

Эксперименты с видео ВКонтакте: свежий подход к продающему контенту

Мария Елагина,
Старший Бренд Менеджер



Nestlé

Как донести новое позиционирование готового завтрака Nesquik?



- РАНЬШЕ: делает молоко шоколадным
- СЕЙЧАС: помогает творческой активности

Проблема: сообщение из глобального ТВ-ролика не совсем понятно российским мамам

Вместе с командой «Супердети» мы создали и протестировали ВК 3 полезных видео для мам

1.



Заряд позитивной энергии

2.

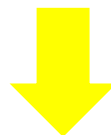


Хорошее настроение

3.



Самостоятельный выбор



МОТИВАЦИЯ для творческой
активности

Концепция 3 (самостоятельность) лучше всего поможет донести новое позиционирование

1.



2.



3.



Глубина просмотра



Намерение о покупке

+12%

+6%

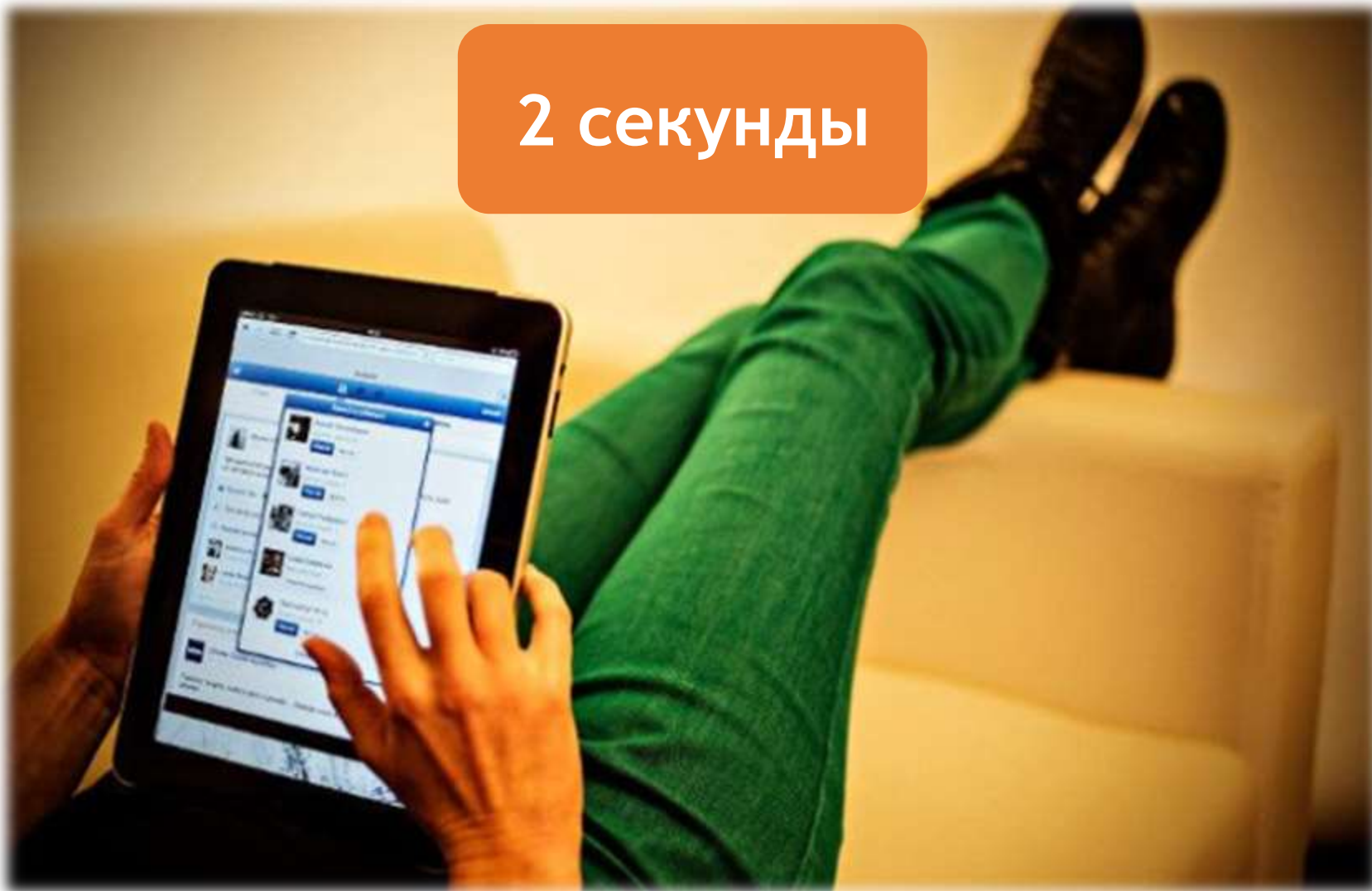
+17%

Оценка концепции



Сколько времени вы тратите на то, чтобы пролистать ленту новостей ВК ?

2 секунды



Kit-Kat и VonPari: как стать заметным брендом для молодежи в соц сети?

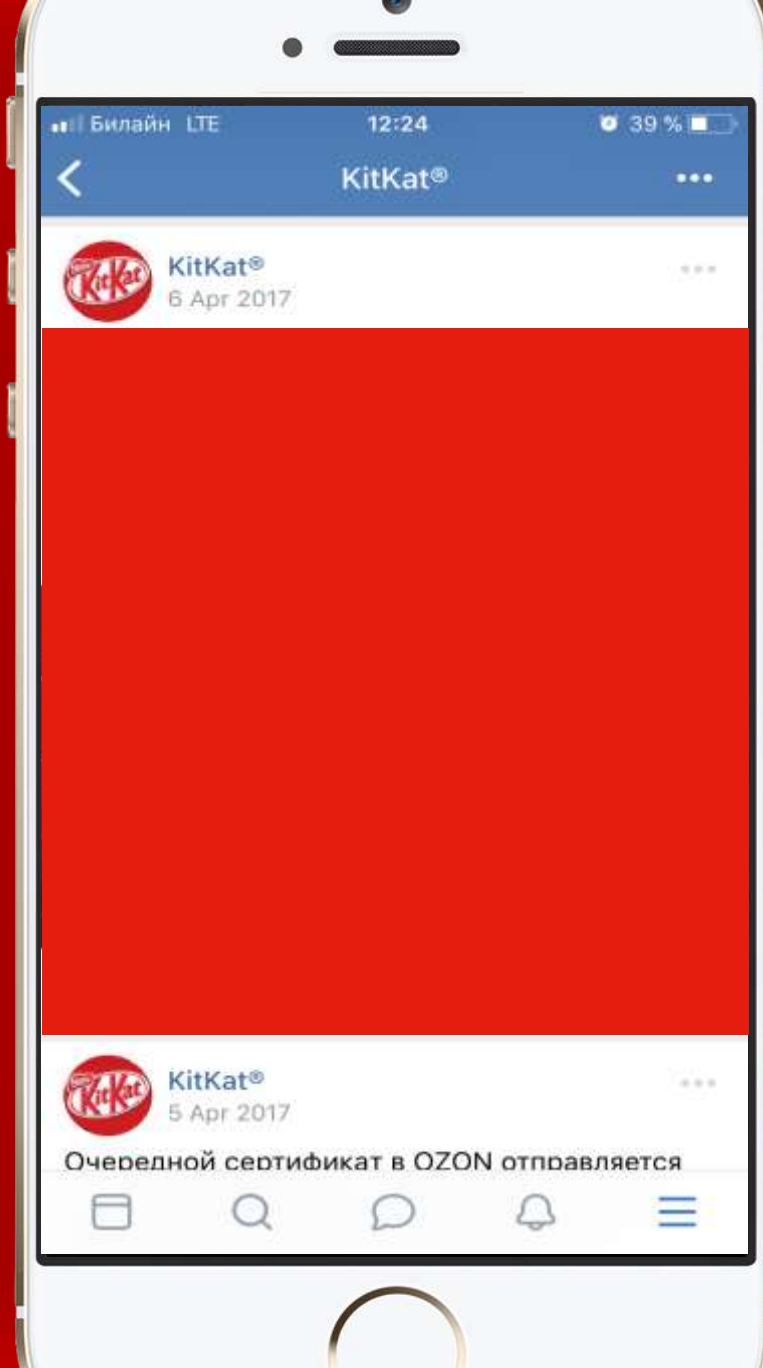


- 74% покупок шоколадок и мармеладок - импульсная покупка
- Низкая цена 1 покупки и уровень лояльности
- Большая часть целевой аудитории в ВК

Проблема: пользователи тратят меньше 1с на пост досматривают до конца всего **10%** контента



Даже другие
посты ВК хотят
попробовать
Kit-KAT



БонПари®

Все объекты
становятся
мармеладками
Bon Pari

436 17 18 21,4K



Bon Pari®

21 Dec 2017



Червяк BonPari

4 786 208 views

273

5

15

19,8K



Bon Pari®

12 Dec 2017

Результат: продающий контент, от которого не оторваться

KIT KAT

56% ДОСМОТРОВ ДО КОНЦА
(60 МЛН)
VS 17% В СРЕДНЕМ

ВИРУСНЫЙ ЭФФЕКТ В 5 РАЗ
ВЫШЕ НОРМЫ
65% VS. 12%

ПОСМОТРЕЛИ ДО КОНЦА



ПЕРЕСМОТРЕЛИ



ЗАПОМНИЛИ БРЕНД

BON PARI

50% ДОСМОТРОВ ДО
КОНЦА (96,5 МЛН)
VS 17% В СРЕДНЕМ

ВИРУСНЫЙ ЭФФЕКТ
В 5 РАЗ ВЫШЕ НОРМЫ
63% VS. 12%

BON PARI СТАЛ ЛИДЕРОМ ПО
ЗНАНИЮ МАРКИ
(18% → 29%)

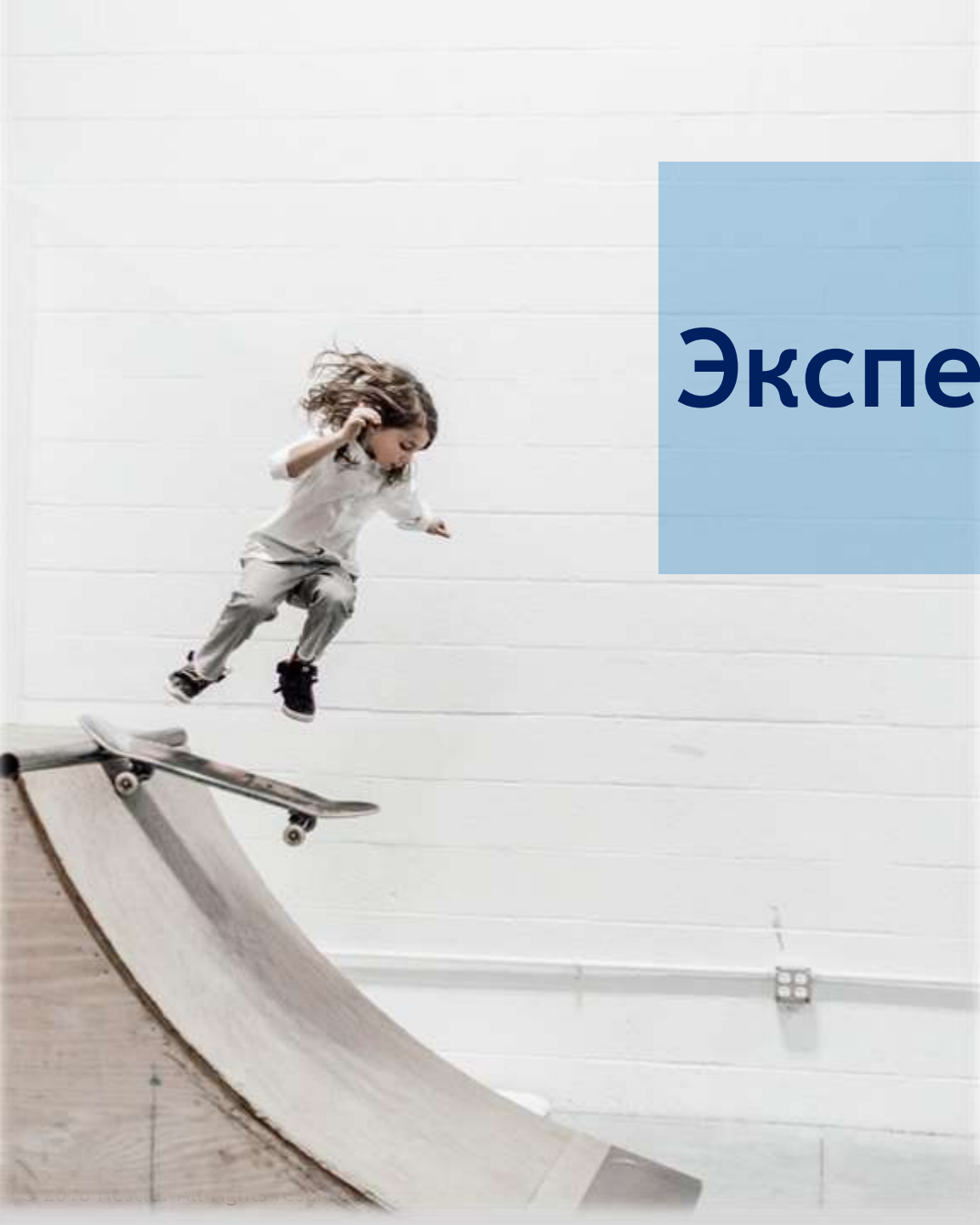
3 лайфхака для продающего контента



1. Прикрутите опрос к видеопостам, чтобы выявить продающую концепцию

2. Используйте короткие форматы и неожиданный монтаж

3. Устройте «интерактив» между постами бренда



Экспериментируйте!

это была Мария Елагина, NESTLE



Nestlé

Marketing & Consumer Communication