

TRUEDIGITAL DAY

**РАЗРУШАЕМ
МИФЫ ПРО ТВ**

TRUEDIGITAL DAY



МИФ 1

ТВ – ЭТО ДОРОГО И НЕ ГИБКО

Для организации охватного флайта на федеральном ТВ нужно вложить сотни миллионов рублей.

А ещё на ТВ годовые, и даже более длинные сделки, и отклонения от них нещадно штрафуются.

МИФ 2

МОЯ АУДИТОРИЯ НЕ СМОТРИТ ТВ, И «ЛИШНИХ КОНТАКТОВ» МНОГО

Уровень телесмотрения снижается,
молодёжь вообще вся давно в digital мире.

А контакты с нецелевой аудиторией
ограничить мы не можем.

МИФ 3

МОЯ АУДИТОРИЯ СМОТРИТ ТОЛЬКО СТС/ТНТ/ПЕРВЫЙ КАНАЛ, ОСТАЛЬНЫЕ НЕ НУЖНЫ

По итогам опросов аудитория обычно отвечает, что видела нашу рекламу на крупных каналах. Да и я сам(а) смотрю этот канал...

МИФ 4

ТВ РАБОТАЕТ ТОЛЬКО НА ВЕРХНЕМ СЛОЕ «ВОРОНКИ», ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ПРОДАЖИ НЕОЧЕВИДНО

Говоря про ТВ, все обычно оперируют термином «Охват», а это соответствует слою Awareness. Плюс, тут нет прямой атрибуции, позволяющей построить путь пользователя от первого контакта к покупке.

МИФ 5

ЗАЧЕМ МНЕ ДЕЛАТЬ СВОЮ ТВ КАМПАНИЮ, ЕСЛИ МОЖНО ВЫЙТИ С МАРКЕТПЛЕЙСОМ?

Тут и бюджет нужен поменьше, и затрат на производство минимум. Да и сразу понятно, где и как купить – активируем слой «Продажи» в «Воронке».

DIGITAL DAY

ДАВАЙТЕ ДЕЛАТЬ
ЭТО ЭФФЕКТИВНЕЕ!

TRUE DIGITAL