NOKIA | Wunderman

Nokia Metallica Quest

Апрель 2010

Connecting Networks

NOKIA | wunderman

Идея и воплощение

Основная идея — продвижение бренда Nokia и создание положительного «шума» вокруг Nokia. Дополнительной задачей ставились новые регистрации на Ovi и привлечение внимания к навигационному сервису Nokia.

Для воплощения был разработан квест из 9 этапов, в котором ответы на загадки находились на различных сайтах: в социальных сетях, на Ovi, в MyNokia и т.д. Каждый день открывался новый вопрос.

Победители получали билеты и бэк-пассы на концерт Metallica.

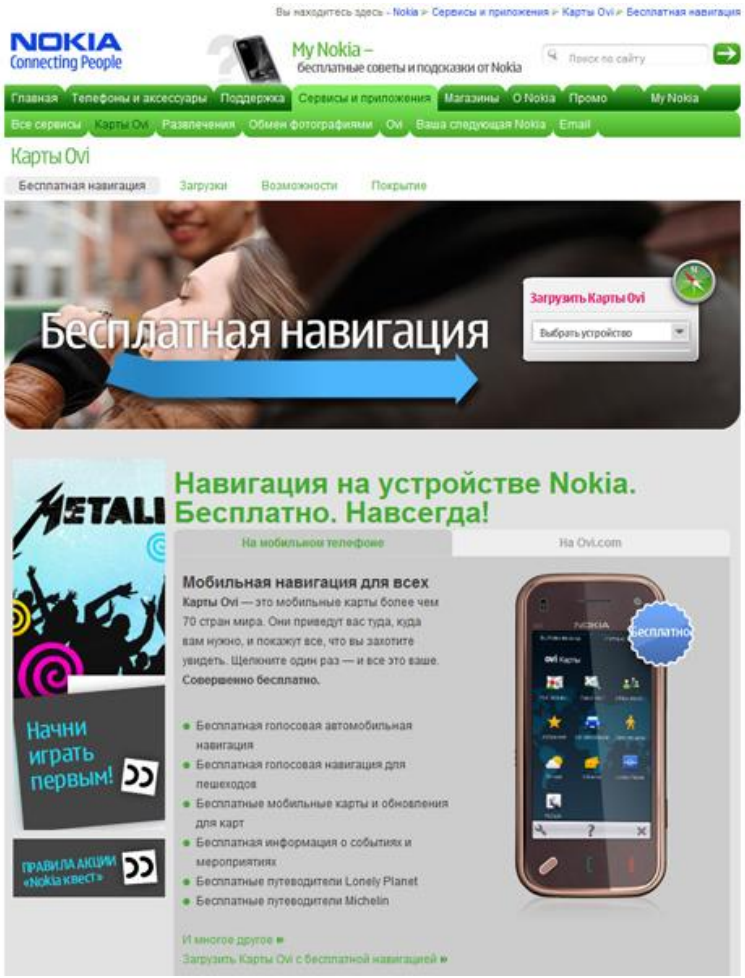
Составляющие: сайт

В данной кампании основной точкой активности являлся вебсайт. Пользователи, зарегистрированные на сайте, могли отвечать на вопросы, а также получали ссылки на блоги героев в социальных сетях, содержащие подсказки к вопросам.

wunderman

Составляющие: реклама

*Медийная реклама **не** использовалась – баннер был размещен лишь на www.nokia.ru.*



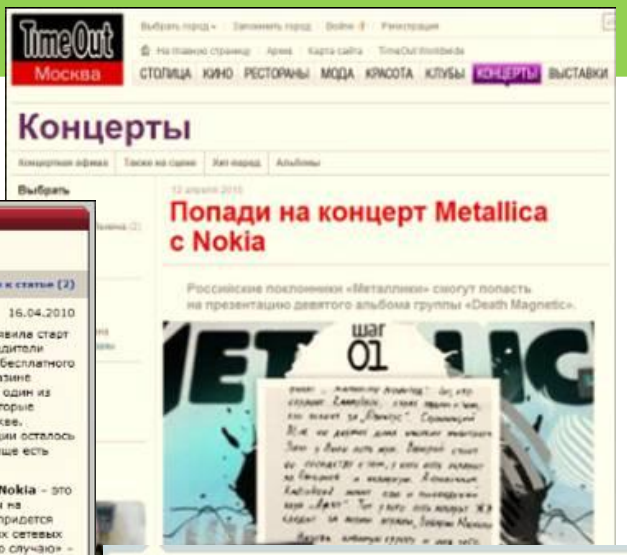
NOKIA | wunderman

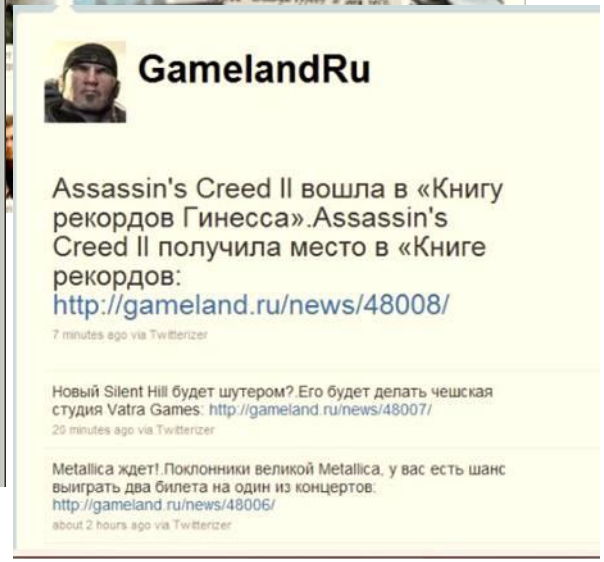
Составляющие: рассылки

Зарегистрированные во время пре-регистрации пользователи получали уведомления и подсказки.

Составляющие: PR

Акция поддерживалась небольшими PR-статьями на нескольких геймерских и музыкальных ресурсах.





NOKIA | wunderman

Составляющие: SMM

Для привлечения внимания пользователей в социальных сетях была создана группа на Вконтакте.ру. В группе выкладывались подсказки к вопросам, видео и вопросы с сайта, информация о победителях и концерте. Кроме того, были созданы блоги главных героев квеста, которые также содержали вопросы и подсказки.

Составляющие: оффлайн

В качестве утешительных призов участникам квеста, пришедшим со специальным уникальным кодом участника в фирменный салон, вручались купоны на скачивание бесплатной музыки в онлайн-магазине “Музыка OVI”.

NOKIA | wunderman

Результаты

- *Продолжительность: 10 дней.*
- *Уникальных посетителей: 53 тысячи.*
- *Процент конверсии 10%.*
- *Участники проекта: 40% активированных пользователей.*
- *Заходы и регистрации на Магазине Ovi: 60% игроков.*
- *Внимательно прочли страницу Навигации Nokia: 37% игроков.*
- *Активность Vkontakte: 1535 регистраций за 2 недели.*
- *«Шум» в соц. сетях: 1,480 записей в основной группе Vkontakte;*

  600+ сообщений в различных форумах и соц. сетях.
- *CTR баннера, размещенного на nokia.ru/maps: 3.53%.*
- *Невероятно положительный фидбек как от участников, так и от*

  «активных наблюдателей» о бренде Nokia и его отношении к

  любителям бренда