

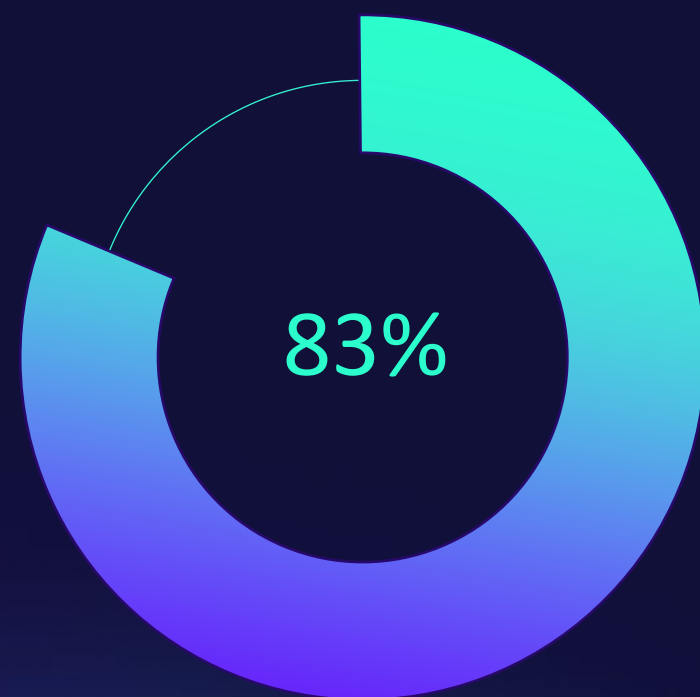
МЕРЧ-

Исследование → Эксперимент → Результат

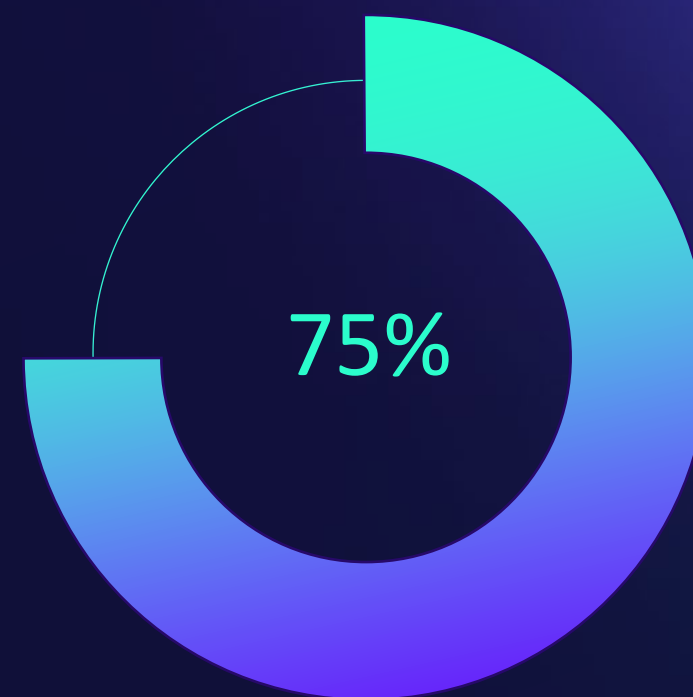
МЕТРИКА



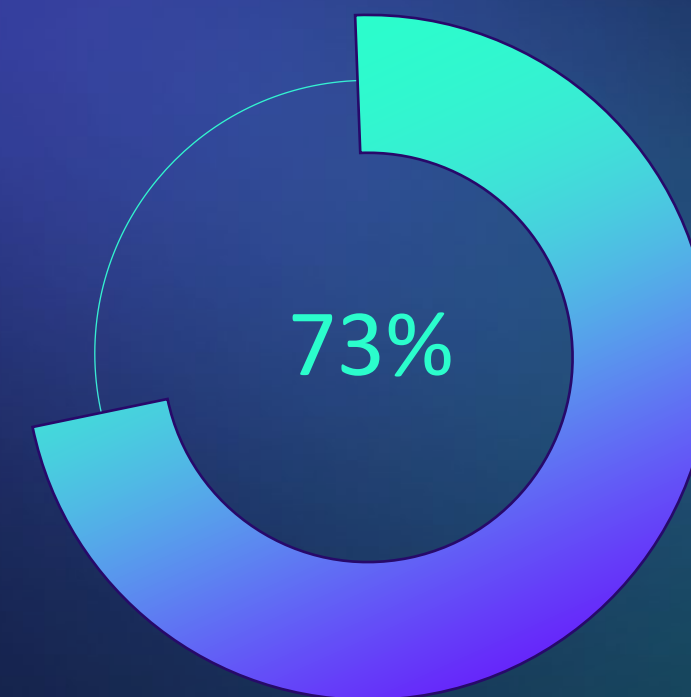
Предпосылки создания эксперимента



Стали бы более лояльны к бренду,
который им предоставил рекламный
продукт



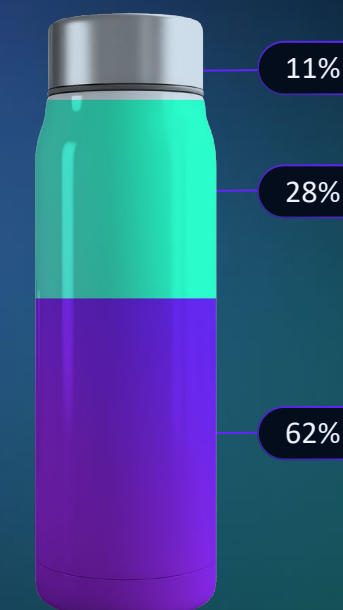
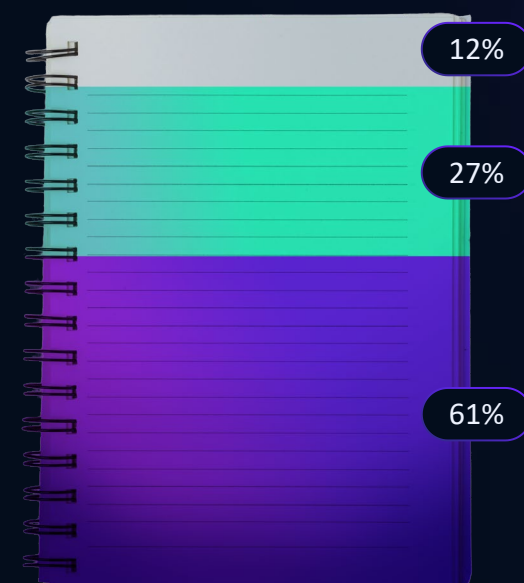
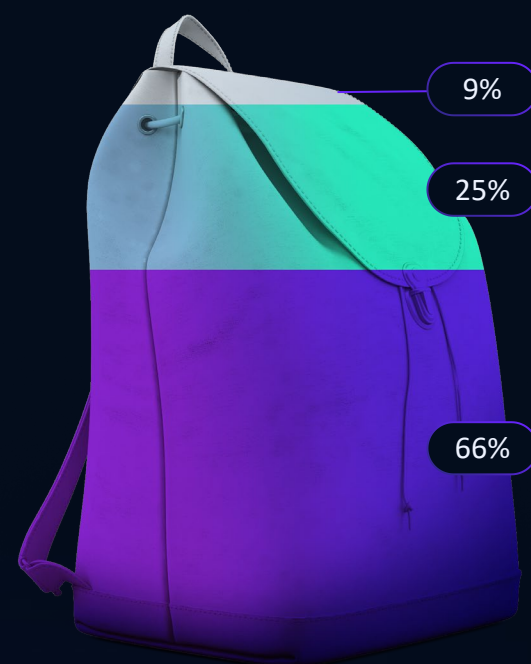
С большей вероятностью купят
у компании, которая предоставила рекламный
продукт, чем у знакомой ранее компании, но без
рекламного продукта



С большей вероятностью купят
у компании, предоставившей рекламный
продукт

Отчет за Q1 2023

Предпосылки создания эксперимента



66%

Я бы хотел получать промопродукцию от брендов, которые мне нравятся

61%

Я буду искать информацию о бренде, получив от него подарок

52%

Я чувствую себя частью команды, когда получаю мерч от моего работодателя

62%

Я признателен работодателю за корпоративные подарки

■ — да ■ — не знаю ■ — нет

Почему MAER и СберМаркетинг

СберМаркетинг

- SberShop — крупнейший магазин корпоративного мерча в РФ (более 3500 SKU)
- Опыт команды более 20 лет на рынке мерча
- Гаянэ Тищенко — председатель промокомитета АКАР
- Умеем работать с данными

MAER

- 20 лет на рынке
- Собственные разработки и технологии расчёта OTS и GRP
- Член АКАР, IAB Russia и Международной рекламной ассоциации (IAA)



МЕРЧ

Это продукция с фирменной символикой компании, мероприятия или известной личности, она обладает рядом неоспоримых преимуществ, включая долгосрочные и многократные контакты в ближайшем окружении человека и высокий уровень доверия.

79,4%



Владеют мерчем

85,8%



Пользуются чем-либо из имеющегося мерча в течение года

61,2%



За последний год видели мерч у кого-либо из других людей

Статистика

Самые известные бренды — изготовители мерча

40%

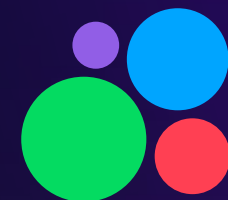
Обращают внимание
на брендовые
футболки

2–4 года

Средняя продолжительность
пользования мерчем
в зависимости от его типа

47%

Опрошенных знают
мерч этой компании



A

40%



k



38%

Я

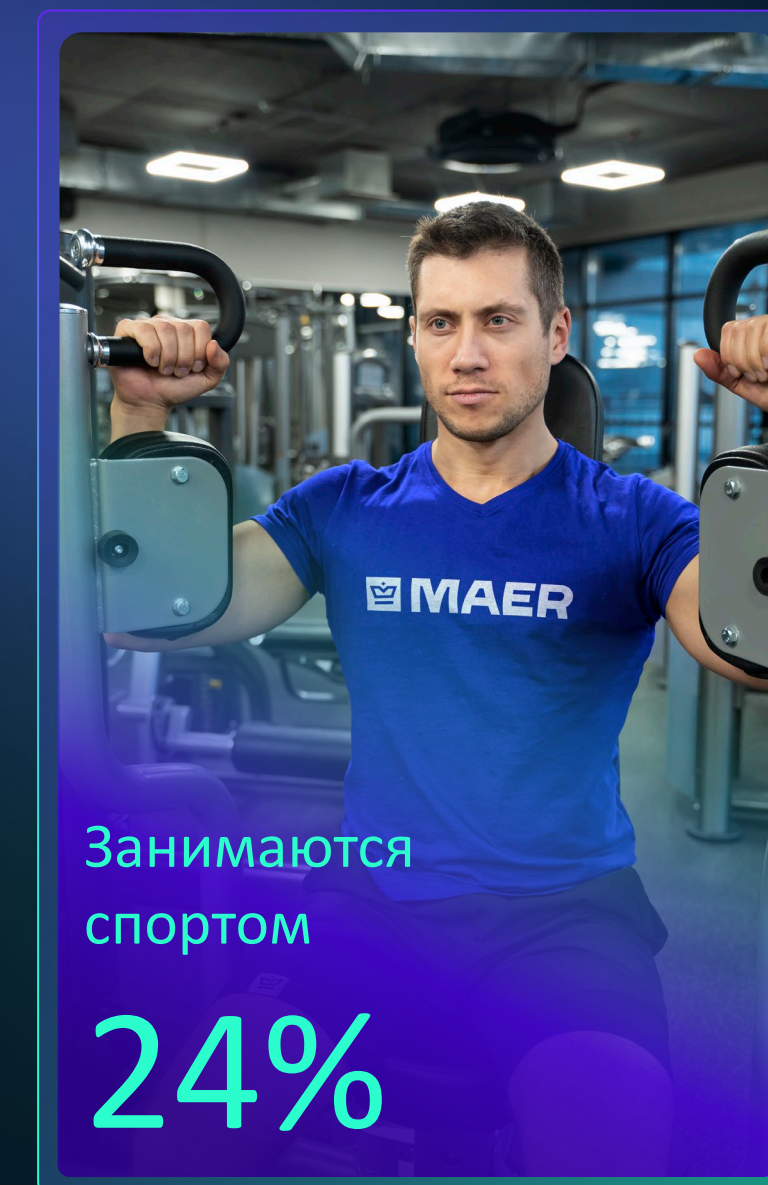
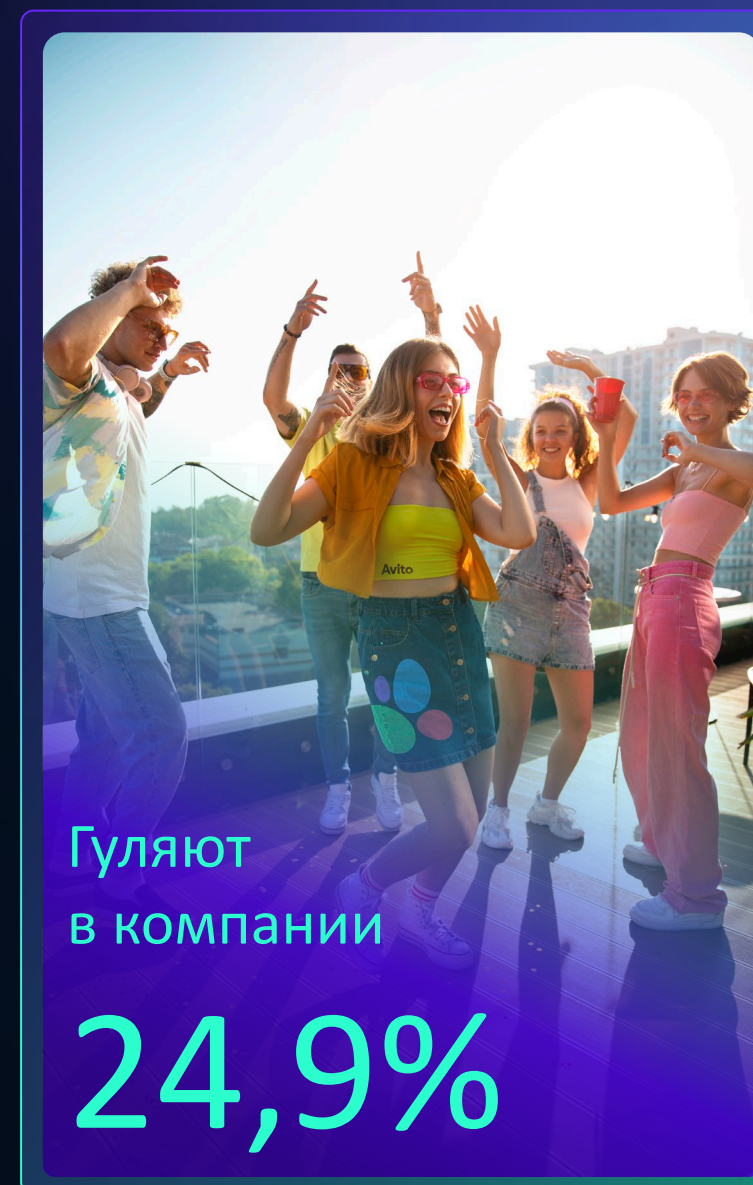
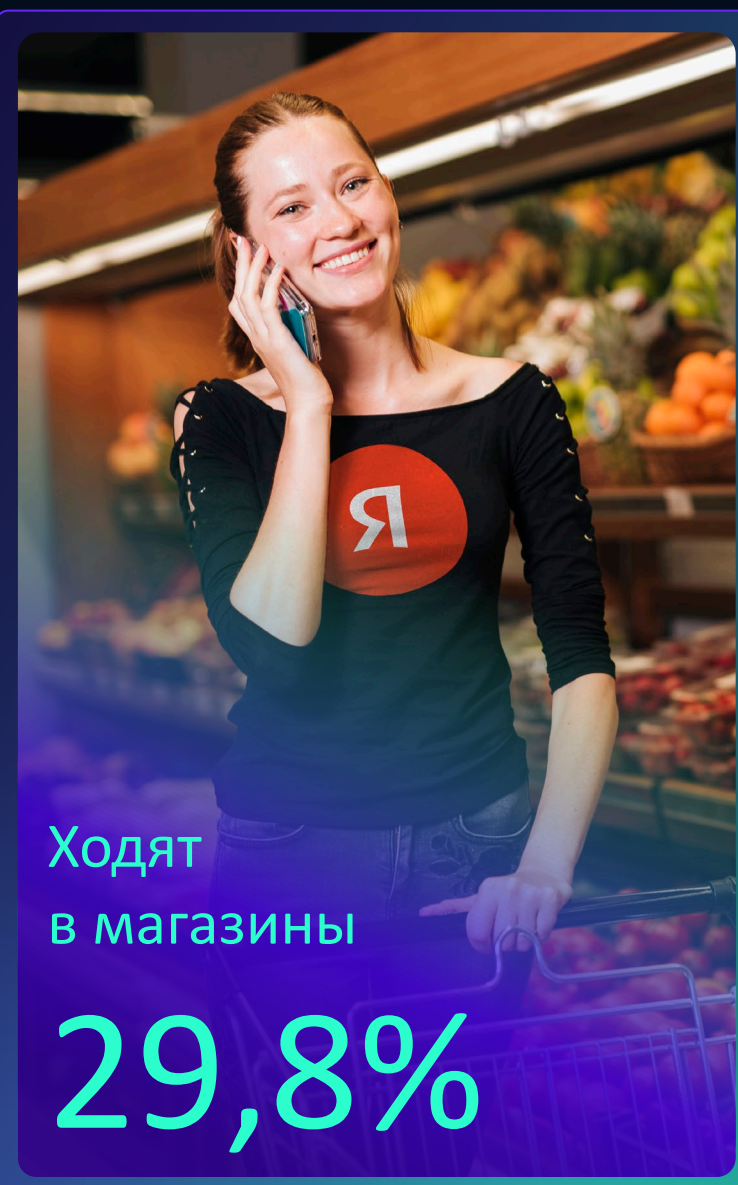
40%



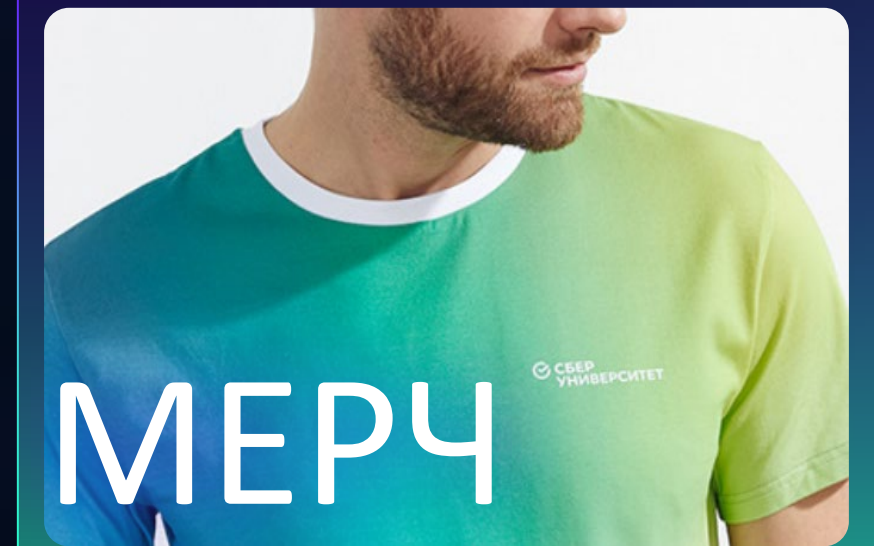
М Т
С



Чем занимаются носящие мерч?



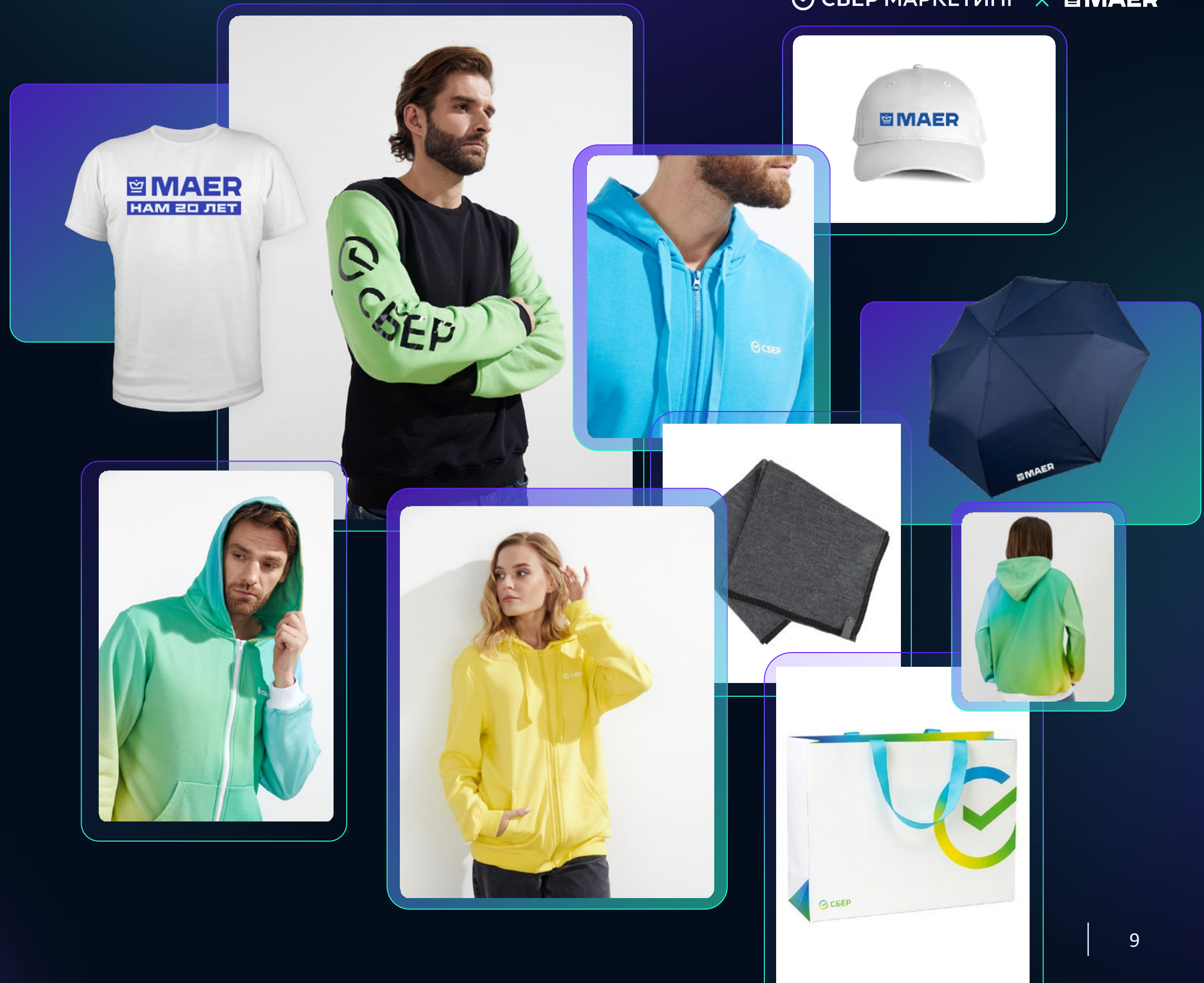
Мерч — измеримый рекламный носитель?



Задача проекта

Взглянем на мерч с **новой перспективы** — как на эффективное средство рекламы.

Оценим **эффективность мерча** как рекламного инструмента?



Подход

Какие данные мы использовали

Эксперимент с камерами и обработкой ИИ

Участники ходили в мерче со специализированными камерами для оценки окружающего пространства, нейросети считали число уникальных контактов.



Репрезентативный опрос населения о ношении и просмотре мерча

18–60 лет,
Россия, 100 000+,
1465 онлайн-анкет, Tiburon Research, октябрь 2023 г.



Данные вторичных исследований

- Росстат
 - ВЦИОМ
 - Социальный фонд России
 - Гидрометцентр
 - Gismeteo
 - «Я. Погода»
- и другие.



Медиаметрические показатели

Разработать систему для оценки рекламных
показателей мерча

OTS

Число людей, которые
могли видеть данный
мерч

1

Частота

Количество раз, когда
человек смог увидеть
мерч

2

Охват

Число людей,
которые видели мерч
хотя бы один раз

3

CPT

Стоимость 1000
показов данного
мерча

4

Эксперимент

Описание эксперимента

В эксперименте приняли участие люди из разных социальных групп, которые в течение двух дней носили мерч и камеры, фиксирующие окружающее пространство. Данные обработали с помощью ИИ.

Раздаточные материалы



- Худи
- Шарф
- Пакет



- Футболка
- Зонт
- Кепка

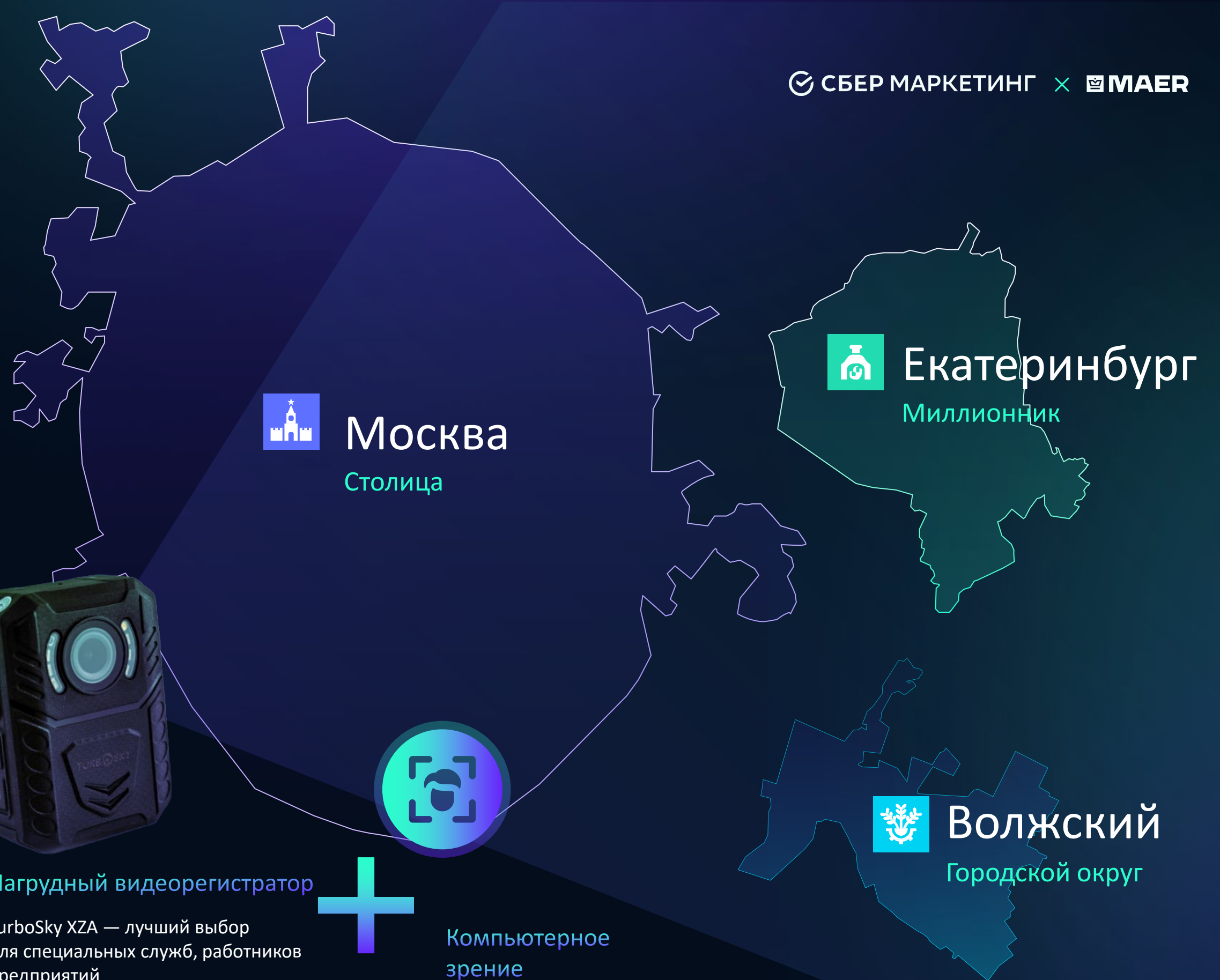


Нагрудный видеорегистратор

TurboSky XZA — лучший выбор для специальных служб, работников предприятий и тех, кто хочет фиксировать все происходящее вокруг.



Компьютерное зрение



Эксперимент

Наше восприятие не всегда объективно

Средние данные по всем участникам эксперимента

Как считает человек



823

Как считает машина



1317

Помимо стандартных локаций наши камеры также побывали на вечеринке, в автомастерской, в гостях и на массаже*

* Дополнительный опрос участников эксперимента:

1 «Пожалуйста, вспомните, сколько человек вы видели сегодня?» (+ предложенная разбивка по локациям).

2 «Вспомните сегодняшний день. Если локаций нет в перечне, пожалуйста, напишите свой вариант».

Эксперимент

Результаты

ОХВАТ



1317

человек в час

Средневзвешенное значение человек в час вне зависимости от региона

1238

Улица

1327

Транспорт

1413

Общественное место

Средневзвешенное значение человек в час по городам

1533

Москва

1836

Екатеринбург

626

Волжский

Статистика

Как вы проводите свободное время?

Каким образом вы обычно проводите свой досуг (свободное время)?*

(Закрытый вопрос, до пяти ответов, % от всех опрошенных)

Более 80% молодежи
в возрасте от 15 до 23 лет
свободное время проводят
на улице и общаются
с друзьями



Статистика

Среднее количество человек (семья/друзья)

5 Семья

15 Близкий круг
общения

50 Расширенная семья,
коллеги по работе и
друзья по интересам



Средние показатели на человека (работа/дом)



Москва



Екатеринбург



Волжский

Количество контактов
в день
OTS*

126

207

309

Средний охват
Человек

28

26

39

* Количество контактов за 8 рабочих часов и 8 часов дома, рассчитано исходя из модели «1 контакт в час».

На основе данных по количеству работающих людей, количеству предприятий, населению города, среднему количеству людей на предприятии по каждому городу: rosstat.gov.ru, www.mos.ru, фси.пф, service.nalog.ru/gosreg/statistics, www.vedomosti.ru, bdex.ru/naselenie/volgogradskaya-oblast/voljskiy, открытые данные.

Методология

Время математики

Частота в месяц

1,65

Москва

1,40

Екатеринбург

2,42

Волжский

Особенность небольших городов — высокая частота контакта

Формула Байеса

$$P(A/B) = (P(B/A) * P(A)) / P(B)$$

Распределение Пуассона (ВЕРИФИКАЦИЯ)

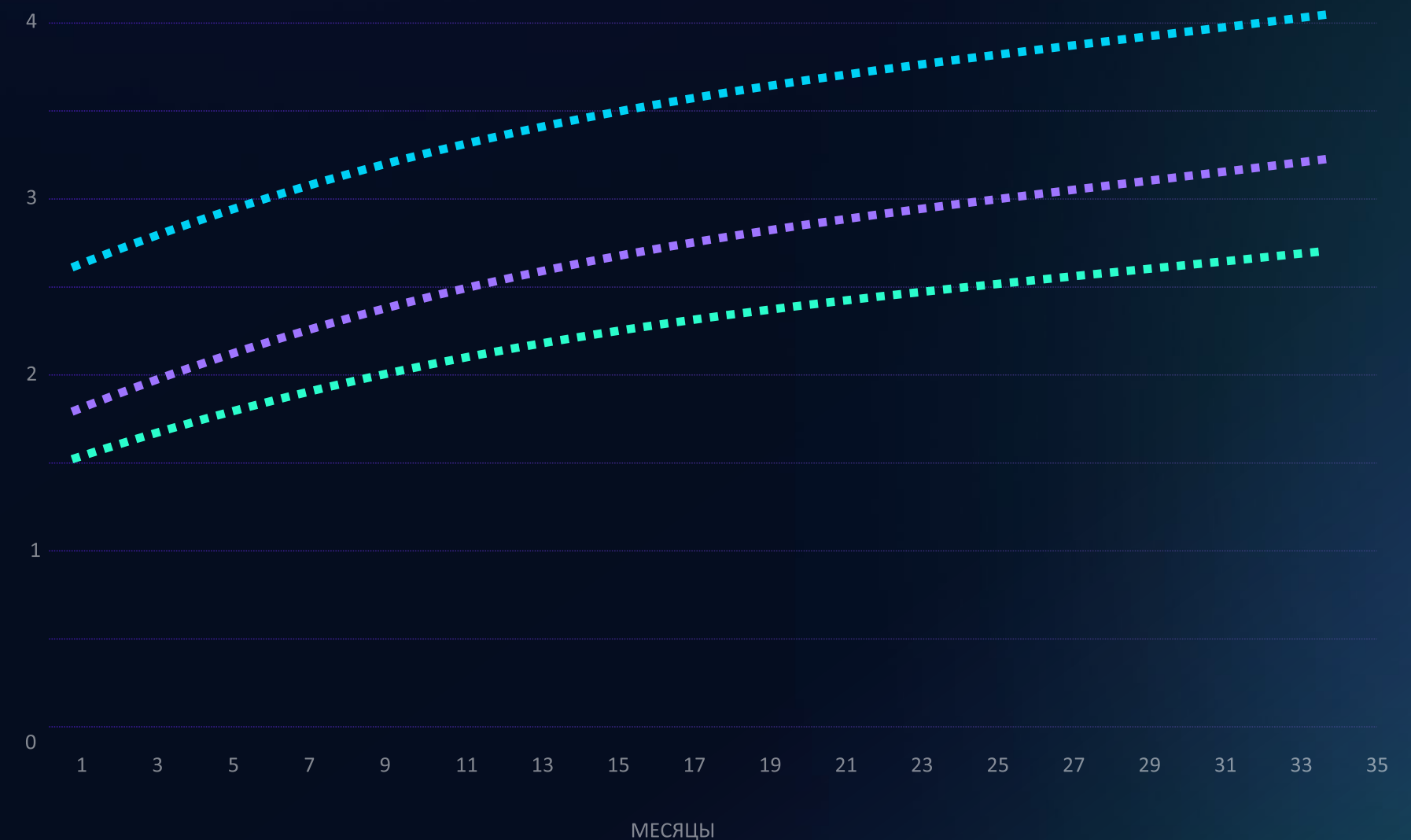
$$P(k) = (e^{-nP_single_contact} * (nP_single_contact)^k) / k!$$

Биномиальное распределение (ВЕРИФИКАЦИЯ)

$$P(k) = C(n, k) * (P_single_contact^k) * ((1 - P_single_contact)^{(n - k)})$$

Пользуемся формулой Байеса для оценки вероятности события

ЧАСТОТА



* Расчёт Москвы произведён по географическим зонам: районы.

Для оценки частоты контактов использовали распределение Пуассона или биномиальное распределение для верификации результатов, полученных по формуле Байеса.

Выводы

01

Длительное время контакта
в близком кругу

02

Высокий уровень
доверия

03

Низкая стоимость
контакта

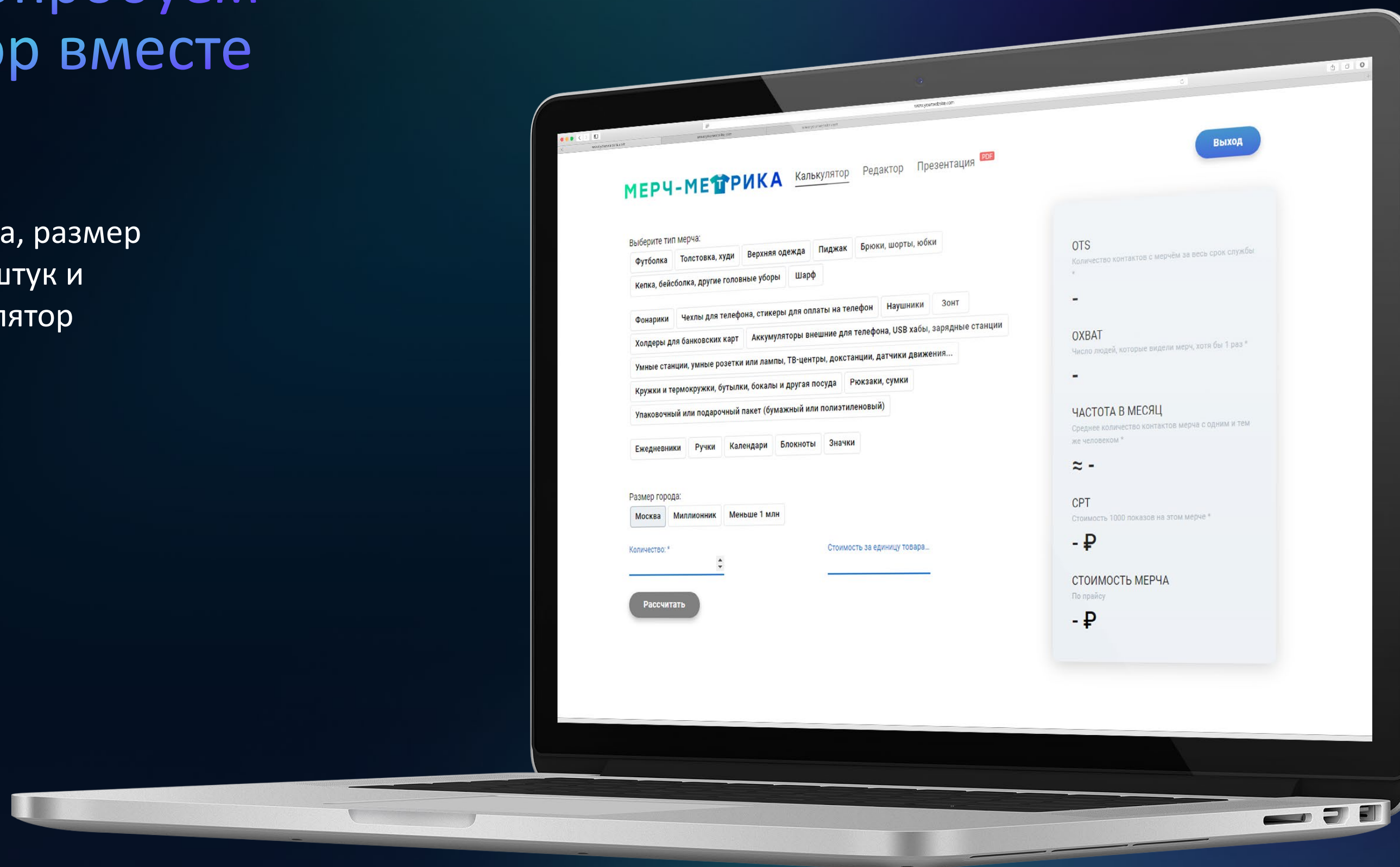
Дом и работа не оказывают сильное влияние на количество контактов,
но это близкий круг людей с максимальным временем и частотой контакта

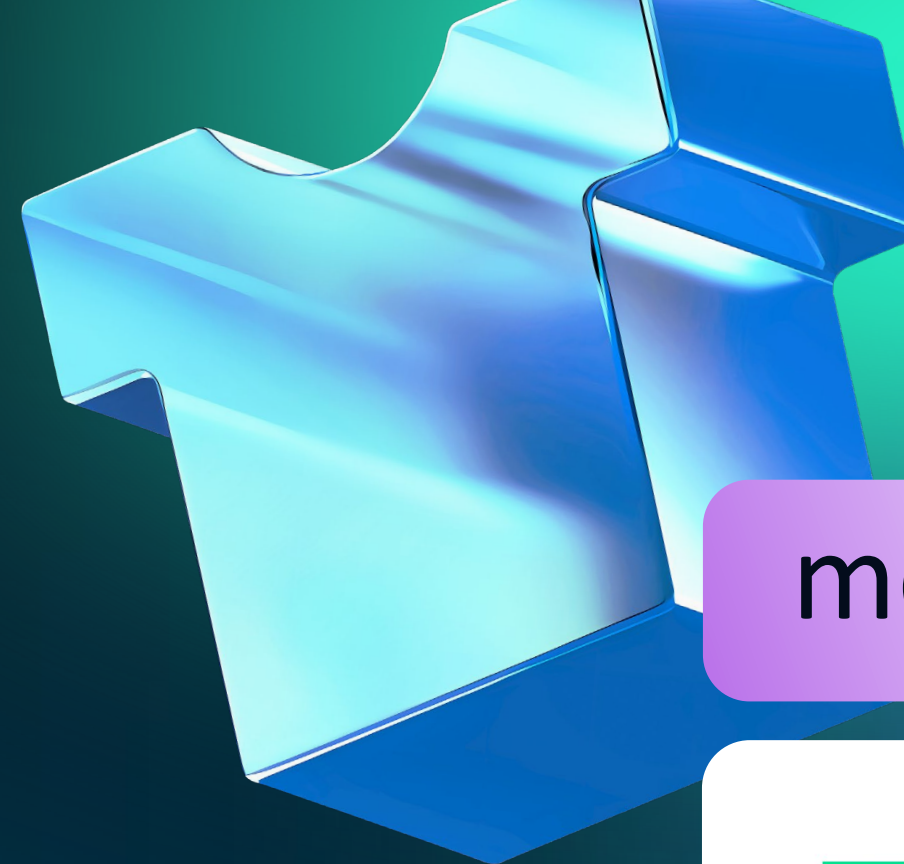
**МЕРЧ —
ИЗМЕРИМЫЙ
РЕКЛАМНЫЙ
ИНСТРУМЕНТ!**

Давайте попробуем калькулятор вместе

Выбирайте тип мерча, размер города, количество штук и стоимость — калькулятор рассчитает вам показатели:

- OTS
- Охват
- Частота
- СРТ





merchmetrika.ru

калькулятор

мерча

пробуйте и делитесь своими
впечатлениями!

