

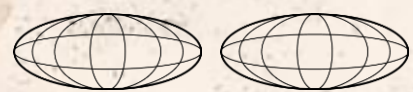


**ДАРЬЯ
КУТЫРЕВА**
**MEDIA
INSTINCT GROUP**



ТРОМБО АСС X MEDIA INSTINCT:

О том, как фарм-бренду
найти баланс между
охватом и эмоциональным
контактом с аудиторией





Одноклассники – соцсеть с лояльной и вовлеченной аудиторией

35 МЛН

средний MAU

ЯДРО АУДИТОРИИ – СТАРШЕ 40 ЛЕТ
62% АУДИТОРИИ – ЖЕНЩИНЫ

Это трудоустроенная и платежеспособная часть населения, которая находится на пике финансовой активности.

Они принимают решения о покупках не только для себя, но и для своей семьи



КЕЙС: МИНИ-ПРИЛОЖЕНИЕ ТРОМБО АСС В ОК

ЗАДАЧИ:

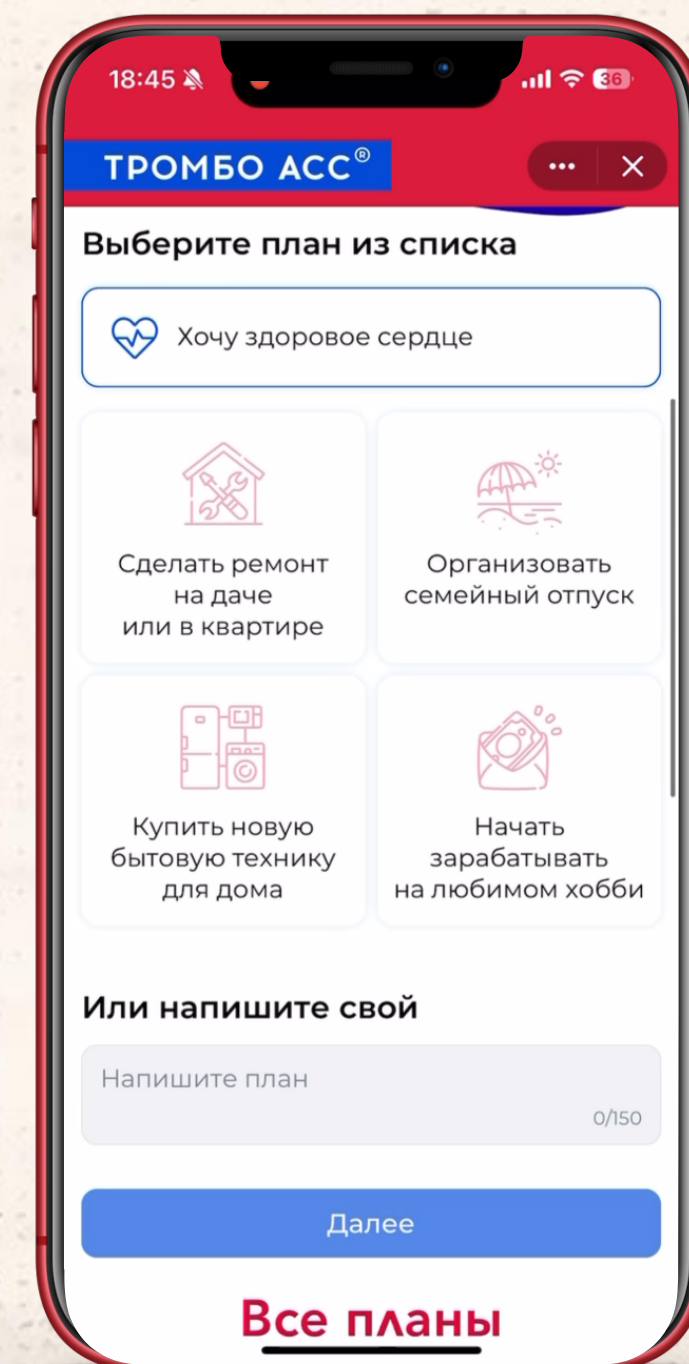
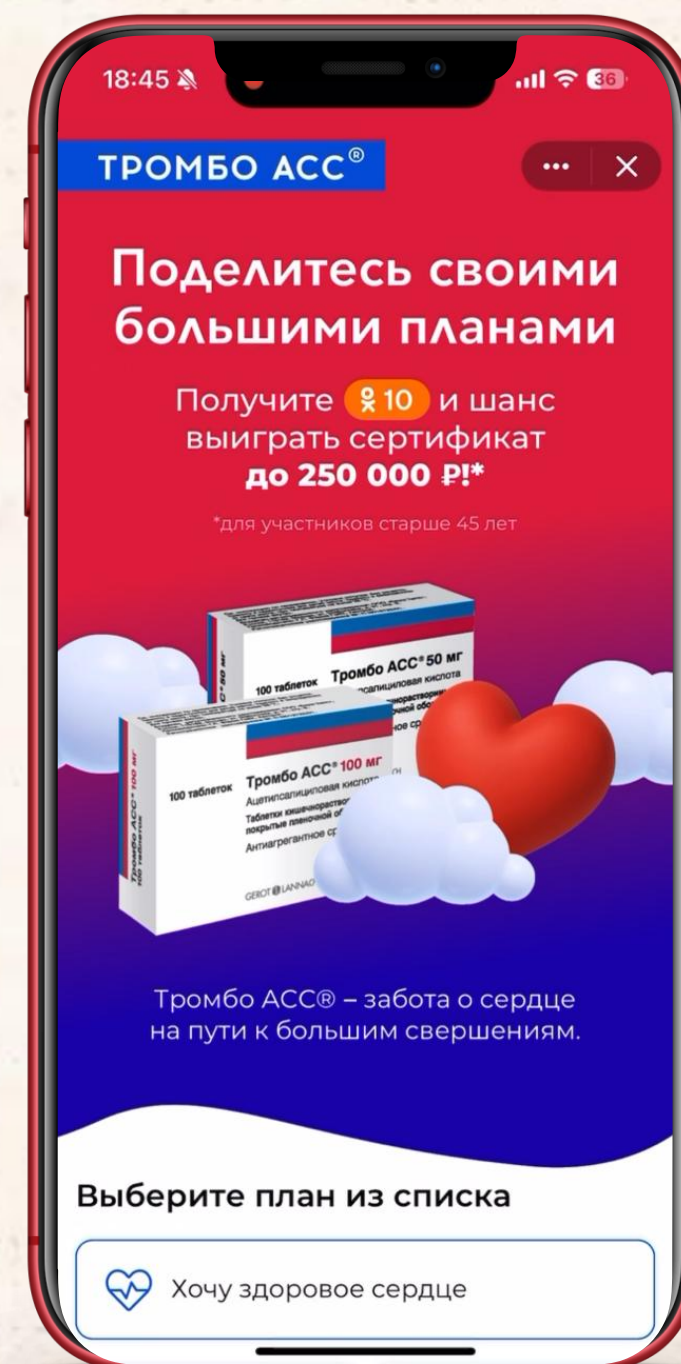
- Повышение знания о бренде Тромбо АСС через нестандартные механики взаимодействия с пользователями
- Увеличение продаж в ближайшем будущем, после завершения кампании

РЕШЕНИЕ:

Разработка мини-приложения с конкурсом среди пользователей. Для участия в розыгрыше необходимо поделиться своими заветными мечтами в мини-приложении, после чего экспертное жюри определит 5 победителей, которые получат призы и один из них денежный сертификат до 250 тыс. руб. на реализацию своей мечты!

Анонсирование мини-приложения проводилось в двух форматах:

- продуктивное анонсирование (продуктовый линк в меню)
- медийное анонсирование (медийная реклама)



115% ВЫПОЛНЕНИЕ ПЛАНА

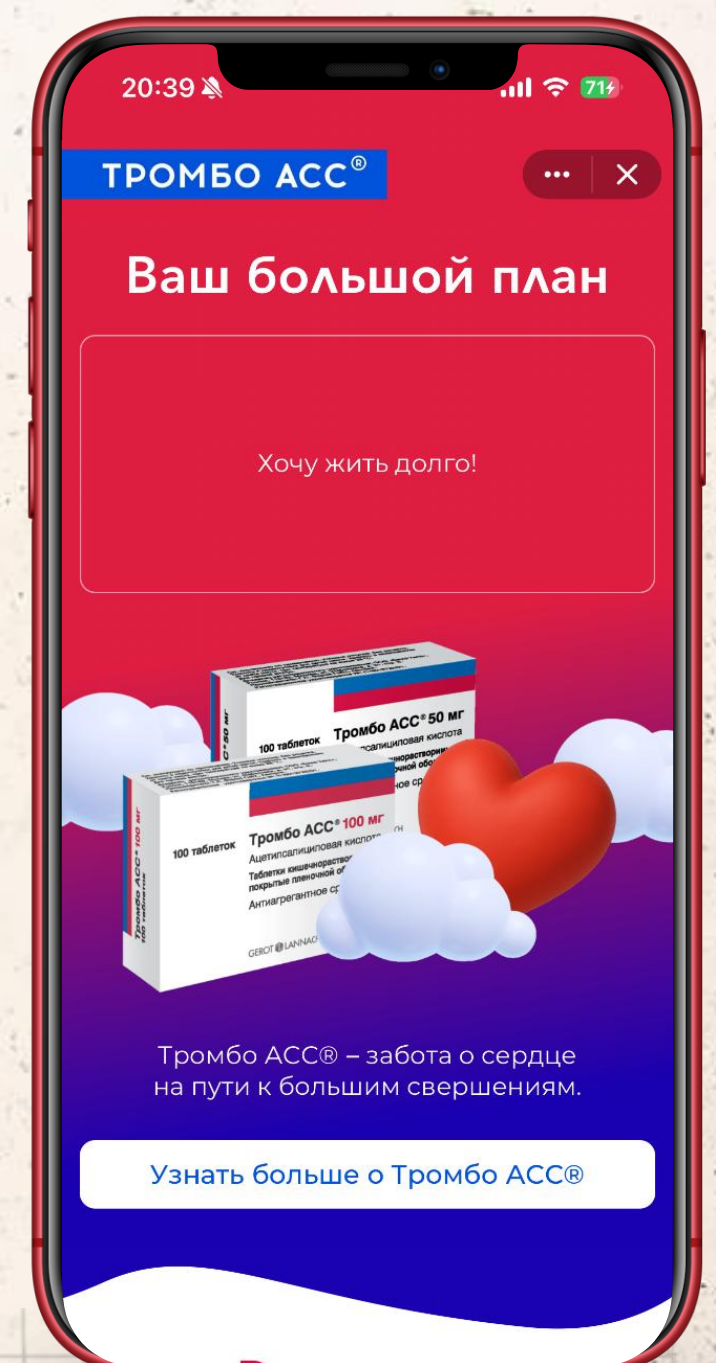
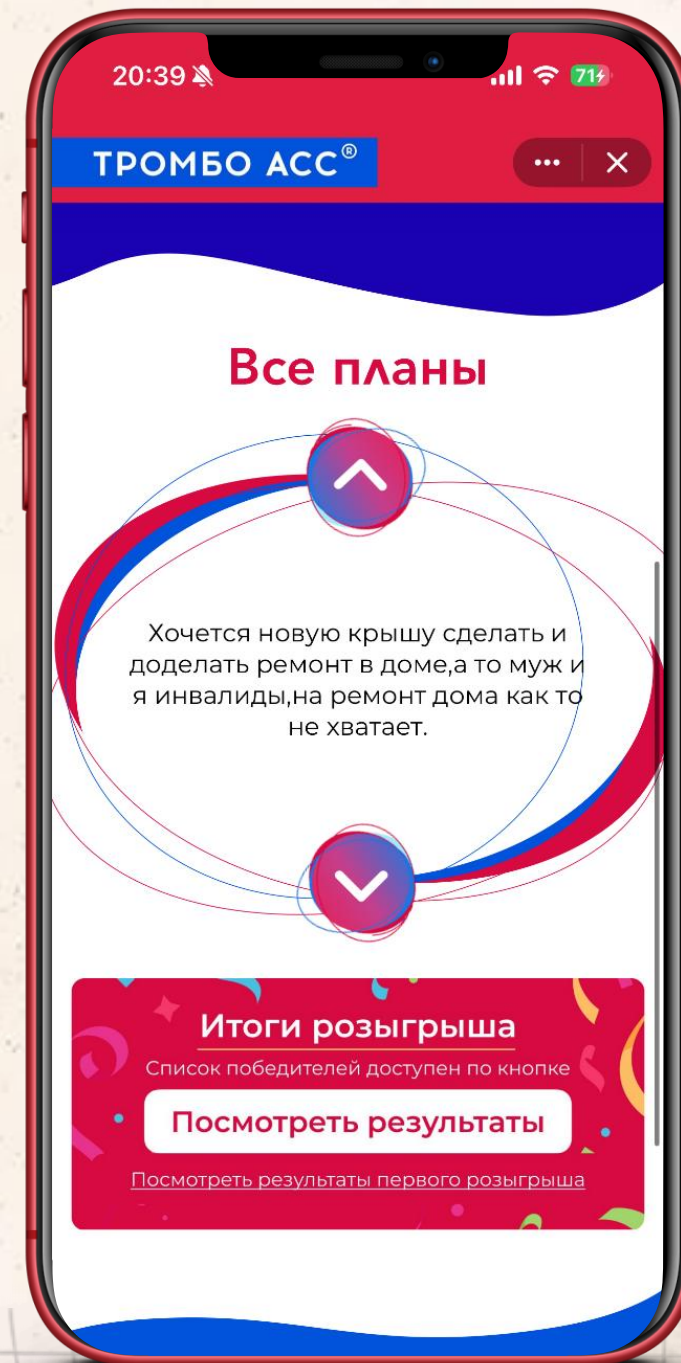
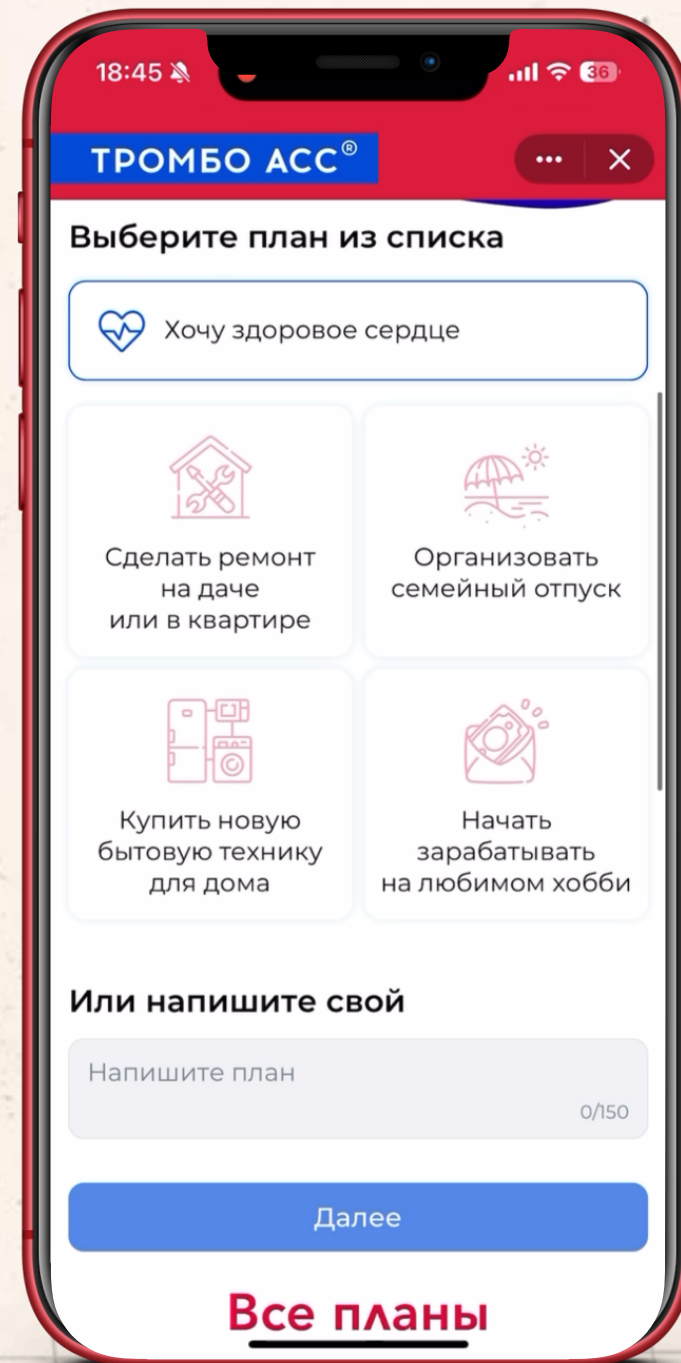
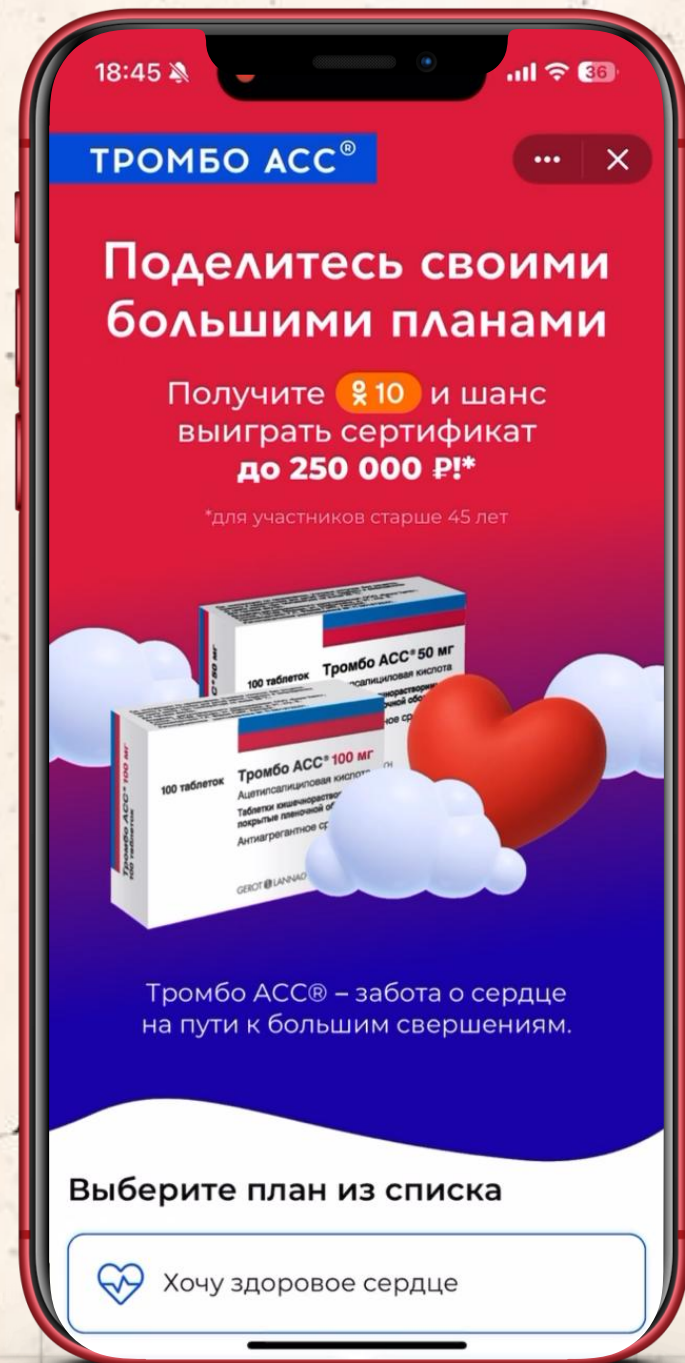
ПО УНИКАЛЬНЫМ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМ

12,8 ТЫС. ЧЕЛ.

УЧАСТНИКИ РОЗЫГРЫША ДЕНЕЖНЫХ ПРИЗОВ



МЕХАНИКА ПРОЕКТА



1 ПЕРВЫЙ РАЗДЕЛ, ГДЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ МОГ ПОЗНАКОМИТЬСЯ С АКЦИЕЙ, А ТАКЖЕ С УПАКОВКОЙ ЛЕКАРСТВЕННОГО ПРЕПАРАТА

2 РАЗДЕЛ, ГДЕ МОЖНО ПОДЕЛИТЬСЯ СВОИМ ПЛАНом (ВЫБОР ПЛАНА ИЗ СПИСКА ПРЕДЛОЖЕННЫХ ИЛИ НАПИСАНИЕ ПЛАНА САМОСТОЯТЕЛЬНО)

3 ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ АВТОМАТИЧЕСКИ ПОПАДАЛ В РАЗДЕЛ, ГДЕ ОН МОГ ПОСМОТРЕТЬ СВОЙ ЛИЧНЫЙ ПЛАН И ПЛАНЫ ДРУГИХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

4 ВО ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИИ В ОТДЕЛЬНОМ МОДАЛЬНОМ ОКНЕ БЫЛИ ДОСТУПНЫ ПРАВИЛА АКЦИИ





РЕЗУЛЬТАТЫ КАМПАНИИ

250 МЛН

ПОКАЗЫ АНОНСИРОВАНИЯ

312 ТЫС

УНИКАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ

13 ТЫС

УЧАСТНИКИ КОНКУРСА

100%

(выполнения)

▲ 115%

(выполнения)

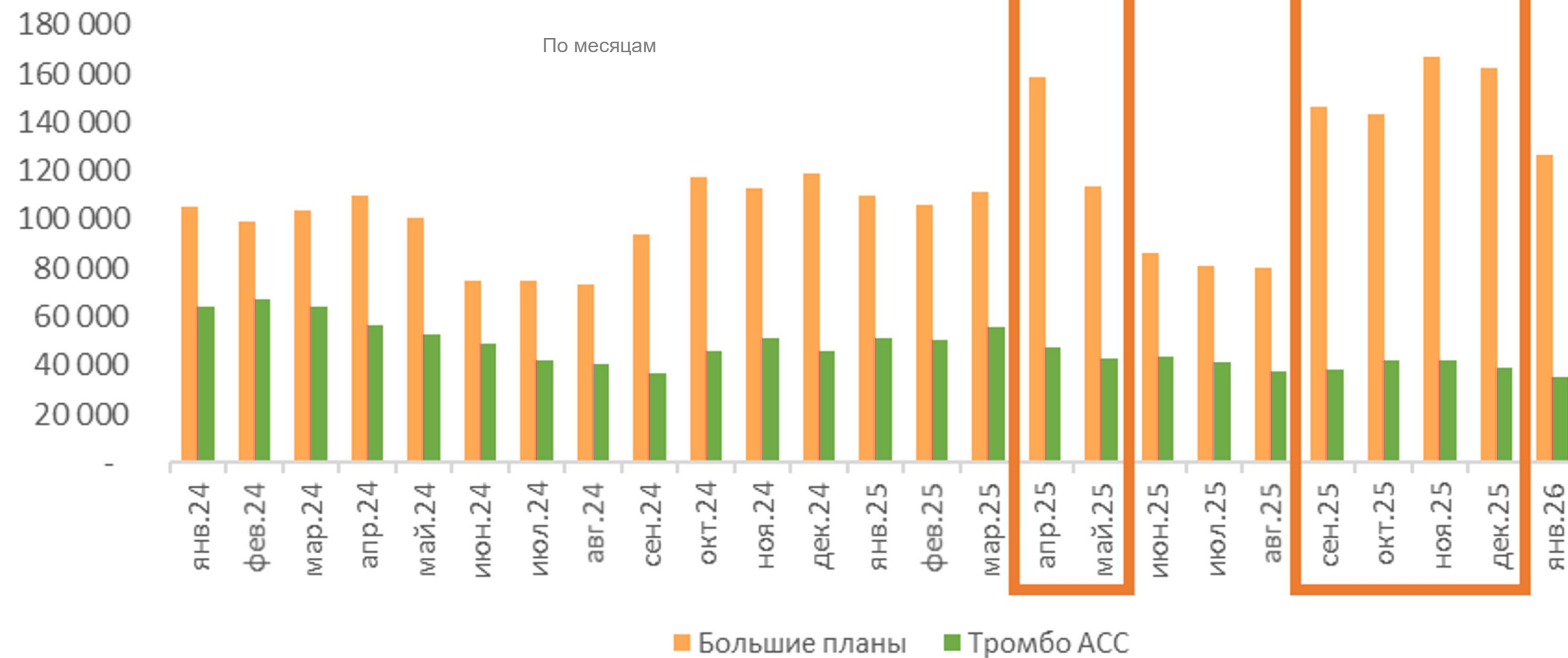
4 000

УЧАСТНИКОВ КОНКУРСА ПОДЕЛИЛИСЬ
СВОИМИ ИНДИВИДУАЛЬНЫМИ
«БОЛЬШИМИ ПЛАНАМИ»





ДИНАМИКА РОСТА ИНТЕРЕСА В ПОИСКЕ «ТРОМБО АСС» И «БОЛЬШИЕ ПЛАНЫ»



В ДАТЫ ПРОВЕДЕНИЯ КОНКУРСА ВЕСНОЙ И ОСЕНЬЮ НАБЛЮДАЕТСЯ РОСТ ИНТЕРЕСА К ПОИСКОВОМУ ЗАПРОСУ «БОЛЬШИЕ ПЛАНЫ». РОСТ ИНТЕРЕСА СОХРАНЯЕТСЯ ДО КОНЦА ГОДА (ПЕРИОД ЗАПУСКА ВТОРОГО ФЛАЙТА)

В ЯНВАРЕ 2026 ГОДА ВИДНО СНИЖЕНИЕ ИНТЕРЕСА. ЭТО ПОДТВЕРЖДАЕТ НАШУ ТЕОРИЮ О НАЛИЧИИ И АКТИВНОМ ИНТЕРЕСЕ АУДИТОРИИ К АКТИВАЦИИ. ПИКИ ДОСТАТОЧНО ВЕЛИКИ, ЧТОБЫ ПОЛНОСТЬЮ ОБОСНОВАТЬ ЭТОТ ФАКТ

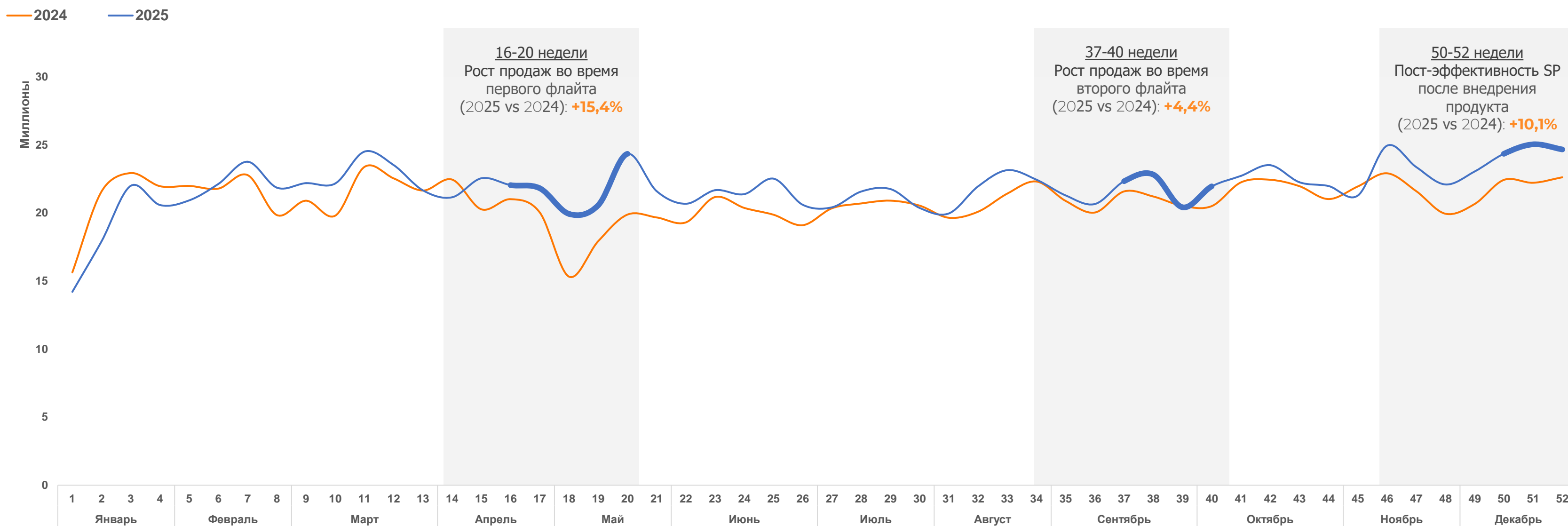


первый флайт 17.04-17.05.
второй флайт 09.09-06.10.

* Wordstat.Yandex

В активные периоды спецпроекта Тромбо АСС показал рост продаж - по сравнению с аналогичным периодом прошлого года

ТРОМБО АСС: ДИНАМИКА ПРОДАЖ В РУБЛЯХ



Source: DSM, Продажи из аптек, руб.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

ИНСАЙТЫ
ФАКТЫ
ЦИФРЫ



@MIpulse

ДАРЬЯ КУТЫРЕВА

ДИРЕКТОР ПО ДИДЖИТАЛ СПЕЦПРОЕКТАМ

MEDIA INSTINCT GROUP