

**Пример использования конкурса
при продвижении продукта.**

Описание

Клиент: Lenovo.

Задача: Привлечь внимание пользователей к бренду, сообщить о новых моделях.

Инструменты: Конкурс «Пригласи друга».

Период: 21 день

Призы: 1,2,3 место – ноутбуки; 4-135 место – скидочные купоны.

Процедура: зарегистрироваться на промо-сайте, получить личную ссылку счетчик, отправить другу/знакомому и получить голос. Пользователь набравший больше всего побеждает.
Пример ссылки: <http://lenovo-promo.com.ua/user/maxim>
Считался только первый клик по ссылке, все последующие не засчитывались. И для учета клика необходимо было нажать кнопку «Заккрыть».

Этапы

1. Создание промо-сайта.

Сайт доступен по ссылке: www.lenovo-promo.com.ua

Описание моделей, фотографии, информация о компании, контакты.

2. Создание и запуск конкурса «Пригласи друга».

Разработка конкурса, анонсирование и привлечение пользователей к участию.

3. Мониторинг и модерирование.

Активно мониторили как распространяется информация по форумам/блогам, что пишут пользователи, как отзываются, их комментарии и замечания – это очень полезная информация. По мере появления проблем решали их, исключали из конкурса спамеров и накрутчиков. Отвечали на вопросы участников.

Описание. Инструменты.

Основными инструментами анонсирования конкурса выбрали наиболее вирусоемкие:

1. Группа ВКонтакте и блог на Twitter.
2. Распространение информации в блогах, форумах.
3. Текстовые информеры на порталах.
4. Персонафицированная email рассылка.

1. Группа ВКонтакте и блог на Twitter.

За несколько недель до старта конкурса создали блог и группу, главной целью в данном случае был поиск активных пользователей, тем, кому будет интересно поучаствовать в конкурсе или пообщаться о продукте. Приглашали в “друзья” по поиску интересов, по упоминанию продукта и сопутствующим ключевым словам (lenovo, выбрать ноутбук, акции и тд.).

<http://vkontakte.ru/club10119916> - более 1500 участников и порядка 60 000 переходов на сайт.

<http://twitter.com/LenovoUa> - более 600 участников и порядка 2 500 переходов на сайт.

Описание. Инструменты.

2. Блоги, форумы.

Анонс конкурса в ЖЖ, информацию размещали блогер тысячник. Как вариант поддержки конкурса планировалось “подогревать” интерес на форумах, но поскольку информация и сама очень хорошо разошлась - этот инструмент отпал.

3. Текстовые информеры на порталах.

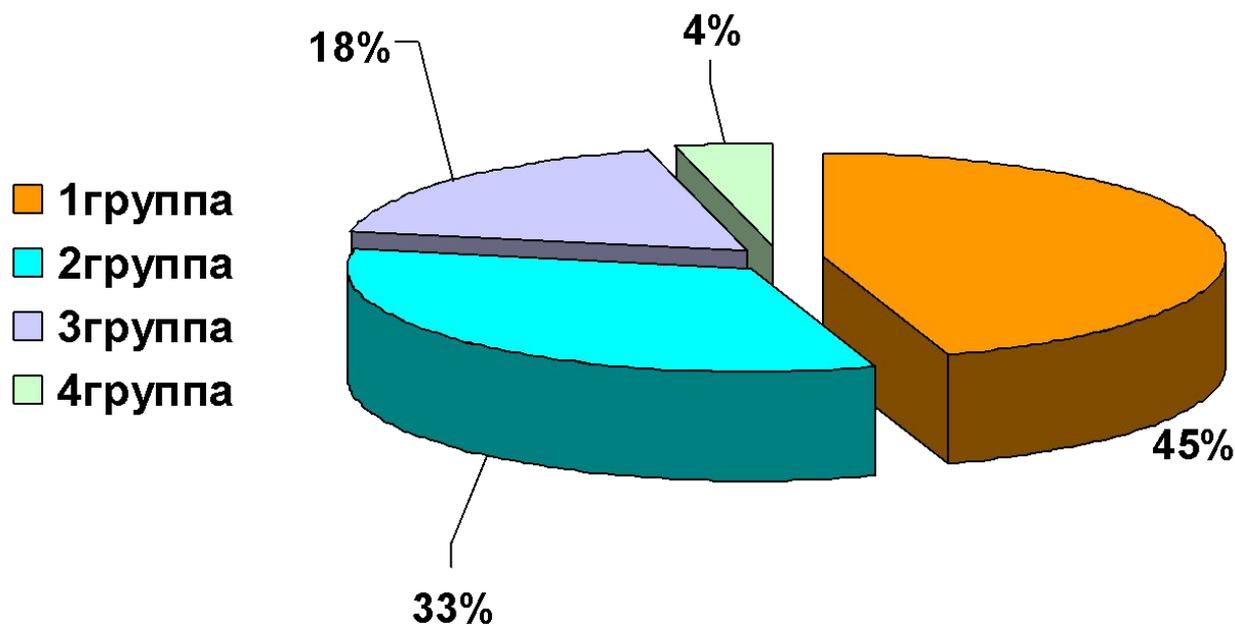
Размещение информеров анонсирующих начало конкурса.

4. Персонализированная email рассылка.

Все участники конкурса могли в специальной форме указав имя и email друга отправить ему персонализированное письмо с просьбой проголосовать перейдя по ссылке или по желанию самому принять участие в конкурсе.

Описание. Кто участвовал.

1. Продвинутые пользователи: блогеры, владельцы сайтов, SEO-специалисты.
2. Активные пользователи социальных сетей, форумов, icq.
3. Специалисты, студенты.
4. Все другие.



Анализ трафика.

Примерно так распределялся трафик посещаемости промо-сайта. Видно, что больше всего в долях у личных сайтов и соц.сетей.

■ личные сайты

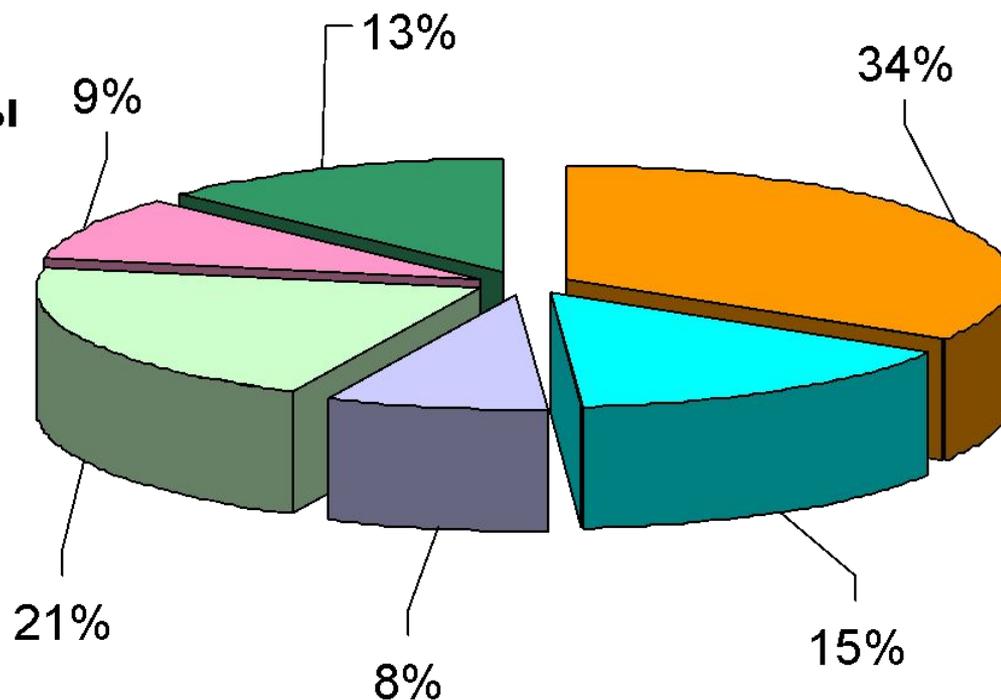
■ блоги и форумы

■ icq

■ соц.сети

■ email

■ другое



Итог. Результаты.

* 3 403 – участников конкурса.



во время конкурса.

* Более 650 000 посещений по ссылке



после окончания конкурса.

* Более 1 500 000 просмотров страниц.



* Стоимость одного посещения – 0,03грн.

* Ссылка на промо-сайт была размещена участниками более чем на 400 сайтах.

* Многочисленное упоминание и обсуждение в блогах, форумах.

* Попадание в ТОП10 Google.com.ua по слову “lenovo” через 10 дней.

* На info ящик про-сайта пришло более 100 писем с предложением о сотрудничестве.

Часть интервью с победителем (1ое место) – igorkiev.

Вопрос: Игорь, что скажете по поводу конкурса, довольны или нет?

Ответ: Конкурс довольно эксклюзивный для Украинского интернета. Ранее такое встречал только за пределами родной страны. Начало положено, уверен что теперь постоянно будут проводится подобные конкурсы. Если говорить доволен или нет? Естественно доволен первым местом. Если говорить о качестве проведения данного конкурса - много моментов изначально не было прописано в правилах. Хорошо что за 3 дня до окончания конкурса администрация решила "почистить" результаты и наказать "накрутчиков". В целом остались приятные впечатления от конкурса.

Вопрос: Расскажите, как Вы добились такого результата?

Ответ: Мы приглашали друзей с сайтов бесплатной музыки. Аудитория данных сайтов превышает 50 000 посещений в сутки. Пользователи заинтересовались конкурсом (а кто не хочет бесплатный ноутбук?).

Вопрос: Слышали ли Вы ранее что-то о компании Lenovo и её продукции?

Ответ: Ранее о Lenovo практически ничего не слышал, иногда в магазинах смотрел на витрине ноутбуки, попадались Lenovo. Теперь есть возможность в живую поработать с этим ноутом.

тел.: (044) 331 9995

(044) 331 9952

e-mail: info@adwork.com.ua

Благодарим за внимание!