

РЕКЛАМА НА ТВ → ПИЦЦА НА СТОЛЕ: ВЛИЯНИЕ СОВМЕСТНОГО ПРОСМОТРА

Галина Волкова

Руководитель направления офлайн
медиа и стратегии «Додо пицца»

Наталия Балута

Директор департамента инноваций
и продуктового развития **Group4Media**

КОНФЕРЕНЦИЯ

group4media

РЕЗУЛЬТАТ КАК ОБРАЗ МЫШЛЕНИЯ



ДОДО ПИЦЦА — СЕТЬ ПИЦЦЕРИЙ №1 В РОССИИ

group4media



920 Пиццерий в 433 городах
от Калининграда до Владивостока

+30% Рост числа
пиццерий с 2023

+74% Рост выручки
на пиццерию с 2023



**КАЖДАЯ ЧЕТВЕРТАЯ
КУПЛЕННАЯ ПИЦЦА —
ДОДО ПИЦЦА**

МЕДИАПОДДЕРЖКА ВНОСИТ НЕОСПОРИМЫЙ ВКЛАД В ДОСТИЖЕНИЕ ЦЕЛЕЙ, ОДНАКО И КОНКУРЕНЦИЯ НАПРЯЖЕННАЯ

group4media



Один рубль
медиаинвестиций
приносит
17 руб. выручки



Доля рекламных
инвестиций
Додо в категории
фаст-фуд



ПРИОРИТЕТ МЕДИАКАМПАНИЙ ДОДО — ЭФФЕКТИВНОСТЬ И УМНЫЕ РЕШЕНИЯ

group4media



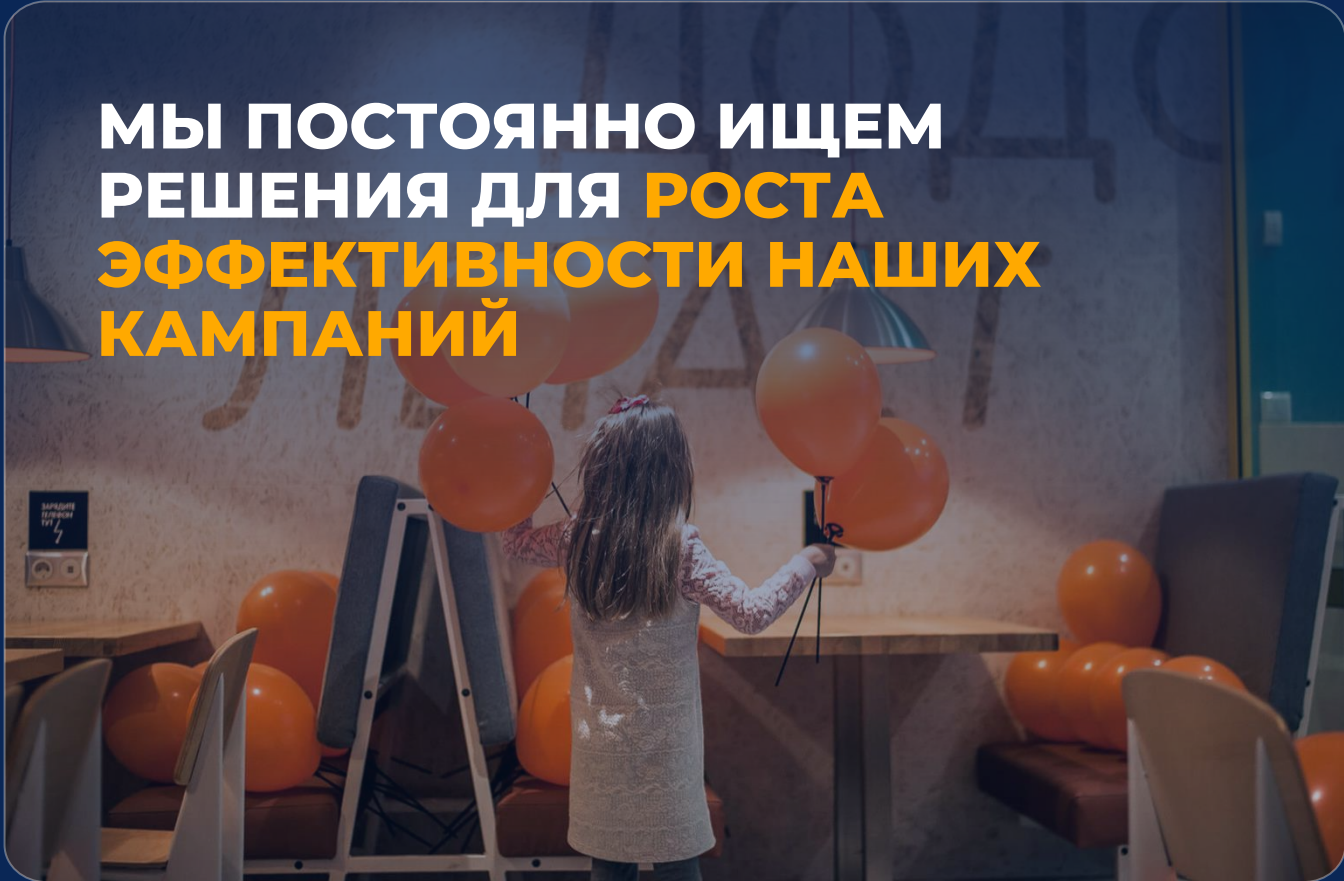
Фокус на достаточный охват и частоту контакта, а не борьба за долю эфира



Высокое качество ТВ-размещения



Рост вклада каждого рекламного контакта в бизнес-результат



МЫ ПОСТОЯННО ИЩЕМ
РЕШЕНИЯ ДЛЯ РОСТА
ЭФФЕКТИВНОСТИ НАШИХ
КАМПАНИЙ

В 2023 МЫ МНОГО СДЕЛАЛИ, ЧТОБЫ ПРЕВРАТИТЬ ТВ В ПРОЗРАЧНЫЙ БРЕНДФОРМАНС ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ДОДО

group4media



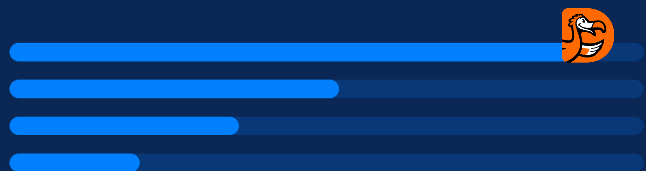
Q1'23



Начали год с умным подходом – дни, часы, контент

x2.4

ТВ конверсия Dodo выше бенчмарков



Конверсия рекламных контрактов в ТВ

Q2'23



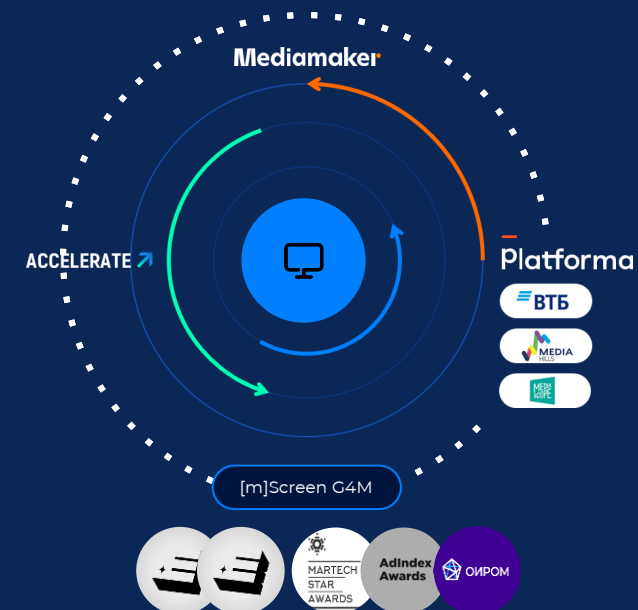
Продолжили поиском оптимизации

+11.4% конверсия

Досматриваемость роликов

- Частота контакта
- Выбор времени выхода, позиции в блоке, контента
- Влияние выхода в одном рекламном блоке с роликами конкурента(ов)

Конверсионная экосистема



ПОИСК УМНЫХ РЕШЕНИЙ ПРОДОЛЖИЛСЯ В 2024. ВАЖНЫЙ ИНСАЙТ: ПИЦЦА ОБЪЕДИНЯЕТ

group4media



Потребителей едят
пиццу Додо вместе
с близкими*

67%

*Источник: GfK Retail
Monitor Horeca 2023

“

Редко в принципе едим пиццу, но решили себя побаловать, как-то спонтанно. Увидели рекламу, муж предложил заказать. Через полчаса привезли. Уже второй день обсуждаем как было вкусно!



ДЛЯ ПИЦЦЫ НЕ НУЖЕН ОСОБЫЙ ПОВОД.
ПРОСТО НУЖНА КОМПАНИЯ. МОЖНО
ПРЕВРАТИТЬ **ИНСАЙТ В ОПТИМИЗАЦИЮ?**

group4media



Наша гипотеза

**При постановке
ТВ-рекламы Додо
в передачи совместного
ТВ просмотра,
конверсия показа
в заказ Додо
будет выше**



СОВМЕСТНЫЙ ТВ-ПРОСМОТР – МАСШТАБНОЕ ЯВЛЕНИЕ, СВОЙСТВЕННОЕ 38 МИЛЛИОНАМ ДОМОХОЗЯЙСТВ

group4media



Доли домохозяйств по размеру ■ 2010 ■ 2020



Источник: Росстат, перепись населения

60%

или

38 М

домохозяйств
в России состоят
из 2х и более
человек и они
часто собираются
вместе у ТВ



В Q1 2024 МЫ ДЕТАЛЬНО ИЗУЧИЛИ ПАТТЕРНЫ ТВ-СМОТРЕНИЯ РАЗНЫХ ГРУПП ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

group4media



СМОТРИТ ОДИН

Мужчина



«Молодежка»
СТС Love



СМОТРЯТ ВМЕСТЕ

Мужчина и женщина в паре



«Великолепная пятерка»
Пятый канал



СМОТРИТ ОДНА

Женщина одна



«Четыре свадьбы»
Пятница



КАК И В 2023, БЛАГОДАРЯ КОНВЕРСИОННОЙ ЭКОСИСТЕМЕ МЫ ОЦЕНИЛИ ПОТЕНЦИАЛ ОПТИМИЗАЦИИ: КОНВЕРСИЮ ПРОСМОТР -> ЗАКАЗ ДОДО

group4media



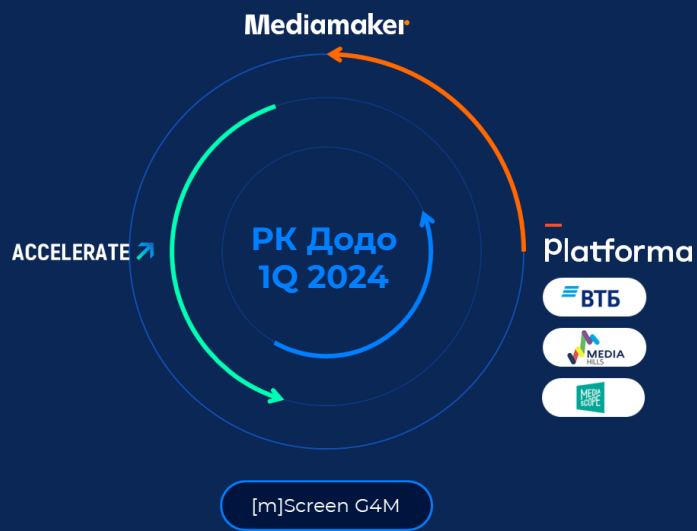
Конверсионный анализ в заказ для видевших ТВ-рекламу в совместном просмотре и при одиночном просмотре



Споты с одиночным просмотром



Споты с совместным просмотром



Данные о ТВ-просмотрах
>4 МЛН ПРОСМОТРОВ



Данные о транзакциях
в ресторанах Додо Пицца
> 16 ТЫС. ЗАКАЗОВ

Источник: статистика Платформа Больших Данных, 1Q 2024

КОНВЕРСИЯ ПОКАЗА ТВ-РЕКЛАМЫ В ЗАКАЗ ДОДО ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ВЫШЕ ПРИ СОВМЕСТНОМ ПРОСМОТРЕ

group4media



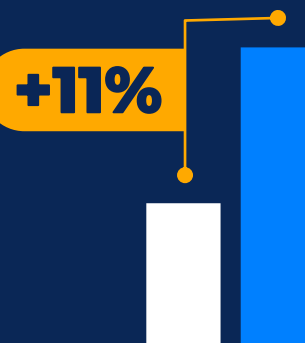
**Совместный просмотр приносит
стат. значимый рост конверсии**

■ Одиночный просмотр ■ Совместный просмотр

Конверсия
в заказ выше
при совместном
просмотре у женщин



Женщины



Мужчины

Конверсия
в заказ выше
при совместном
просмотре у мужчин



В 1Q 2024 ПОСТАНОВКА КАМПАНИЙ ДОДО В СОВМЕСТНЫЙ ПРОСМОТР УЖЕ БЫЛА ВЫШЕ РЫНОЧНОЙ

group4media



> 43%



> 10%



Объем рейтингов
с совместным
ТВ- потреблением
в кампаниях
Додо 1Q 2024



Объем рейтингов
с совместным
ТВ -потреблением
в натуральном
сплите 1Q 2024

Источник: Эстимация Group4Media на основе данных Mediascope, TV Index, Россия 0+,
весь день, Все 4+, 03.01.2022 – 29.09. 2024, Total Channels TVRч

УЧИТЫВАЯ СЕЗОННЫЕ КОЛЕБАНИЯ ТВ-СМОТРЕНИЯ ВЫЗОВОМ СТАЛО СОХРАНЕНИЕ И УСИЛЕНИЕ ПРЕИМУЩЕСТВА В Q3

group4media



-54%



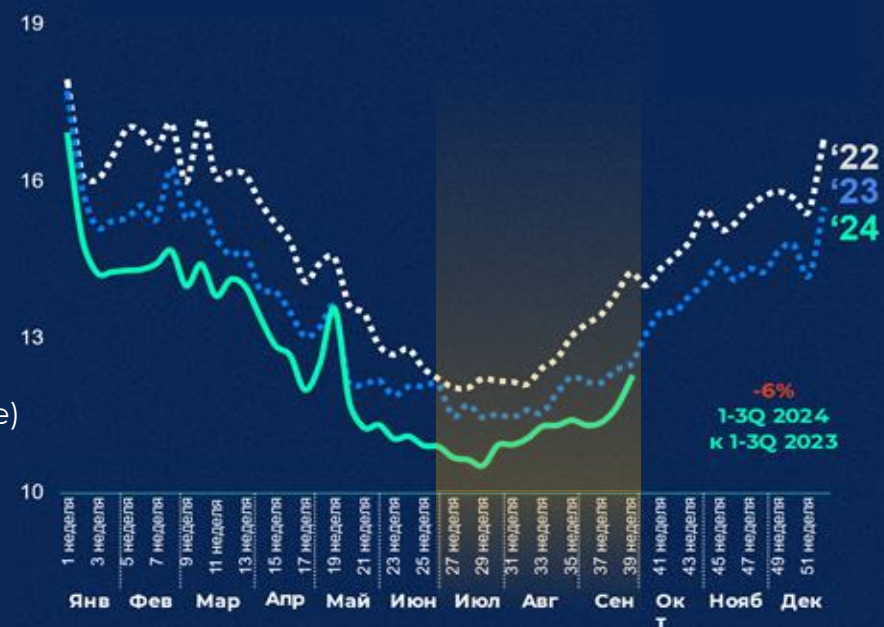
Совместное телесмотрение в натуральном сплите падает в Q3 vs. Q1 у обеих групп

(% рейтингов в общем сплите)

-44%



Total TVR, Дом



Источник: Эстимация Group4Media на основе данных Mediascope, TV Index, Россия 0+, весь день, Все 4+, 03.01.2022 – 29.09. 2024, Total Channels TVR

ВНЕДРЕНИЕ: ПРИНЕСЛО РОСТ ДОЛИ СОВМЕСТНОГО ПРОСМОТРА В РК ДОДО, ПРОВЕДЕННОЙ В Q3, НЕСМОТРЯ НА СЕЗОН

group4media

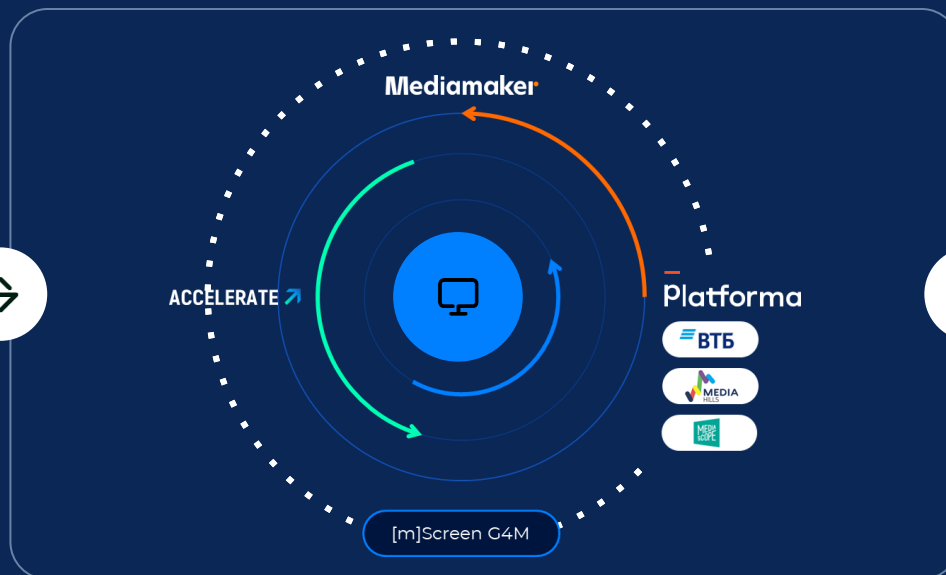


Прирост доли совместного просмотра в размещении Додо, РК vs. Рынок, TVR

1Q 2024

>43%

>10%



3Q 2024

>145%

>71%



Источник: Эстимация Group4Media на основе данных Mediascope, TV Index, Россия 0+, весь день, Все 4+, 03.01.2022 – 29.09. 2024, Total Channels TVR

ОПТИМИЗАЦИЯ ПОМОГЛА СОХРАНИТЬ ПОВЫШЕННУЮ КОНВЕРСИЮ СОВМЕСТНОГО ПРОСМОТРА В СРАВНЕНИИ С ОДИНОЧНЫМ

group4media



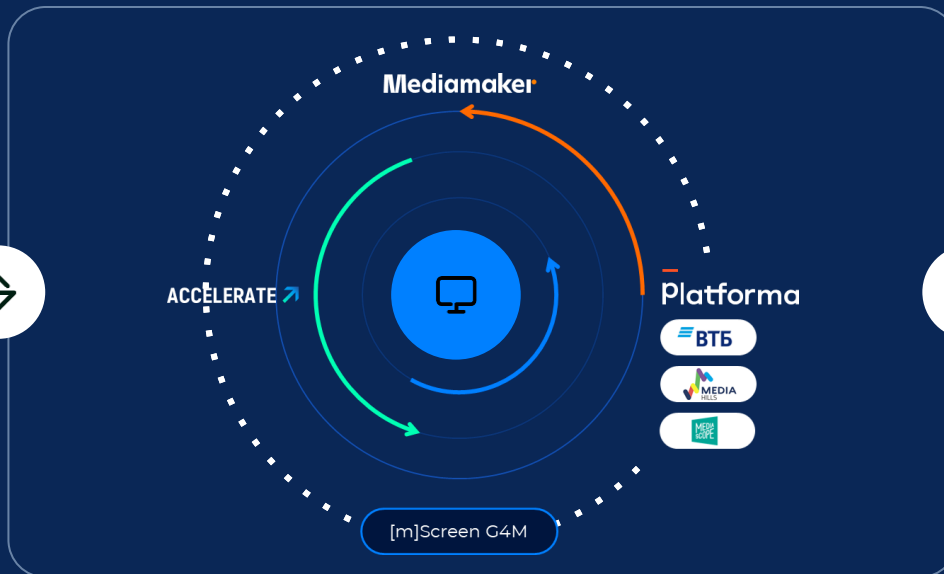
НЕСМОТЯ НА СЕЗОН

Выигрыш в конверсии совместный vs одиночный просмотр рекламы, РК Додо

1Q 2024

>11%

>13%



3Q 2024

>11%

>12%



Источник: статистика Платформа Больших Данных, 1Q 2024, сентябрь 2024

ОПТИМИЗАЦИЯ НА СОВМЕСТНЫЙ ПРОСМОТР ПРОДОЛЖИЛА УСИЛЕНИЕ ОТДАЧИ ТВ-РЕКЛАМЫ, БЛАГОДАРЯ НАШЕЙ КОНВЕРСИОННОЙ ТВ-ЭКОСИСТЕМЕ

group4media



Q1'23



Медиапланирование на базе эконометрики

x2.4

O2O результат: ТВ-конверсия Dodo выше бенчмарков



Конверсия рекламных контрактов в ТВ

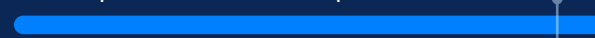
02 Q3'23



Планирование с экосистемой – оптимизация досматриваемости

+11.4%

↗ Хорошая досматриваемость



↘ Слабая досматриваемость



Средняя ТВ конверсия Додо

03 NOW



Планирование с экосистемой — оптимизация совместного просмотра

+11%

+12-13%



**ЭТОТ ГОД —
СЛЕДУЮЩИЙ ГОД**

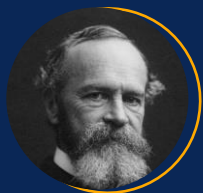
КОНФЕРЕНЦИЯ

group4media

РЕЗУЛЬТАТ КАК ОБРАЗ МЫШЛЕНИЯ

“

**ВЫ МОЖЕТЕ ИЗМЕНИТЬ
СВОЮ ЖИЗНЬ,
ИЗМЕНИВ СВОЮ
МЫСЛЬ**



Уильям Джеймс,
Американский философ
и психолог

