



# DIGITAL-КАМПАНИЯ 15 YEARS YOUNG COSMOTHEQUE

КЛИЕНТ



COSMOTHEQUE

СЕТЬ МАГАЗИНОВ МОДНОЙ ОДЕЖДЫ

## ЗАДАЧА

Сети магазинов модной одежды исполнялось 15 лет. Чтобы привлечь к этому событию как можно больше внимания, были необходимы 2 вещи:

- ДОРОГОЙ ПОДАРОК ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ
- НЕОБЫЧНЫЙ СПОСОБ ЕГО ВРУЧЕНИЯ

## РЕДКИЙ И ЦЕННЫЙ ПОДАРОК

Cosmotheque ориентирована на покупателей с уровнем платежеспособности выше среднего. Раньше нельзя было просто взять и получить дисконтную карту на 15%. За все 15 лет существования магазина такие дисконтные карты получили всего 357 покупателей.

**В ЧЕСТЬ ДНЯ РОЖДЕНИЯ МЫ РЕШИЛИ ПОДАРИТЬ  
1 500 ИМЕННЫХ ДИСКОНТНЫХ КАРТ НА 15% ВСЕМ:**

кто был клиентом Cosmotheque;  
кто только планировал стать им;  
кто был клиентом конкурентов.  
И всем остальным.



COSMOTHEQUE  
IS YOUNG!



**ПУСТЬ МЫ ДАРИМ РЕДКИЕ ДИСКОНТНЫЕ  
КАРТЫ, НО МЫ НЕ ЛИШАЕМ ИХ ЦЕННОСТИ.**

Мы дарим их только тем, кто готов поздравить Cosmotheque с днём рождения по старинке — подёргав именинника за уши.

## DIGITAL-КАМПАНИЯ НА САЙТЕ 15ЛЕТ.РФ

Специально для этого события мы запустили промо-сайт, центральным элементом которого было большое ухо. Рядом с ухом мы поместили счётчик, который показывал, сколько раз нужно дёрнуть за ухо, чтобы получить дисконтную карту.

Кампания проходила под слоганом



Никогда ещё Cosmotheque не исполнялось 15 лет.  
И никогда ещё она с такой лёгкостью не расставалась с редкими  
дисконтными картами.



ПЕРВЫЙ РАЗ В 15 ЛЕТ

В ПЕРВЫЙ И ПОСЛЕДНИЙ РАЗ НАМ ИСПОЛНЯЕТСЯ 15 ЛЕТ

В ПЕРВЫЙ И ПОСЛЕДНИЙ РАЗ МЫ ДАРИМ ЭТО:

СКИДКА 15% НА ВСЮ НОВУЮ КОЛЛЕКЦИЮ ВО ВСЕХ МАГАЗИНАХ

+

ВОЗМОЖНОСТЬ ПОЛУЧИТЬ ИМЕННУЮ ДИСКОНТНУЮ КАРТУ:



УЖЕ РАЗДАЛИ: 2 355

А можно получить карту,  
не кликая столько раз?

АКЦИЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНА С ПЕРВОГО ОКТЯБРЯ ДО ПОСЛЕДНЕГО НОЯБРЯ



РАССКАЖИ ВСЕМ!

Это интересно

75K

Я рекомендую

228 т.

Tweet

5,183

САЙТ

## МЕХАНИКА

Чтобы получить дисконтную карту, нужно было:

- 1 Подёргать за ухо столько, сколько написано на счётчике



Число растёт пропорционально числу отданных карт. Так, первый пользователь кликал по уху всего 30 раз — это заняло у него около шести секунд.

Последнему пользователю пришлось кликать 10 819 раз. То есть чуть больше часа.

## МЕХАНИКА

2

Дёргать непрерывно

3

Заполнить анкету

4

Рассказать об акции

5

Подписаться на группу  
Cosmotheque Вконтакте  
или страницу в Facebook

НЕ ОСТАНАВЛИВАЙСЯ!

ИНТЕРВАЛ МЕЖДУ КЛИКАМИ

НЕ ДОЛЖЕН ПРЕВЫШАТЬ 10 СЕКУНД



The image shows a promotional page for Cosmotheque. At the top is the Cosmotheque logo and the text 'COSMOTHEQUE'. Below it is a large, decorative button labeled 'АНКЕТА НА ПОЛУЧЕНИЕ КАРТЫ' (Application for Card). To the right of the button is a small image of a black and red discount card. The main section contains several input fields with red asterisks indicating required information: 'ФАМИЛИЯ' (Family name), 'ИМЯ' (Name), 'ДАТА РОЖДЕНИЯ (ЧИСЛО, МЕСЯЦ, ГОД)' (Date of birth (day, month, year)), 'НОМЕР ТЕЛЕФОНА' (Phone number), and 'E-MAIL' (Email). An example email address 'Vladshinkin@gmail.com' is shown. Below these fields is a question 'В КАКОЙ ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР ТЫ ХОДИШЬ ЧАЩЕ ВСЕГО?' (In which shopping center do you go more often?) with several options like 'ТРЦ <СИТИ ЦЕНТР>', 'МЦ <КРАСНАЯ ПЛОЩАДЬ>', etc. At the bottom, there's a question 'ДИСКОНТНЫЕ КАРТЫ КАКИХ МАГАЗИНОВ ОДЕЖДЫ У ТЕБЯ ЕСТЬ?' (Do you have discount cards for any clothing stores?) and another question 'В КАКОМ МАГАЗИНЕ COSMOTHEQUE ТЕБЕ УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНЕЕ ПОЛУЧИТЬ ДИСКОНТНУЮ КАРТУ?' (In which Cosmotheque store is it more satisfying to get a discount card?).



**НИКТО НЕ БУДЕТ  
СИДЕТЬ И КЛИКАТЬ  
ЦЕЛЫХ 5 МИНУТ  
ПОДРЯД!**

CLICK  
CLICK  
CLICK

## ЧЕЛОВЕК, СОВЕРШИВШИЙ ДОСТИЖЕНИЕ, ГТОВ ДЕЛИТЬСЯ ИМ СО ВСЕМИ.

Механика оказалась настолько сумасшедшей и вовлекающей, что пользователи действительно кликали по 15-20 минут подряд: сначала ради карты, а потом —

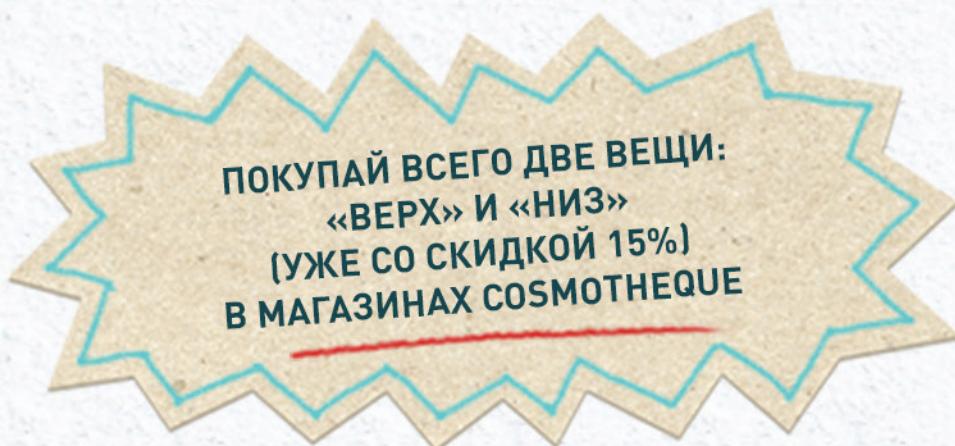
ЧТОБЫ ПОКАЗАТЬ ВСЕМ: «Я МОГУ СДЕЛАТЬ ЭТО!».

Чем больше кликов нужно было сделать, тем больше упоминаний о кампании появлялось в социальных сетях.

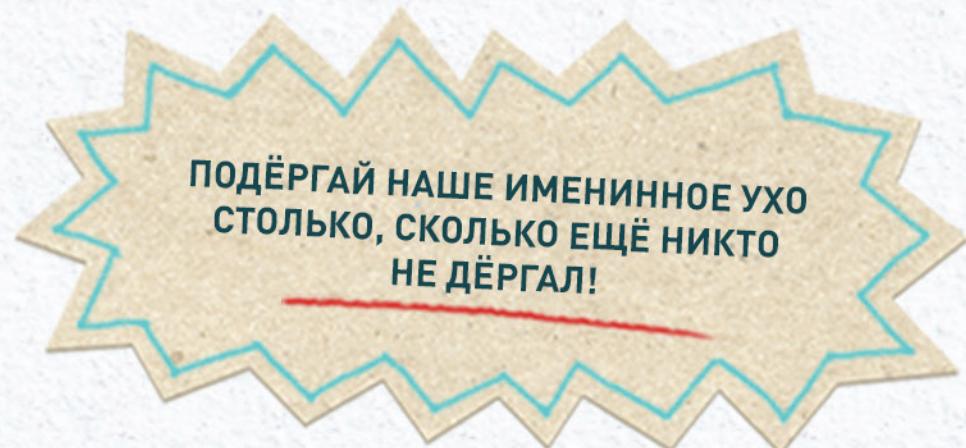
## ПОДАРОК ОДИН, СПОСОБОВ ЕГО ПОЛУЧЕНИЯ – ДВА

Для тех, кто не хотел дёргать за ухо на сайте, мы запустили акцию «Купи 2 вещи и получи карту», которая проходила в магазинах Cosmotheque параллельно с digital-кампанией.

Два способа получения дисконтной карты на 15%



ИЛИ



## МЕДИЙНАЯ ПОДДЕРЖКА

Акция заручилась минимальной медийной поддержкой. Скорее, медийной подстраховкой, которую составляли ролик в кинотеатре, рекламирующий сайт 15лет.рф, и баннер на одной региональной площадке.

НО БОЛЬШУЮ ЧАСТЬ ДИСКОНТНЫХ КАРТ ОТДАЛИ ЕЩЁ ДО ТОГО,  
КАК МЕДИЙНАЯ КАМПАНИЯ НАЧАЛАСЬ.



## МЕДИЙНАЯ ПОДДЕРЖКА



НЕ ТАК-ТО ПРОСТО  
РЕКЛАМИРОВАТЬ САЙТ  
ВНЕ ЭЛЕКТРОННОЙ СРЕДЫ.

Но шансы повышаются, если  
написать адрес сайта на ухе,  
которое можно отклеить с принта  
и забрать с собой. В интернет.

МЕДИЙНАЯ ПОДДЕРЖКА

БОЛЬШОЕ  
УХО ЖДЁТ

НА САЙТЕ  
15ЛЕТ.РФ

Баннер в сети

# КАМПАНИЯ ДОЛЖНА БЫЛА ПРОДЛИТЬСЯ МЕСЯЦ.

АКЦИЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНА С ПЕРВОГО ОКТЯБРЯ ДО ПОСЛЕДНЕГО НОЯБРЯ

Но неожиданно быстро, буквально за первые 5 дней акции, число кликов достигло очень большого значения — более 10 000. Чтобы поддерживать активность на высоком уровне, мы добавили возможность снизить количество кликов на 15%.

Для этого нужно было рассказать друзьям об акции в одной социальной сети.

The banner features a teal background with a red jagged arrow pointing right. On the left, there's a white button with a black border and a small white icon. Next to it is a large, stylized number '14626' where the '1' is pink, '4' is green, '6' is blue, and '2' is white. A hand in a dark glove points towards the number from the bottom right. To the right of the number is the text 'СОБИРАЕШЬСЯ КЛИКАТЬ?' and below it, 'РАССКАЖИ ОБ ЭТОМ, ЧТОБЫ СНИЗИТЬ КОЛИЧЕСТВО КЛИКОВ НА 15%.' At the bottom, there are two buttons: one for Facebook with '-235 кликов' and another for VKontakte with '-235 кликов'. The word 'cosmopolitan' is partially visible at the bottom left.

СОБИРАЕШЬСЯ  
КЛИКАТЬ?

РАССКАЖИ О ЭТОМ, ЧТОБЫ СНИЗИТЬ  
КОЛИЧЕСТВО КЛИКОВ НА 15%.

FACEBOOK -235 кликов

Vkontakte -235 кликов

# МОРАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА КАМПАНИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ ПОКАЗАЛА:

о нас говорили и писали,  
нас даже рисовали на теле.



Marika Kivi @MarikaKivi

Пол-минуты насилия над мышкой и скидка 15% в @cosmoteque  
у вас в руках. проверяла, не наебывают [xn--15-olcx0b.xn--p1](#)

Expand



Алексей Жуков

Красные глаза и дрожащие руки, но ура-ухо надергали!)

17 окт 2012 | Ответить



Владлен Ковалев  
Накликал))))

11 окт 2012 | Ответить



КОСМО поделился(-ась) ссылкой.  
12 октября 2012 г.

twitter  
@ COSMOTHEQUE  
первый раз в 15 летия



Количество дёрганий за уши на сай  
т перевалило за 11 000! Пожалей пал  
ест этого сообщения и за каждые 10 репостов  
плюс 100 друзей

ОТЧЁТ  
о проведении шумной вечеринки  
в честь 15-го дня рождения. в цифрах.



кликов по уху было совершено  
на протяжении всей акции.



Первый пользователь  
кликал аж

и накликал  
дисконтную карту за



раз



секунд

Самый последний пользователь

кликал

1 0 8 1 9

раз



ЭТО ЧУТЬ-ЧУТЬ БОЛЬШЕ ЧАСА!

## **ТОЛЬКО САМОЙ СТРАНИЦЕЙ ПОДЕЛИЛИСЬ БОЛЕЕ 1000 РАЗ!**

Но главное:

Cosmotheque раздали 1500 карт на сайте и столько же — в магазине.





**В ТЕЧЕНИЕ ТРЁХ МЕСЯЦЕВ ПО КАРТАМ БЫЛО  
СОВЕРШЕНО ПОКУПОК БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПО ВСЕМ  
ТАКИМ ЖЕ КАРТАМ, РОЗДАННЫМ РАНЕЕ.**

По словам клиента, доля «активированных» обладателей карты продолжает расти.



СПАСИБО!