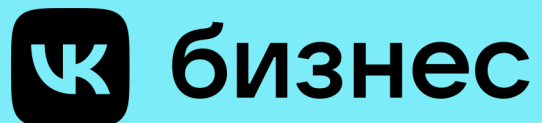


# Эпичный NFT вызов AXE в Шагах ВКонтакте

Сила технологий и Сила джунглей от AXE



# О целевой аудитории



**М 14-30, Ж 14-25**

Целевая аудитория проекта

## Потребитель:

Парень 14-30 лет, digital native, интересуется современными музыкальными релизами, занимается спортом (в качестве досуга), увлекается геймингом, знает всё о современном стиле и трендах.

## Шоппер продукта:

Девушка 14-25 лет, встречается с парнем, с которым делит общие интересы, любит приятные ароматы, будет готова радовать своего парня при ограниченном бюджете.



# Новинка AXE

Продукт

Две линейки-новинки в портфеле AXE 2024 года: Сила джунглей и Сила технологий.

**Эмоциональное описание:** В чем сила? В современных технологиях или в уникальных решениях, подсказанных самой природой?

У AXE появились две линейки, с которыми ты сможешь решить этот спор: дерзкая Сила Джунглей, вдохновленная лесами Амазонии, и загадочная Сила Технологий, заряженная искусственным интеллектом.

Какая останется в коллекции AXE? Решать тебе!  
Но чтобы выбрать, надо попробовать и то, и другое.



Впервые в бренде потребитель сам решает  
какая линейка останется на полке



# Маркетинговая коммуникация



## Бизнес-цель

Привлечь новых потребителей AXE за счет яркой новинки «Две силы»



## Маркетинговая цель

Рост осведомленности потенциальных потребителей и шопперов о новинке AXE



## Цель спецпроекта

Рост видимости новинок (показы) и вовлечение

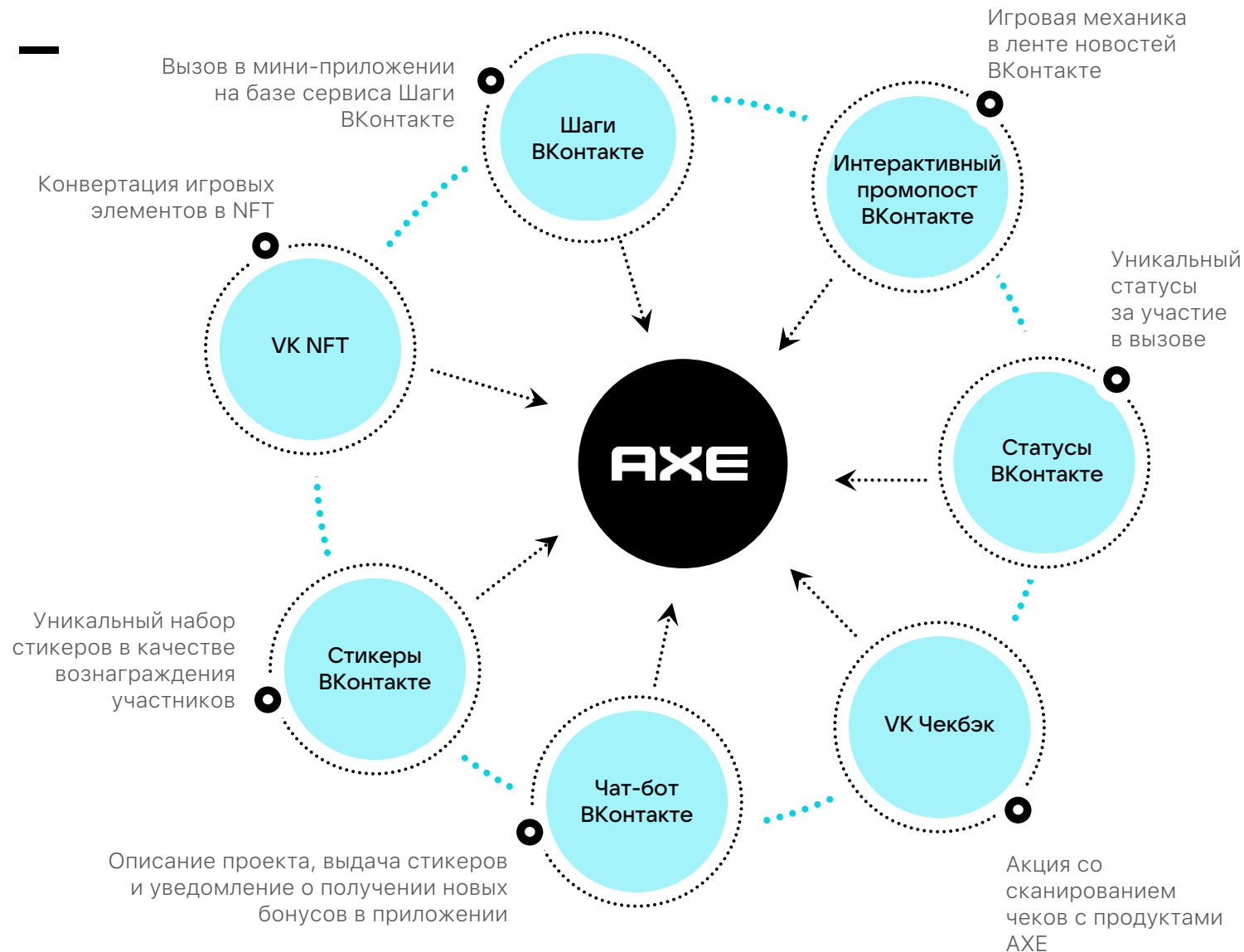
В каждой активности в рамках проекта поддержки мы присуждаем победу одной из сил. **Кто останется на полках?** – Решает сам потребитель посредством покупок и +1 балла в счет силы, которая победила в конкретной активности



# Спецпроект АХЕ –

это масштабный проект с применением уникальной механики объединения инструментов, которая была разработана специально под особенности продукта и задачи бренда.

В рамках проекта мы разработали комплексное решение, включающее в себя релевантные инструменты, которые наиболее эффективно работали на достижение поставленных целей и высоких показателей вовлеченности в коммуникацию с брендом.



# CJM проекта



A dark, atmospheric landscape with a river, mountains, and a city silhouette under a green and purple sky. The scene is illuminated by a mix of green and purple light, creating a mysterious and somewhat ominous mood. The river flows through the center, reflecting the sky and the surrounding environment. The city silhouette on the left is partially obscured by the text.

Коммуникационный подход

# NFT-вызов на века



Идея

## Вызов Друидов и Кибогов

Мы показали пользователям ВКонтакте, что Ахе — бренд, который понимает современных молодых людей и прислушивается к их желаниям. И это не просто громкие слова — Ахе не говорит, а действует. Теперь не бренд решает, какая линейка продуктов будет стоять на полках, а сами пользователи.

Для проекта мы создали целую фантастическую вселенную, в которой соревновались Силы АХЕ. Команда Киборгов представляла Силу Технологий, а команда Друидов защищала Силу Джунглей.





# Реализация



# Мини-апп с вызовом в Шагах Вконтакте

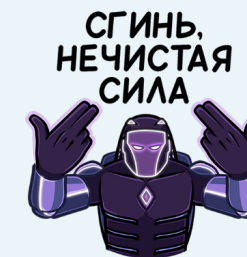
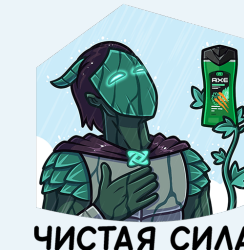
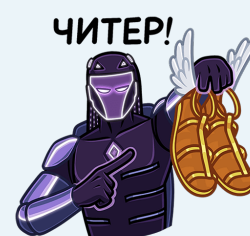
- При входе в мини-приложение пользователям предлагалось **выбрать одну из двух команд: Друиды или Киборги**. Каждая команда сопровождалась описанием с легендой
- После выбора персонажа для пользователя **открывалось приложение**, где можно было ознакомиться с историей разделения Друидов и Киборгов, ачивками, масками, FAQ и доступными статусами
- **Главный вызов Ахе развернулся с помощью Шагов ВКонтакте**. Пользователи совершали шаги, а за определенные достижения открывали ачивки, которые можно было забрать в формате NFT



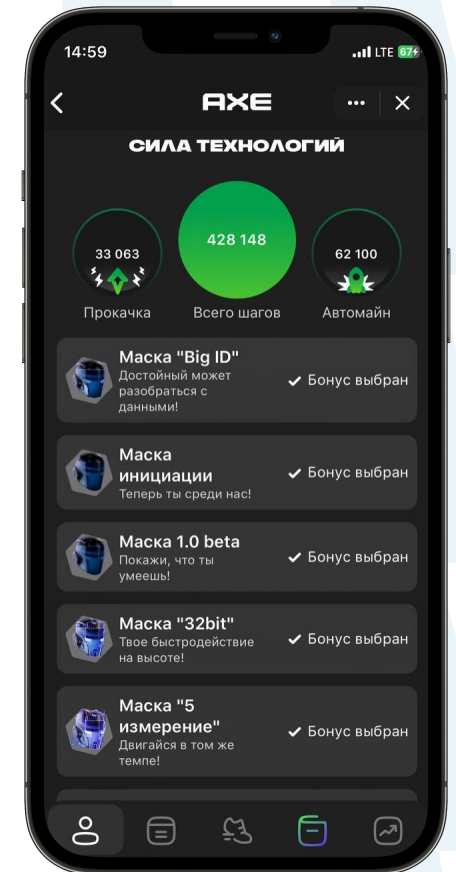
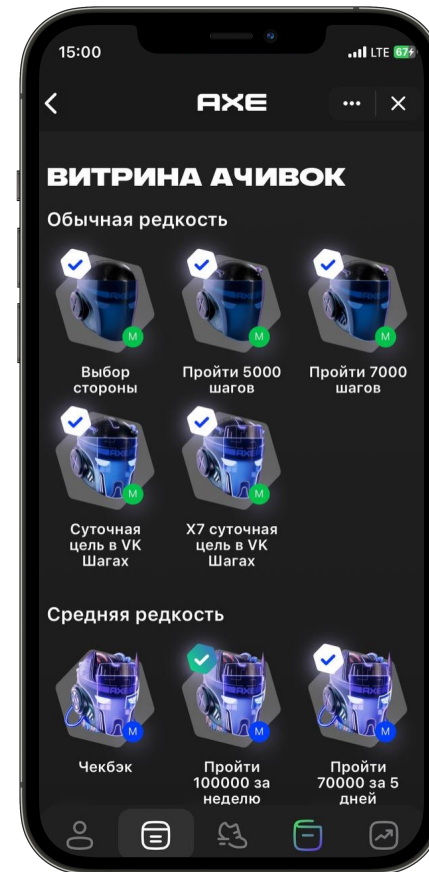
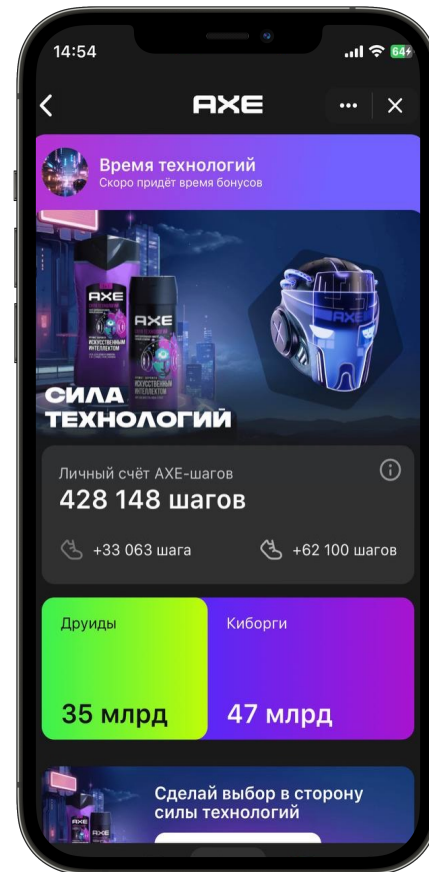
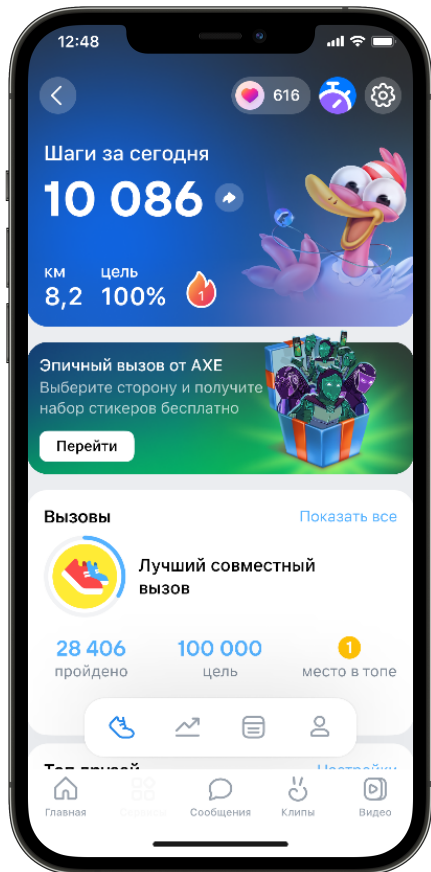


# Стикеры

- В рамках проекта мы разработали 24 уникальных стикера с изображением Друида и Киборга. Эти стикеры выдавались бесплатно всем, кто вступал в команду в мини-приложении
- Некоторые стикеры из набора были брендированными. Стикеры обыгрывали основную тематику проекта и актуальные вирусные шутки
- Стикеры служили дополнительной мотивацией принимать участие в вызове



# Мини-приложение ВКонтакте с вызовом AXE



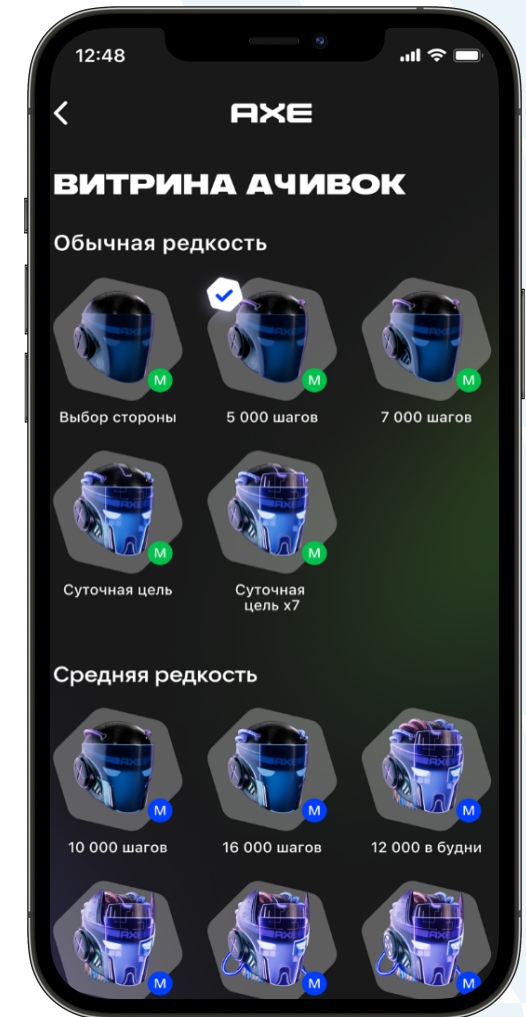
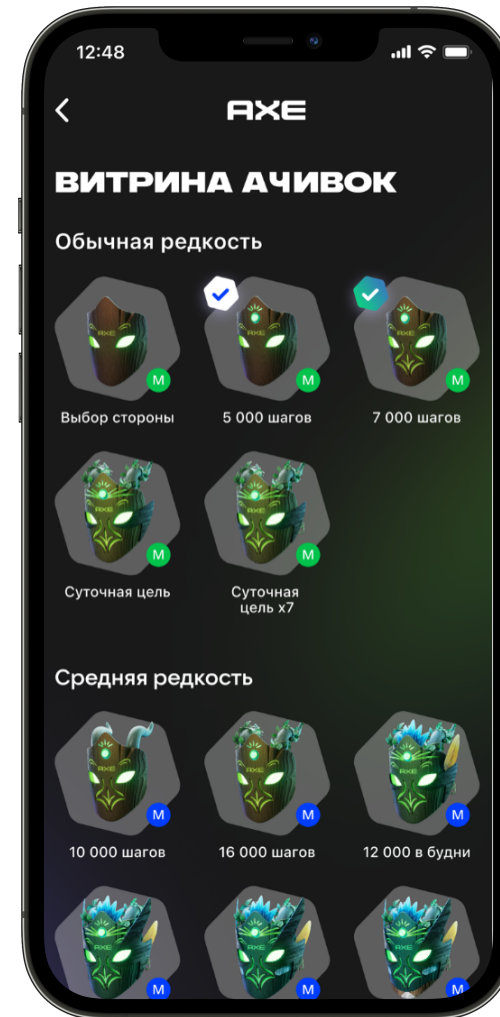


# Маски

## В рамках проекта мы разработали 30 масок

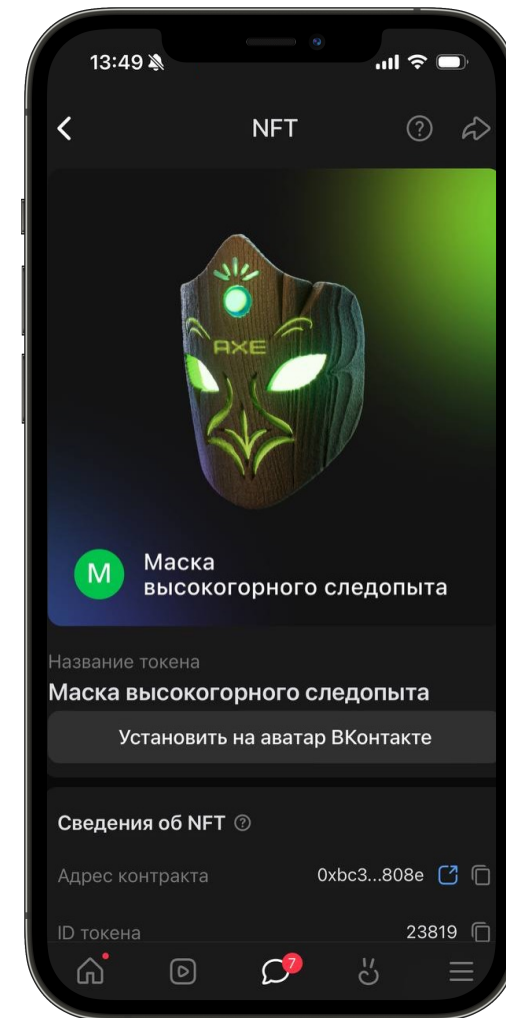
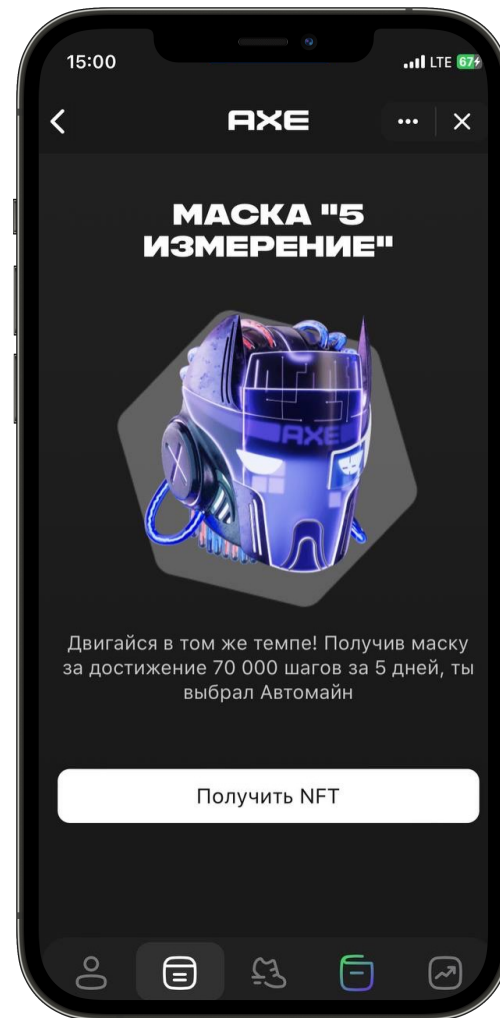
15 масок для команды Друидов  
и 15 масок для команды Киборгов

Маски отличались по своему визуалу и редкости в зависимости от сложности условий ее получения. Так, за выбор стороны (первая маска в игре) мы выдавали маску без дополнительных элементов, а с увеличением сложности (например: достижение определенного уровня шагов за день), маска дополнялась новыми элементами



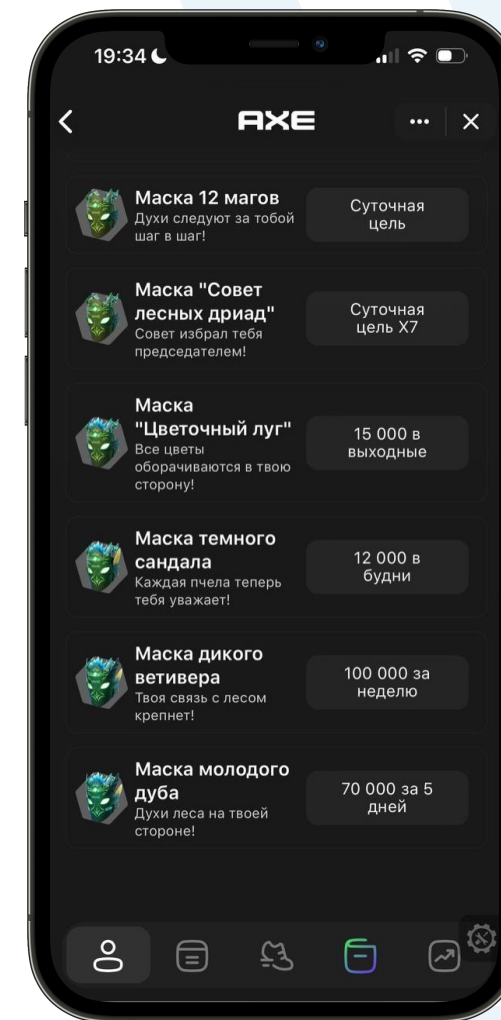
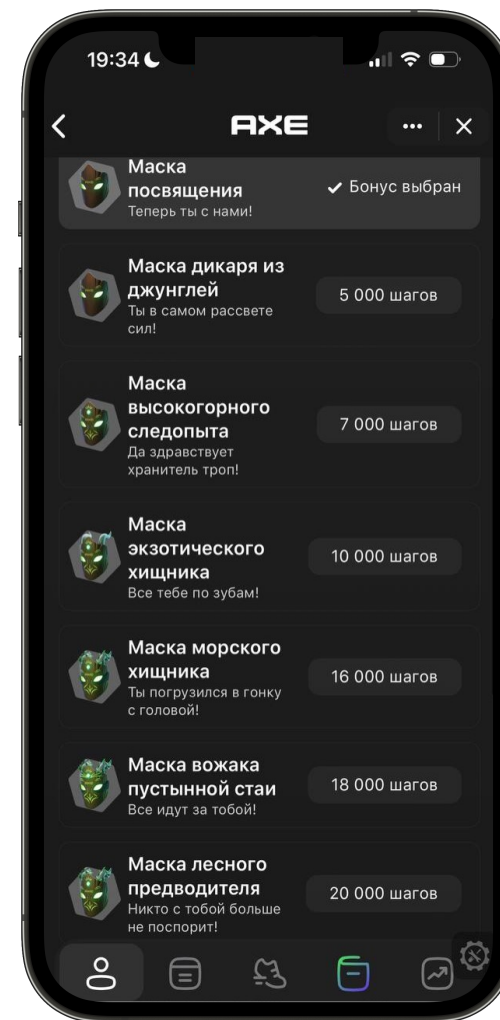
# VK NFT

- После открытия ачивки за проделанные шаги, пользователь мог получать виртуальную маску, которую мог забрать себе в формате NFT
- Токен с маской автоматически появлялся в личном кабинете пользователя в сервисе VK NFT



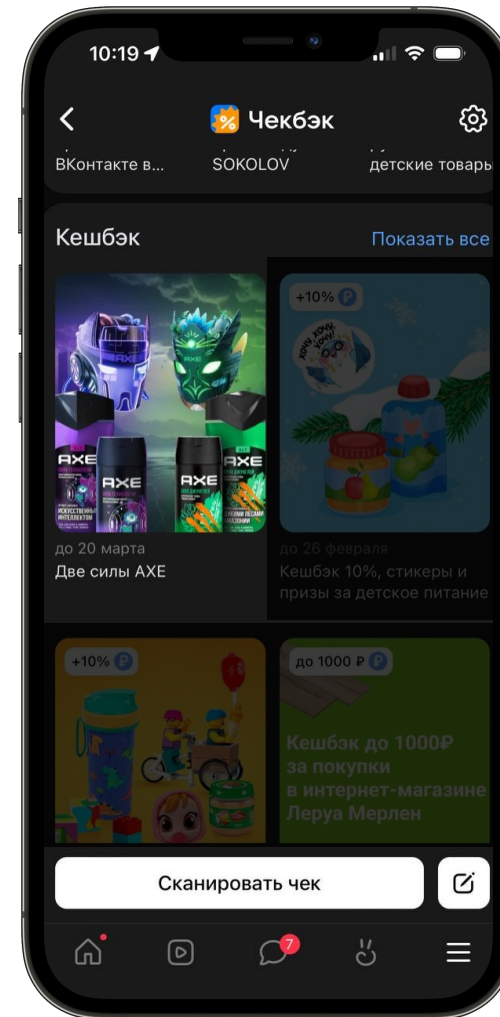
# Ачивки

- После старта самая главная задача пользователя – прокачать своего персонажа, накапливая шаги и приобретая за это ачивки и маски
- Ачивки можно было получить за выполнение определенного условия, например: «Пройти 5000 шагов за сутки» или «Выполнить x7 от суточной цели в Шагах ВКонтакте»
- При достижении ачивок, пользователь получал бонус – прокачку (умножение шагов) или автомайн (прибавление N шагов в конце дня)
- Также открытие каждой ачивки сопровождалось добавлением новой маски в инвентарь персонажа. Все маски можно было конвертировать в NFT в VK NFT
- Чем выше общий уровень персонажей в клане, тем выше шансы победить в вызове



# VK Чекбэк

- Дополнительно мы запустили акцию в сервисе VK Чекбэк. Этот инструмент работал на драйв продаж продукции AXE
- Условия участия были следующими: покупай продукцию AXE, сканируй чек, и получай уникальную ачивку в вызове в Шагах ВКонтакте





# Интерактивный промпост

- **Механика:**  
Чтобы анонсировать вызов в Шагах ВКонтакте, мы запустили яркий интерактивный формат в ленте новостей ВКонтакте
- На старте пользователь выбирал персонажа: Друида для «Силы джунглей» или Киборга для «Силы технологий»
- **Задача:** прокачать своего персонажа. Для этого пользователю нужно было тапать по предметам на экране: для Друида – растения, для Киборга – гаджеты. Повышая уровень в шкале прокачки, персонаж трансформировался из хиленького в мощного мускулистого. Всего у персонажа было три стадии прокачки.

**22,7 млн**

показов

20 млн план

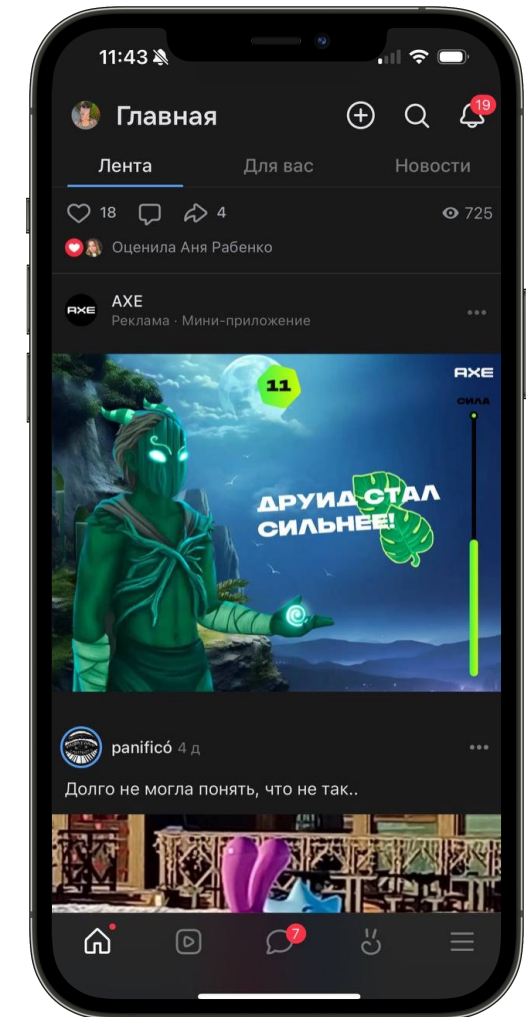
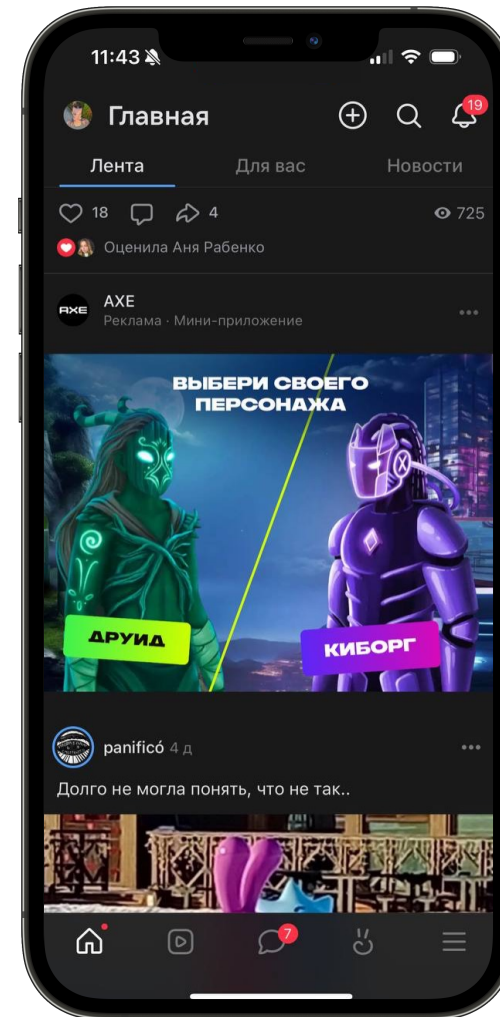
114% выполнения

**267 тыс**

участников в ИПП

193 тыс план

138% выполнения



# Ключевые показатели комплексного проекта

В результате большого комплексного проекта, за месяц, удалось перевыполнить KPI по всем стримам



**31 млн**

показов брендированных материалов AXE



**376+ тыс**

участников в вызове

# Мини-приложение: результаты



## 376 тыс.

КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ  
ВЫЗОВА (KPI)

270 000 план    132% выполнения



# Результаты



Анонсирование в Шагах ВКонтакте показало себя эффективным инструментом, при охвате в 8 млн, мы получили 1 млн визитов в мини-приложение, а из них 376 тысяч сконвертировались в участников



Механика показала высокое вовлечение пользователей, более 87% открыли ачивки за шаги. Среднее время в мини-приложении 8 минут, а среднее кол-во визитов на юзера — 4



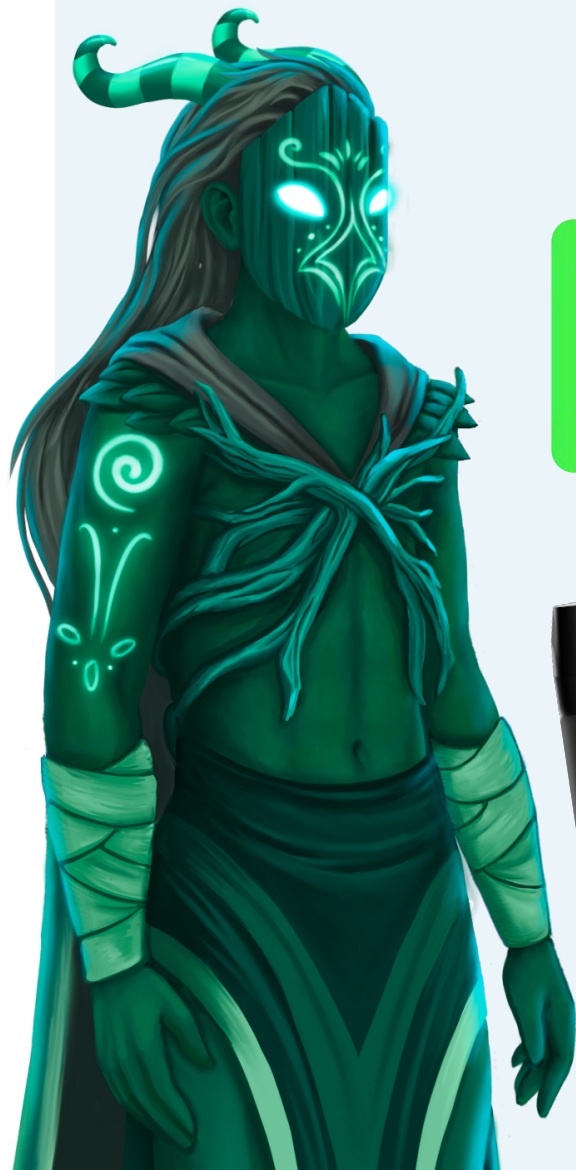
Пользователи забрали себе 152 тысячи NFT в качестве награды за достижение ачивок. Это демонстрирует интерес аудитории к подобным цифровым наградам в спецпроектах



# Какая же сила победит?

На текущий момент лидирует команда силы технологий...

Однако у сторонников джунглей еще есть шанс вырваться вперед!



Друиды

35 млрд

Киборги

47 млрд





AXE

Присоединяйтесь  
к вызову!



Будем  
ВКонтакте!

