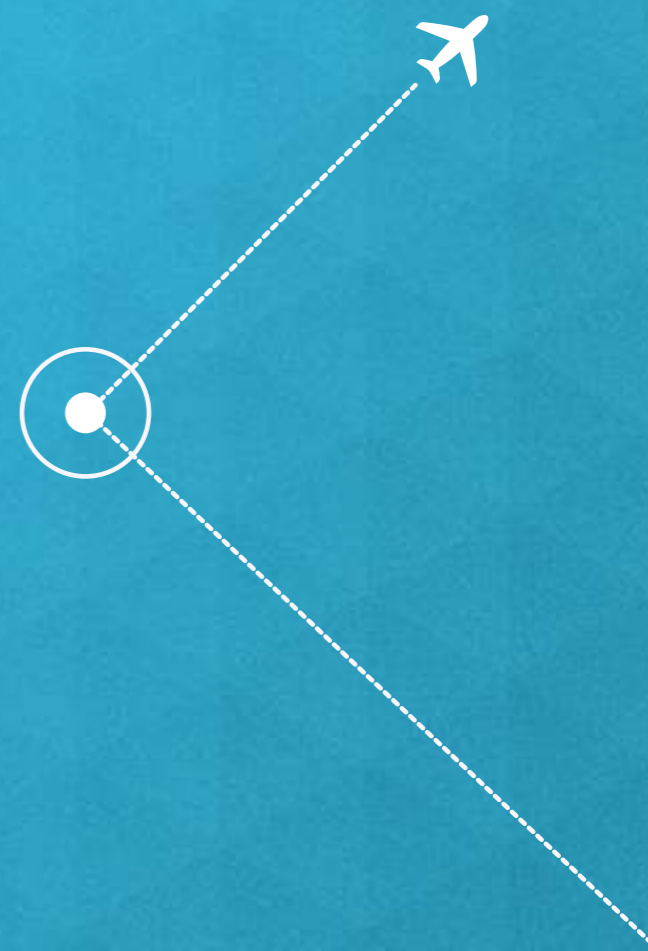




aviasales.ru

Кейсы спецпроектов



«Настоящая Куба»

Категория: туризм

Рекламодатель: Министерство туризма Кубы

Период: 8 недель

Ссылка: <http://cuba.promo.avs.io>

Формат: контент

Охват: 30 000 уникальных пользователей

Описание проекта:

Основная задача проекта — повысить интерес пользователей к Кубе как стране для проведения различных видов отдыха

Проект состоял из нескольких страниц контента с использованием parallax-scrolling, отражающего все разнообразие отдыха на Кубе

Все страницы выдачи по поискам пользователей в жаркие страны и на морские курорты сопровождалась яркими анонсирующими баннерами проекта с призывом рассмотреть альтернативный вариант отдыха — лететь на Кубу

Размещение анонсирующих баннеров проходило точно, в месяцы наиболее активного поиска билетов по «солнечным» направлениям (май, август, октябрь, декабрь)



▼ Узнать больше ▼

ЗАГЛЯНИ ЗА ГОРИЗОНТ



Все знают о кубинской революции, но история этого острова не ограничивается только ей. Здесь есть где расширить горизонты своих знаний. Недаром Юнеско присвоило статус Всемирного культурного наследия девяти местам на этом небольшом острове.

Старая Гавана и центр города Сьенфуэгос поразят тех, кто любит бродить по улочкам и делать тысячи фотографий. Поверьте, здесь вы найдете отличные кадры. Не говоря уже о музеях, ботаническом саду и кладбище Колумба.



«СПОТ ТВОЕЙ МЕЧТЫ»

Категория: товары для спорта

Рекламодатель: Quiksilver

Период: 3 недели

Ссылка: <http://hotellook.ru/promo/dreamspot>

Формат: контент + конкурс

Охват: 27 000 уникальных пользователей

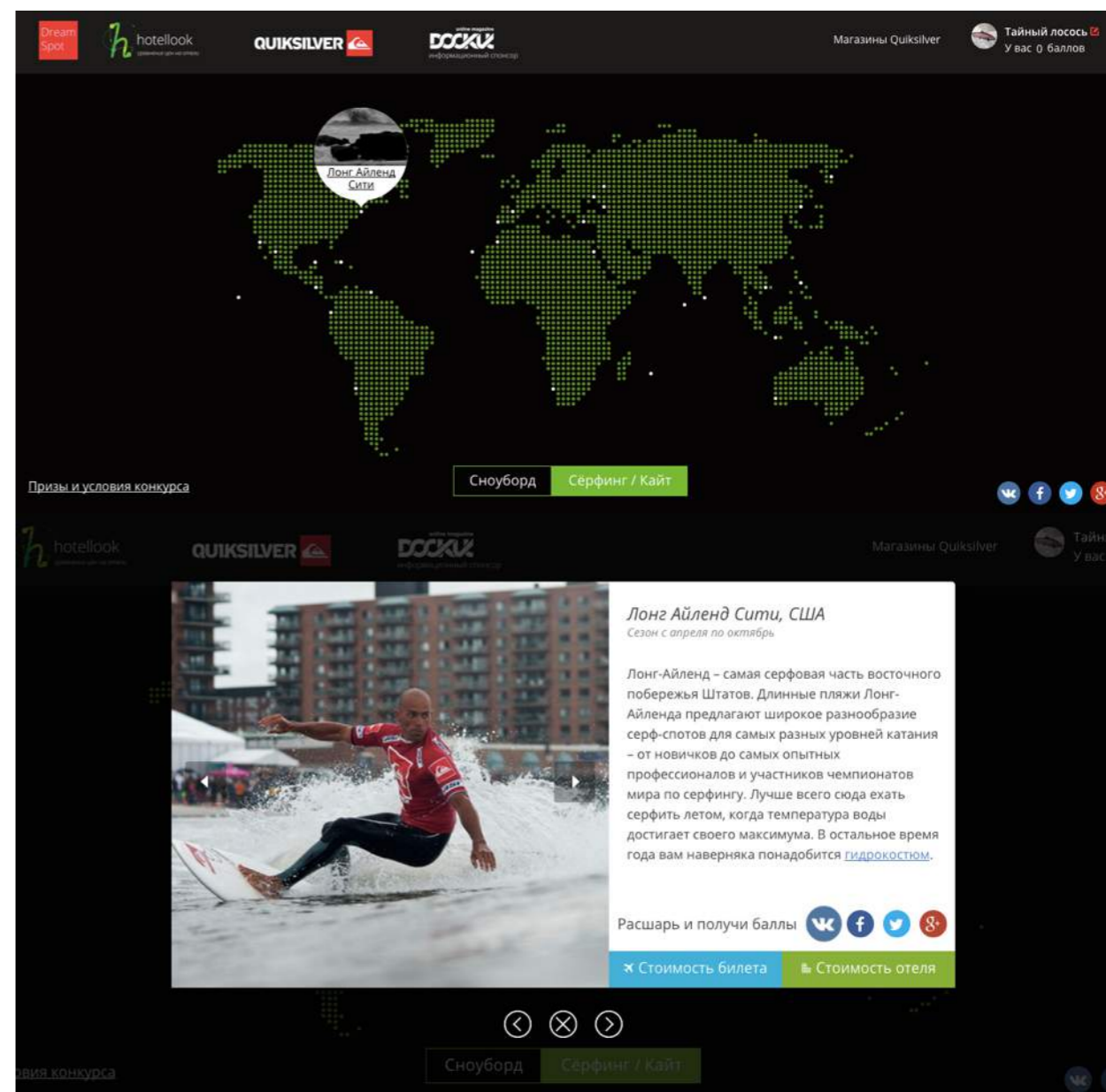
Вирусный трафик: 70%

Описание проекта:

Основные задачи проекта — расширить знание пользователей о бренде Quiksilver, рассказать о новой коллекции бренда, повысить интерес пользователей к путешествиям в страны, где можно заниматься активным отдыхом

На интерактивной карте мира были отмечены точки для занятий сноубордингом и серфингом. Каждый участник проекта мог выбрать спот себе по душе, получив описание и яркие картинки местности, а также подсказку от Quiksilver с перечнем необходимо спортивного снаряжения

Пользователь мог принять участие в розыгрыше полного комплекта специальной экипировки, перелета и проживания от спонсоров проекта — для этого необходимо было зарегистрироваться на проекте и поделиться рассказом о «споте мечты» с друзьями через каналы соцсетей (FB, VK, TW, G+). Всего в конкурсе приняли участие 8000 пользователей. Победителем стал пользователь, который собрал больше всего лайков и репостов своего рассказа



«Время вспомнить путешествия»

Категория: аксессуары

Рекламодатель: Alltime.ru

Бренд: Frederique Constant

Период: 2 недели

Ссылка: <http://alltime.promo.avs.io/promo/alltime>

Формат: конкурс

Охват: 21 000 уникальных пользователей

Вирусный трафик: 30%

Описание проекта:

Спецпроект на основе parallax-scrolling состоял из вводной части (описание и правила конкурса), информации о продукте (главном призе) и интерактивной части (сам конкурс)

Пользователям предлагалось угадать и составить самые знаменитые циферблаты мира, перетаскивая с помощью мыши циферблат на соответствующую башню. Для участия в конкурсе было необходимо оставить адрес электронной почты. В конкурсе приняли участие 5100 пользователей, между ними и был разыгран главный приз — часы Frederique Constant



ВНИМАНИЕ! КОНКУРС!

Время вспомнить путешествия

Откройте свои путевые заметки. Достаньте пыльные фотоальбомы. Время вспомнить, где вы были и что видели. Время участвовать в конкурсе от AllTime.ru и Aviasales.

Проверьте свою память, и у вас появится шанс выиграть часы Frederique Constant и другие призы. Так же, приняв участие в акции, вы получите гарантированный промо-код на скидку при покупке часов на AllTime.ru

Конкурс от Aviasales и AllTime.ru

Угадайте, какие из часов украшают известные достопримечательности по всему миру.

Используйте мышью, чтобы перетаскать циферблат на его место на башне.

«Несезон: по-новому о летнем отдыхе»

Категория: авиа

Рекламодатель: Thai Airways

Период: 2 недели

Ссылка: <http://www.aviasales.ru/promo/asiasummer/>

Формат: контент + конкурс

Охват: 20 000 уникальных пользователей

Вирусный трафик: 35%

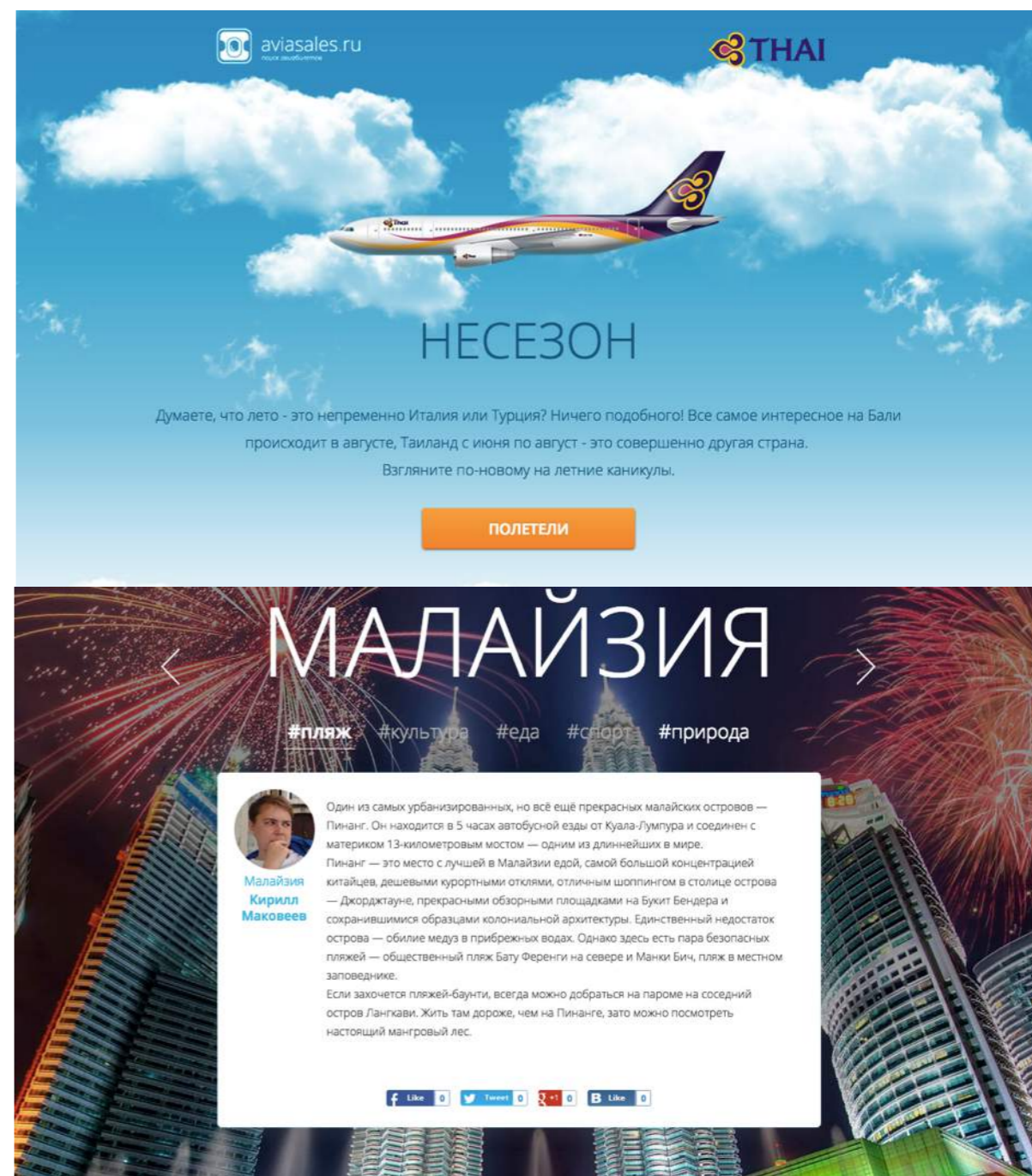
Описание проекта:

Основная задача проекта — рассказать пользователям о том, что в Юго-Восточную Азию можно летать не только в сезон

Проект состоял из нескольких частей:

1. Контент — эксперты мира тревел делились своими мыслями о том, что Индонезия, Таиланд, Сингапур, Малайзия и Вьетнам — это не только зимовка, но и вполне подходящие направления для различных видов летнего отдыха, где можно проникнуться культурой другой страны в отсутствие толп туристов
2. Интерактив — каждый зарегистрированный пользователь мог поделиться своим советом с участниками проекта и расшарить его в каналы соцсетей. Авторы самых популярных/полезных советов были вознаграждены

Советы оставили более 2000 пользователей, что помогло создать настоящий мини-гид по Юго-Восточной Азии



«Примерь усы»

Категория: туризм

Рекламодатель: Клуб Путешествий Михаила Кожухова

Период: 3 недели

Ссылка: <http://kozhyhov.promo.avs.io/promo/kozhyhov/>

Формат: фото-конкурс

Охват: 55 000 уникальных пользователей

Вирусный трафик: 27%

Описание проекта:

На Рождество Клуб путешествий Михаила Кожухова предлагал уникальную авторскую поездку с Михаилом в Таллин

Пользователям предлагалось принять участие в конкурсе и примерить усы великих путешественников. Пользователь загружал фотографию и добавлял различные виды усов, далее делился результатом с друзьями в каналах соцсетей

Фотографии всех участников конкурса отображались на главной странице проекта в виде красочного коллажа, а также в отдельной галерее — более 6000 работ

В конкурсе приняли участие не только сам Михаил, но еще несколько медиаперсон, такие как Татьяна Лазарева и Михаил Шац

Твои лайки помогают росту усов

Примерь усы и выиграй путешествие в Таллин

Рождественский Таллин ждет тебя!
Как будут смотреться усы на тебе и твоих друзьях - узнай прямо сейчас.
И прими участие в розыгрыше путешествия

Принять участие

Посмотреть всех усачей

Выбери любимую фотографию

Примерь легендарные усы

Расскажи своим друзьям

Зарегистрируйся в акции

Уже совсем скоро

14 ноября 2014 Михаил Кожухов определит лучших обладателя или обладательницу усов, который отправится вместе с Михаилом в Таллин на рождественский уикенд.

Участвовать

© 2014 Aviasales и Клуб Путешествий Михаила Кожухова

«Битва городов»

Категория: авиа

Рекламодатель: МАУ

Период: 2 недели

Ссылка: <http://www.aviasales.ru/promo/cities>

Формат: конкурс

Охват: 120 000 уникальных пользователей

Вирусный трафик: 98%

Описание проекта:

Основная задача проекта — рассказать пользователям о спецпредложении авиакомпании МАУ — 15% скидке на все направления полетов, а также собрать новых подписчиков для рассылки от имени бренда

Чтобы выиграть главный приз и узнать, где именно можно купить билет со скидкой 15%, пользователю необходимо было победить соперника — команду Aviasales.ru и МАУ в беспрецедентной битве городов!

Пользователь проходил регистрацию через email и выбирал город на интерактивной карте полетов, команда соперника выдвигала свой вариант города в битву. Пользователь делился выбором с друзьями в соцсетях с призывом поддержать свой город. Победитель получил билет в город своей мечты на двоих, всего было разыграно 2 комплекта билетов

В битве приняло участие более 8000 пользователей, вирусный трафик составил более 85%

aviasales.ru
поиск авиабилетов

МАУ

Сыграем в города?

Играй с нами и получи скидку 15% на авиабилеты.
Обыграй нас и получи шанс выиграть путешествие на двоих!

Выбери город → Мы выберем свой → Начни игру

Отправиться в путешествие

aviasales.ru
поиск авиабилетов

МАУ

Мой выбор: Стамбул

Выбор Aviasales: Ларнака

VS

Поделись с друзьями и получи +1 голос

000 000

Twitter, VK, Facebook

«Avialove»

Категория: сервисы

Рекламодатель: Loveplanet

Период: 2 недели

Ссылка: <http://www.aviasales.ru/promo/avialove>

Формат: конкурс

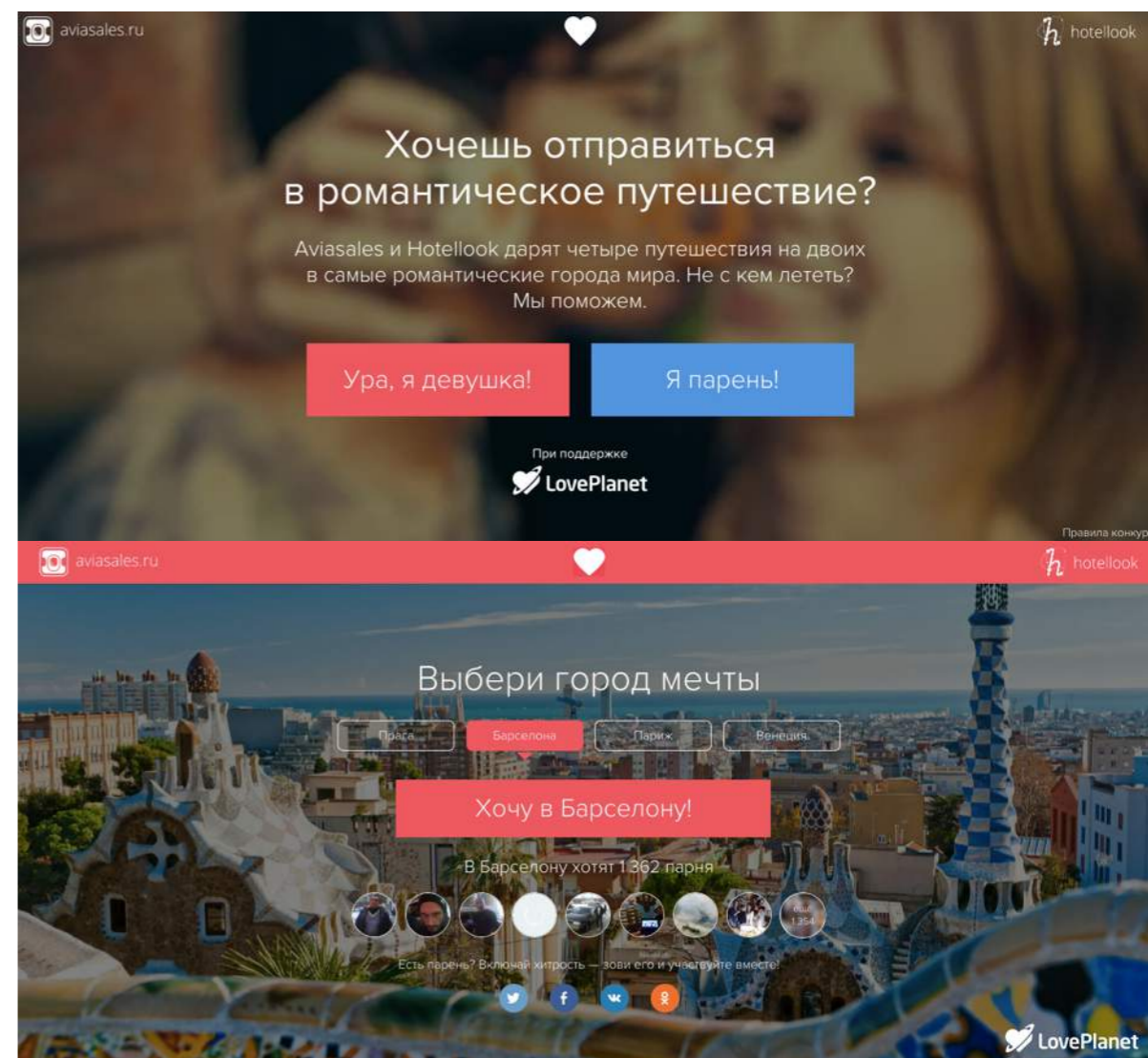
Охват: 42 000 уникальных пользователей

Описание проекта:

Проект основан на механике самого популярного дейтинг-сервиса Tinder. На странице спецпроекта пользователю предлагалось выбрать свой пол и направление полета — алгоритм выдавал пользователей противоположного пола, которые также мечтают посетить этот город. Далее можно было выбрать себе пару для путешествия

В случае, если симпатии пользователей друг к другу совпали, они выступали как пара и автоматически становились участниками конкурса, где призом была поездка на двоих в город мечты

Всего на проекте было 9000 загруженных профилей, из которых сложилось 2000 пар между пользователями



«Дед Мороз»

Категория: сервисы

Рекламодатель: Aviasales/Hotellook

Период: 3 недели

Ссылка: http://grandpa.promo.avs.io/promo/frosty_grandpa/

Формат: конкурс

Охват: 600 000 уникальных пользователей

Вирусный трафик: 96%

Описание проекта:

На главной странице проекта пользователю предлагалось написать письмо Деду Морозу и проникнуться духом Нового года и Рождества. Пользователь заполнял мини-анкету, на основе которой создавался текст письма. Для участия в конкурсе по розыгрышу поездки в страну своей мечты нужно было поделиться письмом с друзьями через каналы соцсетей

Всего было написано 154 700 писем для Деда Мороза, а счастливые победители конкурса отправились в незабываемое путешествие

