

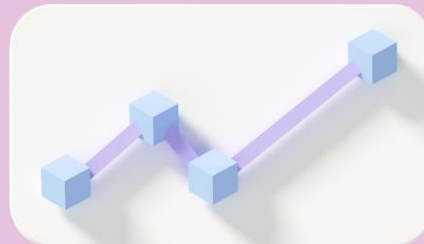
# ПЕРЕЗАПУСК

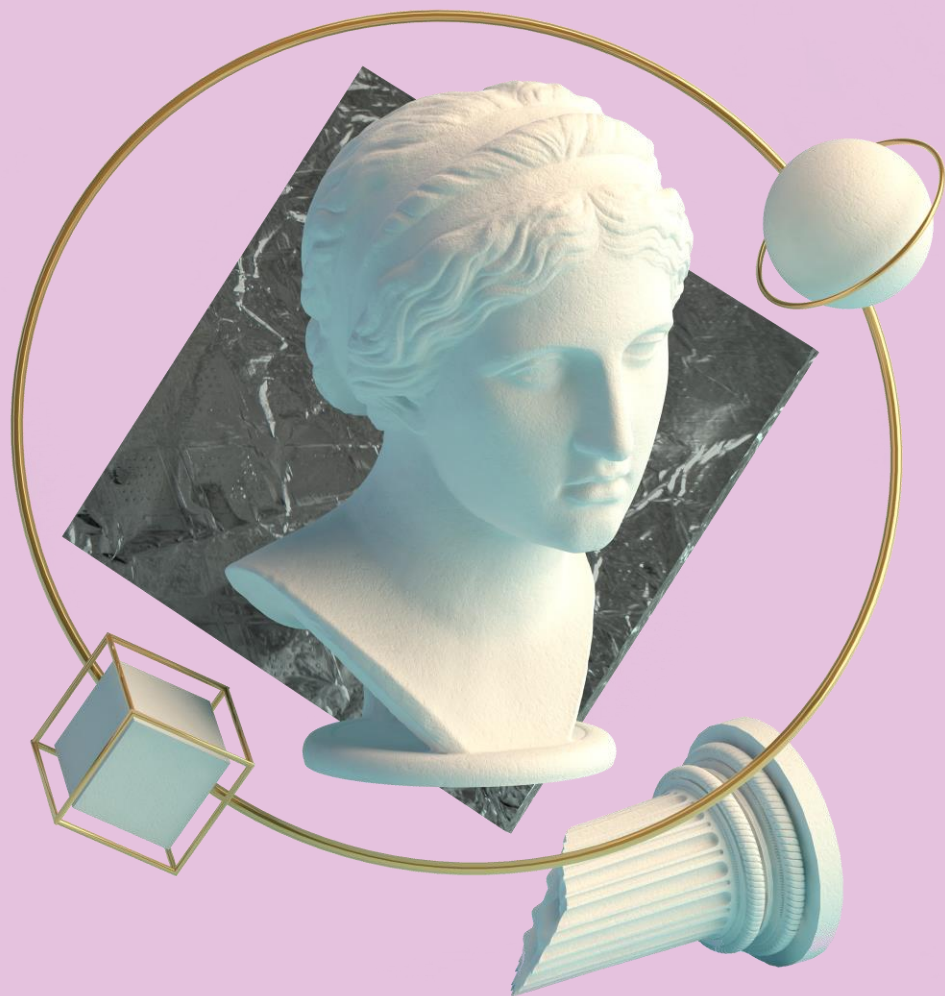
СООБЩЕСТВ БРЕНДА



# Задачи:

- Разработка новой контентной стратегии по ведению сообществ бренда в социальных сетях.
- Повышение лояльности и увеличение активной аудитории в социальных сетях.
- Информирование клиентов о предложениях банка.
- Формирование и укрепление имиджа банка «Ренессанс Кредит» как надёжного и доступного банка.
- Получение лидирующих позиций по активной аудитории в социальных сетях среди банковских сообществ.





**ИСХОДНЫЕ  
ДААННЫЕ**



**Ренессанс**

**КРЕДИТ**



## Портрет ЦА:

- М/Ж 24+
- Образование: среднее, высшее.
- Имеют постоянную работу.
- Активные в проведении досуга, поездок и покупок в интернете.
- Имеют потребность в денежных средствах, склонны к спонтанным покупкам.
- Умно-жадные, считают себя экспертами и ищут для себя наибольшую выгоду.

# Контентная стратегия

Вдохновленные эпохой Ренессанса мы разработали новую контентную стратегию, позволяющую рассказывать о рациональных банковских услугах на языке искусства.

## Редизайн

Единая визуальная концепция для всех сообществ банка «Ренессанс Кредит», позволила нам отстроиться от конкурентов и сделать контент эффектным и запоминающимся.

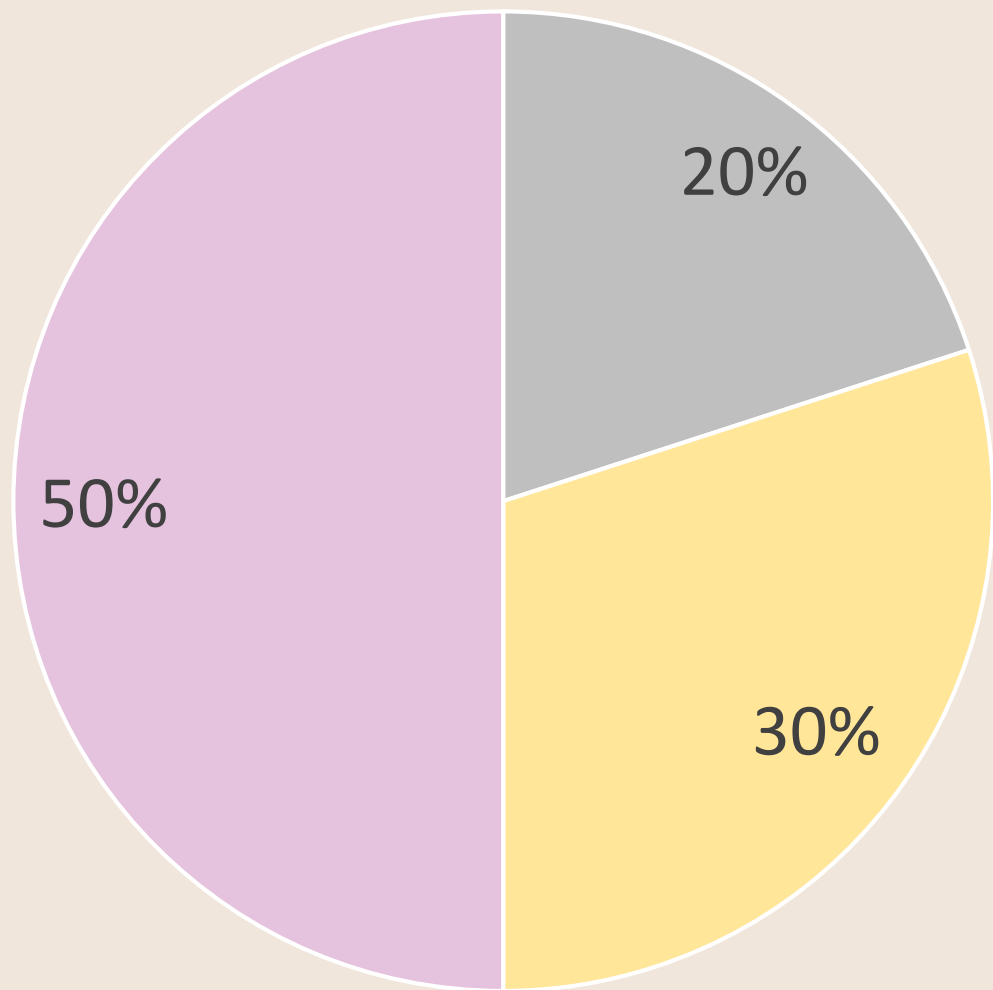


Эффективное обращение с деньгами –  
это **настоящее искусство**  
А разумность, прагматизм, мудрость –  
характерная черта **Ренессанса**



В рамках данной контентной концепции мы открыли двери в мир искусства благосостояния через продукты банка. Добавив больше art-перформанса в повседневную жизнь и рационального в искусство.

# Распределение контента по типам:



## ПРОДУКТОВЫЙ

Акции, продукты и их УТП

## ВОВЛЕКАЮЩИЙ

Опросы, активации, ситуатив

## ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ

Лайфхаки, полезная и образовательная информация



# Особенности визуальной концепции:

В центре сюжета представлена **композиция**, поддержанная **типографикой**.

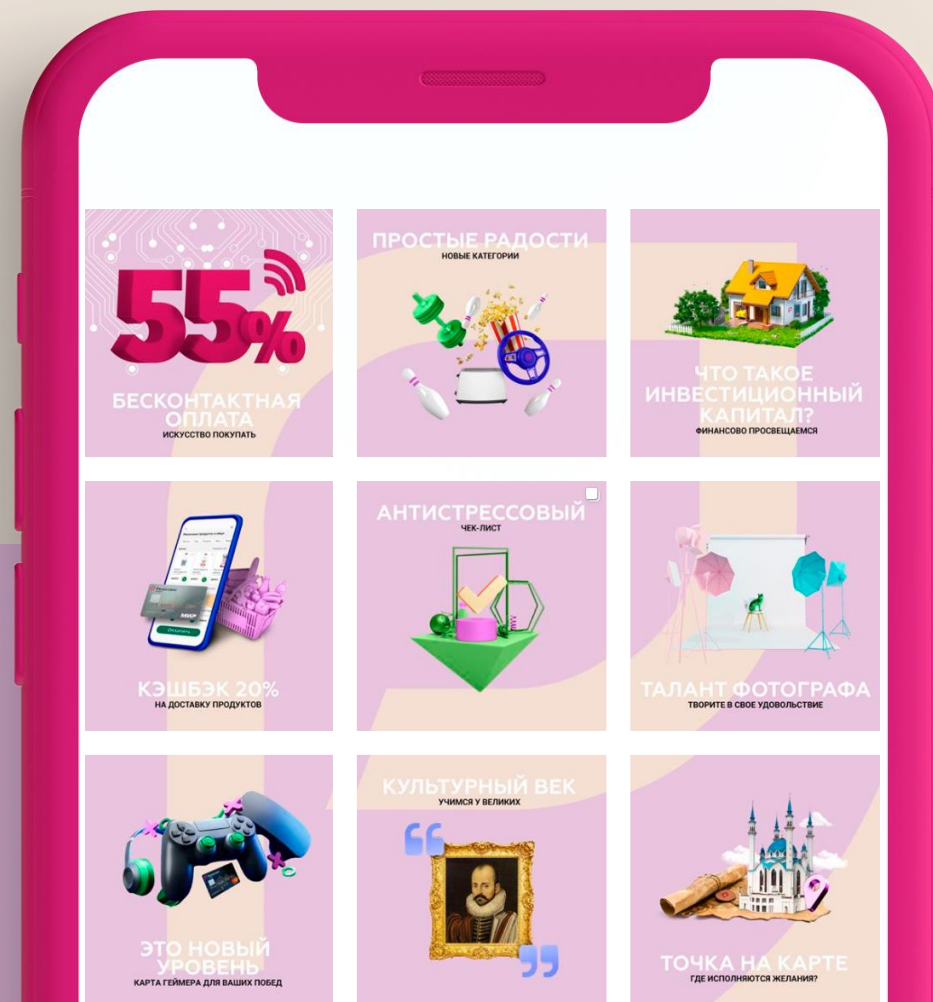
- **Графические фоны**, перетекающие один в другой, согласно выбранной палитре.
- **Графические элементы** цветовой заливки образуют логотип бренда «Р».
- **Фоторил и 3D-элементы** создают композицию в центре имиджа.
- **Типографика:** главный заголовок всегда написан белым цветом, подзаголовок – черным. Тексты, чередуясь, размещаются сверху и снизу имиджа по центру визуала.



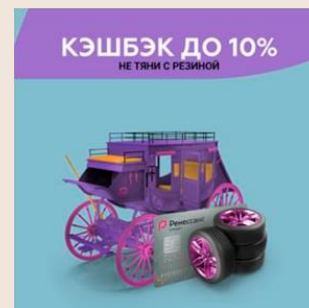
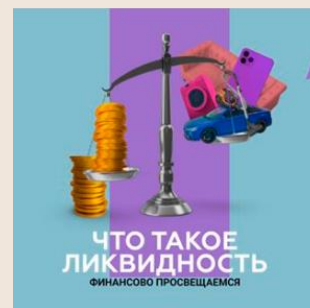
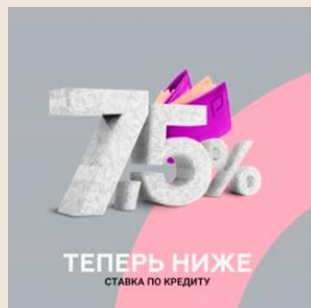
# До

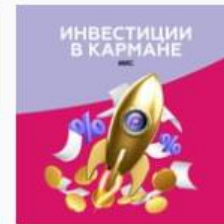
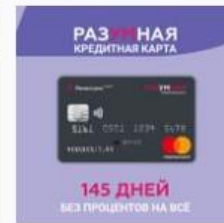
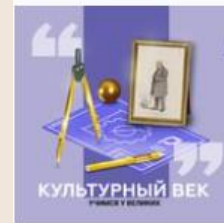
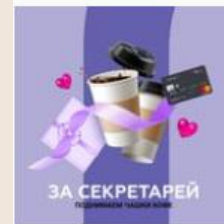
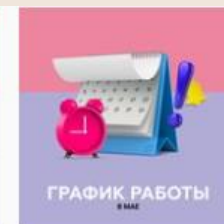
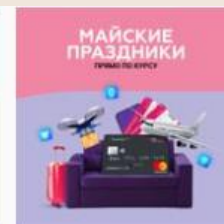
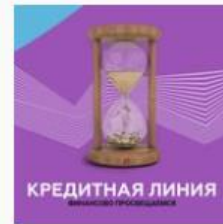
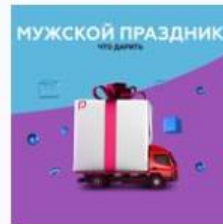
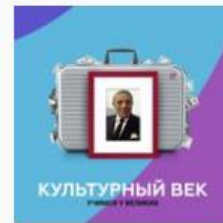
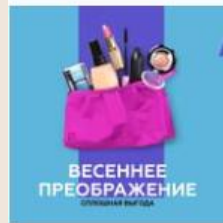
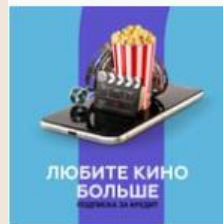
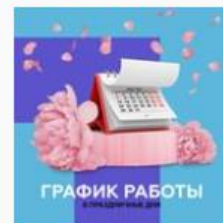
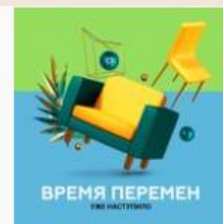
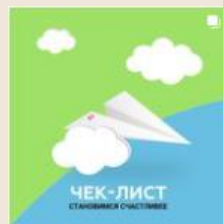
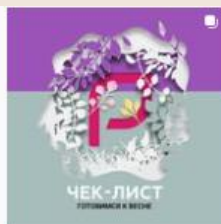
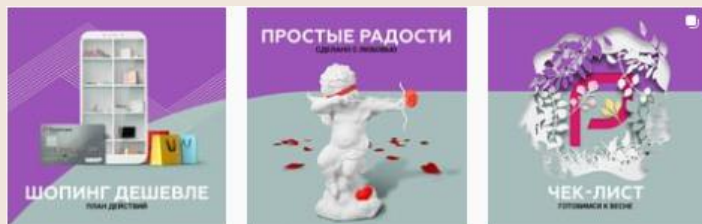


# После

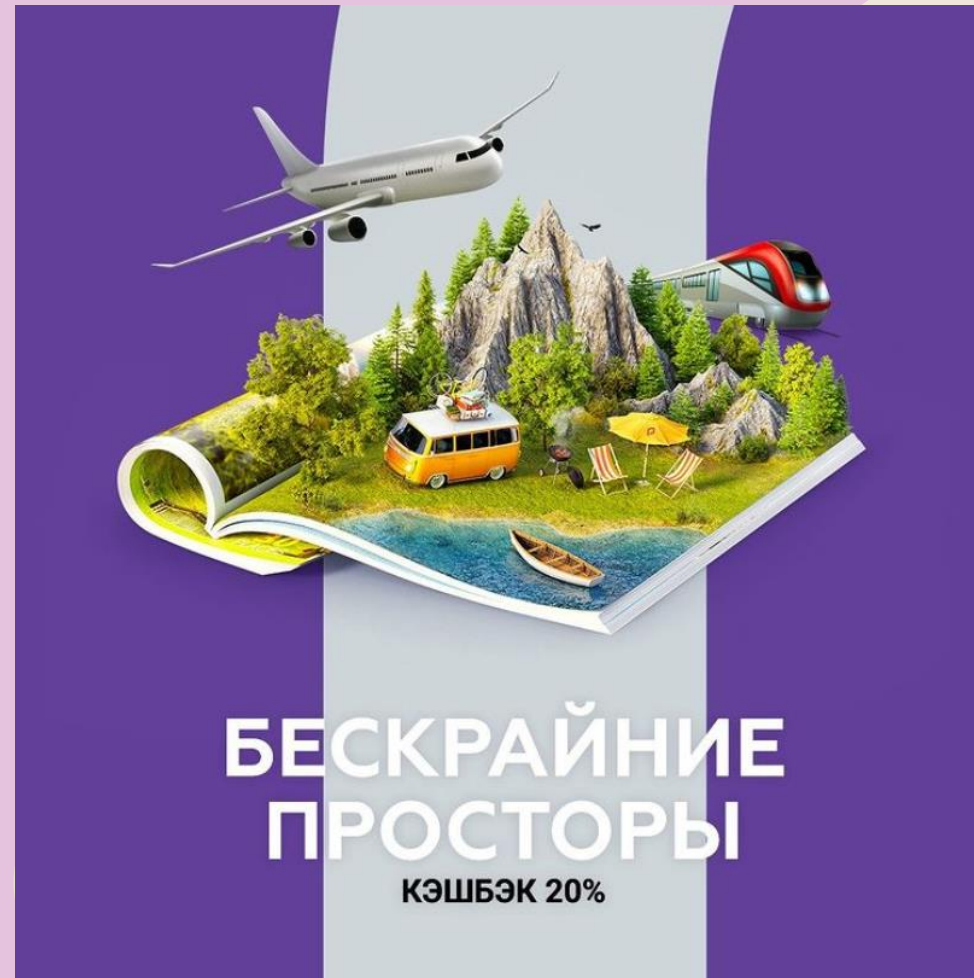


# Примеры постов

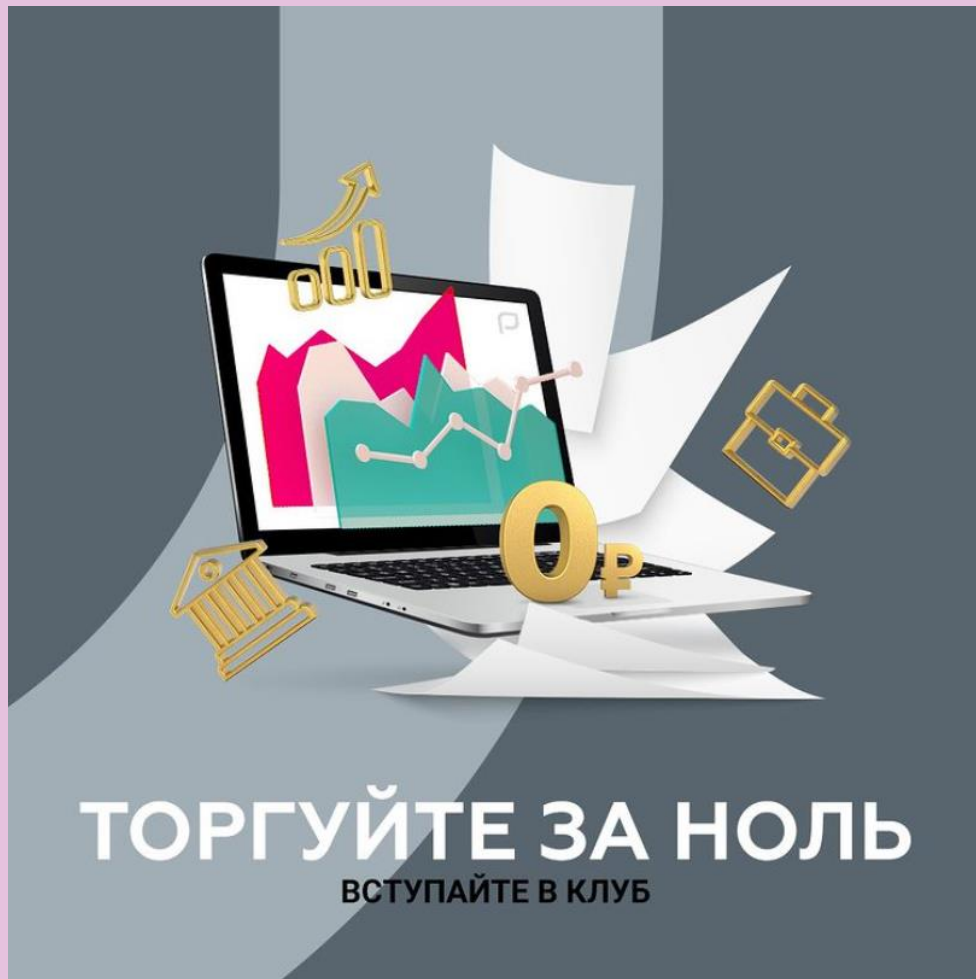




# Примеры постов



# Примеры постов



# Примеры постов

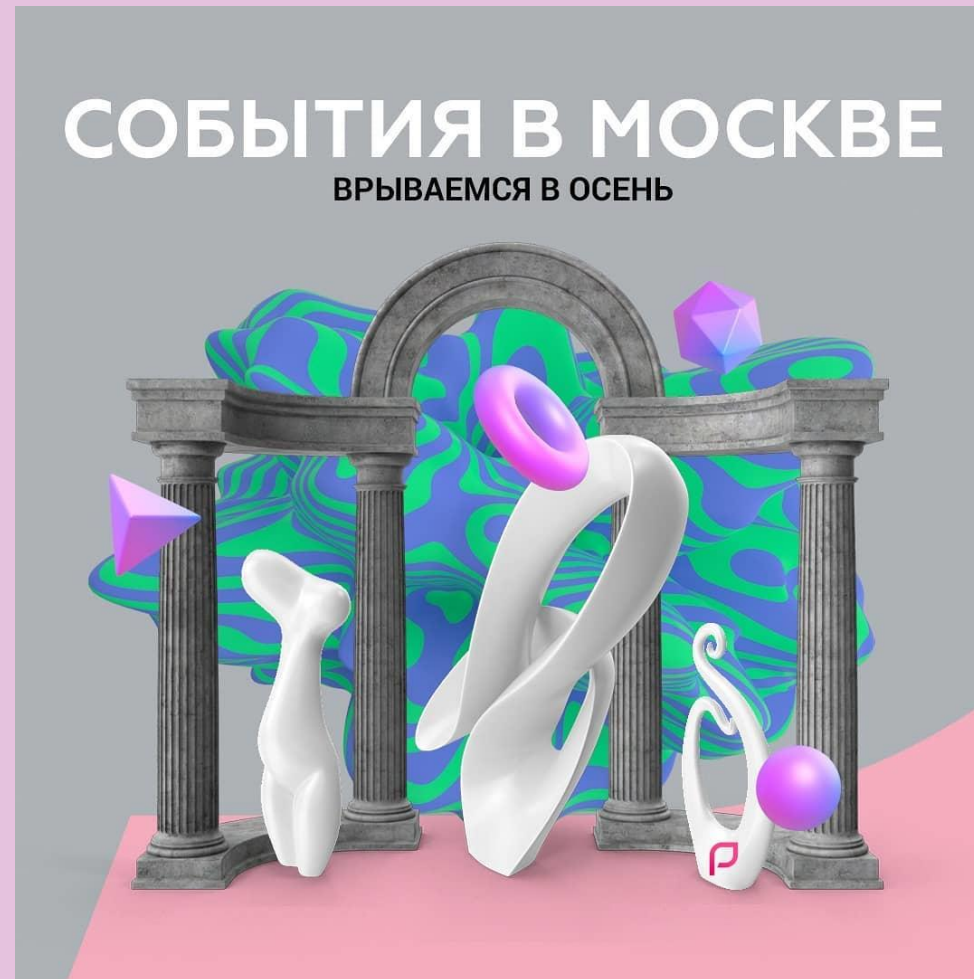


# Примеры постов





# Примеры постов



# Примеры постов



# Наши результаты

За период работы с июня 2020 по май 2021 нам удалось повысить узнаваемость бренда в социальных сетях и сформировать активную аудиторию.



+1046%

Интеракции

+595%

Подписчики

+4719%

Охват  
*без учета рекламного охвата*

+894%

Обращения в директ

# Наши результаты

Профильных опросов  
было проведено

25

Среднее количество  
участвующих респондентов

450



# Рейтинг Brobank.ru

*Данные за IQ 2021*

## ТОП-3

В рейтинге банков с лучшей динамикой в соцсетях за IQ 2021

## +17 ПОЗИЦИЙ

В ТОП-30 самых крупных банков в соцсетях.  
*Рост за период IIQ 2020 – IQ 2021*

## ТОП-5

В рейтинге банков с лучшей динамикой аудитории в соцсетях за последний 12 месяцев.





**Вопросы?**