕНЯЕТСЯ ОЧЕНЬ БЫСТРО



ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ
И БРЕНД-ПЛАТФОРМА
ТАКЖЕ ТРЕБУЮТ ИЗМЕНЕНИЙ



2016

В 2016 ГОДУ РЫНОК НЕ ВЫРОС



Проникновения сотовой связи 180%



Новые подключения не дают выручки



Растет Мобильный интернет, не растет «голос»



Снижение цен, пакетные тарифы,
безлимиты не меняют доли рынка

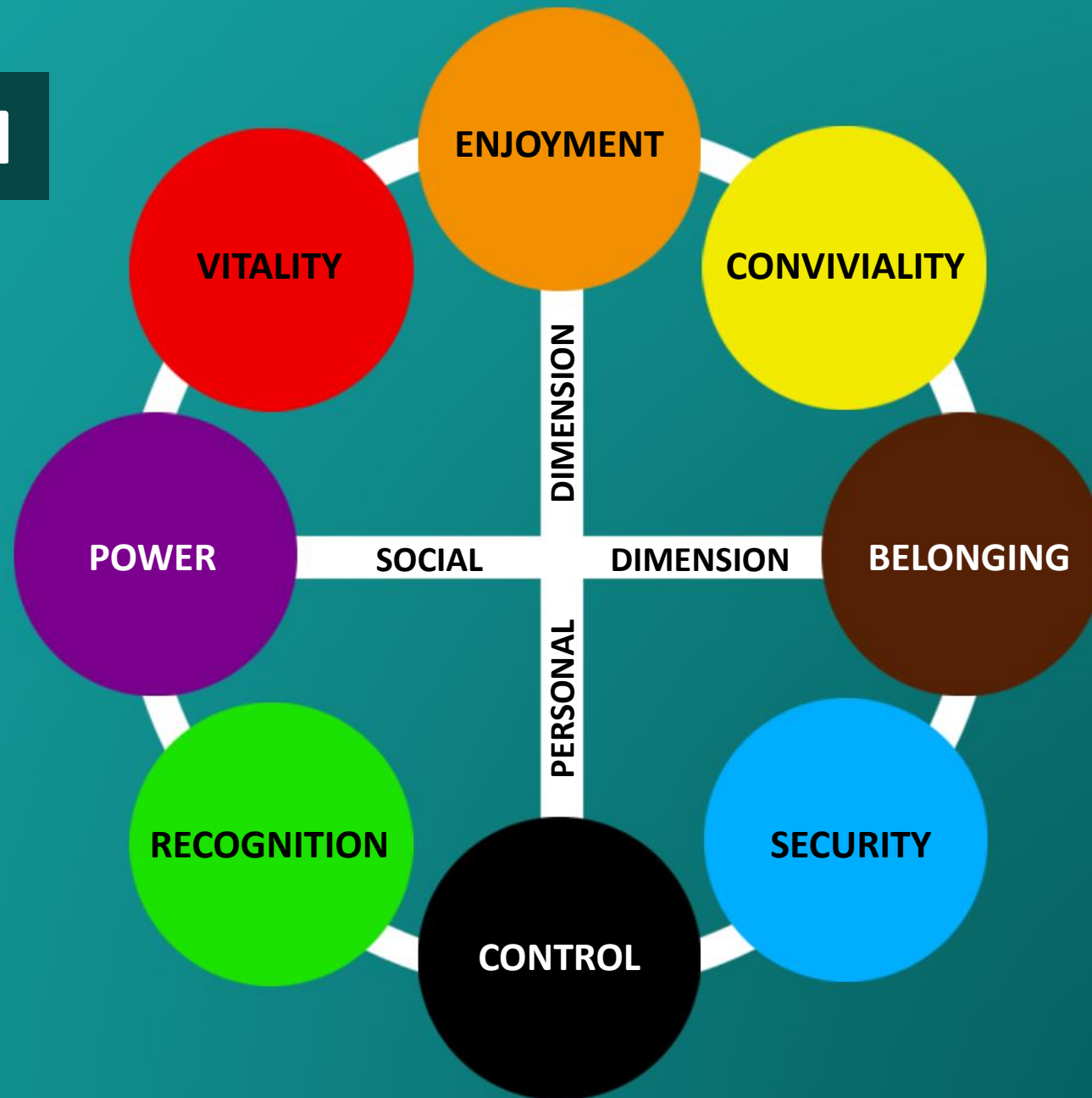


НЕОБХОДИМОСТЬ
СОЗДАНИЯ ТАКОГО
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ
, КОТОРОЕ
ПРОНИКНЕТ В
«СЕРДЦЕ» КЛИЕНТА



ПОДХОД CENSYDIAM

Ipsos Comcon



КАЧЕСТВЕННАЯ ЧАСТЬ - ЭТНОГРАФИЯ



КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ЧАСТЬ – OFFLINE HALL-TEST

23 000
интервью



83
города

4
недели



AGILE RESEARCH

КРАТКАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ ДО
ПОДГОТОВКИ «КЛАССИЧЕСКОГО»
ОТЧЕТА

ПАРАЛЛЕЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ
РАЗРАБОТКИ
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ НА
СТОРОНЕ КЛИЕНТА И АНАЛИТИКА
НА СТОРОНЕ АГЕНТСТВА

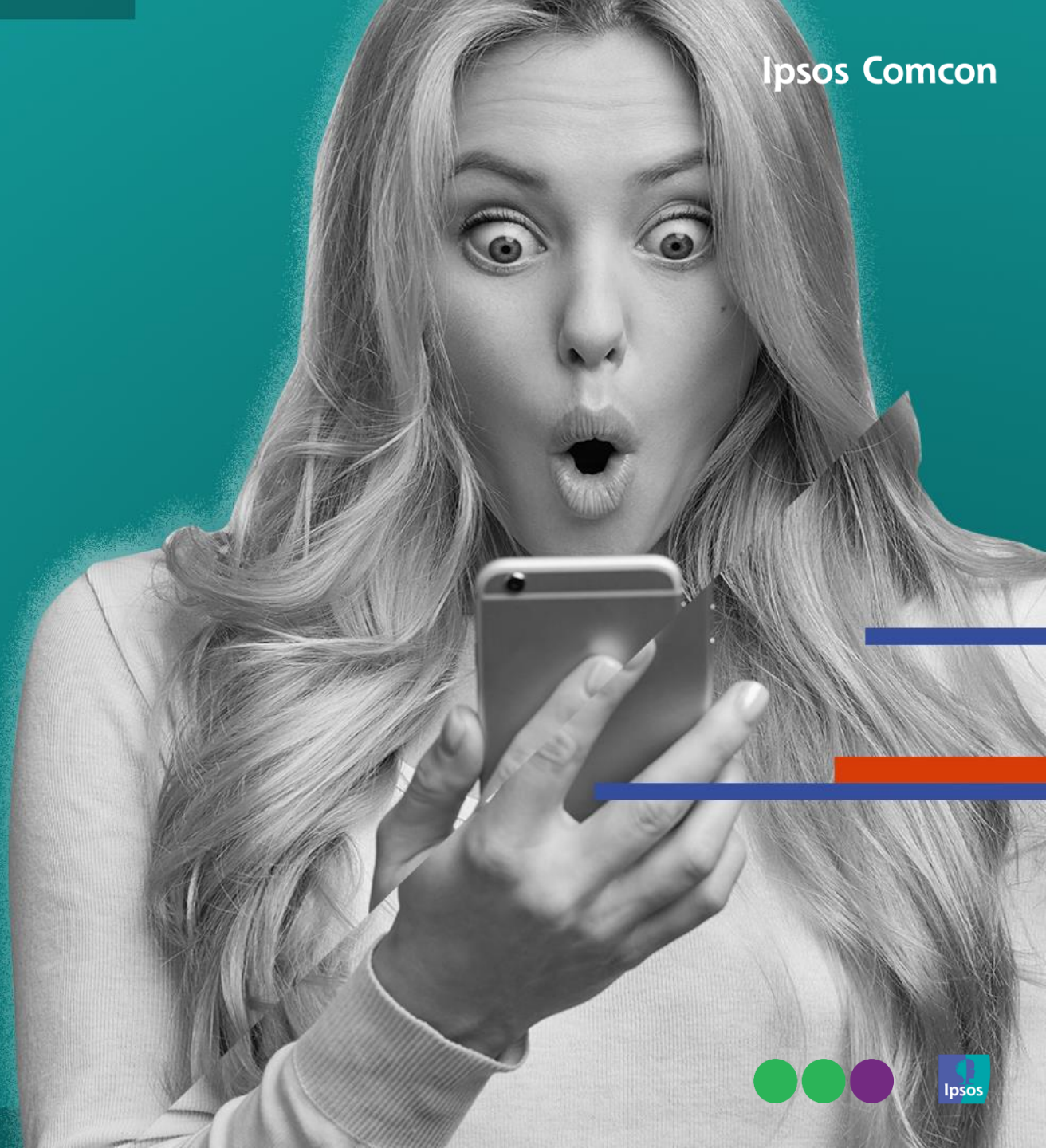


РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ:

ОПРЕДЕЛЕНИЕ 8 СЕГМЕНТОВ
В ПРОСТРАНСТВЕ CENSYDIAM

ЦЕННОСТЬ СЕГМЕНТОВ ПО
ЗАТРАТАМ НА СВЯЗЬ И LIFETIME
VALUE

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ДВУХ
ВОЗМОЖНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ
РАЗРАБОТКИ
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ



РАЗРАБОТКА ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ НА ОСНОВЕ ИССЛЕДОВАНИЯ:



Interbrand: разработка концепций позиционирования



Ipsos Comcon: тестирование концепций с учетом Censydiam



Interbrand: доработка концепций



Ipsos Comcon: повторное тестирование



Результат: позиционирование и слоган «Начинается с тебя»



Ipsos Comcon: тестирование слоганов



Interbrand: разработка слоганов



Выбор концепции



ЗАПУСК СТРАТЕГИИ, С УЧЕТОМ НОВОГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ, ВКЛЮЧАЛ:

ОБНОВЛЕНИЕ ЦВЕТОВ,
СУПЕР-ЗНАК — ТРИ ТОЧКИ

ПЕРЕОРИЕНТАЦИЯ НА ЛЮДЕЙ С АКТИВНОЙ
ЖИЗНЕННОЙ ПОЗИЦИЕЙ

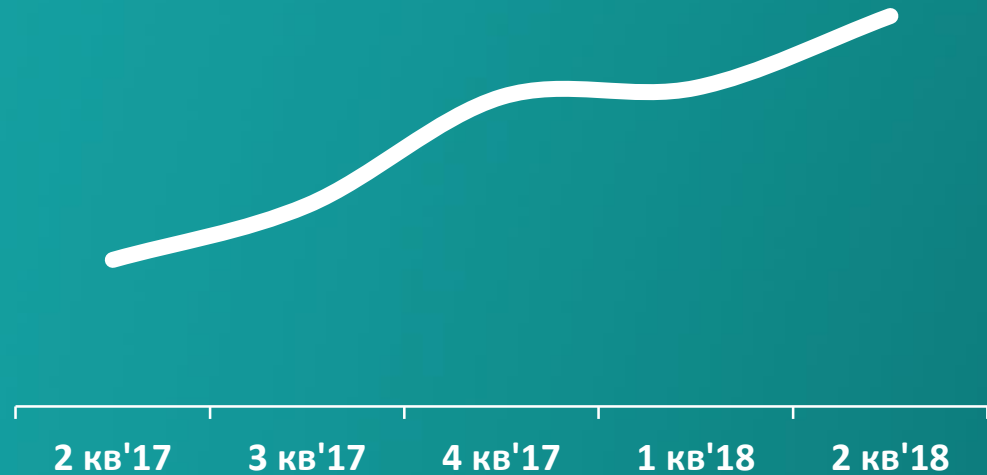
ИЗМЕНЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННОЙ
ПЛАТФОРМЫ НА ОСНОВАНИИ ВЫЯВЛЕННЫХ
МОТИВАЦИЙ СЕГМЕНТОВ

РАЗРАБОТКА МУЗЫКАЛЬНОЙ ПЛАТФОРМЫ И
ПОДДЕРЖКА ТАРИФНОЙ ЛИНЕЙКИ «ВКЛЮЧАЙСЯ»

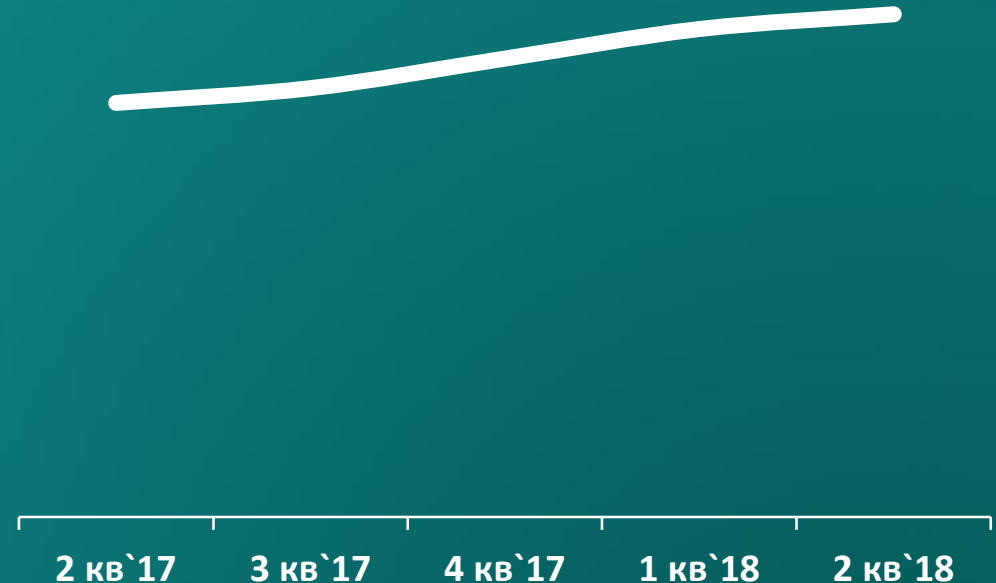


РЕЗУЛЬТАТЫ ИЗМЕНЕНИЯ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПЛАТФОРМЫ НА ОСНОВЕ СЕГМЕНТАЦИИ

Спонтанное знание
рекламы



Удовлетворенность рекламой



ВО II КВАРТАЛЕ 2018 г.
ВЫРУЧКА ВЫРОСЛА ГОД
К ГОДУ НА 5,1%

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ
УСЛУГИ ВЫРОСЛИ НА 13,5%

МЕГАФОН ВОШЁЛ
В ТРОЙКУ САМЫХ
СИЛЬНЫХ
РОССИЙСКИХ БРЕНДОВ

ЦЕННОСТЬ БРЕНДА
ЗА ГОД
УВЕЛИЧИЛАСЬ НА 33%

РЕЗУЛЬТАТЫ ИЗМЕНЕНИЯ СТРАТЕГИИ И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ:



МЕГАФОН РЕШАЕТ МАСШТАБНЫЕ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЗАДАЧИ В ДИНАМИЧНО МЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ



IPSONS COMCON ПРЕДОСТАВЛЯЕТ ЗНАНИЯ,
НАУЧНУЮ БАЗУ И КОМАНДНЫЙ ПОДХОД ДЛЯ
ЭТИХ РЕШЕНИЙ



THE FUTURE 2018 OF RESEARCH: TOTAL UNDERSTANDING

