

FreetoPay



Интеграция бренда
Tiret в приложения
социальных сетей ВК и ОК.



Цели и Решение

Цели бренда:

1. Повышение знаний основных преимуществ бренда,
2. Рассмотрение к покупке,
3. Повышение лояльности к бренду.

ЦА бренда: РФ, Ж, 25-55.

Решение:

Проведение интеграции в популярные игровые приложения в социальных сетях ВК и ОК.

Что мы предлагаем?

Мы предлагаем глубокую интеграцию в популярные игровые приложения, главной особенностью которой является мотивация пользователя на взаимодействие с брендом.



Почему игровые приложения?

Эффективность игровых механик в продвижении основывается на нескольких факторах:

- Игра - процесс привычный и знакомый людям с детства,
- В игру невозможно заставить играть, популярная игра - один из наиболее вовлекающих видов контента,
- Игра приносит удовольствие участнику, поэтому раскрепощает его и повышает доверие к ее содержанию.
- Средняя длительность контакта с ЦА в игровых механиках ~11 мин.

Критерии отбора приложения

Жанровое соответствие

Охват

Присутствие целевой аудитории

Интеграция в приложения в жанре «три в ряд»

Сокровища пиратов



Ссылки:

<https://vk.com/app3882511>

<http://ok.ru/games/piratetreasures>

Описание:

Захватывающая игра в жанре "3 в ряд". Вас ждут незабываемые приключения, увлекательные уровни и интересные задания. Найдите сокровища в разных уголках мира, исследуйте необитаемые острова, совершайте набеги - станьте известным пиратом!

Портрет аудитории:

Среднесуточное количество уникальных посетителей:

ВК: 950 500 в день, 4 900 000 в месяц,

ОК: 3 700 000 в день, 10 300 000 в месяц.

Процент ЦА (РФ, Жен, 25-55):

ВК: 37%

ОК: 35%

Прогноз охвата по ЦА в месяц:

ВК: 1 200 000 человек,

ОК: 3 000 000 человек.

Инди Кот

**Ссылки:**

<https://vk.com/indianakot>

<http://ok.ru/game/indikot>

Описание:

Захватывающая игра в жанре «три в ряд», повествующая о приключениях бравого Инди Кота, вместе с которым вы побываете в далеких странах, покорите пирамиды, заберетесь в секретные подземелья, полные сокровищ, тайн и ловушек

Портрет аудитории:

Среднесуточное количество уникальных посетителей:

ВК: 540 000 в день, 2 900 000 в месяц,

ОК: 800 000 в день, 2 700 000 в месяц.

Процент ЦА (РФ, Жен, 25-55):

ВК: 40%

ОК: 46%

Прогноз охвата по ЦА в месяц:

ВК: 880 000 человек,

ОК: 920 000 человек.

Приложение «Долина сладостей»

**Ссылка:**

<http://ok.ru/games/candyvalley>

Описание:

Увлекательная игра в жанре «три в ряд», отправьтесь в путешествие по Долине Сладостей, и оно не оставит равнодушным!

Портрет аудитории:

Среднесуточное количество уникальных посетителей:

OK: 1 300 000 в день, 4 300 000 в месяц.

Процент ЦА (РФ, Жен, 25-55):

OK: 33%

Прогноз охвата по ЦА в месяц:

OK: 1 200 000 человек.

Концепция механики

Пользователю предоставляется новый брендированный мир Tiret.

Основная задача - помочь персонажу прочистить быстро и эффективно все трубы в старом замке прекрасной принцессы. И поможет в этом главному герою самое лучшее оружие от засоров труб: Tiret!

Награда герою – поцелуй прекрасной принцессы!

Анонсирование



При входе в приложение, пользователь видит брендированную иконку с анонсом акции.

Нажав на нее, появляется поп-ап, который информирует о сюжете игры и предлагает отправиться в путешествие по новому брендированному миру Tiret.

Комикс

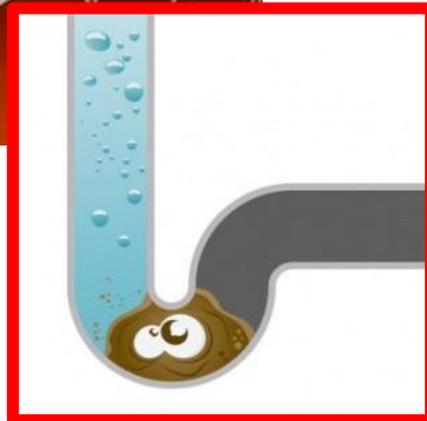


Нажав на поп-ап, пользователь видит небольшой комикс:

«В одной прекрасной стране, жила принцесса в своем старинном замке. И не знала она печали, пока, однажды, не поняла, что трубы в замке поражены многочисленными засорами...

Принцесса уже отчаялась, но, услышав о происшествии, на помощь принцессе спешит главный герой, у которого есть супер-оружие против засоров: Tiret!».

Помоги главному герою
победить засоры в трубах
замка прекрасной принцессы!



Пример страницы комикса.

Брендированный мир



После комикса, героиня приглашает пользователя в брендированный мир Tired, в виде карты путешествия по замку принцессы.

Именно по этой карте, пользователь будет продвигаться, делая остановки на различных уровнях, которые соответствуют разным помещениям замка, где есть засоры в трубах.

Пример брендированного мира.

Брендированные уровни



Всего предусмотрено 5-7 остановок – это брендированные уровни, где пользователь играет в классическую игру «три в ряд», в которой необходимо собирать одинаковые камушки по три.

На уровне будут присутствовать следующие брендированные элементы:

- брендированный фон Tired, соответствующий остановке (к примеру, в ванной комнате),
- камушки, в виде логотипа бренда.

После каждого 2го и 4го уровня, пользователь видит поп-ап, сообщающий об успехе продвижения, а также, с этого поп-апа можно отправить пост на страницу пользователя.

Пример брендированного уровня.

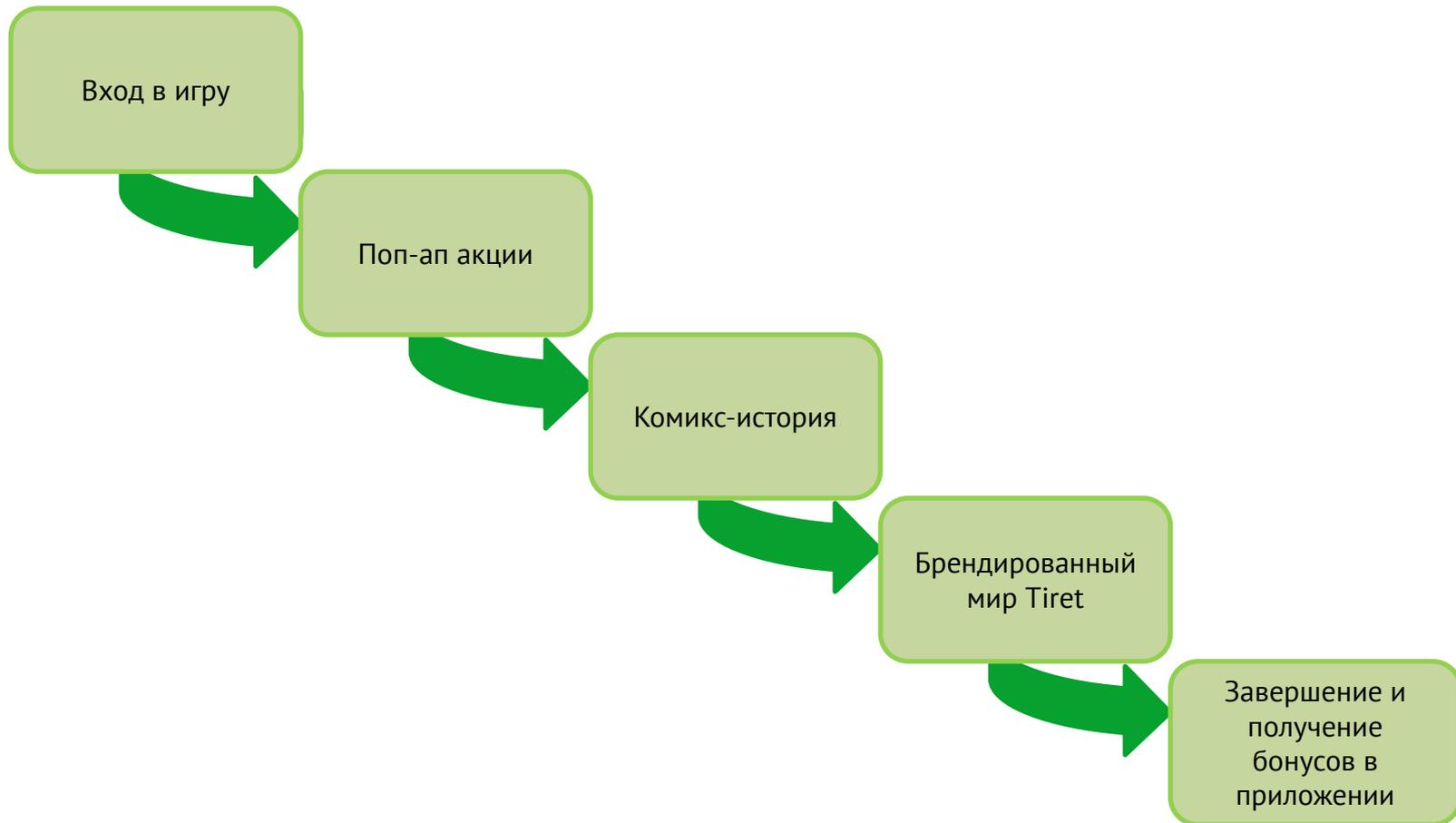
Брендовый мир: завершение



Пройдя все уровни, пользователь видит финальный поп-ап сообщающий, что, он успешно помог главному герою пройти все трудности и спасти замок от засоров в трубах! Благодарная принцесса предлагает ему свою руку и сердце!

После чего, пользователь получает бонусы в приложении.

Путь пользователя



Адрес: ул. Рочдельская 15/23

E-mail: yulia@freetopay.ru

Телефон: +7 495 258 0714

www.freetopay.ru