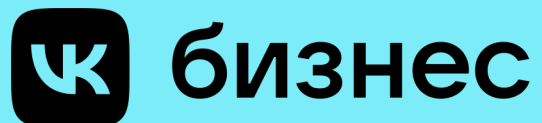


Как ВТБ и VK дарили всем новогоднее настроение

Комплексный спецпроект ВТБ и VK



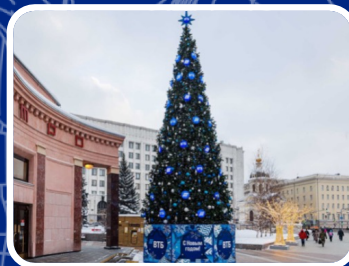
Как россияне встречают Новый год?...

...с легким паром, мандаринами,
оливье и с близкими





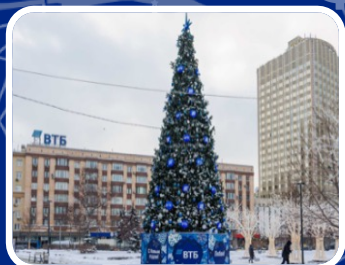
Москва Сити



Арбатская площадь



Боровицкая площадь



Смоленская
Сенная площадь

...с ВТБ!



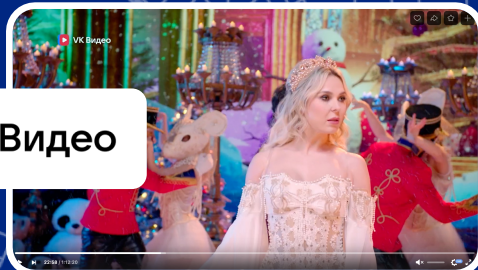
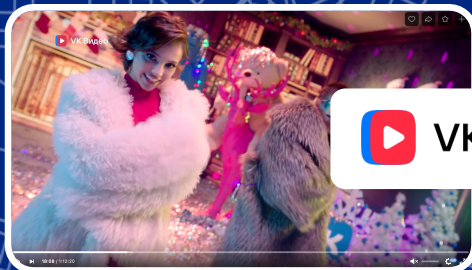
Поклонная гора



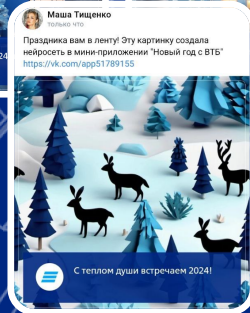
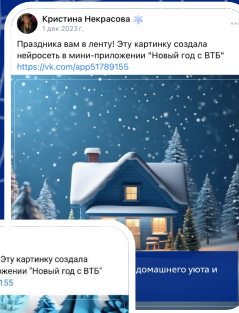
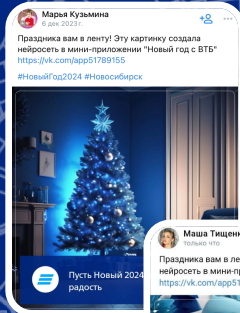
Новый Арбат



Лубянская площадь



А еще и с VK!



ВТБ строит охват с помощью классических медиа: ТВ, ООН, медийка

А в спецформатах перед Новым годом нам важно качественно взаимодействовать с аудиторией, повышать уровень вовлеченности и формировать предпочтение



Уровень вовлеченности



Глубина просмотра



Earned effect
(вирусный эффект)



Качество контакта



Рейтинг вовлеченности ER



Бренд Лифт
= влияние на атрибуты



ВТБ и VK

запустили масштабный
и эксклюзивный предновогодний
проект, охватывающий
5 сервисов VK



Уникальное брендированное
мини-приложение ВКонтакте



Тематическая подборка в VK Клипах



Интеграция в самый масштабный
новогодний фильм «VK под Шубой 2»

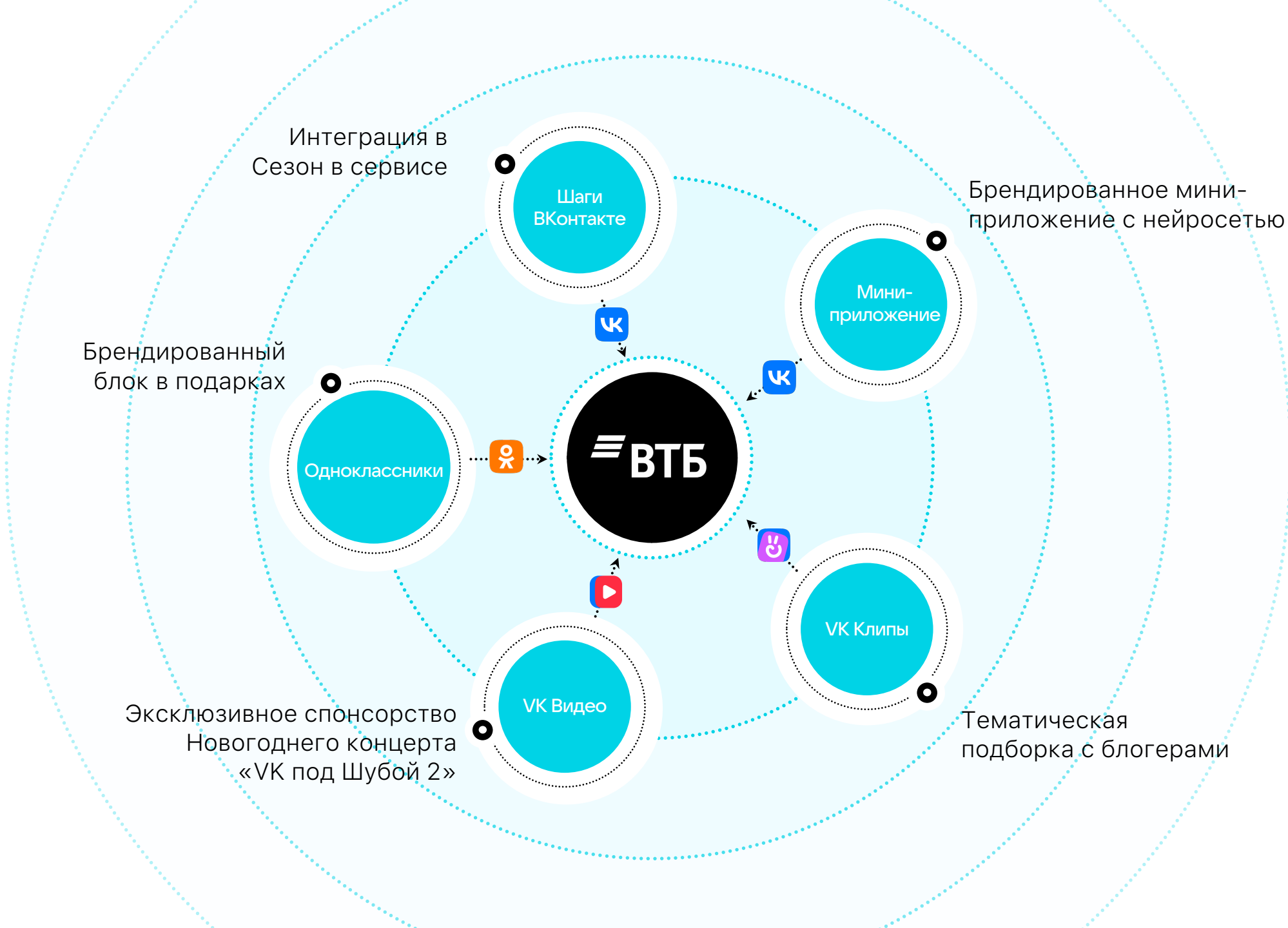


Использование самых популярных
инструментов в Одноклассниках



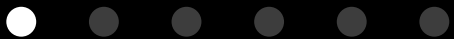
Интеграция в Сезон Шаги ВКонтакте





Мини-приложение ВКонтакте с искусственным интеллектом

с 4 по 31 декабря 2023



Чтобы привычные «Счастья! Здоровья!» звучали убедительнее, ВТБ запустил мини- приложение с ИИ

Где пользователи могли сгенерировать
открытку в уникальном стиле

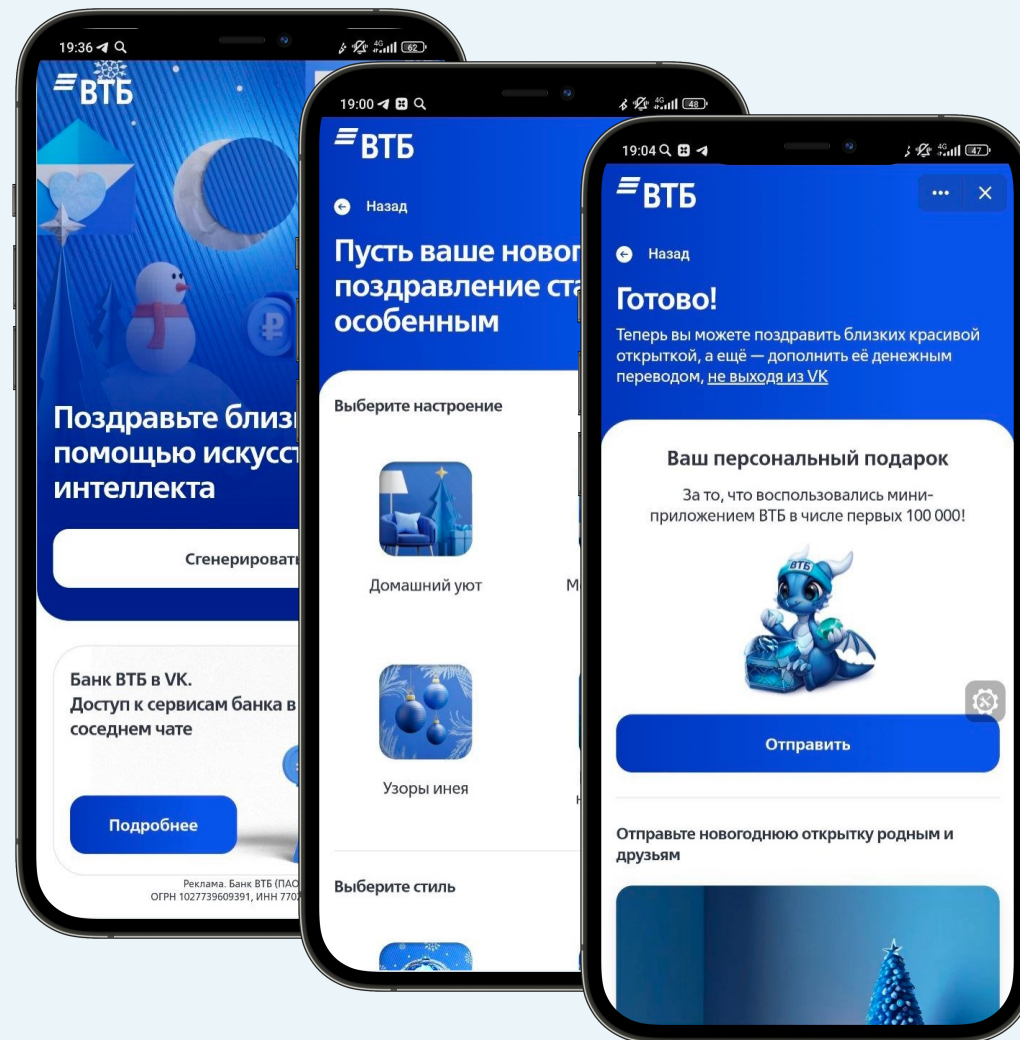
KPI

243 тыс.

уникальные пользователи
в приложении

135 500 — план

179% выполнения



112 тысяч открыток сгенерировали пользователи в приложении

69 873

уникальных генераций открыток в приложении

1,6

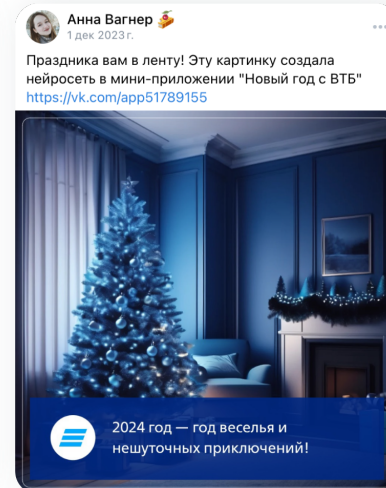
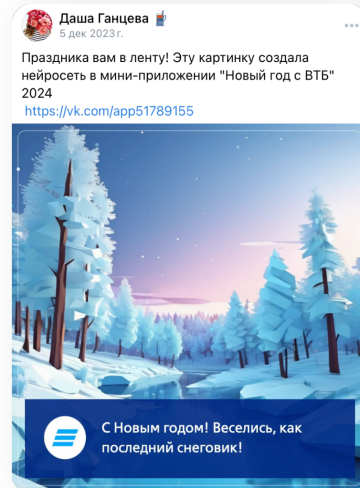
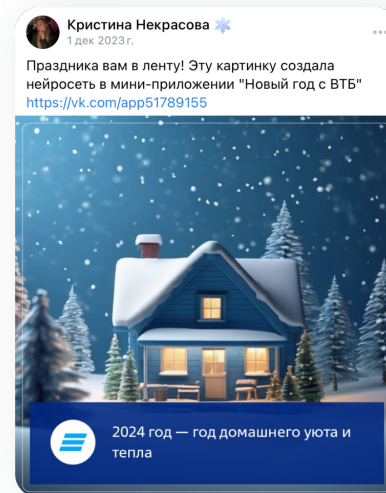
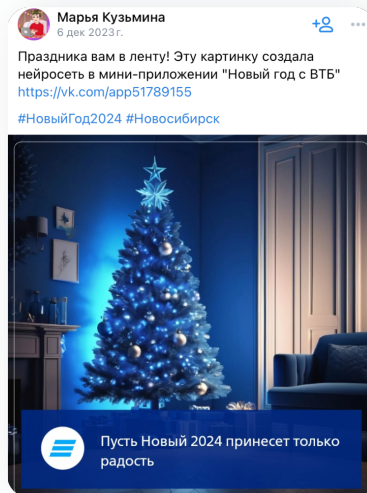
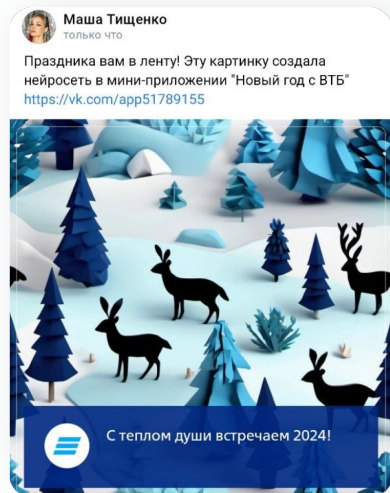
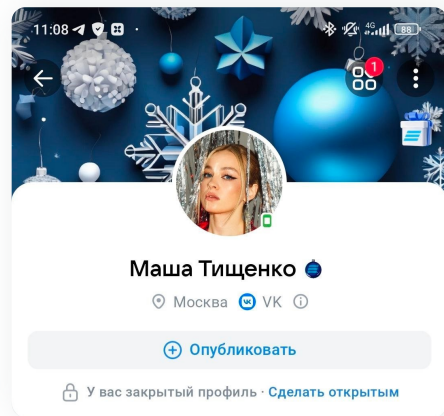
открыток сгенерировал каждый пользователь

Бенчмарки площадки

Прохождение интерактивной механики в мини-приложении: 30% пользователей. Генерация контента или прохождение теста: 1,2-1,5 раз на пользователя



Открытки ВТБ на страницах пользователей ВКонтакте



...и подарить подарок друзьям – СИМВОЛ ГОДА

Выдача подарка в качестве вознаграждения
за целевое действие

54 947

уники, подарившие
подарок

3 отправки на уника

166 779

всего отправок
подарка

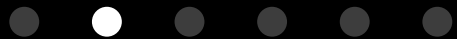
Бенчмарк площадки:

2,5 отправки подарка на уникального пользователя



Сезон в Шагах ВКонтакте

с 4 по 25 декабря 2023



В рамках интеграции в Сезон в Шагах ВКонтакте, отправили Степана с картой ВТБ в разные эпохи

Шагали всей страной и получали ачивки и подарки

4 млн

количество участников сезона

4 000 000 — план

100% выполнения



Награда
«Уверенные шаги
с ВТБ»

ачивка

Зимний марафон



Знаю всё
о выгоде

статус



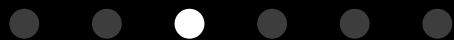
общий путь



локация ВТБ

Тематическая подборка в VK Клипах

с 4 по 31 декабря 2023



Как порадовать близких и подарить подарок, который будет радовать круглый год?

10 популярных блогеров поделились своими секретами, как порадовать тех, кто вам дорог

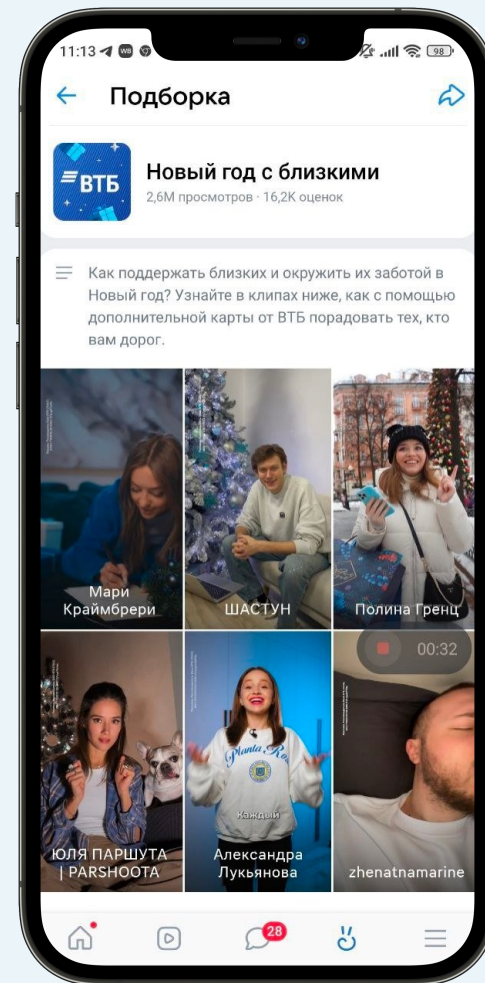
KPI

44,1 млн

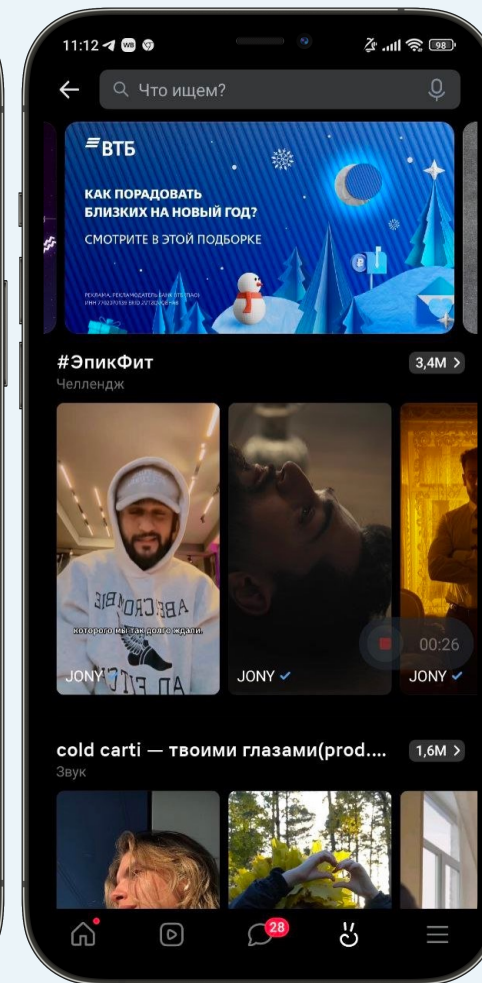
Просмотров всех медийных форматов проекта (KPI)

41 085 000 — план

107% выполнения

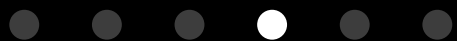


тематическая подборка



закреп баннера в трендах

«VK под Шубой 2»



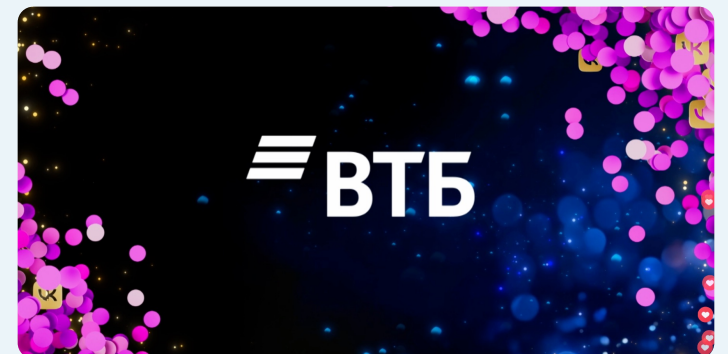
Чтобы по традиции увидеть любимых звезд, проникнуться атмосферой праздника, люди собирались за просмотром «VK под Шубой 2»

ВТБ был эксклюзивно представлен в фильме и сыграл в нем важную роль, органично подчеркивая теплоту и душевность предстоящего праздника



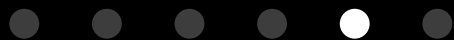
59,7 млн

просмотров фильма



Подарки в Одноклассниках

с 20 по 21 декабря 2023



Ну и куда без подарков на Новый год!

В Одноклассниках пользователи делились подарками от ВТБ со своими друзьями и близкими

KPI

3+ млн

подарков было подарено

2 550 000 — план

122,66% выполнения

93 721

уникальных дарителей

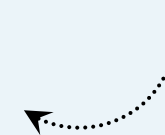
2 269 912

уникальных получателей



~ 33,3 подарка

отправлял каждый даритель



Наши результаты впечатляют!



409 млн

показов брендированных
материалов ВТБ



>42 млн

тотал охват
комплексного
проекта

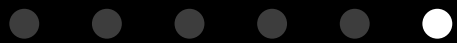


9 000 000+

пользователей встречали новый 2024 год
вместе в ВТБ и VK, получали подарки,
погружались в атмосферу праздника
и дарили друг другу настроение



Влияние новогоднего проекта VK на бренд- метрики ВТБ



Зафиксирован значимый рост всех показателей в тестовой группе, что говорит о положительном влиянии и эффективности рекламной кампании

 с **75%** до **81%**

увеличилось знание бренда «ВТБ» в тестовой группе

 с **22%** до **32%**

увеличилась готовность пользоваться услугами банка «ВТБ» в тестовой группе

 с **20%** до **33%**

увеличилась готовность рекомендовать банк «ВТБ» близким и знакомым в тестовой группе

 с **42%** до **66%**

увеличилась узнаваемость рекламы «ВТБ» на примере дебрэндированного рекламного креатива в тестовой группе

Отпразднуем
2025 вместе!

