



Кейс «Питомцы» : Как превратить пользователей VK в лояльных потребителей бренда

Еще вчера потребитель хотел большего от брендов

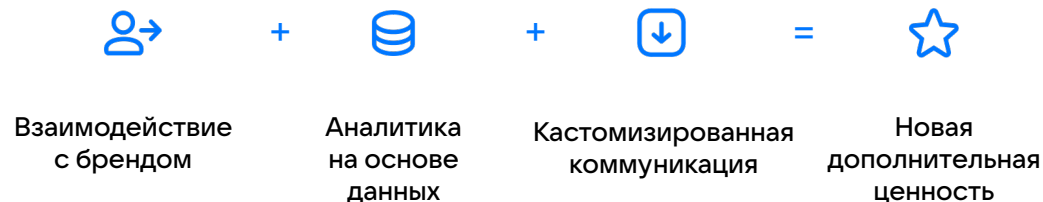
Потребность в доверии к своим брендам

Запрос на уникальное взаимодействие с брендом

Последний опыт устанавливает стандарт для следующего

Передовые бренды расширяли потребительский опыт, перестраивая маркетинг в сторону «бренд как сервис» (BaaS)

Формула успеха Brand as a Service



«Meaningful Brands» Havas study 2019
«Edelman Trust Barometer» 2019

Ogilvy consulting, 2020

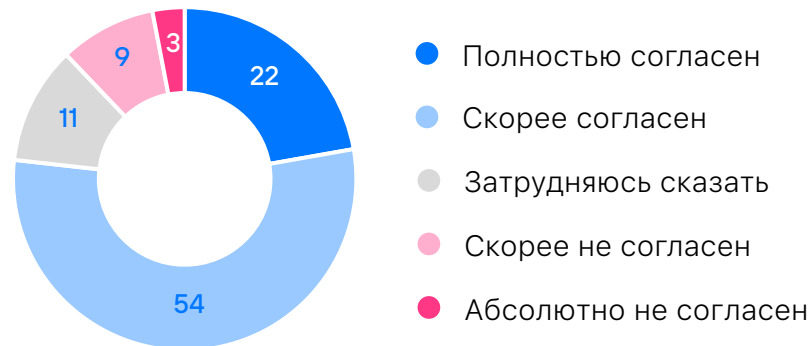
Уже сегодня люди будут ожидать еще большей поддержки от брендов

Потребитель вновь оказался в сложных экономических и психологических условиях

Пост-ковидная привычка рассчитывать на поддержку от брендов только усилится

За время пандемии в выигрыше оказались компании, которые предлагали потребителю полезные сервисы, удобные решения и позитивные эмоции

«Для меня важно, что бренды стараются поддержать потребителя в этот сложный период» %, май 2020



Сервисные решения VK —

это создание цифрового актива для долгосрочного взаимодействия с пользователями экосистемы VK и превращения их в лояльных потребителей бренда.



Пользователь
сервиса




Потребитель
бренда




Это происходит за счет того,

что актив удовлетворяет регулярные потребности пользователей через взаимодействие с брендом


Потребность
и привычки
пользователей




Миссия
и задачи
бренда

Сервисные решения обеспечивают

Пользователям

- **Решение проблем**
Новый инструмент для закрытия потребности
- **Комфорт**
Коммуникация в привычной среде обитания
- **Сопричастность**
Формирование личного отношения и комьюнити вокруг тематики

Бренду

- **Оптимизацию**
Оптимизировать медиа продвижение натив, реферальные программы, фитчеринг внутри экосистемы VK
- **Лояльность**
Расширить лояльную базу и создать амбассадоров бренда
- **Долгосрочное преимущество**
Укрепить долгосрочное конкурентное преимущество

Примеры реализации



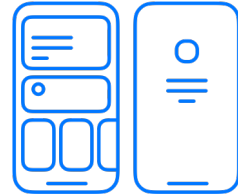
Интеграции

Интеграции в готовые продукты VK



Собственный сервис

Создание собственного продуктового сервиса



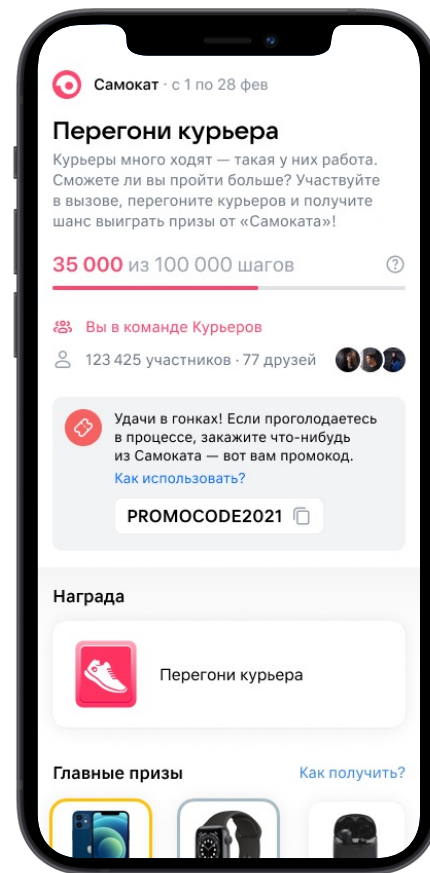
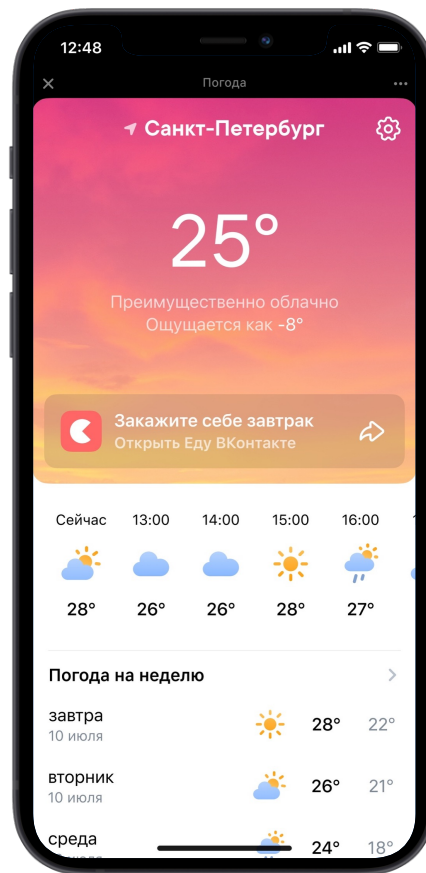
Новая вертикаль

Создание новой вертикали в категории совместно с VK

Пример 1: Создание фичи внутри существующего сервиса VK

Особенности решения:

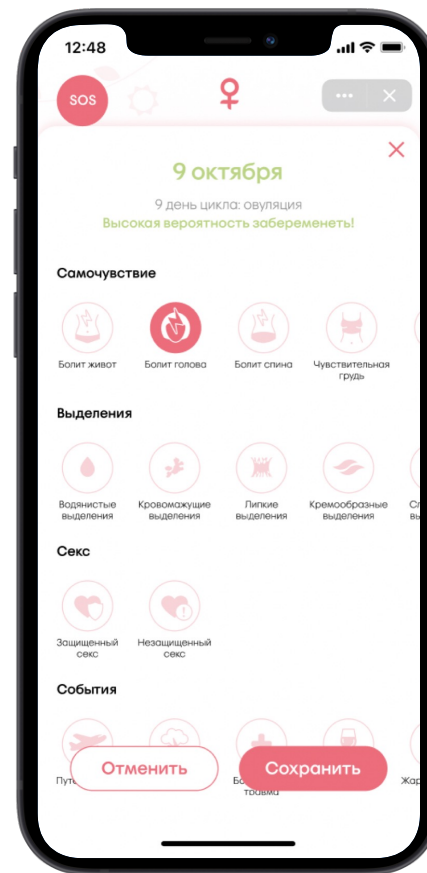
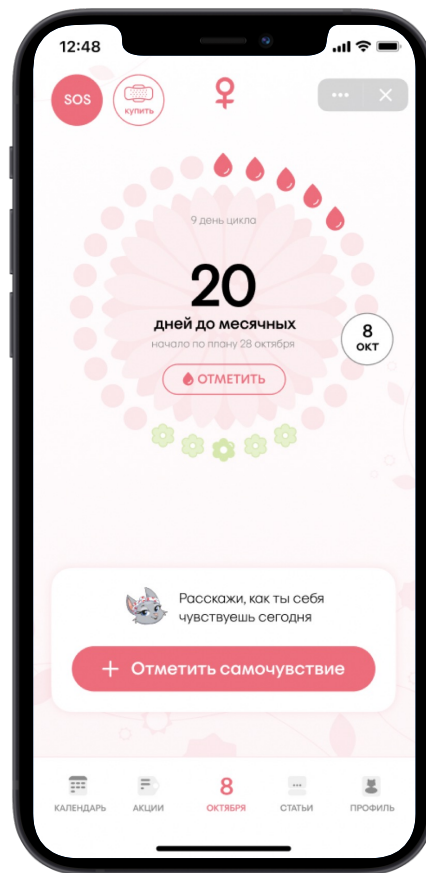
1. Скорость реализации
2. Наличие лояльной аудитории сервиса
3. Широкая матрица существующих сервисов
4. Ограниченный уровень кастомизации



Пример 2: Создание собственного продуктового сервиса

Особенности решения:

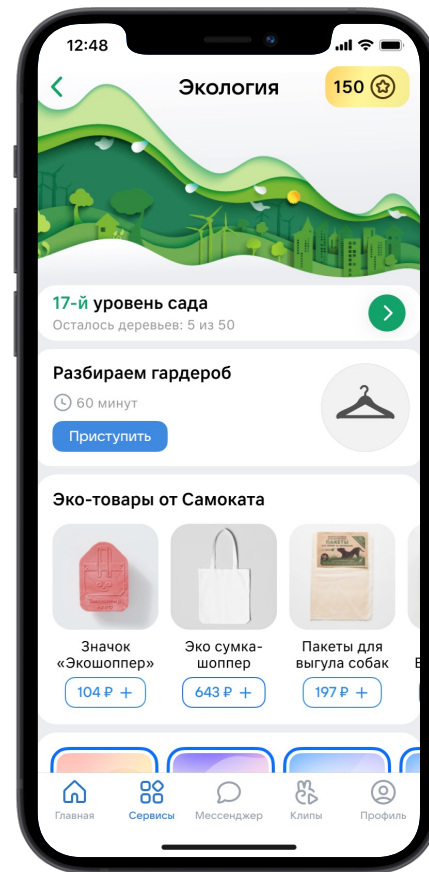
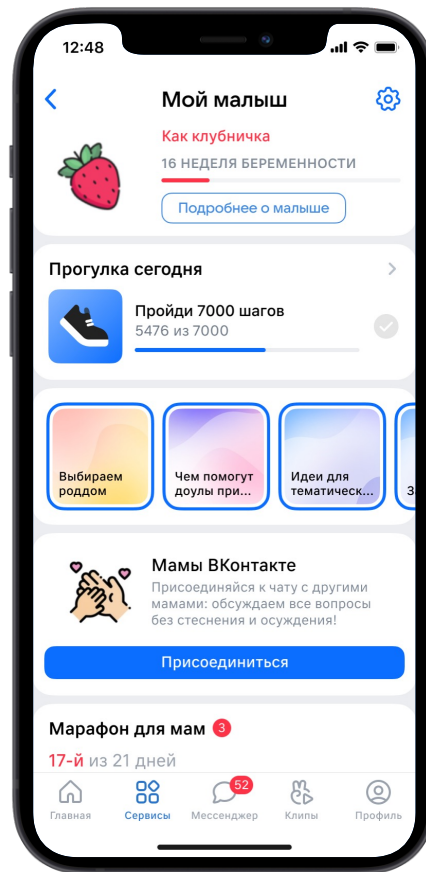
1. Кастомизированное решение под конкретный бренд
2. Создание и разработка решений с нуля при участии продуктовой команды VK
3. Глубокая проработка аудитории, долгий период исследований



Пример 3: Вертикаль — новый стрим сервисов VK, объединенных одной тематикой

Особенности решения:

1. Создание нового общего актива с VK;
2. Возможность интеграции во все активы VK; (соцсети, food tech, voice tech и т.д.)
3. Возможность проведения коллаборативных кампаний с другими брендами;
4. Цифровизация различных аспектов деятельности бренда.



Кейс

Вертикаль «Питомцы» О проекте

«Питомцы» — продукт, который позволяет пользователям подойти к уходу за питомцем с комфортом, начиная от момента планирования до появления питомца в доме и совместной жизни с ним.

Наш экосистемно-продуктовый подход позволяет нам эффективно присутствовать на каждом из уровней маркетинговой воронки, включая работу с данными.



Эволюция проекта

2018



**Платформа с контентом
+ Онлайн-консультации**

- Образование и развлекательный контент
- Сервис онлайн-консультаций

2019



+ DATA-агрегатор

- Клуб владельцев животных
- Энциклопедия пород

2020



+ Новые площадки

- Чат-бот ВКонтakte
- Сервисы

2021



+ Углубление интеграций

- Контент
- Сервисы
- Шоппинг
- Коммьюнити

Кейс

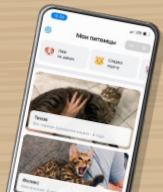
Экосистема проекта



Акции в сервисе
Чекбэк ВКонтакте



Навык
в Марусе



Портал
Питомцы Mail

Сервис Питомцы
ВКонтакте



Новые площадки VK
(H2 2022)

Кейс

Питомцы VK: Результаты

1,7 млн

MAU сервисов Питомцы
(Портал + ВКонтакте)

78,2%

Владельцев домашних
животных, OMI

970 тыс

MAU портала Питомцы

600 тыс

MAU приложения Питомцы



Ольга Фролова
Руководитель сервисных решений, VK
o.frolova@corp.mail.ru