

# Relate

DIGITAL-МАРКЕТИНГ ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА

- Разрабатываем стратегии
- Проводим исследования
- Строим системные решения для бизнеса

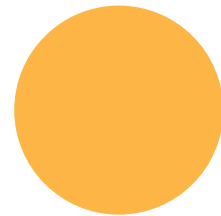
**О  
НАС**



**RELATE AGENCY**



**10**  
лет на рынке



**>150**  
реализованных  
успешных проектов

**>20**  
профессионалов

# НАШИ КЛИЕНТЫ



ABInBev / EFES



S7 Airlines

Билайн®



azimut  
HOTELS

Ростелеком



VALENTA

RELATE AGENCY



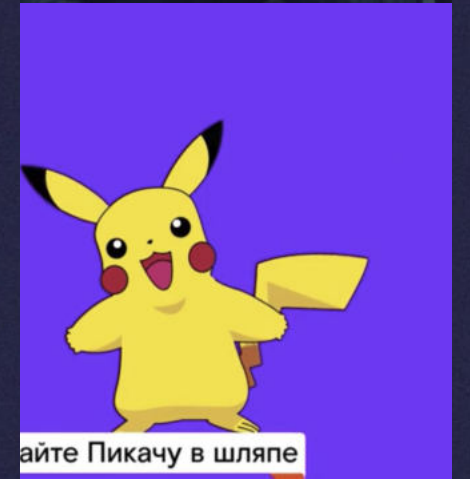
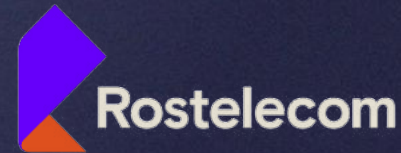


# ЦЕЛИ

- Выстроить коммуникацию со всеми аудиториями бренда
- Донести до ЦА позиционирование Ростелеком
- Стимулировать пользователей воспользоваться услугами компании

# ЗАДАЧИ

- Транслировать аудитории конкурентные преимущества
- Информировать разные группы аудитории о большом выборе тарифов и видов услуг
- Информировать пользователей о новостях и специальных предложениях
- Вовлечь ЦА в коммуникацию с брендом на площадках в социальных медиа



Турум Турум  
Турум Турум Турум



	<b>ОХВАТ</b>	<b>ER PER POST</b>	<b>ПОДПИСЧИКИ</b>
	было 910 764 <b>8 310 262</b>	было 0,149 <b>0,254</b>	было 183 472 <b>198 988</b>
	было 1 546 648 <b>5 623 775</b>	было 0,143 <b>0,254</b>	было 10 588 <b>18 020</b>
	<b>-</b>	было 1,291 <b>7,198</b>	<b>-</b>



спецпроект

# ИГРА ПРЕСТОЛОВ

ЗАДАЧА

- Организовать поддержку выхода последнего сезона Игры Престолов
- Привлечь пользователей к просмотру сериала на Wink

РЕШЕНИЕ

- Подготовка одностраничного сайта с опросом «Кто вы из мира Игры престолов»
- Анонс старта показа нового сезона сериала на Wink в серии постов
- Еженедельное брендинг сообщества Ростелекома материалами из вышедших эпизодов сериала
- Проведение масштабной раздачи промокодов для Wink и розыгрыша среди активировавших код пользователей игровой консоли Sony PlayStation 4 Pro





спецпроект

# ИГРА ПРЕСТОЛОВ



РЕЗУЛЬТАТЫ

более  
**4,5 млн**  
суммарный  
охват конкурса  
в соцсетях

более  
**50 000**  
переходов  
на лендинг

было выдано более  
**3 500**  
промокодов  
и разыграно Sony  
PlayStation 4 Pro





спецпроект

# Зенит

ЗАДАЧА

- В рамках спонсорского пакета Ростелекома организовать конкурс
- Победителями станут 10 детей, которые выйдут на поле вместе с игроками ФК «Зенит» перед матчем. Чтобы выиграть, дети вместе с родителями записывали видео

РЕШЕНИЕ

- Анонсы в официальных сообществах Ростелеком
- Подготовка одностраничного сайта, куда загружались видео детей
- Таргетированная реклама на фанатике сообщества и любителей футбола





спецпроект

# Зенит

## РЕЗУЛЬТАТЫ

более

**350** тыс

человек суммарный  
охват конкурса  
во ВКонтакте

**25**

эмоциональных,  
интересных и даже  
смешных видео  
от участников

**10**

счастливых детей,  
чьи эмоции важнее  
любых цифр

спецпроект

# ГИТАРА ЗА ЛУЧШИЙ КАВЕР!



более  
**566** тыс  
человек суммарный  
охват конкурса

**59**

интересных и ярких  
видеоклипов от  
участников

**2**

музыканта победили  
в зрительском  
голосовании  
и получили в подарок  
подписки на Wink

Участвуйте в конкурсе  
каверов и выигрывайте  
гитару GIBSON

РЕЗУЛЬТАТЫ







## Задача

Рассказать о появлении новых маршрутов S7 Airlines из Санкт-Петербурга

## Решение

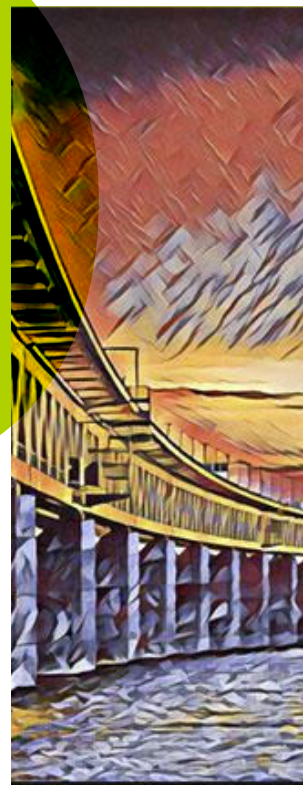
Совместно с журналом Собака.ru мы запустили спецпроект «Знаете ли вы свой город?». В рамках спецпроекта мы решили проверить, насколько хорошо петербуржцы знают свой любимый город.

Пользователям предлагалось угадать по обработанным нейросетями фотографиям достопримечательности в Северной столице.

## Реализация

Мы доверили журналистам Собака.ru подобрать нетривиальные места в своем городе и фотографии европейских городов, в которых достопримечательности похожи на места в Санкт Петербурге. После подбора фотографий мы обработали их с помощью нейросетей, чтобы усложнить пользователям ответы на вопросы. На сайте Собака.ru был сверстан тест из 10 вопросов [sobaka.ru](https://sobaka.ru) в цветах S7 Airlines.

Спецпроект поддержали также в социальных сетях S7 Airlines, был опубликован пост и запущена таргетированная реклама.



# airlines



результаты  
результаты  
результаты  
результаты  
результаты  
результаты  
результаты  
результаты  
результаты  
результаты

S7 Airlines

s7 airlines

s7 airlines

s7 airlines

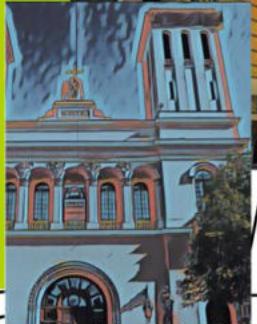
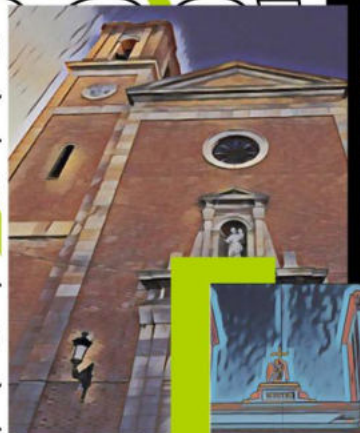
s7 airlines

s7 airlines

s7 airlines

s7 airlines

s7 airline



просмотров видео  
**3 МЛН**

участников теста  
**3 ТЫС**

# Задача

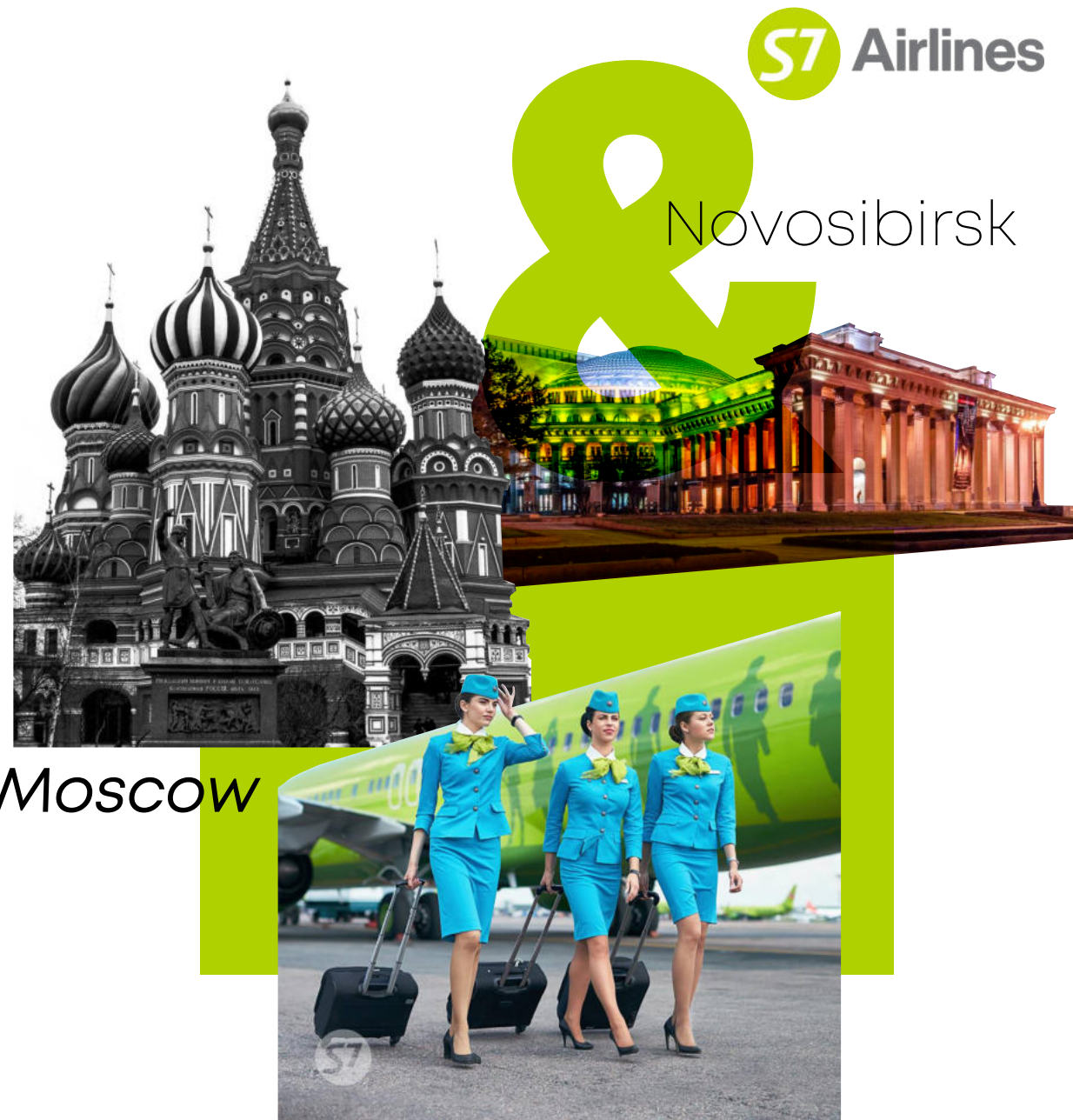
В рамках Real Time PR кампании к **Международному дню спорта** креативно обыграть данный инфоповод в социальных медиа

# Решение

В Международный день спорта мы решили провести эксперимент и попросили экипаж S7 Airlines надеть фитнес-трекеры на рейсе Москва — Новосибирск — Москва.

Полученные данные по количеству шагов бортпроводников за рейс перевели в формат видеоинфографики и сравнили с другими дистанциями (заплыв Босфор, поднятие на Эльбрус и пр.).

Пост: <https://clck.ru/JDvEC>





**S7 Airlines**

**s7 airlines**

**s7 airlines**

**s7 airlines**

**s7 airlines**

**s7 airlines**

**s7**

**s7 airlines**

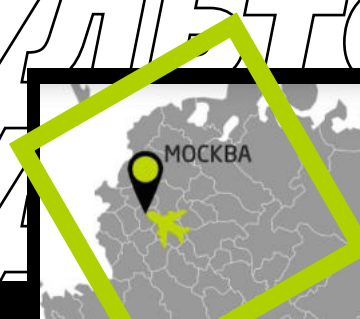
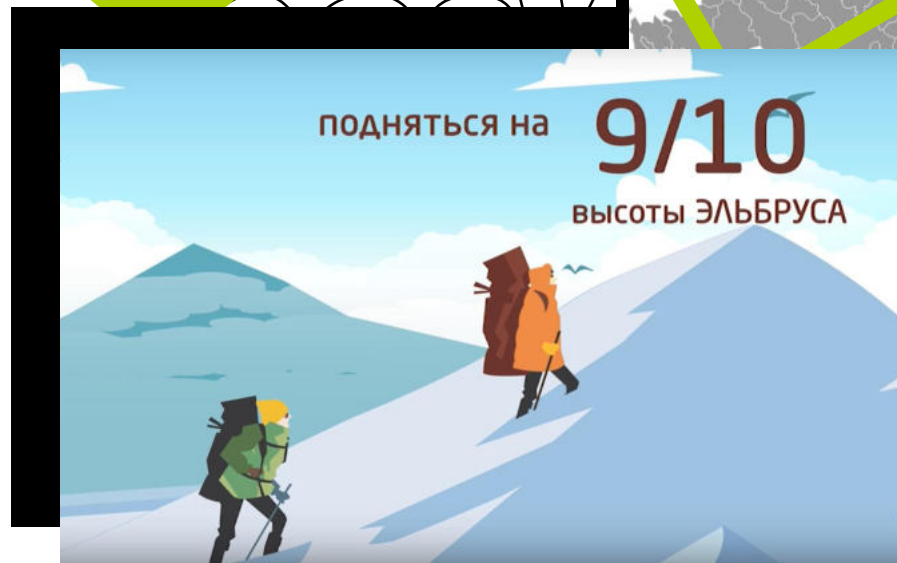
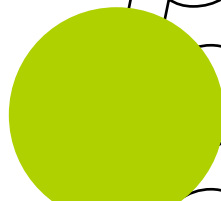
**s7 airlines**

**s7 airlines**

**s7 airlines**

**195 934** просмотров видео

**17 ТЫС** просмотров поста

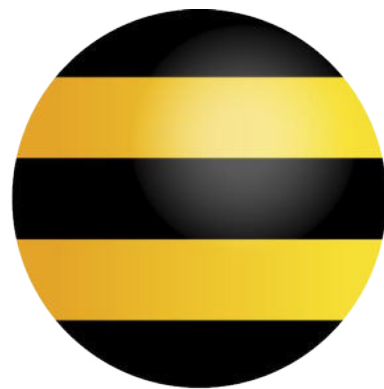


РЕЗУЛЬТАТЫ  
РЕЗУЛЬТАТЫ  
РЕЗУЛЬТАТЫ

РЕЗУЛЬТАТЫ  
РЕЗУЛЬТАТЫ

РЕЗУЛЬТАТЫ  
РЕЗУЛЬТАТЫ

РЕЗУЛЬТАТЫ



Билайн®

# Билайн. NOW

## Цель

Изменить восприятие Билайна  
от телеком-оператора к

**технологической компании**

- Ai
- Big Data
- 5G
- Телемедицина
- КСО
- IoT
- B2B-контент

## Решение

- Изменили визуальный стиль и ред. политику
- Расширили количество форматов контента
- Скорректировали стратегию продвижения

# TRADE



# in



Билайн®



Билайн®



## ПОДПИСЧИКИ

было 2 350

# 3 252

## ER PER POST

было 0.96

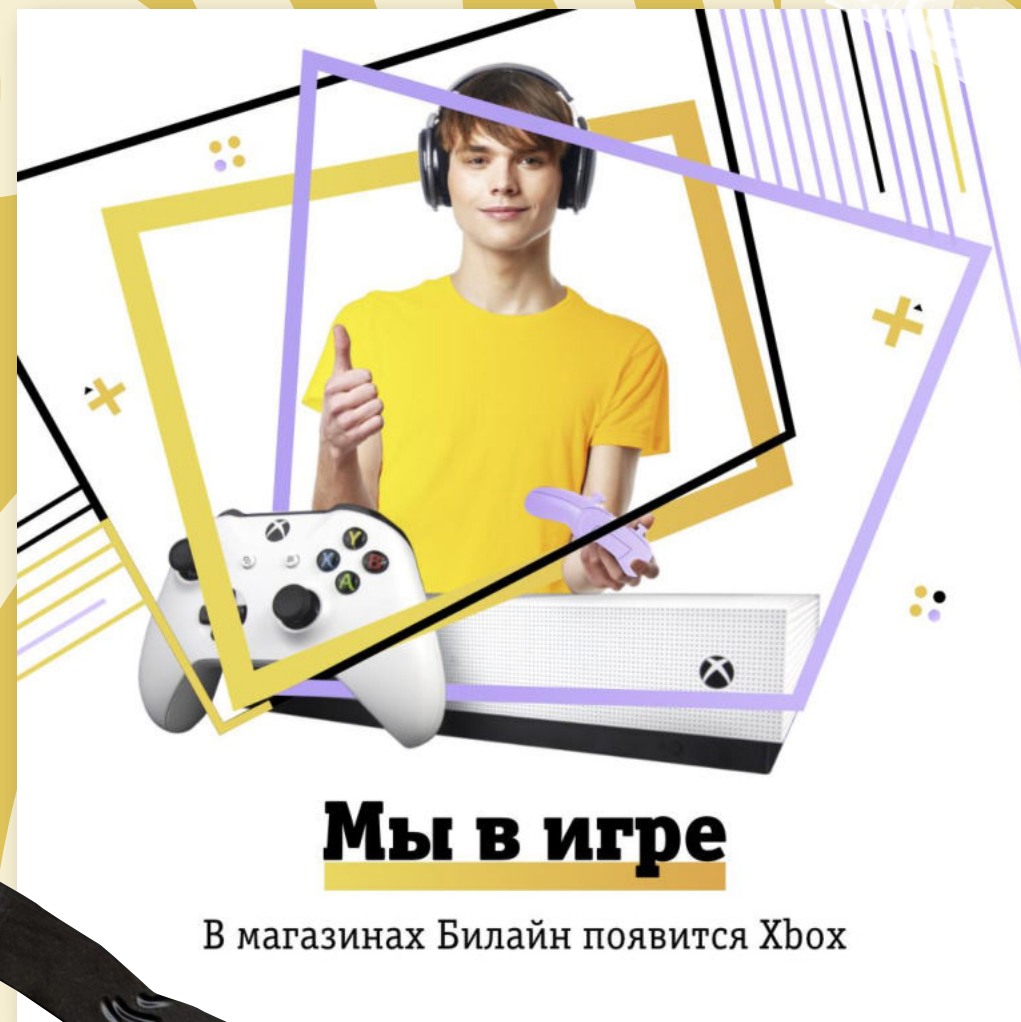
# 1.56

**Билайн.NOW – одно из ведущих корпоративных сообществ в технологической и телеком сферах в Facebook**

## Показатели

За время работы на проекте количество подписчиков **увеличилось почти на треть**, а показатель вовлечённости **вырос в 1,5 раза.**

Стабильный рост количества активных подписчиков свидетельствует о том, что контент отвечает целям сообщества.



## Мы в игре

В магазинах Билайн появится Xbox





azimut  
HOTELS

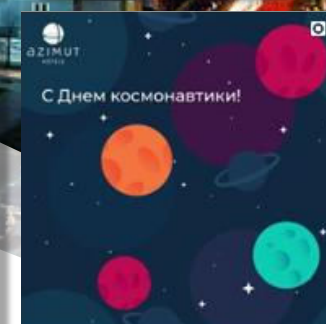
# Задачи

- Повысить **вовлеченность** в сообществах AZIMUT Hotels
- Увеличить долю **органического охвата** и целевых **подписчиков** в сообществах
- Переработать **контентную стратегию**:  
повысить качество контента, единая визуализация
- Разработать **гайды** для региональных сообществ бренда






# Решение

- Таргетированная реклама в соц сетях (Look-alike, соц. дем, геолокация, интересы, парсинг данных по релевантным сообществам, ретаргетинг)
- Разработка визуальной стратегии
- Расширение форматов контента
- Работа с ситуативными инфоповодами
- Конкурсы и вовлекающие механики



# РЕЗУЛЬТАТЫ

	ОХВАТ	ER PER POST	ПОДПИСЧИКИ
	было 3 084 88 506	было 0,16 2,26	было 2 748 13 200
	было 4 932 107 825	было 0,17 2,10	было 7 717 16 500
	было 6 453 21 347	было 1,78 2,67	было 6 653 13 500





# AB INBEV EFES

## корпоративные коммуникации

### Задача

- Повышение лояльности существующей аудитории
- Повышение узнаваемости компании

### Решение

- Повысили вовлеченность аудитории за счет расширения форматов контента
- Добавили публикации с ситуативными инфоповодами
- Подсвечивали запуски новых продуктов



С УЧЕТОМ ОГРАНИЧЕНИЙ НА ПРОДВИЖЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ,  
 ЗА СЧЕТ ОРГАНИЧЕСКОГО КОНТЕНТА НАМ УДАЛОСЬ ДОБИТЬСЯ  
 СЛЕДУЮЩИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ:

	ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ ОХВАТ	ER	ПОДПИСЧИКИ
	было 33 800 <b>76 620</b>	было 4,4 <b>5,9</b>	было 3 334 <b>4 107</b>
	было 201 440 <b>246 800</b>	было 0,61 <b>1,15</b>	было 5 047 <b>5 321</b>





# AB INBEV EFES

## HR

### Задача

- Повысить осведомленность выпускников технических вузов о возможностях работы в компании
- Изменить восприятие выпускников вузов, что работа на заводе не является престижной

### Решение

- Пересмотрели контентную стратегию и начали рассказывать **о производстве изнутри**
- Изменили подход к визуализации, взяв за основу коммуникацию **Challenge Accepted**, расширили форматы контента
- В рамках продвижения стажерских программ SDP и GMT запускалась **таргетированная реклама** на выпускников ведущих технических ВУЗов и на активную аудиторию карьерных сообществ других брендов



ABInBev EFES

# РЕЗУЛЬТАТЫ

## КРІ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ УЧАСТНИКОВ НА СТАЖИРОВКУ ПЕРЕВЫПОЛНЕН

	<b>ОХВАТ</b>	<b>ER</b>	<b>ПОДПИСЧИКИ</b>
	было 3 013 <b>343 972</b>	было 0,19 <b>0,36</b>	было 5 397 <b>6 585</b>

The background is a vibrant blue with several abstract geometric elements: a large yellow circle with diagonal black lines on the right, a dark blue circle at the top, a green circle with a dashed pattern at the bottom, and a small green circle to the right of the text. There are also several white and orange circles and white diagonal bars scattered across the scene.

**СПАСИБО  
ЗА  
ВНИМАНИЕ**