

Безопасный мэтч. Как Yota и VK научили 600 тысяч пользователей цифровой безопасности при знакомстве?

2025 B2S (август — сентябрь)

Петр Середкин

Руководитель отдела по развитию продукта, VK

Евгения Кони́на

Менеджер по интернет-маркетингу МегаФон и Yota



бизнес



YOTA

Рынок дейтинга РФ

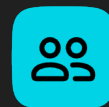
6%

охват население РФ



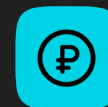
8,5 млн

пользователей



10 млрд ₽

объём рынка



70%

мужчины

30%

женщины



80%

mobile

20%

web

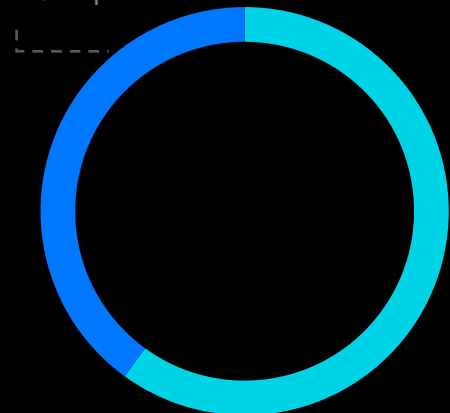


Аудитория VK Знакомств — больше 4,5 млн MAU

Покрытие: вся РФ

40%

женщины

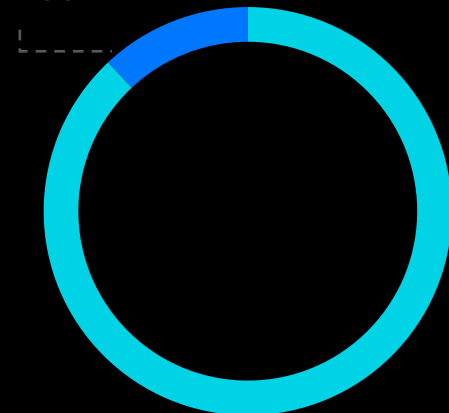


60%

мужчины

12%

web



88%

mob

18–24



22%

25–34



36%

35–44



27%

45+

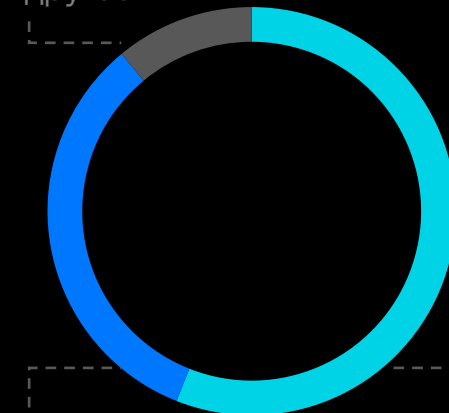


15%

Цель знакомства

11%

другое



33%

дружеское
общение

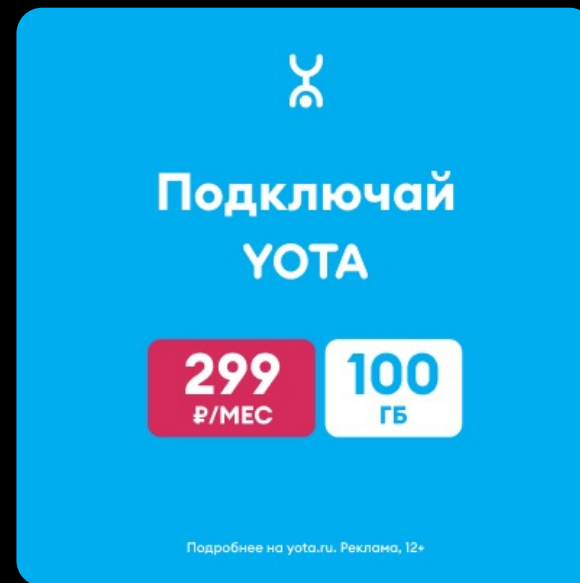
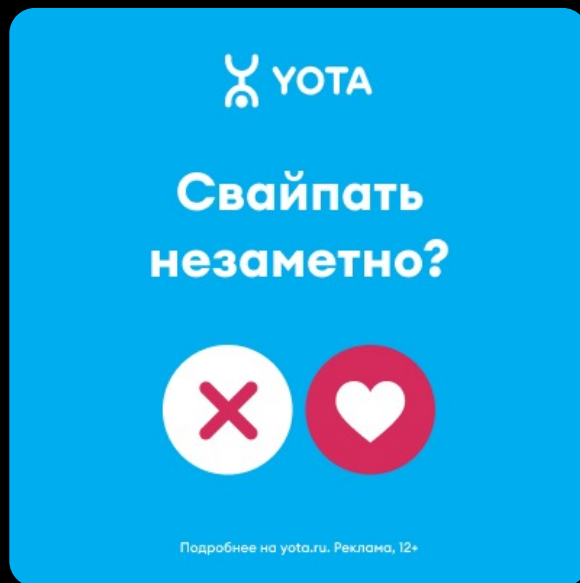
56%

серьезные
отношения

Мы подумали про
безопасность и идею
второй сим-карты от Yota
с другим номером, которым
можно без опаски делиться
с окружающими



Сначала протестировали коммуникацию через просто баннеры

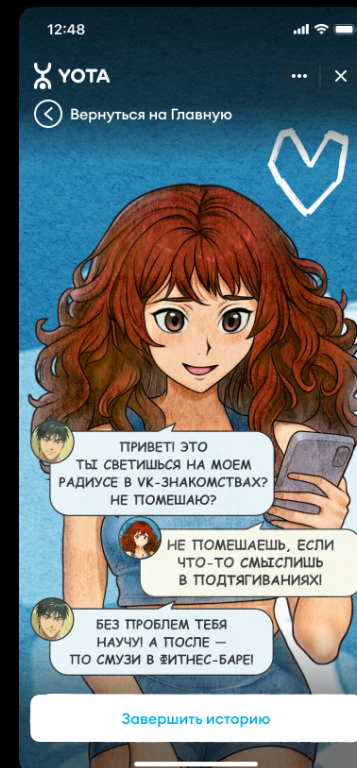


на **5%**
меньше

CRA
vs общий CRA

Безопасный дэйтинг?

Да, это возможно с Yota!

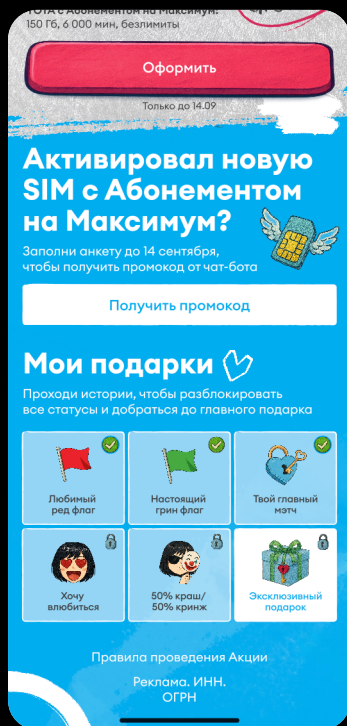


Механика игр

Главный экран



Главный экран (скролл)



Завязка



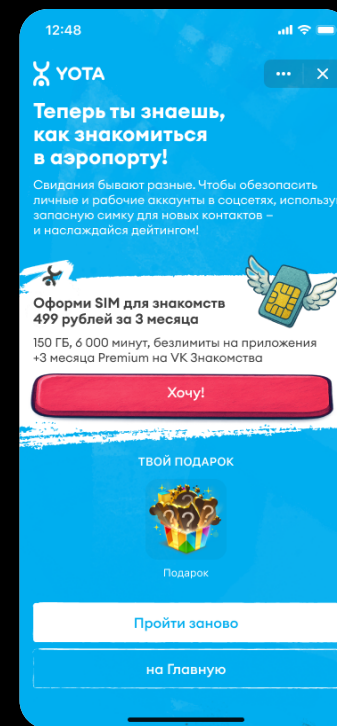
Кульминация



Развязка



Финальный экран

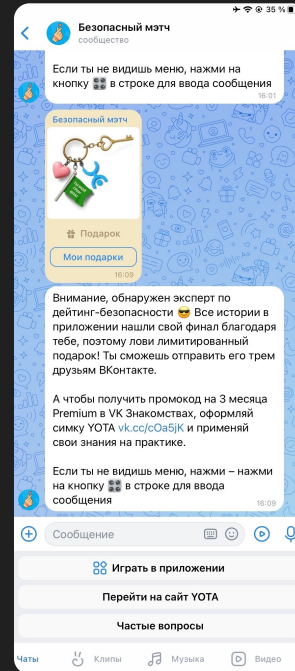


скринкаст мини-приложения

Подарки Yota для пользователей



За прохождение каждой новеллы пользователи получали эксклюзивные брендированные статусы ВКонтакте



При прохождении всех новелл пользователи получали брендированный подарок ВКонтакте и 3 бесплатные отправки этого подарка друзьям



За заполнение анкеты и дальнейшую активацию SIM-карты Yota пользователи получали промокод на Premium подписку на VK Знакомства сроком на 3 месяца

Результаты конверсий

	ФП	Пины	Виджет	Промопост	Рассылки в Знакомствах	Органика
Клики	38 395	561 149	281 097	35 752	87 240	
Уникальные пользователи	7 439 20%	24 030 4%	244 925 87%	35 081 98%	55 645 63%	126 844

91 995

Вовлеченные
пользователи

2 664

Заявки
на SIM-карту

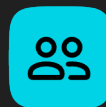
Результаты

Проект показал высокую эффективность как с точки зрения охвата, так и по воронке до целевого действия — заявок на подключение.

Механика мини-приложения доказала эффективность формата сюжетных мини-новелл, способный вовлекать пользователей и стимулировать переходы на сайт бренда.

41 млн

охват кампании



916 тыс.

вовлечений с промо — клики



6 мин.

среднее время сессии



500 тыс.

уникальных визитов в мини-апп



Игровая механика доказала эффективность формата сюжетных мини-новелл, способных вовлекать пользователей и стимулировать заявки на оформлении сим-карт

Стратегия второй симкарты и механика социального острого сюжета сработали:

1

Определение стратегии – поход на дейтинг и выбор дейтинговой ЦА

2

Потребность на ВТОРУЮ СИМ для безопасных знакомств, а не преодоление барьера для смены оператора

3

Интерактивный формат новелл, когда от пользователя зависел исход сюжета, глубоко и качественно вовлекает

4

Мотивация промокодом на 3 месяца VK Premium за подключение абонемента Yota на 3 месяца. 3 месяца — период, когда подключенный клиент становится абонентом

5

Перевыполнение плана по уникам

Интересный факт

76%

подключивших сим-карту с подпиской vk premium в подарок – мужчины. Вот это поворот)

Спасибо
за внимание!

