

Эволюция медиа стратегии PepsiCo. Файрсайд чат с Владимиром Степановым



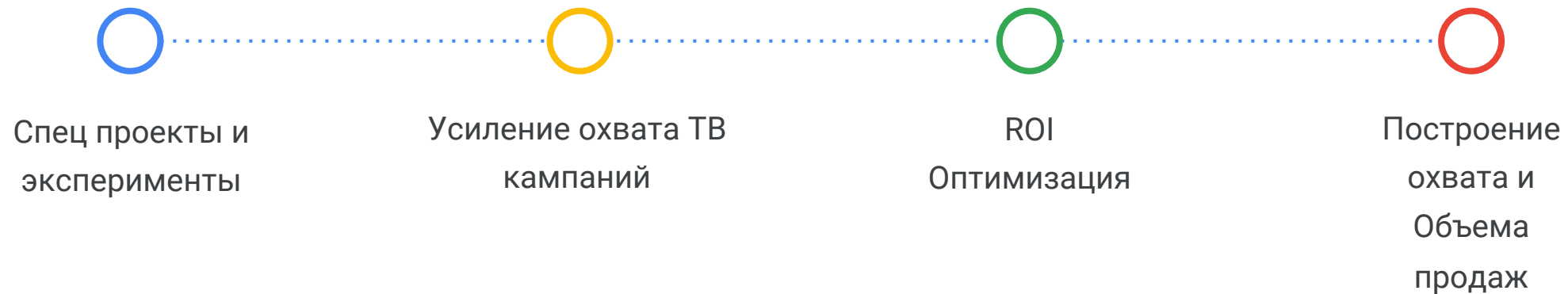
**Владимир
Степанов**
PepsiCo



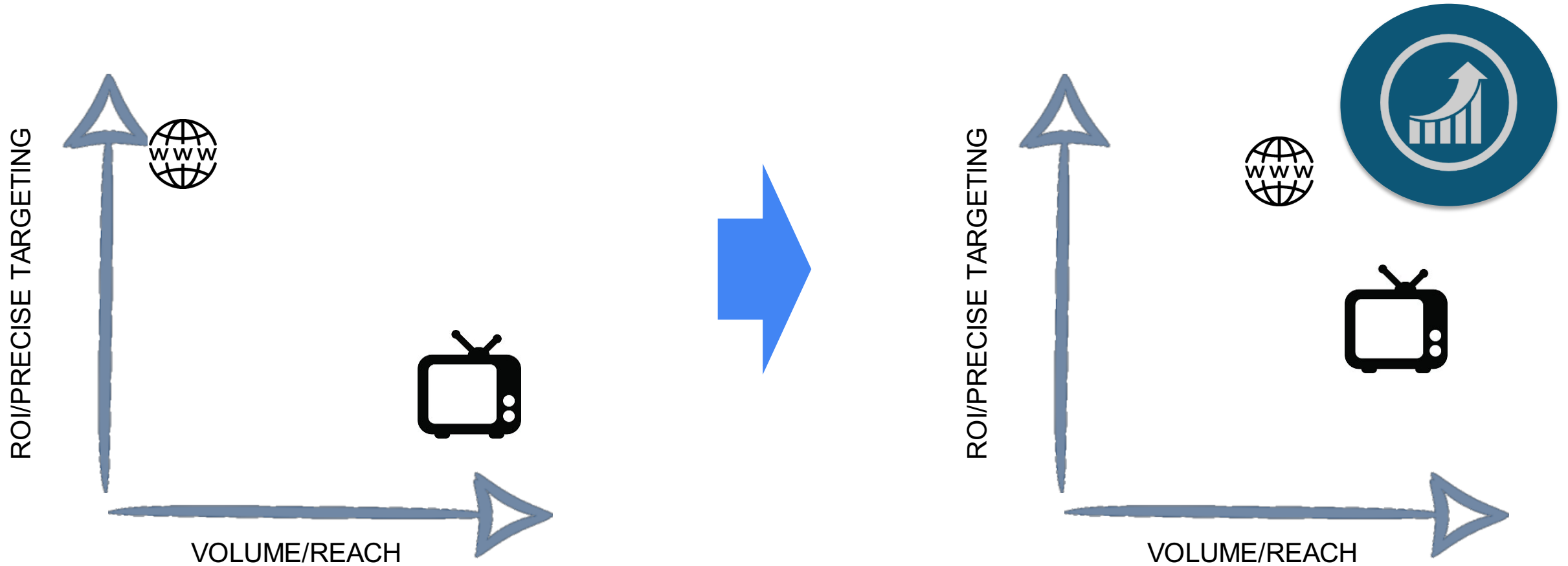
**Наталья
Тихомирова**
Google

Эволюция роли диджитал в Медиа Миксе

Proprietary + Confidential



Выводы из эконометрического моделирования



Data & Tech – Трансформация опыта потребителя

ПОЛЯРНЫЕ МНЕНИЯ В МАРКЕТИНГЕ: ОХВАТ против РЕЛЕВАНТНОСТИ



ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ
АККУРАТНЫЙ ТАРГЕТИНГ

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
DATA & TECH
ДЛЯ ТРАНСФОРМАЦИИ
**ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО
ОПЫТА**

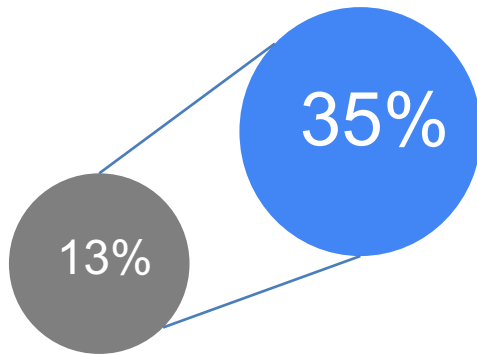


ШИРОКИЙ ОХВАТ
УНИФИКАЦИЯ

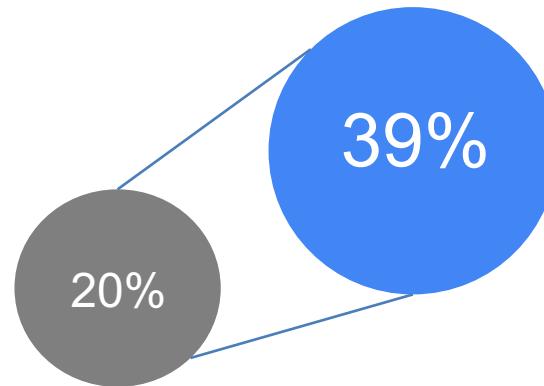
T&L: Исследуя возможности построения охвата

Достигнуть максимального измеряемого охвата

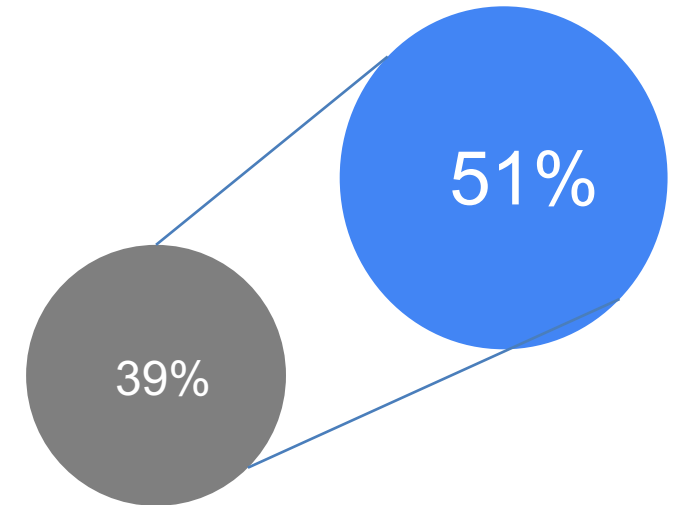
ТЕСТ 1



ТЕСТ 2



ТЕСТ 3



Измерения: много не значит лучше



Охват



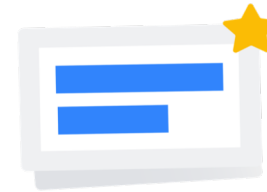
Brand lift

Диджитал платформы



Рост продаж

*Ритейл \ Панельные
исследования*



Потери

Онлайн панели

Принципы медиа планирования: glocalization



ЛОКАЛЬНАЯ
ЭКОНОМЕТРИКА



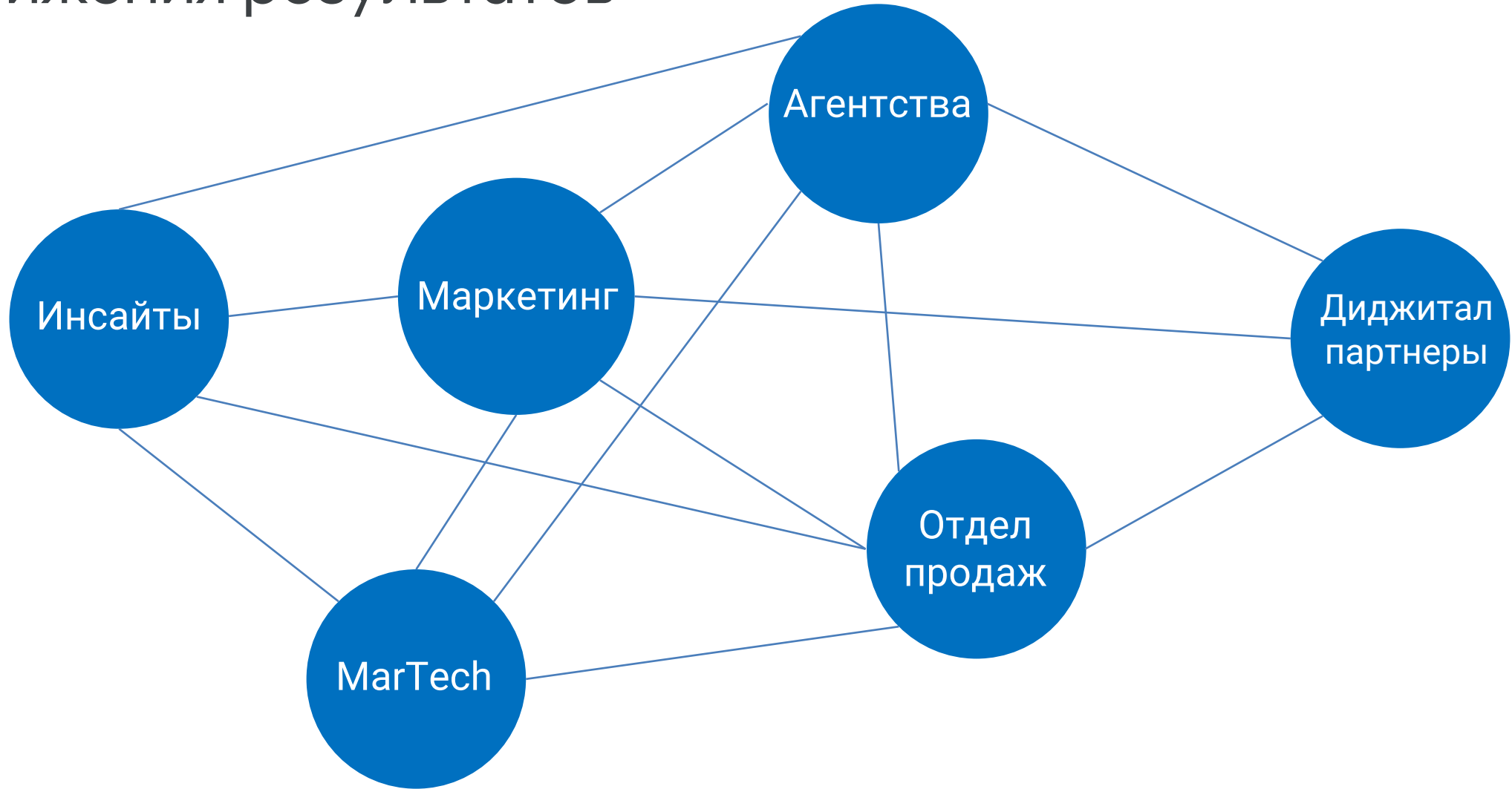
ГЛОБАЛЬНЫЕ МЕТА-ДАННЫЕ

Отслеживание текущих результатов кампаний

Proprietary + Confidential

Status: finished							Period: 20.05 - 25.08.2019 (14 weeks)						
</													

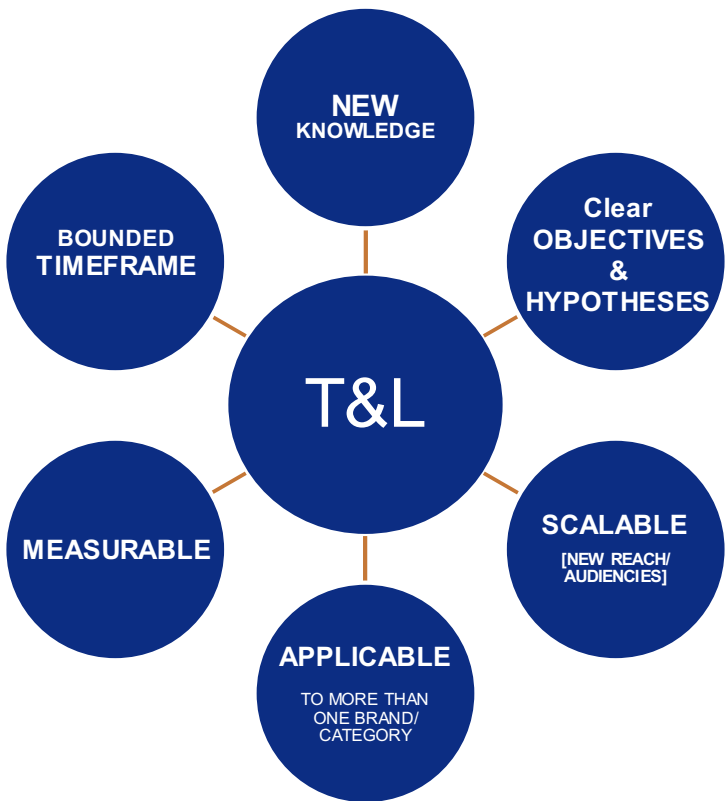
Кросс-функциональное взаимодействие для достижения результатов



Понятный процесс T&L

Proprietary + Confidential

Осознанный выбор проектов



Простой способ масштабирования

1	ТЕСТ
2	ВНЕДРЕНИЕ
2	ОБМЕН ЗНАНИЯМИ

Изменение стратегии



Proprietary + Confidential



ПОЛНОЕ СООБЩЕНИЕ ОТ
БРЕНДА



НАПОМИНАНИЕ О БРЕНДЕ



НАПОМИНАНИЕ О БРЕНДЕ



ПОЛНОЕ СООБЩЕНИЕ ОТ
БРЕНДА



<https://youtu.be/WjBt824YfUo>