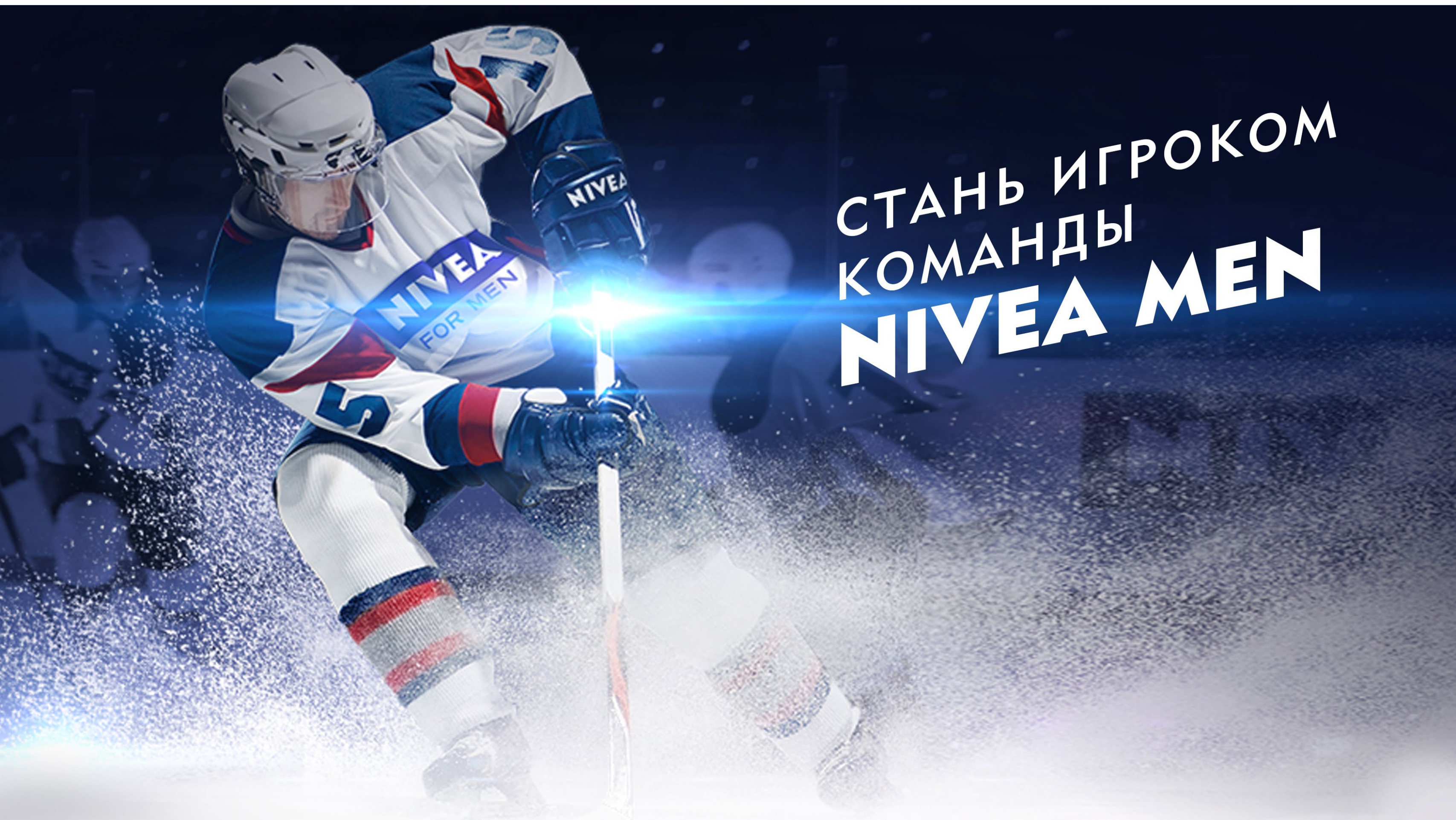




БРЕНД: **NIVEA MEN**
КЛИЕНТ: **BEIERSDORF**

ГОД: **2012**
ПЕРИОД КАМПАНИИ: **ДЕКАБРЬ**



СТАНЬ ИГРОКОМ
КОМАНДЫ
NIVEA MEN



БРЕНД: **NIVEA MEN**
КЛИЕНТ: **BEIERSDORF**

ГОД: **2012**
ПЕРИОД КАМПАНИИ: **ДЕКАБРЬ**

СПОРТ НОМЕР 1

Многие десятилетия
хоккей в нашей стране —
это не просто вид спорта,
а **национальная гордость.**

Наша сборная **26 раз**
побеждала на Чемпионатах
Мира и является **лучшей**
командой планеты.



1 место
в рейтинге
IIHF
за **2012 год**



БРЕНД: **NIVEA MEN**
КЛИЕНТ: **BEIERSDORF**

ГОД: **2012**
ПЕРИОД КАМПАНИИ: **ДЕКАБРЬ**

БРЕНД НОМЕР 1

NIVEA MEN — бренд номер один для мужчин в категории «Средства по уходу за кожей после бритья»

Каждый год **NIVEA MEN** запускает национальное промо, посвященное **Чемпионату Мира по хоккею** и **2013** год не стал исключением.





БРЕНД: **NIVEA MEN**
КЛИЕНТ: **BEIERSDORF**

ГОД: **2012**
ПЕРИОД КАМПАНИИ: **ДЕКАБРЬ**

ЗАДАЧА

Привлечь внимание
интернет аудитории
к национальному
промо **NIVEA MEN.**



БРЕНД: **NIVEA MEN**
КЛИЕНТ: **BEIERSDORF**

ГОД: **2012**
ПЕРИОД КАМПАНИИ: **ДЕКАБРЬ**

ПРОБЛЕМА

Многие бренды используют
территорию хоккея
и проводят десятки
акций в преддверии
Чемпионата мира.



БРЕНД: **NIVEA MEN**
КЛИЕНТ: **BEIERSDORF**

ГОД: **2012**
ПЕРИОД КАМПАНИИ: **ДЕКАБРЬ**

РЕШЕНИЕ

Создать уникальную
хоккейную игру,
аналогов которой
в России еще не было.



БРЕНД: **NIVEA MEN**
КЛИЕНТ: **BEIERSDORF**

ГОД: **2012**
ПЕРИОД КАМПАНИИ: **ДЕКАБРЬ**

НО КАК ЭТО СДЕЛАТЬ?

Хоккейных игр было создано десятки, сотни, тысячи. Они были всех видов и форматов, начиная от самых простых и заканчивая легендарной серией от Electronic Arts.



БРЕНД: **NIVEA MEN**
КЛИЕНТ: **BEIERSDORF**

ГОД: **2012**
ПЕРИОД КАМПАНИИ: **ДЕКАБРЬ**

**ПЕРВАЯ В РОССИИ
ХОККЕЙНАЯ ВИДЕОИГРА
ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА**



БРЕНД: **NIVEA MEN**
КЛИЕНТ: **BEIERSDORF**

ГОД: **2012**
ПЕРИОД КАМПАНИИ: **ДЕКАБРЬ**

МЕХАНИКА

ЦЕЛЬ ИГРЫ:
КОЛИЧЕСТВО ПОПЫТОК:
ИГРОК МОЖЕТ ВЫБРАТЬ:

ЗАБРОСИТЬ ШАЙБУ
3
НАПРАВЛЕНИЕ АТАКИ,
СИЛУ УДАРА,
УГОЛ БРОСКА

ПОБЕДИТЕЛЬ ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ
ПО КОЛИЧЕСТВУ
ЗАБРОШЕННЫХ ШАЙБ



БРЕНД: **NIVEA MEN**
КЛИЕНТ: **BEIERSDORF**

ГОД: **2012**
ПЕРИОД КАМПАНИИ: **ДЕКАБРЬ**





БРЕНД: **NIVEA MEN**
КЛИЕНТ: **BEIERSDORF**

ГОД: **2012**
ПЕРИОД КАМПАНИИ: **ДЕКАБРЬ**

18 часов
съе́мок



-7°C



БРЕНД: **NIVEA MEN**
КЛИЕНТ: **BEIERSDORF**

ГОД: **2012**
ПЕРИОД КАМПАНИИ: **ДЕКАБРЬ**



30
вариантов
развития
сюжета



БРЕНД: **NIVEA MEN**
КЛИЕНТ: **BEIERSDORF**

ГОД: **2012**
ПЕРИОД КАМПАНИИ: **ДЕКАБРЬ**



**УНИКАЛЬНЫЕ
ХОККЕЙНЫЕ ТРЮКИ**

**И СИСТЕМА
БЕЙДЖЕЙ**



ЗОЛОТОЙ КУБОК
ЗА ПОБЕДУ В ДЕВЯТИ ИГРАХ ПОДРЯД.



СЕРЕБРЯННЫЙ КУБОК
ЗА ПОБЕДУ В ШЕСТИ ИГРАХ ПОДРЯД



БРОНЗОВЫЙ КУБОК
ЗА ПОБЕДУ В ТРЕХ ИГРАХ ПОДРЯД



НОВИЧОК
ЗА СВОЮ ПЕРВУЮ ИГРУ



МОЛНИЯ
ЗА САМУЮ БЫСТРУЮ
ПОБЕДУ В ИГРЕ



БОМБАРДИР
ЗА 3 ЗАБИТЫХ ШАЙБЫ.



БРЕНД: **NIVEA MEN**
КЛИЕНТ: **BEIERSDORF**

ГОД: **2012**
ПЕРИОД КАМПАНИИ: **ДЕКАБРЬ**

ЗАЙМИ МЕСТО
НА ЛЕДОВОЙ АРЕНЕ
NIVEA MEN

УЧАСТВУЙ В АКЦИИ С ЛИНКАМ

АНОНС ПРОМО

*На главной странице мы анонсировали предстоящее промо и просили пользователей пройти регистрацию, чтобы участвовать в призовой гонке. В течение месяца, каждую неделю подводились итоги и победители получали годовые запасы от **NIVEA MEN**.*



БРЕНД: **NIVEA MEN**
КЛИЕНТ: **BEIERSDORF**

ГОД: **2012**
ПЕРИОД КАМПАНИИ: **ДЕКАБРЬ**

ПРОДВИЖЕНИЕ

*В качестве продвижения использовалась узко-таргетированная реклама в **ВКонтакте** (текстово-графические блоки), а также флеш-баннеры на **спортивных ресурсах** и прероллы на **Youtube**.*



БРЕНД: **NIVEA MEN**
КЛИЕНТ: **BEIERSDORF**

ГОД: **2012**
ПЕРИОД КАМПАНИИ: **ДЕКАБРЬ**

РЕЗУЛЬТАТЫ КАМПАНИИ

100 000 уникальных игроков

9 000 часов игрового времени

500 000 проведенных игр

+30% к интернет аудитории промо



БРЕНД: **NIVEA MEN**
КЛИЕНТ: **BEIERSDORF**

ГОД: **2012**
ПЕРИОД КАМПАНИИ: **ДЕКАБРЬ**



СТАНЬ ИГРОКОМ
КОМАНДЫ
NIVEA MEN
НА

www.niveaformen.ru