

**Experiential маркетинг–  
построения имиджа бренда  
через вовлекающие  
эмпирические активации**

MONSTARS MOSCOW

РОЛИК

## MONSTARS

Коммуникационное агентство **MONSTARS** было основано в **2009** году как творческая студия в области маркетинговых коммуникаций. В начале **2010** года группа **MONSTARS** собрала сильную команду профессионалов и вышла на рынок, предоставляя следующие услуги: креативная стратегия, организация мероприятий, он-трейд и оф-трейд продвижение, консалтинг, бизнес мероприятия, PR, digital и дизайн.

Сегодня **MONSTARS** реализует интегрированные проекты для ведущих российских и международных компаний, предлагая эффективные решения в области бренд стратегии, PR, digital, дизайн и реализации мероприятий.

Группа **MONSTARS** получила множество наград за реализацию проектов:

- Лучшее музыкальное событие 2012 года по версии theVillage - Martini Art Love. Кино
- Лучший музыкальный фестиваль 2013 по версии theVillage theVillage - Martini Art Love
- Промоутер 2014 года по версии журнала Interview
- Лучшая реализация стратегии бренда 2015 по версии Event.ru - Jameson Sips&- Chips
- Лучшая реализация стратегии бренда 2016 по версии Event.ru - ЦДМ. Начало волшебных перемен

The  
Village

2012

The  
Village

2013

#HOW  
TOBE  
COOL

2014



СОБЫТИЕ ГОДА

2015



СОБЫТИЕ ГОДА

2016

## ЭКСПЕРТИЗА

MON —  
STAR 2  
— EVENT

## ПРОДВИЖЕНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЙ

ИВЕНТ-МАРКЕТИНГ ПРОДВИЖЕНИЕ В NORECA,  
КОРПОРАТИВНЫЕ И ЧАСТНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ,  
MICE И КОНФЕРЕНЦИИ

MON —  
STAR 2  
— PR

## PR

PR-СОПРОВОЖДЕНИЕ ПРОЕКТОВ  
БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ  
PR-ПОДДЕРЖКА МЕРОПРИЯТИЙ  
ПЕРСОНАЛЬНОЕ PR-СОПРОВОЖДЕНИЕ  
ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ПРЕСС-  
МЕРОПРИЯТИЙ  
PR-ТРЕНИНГИ

MON —  
STAR 2  
— DGT L

## DIGITAL

DIGITAL И МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ,  
ПРОДВИЖЕНИЕ В DIGITAL, КОММУНИКАЦИЯ В  
СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ, ПОСЕВ,  
РАЗВИТИЕ ВЕБ И ПРИЛОЖЕНИЙ  
ОТСЛЕЖИВАНИЕ ТРЕНДОВ В СОЦИАЛЬНЫХ  
СЕТЯХ  
РАБОТА С ЛИДЕРАМИ МНЕНИЙ

MON —  
STAR 2  
— DSGN

## ДИЗАЙН И КРЕАТИВ

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ КРЕАТИВНЫЙ ДИЗАЙН 2D  
И 3D ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН, ВИЗУАЛЬНАЯ  
АЙДЕНТИКА, ЛОГО И БРЕНДИНГ,  
ВЕБ ДИЗАЙН, PRODUCT DESIGN



2017 Фестиваль X FEST 2017 Samsung QLED Maxima Telecom SPB VIBER VFNO

# Что такое **Experiential** маркетинг

EXPERIENTIAL MARKETING или Импирический маркетинг – это маркетинг, основанный на опыте – иными словами, маркетинг впечатлений

Инструменты **experiential** маркетинг помогают эмоционально вовлечь потенциального потребителя в коммуникацию с брендом.

Технологии **experiential** кампаний позволяют вызывать чувства у потенциальных покупателей по отношению к продукции и услугам бренда, таким образом создавая более прочные отношения.

Кампании и проекты разрабатываются на основе анализа реального опыта потребителей, который они приобрели, взаимодействия с продуктом бренда или аналогичным продуктом.



# Legoland







# MISSION TO THE EDGE OF SPACE

THE INSIDE STORY OF RED BULL STRATOS

adidas Originals | ORIGINAL is never finished

<https://www.youtube.com/watch?v=cv53BKMYsy0>

# ICE BUCKET CHALLENGE

<https://www.youtube.com/watch?v=XS6ysDFTbLU&nohtml5=False>

# Признаки эмпирического маркетинга

Вы можете просто определить, что имеете дело с эмпирическим маркетингом. Во-первых, вы лично участвуете в организованном брендом действии в качестве потенциального или существующего клиента. Во-вторых, действие сопровождается хотя бы одним из перечисленных ниже явлений:

- Вы испытываете эмоции.
- Вы ощущаете что-либо необычное. Эти ощущения связаны с конкретным продуктом. Речь может идти о вкусе кофе, ощущении полета, аромате духов, комплексе ощущений участника тест-драйва гоночного авто и т.п.
- Вы сами активно действуете. Например, вы пробуете кофе, тестируете новую операционную систему, отправляетесь в путешествие в Африку.
- Вы думаете, анализируете, сравниваете.
- Еще раз обратите внимание, ключевым признаком экспириентального маркетинга считается ваше личное участие в действии, организованном брендом. Режиссеры латиноамериканских сериалов вызывают у зрителей эмоции, а мастера пера могут помочь вам ощутить вкус мяса, которое ест с ножа отважный путешественник. Но если вы сами не прошли через опыт, об эмпирическом маркетинге речь не идет.

# Инструменты

- ✓ EVENT
- ✓ Флешмобы
- ✓ Работа с лидерами мнений
- ✓ Специальные проекты в СМИ
- ✓ Видеоролики

# Event

Мероприятие или серия мероприятий, на котором посетителям детально рассказывают про продукты, и его основные преимущества через декорации, UGS контент, интерактивные зоны.

EVENT (ИЛИ ЭВЕНТ) – ЭТО ШИРОКО РАСПРОСТРАНЕННЫЙ МЕТОД ПРОДВИЖЕНИЯ И ПОДДЕРЖАНИЯ МАРКИ ТОВАРОВ, КОМПАНИЙ, БРЕНДОВ И УСЛУГ.

ДЛЯ ЭТОГО ОРГАНИЗОВЫВАЮТСЯ ЯРКИЕ И КРАСОЧНЫЕ ЗАПОМИНАЮЩИЕСЯ МЕРОПРИЯТИЯ В ВИДЕ ПРЕЗЕНТАЦИЙ, ПРЕСС-ТУРОВ, ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЙ.

**-КОМУ И КАКОЕ СООБЩЕНИЕ ВЫ СОБИРАЕТЕСЬ ТРАНСЛИРОВАТЬ С ПОМОЩЬЮ СВОЕГО МЕРОПРИЯТИЯ?**

**-КАКОГО ЭФФЕКТА ВЫ ЖДЕТЕ ОТ СВОИХ ГОСТЕЙ?**

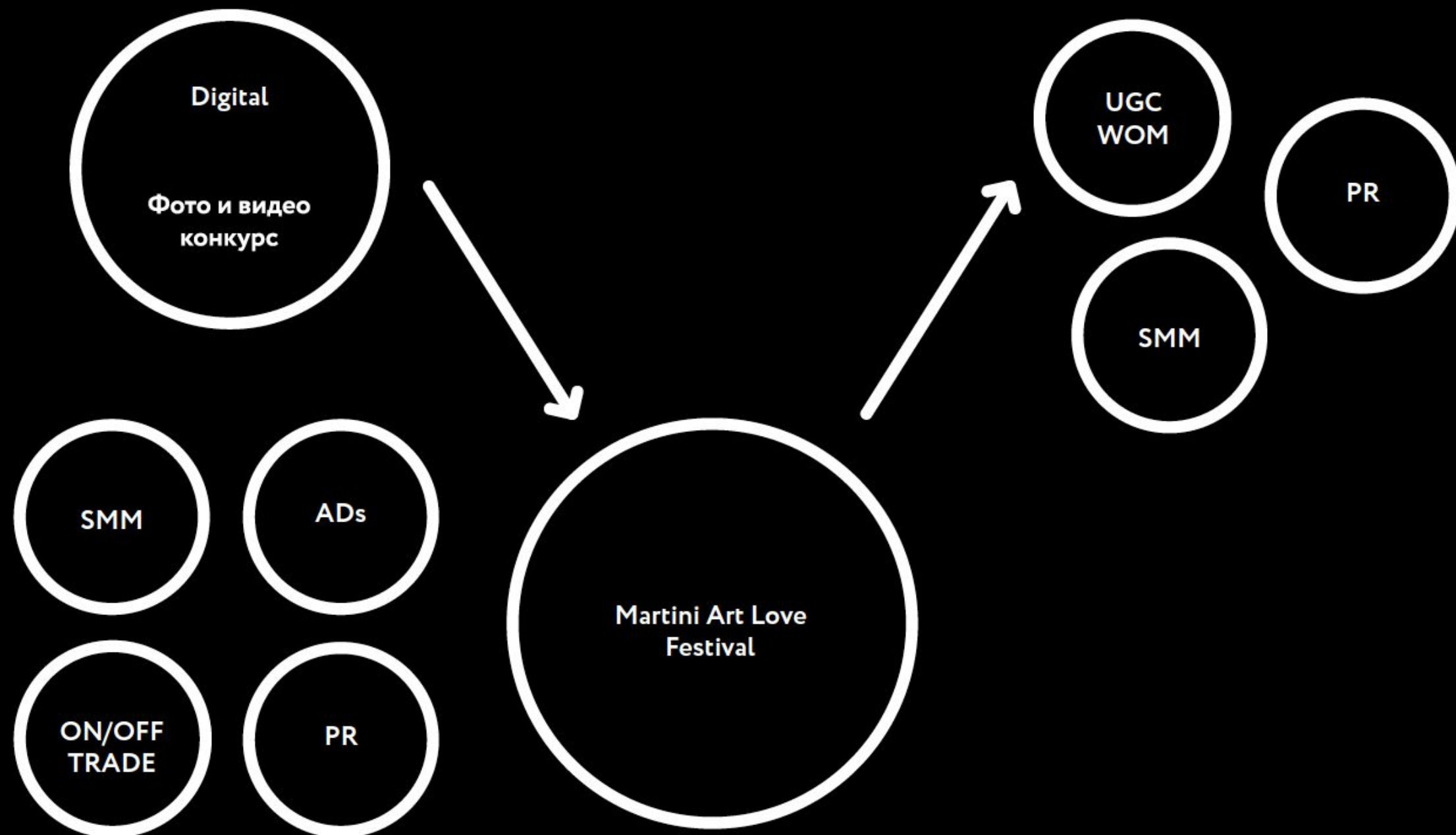
**-ЧТО ОНИ ДОЛЖНЫ ВЫНЕСТИ С ВАШЕГО СОБЫТИЯ?**

# MARTINI ART LOVE

<https://www.youtube.com/watch?v=cq14PoXYoaY>



# MARTINI ART LOVE 360





Heineken®

# HEINEKEN ZIP LINE ALFA FUTURE PEOPLE

КЛИЕНТ: HEINEKEN

ДАТА: ИЮЛЬ, 2016

ФОРМАТ: ОРГАНИЗАЦИЯ И  
ПРОИЗВОДСТВО ЗОНЫ HEINEKEN

СФЕРА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:  
EVENT, DESIGN, PRODUCTION





# THE MACALLAN AND STEVEN KLEIN TIME CAPTURED

КЛИЕНТ: THE MACALLAN

ДАТА: 11 НОЯБРЯ, 2016

ФОРМАТ:  
ПРЕЗЕНТАЦИЯ

СФЕРА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:  
EVENT, PR, SMM, PROMO, DESIGN



# JAMESON SIPS&CHIPS

## 2014 & 2015

CLIENT: JAMESON

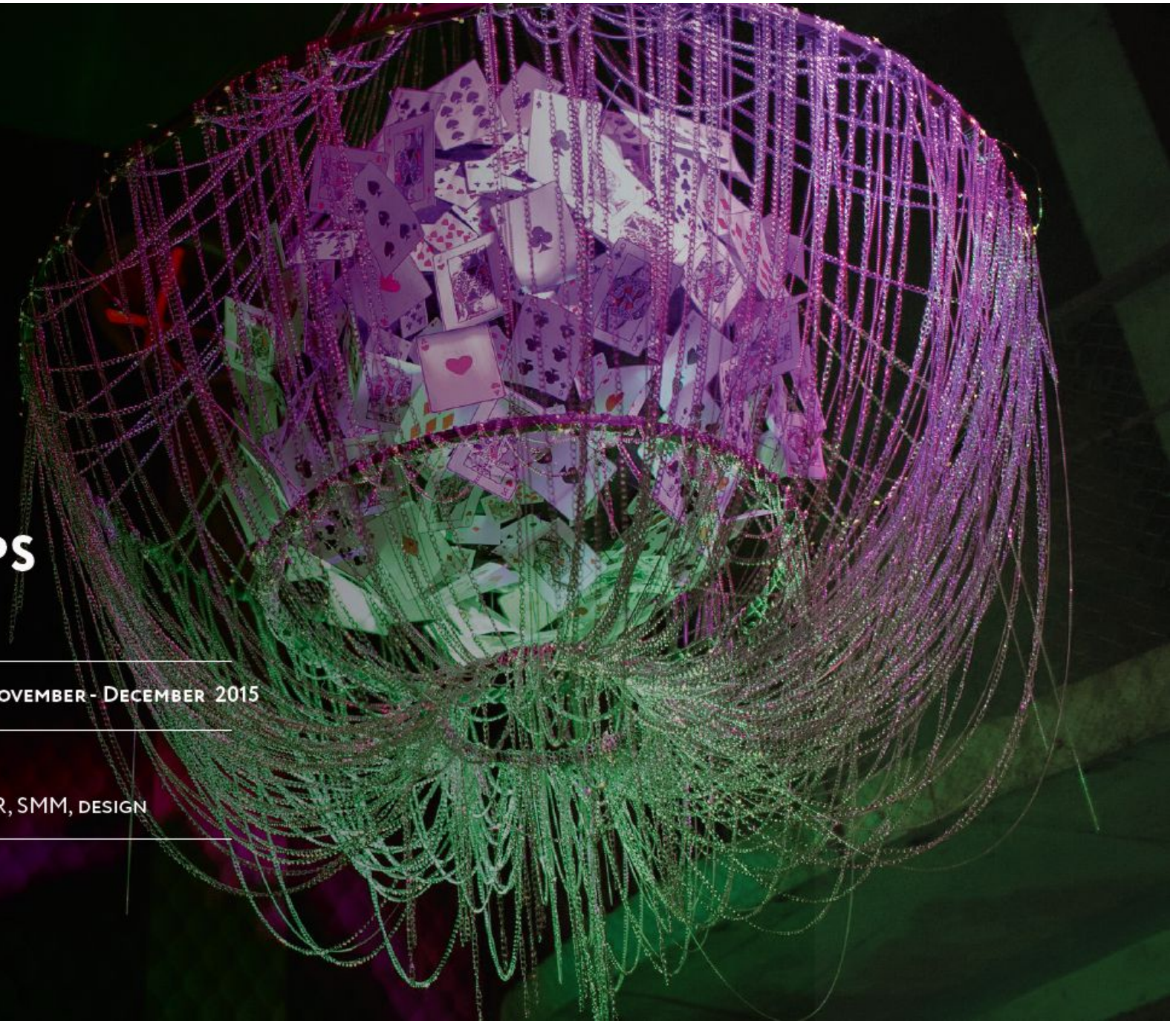
DATE: NOVEMBER - DECEMBER 2015

FORMAT:  
LIFESTYLE EVENT

AGENCY SCOPE:  
EVENT, PROMO, PR, SMM, DESIGN

AGENCY TASK:

- create series of poker games





# Повышение лояльности к региону и построение имиджа региона.

Событийное программирование в рамках региона

Тренд новой регионализации - социальный блокчейн - распределенные социо культурные центры и активации - формирование новых культурных кластеров и очагов через событийное программирование.

# Севастополь

- X FEST
- Опера
- Видеоролик Возвращение к себе



# СТАТИСТИКА ФЕСТИВАЛЯ

**Международный фестиваль экстремальных видов спорта XFEST собрал огромное количество молодёжи Севастополя. Всего зрителями стали **25 000 человек.****

За два дня площадку соревнований вейкборда посетило **6 500 человек.**

За два дня площадку соревнований скейтборда посетило **7 500 человек.**

За два дня концерта на площади Нахимова побывали более **11 000 человек.**

Спортсмены приехали из: Москвы, Санкт-Петербурга, Ростова, Самары, Симферополя, Севастополя, Краснодарского края, Нидерландов (Амстердам).

Всего в соревнованиях приняли участие **39 вейкбордистов и 55 скейтбордистов.**



## Описание Фестиваля

18 – 20 августа в Севастополе состоялся первый международный музыкальный фестиваль “Опера в Херсонесе”, который посетили более **3 000 зрителей**.

В рамках фестиваля был проведен ряд дополнительных активностей, таких как:

- Флешмоб в аэропорту г. Севастополя (6 августа)
- Пресс-конференция с участием организаторов, представителей городской администрации и директора Херсонеса (16 августа)
- Открытая репетиция оркестра и исполнение оперных произведений на яхте (16 августа)
- Пресс-конференция и благотворительный визит в детский дом с участием главных оперных исполнителей (18 августа)



# Тульская область

- Толстой Weekend
- ТулаТех

# Лидеры мнений – блоггер туры

Блоггер тур - принято называть мероприятие, подготовленное PR-службой специально для блоггеров, рассчитанное на достаточно продолжительное время (несколько часов, день, несколько дней) с целью получить в результате публикацию материалов о своей компании в instagram / facebook / youtube

Блоггер отличается от журналиста тем, что он сам себе главный редактор и фоторедактор, а значит его материал носит более личный характер, и, чаще всего, не имеет пре-модерации. Хотя бывает такое, что рекламодатели просят показать пост до публикации, но блоггер, в отличие от журналиста, может манкировать требованием исправить текст и опубликовать как есть.

На одном из первых мест для потребителя является word of mouth - сарафанное радио. Ценность даже одного пожизненно лояльного потребителя для любого крупного бренда зачастую исчисляется тысячами евро.

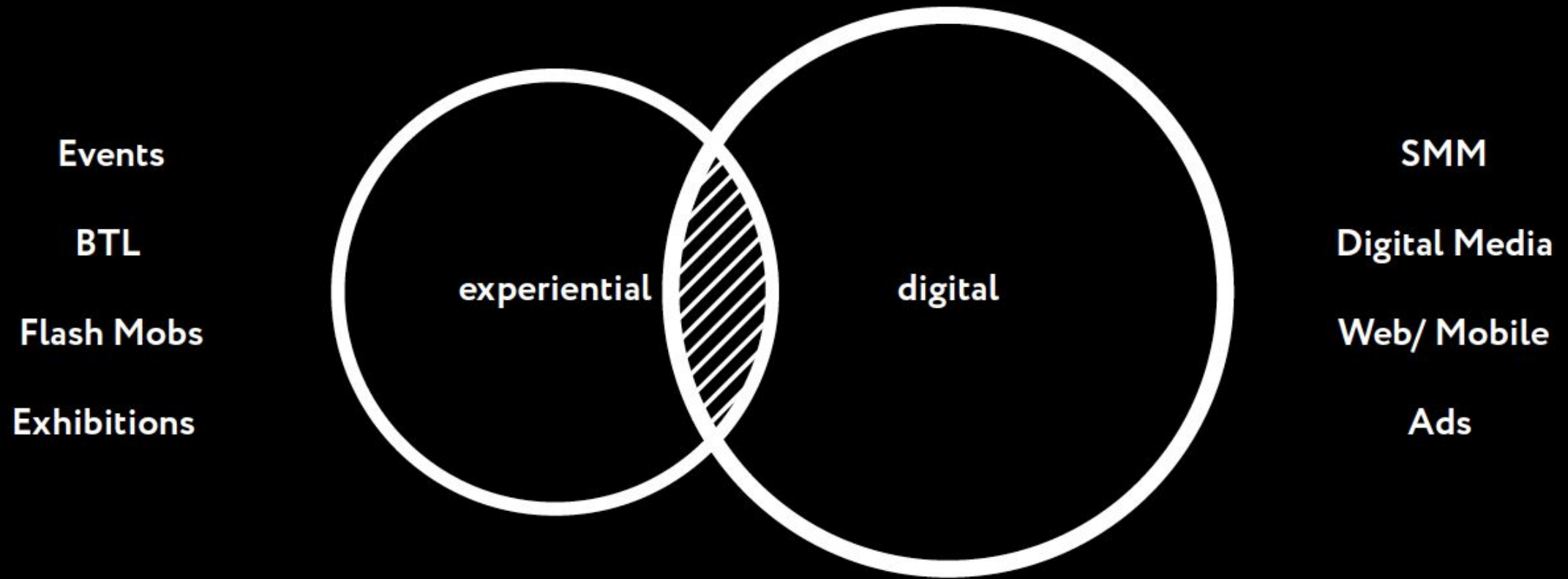
## Примеры

- X ФЕСТ
- Янтарная область

## Прочие примеры

- MALBORO
- MINI

# DIGITAL HASHE BCE



USG – USER GENERATED CONTENT  
WOM – WORD OF MOUTH

# MARKETING EVENT



# ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

Сейчас мы обсудим некоторые ключевые вещи, которые мы узнали о экспериментальном маркетинге.

1. Экспериментальная стратегия не всегда должна включать продукт. Пока результат представляет собой мощную положительную ассоциацию с брендом, стратегия всегда стоит того.
2. Помните о тенденциях поп-культуры и подумайте о способах включения их в свою экспериментальную стратегию.
3. Экспериментальный маркетинг более эффективен, когда он предлагает какую-либо реальную ценность для потребителя, будь то бесплатный продукт или новообретенные знания.
4. Никогда не бойтесь расширять границы. Экспериментальный маркетинг предназначен для того, чтобы оставить впечатление и постоянно подталкивать потребителя проверять пределы творчества и мышления.
5. Помните, что экспериментальная кампания может состоять из нескольких форм участия. Не ограничивайте себя только одним каналом взаимодействия с потребителями. (event + спецпроекты + flashmob)

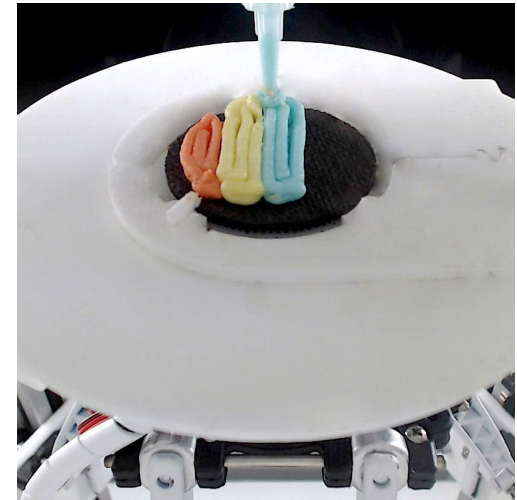
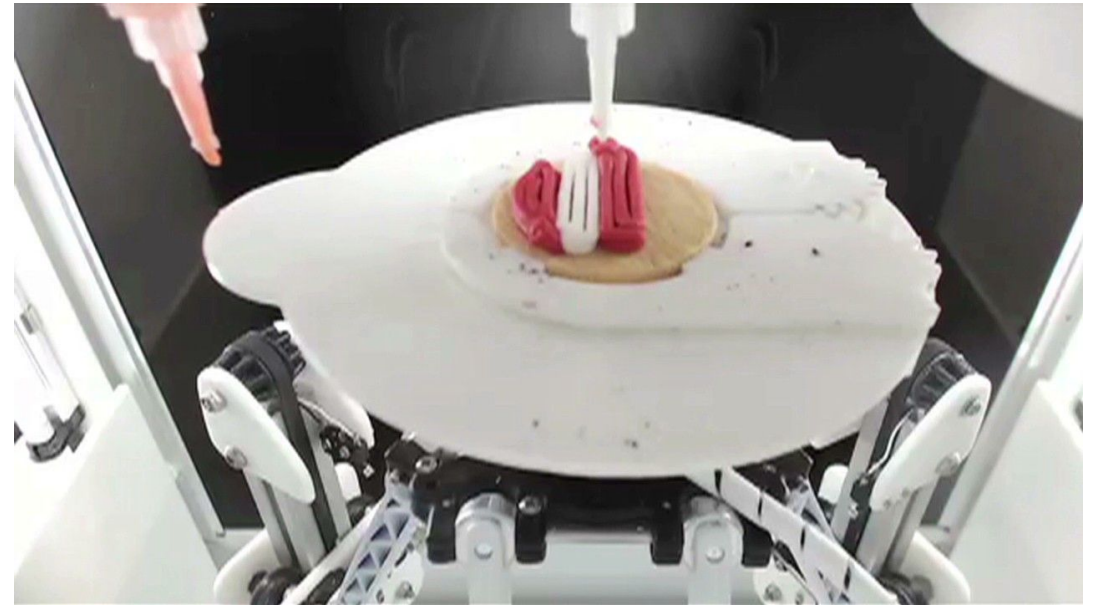
# ПОЛЕЗНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

## Книги

- ✓ Даниэль Канеман «Думай медленно... Решай быстро»
- ✓ Душкина Майя Рашидовна PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология. Учебное пособие.
- ✓ Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений
- ✓ «300 ключевых вопросов маркетинга: отвечает Филип Котлер» - М.: Олимп-Бизнес, 2006
- ✓ Experiential Marketing: Secrets, Strategies, and Success Stories from the World's Greatest Brands 2016 г.
- ✓ Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences Shirra Smilansky, 2017 г.



# 3D Oreos at SXSW



TNT - PUSH TO ADD DRAMA

**СПАСИБО**