



| CHALLENGE

«М.Видео» 2017 г.



Потребление
«традиционных»
категорий
сокращается



Точка роста
для электронного
ритейла – категория
digital



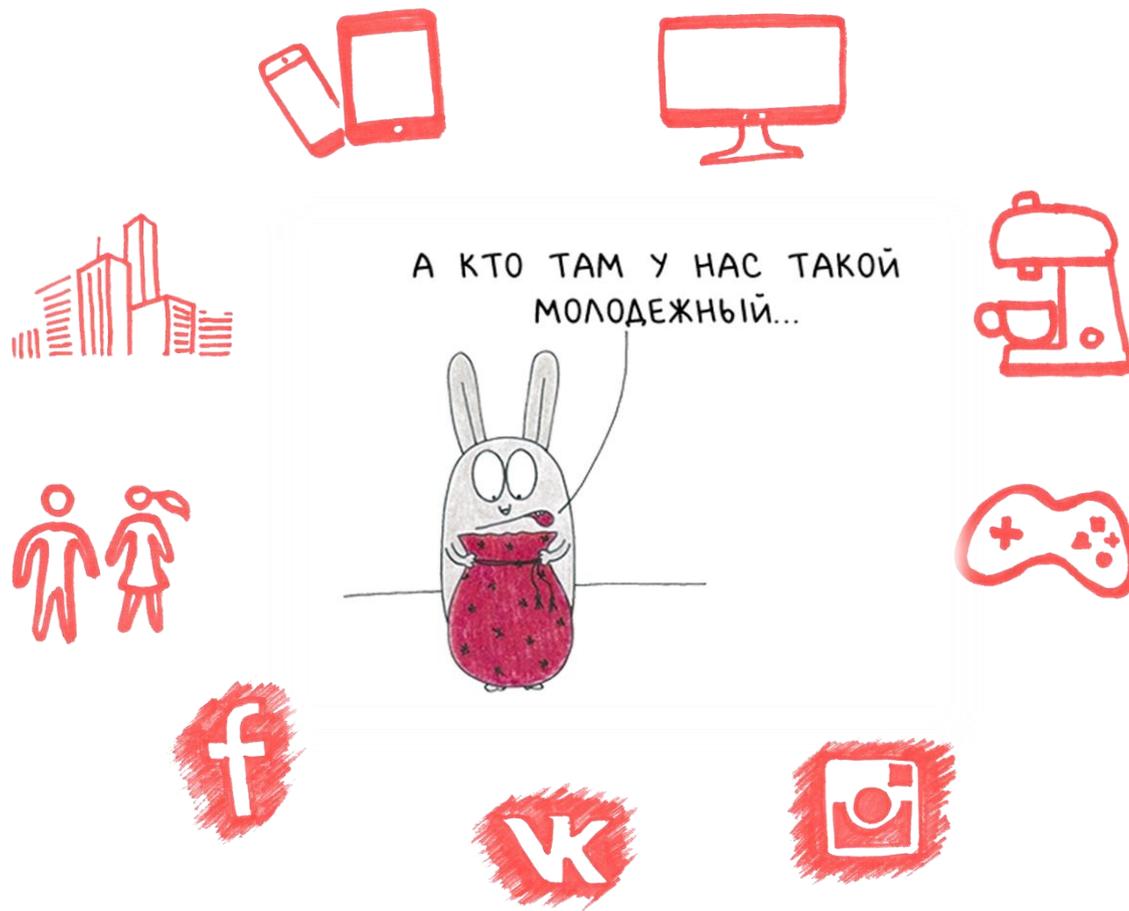
«М.Видео» –лидер
по продажам
«традиционных»
категорий



«М.Видео» **не**
воспринимается как
продавец Digital
(смартфоны, гаджеты,
телеком)

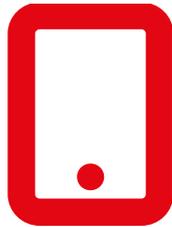


CHALLENGE





CHALLENGE



Увеличить долю рынка
в категории Digital в условиях
высокой конкуренции



Стать актуальным
для молодой аудитории





**_уникальный
брендинг**

**_уникальные
коммуникации**

**связь с брендом М.Видео
_доверие на старте**



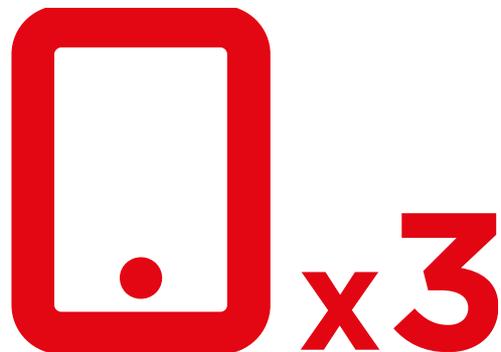
m_mobile

ролик m_mobile



фото зоны m_mobile





Темпы роста по доле
рынка в категории «смартфоны» –
в 3 раза выше обще-рыночных

Результаты

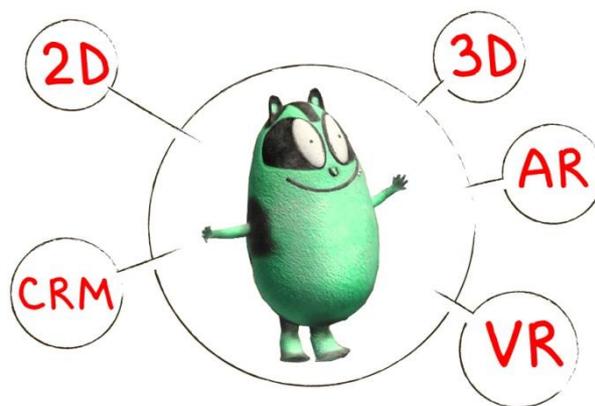




А что же
с нативочкой?



Идея



Создать digital-платформу, объединяющую
новейшие технологии и тренды



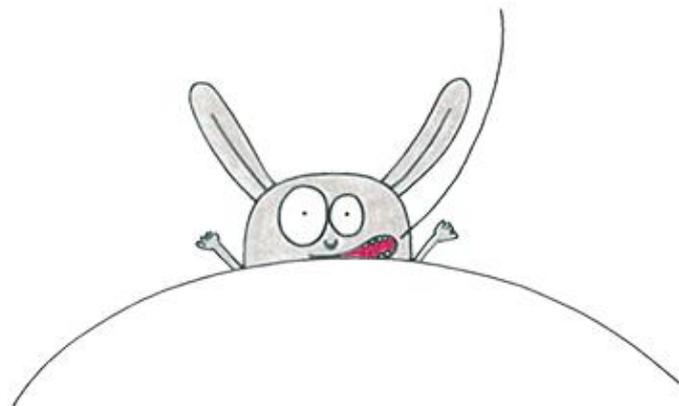
Цель

Создание эмоциональной связи бренда с онлайн-аудиторией

Задачи

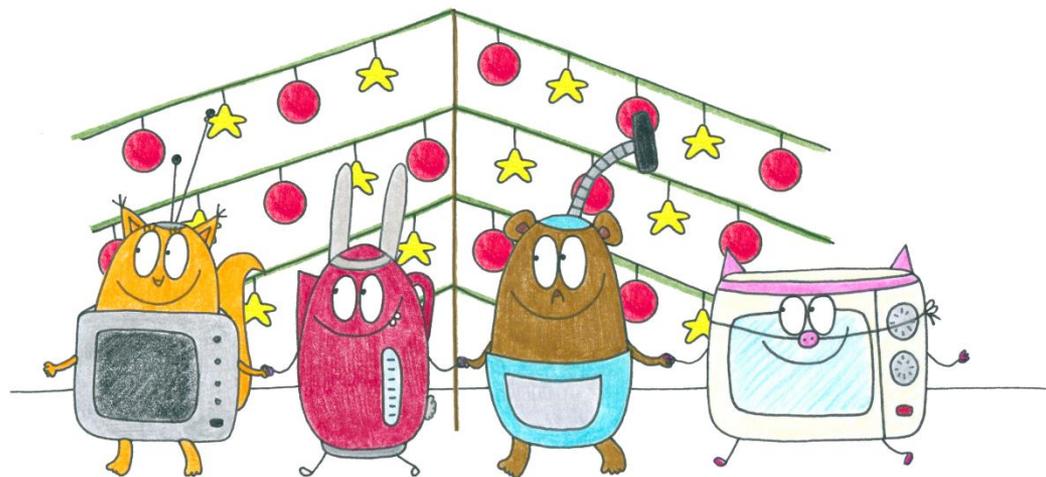
- Нарастить присутствие бренда в онлайн-среде и объемы онлайн-продаж
- **20 миллионов** – охват
- **50 000** посетителей лендинг-пейдж
- **15 000** постов в социальных сетях
- Менее **10%** негативных откликов
- На **10%** рост уровня доверия к бренду

ВСЕ В ОНЛАЙН!



Подходы

- Тренд-вотчинг (Trend watching)
- Запуск в периоды праздников
- User-generated content
- Дозированный брендинг
- Пошаговое вовлечение



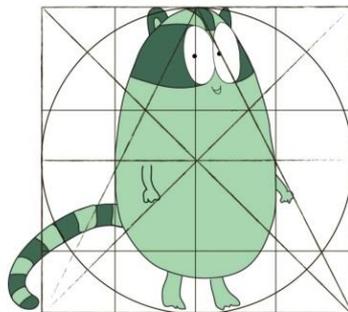


Сотрудничество с популярным
иллюстратором —
Татьяной Задорожной



Енот —
главный герой игровой
вселенной бренда

Реализация



**Платформа объединяет разные игровые форматы
и каналы коммуникаций:**

Сайт / Социальные сети / Мобильное приложение / CRM

Стратегия коммуникаций

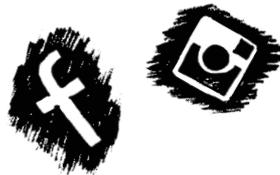
Пошаговое вовлечение:



1.

Микросайт

Знакомство с брендом и создание контента



2.

Соцсети

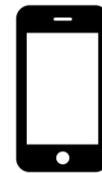
Распространение контента



3.

Геймификация на сайте и в CRM

Вовлечение пользователей



4.

Геймификация в AR-приложении

Появление бренда в смартфонах

Реализация

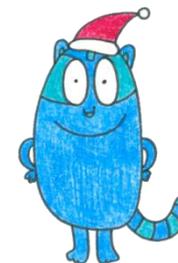


14 февраля,
23 февраля и 8 марта

Кампании



1 сентября



Новый Год
2016/2017



Сайт Smile.mvideo.ru

и 2 приложения для Facebook и ВКонтакте

- Адаптивность под все виды устройств
- Простая навигация и интерактивность
- Кастомизированный контент

Простые открытки за **2 ШАГА**



ГЛАВНАЯ КОНКУРС СОЗДАТЬ ОТКРЫТКУ ЗА 2 ШАГА СОЗДАТЬ УНИКАЛЬНУЮ ОТКРЫТКУ ПРОЙТИ ТЕСТ О ПРОЕКТЕ

М. Видео нам не всё равно

СОЗДАЙТЕ ОТКРЫТКУ ЗА 2 ШАГА

1 Укажите имя  2 Выберите пол 3 Поделитесь результатом

Кому предназначается открытка?

 Введите имя 

СЛЕДУЮЩИЙ ШАГ

ГЛАВНАЯ КОНКУРС СОЗДАТЬ ОТКРЫТКУ ЗА 2 ШАГА СОЗДАТЬ УНИКАЛЬНУЮ ОТКРЫТКУ ПРОЙТИ ТЕСТ О ПРОЕКТЕ

Открытки- конструкторы



ГЛАВНАЯ КОНКУРС СОЗДАТЬ ОТКРЫТКУ ЗА 2 ШАГА СОЗДАТЬ УНИКАЛЬНУЮ ОТКРЫТКУ ПРОЙТИ ТЕСТ О ПРОЕКТЕ

М.видео нам не всё равно

СОЗДАЙТЕ УНИКАЛЬНУЮ ОТКРЫТКУ

1 Выберите основу 2 Придайте уникальности 3 Поделитесь результатом

Сменить фон

М.видео и ТАНЯ ЗАДОРЖНЯ

ДАВНО ПОРА

ЁЛКА МАША НАМЕКАЕТ, ЧТО ПОРА ОТДОХНУТЬ

Маша

Укажите отправителя

Дополните открытку:

Украстье Вашу открытку

< ПРЕДЫДУЩИЙ ШАГ ГОТОВО!

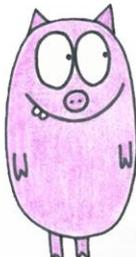
Шуточные тесты



ГЛАВНАЯ КОНКУРС СОЗДАТЬ ОТКРЫТКУ ЗА 2 ШАГА СОЗДАТЬ УНИКАЛЬНУЮ ОТКРЫТКУ ПРОЙТИ ТЕСТ О ПРОЕКТЕ

М.видео нам не всё равно

КАЖЕТСЯ, ВЫ - ПОРОСЁНОК.



А ЕСЛИ В ХОРОШЕМ НАСТРОЕНИИ, ТО СРАЗУ ТРИ ПОРОСЁНКА!

[Пройти еще раз](#)

ПОДЕЛИТЬСЯ С ДРУЗЬЯМИ



ГЛАВНАЯ КОНКУРС СОЗДАТЬ ОТКРЫТКУ ЗА 2 ШАГА СОЗДАТЬ УНИКАЛЬНУЮ ОТКРЫТКУ ПРОЙТИ ТЕСТ О ПРОЕКТЕ



Онлайн-игра с промокодами



Контент в социальных сетях



Анастасия Вишневская

1 сен 2016



Мой результат теста «За что бы вам дали золотую медаль?» на smile.mvideo.ru



Мой результат теста «За что бы вам дали золотую медаль?» на smile.mvideo.ru

smile.mvideo.ru



Ольга Таскаева

22 фев в 10:15



Поздравьте своего защитника вместе с «М.Видео» и Татьяной Задорожной на smile.mvideo.ru!

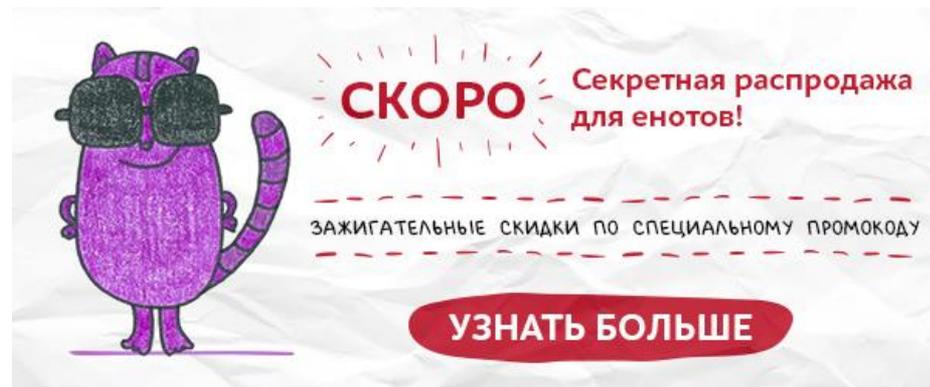


Поздравьте своего защитника вместе с «М.Видео» и Татьяной Задорожной на smile.mvideo.ru!

smile.mvideo.ru

CRM-рассылка

Квест для CRM-рассылки
«Код «Енот»»



Мобильное AR-приложение

Промоакции
с дополненной
реальностью

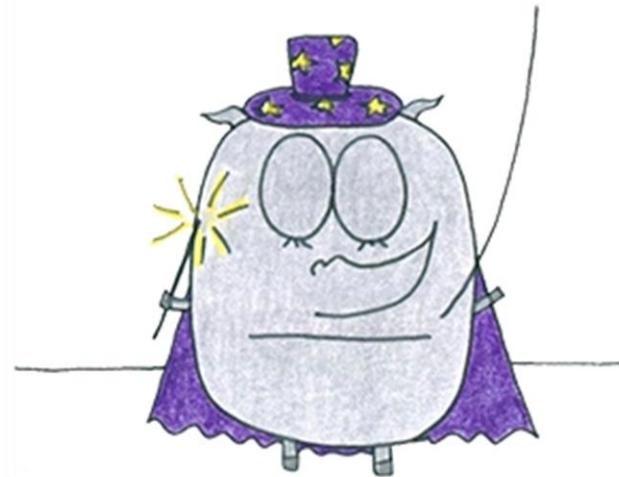




Продвижение

- Таргетированная реклама в соцсетях Facebook, Vkontakte
- Посты в популярных пабликах Facebook, Vkontakte
- Промопосты в Instagram

Я ИСПОЛНЮ ВСЕ ТВОИ
ЖЕЛАНИЯ...



Результаты

Показатель	Планируемый KPI	Реальный KPI	Перевыполнение
Охват в интернете	20 000 000	30 000 000*	50%
Количество постов в социальных сетях	15 000	23 300	55%
Средняя конверсия акций с промокодами**	5,4%	8,6%	3,2%
Уровень доверия к бренду	46%	49%	3%
Доля негативных откликов	Не более 5%	Не более 1%	20%

*Данные о количестве просмотров рекламных объявлений, полученные от площадок Vkontakte, Facebook, AdWords, Direct.

**Сравнение конверсии акций с промокодами в рамках проекта и среднего показателя по 2016 году демонстрирует эффективность геймификации.

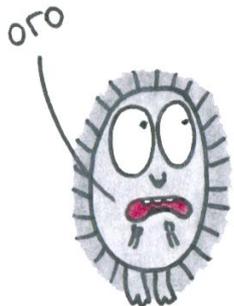




CHALLENGE

Результаты

Микросайт Smile.mvideo.ru	CRM-рассылка: игра-квест	Онлайн-игра	AR-приложение Smile.MVideo
<p>309 220 – уникальных пользователей сайта.</p> <p>364 560 – единиц пользовательского контента создано.</p>	<p>50,29% – Open Rate. В 2 раза выше средних показателей за аналогичный период прошлого года.</p> <p>1,77% – конверсия в покупку. На 1% выше средней конверсии по CRM за 2016 год.</p>	<p>125 000 – всего пользователей игры за месяц.</p> <p>15,4% – конверсия в покупку. На 5% выше средних показателей других, более продолжительных промоактивностей с медийной поддержкой.</p>	<p>Более 17 000 – скачиваний за весь период работы приложения.</p>



Спасибо!

«М.Видео» 2017 г.