

Что-то на простом!

Росатом 15: как мы рассказали многомиллионной аудитории о сложных вещах

ноябрь – декабрь 2022



Чем занимается Госкорпорация «Росатом»?



Цели и задачи

Известные факты о деятельности ГК «Росатом»



Развивает атомный ледокольный флот
и Северный морской путь



Строит атомные электростанции
в России и за рубежом

Что мы хотели донести до аудитории в 15-летие ГК «Росатом»



История успехов и побед:

Сооружение АЭС, развитие новых бизнесов,
СМП, экспансия на зарубежных рынках



Польза людям:

Экологичность АЭС, экологические
проекты, ядерная медицина, умный
город и др.



Ответственность за развитие страны:

Технологический суверенитет, IT технологии,
новые материалы и технологии и др.

*Исследование «Разработка и измерение репутационного индекса атомной отрасли России», Циркон, 2021

Цели и задачи

Аудитория, наиболее осведомленная о ГК «Росатом»



35 — 54 лет



Высшее образование

Задачи, поставленные перед VK



Расширить существующую аудиторию



Привлечь внимание более молодой аудитории



Рассказать о юбилее Росатома

*Исследование «Разработка и измерение репутационного индекса атомной отрасли России», Циркон, 2021

Решение

01

Продвижение ключевых сообщений, связанных с образом корпорации



Широкая аудитория 18+

02

Улучшение информированности о деятельности корпорации

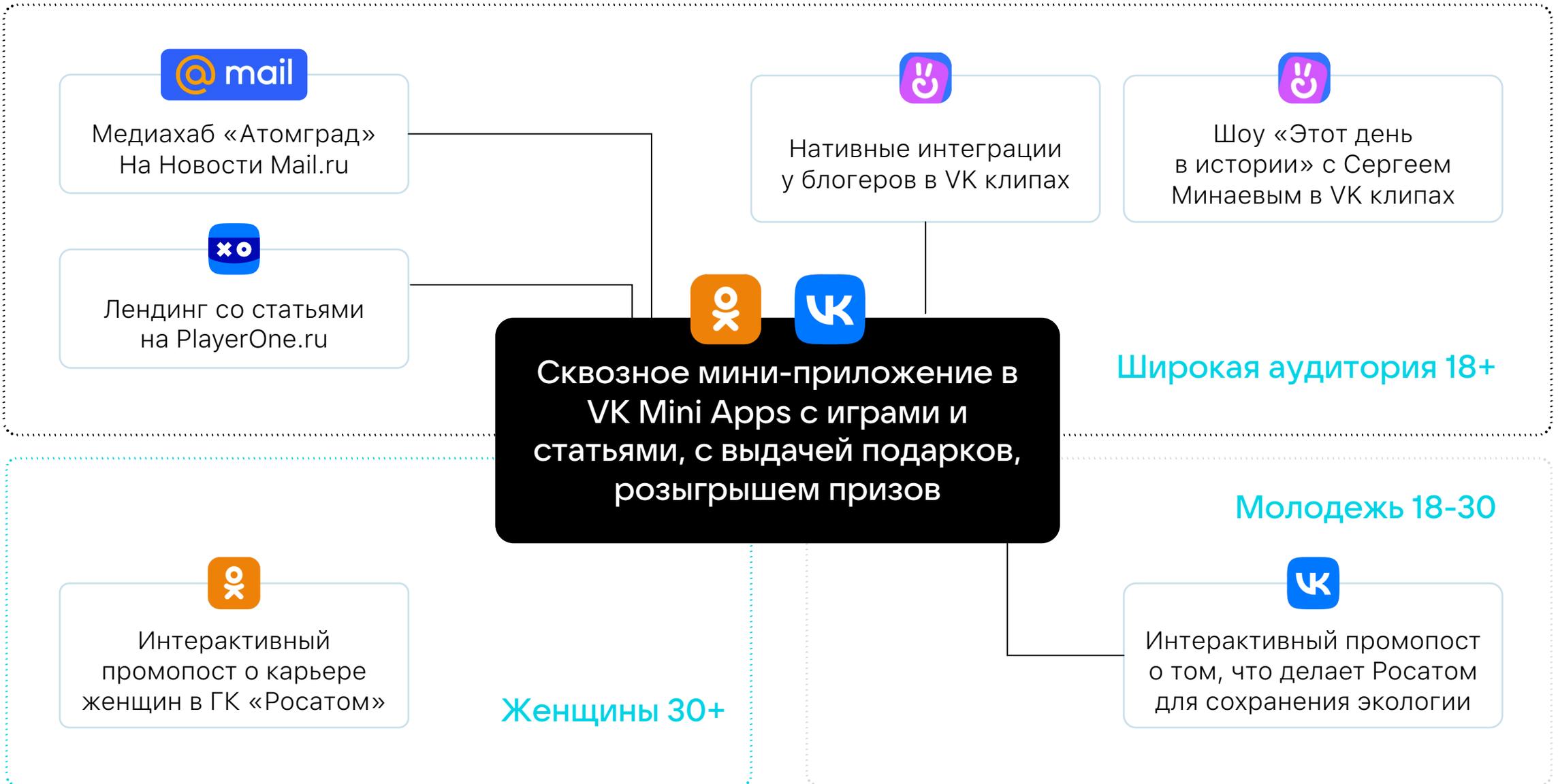


Женщины, возраст 30+
Молодежь, возраст 18-30

Идея

Экосистемный проект в контуре VK

Набор инструментов, подобранных под работу с каждой из целевых аудиторий, и закрывающий различные коммуникационные задачи



Мини-приложение «Росатом 15»

- 1 **Мини-приложение – хаб всего проекта.** Оно объединило игровые механики, контентную часть и вознаграждения:
 - подарки
 - статусы (ВКонтакте)
 - стикеры (ОК)
 - цифровые призы
 - уникальный главный приз: участие в съемках «Что? Где? Когда?»
- 2 **Продвижение медийными инструментами в обеих соцсетях, продуктовыми инструментами в ОК и блогерами в VK Клипах**



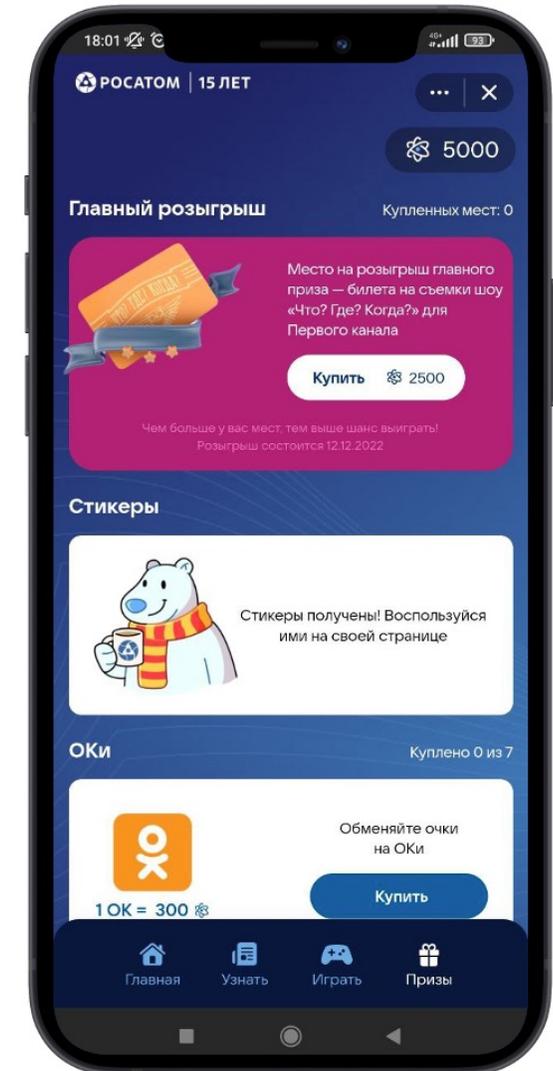
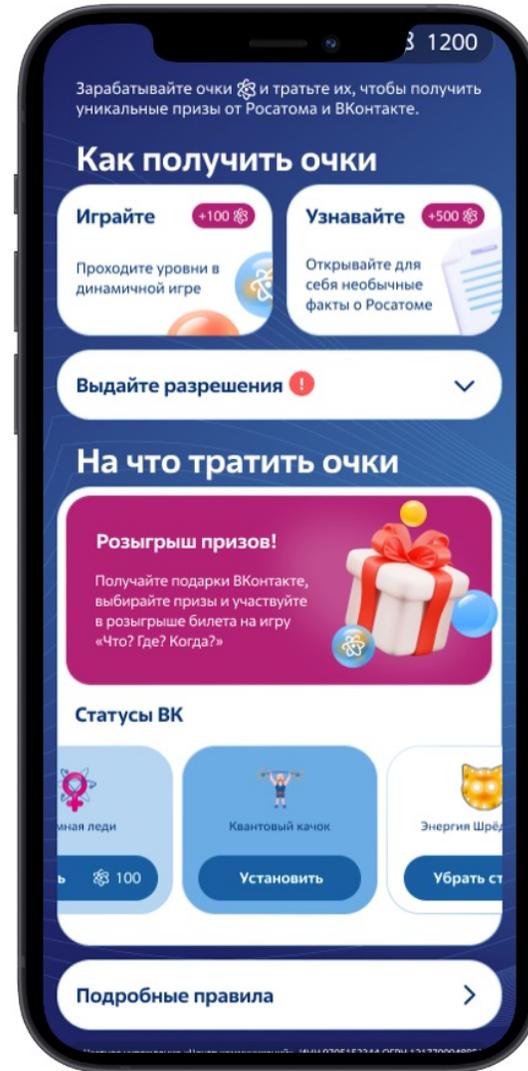
147 тыс.

уникальных пользователей



495 тыс.

уникальных пользователей

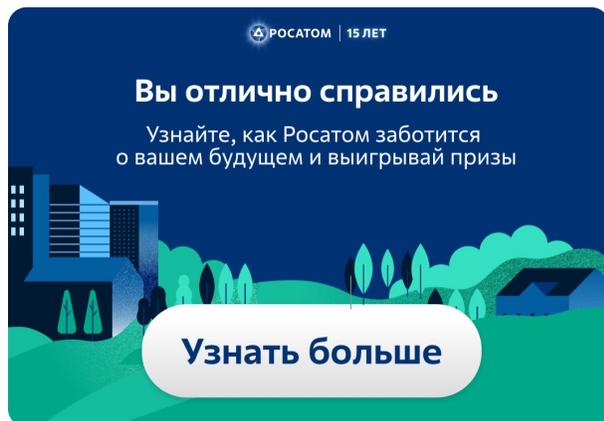


Интерактивные промопосты



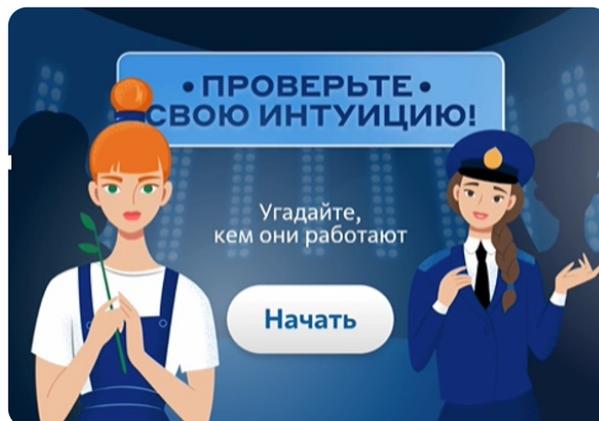
Аудитория: молодежь 18-30

Переход: на мини-приложение ВКонтakte, где пользователи могли узнать больше об экологических инициативах Росатома



Аудитория: женщины 30+

Переход: на карьерный портал Росатома, где рассказывалось о разнообразных возможностях для женщин в Госкорпорации



103к

переходов на карьерный портал ГК «Росатом»

Медиахаб «Атомград» на Новости Mail.ru

- 💡 **Идея проекта:**
на карте города спрятаны кликабельные точки, которые должен найти пользователь. При их активации становятся доступны тексты с интересными фактами о том, как и насколько атомные технологии проникли в повседневную жизнь
- 🗣️ **Вызов:**
объединить одним проектом интересы пользователей с площадок Здоровье, Леди, Дети, Авто, Новости, Hi-Tech
- 📄 **Опубликовано:**
12 статей, 2 диафильма и 2 теста



314к

Уникальных пользователей прочитали статьи на лендинге «Атомград» за весь период проекта



Лендинг на PlayerOne.ru

- 💡 **Идея проекта:**
изучение истории атомной промышленности в целом и достижений ГК «Росатом» в частности
- 📣 **Вызов:**
заинтересовать нестандартную для Росатома аудиторию геймерского ресурса
- ✅ **Реализация:**
временная шкала в верхней части лендинга с основными вехами истории индустрии мирного атома
- ☰ **Опубликовано:** 8 статей

183к

Уникальных пользователей прочитали статьи за весь период проекта

29,5к

Уникальных пользователей посетили лендинг



ТАЙМЛАЙН



2007

Создание госкорпорации

[Подробнее →](#)

2010

Взлуцен второй энергоблок Ростовской АЭС

[← Подробнее](#)



VK Клипы: шоу «Этот день в истории» и нативные интеграции у блогеров

8,6 млн

Просмотров клипов



5,6 млн

Уникальный охват с учетом пересечения аудитории



28

Выпусков шоу с интеграцией бренда



20,8 млн

Просмотров шоу в VK Клипах



18,7 млн

Уникальный охват с учетом пересечения аудитории



Результаты

Общий охват кампании

14+

МИЛЛИОНОВ

уникальных пользователей



Результаты исследования (brand lift)

Исследование показало рост по всем измеряемым параметрам:

1 Знание бренда

2 Осведомленность
о деятельности корпорации

3 Целевые
репутационные KPI

	Аудитория 18+ (вся база респондентов)	Женщины 30+	Аудитория 18-30 лет
Рост знания бренда ГК «Росатом»	+64%	+72%	+124%
Рост знания коммуникации ГК «Росатом»	+206%	+205%	+340%
Рост одобрения использования атомной энергии	+30%	+65%	+54%

Выводы



С помощью цифровых инструментов VK легко доносить до аудитории сложные вещи с помощью простых механик и контентных проектов

01



Подарки и стикеры в соцсетях позволяют привлечь аудиторию в мини-приложение, где они остаются, чтобы играть, читать контент и переходить на другие проекты экосистемы

02



Популярные блогеры в VK Клипах – эффективный инструмент для работы с молодой аудиторией сервиса. Они смогли просто и интересно рассказать о достижениях ГК «Росатома»

03



**VK — место
встречи**