Связь с потребителем через социо-культурный контекст

Как BBDO Branding работает с трендами

BBDO BRANDING

BBDO Group
Структура

OmnicomGroup

BBDO GROUP

MEDIA DIRECTION GROUP

Part of Omnicom Media Group Worldwide

КРЕАТИВНЫЕ АГЕНТСТВА

BBDO
instinct
CONTRAPUNTO
MORE
BOOTLEG

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ АГЕНТСТВА

mint
proximity
BBDO BRANDING
themarketingarm

МЕДИЙНЫЕ АГЕНТСТВА

OMD
phd
Media ise
proximity MEDIA

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ МЕДИЙНЫЕ АГЕНТСТВА

Code Of Trade
MGCom
DIGITAL BBDO
BrandScience
MDS MEDIA DIRECTION SPORT
MDP MEDIA DIRECTION PROGRAMMATIC
FUSE BBDO RUSSIA GROUP

© 2019. BBDO BRANDING

BBDO BRANDING

BBDO Branding — агентство, входящее в структуру BBDO Group и оказывающая профессиональные услуги в области создания, внедрения и управления брендами.

Мы уверены, что основа успеха любого проекта — это профессиональная команда. Именно поэтому было потрачено много времени на подбор лучших из лучших. Сегодня в агентстве работают специалисты высокого класса, обладающие знаниями и опытом в различных областях.

Создание брендов — это не только искусство, но и наука. BBDO Branding использует уникальные стратегические инструменты, которые позволяют решать задачи любой сложности. Каждый проект начинается с глубокого анализа аудитории, рынка и конкурентных предложений. В распоряжении BBDO Branding экспертиза лучших специалистов в области стратегии бренда, информационные ресурсы BBDO Worldwide и опыт партнеров из Германии и Великобритании.

© 2019. BBDO BRANDING

BBDO Branding
Клиенты

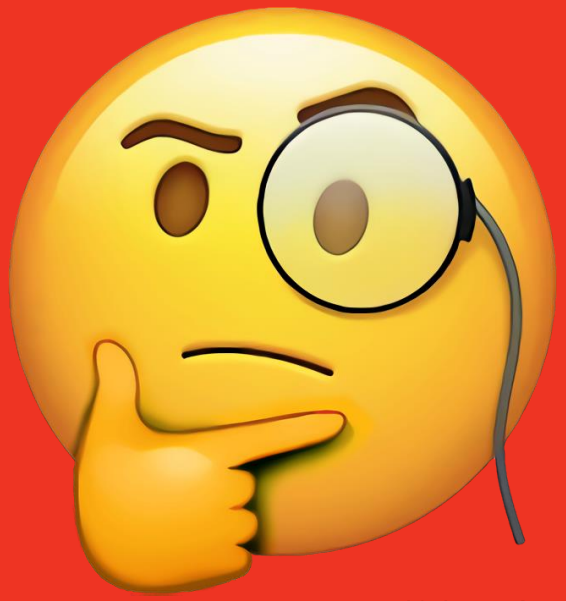
Газпром медиа
ancor
VIDEO INTERNATIONAL
АЗБУКА ВКУСА
Увелка
спортмастер
МИРАТОРГ
PEPSICO
МТС
ИНГОССТРАХ Ingosstrakh
МОСКОВСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД
MARS
IEK
World Class
СБЕРБАНК
ВТБ
INTOUCH
ВЭБ БАНК РАЗВИТИЯ
РУСАГРО
X5RETAILGROUP
STADA
ЛИДЕР ИНВЕСТ
Российские железные дороги
Билайн
Teplant
QIWI КИВИ
теле карта
Альфа Капитал
М.видео
PETER SERVICE
открытие
adidas
КАРУСЕЛЬ СЕТЬ ГИПЕРМАРКЕТОВ
BAYER
ЧТПЗ
ТЕХНОСЕРВ
Сити XXI век
PSN group

© 2019. BBDO BRANDING

Мы хотим запускать бренд дорогих сигарет (около 1000 рублей за пачку) на московский рынок ….

© 2019. BBDO BRANDING

Наш бренд живет на территории семейных ценностей, но кажется, наша реклама уже не цепляет…

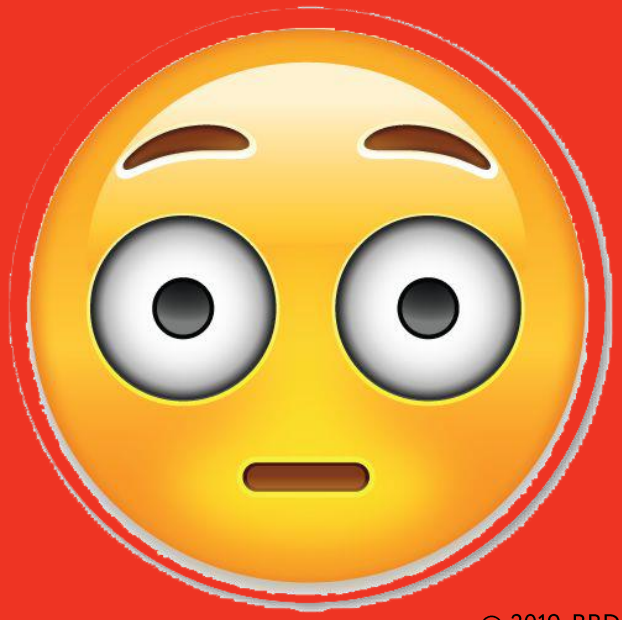


© 2019. BBDO BRANDING

Мы хотим стать самым желаемым и крутым российским брендом спортивной одежды…

© 2019. BBDO BRANDING

Мы хотим, чтобы наш банк был массовой lovemark среди всех банков…



© 2019. BBDO BRANDING

Аналитика 2015

© 2019. BBDO BRANDING

Аналитика 2020

© 2019. BBDO BRANDING

КАЖДЫЙ ЧЕЛОВЕК –

носитель личного
и общественного

КАЖДЫЙ ЧЕЛОВЕК–

одновременно и потребитель и создатель культурных смыслов и контекста обитания

ЧТО ДЕЛАЕТ BBDO BRANDING?

Мы наблюдаем и фиксируем контекст:

1. Изучаем продукты жизнедеятельности (артефакты) вокруг человека
2. Смотрим, что глобально меняется в мире

И думаем, как это отражается на нашей целевой аудитории/в категории сегодня и что будет завтра

Анализ тенденций потребительского поведения и стиля жизни, интерпретация актуальных ценностей, сбор культурных символов (кодов)

TrendFriend особенно необходим в случае:

1

Когда у бренда есть социальная роль и запрос на lifestyle позиционирование

2

Когда до аудитории сложно достучаться (высокий доход, особенный статус)

3

Если категория «драйвится» эмоциональными, социальными мотивами

4

В фокусе – продукт - инновация, которая должна качественно изменить жизнь людей

5

Когда рынок очень заклаттерен игроками и коммуникациями

© 2019. BBDO BRANDING

TrendFriend особенно необходим в случае:

1

Когда у бренда есть социальная роль и запрос на lifestyle позиционирование

2

Когда до аудитории сложно достучаться (высокий доход, особенный статус)

3

Если категория «драйвится» эмоциональными, социальными мотивами

4

В фокусе – продукт - инновация, которая должна качественно изменить жизнь людей

5

Когда рынок очень заклаттерен игроками и коммуникациями

ЧТО ЭТО НАМ ДАЕТ?

Свежие, нетривиальные, жизненные инсайты и смыслы

Попадание в реальный контекст жизни человека

Новые территории для смыслов и идей бренда, которые невозможно узнать у потребителя напрямую

Взгляд в будущее

Дифференциация от конкурентов, которые живут «стереотипным представлением» о нашем мире

Методология

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ
Аудитория, для которой тренды аффинитивны

ТЕМЫ
Сферы жизни, в которых проявляются тренды

НЕТНОГРАФИЯ И ЭКСПЕРТНЫЕ ИНТЕРВЬЮ
Люди и ресурсы, которые наблюдают и транслируют изменения в поведении целевой аудитории

Moscow, 2018 © BBDO BRANDING

Формат

СЕГОДНЯ-ЗАВТРА-ПОСЛЕЗАВТРА
История появления тренда
Как было – как сейчас – что будет завтра (на основании глобальных изменений в экономике, обществе и культуре)
Смотрим и то, что здесь, и что происходит в мире

ЦЕННОСТИ
Ценности, которые актуализируются у целевой аудитории под действием тренда на локальном уровне (с учетом глобального влияния)

ЛОКАЛЬНЫЕ ПРОЯВЛЕНИЯ
Примеры проявлений тренда на исследуемом рынке, среди целевой аудитории

Moscow, 2018 © BBDO BRANDING

Осознанность 360

Вчера

Для избранных
и обеспеченных

Сегодня

Позиция активных, современных городских людей - размышление о других и планете

Завтра

Естественная часть жизни каждого – основный критерий выбора

В поисках сути и полезности для планеты и людей в повседневной рутине. Модно думать над важными темами, такими как экология и благотворительность.

Суть и эмпатия

Понимание

Начать изменять себя

Moscow,2019 © BBDO BRANDING

Осознанность 360

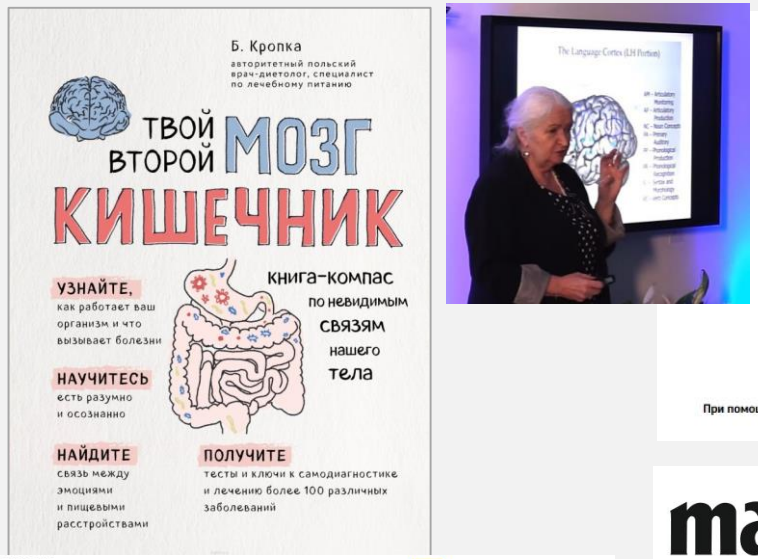
- Глубокое понимание всего
- Наполнение себя пользой для души, мозга и здоровья.
- Осознание себя частью мировой экосистемы
- Философия маленьких самостоятельных шагов
- Управление своим состоянием, поведением

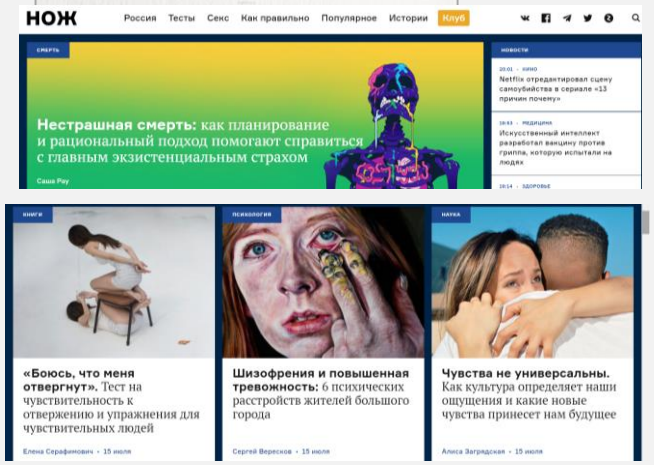
Артефакты
Символы
Проявления

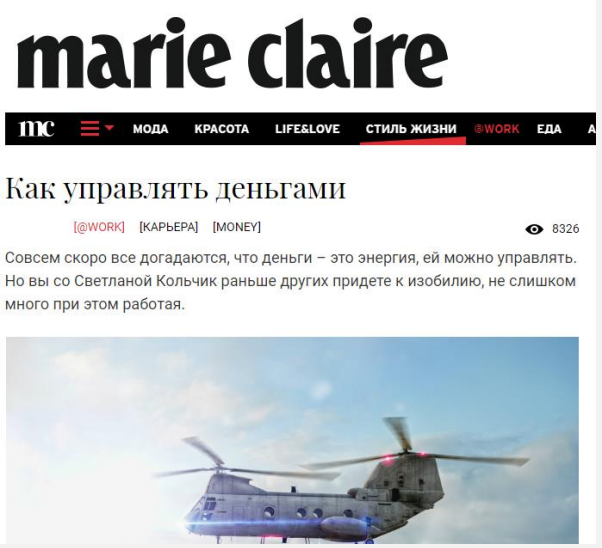
Moscow, 2019 © BBDO BRANDING

Осознанность 360

- Глубокое понимание всего
- Наполнение себя пользой для души, мозга и здоровья.
- Осознание себя частью мировой экосистемы
- Философия маленьких самостоятельных шагов
- Управление своим состоянием, поведением

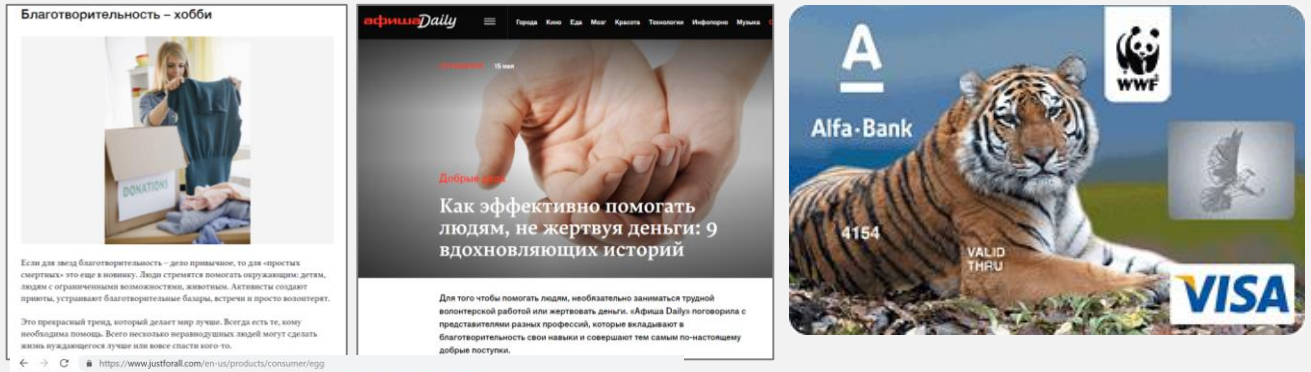


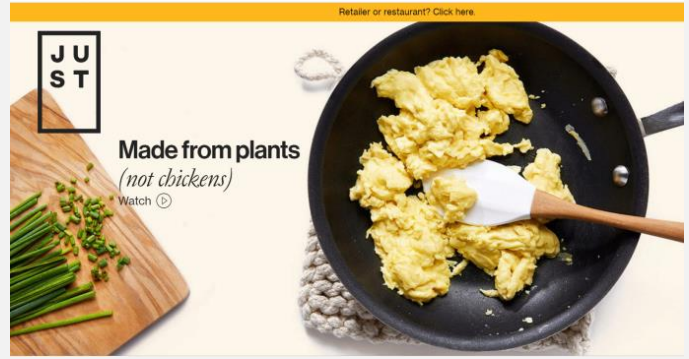


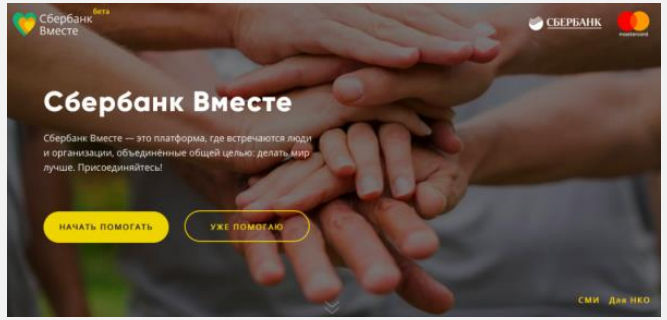


Осознанность 360

- Глубокое понимание всего
- Наполнение себя пользой для души, мозга и здоровья.
- Осознание себя частью мировой экосистемы
- Философия маленьких самостоятельных шагов
- Управление своим состоянием, поведением

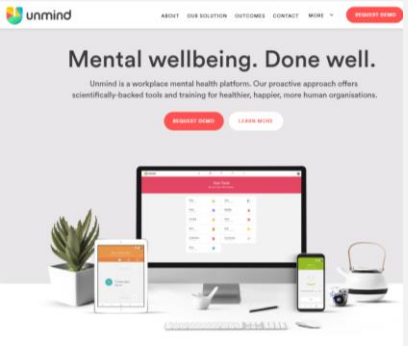


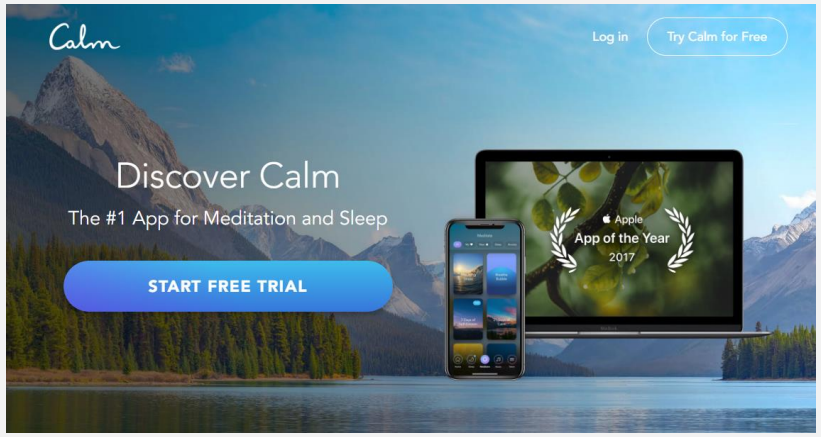




Осознанность 360

- Глубокое понимание всего
- Наполнение себя пользой для души, мозга и здоровья.
- Осознание себя частью мировой экосистемы
- Философия маленьких самостоятельных шагов
- Управление своим состоянием, поведением



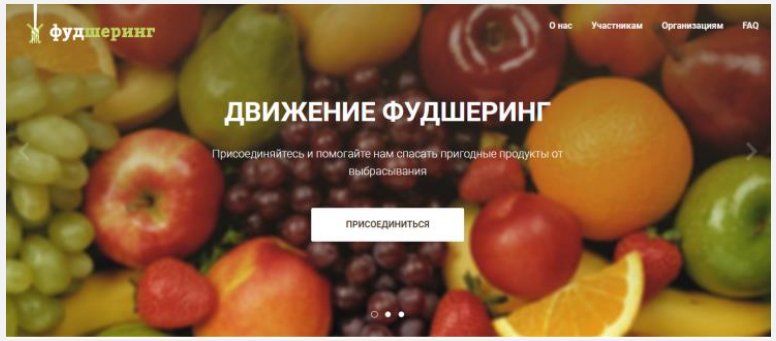


X2 раза
Россияне увеличили расходы на благотворительность и краудфандинг

Тренинговый центр Алексея Коляды
Ладья

Осознанность 360

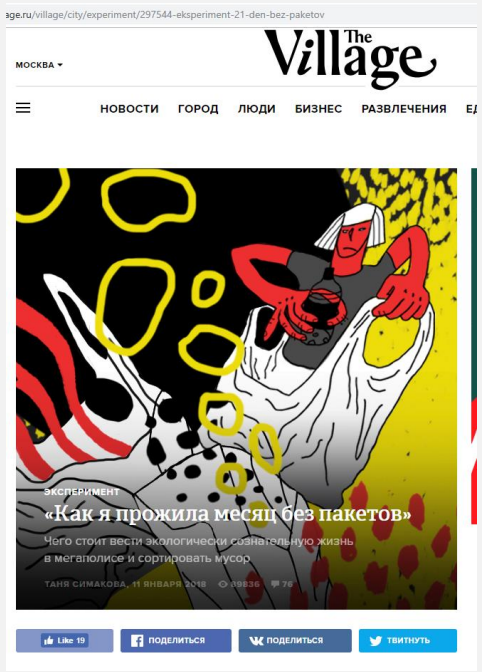
- Глубокое понимание всего
- Наполнение себя пользой для души, мозга и здоровья.
- Осознание себя частью мировой экосистемы
- Философия маленьких самостоятельных шагов
- Управление своим состоянием, поведением

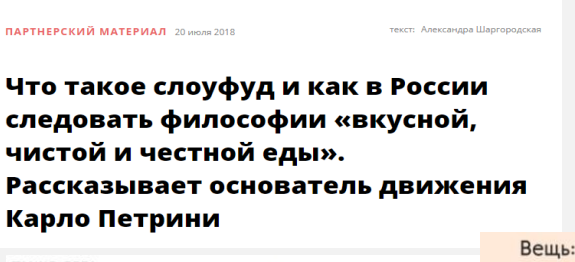


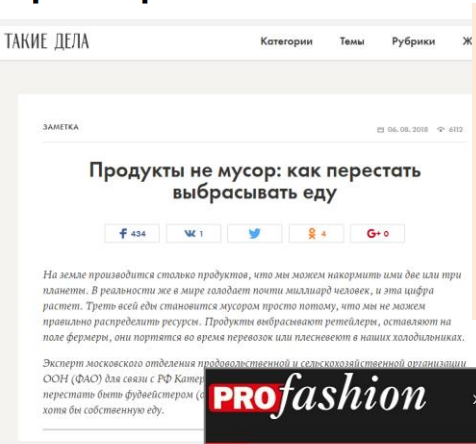
Moscow, 2019 © BBDO BRANDING

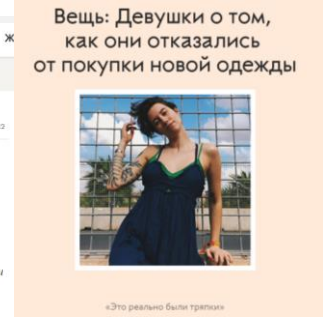
Осознанность 360

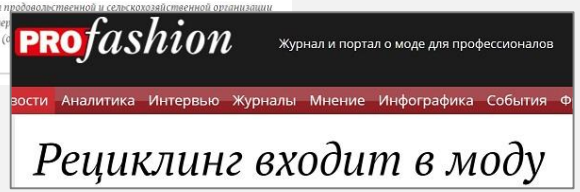
- Глубокое понимание всего
- Наполнение себя пользой для души, мозга и здоровья.
- Осознание себя частью мировой экосистемы
- Философия маленьких самостоятельных шагов
- Управление своим состоянием, поведением





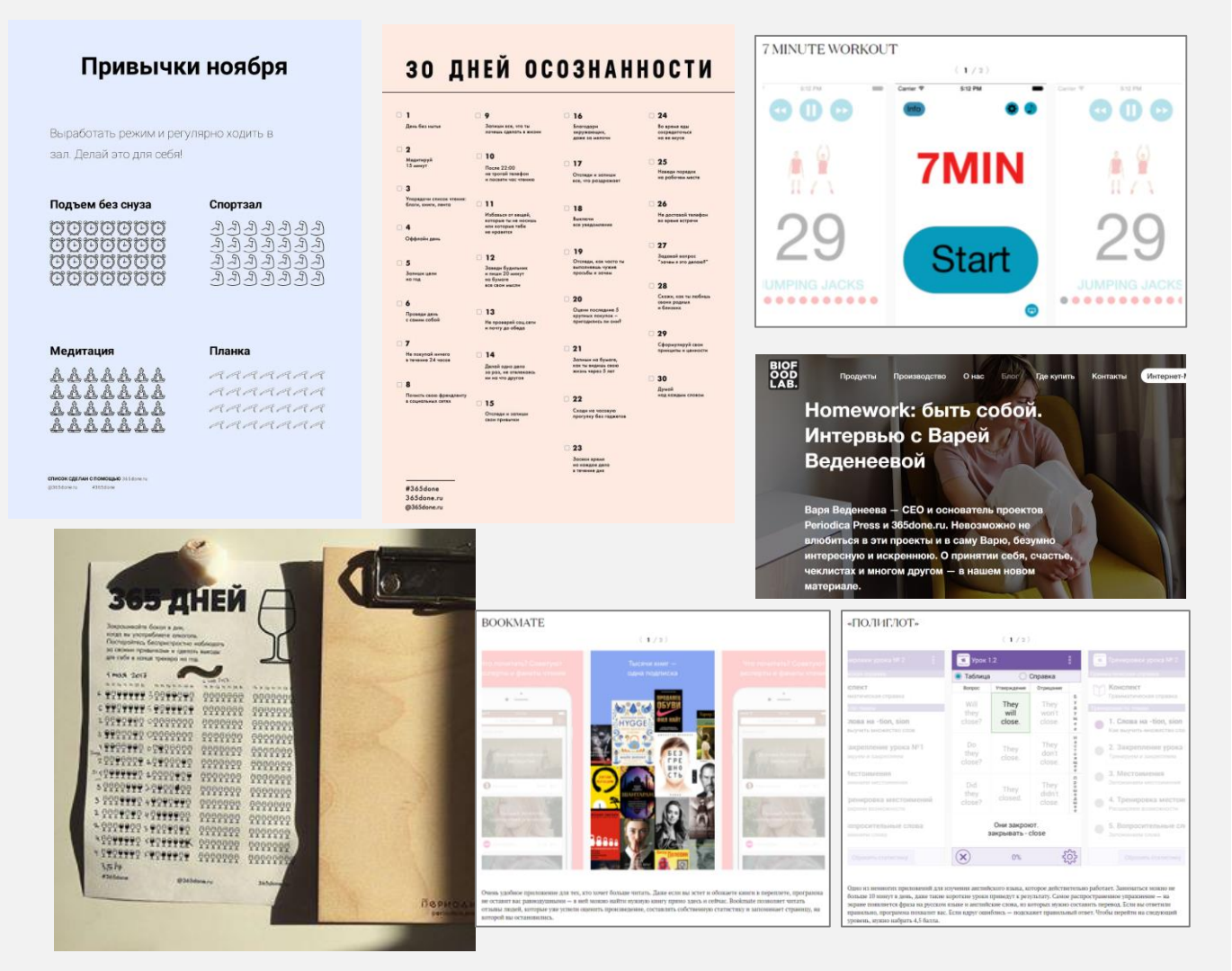






Осознанность 360

- Глубокое понимание всего
- Наполнение себя пользой для души, мозга и здоровья.
- Осознание себя частью мировой экосистемы
- Философия маленьких самостоятельных шагов
- Управление своим состоянием, поведением



Без надрыва!

Вчера
Дауншифтинг после подвигов

Сегодня
Желаемый образ жизни – не совершая подвигов, жить в удовольствие

Завтра
Умение НЕ делая ничего получать все - новый образ успеха

Быть счастливым – не надрываться. Жить в свое удовольствие, никому ничего не доказывая, не подчиняясь завышенным ожиданиям и не равняясь на общепринятые правила «нормы».

Антиперфекционизм

Легализация лени

no filter

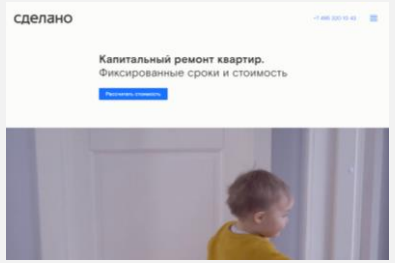
Для счастья не нужно много

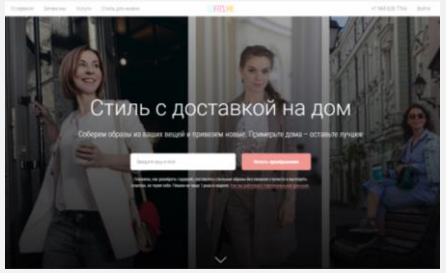
Moscow, 2019 © BBDO BRANDING

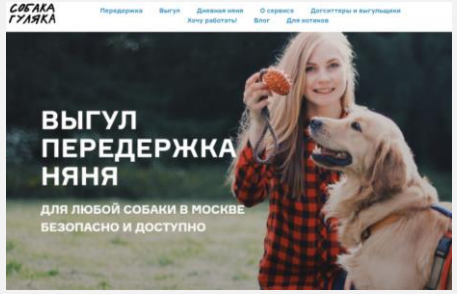
Без надрыва!

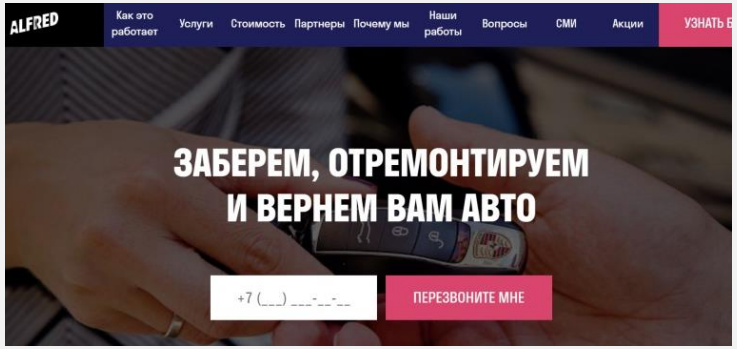
- Максимальный аутсорсинг бытовых дел
- Здоровый эгоизм, меньше жертвенности
- Информационный детокс
- Замедление
- Отказ от идеальности

x4 раза
В Москве рост пользователей каршеринга









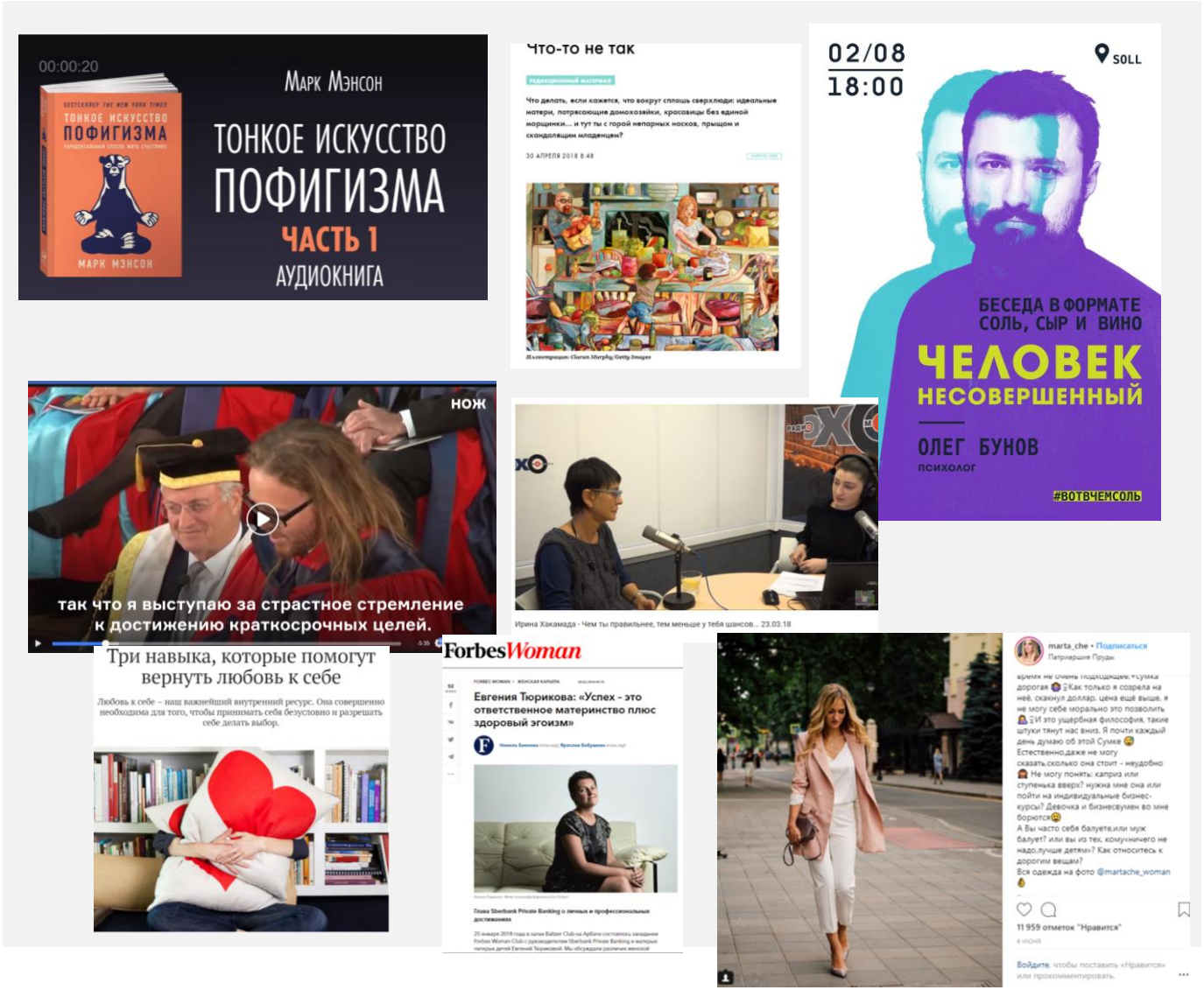
YOU DO

KIDS OUT

Moscow, 2019 © BBDO BRANDING

Без надрыва!

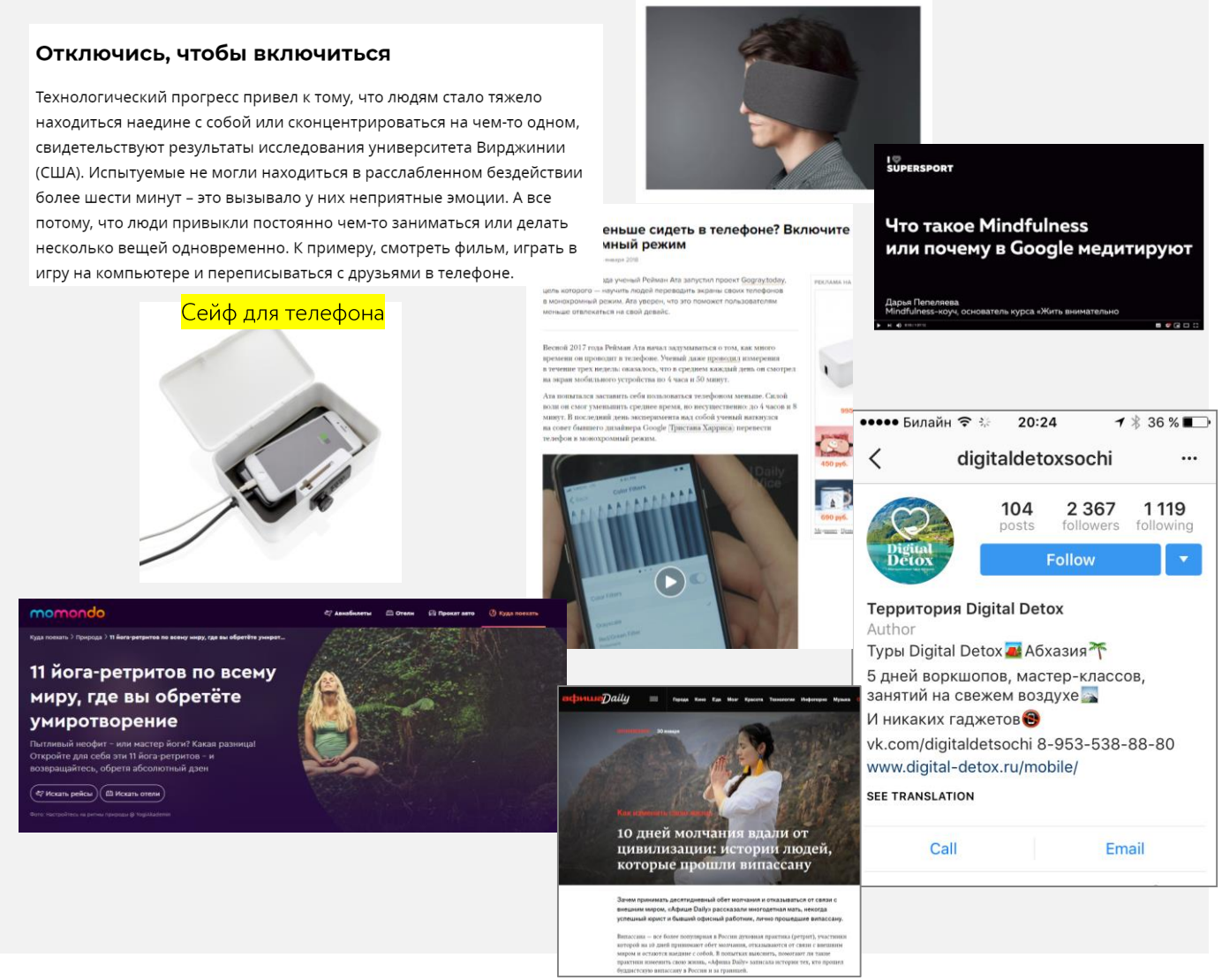
- Максимальный аутсорсинг бытовых дел
- Здоровый эгоизм, меньше жертвенности
- Информационный детокс
- Замедление
- Отказ от идеальности



Moscow, 2019 © BBDO BRANDING

Без надрыва!

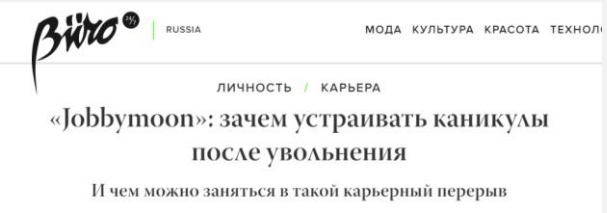
- Максимальный аутсорсинг бытовых дел
- Здоровый эгоизм, меньше жертвенности
- Информационный детокс
- Замедление
- Отказ от идеальности

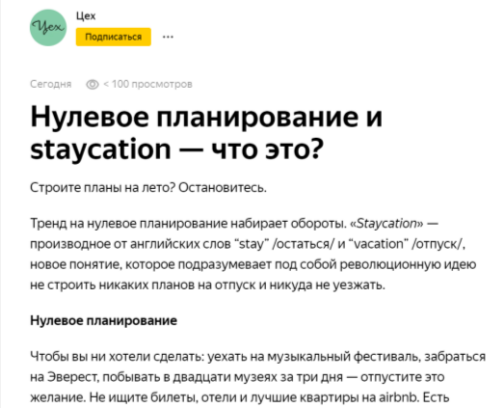


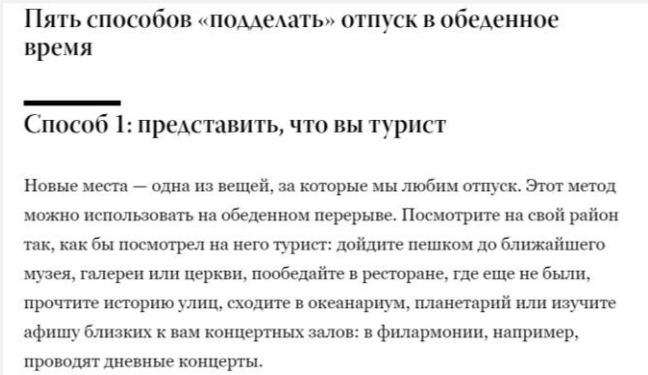
Moscow, 2019 © BBDO BRANDING

Без надрыва!

- Максимальный аутсорсинг бытовых дел
- Здоровый эгоизм, меньше жертвенности
- Информационный детокс
- Замедление
- Отказ от идеальности





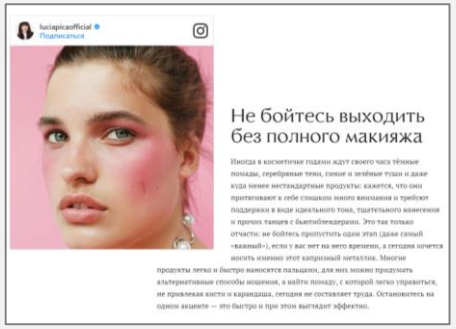


SlowLife
Take your time, change your life!

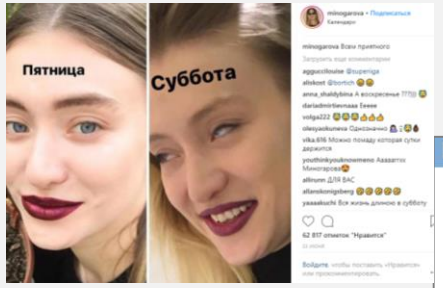
Moscow, 2019 © BBDO BRANDING

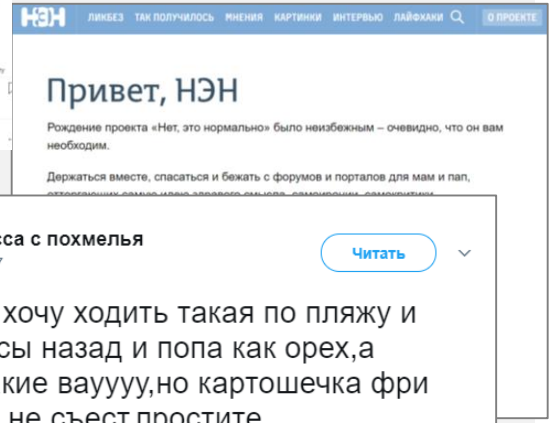
Без надрыва!

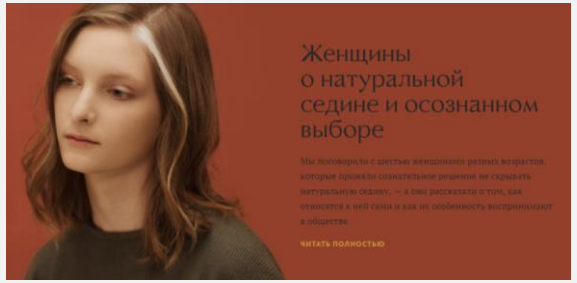
- Максимальный аутсорсинг бытовых дел
- Здоровый эгоизм, меньше жертвенности
- Информационный детокс
- Замедление
- Отказ от идеальности



«Неровные края не являются недостатком»



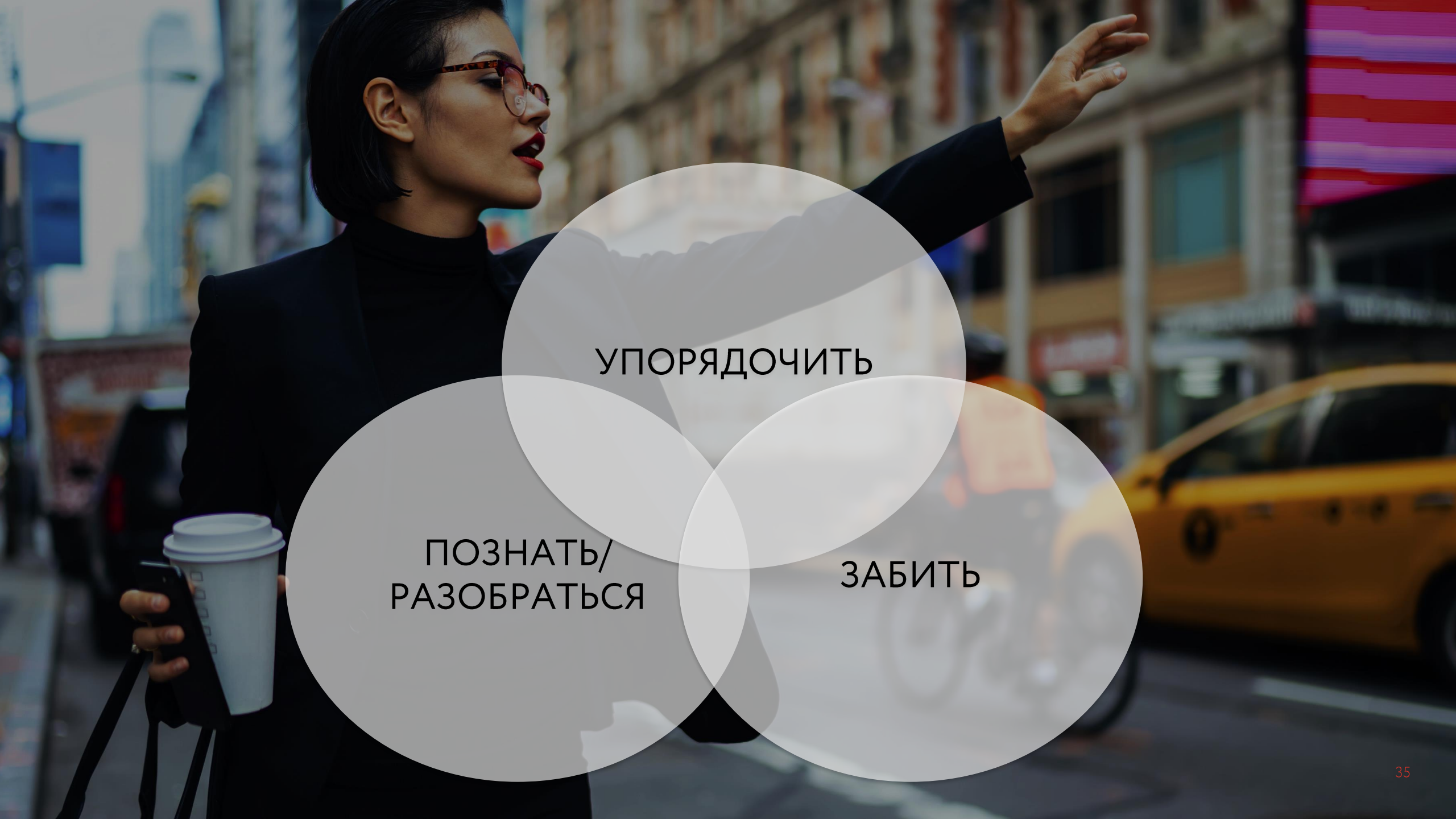




Moscow, 2019 © BBDO BRANDING

Главные изменения в ценностях

От гламура и идеальности	к настоящему, неидеальному
От внешнего проявления успеха	к внутренней уверенности в себе
От мира мужчин	к миру женщин
От сложного и непостижимого	к простому и доступному всем
От обладания дорогими вещами	к переживанию уникальных глубоких эмоций
От показухи	к ориентации на себя и свой комфорт
От контроля и идеализма	к расслабленной мудрости и внутреннему спокойствию
От консьюмеризма	к осознанному потреблению
От достигаторства	к жизни в моменте
От большой мечты	к маленьким задачам
От желания вписаться в нормы и правила	к счастью быть собой и быть принятым


УПОРЯДОЧИТЬ
ПОЗНАТЬ/
РАЗОБРАТЬСЯ
ЗАБИТЬ

TrendFriend. Инструкция по применению

1

Наблюдаем.
Замечаем.
Собираем.

Глобально
Локально
Шире нашей категории

2

Кластеризируем
Ищем общее,
закономерности

Нет правильных и неправильных кластеров – есть то, что нам помогает и что нет

3

Интепретируем.
Думаем

Стараемся избегать очевидного
Мыслим с точки зрения человека
Думаем о будущем

4

Ищем проявления для нашей категории, для нашей аудитории

Перекладываем эти знания на нашу категорию, задачи, потребителя

© 2019. BBDO BRANDING

OPEN YOUR EYES AND KEEP BEING CURIOUS ☺

BBDO BRANDING

МОСКВА
10.12.2019
© 2019. BBDO BRANDING