



Red Energy GRAFFITI



Red Energy
GRAFFITI

Цели и задачи проекта

- Повысить узнаваемость тарифа МТС Red Energy среди молодежи от 14 до 25 лет
- Усилить эффект от стандартного медийного канала (большой формат на Павелецкой) за счет реализации инновационного проекта
- Сделать тариф МТС Red Energy модным среди молодежи

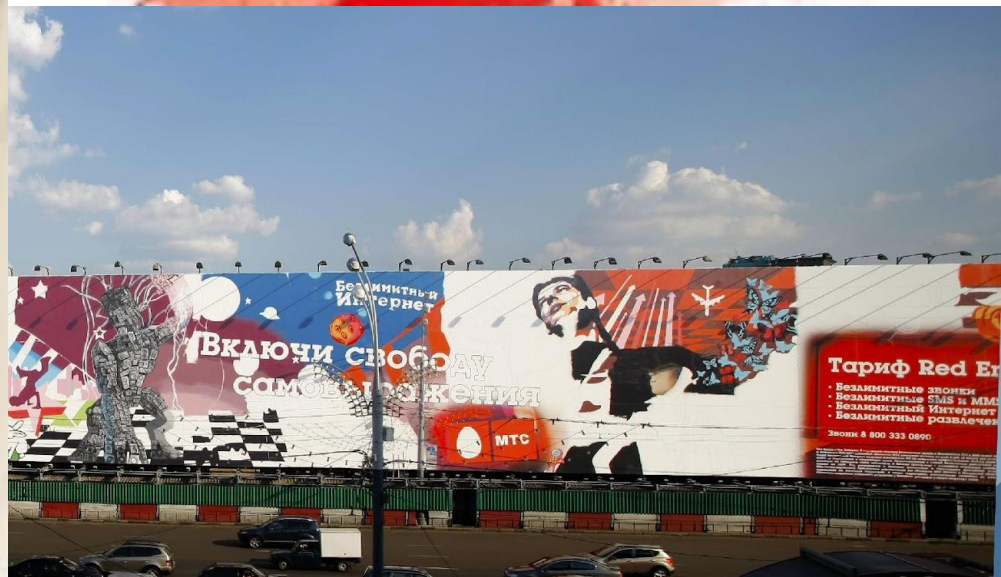


Red Energy
GRAFFITI

**Решени
е**

- Более тысячи претендентов и лишь 15 победителей
- Две тысячи квадратных метров
- Более четырех тысяч баллончиков краски
- Месяц подготовки и изнурительных тренировок...

...и всего лишь десять дней для того чтобы завершить самый масштабный коммерческий граффити проект в России — RED ENERGY граффити.

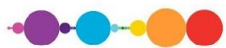




Первый в России QR Квест



- На итоговом граффити были смонтированы QR-коды
- Считав код, участник попадал на специальный мобильный сайт, на котором он получал подсказку, где искать следующий QR-код, спрятанный в Москве
- Еженедельно по всей Москве пряталось 7 кодов



JWT



Red Energy
GRAFFITI

Маркетинговые е инструменты

- Нестандартное, интерактивное использование стандартного медиа
- Уникальный арт-объект - самое большое граффити в России
- Прямая трансляция создания граффити в режиме онлайн
- Использование QR-кодов на поверхности итогового граффити с еженедельной «охотой на сокровища» в виде первого в России QR Квеста
- Поддержка наиболее значимого события среди граффити – фестиваль граффити «Энергия мечты» с использованием атрибутов бренда в работах граффитистов
- Мобильная игровая платформа (мобильный сайт) для участников QR Квеста



Red Energy
GRAFFITI

**Результат
ы
проекта**

- **50** публикаций в блогосфере
- Охват в блогосфере: **130000 человек**
- **15822** посетителей сайта
- **3** публикации в зарубежных профессиональных онлайн СМИ
- **18** публикаций в онлайн СМИ
- Репортаж на ТВ

- Количество уникальных просмотров онлайн-трансляции - **9258**
- Более **40000** просмотров видеороликов на youtube.com
- Более **80000** прочтений статей о проекте на порталах lookatme, vkontakte, vivacity, facebook, livejournal
- Более **200** инициированных пользователями обсуждений проекта в блогах
- Суммарная аудитория событий и групп, созданных по данному событию составила более **4000** пользователей

- **Дополнительный вирусный охват проекта – 3 500 000 человек**
- **Охват стандартного медиа увеличен на 50%**
- **Узнаваемость тарифа Red Energy выросла до 83 %**





Red Energy
GRAFFITI

**СПАСИБ
О!**