

НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА BACK TO SCHOOL

ГУРЕВИЧ АЛЕКСЕЙ ЕВГЕНЬЕВИЧ

Начальник отдела рекламы
Fix Price



КУТЫРЕВА ДАРЬЯ АЛЕКСЕЕВНА

Директор по специальным проектам
Media Instinct Group

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ БРЕНДА



1 Привлечь внимание родителей и школьников к бренду в начале учебного года

2 Увеличить трафик в офлайн магазины по всей России

БЛОГЕРЫ? ЭКОСИСТЕМЫ? СПЕЦПРОЕКТЫ?

ВЫЗОВ ДЛЯ АГЕНТСТВА

“ КАК ВЫДЕЛИТЬСЯ ИЗ КЛАТТЕРА В ОДИН
ИЗ САМЫХ ГОРЯЧИХ СЕЗОНОВ ГОДА? ”

ОЖИВИТЬ СЕЗОН BACK TO SCHOOL!
СДЕЛАТЬ ПРОЕКТ НЕ ПРОСТО ПРО ПОКУПКИ
А ПРО ЭМОЦИИ.



ОПИСАНИЕ

Уникальная для бренда активация с **маскотом-ежиком Фиппи**.



Анонсирование в пабликах и **обзоры блогеров усилили эффект**. Проект увеличил трафик в магазины и лояльность покупателей, сделав Fix Price **брендом для всей семьи**.

В центре спецпроекта был мини-апп в Telegram с картой магазинов и промокодами, сочетающий охоту за мерчем (лонгсливы, худи и др).

СПЕЦПРОЕКТА

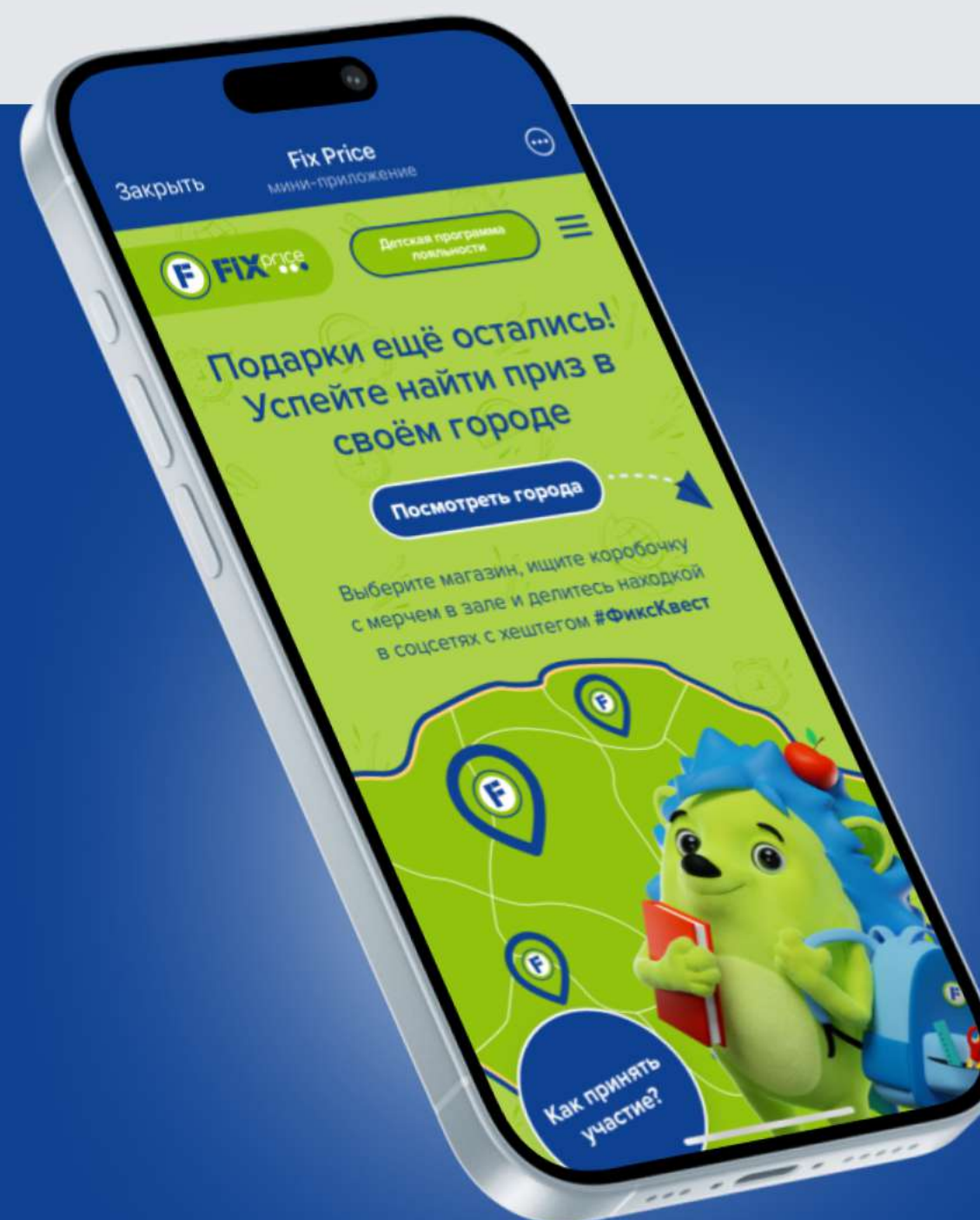
121 магазин **11** городов*

*включая Москву и Санкт-Петербург.

ЧТО МЫ СДЕЛАЛИ



Создали Fix-боксы
с ярким мерчем от бренда
и спрятали их в офлайн
точках



Разработали tg mini app
для поиска Fix-боксов
с игрой и раздачей
промокодов на онлайн
заказы



Отправили блогеров
на охоту за Fix-боксами, чтобы
те рассказали о механике
и стали первопроходцами

МЕДИЙНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ



4,5 МЛН. ЧЕЛ.

Узнало
о спецпроекте



120 ТЫС. ЧЕЛ.

Органический охват
среди пользователей,
которые самостоятельно
делились спецпроектом
в своих социальных сетях



30 ТЫС. ЧЕЛ.

Зарегистрировались
в mini app

ЧТО ДАЛЬШЕ?

- Использование mini app в будущих спецпроектах
- Работа с собранной базой



СПАСИБО!



 MIPULSE