****

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

**Google Россия:** **имена детей – категория №1 поисковых запросов среди будущих родителей**

6 июля участники главного отраслевого форума детских маркетологов посетили офис Google Россия в Москве и узнали много нового о способах продвижения на ресурсах Google. Перед началом мастер-класса руководитель отдела аналитики Google **Дмитрий Стиран** провел экскурсию по одному из самых необычных офисов, в котором есть место сказкам (по мотивам русских сказок, фильмов и мультфильмов оформлен один из этажей Google Россия), а каждый сотрудник сам выбирает, где ему удобнее работать – за офисным столом или на мягком пуфе в зоне отдыха.

Собственно, и сам мастер-класс прошел нестандартно в формате игры: презентация Google была разбита на несколько блоков, по итогам прохождения каждого из которых участников ждал короткий блиц. Тот, кто точнее и быстрее всех отвечал на вопросы, получал призы.

Спикеры из Google Россия – **Дмитрий Стиран** и руководитель отдела по работе с ключевыми клиентами сегмента Технологии, Медиа **Андрей Рыжих** – правильно учли специфику «детских» маркетологов, которые взаимодействуют сразу с двумя аудиториями: детьми и их родителями. Специалисты Google Россия предоставили данные исследований по каждой из них. Отвечая на вопрос «Что же влияет на покупки для детей?», спикеры еще раз напомнили о парадоксе, когда 92% родителей утверждает, что главное для них запрос ребенка, но при этом 73% накладывают вето на выбор своих чад.


 На основе собственных данных Google выяснил, какие ресурсы для принятия решений используют дети и родители.





Спикеры из Google рекомендовали маркетологам строить совместное знание бренда среди детей и родителей и максимально широко использовать инструменты вовлечения, которые предлагает поисковая система. Еще одна рекомендация: чем раньше бренд начнет взаимодействовать с родителями, тем лояльнее они его будут воспринимать. Мало кто знает, но имена детей – категория №1 поисковых запросов среди будущих пап и мам. Она больше других родительских категорий по количеству запросов в 10+ раз. Категорийный поиск, по мнению Дмитрия Стирана, - один из эффективных каналов бренд-коммуникации, который могут взять на вооружение маркетологи.

Много нового участники мастер-класса узнали об инструментах Google, например, об адаптивных форматах в контекстно-медийной сети, которые сами подстраиваются под устройство и контент. Отвечая на вопрос одного из участников форума, можно ли соединить онлайн-инструменты с оффлайн торговлей, Дмитрий Стиран отметил, что рынок и Google, в частности, уже предлагает интересные решения, приведя в пример недавний кейс компании Volkswagen, презентованный на ежегодной [конференции Google Think Performance.](https://www.youtube.com/watch?v=JEc6nDfWidA&feature=youtu.be)

Для тех, кто хочет самостоятельно разобраться с аналитикой, кейсами и инструментами недавно был запущен Think With Google на русском языке. Совместные партнерские проекты по обучению детских маркетологов сейчас рассматривают АИДТ и Google. Следите за новостями на официальном сайте ассоциации: <http://acgi.ru/>. Еще больше материалов о прошедшем форуме выйдет в спец-выпуске «Вестника индустрии детских товаров». Подписывайтесь на онлайн-рассылку «Вестника» по адресу: pr@acgi.ru

 Вся информация о форуме на сайте: <http://www.kids-marketing.ru>, на ресурсах наших информационных партнеров:  [RDT-info.ru](http://rdt-info.ru/), [AdIndex](https://adindex.ru/), [журнала «Планета Детство»](http://www.planetadetstvo.ru/), [ИД PROfashion](http://profashion.ru/),журнала о торговом маркетинге **-**[www.Трейд-маркетинг.РФ](http://www.xn----8sbjbedvdmsp0aguk.xn--p1ai/),в каталоге деловых мероприятий[kogd.ru](http://kogd.ru/)**, а также** на странице форума в [FB](https://www.facebook.com/acgi.ru/?fref=ts): <https://www.facebook.com/groups/kidsmarketing/>

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

|  |  |
| --- | --- |
| **Контакты****Для участников и партнёров форума:**[+79629073747](https://e.mail.ru/%2B79629073747)forum@acgi.ru**Для СМИ и информационных партнёров** **форума:** [pr@acgi.ru](https://e.mail.ru/compose/?mailto=mailto%3apr@acgi.ru) **Адрес для документов и материалов форума**:121165, Москва, ул. Студенческая, дом 33, стр.14тел./факс: +7 (499) 519 0281 (83)info@аcgi.ru  | **Организаторы** [Национальная ассоциация игрушечников России](http://www.rnta.ru/) [Ассоциация предприятий индустрии детских товаров](http://acgi.ru/)[Высшая школа маркетинга и развития бизнеса ВШЭ](https://marketing.hse.ru/)  |