



представляет...



# В условиях, когда...



**-21%**

покупательная  
способность россиян за  
первую половину 2015  
года упала на 20,5%

**-9%**

общее потребление  
продукции за первый  
квартал 2015 года упало  
более чем на 9%

**-8%**

спад потребления  
продовольственных  
товаров за первый квартал  
2015 года составил 8%



# Мы решили...



сохранить позиции  
бренда на рынке



поднять уровень  
продаж



увеличить долю  
рынка



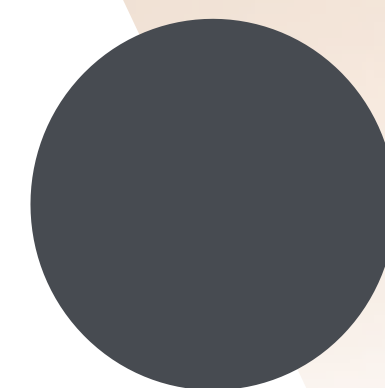
# Зная, что...

**250 тыс.** уник. пользователей на сайте бренда в месяц

**90 %** доля органического траффика на сайте бренда

**35 %** потребителей бренда совершают покупку раз в неделю

**41 %** переход из потребления в лояльность





# За счет...



Положительных  
качеств бренда



Переключения  
с конкурентов



Роста частоты потребления  
среди лояльных покупателей



Переключения  
с других товаров





# Основываясь на принципах...



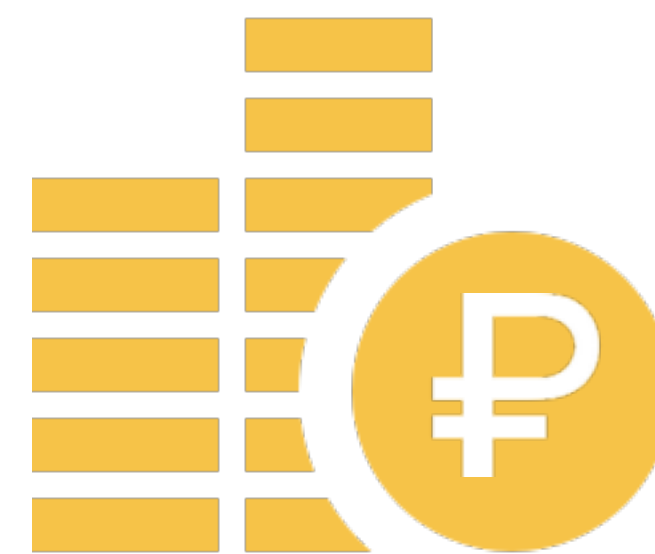
360 °



Призы,  
позволяющие  
получить  
профит



Стимул к  
покупке



Максимальное  
использование  
собственных  
ресурсов



Максимум  
контактов с  
брендом

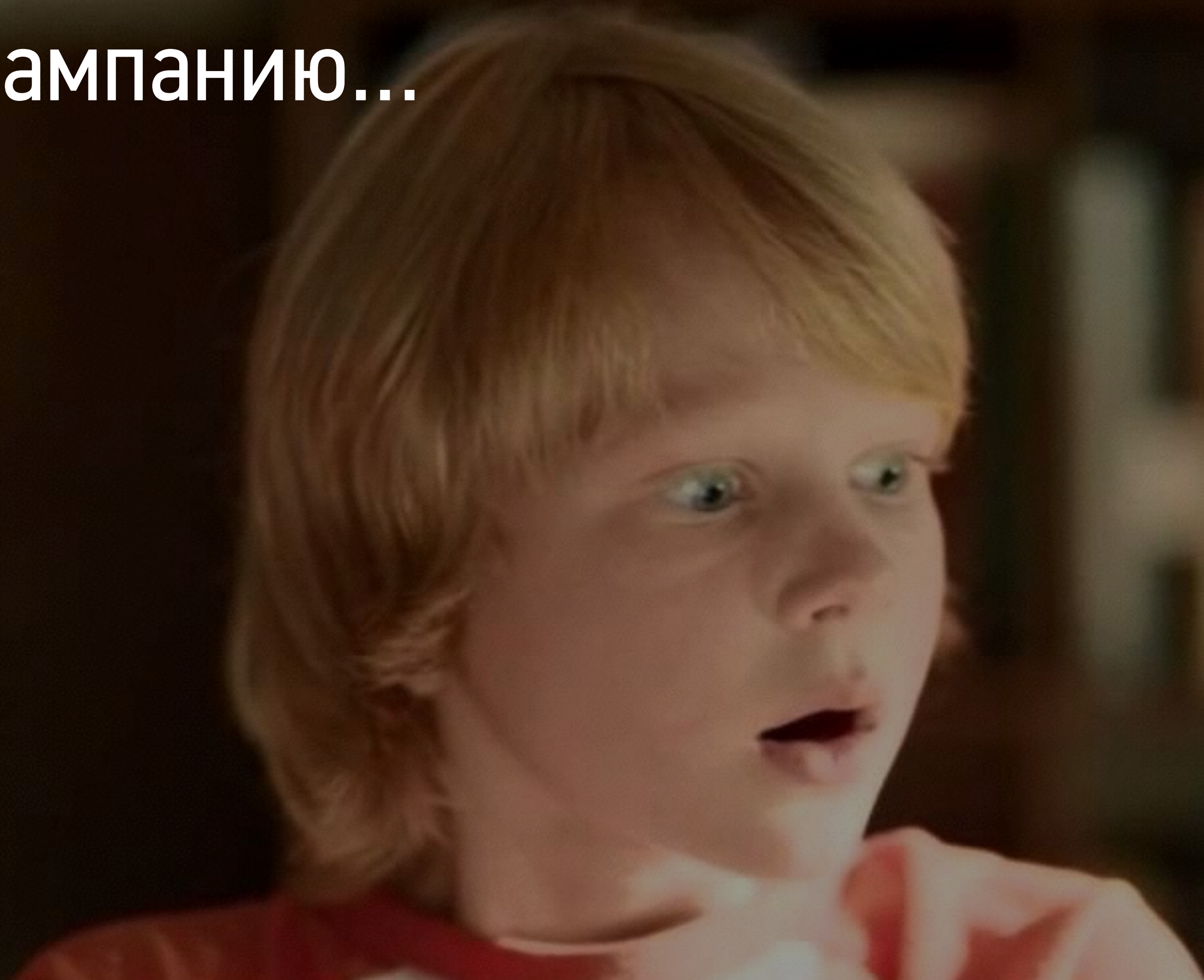


Мы перебрали множество вариантов и...





...запустили кампанию...



Каждому, кто любит Петелинку,  
Петелинка дарит подарки



# Работало всё так...

## Offline анонсирование



ТВ    Пресса    ООН



В магазинах    Упаковка

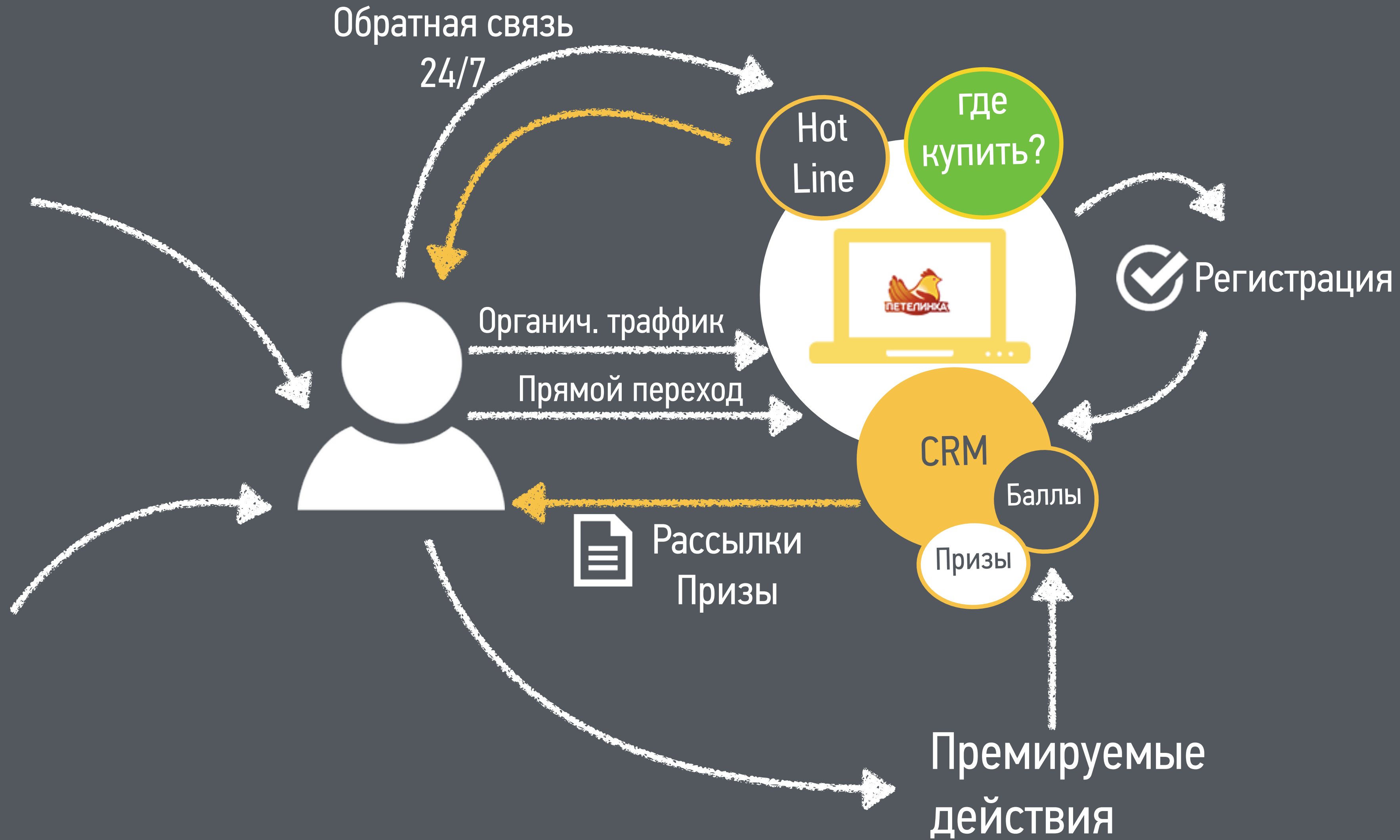
## Online анонсирование



Видео    Баннеры    Поиск



Соц.сети    Спецпроекты





# Offline анонсирование...



В торговых точках



Упаковка



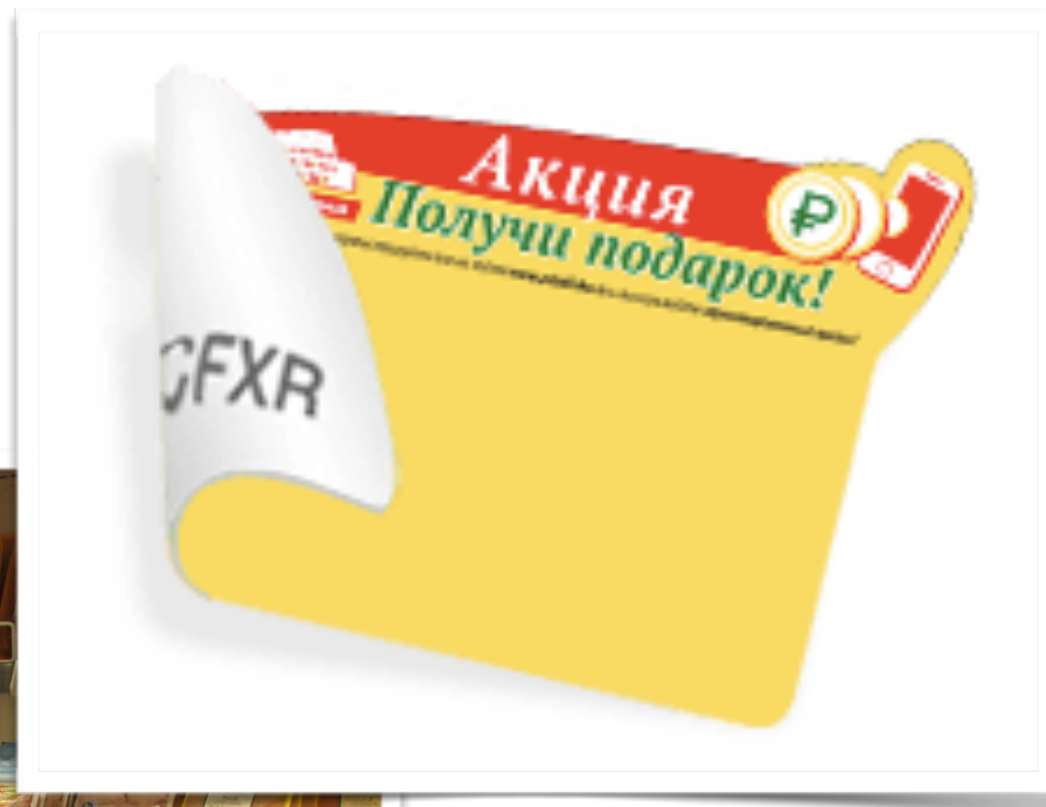
Наружная  
реклама



ТВ



Пресса





# Online анонсирование...



Видео



Баннеры



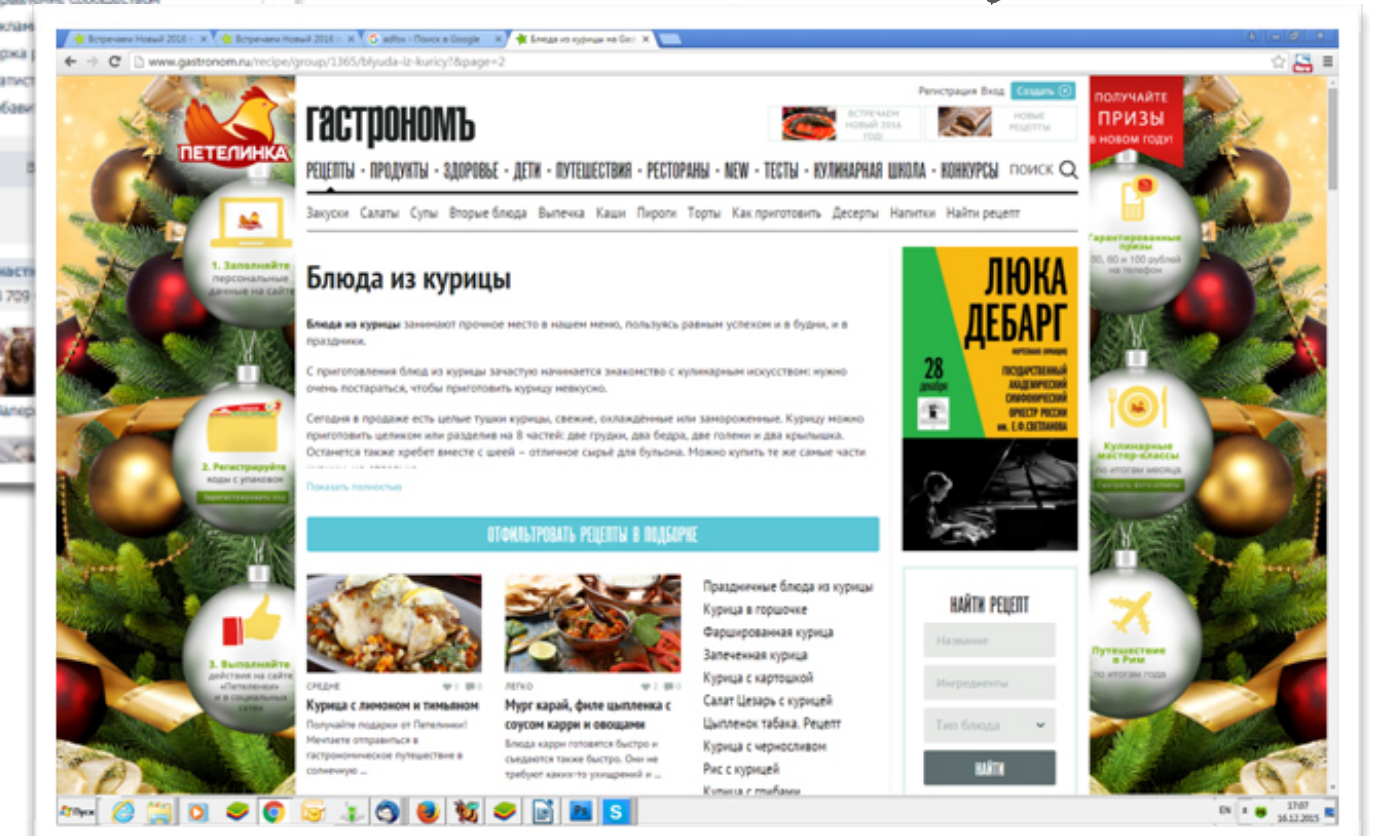
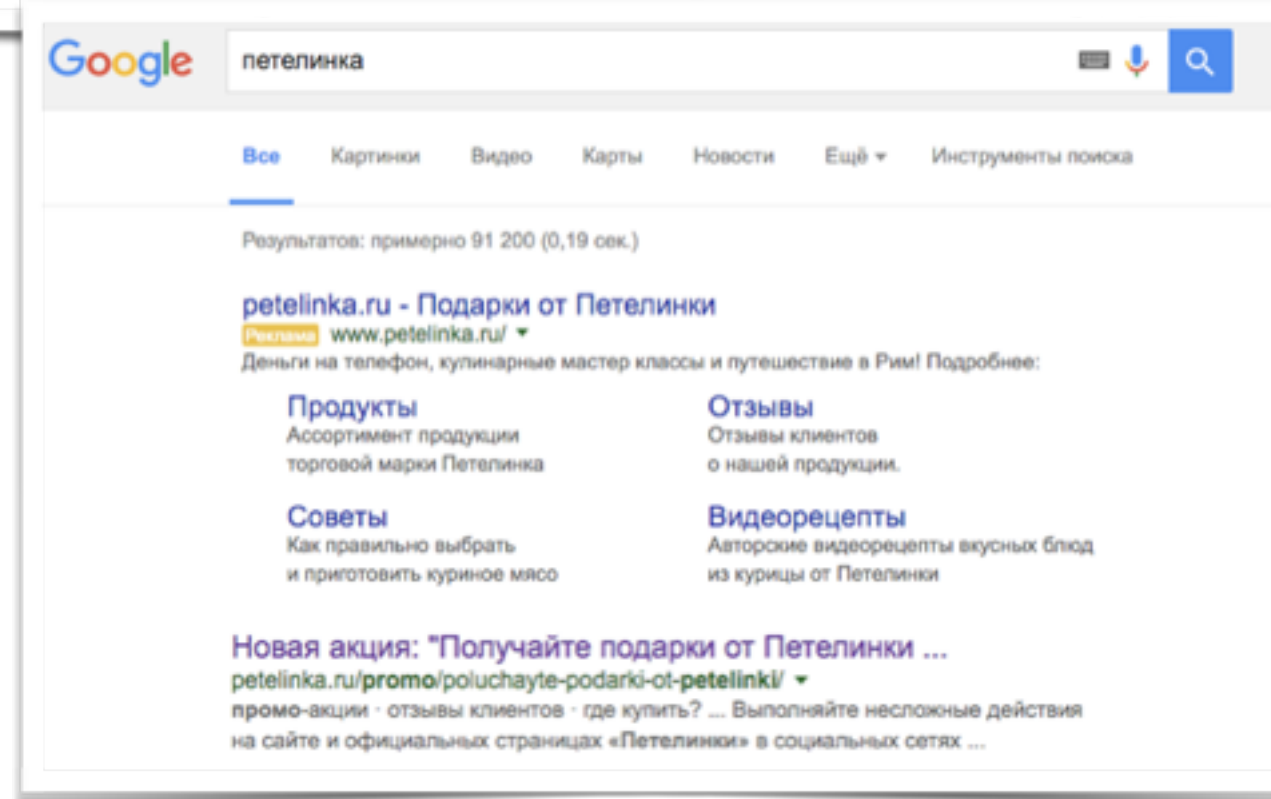
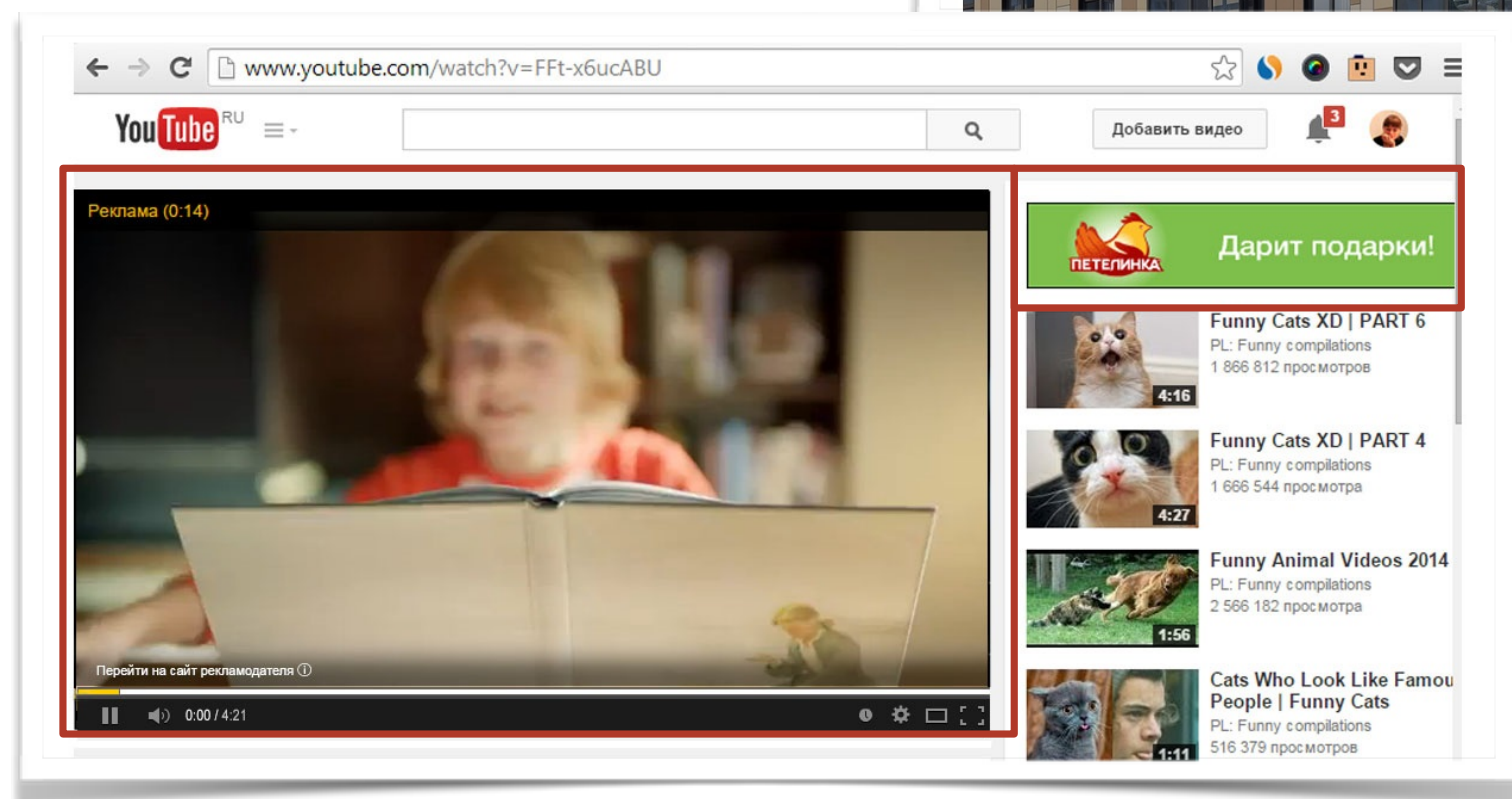
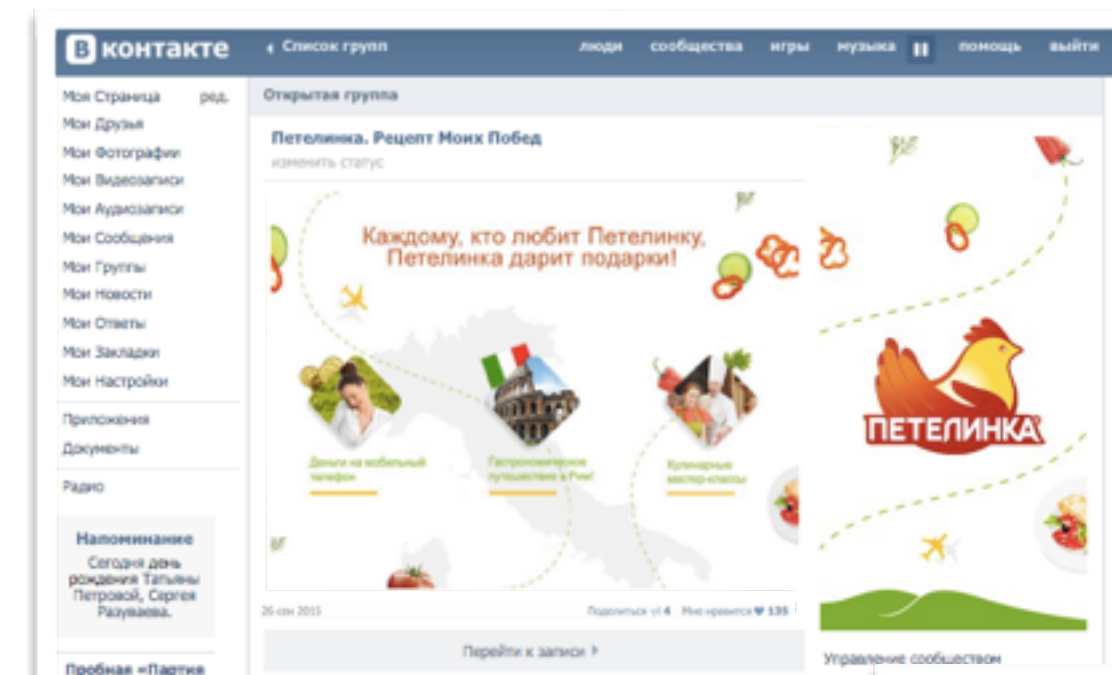
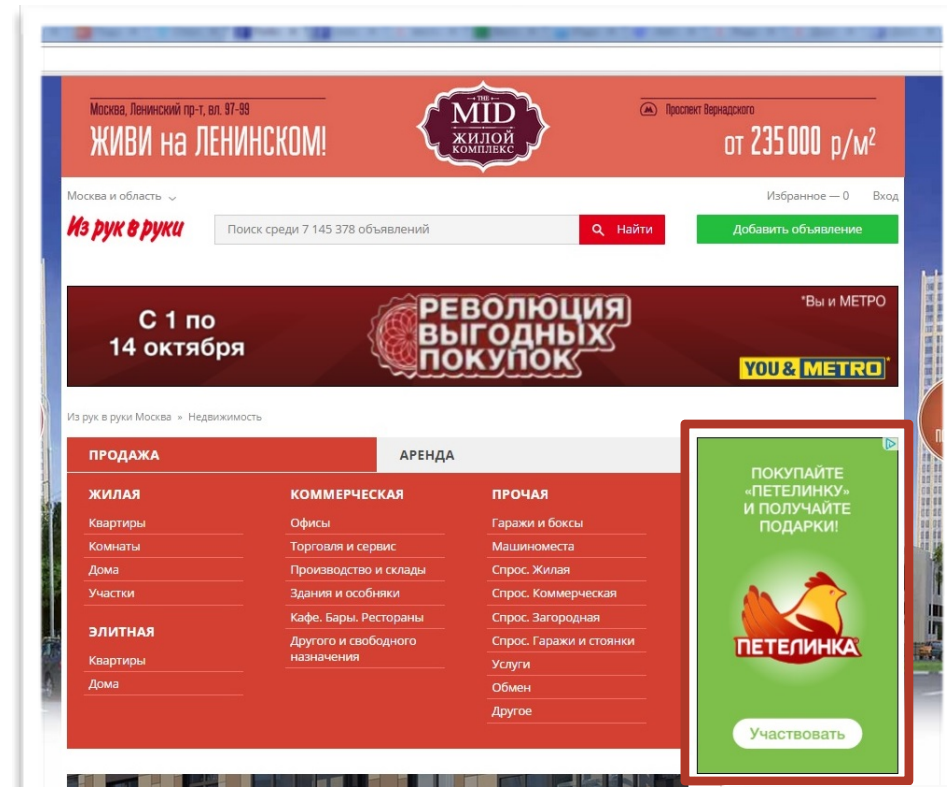
Поиск



Соц.сети

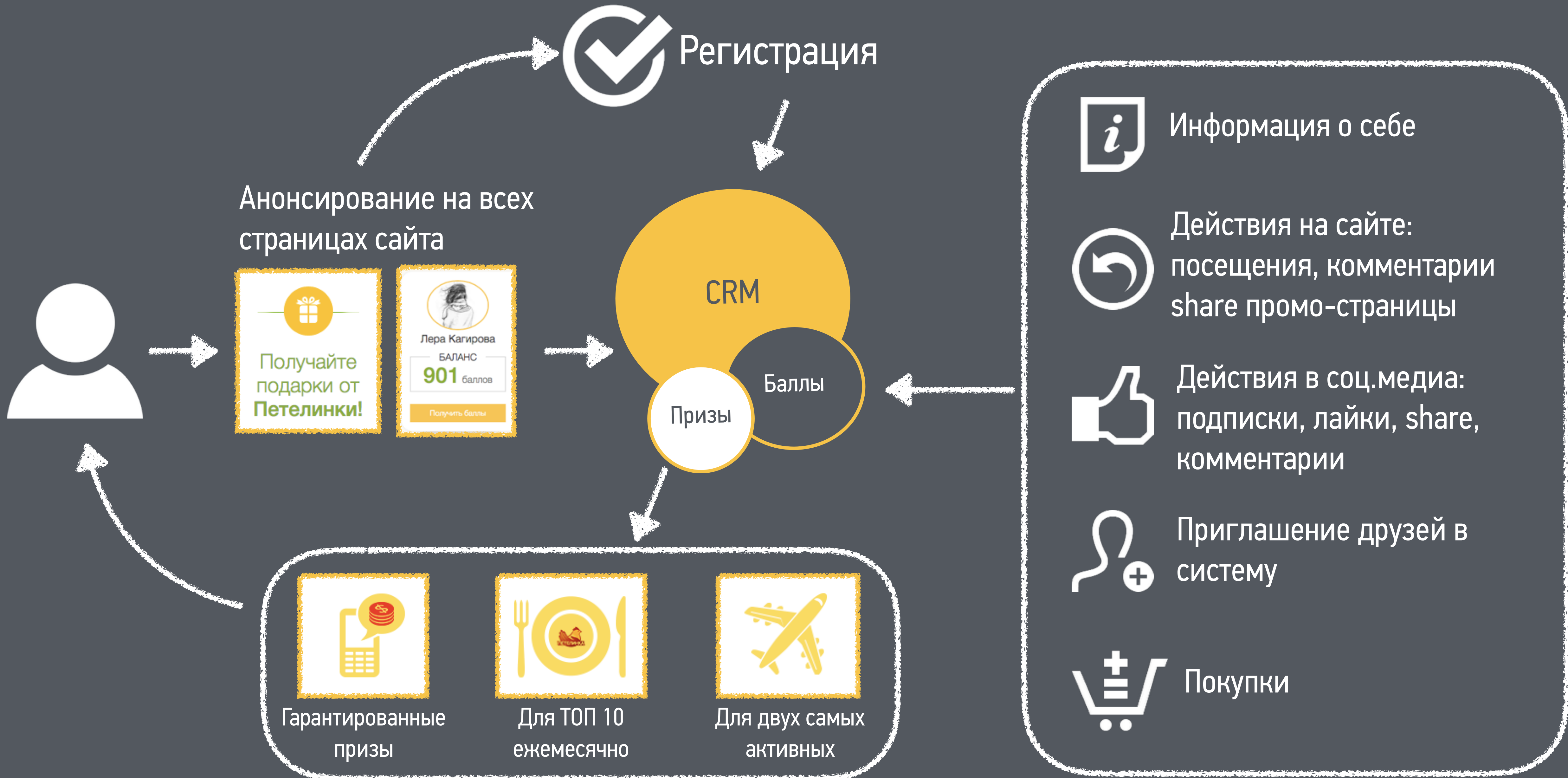


Спецпроекты



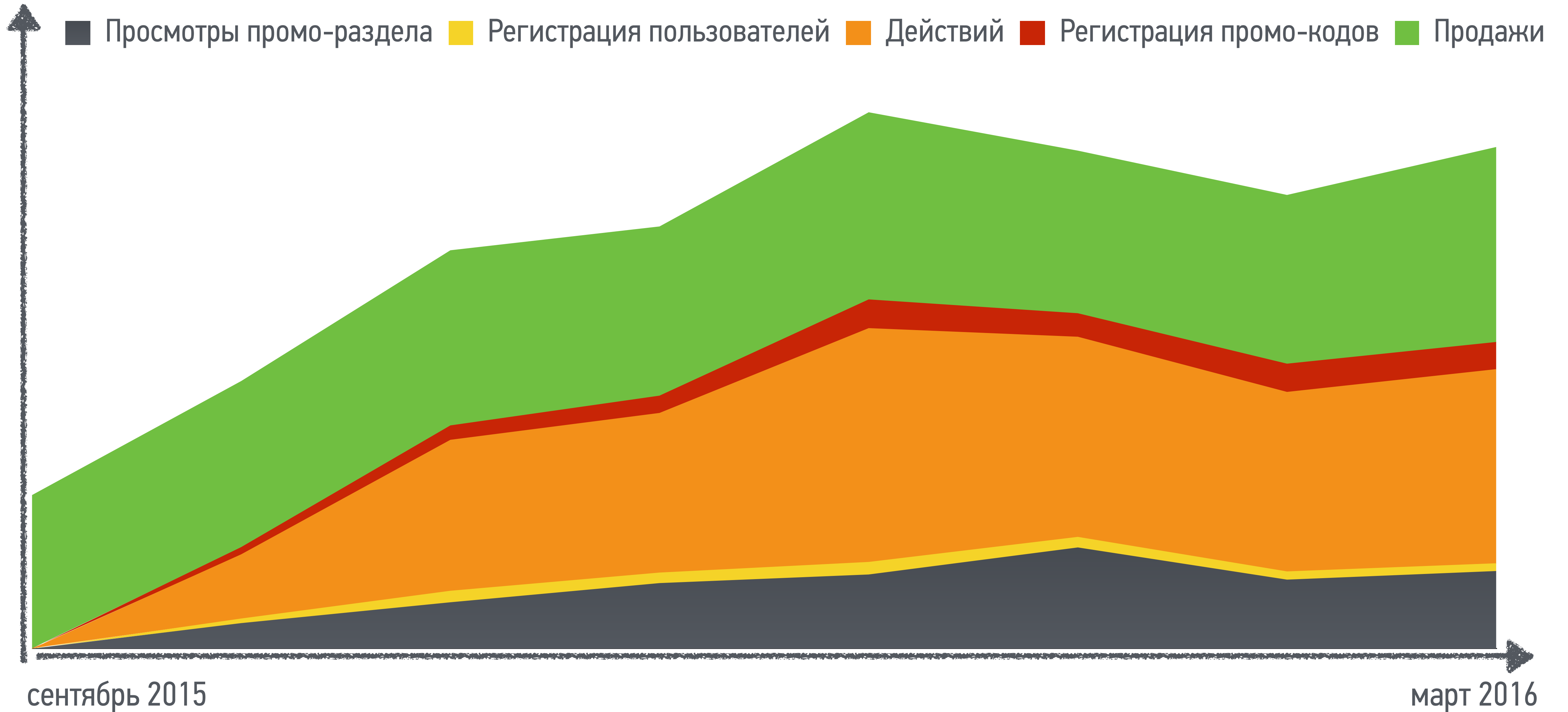


# Мотивация для пользователя или балльная система





# И началось...





но не все было так просто...



призловы и  
мошенники



мониторинг  
работы всех  
систем



более 5 000  
писем на  
обратную связь



работа  
операторов  
24/7



непропечатанные  
и испорченные  
промо-стикеры



**В РЕЗУЛЬТАТЕ...**

**WOW!**







# В РАМКАХ ПРОМО...



**> 160 тыс.**

зарегистрированных  
пользователей



**> 350 тыс.**

зарегистрированных  
промо-кодов



**> 3 млн.**

действий в рамках  
промо-акции





**WOW!**



**> 2 млн.**

просмотров

промо-разделов на сайте



**> 15 тыс.**

Поделились

промо-страницей сайта



**> 13 тыс.**

комментариев

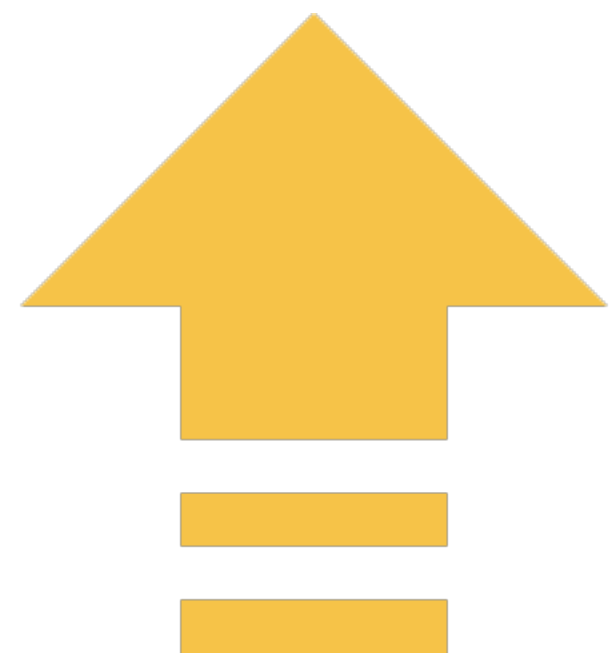
размещено на сайте





**WOW!**

# В СООБЩЕСТВАХ БРЕНДА В SM...



**> 17 тыс.**

рост сообществ бренда



**ER\* = 2,5**

в сообществах бренда  
во время промо-акции



**3,5 РАЗА**

рост охвата постов  
сообществ бренда  
во время промо-акции

\* Engagement Rate - показатель уровня вовлеченности аудитории в активности компании





WOW!

**А ЕЩЕ...**

**7**

offline мастер-классов  
от бренда

**70**

участников  
мастер-классов

**21**

приготовленное блюдо  
фото-рецепт на сайт

**2**

гастрономических тура  
в Рим для самых активных



**WOW!**



**40%**

**ROI**

**+1,5%**

**ДОЛЯ  
РЫНКА**

**+12,6%**

**ПРОДАЖИ**





продолжение следует...