

**АНКЕТА НОМИНАНТА  
НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРЕМИИ В ОБЛАСТИ МЕДИАБИЗНЕСА  
«МЕДИА-МЕНЕДЖЕР РОССИИ»**

Дата проведения: 04 июля 2024 года, город Москва  
Данная анкета предназначена для номинантов, работающих в рекламной и коммуникационной индустрии

<b>ФИО:</b>	Тищенко Гаянэ Владимировна
<b>Название компании:</b>	ООО «С-МАРКЕТИНГ»
<b>Должность:</b>	Директор Департамента брендированной продукции

**РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО  
Топ-Менеджмент**

**ДОСТИЖЕНИЕ НОМИНАНТА  
за которое он выдвигается на Премию**

**К какой области относится достижение, идея, способствовавшая развитию бизнеса**

маркетинг

**ДОСТИЖЕНИЕ, ИДЕЯ:**

**За разработку уникальной методологии «Мерч-метрика»**

**РЕЗУЛЬТАТ:**

Мерч — продукция с фирменной символикой бренда, обладающая рядом неоспоримых преимуществ, включая долгосрочные и многократные контакты в ближайшем окружении человека и высокий уровень доверия.

СберМаркетинг и медиахолдинг Maer разработали уникальную для России и мира комплексную систему оценки эффективности брендированной продукции как полноценного рекламного канала — мерч-метрику. А также запустили онлайн-калькулятор эффективности мерча — [merchmetrika.ru](https://merchmetrika.ru).

Предпосылки и актуальность

- согласно данным Международной ассоциации промопродукции (PPAI), по итогам первого квартала 2023 года 83% респондентов отметили, что промопродукт компании укрепляет их лояльность бренду
- дефицит рекламного инструментария, возникший после ухода западных платформ
- потребность в доказательстве эффективности MROI, а также развитие маркетинговых технологий

Методология «Мерч-метрики» основана на измерении рекламных показателей: OTS (число людей, которые могли видеть мерч), охват, частота, CPT (стоимость за 1000 показов). Для определения данных показателей использовались исследования и сбор больших данных, обработанных с помощью ИИ. Затем разработали формулу расчета и верифицировали ее с «Исследовательским центром АКАР».

В результате определили, что у мерча как рекламного канала – высокий уровень доверия, длительное время контакта в близком кругу, низкая стоимость контакта.

С помощью онлайн-калькулятор эффективности мерча ([merchmetrika.ru](http://merchmetrika.ru)) каждый может выбрать тип мерча (футболка, кружка, сумка и т.п.), количество, стоимость за единицу продукции, размер города и определить эффективность мерча как рекламного канала.