

Кейсы МТС и Самокат

Как с сервисом «Шаги ВКонтакте» бизнес ставит рекорды



Новые инструменты и гаджеты
возникают как ответ на
потребности и интересы
аудитории



«Шаги ВКонтакте» — часть платформы «Здоровье ВКонтакте», которая была создана как ответ на тренд ЗОЖ. Благодаря приложению можно не только узнать больше о своей активности, но и делиться ей с друзьями



Отслеживание шагов – привычка,
которую можно капитализировать за счет
соревновательного духа

Формула успеха монетизации:



Соревновательная механика

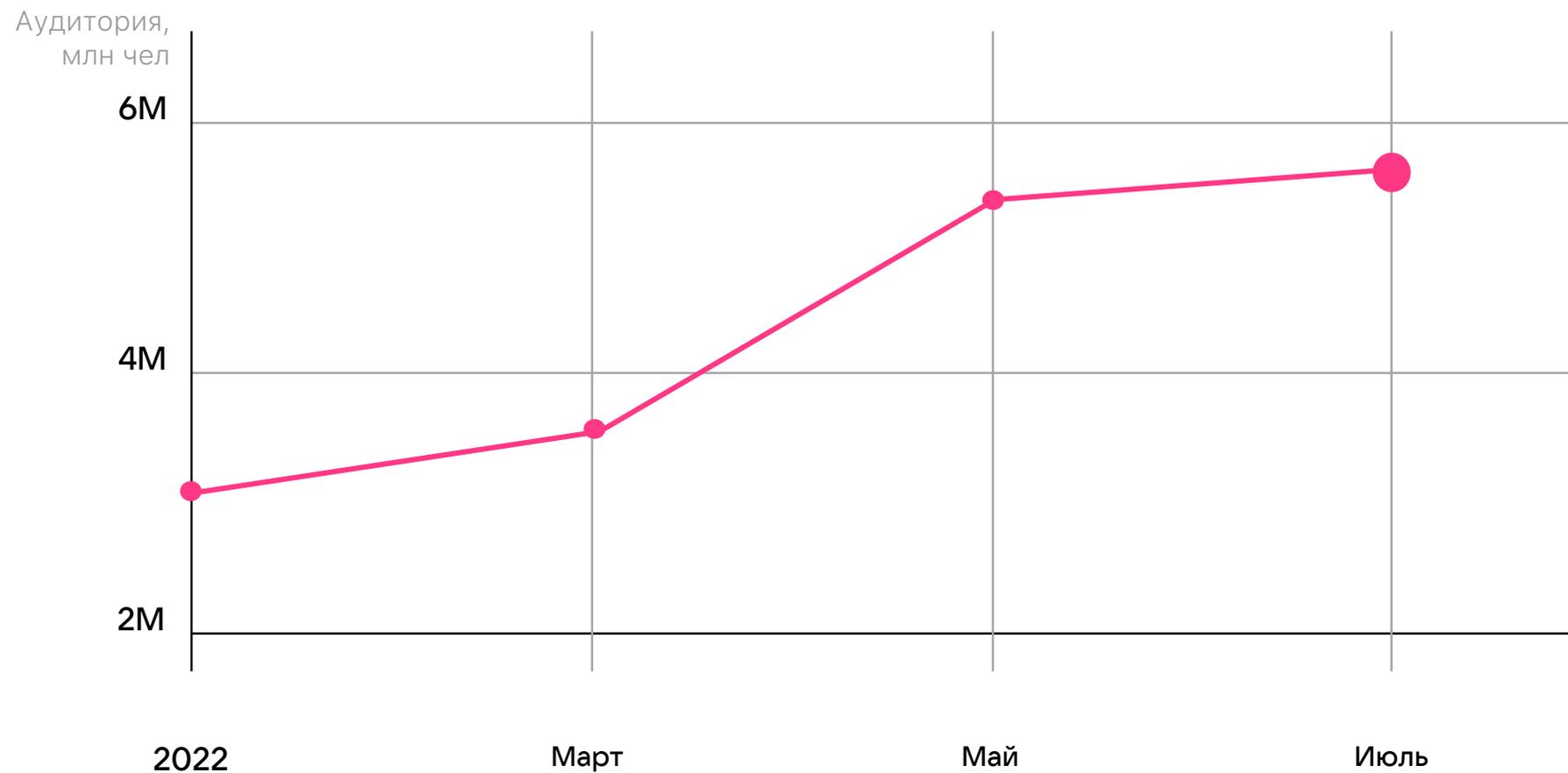


Простота техническая: участие друзей вне
зависимости от платформы



Простота использования: daily-basics механика
без дополнительного вовлечения

Поэтому аудитория любит наши Шаги



Источник: внутренняя статистика ВКонтакте, 2022

Аудитория Шагов ВКонтакте

5,6 млн

MAU сервиса

800 тыс

DAU сервиса

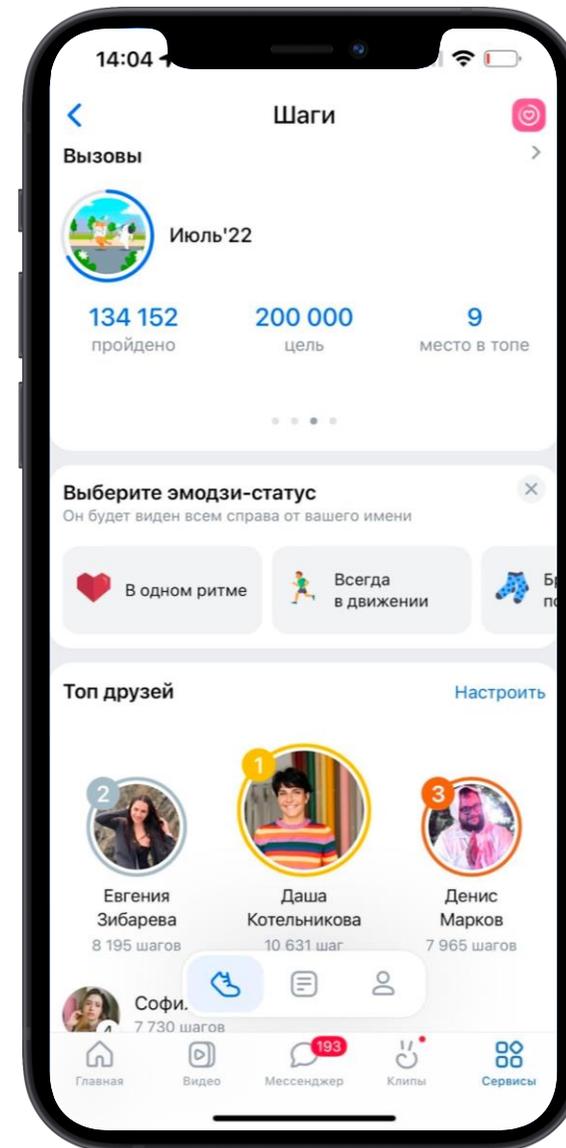
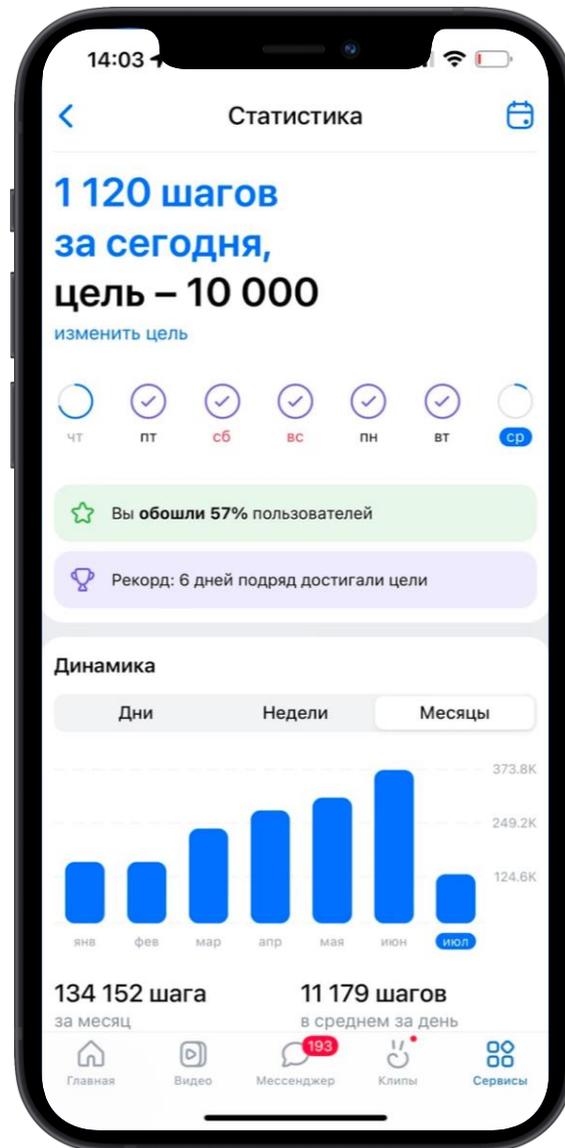
18-35

Core возраст

52% | 48%

Женщины

Мужчины



Кейсы



Кейс Самокат: Перегони курьера!

Две команды - пользователи и курьеры Самоката. Общий лидердборд. Цель - пройти 100 000 шагов. Самые активные участвуют в розыгрыше призов.

Задачи:

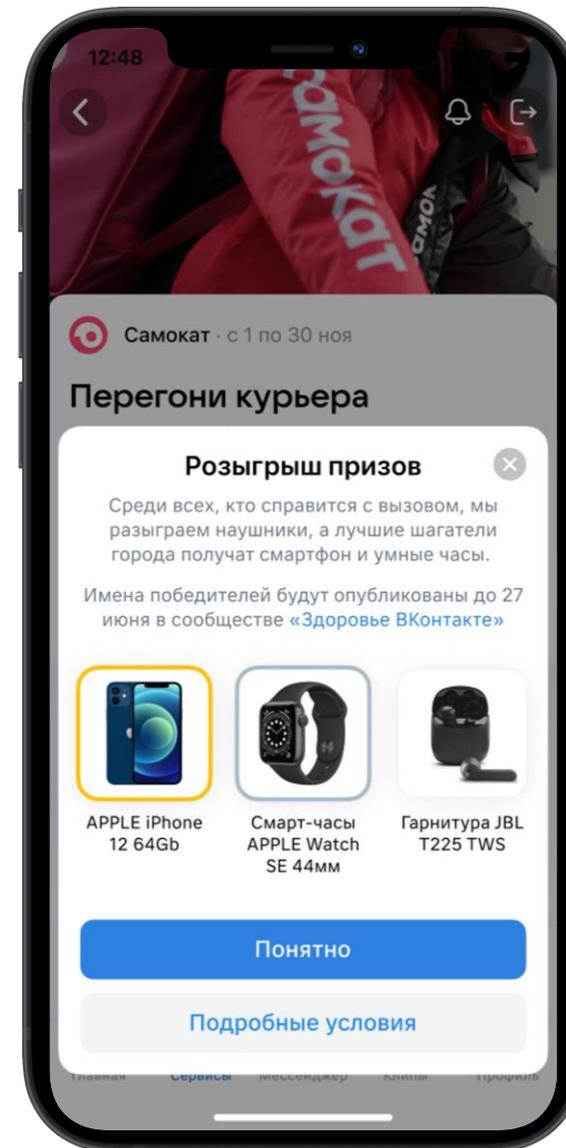
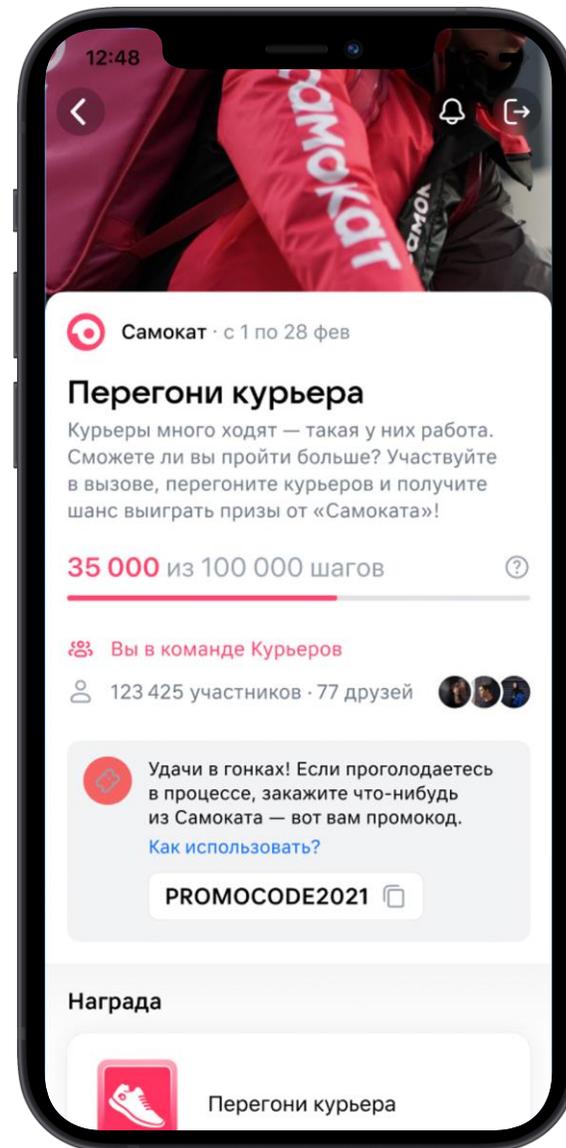
1. Укрепление HR-бренда
2. Формирование положительного имиджа
3. Привлечение пользователей в приложение и пробные покупки

4 города

Санкт-Петербург, Москва,
Казань, Нижний Новгород

152 тыс

Участников



Кейс: «МТС Бегущие сердца»

Поддержка брендом МТС благотворительного забега. Участникам вызова предстояло сделать 150 000 шагов – больше, чем рекомендация ВОЗ (т.е. 10 000 шагов в день), чтобы придать вызову спортивный дух.

Задачи:

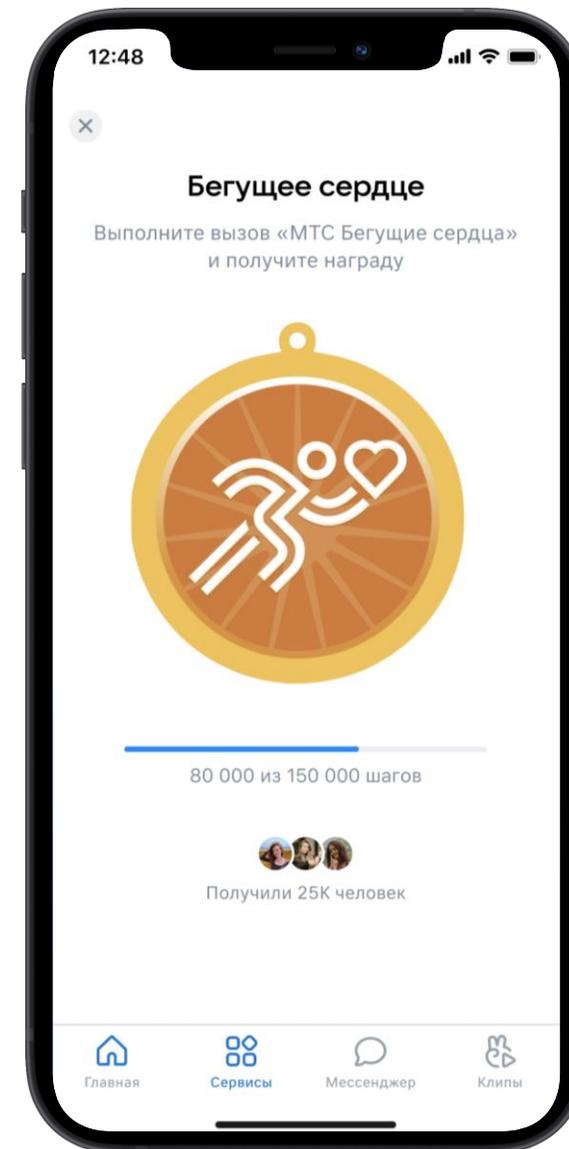
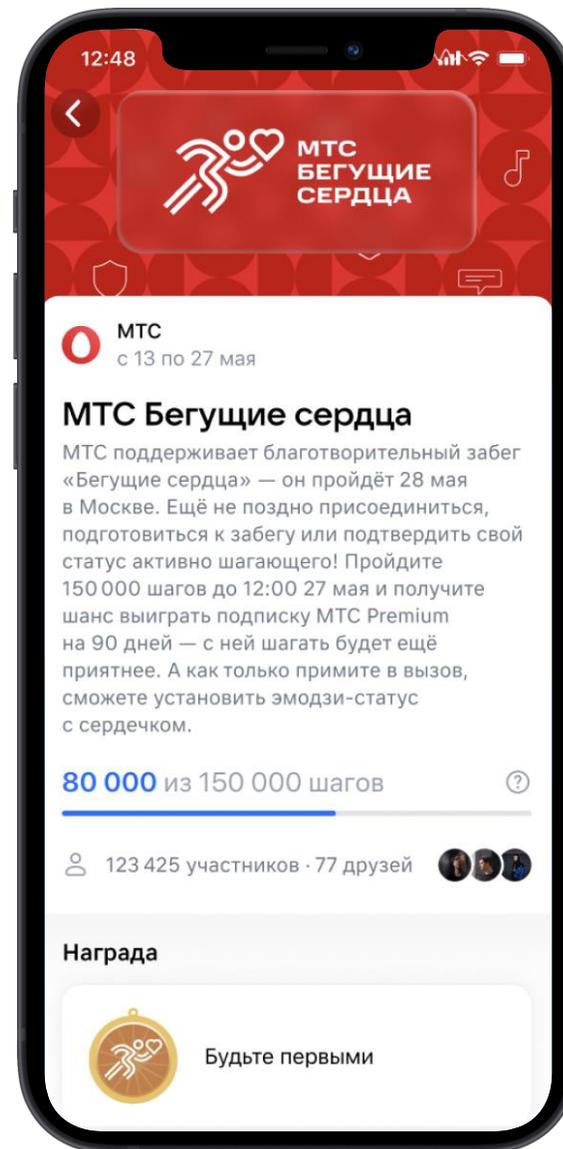
1. Формирование восприятия, что МТС – бренд с активной социальной позицией;
2. Поддержка людей с помощью продуктов и сервисов МТС на разных этапах забега (подготовка, во время и после).

461 тыс

Участников

3,3 млн

Охват кампании



Кейс Шагов ВКонтакте: Сезоны

Игра, основанная на активности. Каждые 1000 шагов - новый уровень и розыгрыши. Завершены два сезона, и вчера был запущен новый.

Задачи:

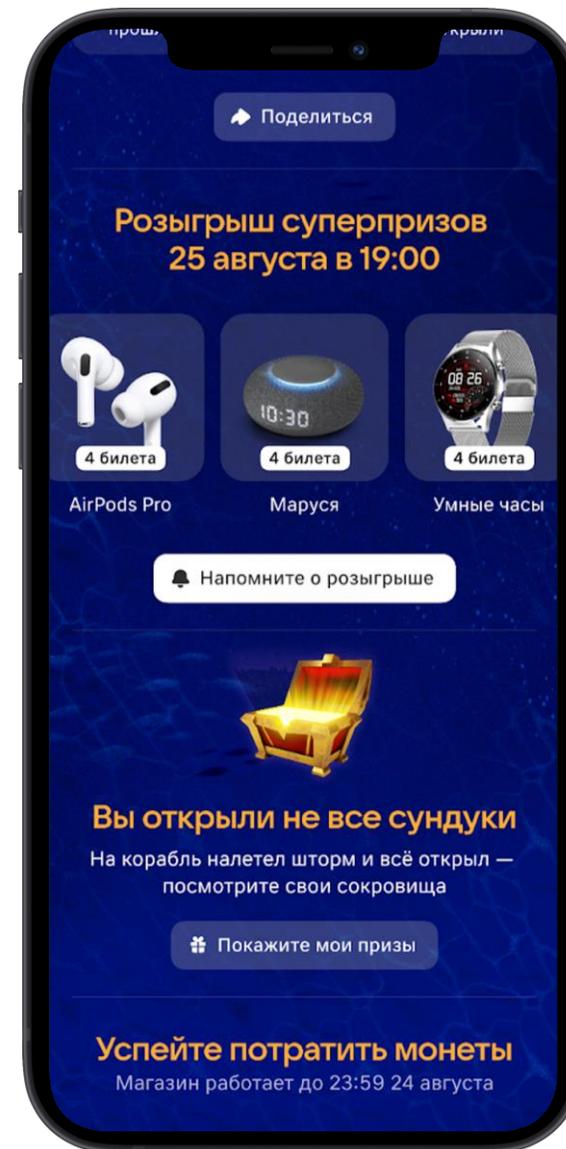
1. Реализовать коллаборации между двумя и более брендами;
2. Сформировать имидж социально-ответственного бренда;
3. Провести промокампании для своего бренда.

10 млн

Охват анонсирования

1,8 млн

Активных участников



Пойдем гулять?

Ольга Фролова
Руководитель сервисных решений
VK

o.frolova@corp.mail.ru