

Вовлечение аудитории в жизнь бренда на примере проекта BeeTeam



Билайн®

Татьяна Корнева



MaximumSoft

Алексей Боев



История проекта

«Просто. Удобно. Для тебя.»

Новая клиентоориентированная стратегия

Задача — показать позитивные изменения, которые происходят в компании по отношению к клиенту

Идея

Сделать так, чтобы люди,
независимые от компании,
на собственном опыте почувствовали
эти изменения и рассказали о них.

Решение

#beeteam —

Проект с соревновательным элементом для активной молодежи с участием блоггеров, журналистов, рекрутеров и сотрудников «Билайн»

1 месяц погружения

4 тематические недели

50 участников



Кураторство генерального директора и вице-президентов «Билайна»

Решение

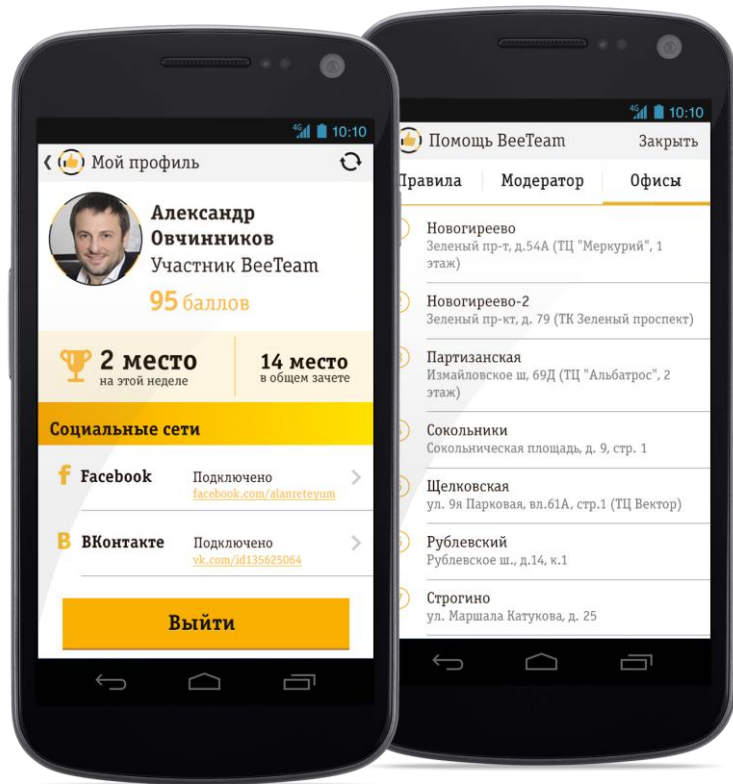
Брендированный смартфон
с предустановленным
приложением BeeTeam

Профиль участника

Соревнование и рейтинг

Тематические задания

Отчеты в соцсетях



Особенность

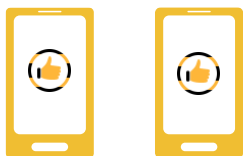
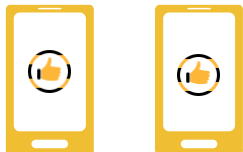
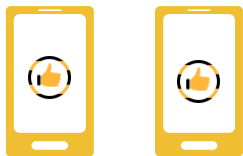


Запустить инновационный
социальный мобильный
продукт без права
на ошибку.

Как это работало



Участники команды
BeeTeam

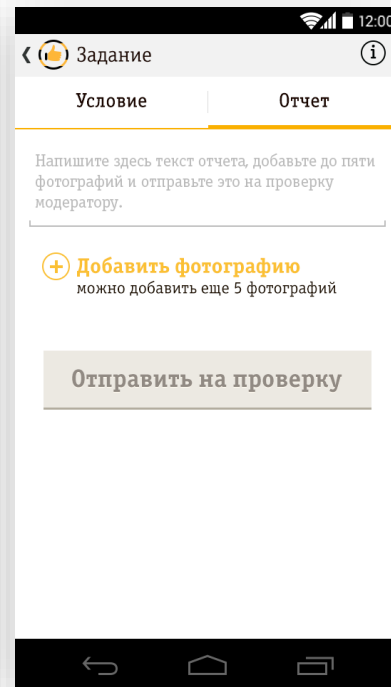
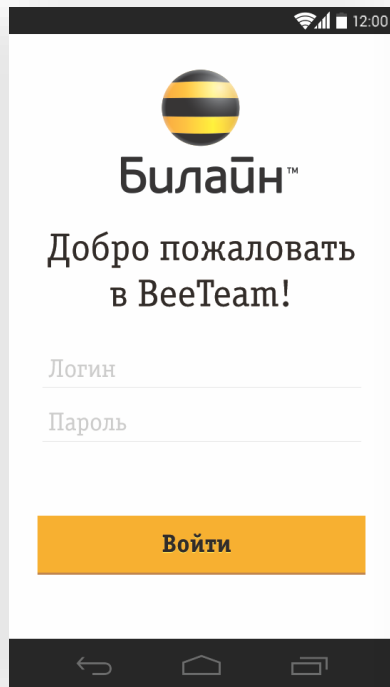


Смартфоны
с приложением

Система управления
пользователями, заданиями,
система модерации

Facebook/VK.com

Как это работало

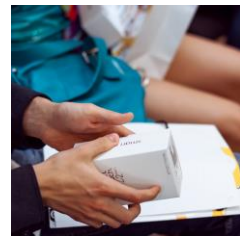
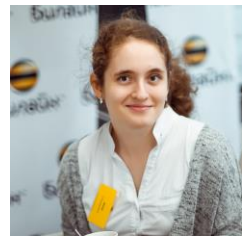
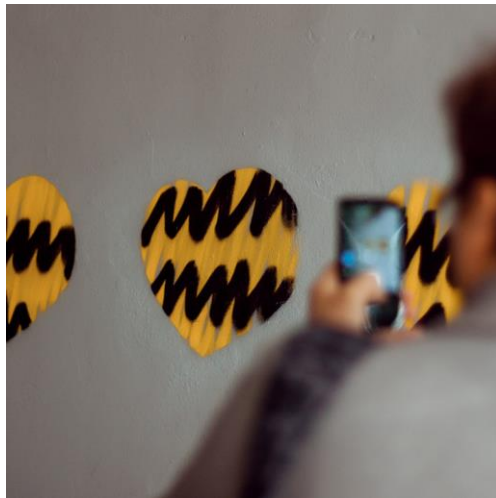
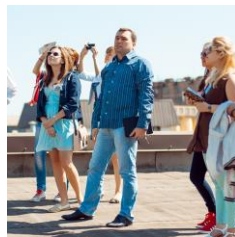
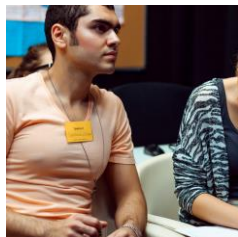


Мотивация

Призы — не главный фактор мотивации

**Интерес пользователей —
погружение в жизнь
компании**

Как это было



Цифры

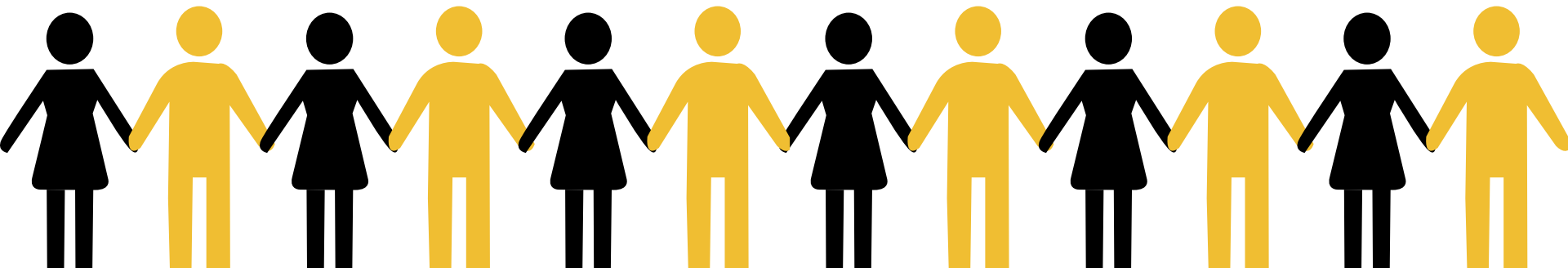
Общее количество постов о проекте за месяц: 2549

25% положительных

75% нейтральных

0% негативных (7 комментариев)

Общий охват аудитории ~4 000 000 человек.



Результаты

Формирование лояльной аудитории в социальных сетях

Реальная вовлеченность людей в жизнь бренда

Ряд важных конструктивных изменений в процессах компании «Билайн»

Несколько концепций новых онлайн-сервисов для абонентов



**Спасибо
за внимание!**



Билайн®

Татьяна Корнева



MaximumSoft

Алексей Боев