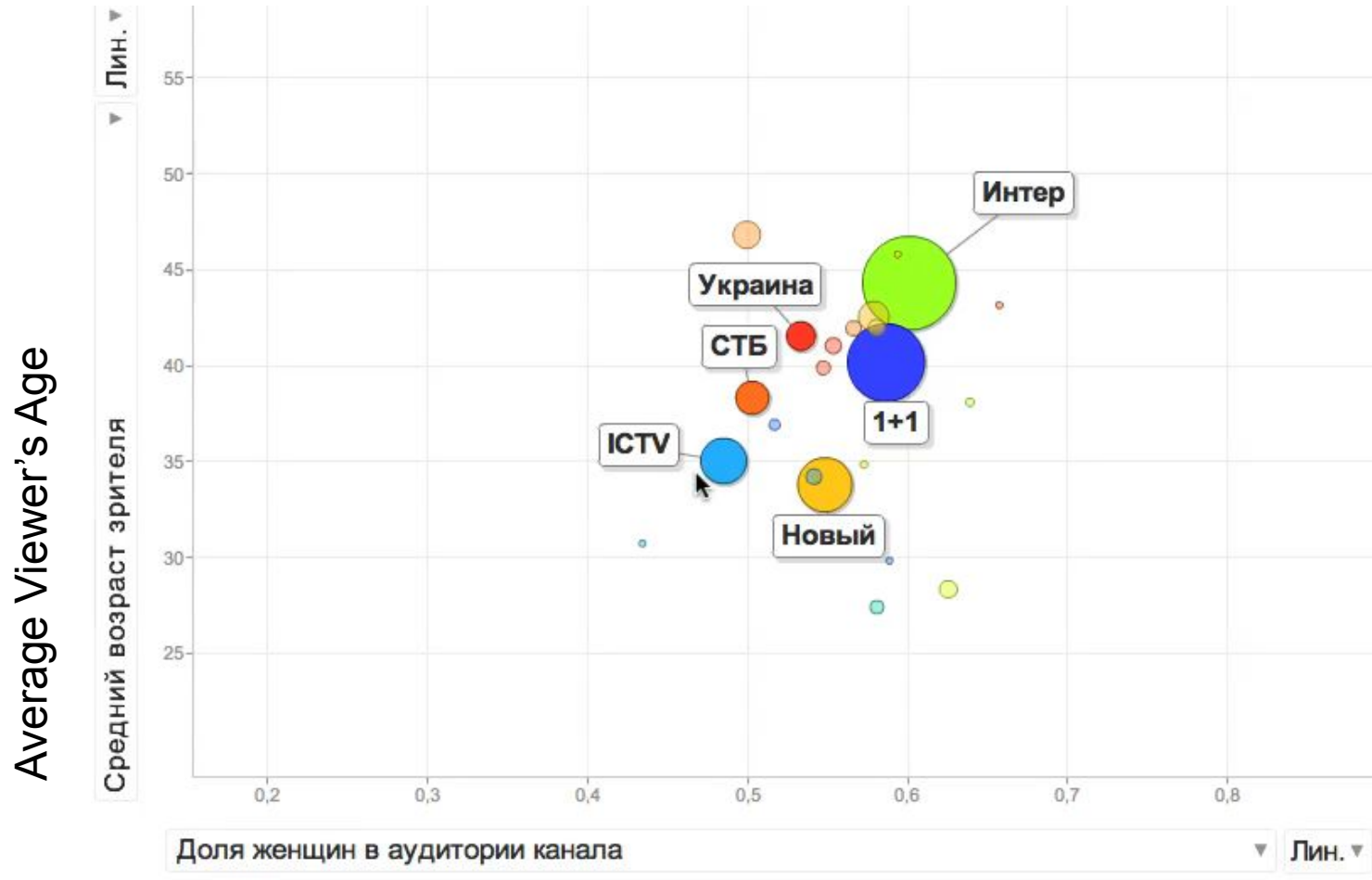


Возьмите их за пульт двумя  
руками!  
(пока он у них есть)

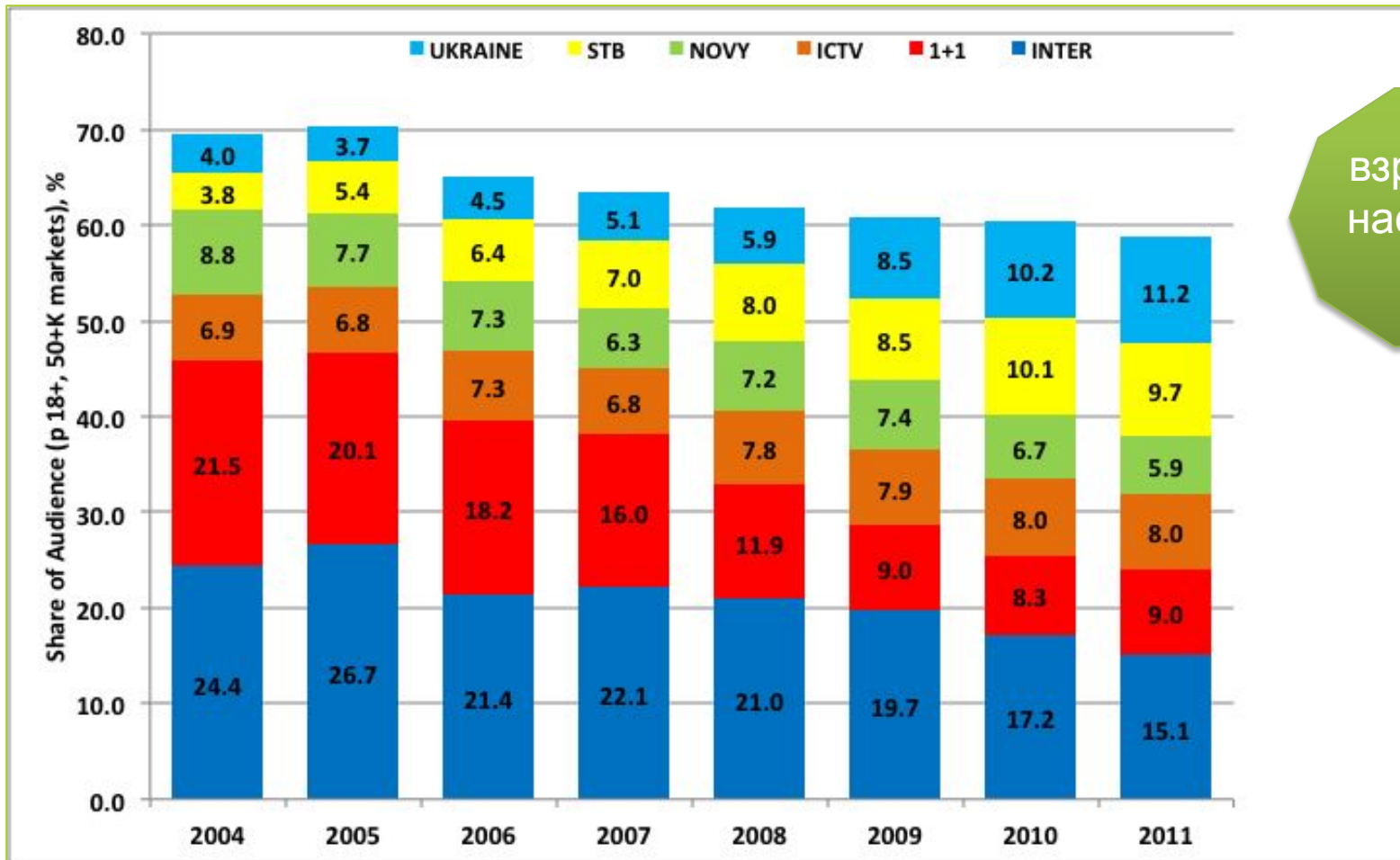
Вопросы брендинга украинских телеканалов,  
сейчас и в 2015 году

# Давным-давно, в далекой галактике...



2003  
Share of Female Viewers

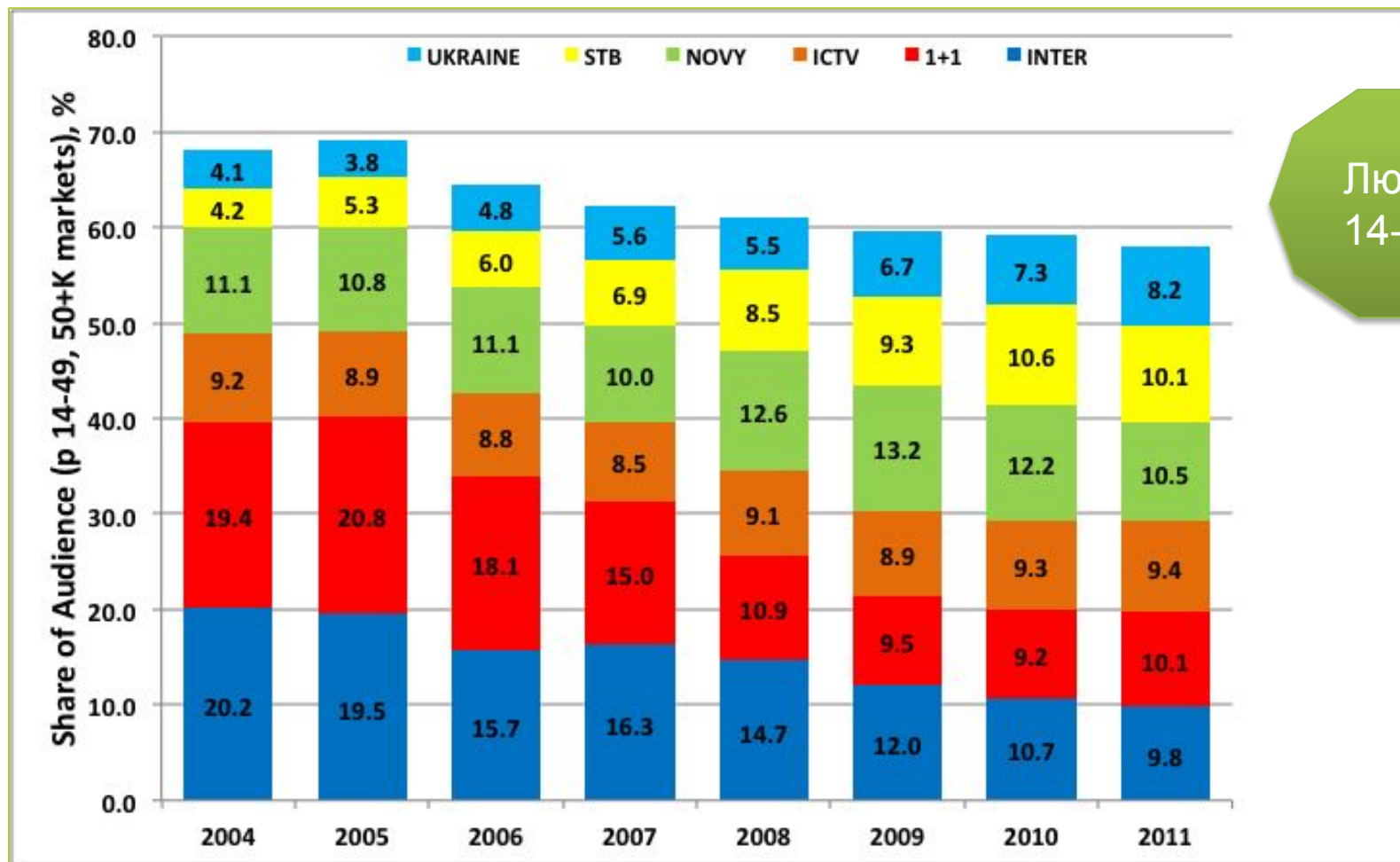
# Взгляд из Далекого Космоса



Всё  
взрослое  
населени  
е,  
18+

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

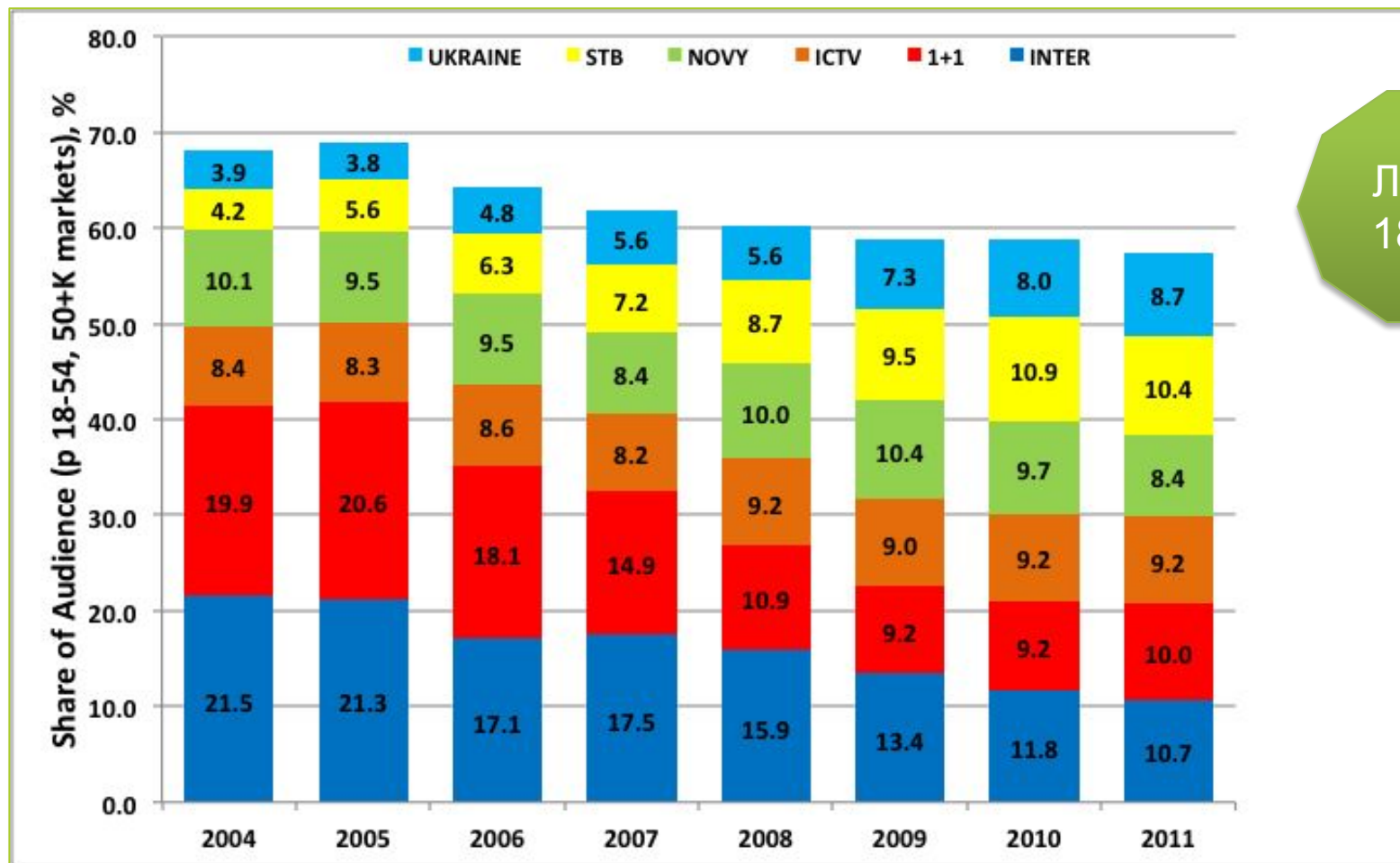
# Еще Один Взгляд из Далекого Космоса



Люди  
14-49

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

# ...И Еще Один Взгляд



Люди  
18-54

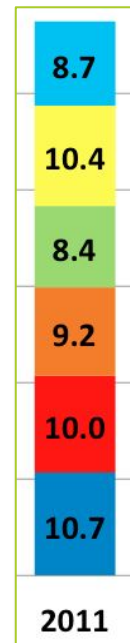
- За 7 лет потеряно 10.3% доли, внутренний разрыв – 2.3%

# 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

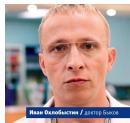
# А что внутри?

---

- 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...

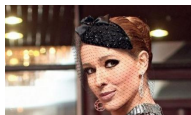
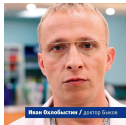


| Какие люди ассоциируются с перечисленными каналами? | F 18-29 | F 30-50 | M 18-29 | M 30-50 | Total |
|---|---------|---------|---------|---------|-------|
| Константин Стогний                                  | 6%      | 7%      | 6%      | 6%      | 6%    |
| Савик Шустер  | 2%      | 1%      | 2%      | 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?

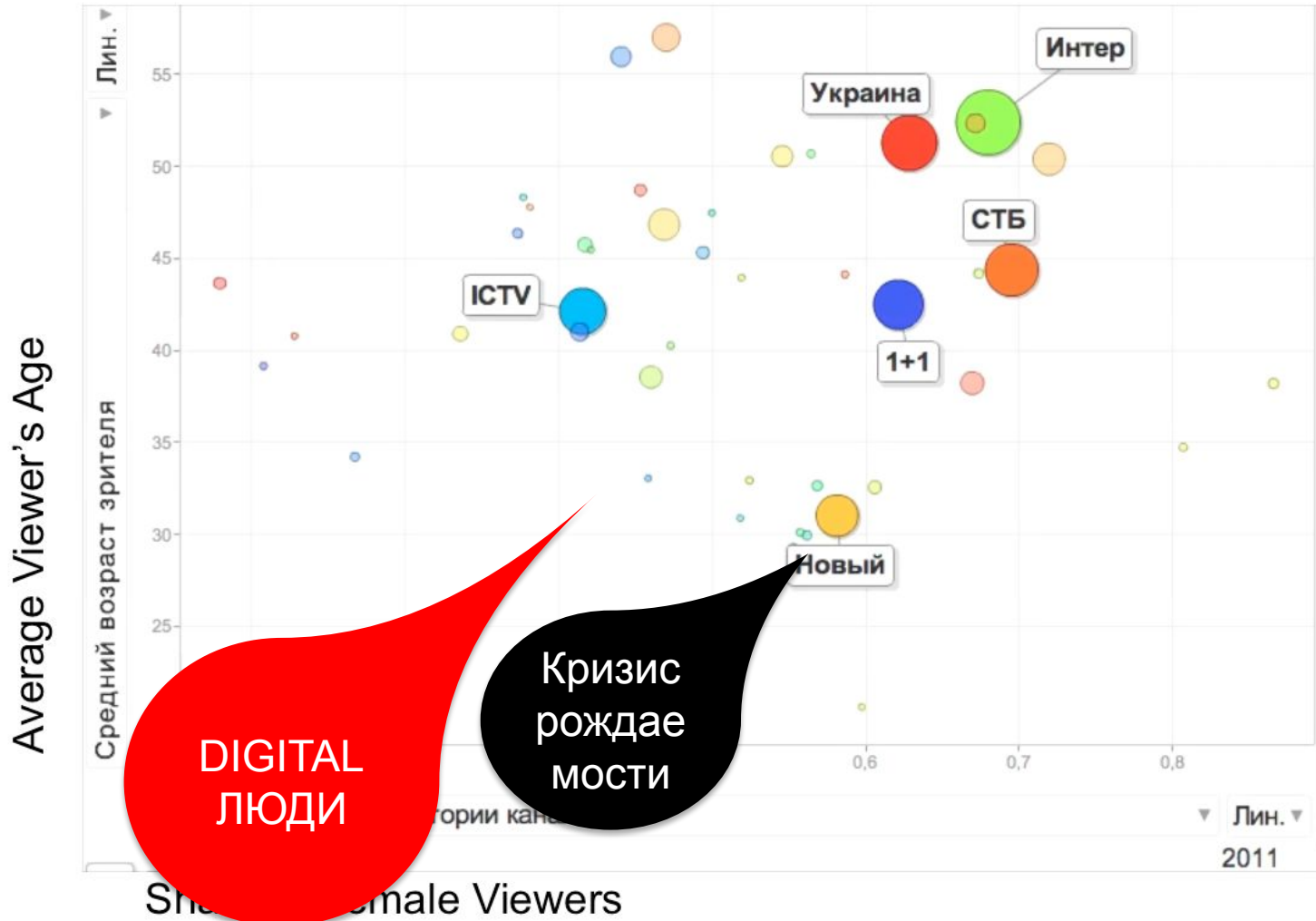


# Очки на Старте?

| 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



# 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!