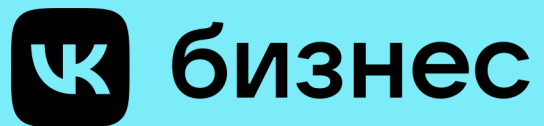


«Открытие эмоций» ВКонтакте

декабрь 2022 – январь 2023



Цели проекта



Повышение лояльности

Масштабное продвижение позитивного имиджа банка в предновогодний период

01



UGC и органика

Вовлечение в интерактивную коммуникацию с помощью челленджа с маской в VK Клипах для активного взаимодействия с брендом и широкого органического распространения коммуникации

02



Продвижение продукта

Распространение информации о продуктах банка на широкую аудиторию через позитивное взаимодействие с брендом

03

Инсайт

Предновогодний период – время повышенного стресса. Надо успеть сделать все рабочие дела, организовать каникулы, купить подарки близким. В этой суете сложно почувствовать магию праздника и сохранить новогоднее настроение. А тут еще и весь 2022 год оказался совсем не простым, за который мы почти разучились радоваться. Поэтому хочется наконец прервать этот круг и сменить наши настороженные ожидания на радостные эмоции. Ведь как встретишь Новый год, так его и проведешь.

Исследования* показывают, что у людей есть запрос на поддержку любимых брендов, они хотят видеть в них источник оптимизма. Этот запрос обостряется во время эмоциональных нагрузок.

* Доклад Маркетингового Информационного Центра (ex. «Кантар») на Дне Бренда 2022.



Идея



Банк Открытие с амбассадорами, VK и пользователями социальной сети объединились, чтобы вместе зарядить наступающий год положительными эмоциями и сделать его лучше



Челлендж с маской «Открытие эмоций»

Механика



Пользователям предложили **снять клип с AR-маской**. В нем нужно было повторять серию из шести новогодних эмоций за амбассадором бренда – Константином Хабенским

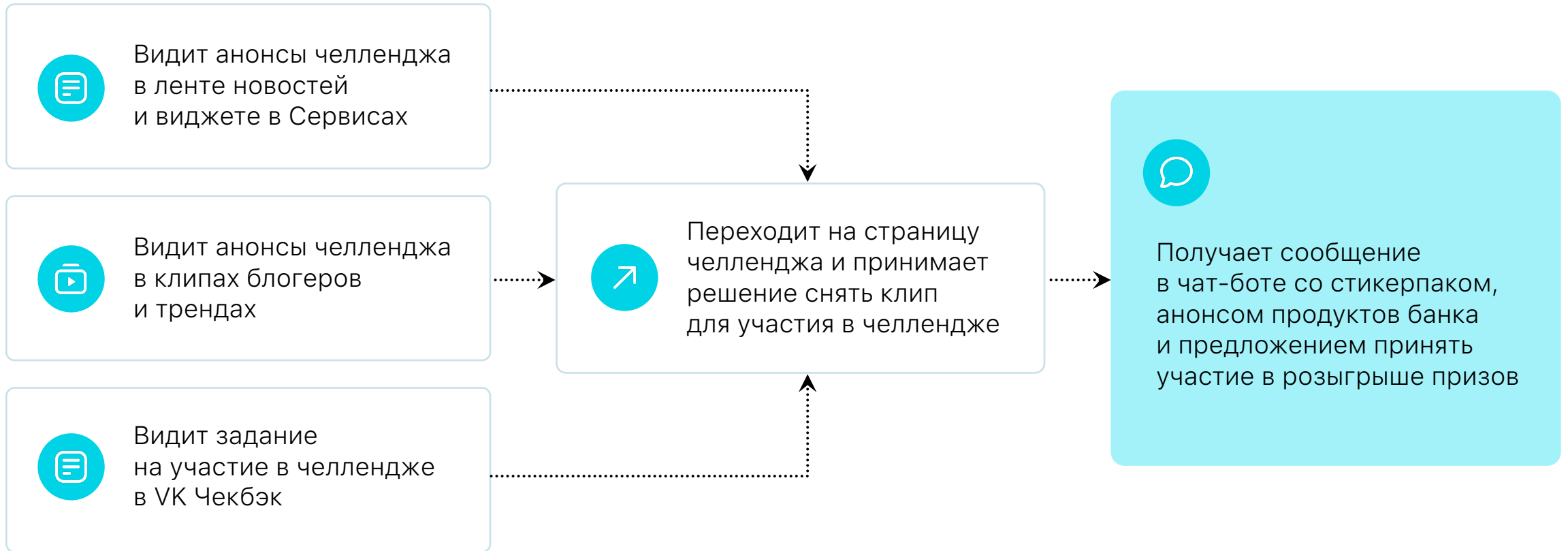
Вовлечение



- Первые 10 000 участников получали **гарантированный приз**: стикерпак ВКонтакте на выбор
- 12 участников получили **суперприз** – дебетовую карту Банка Открытие с 23 000₽ на счету



Путь пользователя челленджа



Анонсирование в Ленте и Сервисах

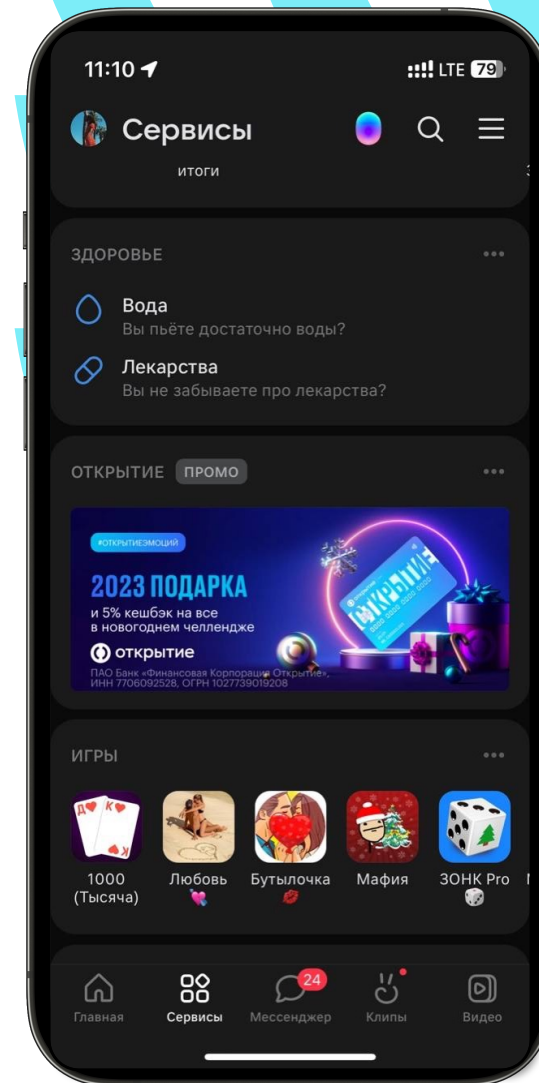
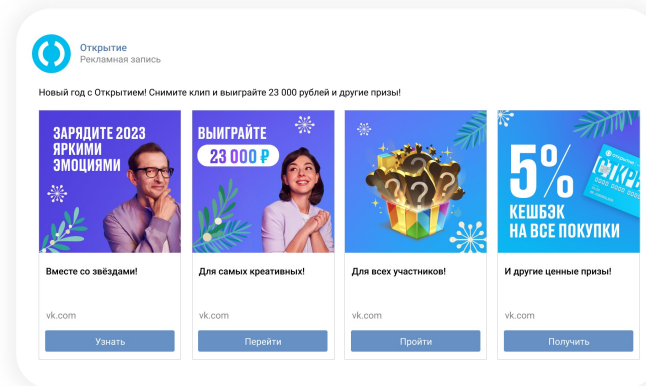
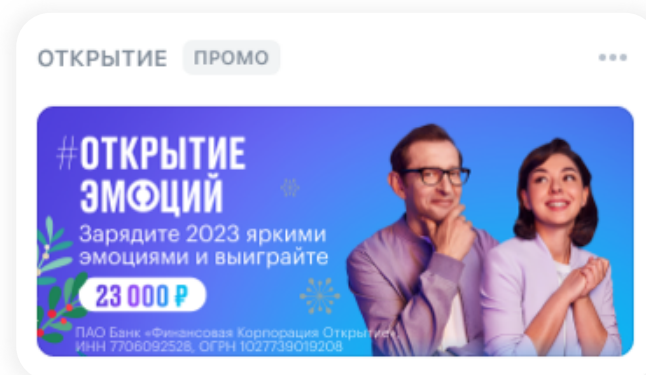
Активация продвигалась на широкую аудиторию с помощью промопостов, промоисторий и виджета в разделе Сервисы



53+

млн показов

Общий охват продвижения



Анонсирование в VK Клипах



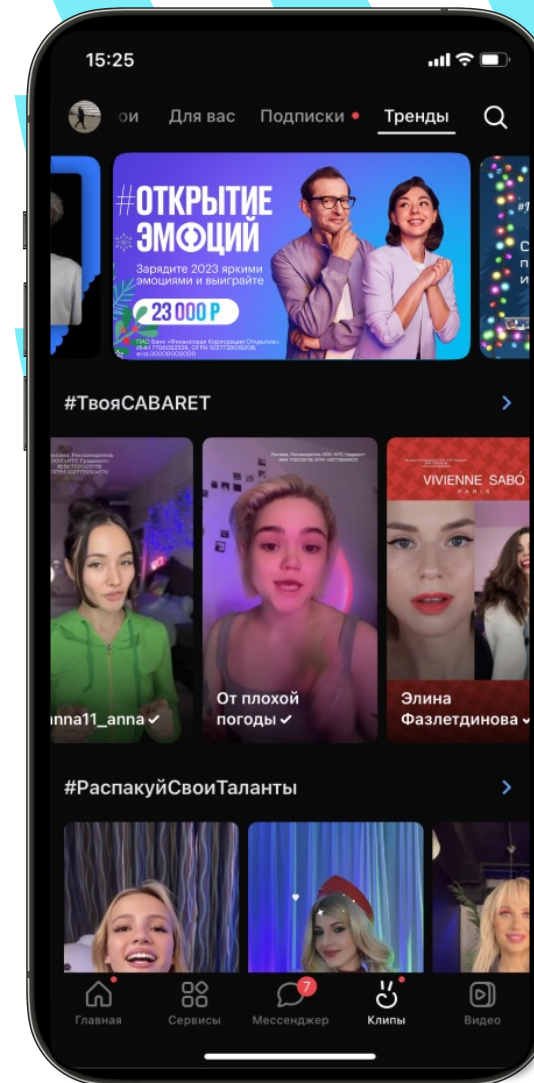
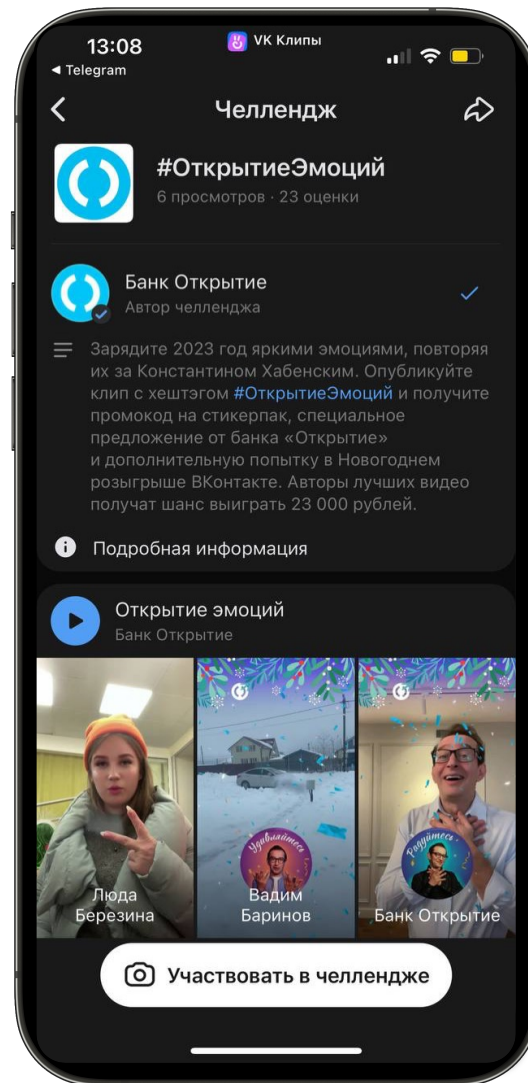
К участию в проекте было привлечено **13 популярных блогеров** на платформе VK Клипы

Они призывали пользователей к участию в челлендже и демонстрировали «открытие эмоций» с AR-маской



Ролики блогеров в VK Клипах набрали **6 416 638 просмотров**

Дополнительно челлендж был анонсирован в топе трендов и топе рекомендаций в VK Клипах



Интеграция в Новый год ВКонтакте

Активацию продвигали в новогоднем челлендже в VK Чекбэк. Это обеспечило дополнительное стимулирование пользователей к участию в задании.

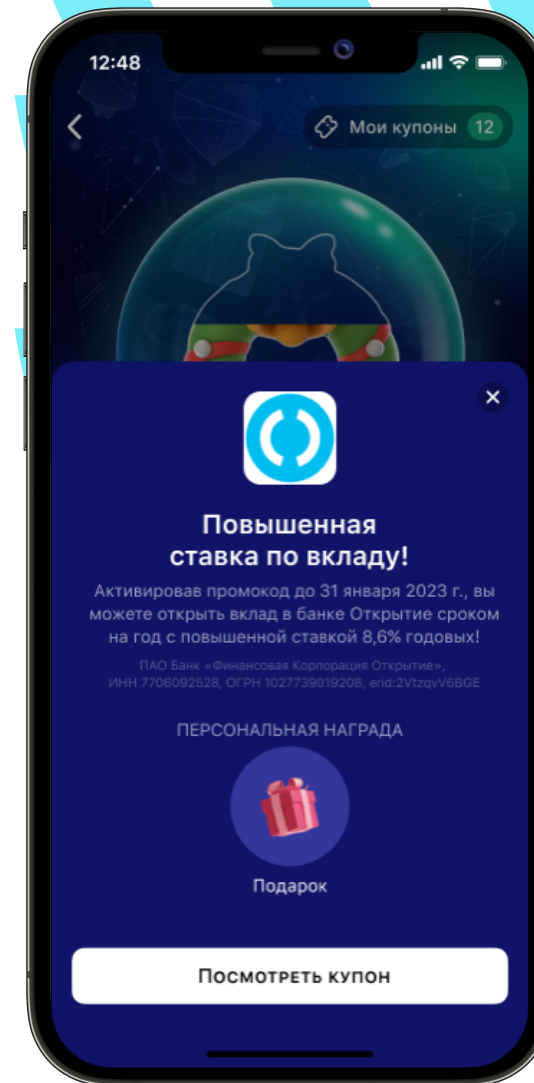
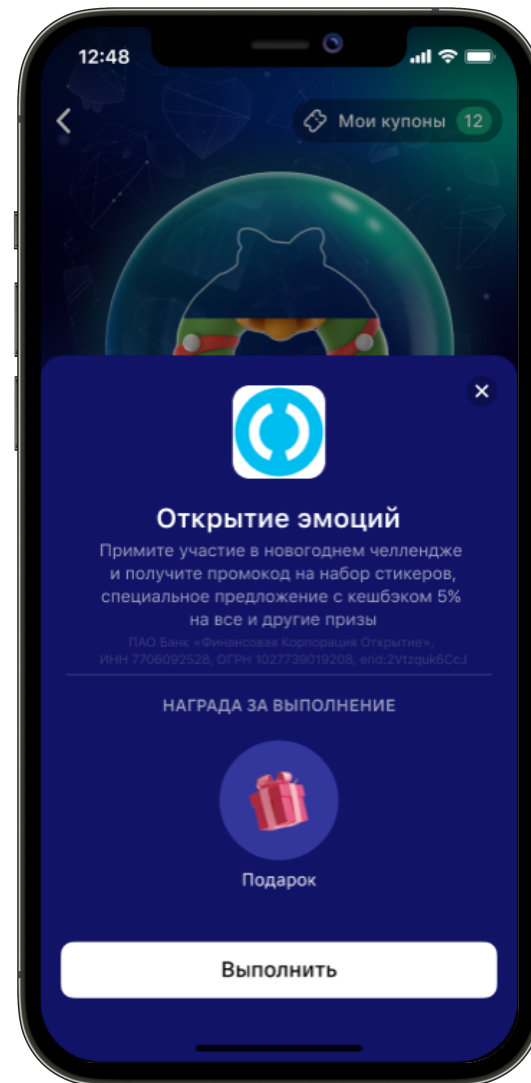
В рамках челленджа **7 000 участников** получили дополнительную попытку забрать приз в рамках ивента.



Банк Открытие был интегрирован и как призовой партнер ивента.

Пользователи могли выиграть промокод на персональную ставку по вкладу в качестве приза.

Его получили **3 000 уникальных пользователей**.



Челлендж с маской «Открытие эмоций»

23 502

пользователей

приняли участие в челлендже
и сняли клип с AR-маской



Этот показатель
превысил план на 120%

Клипы > Челлендж: #ОткрытиеЭмоций



#ОткрытиеЭмоций

1,5М просмотров · 8 670 оценок

Отправить на телефон



Поделиться

Зарядите 2023 год яркими эмоциями, повторяя их за Константином Хабенским. Опубликуйте клип с хештэгом #ОткрытиеЭмоций и получите специальное предложение от банка «Открытие». Авторы лучших видео получают шанс выиграть 23 000 рублей.



Результаты



23K

Пользователей приняли участие в челлендже. Этот показатель **превысил план на 120%**



6,4M

Просмотров собрали клипы блогеров. Это **превысило начальную цель на 28%**



53M

Показов собрали анонсирующие форматы ВКонтakte. Такой объем промо сделал кампанию очень **заметной и узнаваемой**

Выводы



Стикеры в качестве гарантированных подарков обеспечили **виральный старт и эффективное вовлечение** пользователей

01



Простая механика маски с участием знаменитости помогла **перевыполнить KPI** по участникам в три раза

02



Популярные блогеры помогли завирუსить промо и **перевыполнить KPI** по просмотрам клипов с брендом на треть

03



**VK — место
встречи**