

**АКВАФОР®**  
фильтры для воды

# «Простая» игра в сложном спецпроекте

Спецпроект АКВАФОР. Как это было

**Артемов Рафаель**

Руководитель направления онлайн-маркетинга АКВАФОР



# Суть и цели спецпроекта



## «Фильтрация знаний о качестве воды»

- донести до широкого круга людей важность фильтрации воды
- сделать узнаваемую и интересную игровую механику
- с помощью адаптации контента проверить, какой посыл наиболее интересен пользователям



## 5 сегментов аудитории



Нужно ли  
фильтровать  
воду?



Насколько  
безопасна вода,  
которую я пью?



Как правильно  
очищать воду?



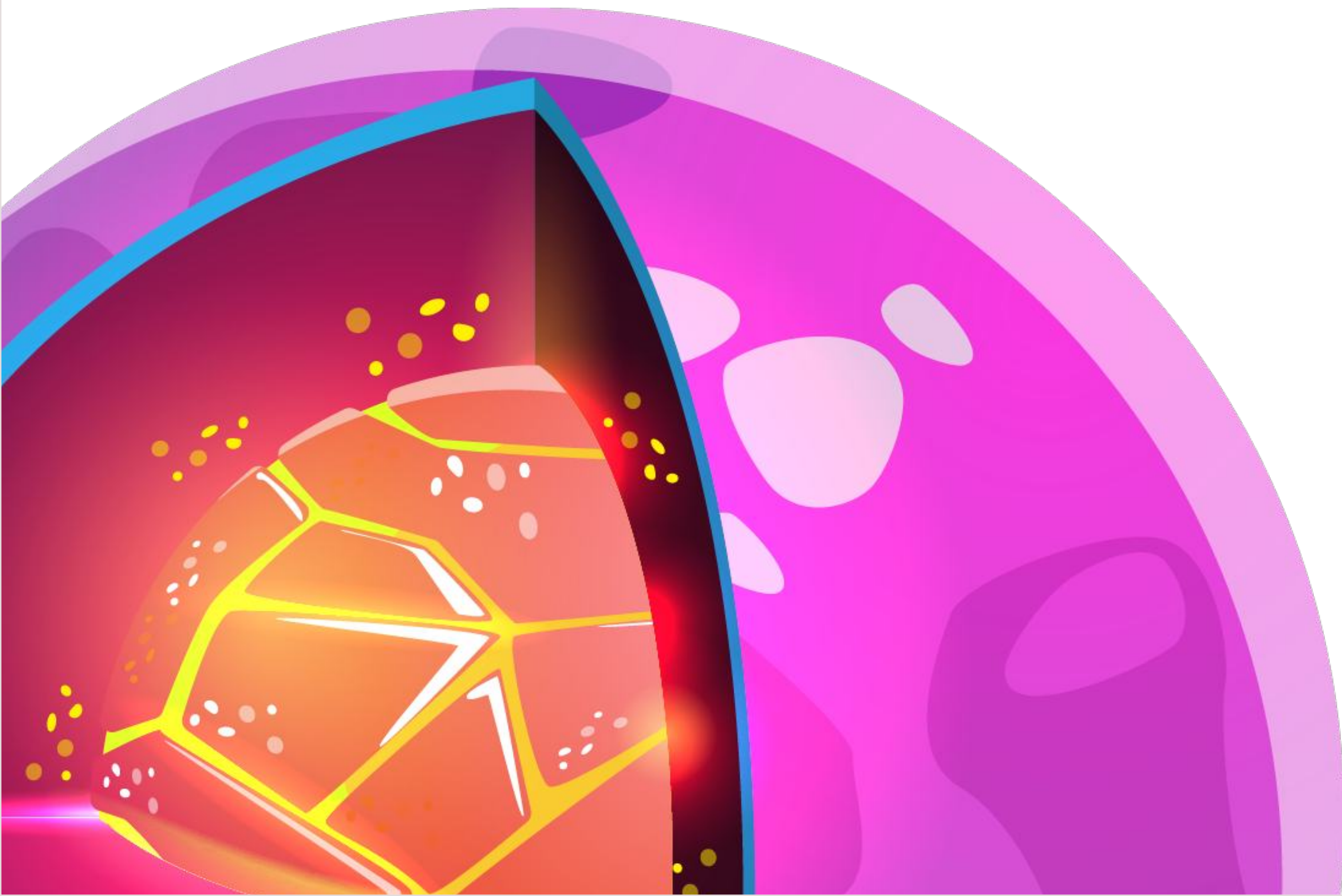
Конверсия в участие  
в 5 раз выше

Фильтрованная  
вода - это дорого?



Я люблю  
розыгрыши!

# Адаптация контента



## CoreSmart

— AdTech-продукт от **Interpool**, который позволяет автоматически оптимизировать коммуникацию между брендом и аудиторией, используя аналитику поведенческих данных аудитории в digital: исследование поведения, динамика и персонализация контента, контроль проектов сразу на всех уровнях воронки



# Персонализация

## Задача

Сохранить вовлеченность аудитории на посадочной по каждому из интересов

## Решение

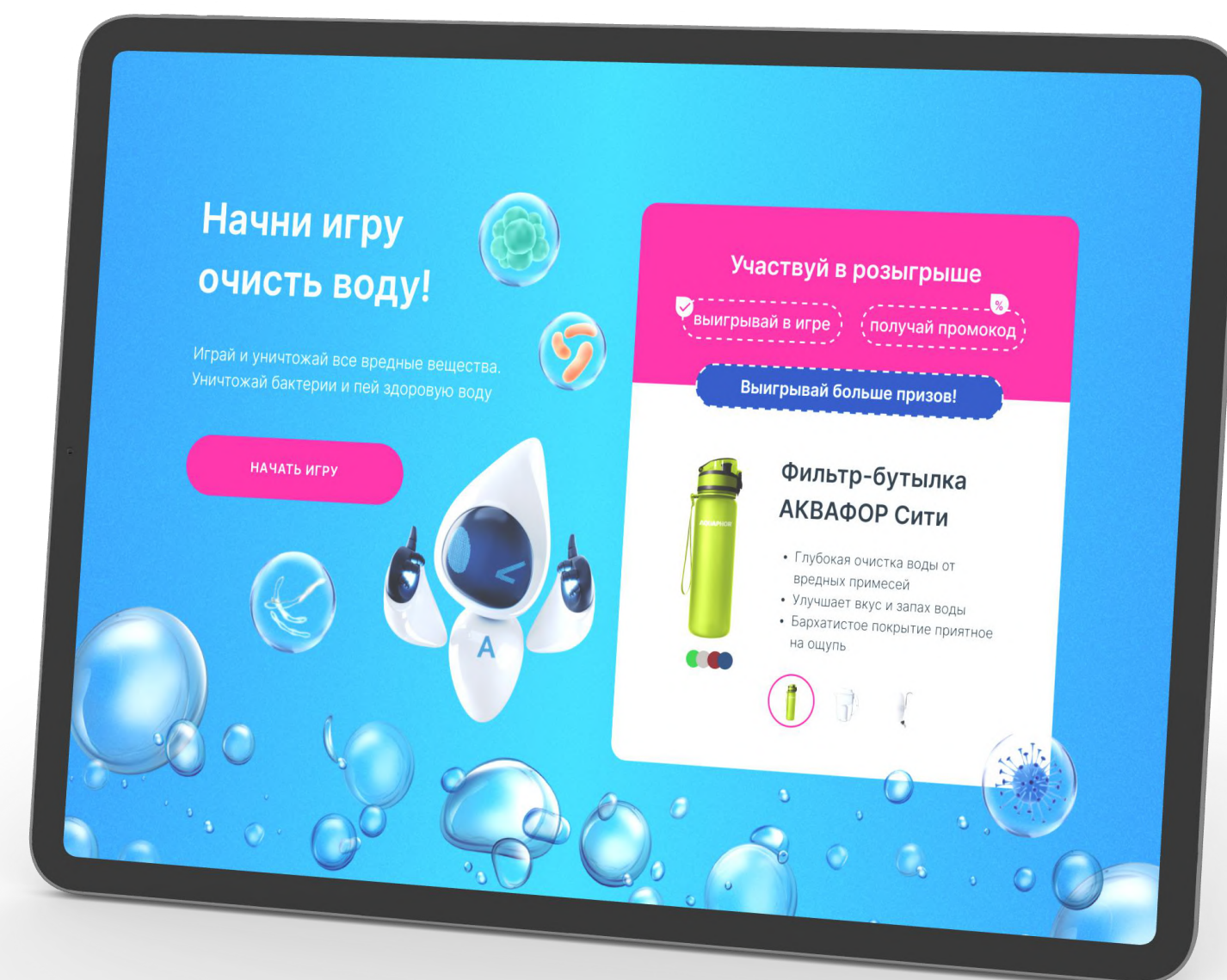
5 динамических сценариев





# Посадочная страница

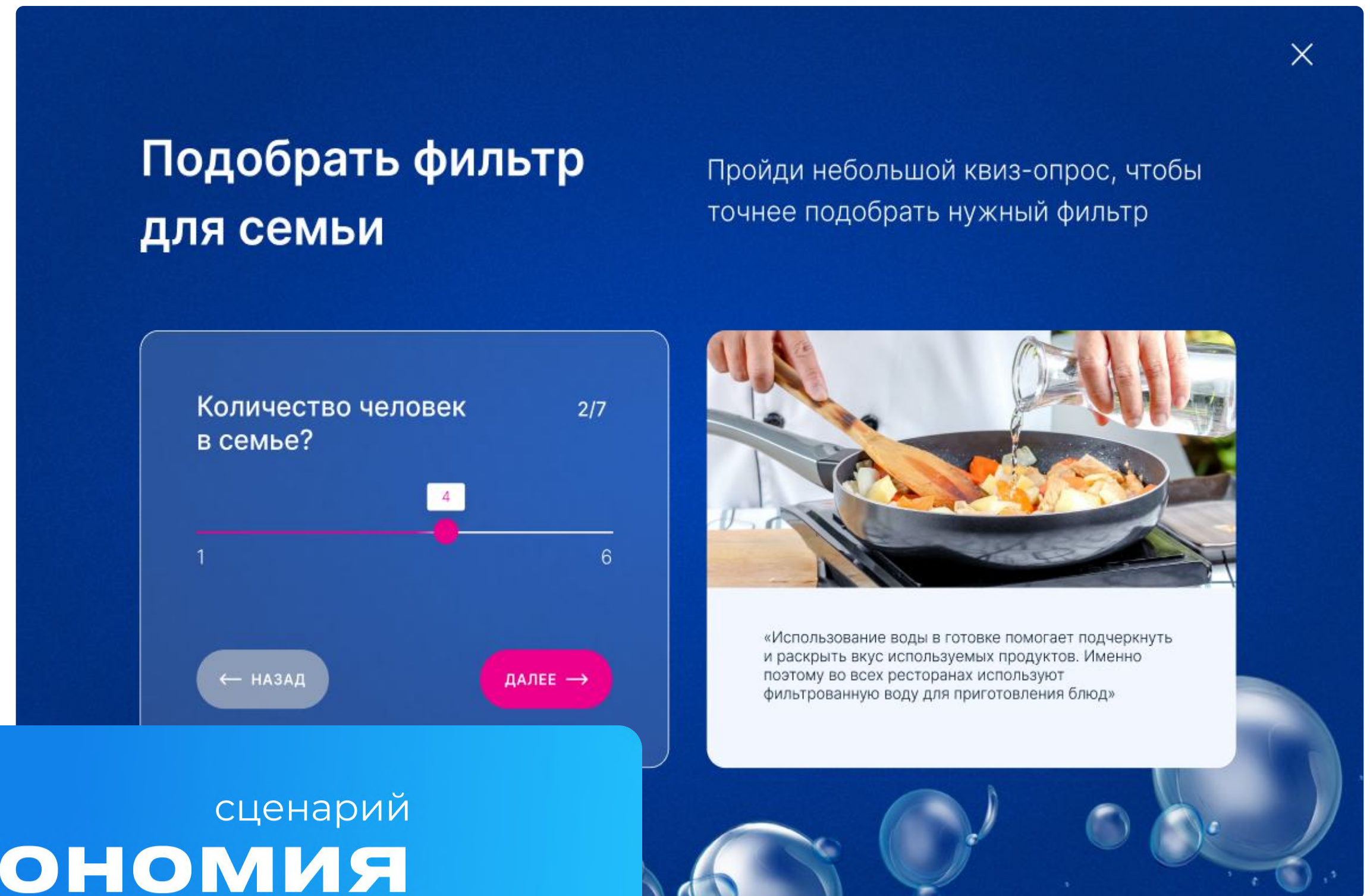
- Объяснили проблемы водопроводной воды и способы их решения с помощью фильтров АКВАФОР.
- Правила и логику игры встроили в структуру повествования
- В завершении посадочной расположили многоуровневую игру и форму для участия в розыгрыше





# Дополнительные механики

Для тех, кто интересовался экономичностью фильтров, был создан конфигуратор-квиз для подбора фильтров и вычисления экономичности.



сценарий  
**ЭКОНОМИЯ**  
вовлечение увеличилось  
по сравнению с другими  
сценариями  
**на 20%**



# Выбор механики

Игра должна:

- **быть в меру простой**
- **представлять интерес для разных поколений**
- **быть азартной и заставлять возвращаться к ней**
- **быть узнаваемой**





# Игра

Основой для нее стала популярная игра на стыке поколений — **Zuma**, понятная, увлекающая и достаточно простая механика для широкой аудитории

Логику игры изменили и дополнили:

- отошли от «уничтожения» к очистке молекул воды, которые потоком несутся в стакан с питьевой водой.
- добавили «обогащение магнием» для уже очищенных молекул воды
- каждый уровень игры был заточен на очистку определённого типа загрязнения





# Игровые показатели

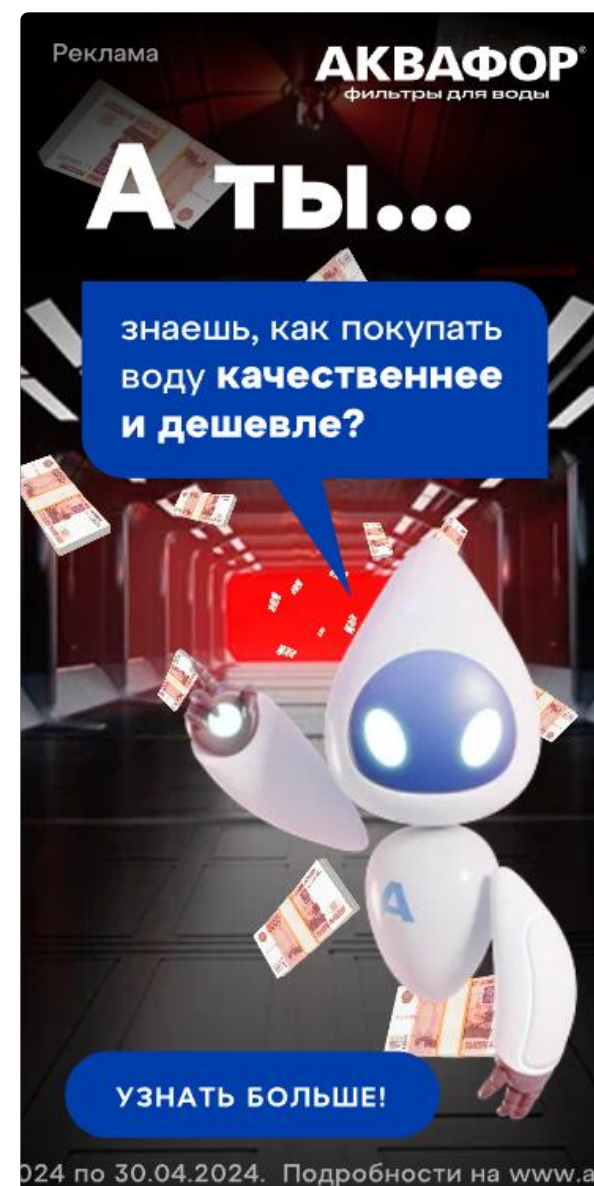
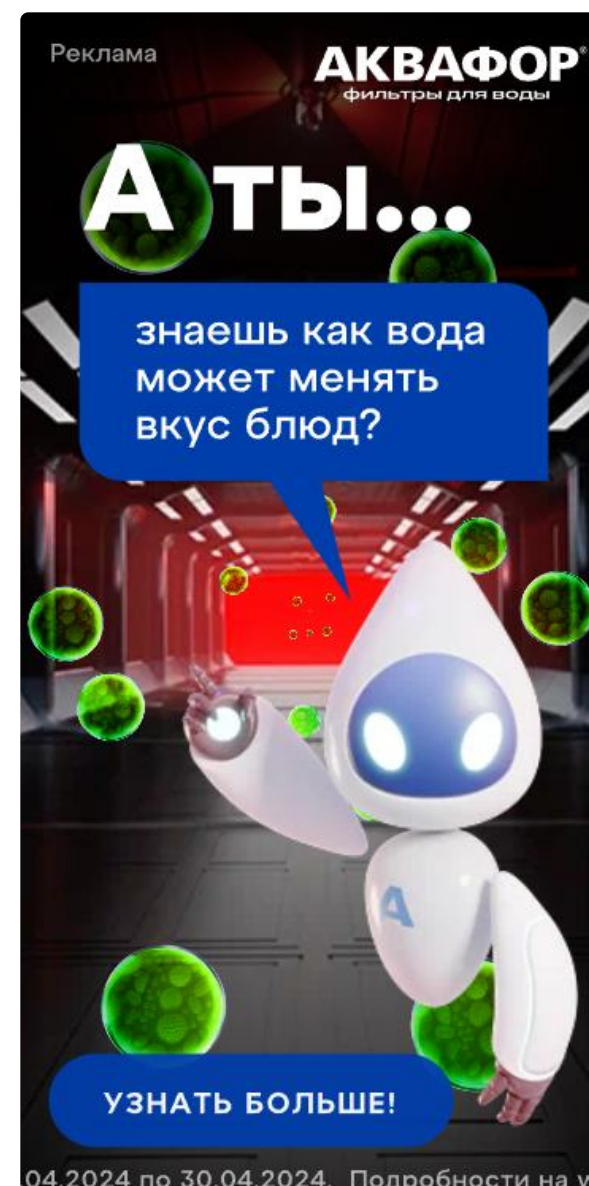
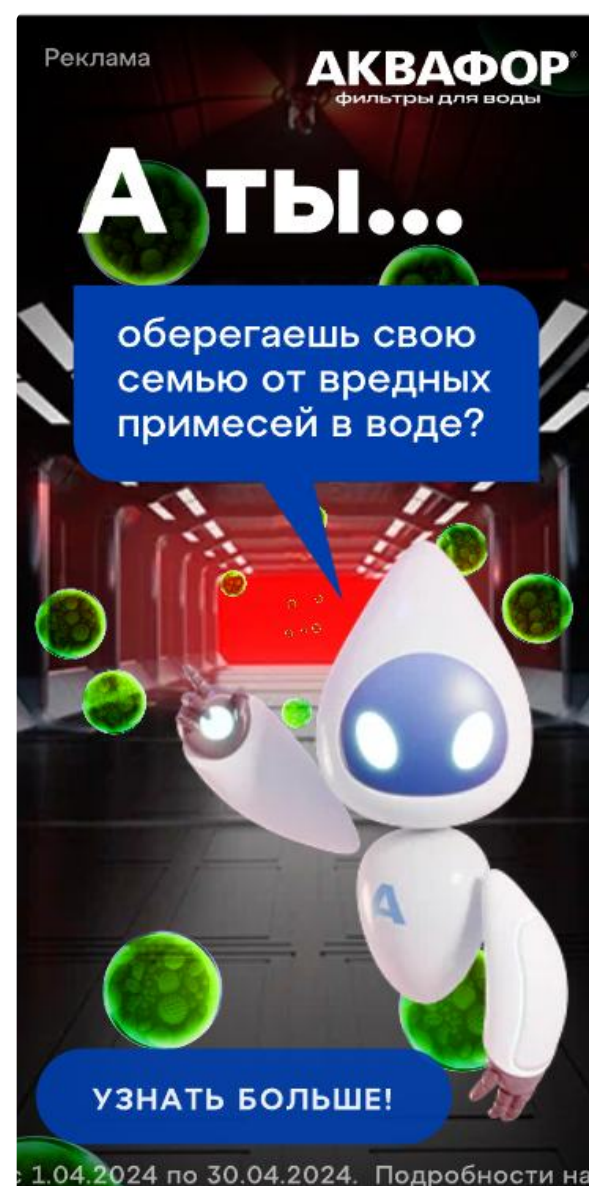
**43 мин 7 сек**

среднее время игрового сеанса  
среди активных игроков

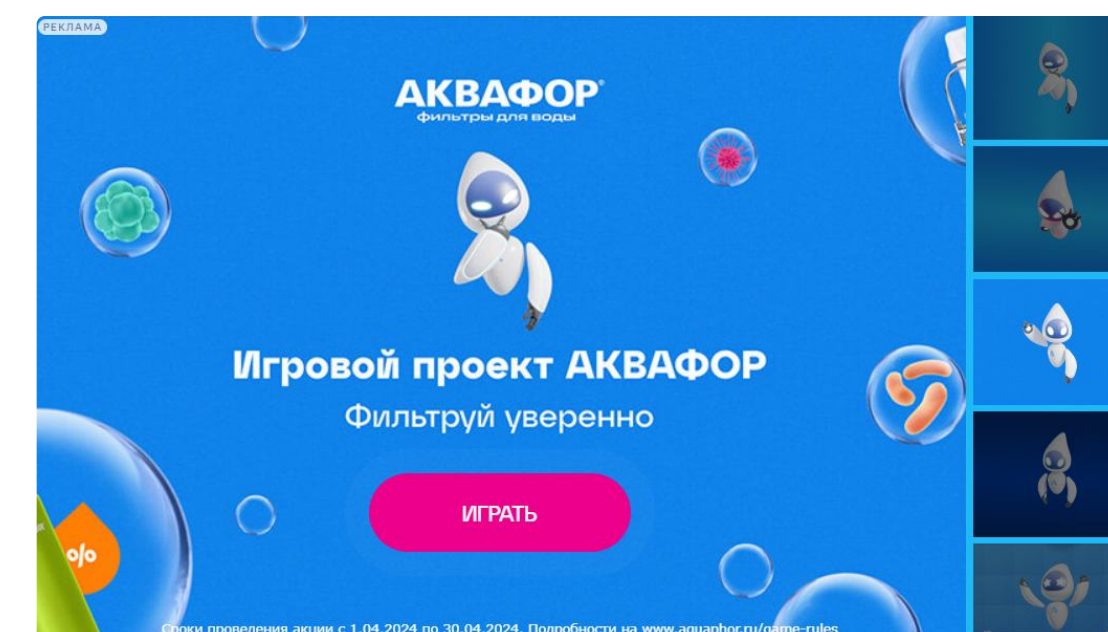
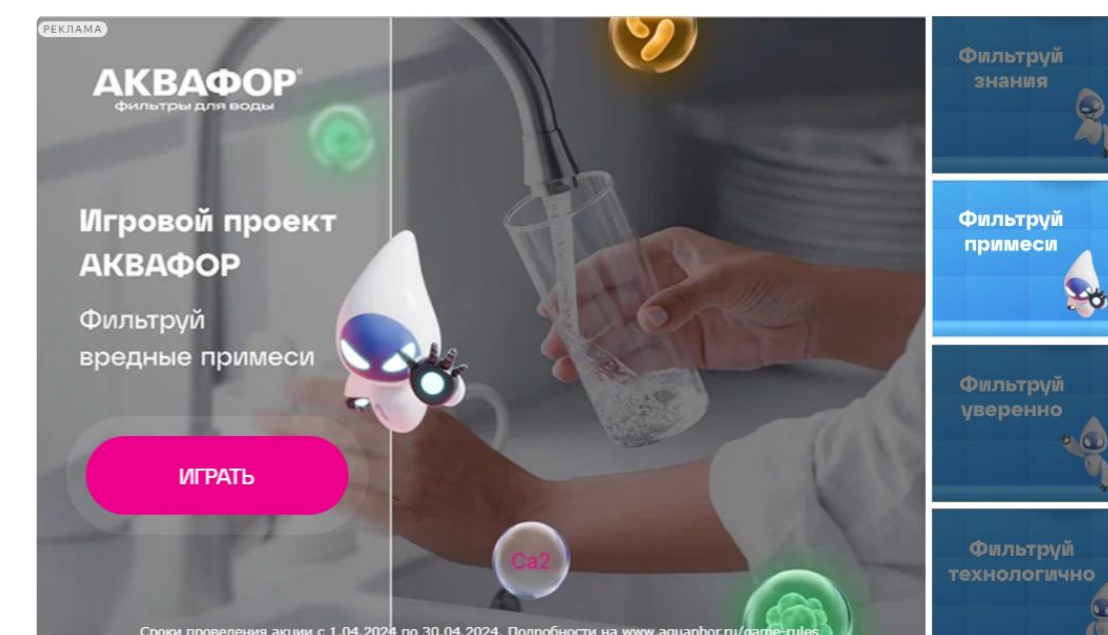
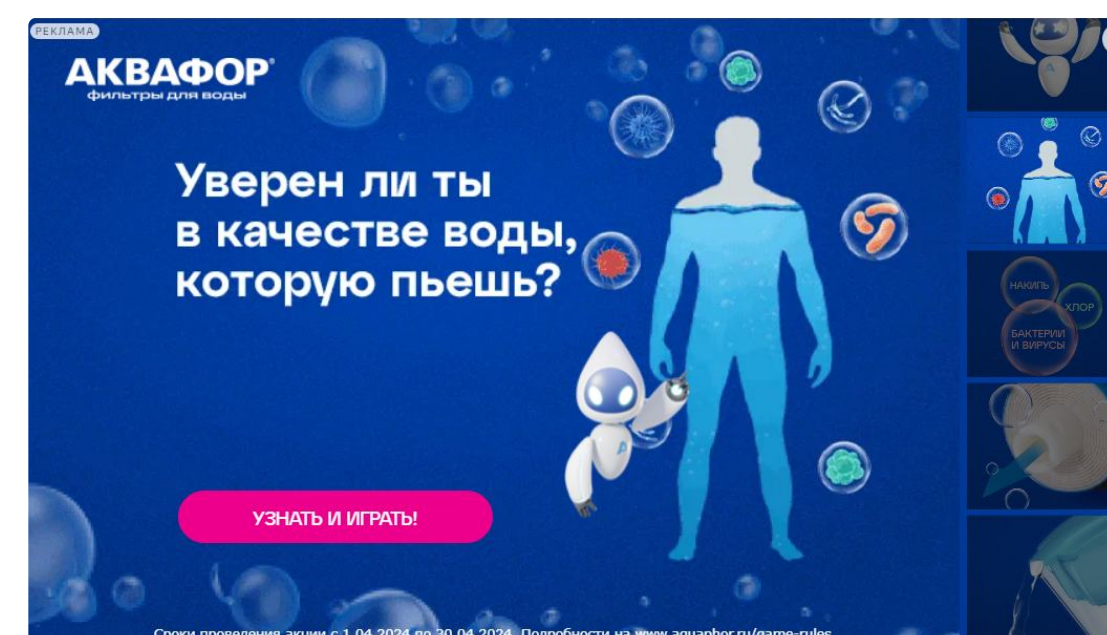
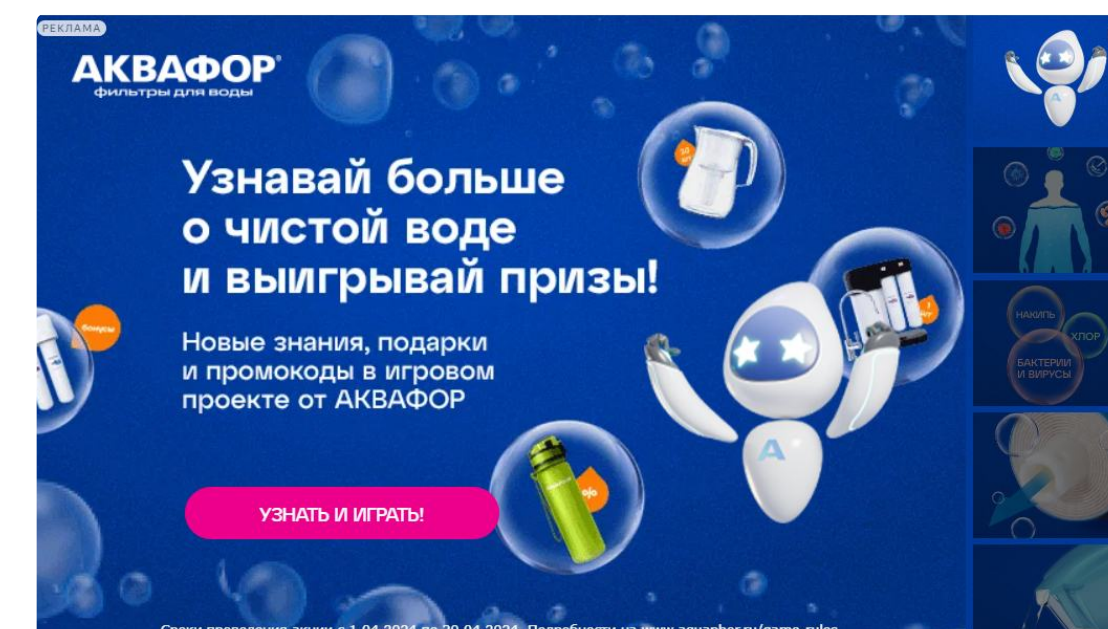




# Анонсирование



Подсвечивали различные проблемы в анонсах





# Анонсирование

- сделали 60+ креативов на 30+ интересов
- маркировка и подача в ОРД
- 50% интерактивной рекламы

**60+** креативов  
на **30+** интересов





# Итоги post-click

**~ 80 000**

новых пользователей  
на сайте

**> 100 000**

сеансов на конкурсном  
лендинге

**+ 2000**

новых адресов в базе

**~ 1500**

участников игры

**> 300**

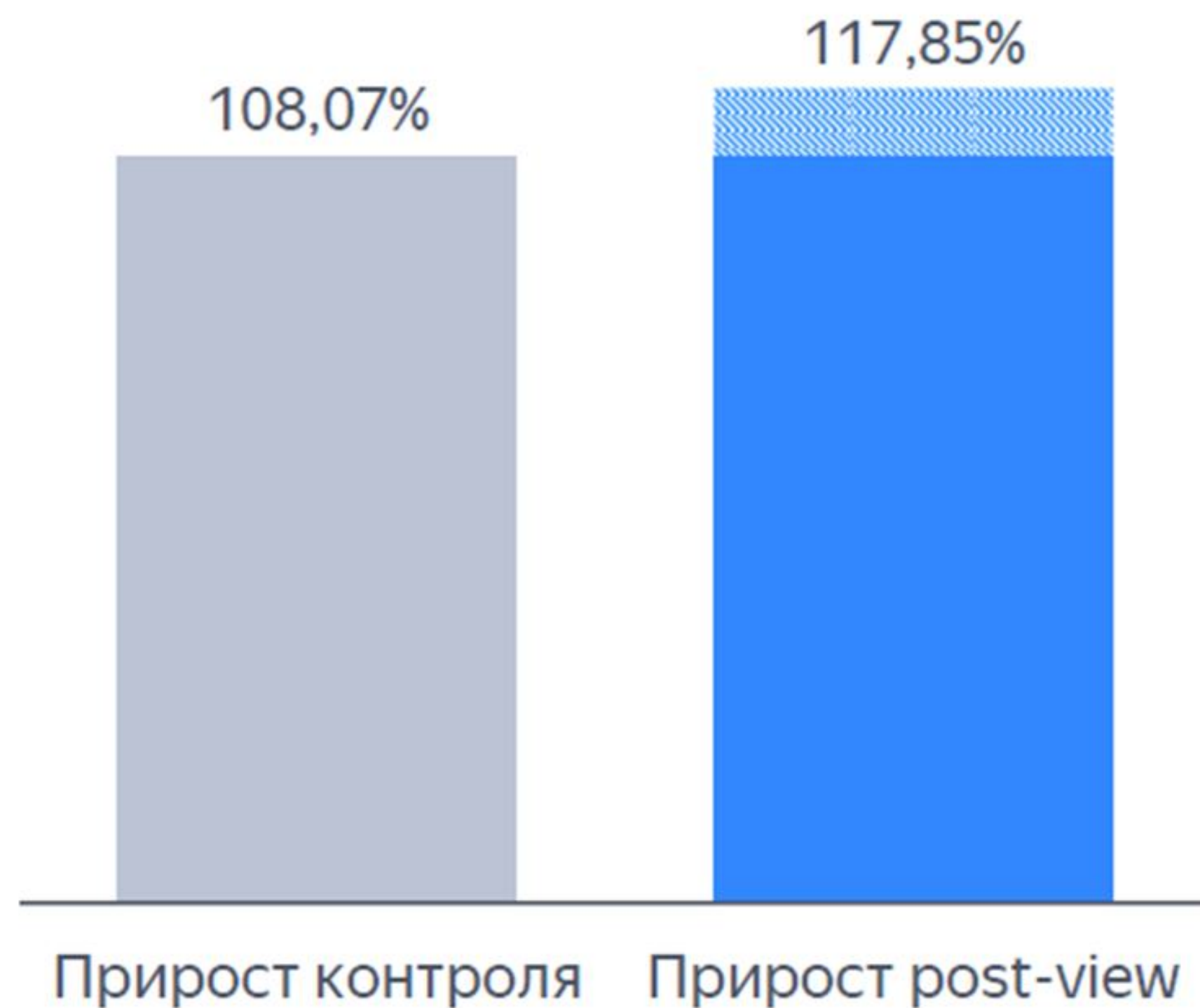
активных участников  
с постоянным онлайн

**12:17 мин**

среднее время визита  
активных участников



# Итоги post-view search



**8%**

рост  
запрашиваемости  
бренда в группе,  
которая не видела  
рекламу

**18%**

рост  
запрашиваемости  
бренда в группе,  
которая видела  
рекламу

**+125%**



# Итоги post-view

- Лучше всего данный спецпроект сработал на аудиторию женщин с низким уровнем дохода. Прирост посещений сайта этим сегментом аудитории составил более 100%
- При этом на анонсы при первом взаимодействии лучше всего реагировали (по данным post-view аналитики) мужчины со средним уровнем дохода



**> 100%**

аудитории женщины с низким уровнем дохода



**~11%**

аудитория мужчин со средним уровнем дохода



# Проблемы

- Большая часть аудитории — мамочки в декрете (гиперактивный сегмент)
- Игроки, подозревающие в читерстве всех



настоящим не отдавать. Либо вы убираете этого человека, либо будут жалобы везде где можно на вашу компанию за мошенничество. Итоги уже через 2 дня.



# Подытожим

- Несмотря на разные трудности, спецпроект можно считать успешным
- Работа с негативом должна быть своевременной
- Сделаны выводы на тему механики игры и накопления баллов, которые будут учтены в будущем



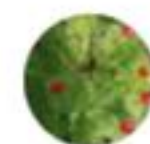
Светлана Щеголева

Спасибо огромное! Я несказанно счастлива за победу, за справедливость, за то, что мои дети будут пить чистую воду, за то, что соперники получают тоже свои призы 🙏🙏🙏🙏 Борьба была достойной, честной, и организаторы тоже 😊 Спасибо, спасибо, спасибо!!!!!!!!!!!! 🎉 Всех поздравляю!

18 мая в 20:05 Ответить Поделиться



4



Татьяна Садокина

Доброе утро! Очень неожиданно. Спасибо организаторам за интересную игру . Играть было увлекательно и хотелось выиграть. Кувшинами пользуемся, про бутылочки узнала у вас. Спасибо. 👍😊🎁

18 мая в 11:44 Ответить Поделиться



1



Елена МIRONOVA

Спасибо что справедливо сделали. Будем ждать. Когда свяжутся с нами

18 мая в 16:40 Ответить Поделиться



2



# Сыграйте сами:

