

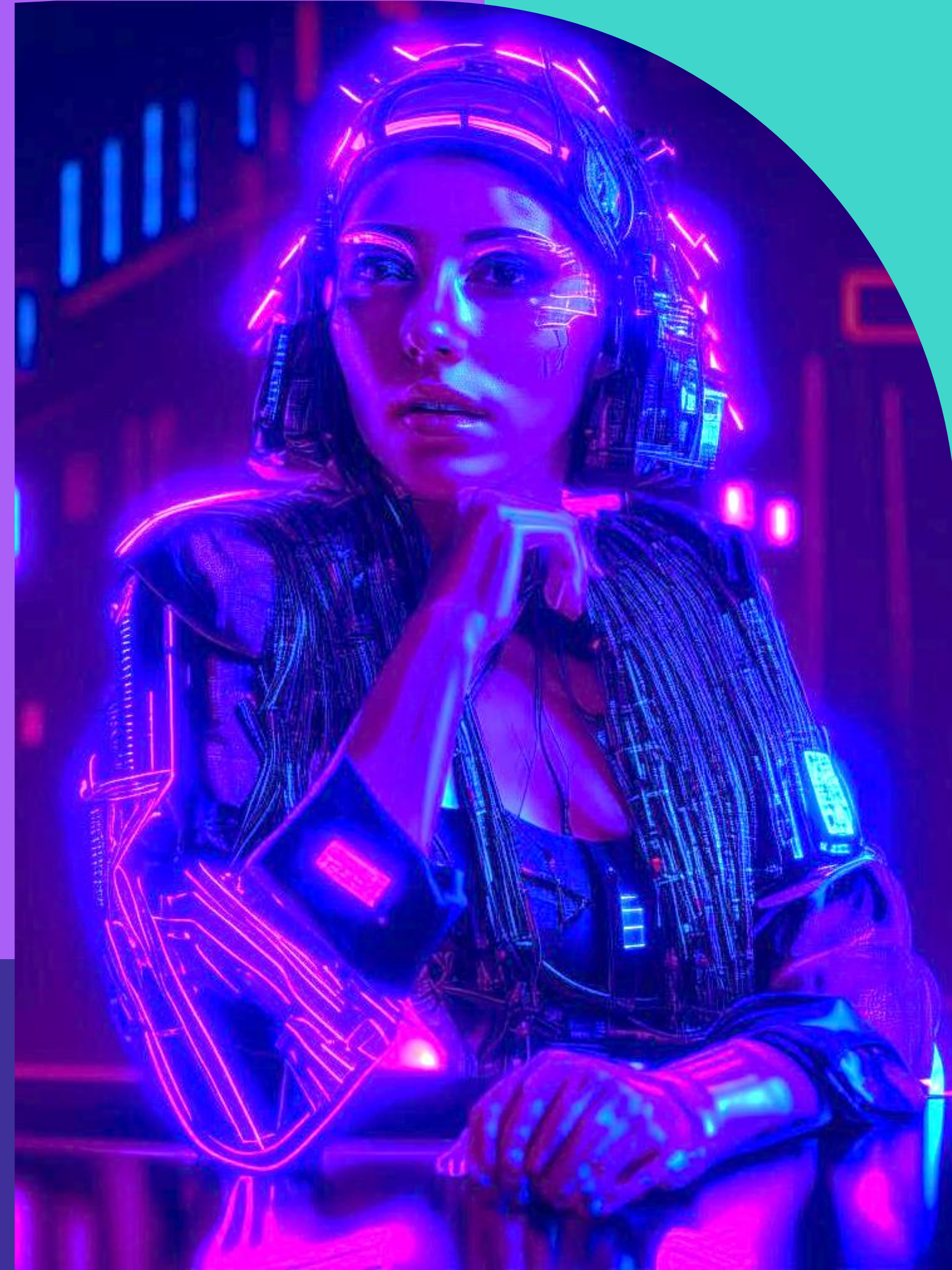
КУРС НА БУДУЩЕЕ

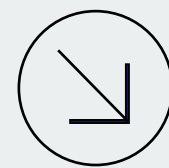
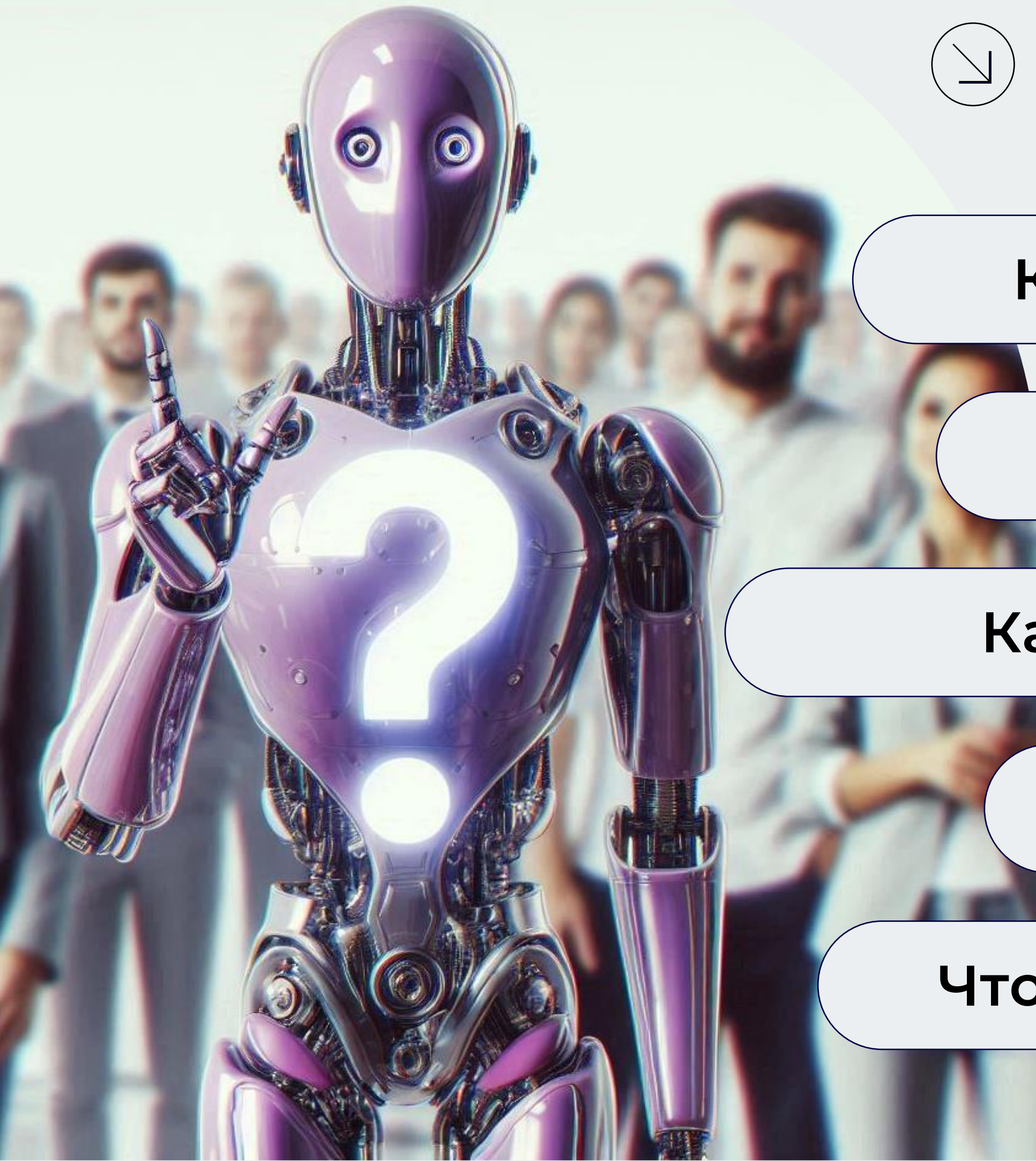
Лилия Глазова
CEO PR News



PR News

HPФ8





Как попасть в **КАРТИНУ МИРУ** целевой аудитории?

Как сделать такую стратегию **ЧТОБЫ ОНА РАБОТАЛА?**

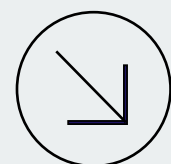
Как **ПРОБИТЬСЯ ЧЕРЕЗ ШУМ?**

Как **ПОПАСТЬ В МОТИВАЦИЮ** целевой аудитории?

Что сделать, чтобы **ОТСТРОИТЬСЯ ОТ КОНКУРЕНТОВ?**

Как пробиться через шум?

Bork & Cosmoscow 2024



“ Третий год подряд мы поддерживаем Международную ярмарку современного искусства Cosmoscow.

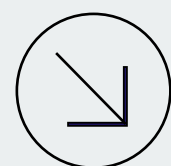
В этом году мы решили рассказать о том, как кофе может стать настоящим искусством. В самом центре нашей инсталляции расположилась стела с кофейной станцией выступающая альтернативой «кофе на бегу».

Она стоит впереди бумажных стаканчиков – символа современной городской культуры, - напоминая о том, что лучший кофе не требует спешки ”



Кто наши конкуренты?

Rambler & Медиафестиваль



“ Московский медиафестиваль проходил на территории главной выставки России – ВДНХ. Rambler&Co вдохновился локацией и назвал свой яркий шатёр «Выставка конкурентов». Внутри гостей встречали самые сильные «конкуренты» крупнейшего медиахолдинга страны – сон, прогулки, время на себя и мемы. Все они были представлены в виде креативных фотозон:

- большая магическая кровать с надписью «Время на сон. Завернём контент помягче»;
- настоящая березовая опушка со стеной из живого мха и табличкой «Время на прогулки. Растим информационное поле»;
- Ванна с шариками и свечами с названием «Время на себя. Пишем только чистые факты», а над ней – зеркало с тегом «Самый красивый контент»;
- лаунж с пуфиками под девизом «Время на мемы. Хорошие новости создают сильные мемы». ”

МЕТОДОЛОГИЯ

464 тыс.

интернет-пользователей
ресурсов медиахолдинга
Rambler&Co

Как попасть в сценарий будущего?

Метод: онлайн-опрос на ресурсах медиахолдинга Rambler&Co

Генеральная совокупность: население в возрасте от 18 до 65 лет

География: Россия - города-миллионники, 100К+ / 500К+

Период: 4-21 октября 2024



Ценностный профиль людей будущего

Как вы считаете, что будет в приоритете для людей будущего?



ВТОРОСТЕПЕННОЕ ЗНАЧЕНИЕ

9% – свобода

9% – ЗОЖ, здоровье питание

7% – деньги

7% – натуральность, естественность

4% – религия

3% – культура

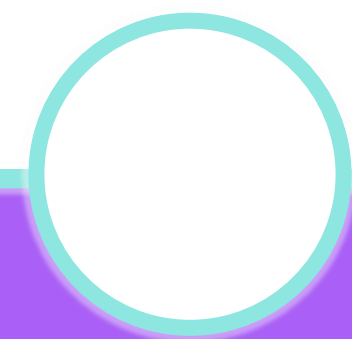
2% – общение, развлечения

Компании из каких сфер «прописались» в будущем?

Компании из каких сфер ближе всего к будущему?

По данным исследования, сегодня ближе всего к будущему компании из сфер: IT и телеком (26%), наука (18%), медицина (14%) и космос (10%).

Дальше всех



Банки, финтех

4%

Образование

3%

Авто

3%

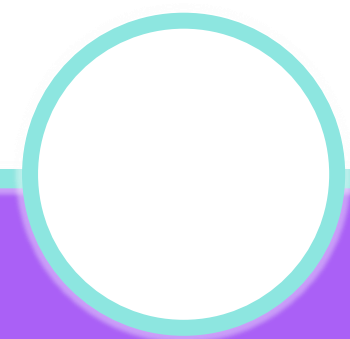
Недвижимость

1%

Страхование

1%

Уже почти



Интернет продажи

8%

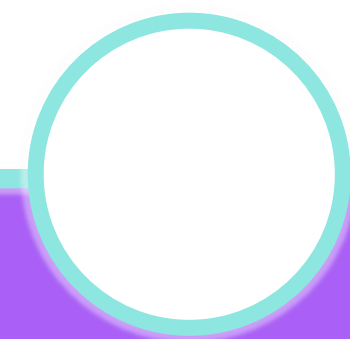
Ретейл

7%

Развлечения

5%

Ближе всех



IT, технологии, телеком

26%

Наука

18%

Медицина, фармацевтика

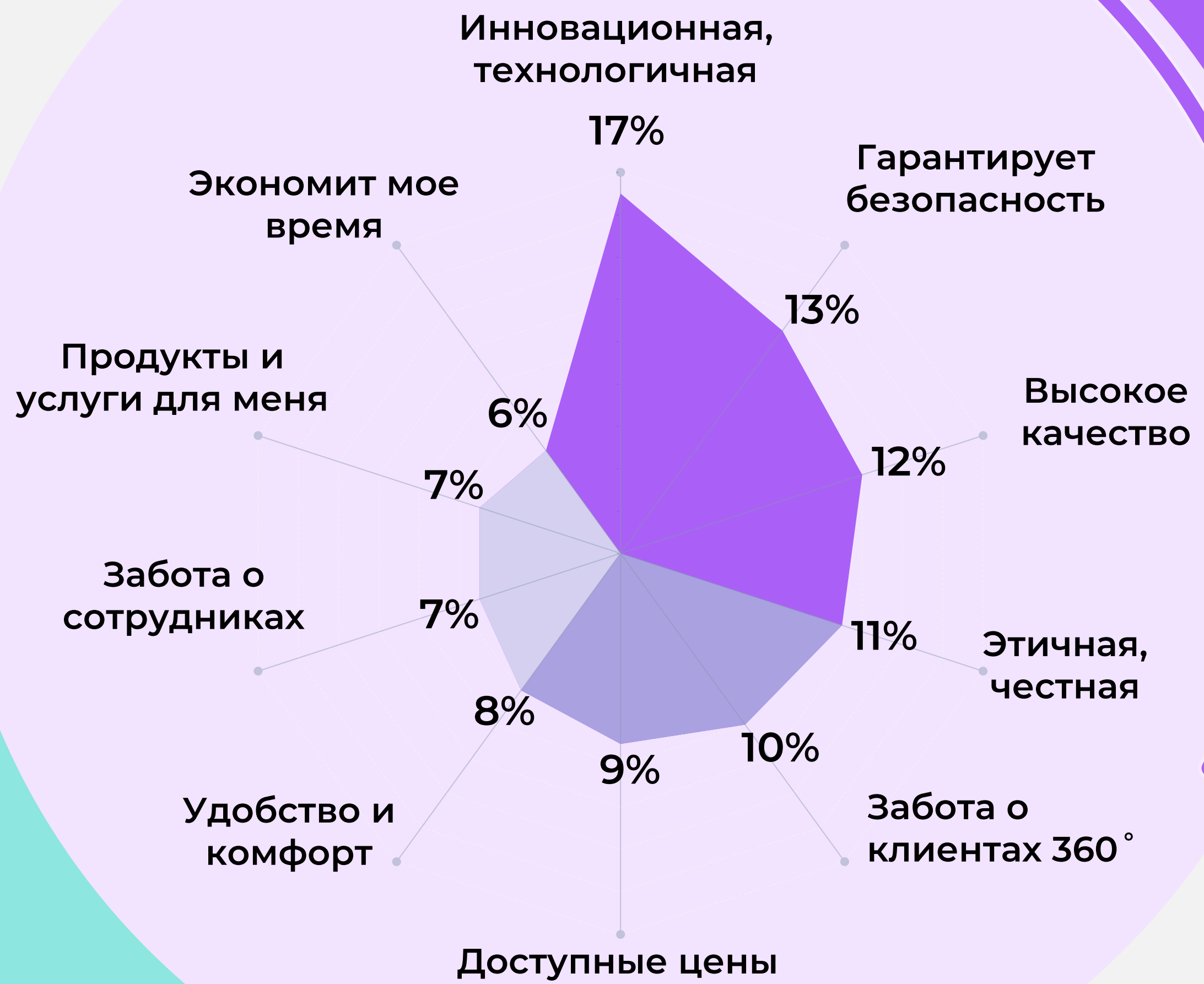
14%

Космос

10%

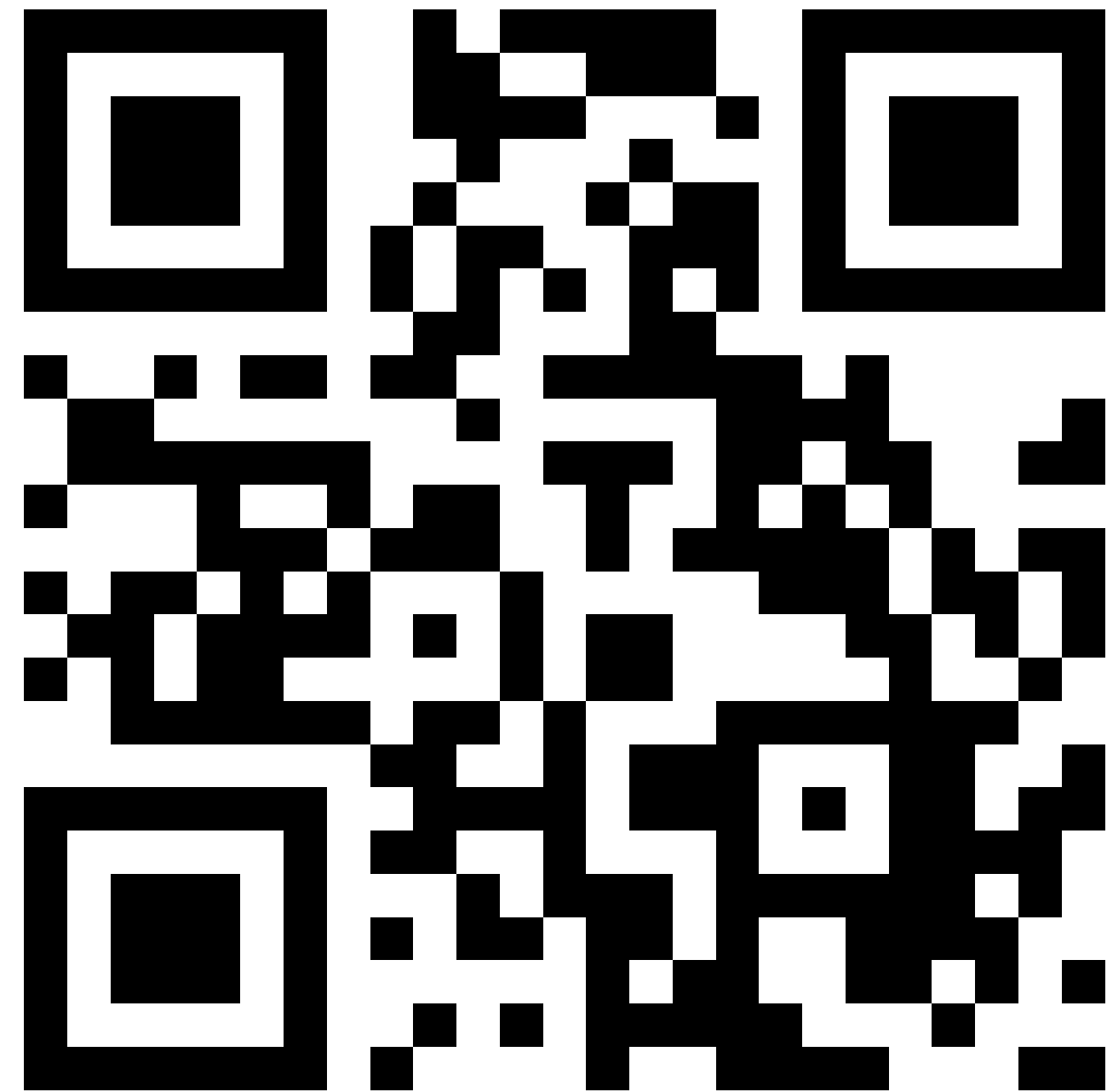
БУДУЩЕЕ





Репутационный профиль компании будущего

Контакты



<https://t.me/cominsights>

“
Репутация корпораций
(экосистем) становится
эффективным каналом
продуктовой коммуникации
”

