



# СТАНЬ ПИЛОТОМ ДЕДА МОРОЗА НОВОГОДНЕЕ СОБЫТИЕ 360





## ВВОДНЫЕ

**ЗАКАЗЧИК:**

Lagardere Active и компания «Ростелеком»

**ТИП МЕРОПРИЯТИЯ:**

новогоднее событие по системе «360 градусов»

**КОЛИЧЕСТВО ЧЕЛОВЕК,  
ВОВЛЕЧЕННЫХ  
В МЕРОПРИЯТИЕ:**

- **10 000** человек получили лицензию пилота новогоднего экспресса Деда Мороза
- **8 000** детей написали письмо Деду Морозу
- **293 000** виртуальных посетителей события

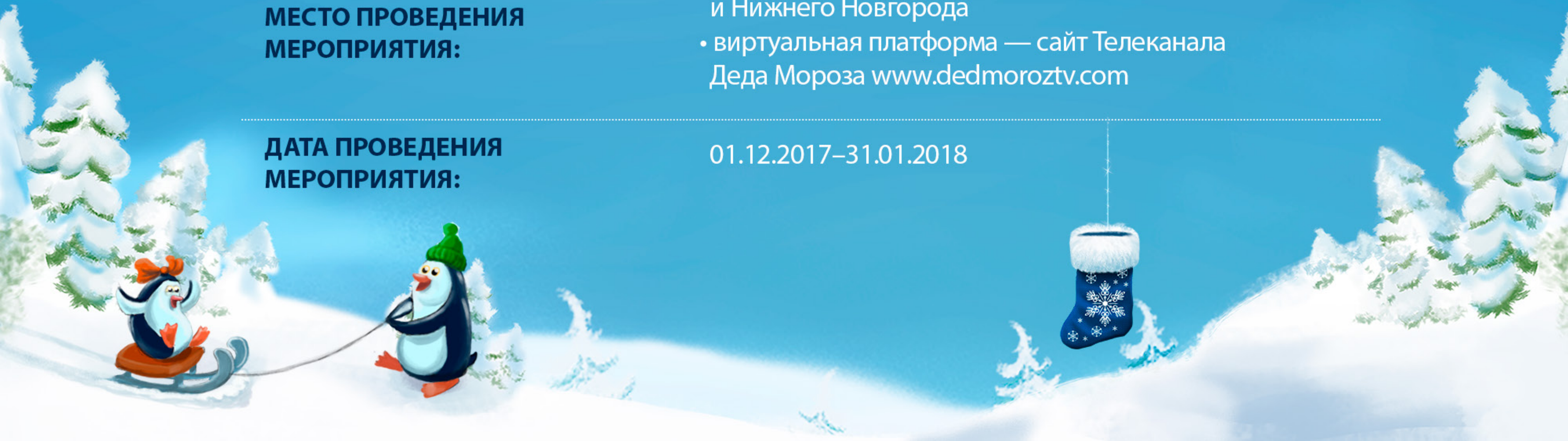


**МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ  
МЕРОПРИЯТИЯ:**

- крупные торговые центры Москвы, Санкт-Петербурга и Нижнего Новгорода
- виртуальная платформа — сайт Телеканала Деда Мороза [www.dedmoroztv.com](http://www.dedmoroztv.com)

**ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ  
МЕРОПРИЯТИЯ:**

01.12.2017–31.01.2018





## НОВОГОДНЕЕ ЖЕЛАНИЕ

**Телеканал Деда Мороза** — единственный сезонный телеканал на русском языке, предлагающий добрый и позитивный контент для всех, кто любит Новый год, Рождество и волшебный мир Деда Мороза. В 2017 году телеканал решил сделать зрителям подарок **и организовать для них настоящий праздник** — с играми, квестами и приключениями для всей семьи.

## ЦЕЛИ ПРОЕКТА

Включить детей и их родителей в праздничные активности в торговых центрах. Общее количество посетителей бренд-зоны — не менее **3 000** человек

Привлечь к виртуальной VR-игре «Стань пилотом Деда Мороза» не менее **1000** участников

Увеличить число уникальных посетителей сайта Телеканала Деда Мороза (не менее **270 000** человек)

**А ГЛАВНОЕ** — создать новогоднее настроение для посетителей торговых центров и всех зрителей Телеканала Деда Мороза!





# ИСПОЛНЕНИЕ

Так родилась интегрированная кампания по системе **«360 ГРАДУСОВ»**, в которой традиционный эфир был дополнен мероприятиями в торговых центрах, созданием игры в виртуальной реальности и digital-активностями на единой платформе — **«Управляй новогодним экспрессом Деда Мороза»**.

Брендовые зоны телеканала в торговых центрах трех городов

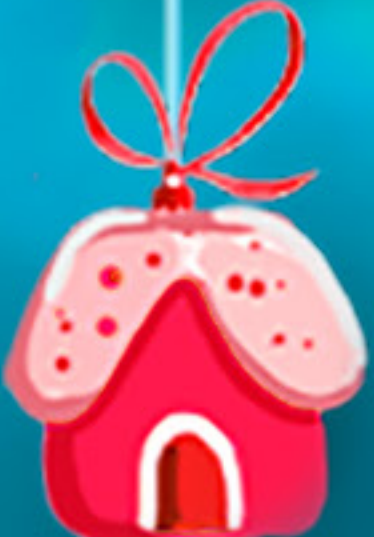
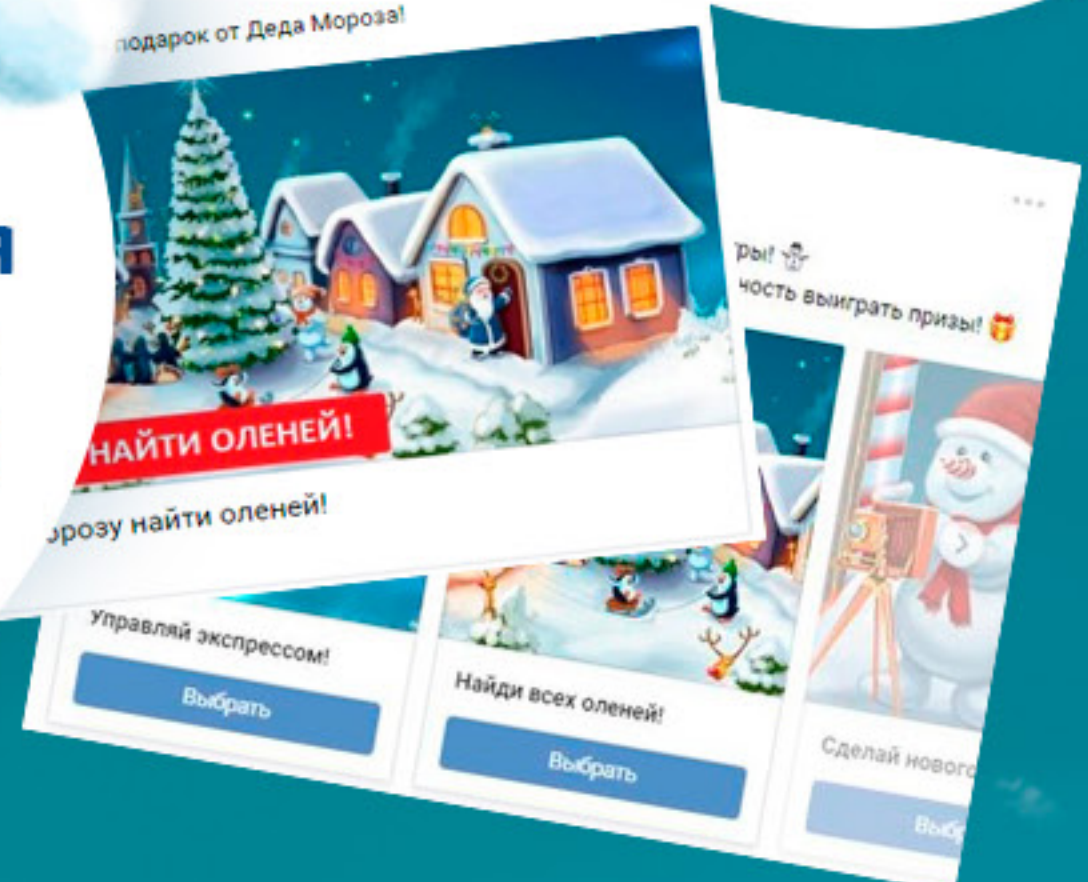


Создание онлайн-платформы проекта – сайта Телеканала Деда Мороза

Разработка VR-игры «Стань пилотом Деда Мороза»



Рекламная кампания и другие активации в социальных сетях





# Зимнее волшебство

ПОГРУЗИТЬСЯ 

Эмоции и цифры





## ПЕРЕВЫПОЛНЕННЫЕ ЗАДАЧИ

Использование инструментов **event, BTL** и **digital-маркетинга** в сочетании с **SMM** и **VR** позволило **перевыполнить** поставленные задачи.

**1 300** участников  
VR-игры в торговых  
центрах (+30% к KPI)

Свыше **3600**  
посетителей  
бренд-зоны – на **20%**  
больше, чем  
ожидалось



**293 000** уникальных  
посетителей сайта –  
план перевыполнен  
на **9%**





## РЕЗУЛЬТАТЫ

**27 000**

человек  
прошли виртуальную  
игру на сайте

**10 000**

игроков  
получили лицензию  
официального  
пилота Деда Мороза

**39 558**

пользователей  
нашли спрятанных  
олений

**40**

минут –  
и автору приходил  
персональный ответ

играть

играть

**8 121**

письмо  
было отправлено  
Деду Морозу

**1 600**

скачиваний  
новогодних обоев

**43 544**

промо –  
когда для участия  
в призовых акциях,  
увиденных зрителями  
в эфире телеканала,  
были введены через  
форму на сайте

**1,5%**

CTR сайта

скачать

**9 500 000**

человек,

которые смогли окунуться в атмосферу Нового Года  
и почувствовать скорое приближение праздника!





ЗАГРУЗИ СВОЕ  
ФОТО

Happy New Year 2018

С Новым годом

СОХРАНИТЬ И  
ОТПРАВИТЬ ФОТО  
ДЕДУ МОРОЗУ

ПОДЕЛИТЬСЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

В f o



**СОЗДАТЬ СВОЕ  
НОВОГОДНЕЕ ФОТО**







# ФОТООТЧЕТ





**СПАСИБО!**

