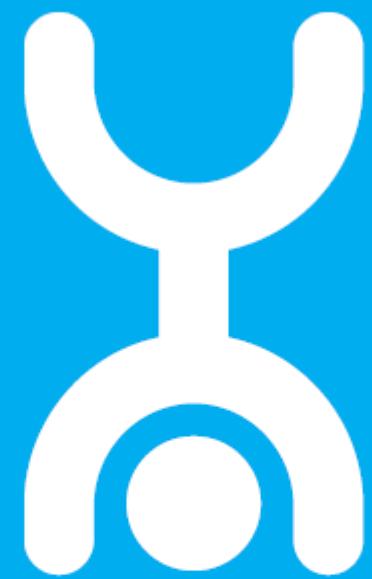


Image not found or type unknown



**YOTA**

## **Чудиновой О. П. Университет СБР-211**

**Yota (Йота)** — российская телекоммуникационная компания, федеральный оператор беспроводной связи.

Я выбрала именно эту компанию, потому что их реклама в какой-то момент зациклила внимание не только мое, но и многих моих знакомых. В последнее время люди очень хорошо научились абстрагироваться от наружной рекламы, рекламы, внезапно всплывающей на экране смартфона. Что уж говорить об рекламе на телевизоре? Также люди привыкли видеть все эти мерцающие упаковки, разноцветные постеры. В общем, приелось это всё. Действительно интересную, креативную рекламу в наше время сложно придумать, так рекламщикам нужно, чтобы реклама запомнилась, а точнее бренд. Как раз со всем этим рекламная кампания YOTA, по моему мнению, справилась достаточно хорошо.

Начнём с рекламы YOTA на ТВ.



Реклама YOTA по телевизору

Казалось бы, чем могла привлечь внимание эта реклама полная минимализма?  
Ответ прост:

Я в большинстве случаев телевизор включаю, чтобы «что-то звучало на фоне», а если и смотрю что-то по телевизору, то во время рекламы не смотрю на экран. И

вдруг телевизор резко замолчал. Конечно, это привлекло моё внимание. «Телевизор сломался? Перегорела микросистема?» - подумала я и кинула свой взгляд на экран. Увидела как раз таки 15-ти секундную рекламу YOTA. Сработало? Конечно. И не только на мне это сработало! Кстати, есть такая же реклама YOTA на ТВ 30-ти секундная, там уже написано «долгая реклама YOTA по телевизору».

Ведь действительно большое количество людей привыкло на фоне слышать какие-то звуки и, когда вдруг шум прекращается, то многих заставляет это проверить, все ли в порядке?

Конечно же, YOTA не остановилась на рекламе по ТВ. Они запустили наружную рекламу, digital и нестандартные форматы.

Изогнутая реклама YOTA

БКЗ  
ШУФУТИНСКИЙ

ЕГОР КРИД

ВАШ БАНКЕТ

АДРЕС БОРУЧА

M805

КАТОГОСТАНИКА  
КРАСКА

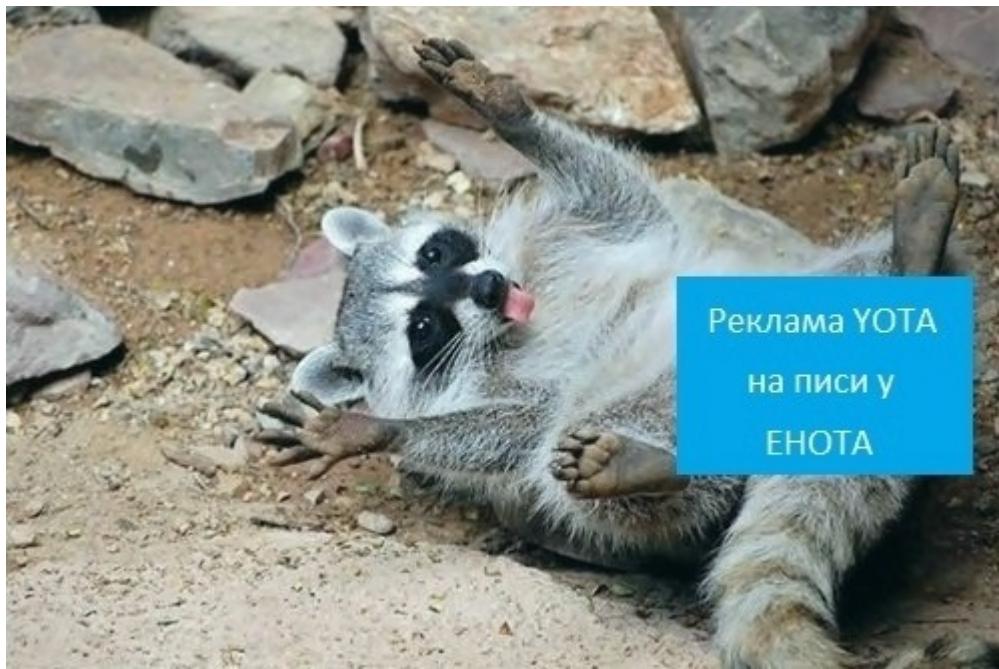
*Реклама YOTA на трубе*



Когда кампания официально закончилась, пошла новая волна — пользователи стали создавать свои варианты рекламы YOTA на чём угодно. Поэтому не произошло обычного спада внимания к кампании, а были всплески — люди продолжили наше дело.

Во время появления граффити с Серёжей, которое многие считают заранее подготовленной акцией, а это не так!

Все мы знаем, что молодое поколение, да и не только, любит обыгрывать всякие рекламы в смешные картинки, так называемые мемы. Естественно, рекламу YOTA не пронесло мимо. Люди начали сами придумывать рекламу и распространять веселые картинки по интернету, а соответственно и повышать узнаваемость компании.





## Результаты кампании

По словам представителей Yota, бюджет кампании был таким же, как и бюджет любой другой кампании бренда.

- Спонтанное знание бренда выросло на 10%.
- Знание рекламы выросло в три раза.
- Рост органического траффика на сайт вырос на 40%.
- Рост заказов SIM-карт на сайте вырос на 80%.
- Увеличение продаж в офлайне на 17%.
- Увеличение позитивных и нейтральных упоминаний в соцсетях в десять раз.

После таких успехов реклама всё ещё движется в этом направлении. И такая, казалось бы, проста реклама до сих пор привлекает внимание.

Работая над идеей, создатели кампании ориентировались на инсайт, который лежит в основе продукта YOTA, — оператор ничего не навязывает пользователю. Также компания не врёт пользователю! А то есть, они напрямую сообщали, что перед вами «реклама YOTA».