

Современные тенденции продвижения брендов

Андрей Прохоров

**Директор Центра маркетинга образовательных услуг
Тамбовский государственный университет имени Г.Р.Державина
proh_and@rambler.ru**

Phygital marketing (Physical + digital)



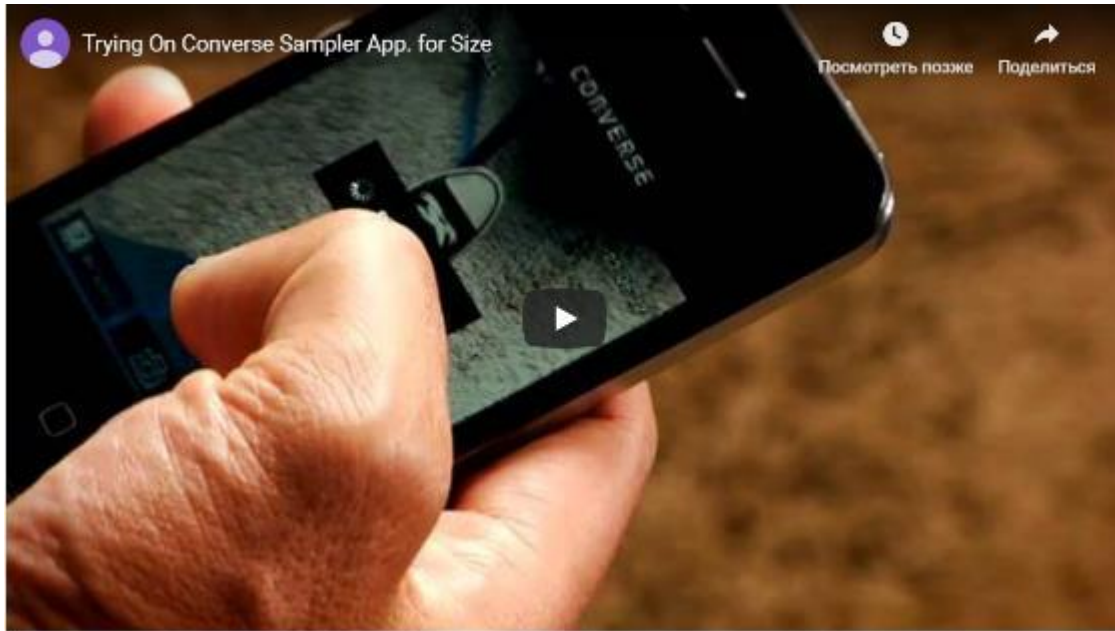
- Сращение физического мира с миром цифровым.
- Цифровые технологии пришли во все сферы маркетинга, рекламы, ПР.
- **VR / AR** – виртуальная реальность / дополненная реальность.
- **VR / AR** – «новый уровень удобства и впечатления для пользователей».

Дополненная реальность (augmented reality)



- Дополненная реальность (augmented reality, AR) становится мейнстримом.
- Демонстрация роликов в момент, когда вы смотрите на продукт на полке / Специальные очки подсвечивают продукты без глютена пока вы ходите по магазину).
- **В перспективе:** рост «дополненной реальности» в социальных сетях.

Кейсы



- **Coca-Cola** разработала креатив, превращающий банку с напитком в настоящий музыкальный плеер.
- **Converse Shoes** создал приложение с дополненной реальностью.
- Позволяет клиентам насладиться примеркой в комфорте собственного дома.
- Понравившийся вариант можно сфотографировать и разместить в соцсетях.

AR и бизнес



- **Игра Pokemon Go**
- Компании попытались перенаправить потоки людей в магазины, кофейни, используя возможности игры.
- Владельцы кафе **Huge Café** в Атланте выяснили, что игра быстро сажает заряд батареи смартфона.
- Стали предлагать воспользоваться подзарядкой и заодно попробовать бесплатные булочки.

VR и бизнес



- Музей Сальвадора Дали во Флориде разработал VR-приложение, благодаря которому посетители могли практически буквально попасть внутрь произведения искусства под названием «Археологическая реминисценция «Анжелюса» Милле».

С клиентами нужно общаться

- Коммуникация «бренд - аудитория».
- Новые форматы общения, **«диалоговые интерфейсы»**: боты, чат-боты, голосовые помощники.
- По данным [OC&C Strategy Consultants](#), к 2022 году у 55% взрослого населения будет умная колонка.
- В отчете [Smart Speaker Consumer Adoption Report](#) за 2018 год говорится, что в США такими устройствами пользуется 20% населения.

Боты. Чат-боты.



- 2018 – Год Ботов. Чат-боты с искусственным интеллектом.
- **Чат-бот - это программа собеседник (помощник), которая работает в мессенджере по заданному алгоритму в виде текстовых сообщений или кнопок (меню)**

Два типа ботов:

- работают согласно созданным правилам и только;
- используют технологию искусственного интеллекта и способны обучаться.

Чат-боты и бизнес

Чат-боты могут взять на себя решение следующих бизнес-задач:

- Оказание услуги техподдержки клиенту касательно продукта (часто это ответы на вопросы из категории F.A.Q.)
- Распространение актуальной информации (образовательные, новостные чат-боты)
- Вовлечение пользователя в диалог (с последующим переводом к заказу)
- Оформление заказов и их оплата
- Общение внутри компании (сбор и обработка информации о сотрудниках, напоминания о задачах, прием отчетов и резюме и т.д.)

Голосовой помощник

- Голосовой помощник как инструмент маркетинга. Voice as marketing tool.
- «Голосовой помощник как новый канал продаж»
- В будущем – это новый тип контента. Оптимизация контента под голосовой поиск.
- Сири (Запуск в 2010 г.)
- Алиса (продукт Яндекса).
- Google Assistant («Ок, Google»).
- Microsoft Cortana и Amazon Alexa.
- Яндекс-Навигатор (Голос В.Уткина, А.Дзюба, Баста, Ф. Бондарчук, Дарт Вейдер, Оптимус Прайм и др.)

* <https://contentmarketinginstitute.com/2018/10/voice-activated-technology/>

Google Assistant

также обладает следующими функциональными возможностями:

- оформление интернет-заказа;
- набор по голосовой команде телефонного номера из контактного листа;
- отправка смс-сообщений с речевым печатанием текста;
- установка напоминания о каком-либо событии или важном мероприятии с привязкой к календарю и точному времени;
- включение будильника;
- воспроизведение определенной аудио или видеозаписи (в том числе и поиск необходимого файла для скачивания или прослушивания в глобальной интернет-сети при его отсутствии в памяти устройства);
- навигация и проложение наиболее оптимального маршрута;
- получение информации об интересующих вас новостях в различных отраслях и сферах;
- синхронизация с системой «Умный дом» и интерактивным телевидением «Smart TV», поддерживаемый большинством современных телевизоров.

Голосовой помощник рекомендует

- К рекомендациям голосового помощника уже прислушиваются.
- Это новые возможности для маркетинговой коммуникации.
- Голосовой помощник выдает рекомендации на основе сведениях из поисковых систем «Google», «Yahoo», «Yandex», «Bing» и других информационных источников.
- Поэтому необходимо беречь репутацию бренда «с молодую» в сети Интернет, минимизировать количество негативных отзывов.
- Важно иметь высокие поисковые позиции по «фокусным» ключевым запросам .

Вам ответит Тинькофф-бот.

Голосовой помощник «Олег». Тинькофф Банк.

Тинькофф-бот

Привет, я Олег — ваш голосовой помощник. Буду помогать вам с банковскими вопросами и другими делами.

Например, могу забронировать столик в ресторане или найти скидки по карте Тинькофф.

Чтобы поговорить со мной, нажмите на значок микрофона. Спросите, что я умею, и я расскажу подробнее.

Если что-то пойдет не так, скажите: «Хватит» или «Позови человека».



13:18

Duplo Stories Skill от LEGO



- Duplo Stories Skill – интерактивный сервис для детей 2-5 лет, который рассказывает истории и помогает детям использовать свое воображение без необходимости задействовать огромное количество деталей или мелкую моторику, которая разовьется у них только в старшем возрасте.
- «LEGO активно изучает влияние, которое технологии речевого ответа в будущем могут оказать на уровень продаж и маркетинговую стратегию компании, включая прямые покупки. Например, глава отдела развивающихся платформ в The Lego Group Джеймс Поултер (James Poulter) уже может представить то время, когда после покупки набора LEGO в Amazon устройство Alexa клиента получит команду загрузить соответствующий Skill и будет точно знать, когда спросить, доволен ли клиент своей покупкой».

Важные качества голосовых помощников по мнению респондентов

- «доступность в любой момент»
- «непредвзятость»
- «быстрый контакт»
- «быстрое предоставление услуг»
- «вежливость».

Как увеличить активность использования голосовых помощников?

- Дополнительные / специальные предложения при заказе через голосовых помощников.
- Интеграция элементов игры



Видеомаркетинг

- Видео – наиболее популярная и влиятельная форма цифрового контента.
- 52% маркетологов о необходимости инвестиций в видеоконтент
- 48% аудитории ждут видеоконтента от маркетологов (2018 г.).
- **Live Video**

Персонализированный маркетинг



- **Персонализированный маркетинг** - это способ коммуникации бренда и клиента, основанный на построении общения и продаж с учетом интересов, потребностей, целей клиента.
- Производители товаров стоят перед дилеммой, когда потребителям наскучивают однотипные массовые товары, предлагаемые производителями.
- Выходом из подобной ситуации является выпуск нового продукта под узкую аудиторию, но производить вещи, которые удовлетворяли бы запросам отдельных потребителей, достаточно трудоемко и затратно.
- В этих условиях будущее за производством массовых товаров, которые будут учитывать запросы отдельных потребителей.

Influencer Marketing. Маркетинг влияния.

- **Influencer Marketing** - это способ продвижения товаров и услуг через лидеров мнений.
- В России в большей степени ассоциируется с блогерами. Но круг лидеров мнений может быть шире.
- «Инфлюенсером» может быть не только человек, но и любая группа, бренд, компания или даже место (например, клуб по интересам), которым люди доверяют по определенным вопросам.

Формы работы с лидерами мнений

Классические формы:

- спонсорские посты в блогах
- посев брендового контента в социальных сетях
- создание контента лидерами мнений.

Цели при работе с лидерами мнений

- увеличение осведомленности аудитории о бренде (**brand awareness**),
- образование аудитории (особенно в сегменте высокотехнологичных товаров),
- улучшение показателей поисковой выдачи (авторитетные сайты ссылаются на ваш ресурс и это улучшает его показатели в поисковиках),
- демонстрация способов применения продукта,
- увеличение количества подписчиков и вовлеченности в социальных сетях бренда,
- отработка негатива (когда лидеры мнений помогают развенчать миф о вреде/недостатках продукта/услуги),
- увеличение продаж,
- увеличение доверия.

Событийный маркетинг и живые коммуникации с клиентами

- Событийный маркетинг (event-маркетинг) - способ привлечения внимания к бренду для создания более тесных связей между ним и потребителем.



Спасибо за внимание!