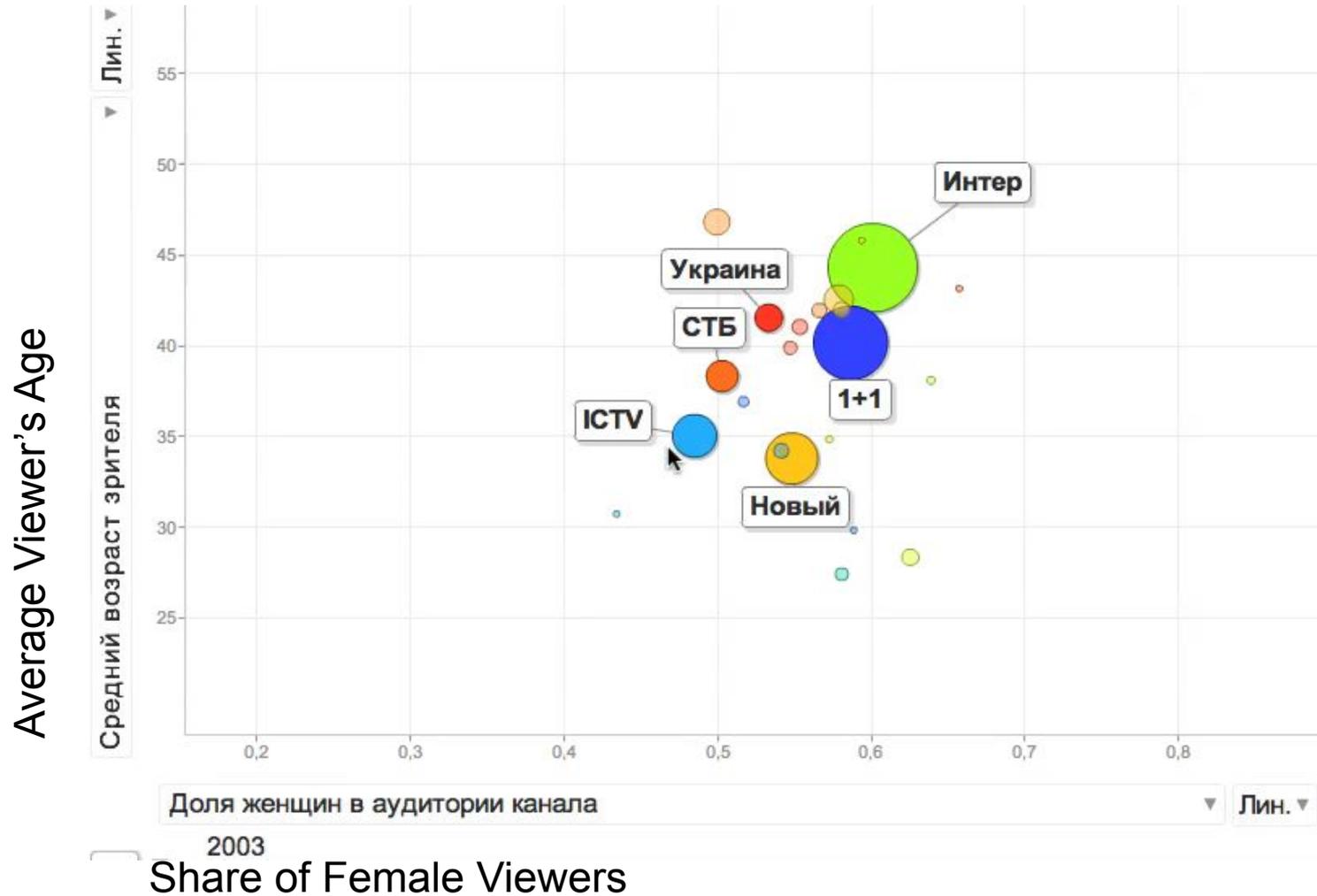


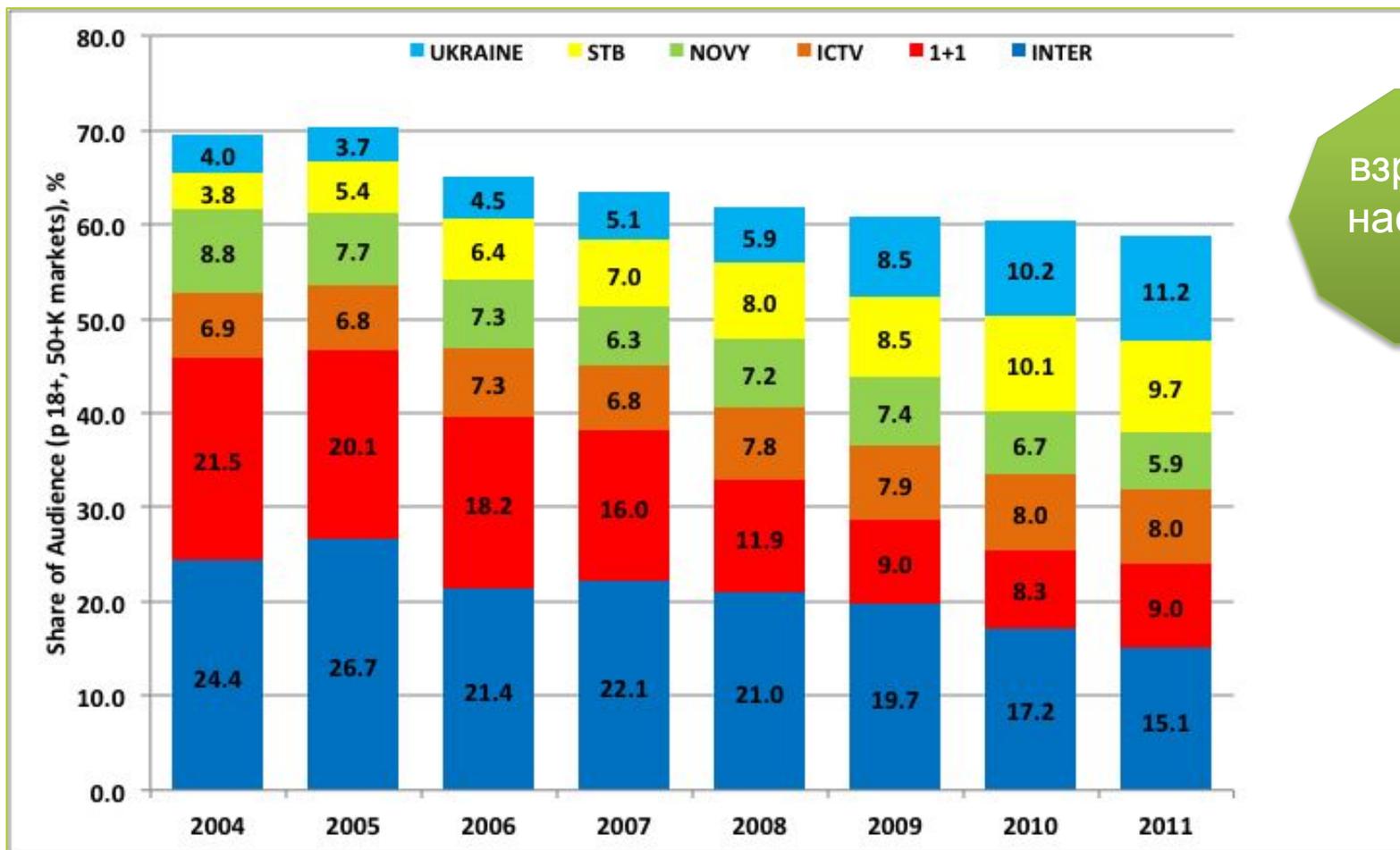
Возьмите их за пульт двумя
руками!
(пока он у них есть)

Вопросы брендинга украинских телеканалов,
сейчас и в 2015 году

Давным-давно, в далекой галактике...



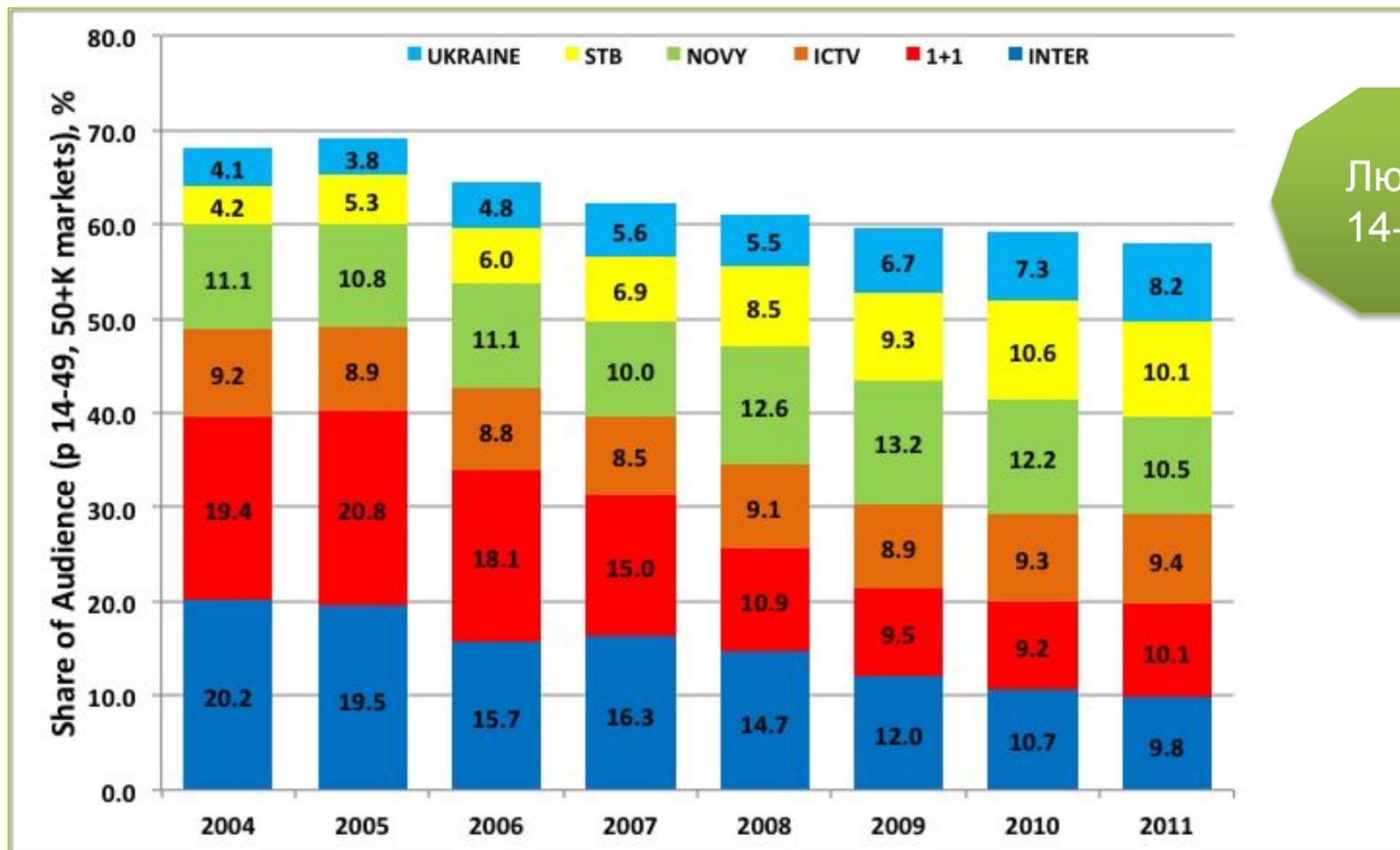
Взгляд из Далекого Космоса



Всё
взрослое
населени
е,
18+

- За 7 лет потеряно 10.6% доли, внутренний разрыв – 9.2%

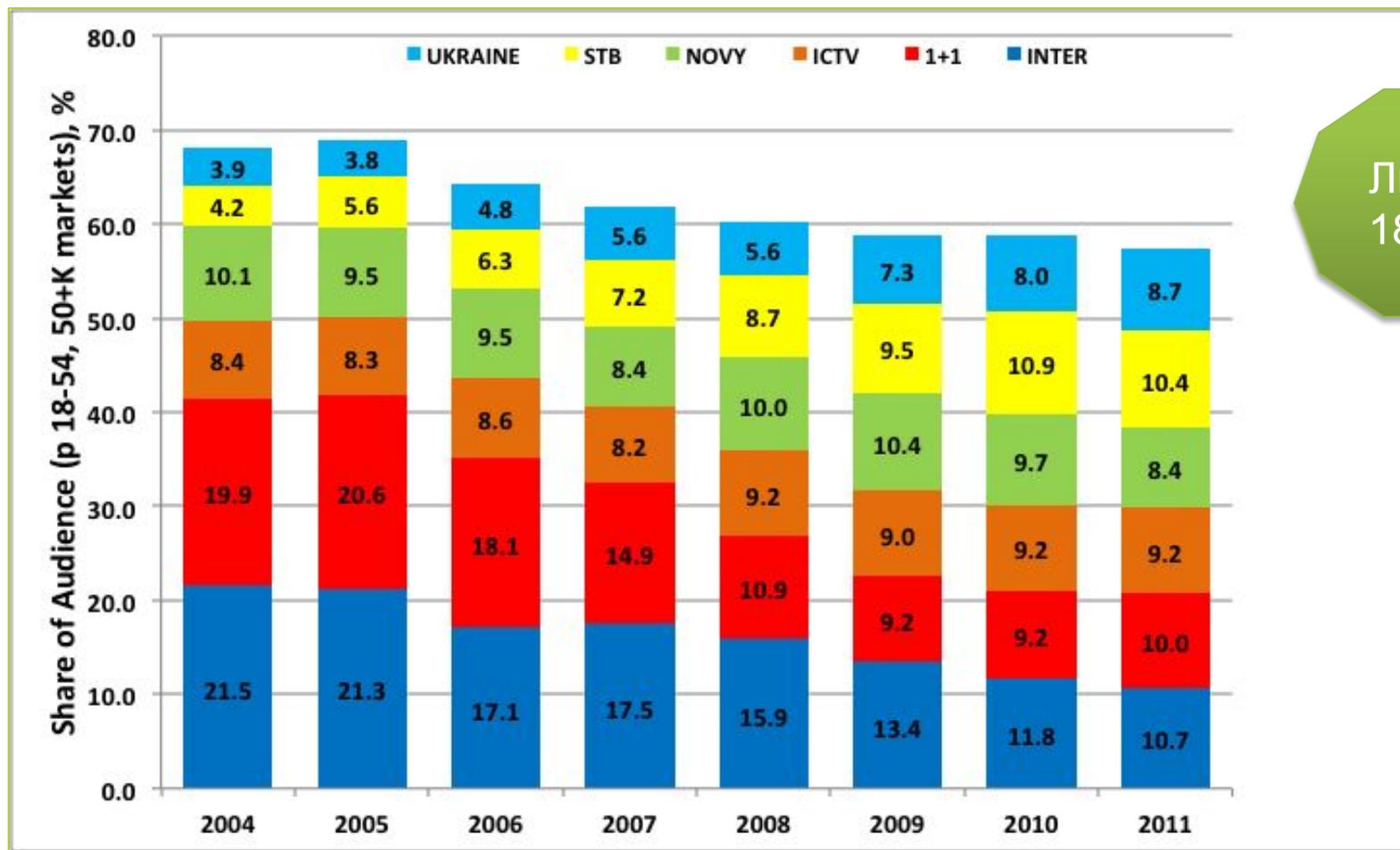
Еще Один Взгляд из Далекого Космоса



Люди
14-49

- За 7 лет потеряно 10.6% доли, внутренний разрыв – 2.2%

...И Еще Один Взгляд



Люди
18-54

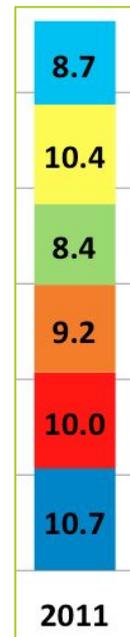
- За 7 лет потеряно 10.3% доли, внутренний разрыв – 2.3%

Допустим, это Старт, а не Финиш

- 6 каналов с одинаковой долей рынка, 2 из них в обособленных демографических нишах
 - Под давлением примерно 40 малых конкурентов
 - Под угрозой смены паттерна потребления
- Около 10% доли рынка потеряно с 2004, еще 5%-7% будет потеряно до 2015



**Кто первым сдаст
позицию?**



Что облегчает потребителю выбор?

- Угадайте...



Если это БРЕНДИНГ, то...

- Канал, у которого атрибуты бренда будут сильнее в сознании телезрителя, имеет лучшую стартовую позицию в 2012 году, ...до наступления конца света



Примеры – 3 Базовых Индикатора

- Customer Satisfaction
- Слоганы
- Лица

Давайте посмотрим

Какой из каналов мог бы заменить Вам все остальные?

| Скажите, пожалуйста, какой из каналов мог бы заменить все остальные? | F 18-29 | F 30-50 | M 18-29 | M 30-50 | Total |
|--|---------|---------|---------|---------|-------|
| STB | 17% | 21% | 6% | 7% | 13% |
| 1+1 | 17% | 13% | 6% | 7% | 11% |
| INTER | 8% | 20% | 5% | 7% | 11% |
| ICTV | 3% | 6% | 11% | 15% | 9% |
| NOVY | 15% | 1% | 19% | 2% | 8% |
| UKRAINE | 3% | 4% | 0% | 9% | 4% |
| DISCOVERY | 3% | 2% | 11% | 2% | 4% |
| FOOTBALL | 0% | 0% | 5% | 2% | 2% |
| Other | 17% | 10% | 19% | 17% | 15% |
| No channel like this | 3% | 1% | 2% | 5% | 3% |
| Can't answer | 15% | 20% | 16% | 25% | 20% |

- По два лидера в обеих подгруппах среди женщин, по одному лидеру в каждой мужской подгруппе
 - Discovery – LoveBrand для молодых парней

Какой канал Вам полностью подходит?

| Скажите, пожалуйста, какой из телеканалов Вам полностью подходит? (Первый названный) | F 18-29 | F 30-50 | M 18-29 | M 30-50 | Total |
|--|---------|---------|---------|---------|-------|
| 1+1 | 21% | 16% | 6% | 14% | 14% |
| STB | 20% | 17% | 13% | 7% | 14% |
| ICTV | 6% | 9% | 14% | 21% | 13% |
| NOVY | 15% | 5% | 22% | 6% | 11% |
| INTER | 3% | 16% | 6% | 9% | 9% |
| UKRAINE | 5% | 12% | 3% | 9% | 7% |
| NTN | 0% | 0% | 2% | 1% | 1% |
| FIRST NATIONAL | 0% | 1% | 0% | 1% | 1% |
| FOOTBALL | 0% | 0% | 2% | 1% | 1% |
| K-1 | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Can't answer | 6% | 9% | 5% | 5% | 7% |
| Other | 24% | 14% | 27% | 26% | 22% |

- Украина – сильный конкурент в старшей женской подгруппе, где нет явного лидера, с потенциалом роста
- ...куда же подевался Discovery?

Скажите, пожалуйста, какие девизы соответствуют каким каналам?



- Только у 1+1 и СТБ сильная связь между каналом и слоганом
 - “Тому що послідовний”, – говорить Капітан Очевидність
- Украина смогла приблизиться к топ-3 по запоминаемости слогана всего за год
 - Рынок очень чувствителен к масштабным промо-кампаниям

А что внутри?

- Какие люди ассоциируются у Вас с каналом...

А что внутри? ИНТЕР

- Какие люди ассоциируются у Вас с каналом...



| Какие люди ассоциируются с перечисленными каналами? | F 18-29 | F 30-50 | M 18-29 | M 30-50 | Total |
|---|---------|---------|---------|---------|-------|
| Владимир Зеленский | 12% | 22% | 11% | 14% | 15% |
| Ведущие новостей | 3% | 3% | 5% | 4% | 4% |
| Иван Охлобыстин | 2% | 2% | 2% | 1% | 2% |
| Савик Шустер | 3% | 0% | 3% | 1% | 2% |
| Другое | 29% | 29% | 19% | 9% | 21% |
| ЗО | 52% | 43% | 60% | 72% | 56% |

А что внутри? ICTV

- Какие люди ассоциируются у Вас с каналом...



| Какие люди ассоциируются с перечисленными каналами? | F 18-29 | F 30-50 | M 18-29 | M 30-50 | Total |
|---|---------|---------|---------|---------|-------|
| Константин Стогний | 6% | 7% | 6% | 6% | 6% |
| Савик Шустер | 2% | 1% | 2% | 2% | 2% |
| Другое | 8% | 11% | 14% | 12% | 11% |
| 30 | 85% | 81% | 78% | 79% | 81% |

А что внутри? 1+1

- Какие люди ассоциируются у Вас с каналом...



| Какие люди ассоциируются с перечисленными каналами? | F 18-29 | F 30-50 | M 18-29 | M 30-50 | Total |
|---|---------|---------|---------|---------|-------|
| Алла Мазур | 23% | 11% | 8% | 20% | 15% |
| Иван Охлобыстин | 0% | 3% | 5% | 2% | 3% |
| Людмила Добровольская | 6% | 0% | 2% | 2% | 2% |
| Александр Пономарев | 3% | 2% | 2% | 0% | 2% |
| Катя Осадчая | 0% | 4% | 2% | 0% | 2% |
| Другое | 29% | 22% | 24% | 17% | 23% |
| 30 | 39% | 56% | 59% | 58% | 54% |

А что внутри? СТБ

- Какие люди ассоциируются у Вас с каналом...



| Какие люди ассоциируются с перечисленными каналами? | F 18-29 | F 30-50 | M 18-29 | M 30-50 | Total |
|---|---------|---------|---------|---------|-------|
| Игорь Кондратюк | 11% | 12% | 10% | 6% | 10% |
| Оксана Марченко | 15% | 16% | 5% | 0% | 9% |
| Лилия Ребрик | 5% | 7% | 2% | 1% | 4% |
| Влад Яма | 6% | 2% | 2% | 4% | 3% |
| Елка | 2% | 4% | 2% | 2% | 3% |
| Надежда Мейхер | 3% | 4% | 0% | 1% | 2% |
| Валерий Сараула | 2% | 2% | 2% | 2% | 2% |
| Другое | 15% | 24% | 13% | 9% | 15% |
| ЗО | 42% | 28% | 67% | 74% | 52% |

А что внутри? НОВЫЙ

- Какие люди ассоциируются у Вас с каналом...



| Какие люди ассоциируются с перечисленными каналами? | F 18-29 | F 30-50 | M 18-29 | M 30-50 | Total |
|---|---------|---------|---------|---------|-------|
| Маша Ефросинина | 17% | 10% | 6% | 5% | 9% |
| Александр Педан | 9% | 1% | 16% | 2% | 6% |
| Сергей Прытула | 8% | 1% | 10% | 5% | 5% |
| Дмитрий Коляденко | 2% | 2% | 10% | 1% | 3% |
| Ольга Фреймут | 5% | 1% | 6% | 1% | 3% |
| Андрей Доманский | 2% | 2% | 2% | 2% | 2% |
| Герои из "Воронины" | 2% | 2% | 3% | 1% | 2% |
| Меладзе | 2% | 2% | 0% | 2% | 2% |
| Другое | 21% | 17% | 13% | 9% | 11% |
| ЗО | 35% | 61% | 35% | 70% | 56% |

А что внутри? УКРАИНА

- Какие люди ассоциируются у Вас с каналом...

| Какие люди ассоциируются с перечисленными каналами? | F 18-29 | F 30-50 | M 18-29 | M 30-50 | Total |
|---|---------|---------|---------|---------|-------|
| Главный герой сериала "Глухарь" | 2% | 6% | 2% | 7% | 4% |
| Виктор Янукович | 2% | 0% | 5% | 2% | 2% |
| Савик Шустер | 5% | 1% | 0% | 2% | 2% |
| Другое | 8% | 10% | 11% | 16% | 11% |
| ЗО | 85% | 83% | 83% | 72% | 80% |



Очки на Старте?

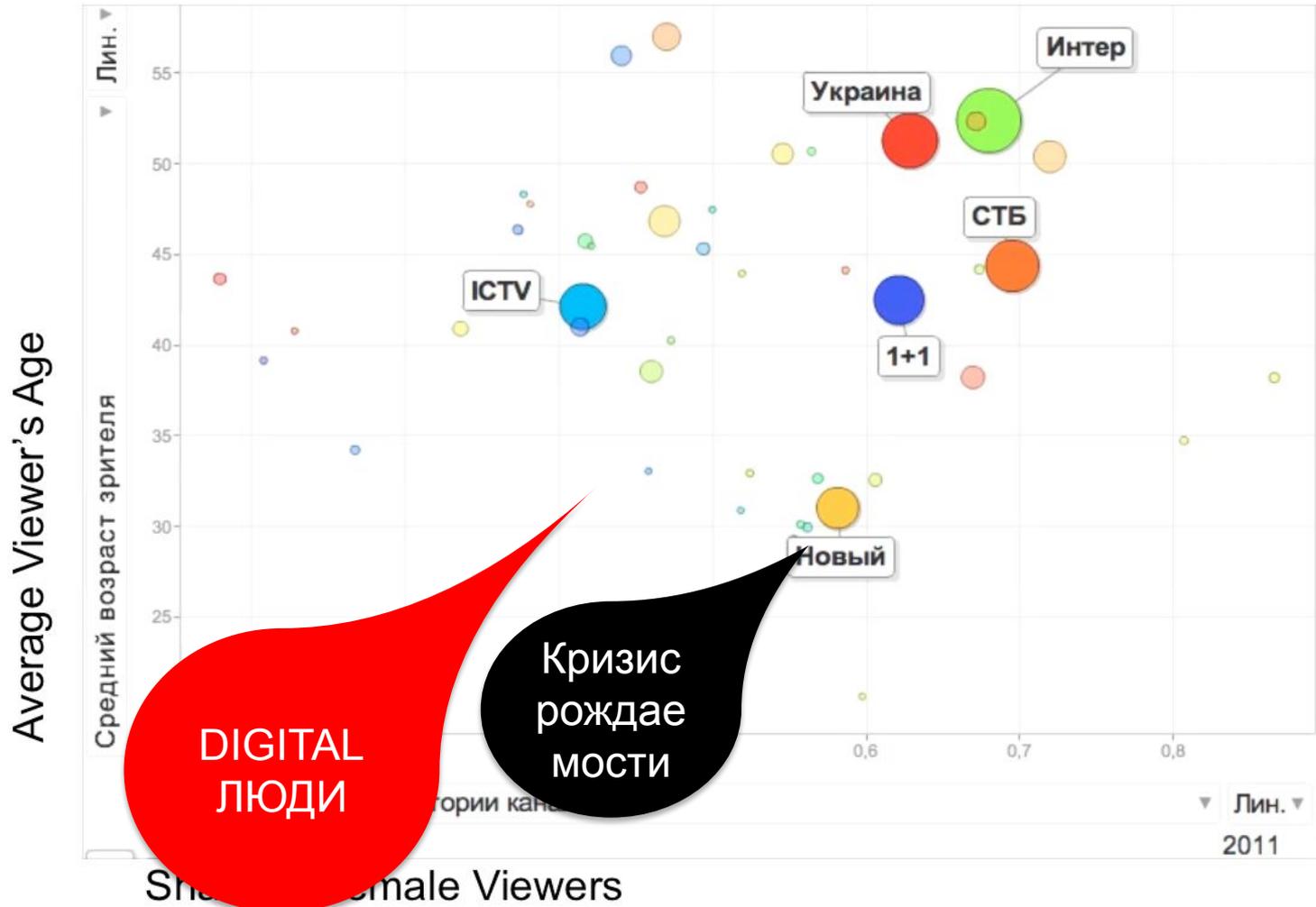


Очки на Старте?

| Channel (alphabetically) | Satisfaction of target group | Loyalty of target group | Slogan | Anchors | Total |
|--------------------------|------------------------------|-------------------------|--------|---------|-------|
| 1+1 | 2 | 1 | 1 | 5 | 9.0 |
| ICTV | 1 | 1 | | 1 | 3.0 |
| INTER | 1 | 1 | | 1 | 3.0 |
| NOVY | 1 | 1 | 0.5 | 7 | 9.5 |
| STB | 2 | 2 | 1 | 7 | 12.0 |
| UKRAINE | 0.5 | | 0.5 | 1 | 2.0 |



И Кое-что Еще



DIGITAL
ЛЮДИ

Кризис
рождает
МОСТИ

Самый Первый Слайд

- Анализ рынка телевидения Украины показывает, что брендинг будет одним из ключевых факторов, определяющих успех борьбы каналов большой шестерки за лидерство в ближайшие 3-5 лет
- **Успешные проекты по брендингу** позволят каналам
 - Занять **наилучшую возможную позицию** в топе
 - **Обезопасить инвестиции** в продукт, звезд и форматы
 - **Эффективно расширять** свое присутствие на новых медиа-платформах в цифровой реальности, успешно капитализировать на них ТВ-бренды
- Кто-то из присутствующих занят этим здесь и сейчас, а Вы?

ABOUT US
EXPERTS
CONTACT US
NEWS
FOR JOURNALISTS



KWENDI MEDIA MARKETING
KWENDI PR&RM FOR MEDIA
KWENDI MEDIA AUDIT
KWENDI+RMA
KWENDI IMPACT STUDIES

Спасибо за внимание!