



VTB24

Большой банк в маленьком городе

**Секреты партнерского
продвижения**





Партнерские программы в формате edutainment – новый уровень коммуникаций



Группа компаний кидбург – с любовью к детям!

Детский город профессий «КидБург» – это модель общества, в котором найдется место и занятие по интересам каждому ребенку от 4 до 14 лет.

Наша миссия: мы формируем успешное будущее, создавая благоприятную среду для развития лучших качеств ребенка! Превращая знания в опыт, мы готовим к реальной жизни, а не к экзаменам.

КидБург – первый детский проект федерального значения.

Более 30 игровых зон и более 60 профессий и видов деятельности в каждом проекте: Санкт-Петербург, Москва, Ростов-на-Дону, Воронеж, Ярославль, Нижний Новгород.

2011



Санкт-Петербург

2012



Ростов-на-Дону

2015



Москва

2015



Санкт-Петербург Юг

2015



Зеленоград

2015



Ярославль

2016



Воронеж

2016



Москва

2016



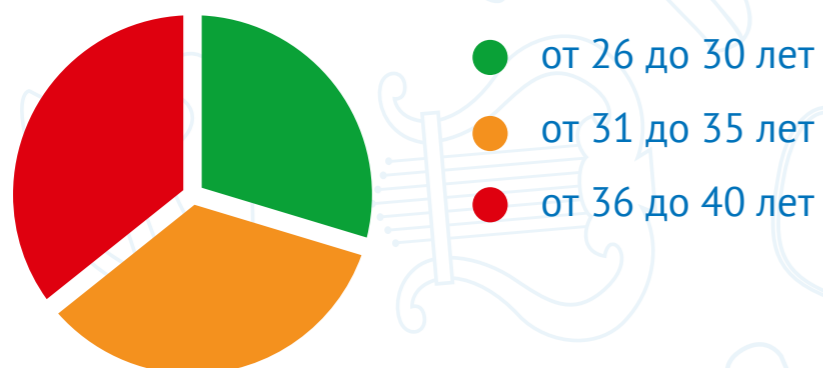
Нижний Новгород

Цифры и факты:

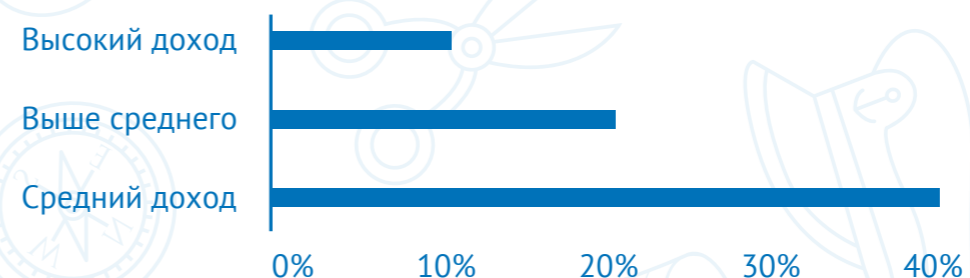
Детский город профессий – лидер по объему посетителей и занимаемой площади.
«КидБург» – проект федерального значения. В 2016 году уже 8 КидБургов работают на территории России.

С момента открытия общее количество посетителей КидБурга во всех городах уже превысило **2 000 000** человек, и эта цифра постоянно растёт!

Возраст родителей



Уровень дохода



Занятость



Состав посетителей



Портрет мамочки жителя КидБурга



«КидБург» – с любовью
к детям и уважением
к родителям!

В наш город жители чаще всего приводят с собой мам.

Каждый горожанин знает, что мамы более терпеливы, более спокойны, способны стоически переносить часы ожидания своего сына или дочки с ответственной работы.

Мы наших мамочек очень любим, создаем им комфортные условия ожидания, развлекаем мастер-классами и лекциями, и, конечно же, они могут наблюдать за работой кидбуржан, фотографировать процесс и получать положительные эмоции!

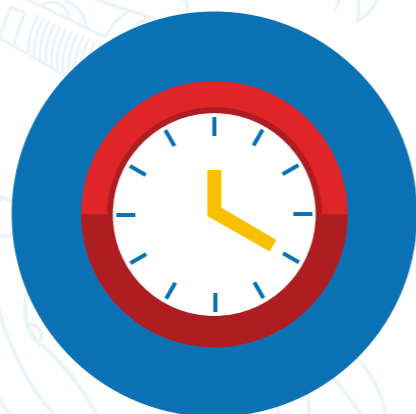
Средний возраст мамочек – 32-45 лет. Общаясь с ними, мы выяснили, что все они – женщины с активной жизненной позицией, работающие (менеджеры среднего звена или руководители), или «современные домохозяйки», которые предпочитают проводить свободное время с пользой. Они озабочены эстетическим воспитанием и образованием детей, находятся в постоянном поиске увлекательного и познавательного досуга для всех членов своей семьи.



Кидбург для бизнеса



Формирование позитивного имиджа компании и увеличение числа лояльных клиентов



Длительный контакт с целевой аудиторией в рамках игрового процесса



Расширение клиентской базы за счет проведения совместных акций



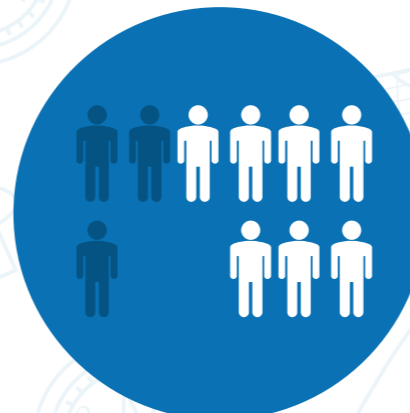
Программа лояльности для партнеров и сотрудников компании



Крупнейшая в России сеть детских интерактивных образовательных проектов



Российская концепция, разработанная с учетом образовательных планов российских школ



Реальная посещаемость игровой зоны от 1000 человек/день в открытых проектах



PR-поддержка в СМИ и социальных сетях

Состав стандартного пакета по брендингу



«КидБург» – с любовью к детям и уважением к родителям!

Открытие бренд-зоны на территории проекта включает в себя:

Оформление пространства в стилистике бренда:

- размещение вывески на фасаде игровой зоны,
- стилизация игрового пространства или строительство реальной площадки в миниатюре.

Интеграция бренда в жизнь города:

- адаптация игрового процесса или создание нового,
- организация совместных мероприятий на территории КидБурга, среди которых:
 - праздничное открытие брендированной зоны,
 - проведение дней профессий,
 - организация профессиональных праздников,
 - День рождения компании,
 - участие в сезонных мероприятиях (тематические каникулы, день рождения КидБурга, Новый год и т.д.).

Использование площадки для корпоративных нужд:

- организация «Дня семьи» и прочих корп. мероприятий,
- проведение пресс-туров,
- проведение мероприятий для партнеров,
- организация промо мероприятий.

Пример интеграции логотипа партнера на ресурсы и в материалы КидБурга

Партнёры



VTB24



HeadHunter



АО «ФИНАМ»



SPLAT: Professional Oral Care



Газета Metro



Пример интеграции логотипа партнера на ресурсы и в материалы КидБурга





Лояльность к бренду с детства



Я доверяю деньги **VTB24**



Самые вкусные блины
в **Теремке**



Все для красоты только
в **РИВ ГОШ**



Категория партнерства «Крупный бизнес» – «А»



Средняя стоимость контракта на брендинг в Санкт-Петербурге и Москве в год составляет **3 000 000 рублей** (250 000 рублей в месяц).

Какие потребности удовлетворяет партнер категории «А»:

- Формирование позитивного имиджа компании за счет поддержки детского образовательного проекта.
- Популяризация отдельных продуктов и услуг.
- Формирование высокой степени лояльности к бренду.
- Использование ресурсов КидБурга как дополнительных каналов для повышения лояльности среди существующих клиентов. Интеграция в программу лояльности (карты, партнёрские программы).
- Дополнительная площадка для реализации социальных проектов (благотворительные акции образовательные и профориентационные программы).
- Привлечение дополнительной аудитории по новому продукту (услуги в детском сегменте).



Категория партнерства «Средний бизнес» – «В»



Средний бизнес: средняя стоимость контракта в Москве и Санкт-Петербурге в год составляет **2 000 000 рублей** (160 000 рублей в месяц).

Какие потребности удовлетворяет партнер категории «В»:

- Ассоциация с крупным брендом – лидером рынка.
- Формирование позитивного имиджа и повышение лояльности к бренду.
- Прямой контакт с целевой аудиторией, точное продвижение товаров и услуг.
- Наши ресурсы максимально подходят для ретрансляции информации на широкую аудиторию.
- Дополнительные инструменты продвижения продуктов по средствам проведения совместных акций на территории КидБурга (конкурсы, активности, праздники).

Средняя продолжительность пребывания в проекте – **4,5-5 часов**.

Средняя стоимость контакта: **5,5 – 8,6 руб.** в зависимости от формата игровой зоны.



Категория партнерства «Коалиция брендов» – «С»



Бартерное сотрудничество

Какие потребности удовлетворяет партнёр категории «С»:

- Повышение лояльности за счет партнёрства с крупнейшим оператором детского досуга.
- Привлечение дополнительной аудитории.
- Продвижение специальных продуктов среди целевой аудитории (программа дня рождения, сувенирная продукция, предпоказы).
- Совместное участие в городских мероприятиях семейной тематики.





Большой банк в маленьком городе

ВТБ 24 (ПАО) – один из крупнейших российских банков. Входит в международную финансовую группу ВТБ и специализируется на обслуживании физических лиц, индивидуальных предпринимателей и предприятий малого бизнеса.

Сеть банка формируют **1062** офиса в **72** регионах страны.

Сеть «детских банков» ВТБ24 состоит из **3-х** банков и локализована в столичном регионе.

Начало сотрудничества – декабрь 2014 года
Подписан договор на организацию игровой зоны «Банк ВТБ24» в детском городе профессий «Кидбург» в Центральном Детском Магазине на Лубянке.

31 марта 2015 года – торжественное открытие КидБурга и запуск первого детского банка ВТБ24.



Активности ВТБ24 в КидБурге



1-2 августа 2015 года – День рождения банка ВТБ24 в КидБурге. Комплекс мероприятий, приуроченных к празднованию 10-летия банка **ВТБ24**: тематические викторины, конкурсы, розыгрыши призов.

30 августа 2015 года – Семейный праздник для детей журналистов в городе профессий КидБург. В мероприятии для прессы приняли участие 40 человек из 10 федеральных СМИ: РИА Новости, ТАСС, Коммерсантъ, Ведомости, Россия 24, Banki.ru, Bankir.ru, PLUS Alliance, Звезда, Мой район.

В ходе мероприятия была проведена семейная фотосессия для журналистов и детей, сладкий фуршет, квесты для детей журналистов, наиболее активно освещающих банковскую тематику и деятельность ВТБ24.



Ноябрь 2015 года – развитие партнерских отношений, пролонгация контракта в ЦДМ, открытие детского банка ВТБ24 на территории КидБурга в Зеленограде.

Декабрь 2015 - январь 2016 гг. – акция для владельцев пакетов премиальных услуг «Привилегия» ВТБ24

25 декабря 2015 года – открытие детского банка ВТБ24 в КидБурге (г. Зеленоград)

26 марта – 3 апреля 2016 года – благотворительная акция в дни школьных каникул в поддержку фонда «Даунсайд Ап» в КидБурге.

16 апреля 2016 года – открытие детского банка ВТБ24 в КидБурге в ТРЦ «Ривьера».



ВТБ24 и Кидбург: маркетинговый профиль сотрудничества

Ключевые показатели:

- **Широкий охват аудитории** – посещаемость каждого проекта от 300 (будние дни) до 1800 чел/день (выходные дни и «высокий сезон»).
- **Частота контакта с аудиторией** – повторные посетители 40% (из них 30% посетили проект более 3 раз) – считается по отметкам пересечения границы и печатям.
- **Плотность контакта** - зона обязательная для посещения, контакт с посетителями 100 %.
- **Лояльность – Банк ВТБ24** – одна из самых популярных зон для работы: 76% детей работали в зоне не менее 1 раза. Фотографирование в зоне обязательное – до 60% покупает фото, более 80% самостоятельная съемка и тиражирование в СС.
- **Тиражирование информации для внешних потребителей** - изготовлено и роздано более 700 000 экз. рекламных материалов с логотипом ВТБ24) в т.ч. на партнерских мероприятиях, на городских мероприятиях, в адресной рассылке по школам Москвы и Подмосковья.
- **Внутренний и внешний PR** – проведено более 10 совместных мероприятий для сотрудников и клиентов компании, в т.ч. для журналистов, благотворительных фондов. Предоставление спец. цен по программе «Привилегия». Публикация предложений и новостей проекта на интранет-портале банка.
- **Digital** – размещение логотипа и новостей на сайте (переходы по активным ссылкам – около 6 000). Гугл панорама зоны.
- **Посты и фото в социальных сетях** – охват более 50 000 чел.
- **Рассылки электронные (еженедельно)** – в ближайших планах.

Достижения и планы на будущее



24 марта 2016 г. На 40-м этаже Mercury Space в Москва-Сити прошла торжественная церемония награждения IV ежегодной премии в области инноваций и достижений финансовой отрасли «Банковская сфера». Экспертное жюри по достоинству оценило работу ВТБ24 по запуску и развитию «детской сети» банка и вручило главный приз в номинации «Маркетинговый ход».

Проект с «КидБургом» был признан оригинальным с точки зрения продвижения бренда, перспективным для повышения финансовой грамотности детей и лояльности потенциальных и действующих клиентов.

В планах: внедрение нового продукта – детские пластиковые карты.

Старт – июнь 2016 года!





Совместные проекты – реальная возможность для экономии бюджета!

Экономия в сегменте внешнего и внутреннего PR

Имея бюджет 40 000 руб., с помощью ресурсов партнера/партнеров можно организовать мероприятие для прессы, сотрудников или VIP клиентов компании.

Например: конкурс в социальных сетях, приуроченный ко Дню Рождения компании или профессиональному празднику получает охват более 50 000 чел., собирает более 15 000 лайков, 8 000 репостов. Мероприятие освещается прессой (совместная рассылка релиза) – есть возможность получить до 100 публикаций on line|offline. Дополнительно поддерживается на всех ресурсах площадки – радио, ТВ, POS. Сотрудники компании – бесплатный вход, клиенты – спец. цены или бесплатный вход.

Экономия в сегменте Digital

Бюджет на контекстную рекламу в среднестатистической компании начинается от 100 000 руб. в месяц. Он позволяет обеспечивать стандартную конверсию от 10 до 20% в зависимости от предложения, озвученного в объявлениях. В растущем сегменте SMM, используя ресурсы партнеров, за 20 000 руб. можно получить схожий охват и конверсию до 40%, таргетированно выделяя ЦА. Та же самая схема применяется на сайте компании-партнера, посредством электронных рассылок. При этом, 20 000 руб. тратится на дизайн баннеров и макетов информационных писем – весь ресурс предоставляется партнером.

Экономия в сегменте рекламы и кросс-промо

Изготовление и размещение совместных рекламных носителей позволяет экономить до 60% затрат за счет стоимости производства и объемов размещения (наружная реклама, реклама в СМИ, POS материалы).

В механике кросс-промо и программ лояльности механизм предоставления скидок, бонусов и подарков за счет партнера позволяет сократить до 100% затрат.



**Благодарим
за внимание!**

