



# SOCIAL KING

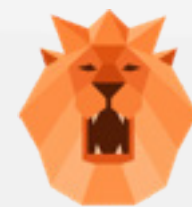
*Все, что вы хотели  
знать о котиках*

SOCIALKING.RU



КСТАТИ

# ЛЬВЫ— САМЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ИЗ КОШАЧЬИХ



СОДЕРЖАНИЕ

О КОМПАНИИ 5 — услуги 6 —

ПРЕИМУЩЕСТВА 7 ☆

КЛИЕНТЫ 8 — ♥ ОТЗЫВЫ 9 —

КЕЙСЫ 11 ✨

КОНТАКТЫ 35

HELLO@SOCIALKING.RU





О КОМПАНИИ

# ЭТО МЫ

---

Не мы назвали себя победителями, нас так назвали. Почему?

Мы безукоризненно выполняем свою работу.

Составляем точный план действий, которому неукоснительно следуем.

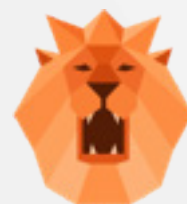
Все четко, качественно, эффективно и без лишних слов.

Нашу компетентность и многолетний опыт давно оценили известные бренды и крупные компании.

И, наконец, мы — слаженная команда.

За годы совместной работы у нас сложилось полное понимание друг друга.

Сильные социальные связи — залог успеха любого сообщества.



услуги

# БОЖЕ, ЧТО МЫ ДЕЛАЕМ

---



## КОММЬЮНИТИ-МЕНЕДЖМЕНТ

---

Стратегия ведения сообществ  
Контент-менеджмент  
Архитектура и визуализация



## МОНИТОРИНГ И АНАЛИТИКА

---

Мониторинг мнений о бренде  
Аналитика поведения аудитории сообществ  
Социальная CRM



## ПРОМО-КАМПАНИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

---

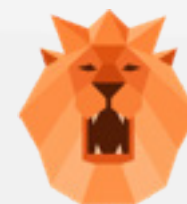
Конкурсы и акции в сообществах  
Промо-приложения  
Комплексные промо-кампании



## ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ

---

Digital Marketing  
Digital Out Of Home  
Геймификация



ПРЕИМУЩЕСТВА

# НАМ НЕ ВСЁ РАВНО



Внутренний  
отдел дизайна

Aa

Опытные штатные  
копирайтеры



Собственные  
программные продукты



Известные эксперты



Комплексный подход



Детальное изучение  
бизнеса клиента

## КЛИЕНТЫ

ЖЕМЧУЖНАЯ•ПЛАЗА

*Юбилейное*

**ТУС**

*Libresse*

**Зинерит®**

**KASPERSKY**

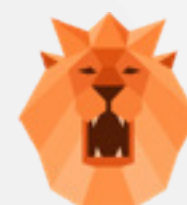
MAYBELLINE  
NEW YORK



Mercedes-Benz

**Gillette**

*always*





ОТЗЫВЫ

# НАС ЛЮБЯТ

---



Команда изначально поставила высокую планку, которой придерживается во всех аспектах своей работы. Наша группа ВКонтакте теперь является предметом нашей гордости. Не отстают от нее и другие сообщества, где к каждой публикации, к каждому участнику найден особый подход. С Social King мы чувствуем себя как за каменной стеной в виртуальном пространстве и уверены, что нашли одного из лучших партнеров по направлению SMM



**КАТЕРИНА ТИМОФЕЕВА**

ДИРЕКТОР ПО МАРКЕТИНГУ ТЦ «ЖЕМЧУЖНАЯ ПЛАЗА»





КЕЙСЫ



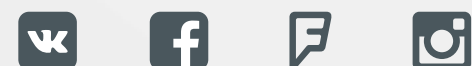


КЕЙСЫ



# ЖЕМЧУЖНАЯ ПЛАЗА

ИНСТРУМЕНТЫ:



КЛИЕНТ:

ЖЕМЧУЖНАЯ ПЛАЗА

СТАТУС:

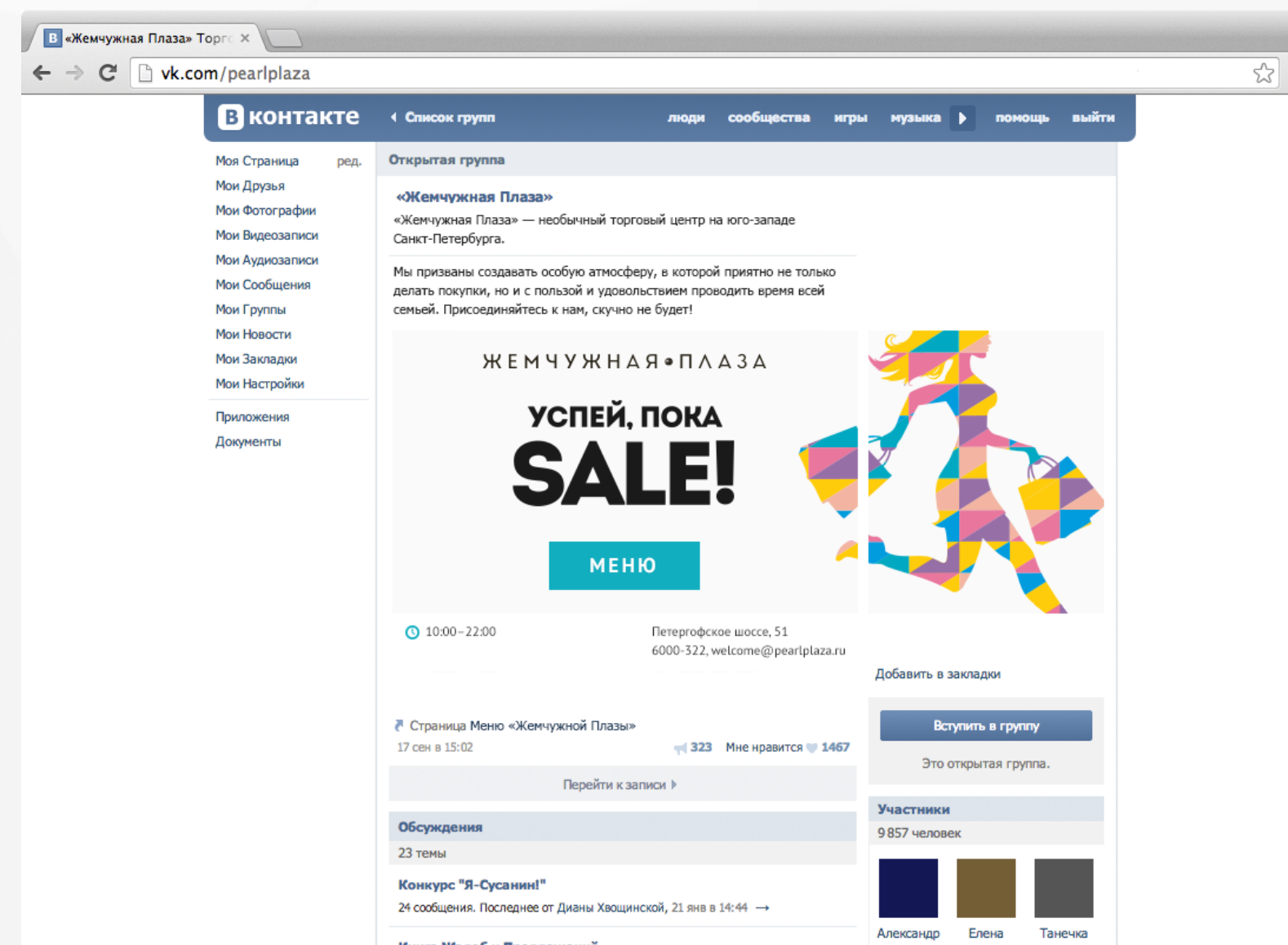
В ПРОЦЕССЕ

**ЗАДАЧА:** Сделать «Жемчужную Плазу» центром притяжения целевых групп аудитории.

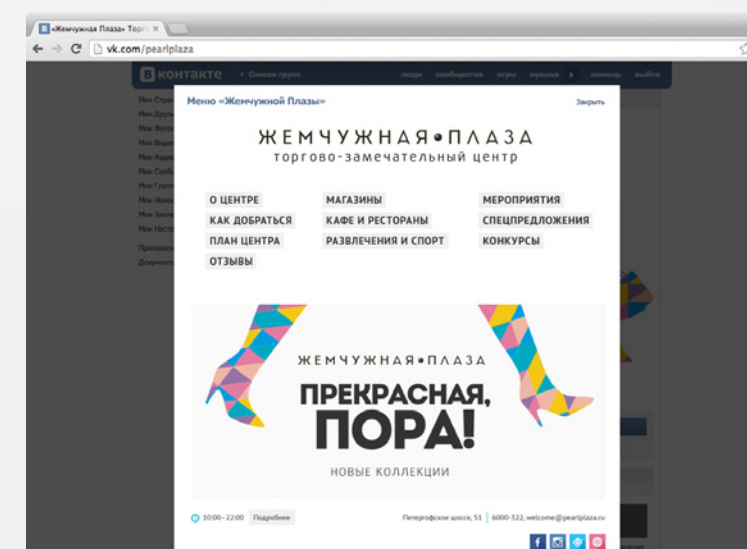
**РЕШЕНИЕ:** Создание сети сообществ с особой атмосферой, где дарят эмоции и удовольствие.

**РЕЗУЛЬТАТ:** До старта кампании площадки выполняли функцию скучной рекламно-новостной ленты, а интерес пользователей сводился к сотням вопросов об открытии тех или иных магазинов, а также потока жалоб.

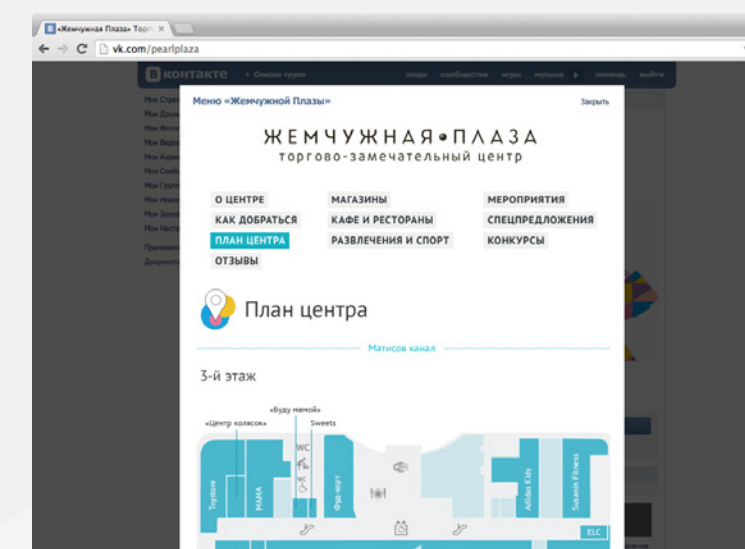
Мы проанализировали множество комментариев пользователей, выявили их основные повадки и разработали стратегию, которая составила 70 листов, содержала детальные характеристики аудитории, планы тренировок, описание стилистики языка, способы и этапы построения сообщества.



Главная страница сообщества ВКонтakte



Страница меню



План центра

## ЖЕМЧУЖНАЯ ПЛАЗА

# 350%

РОСТ УРОВНЯ АКТИВНОСТИ

# 27 000

ЛАЙКОВ В ИНСТАГРАМЕ

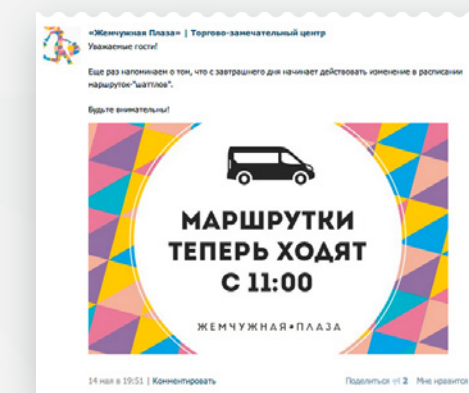
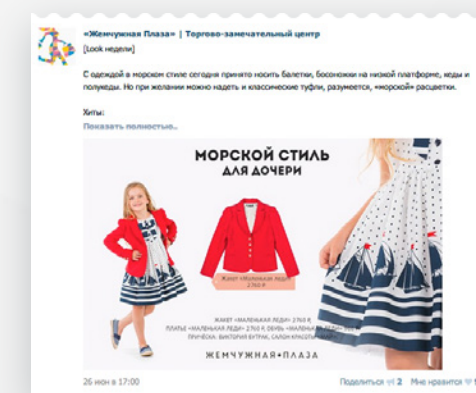
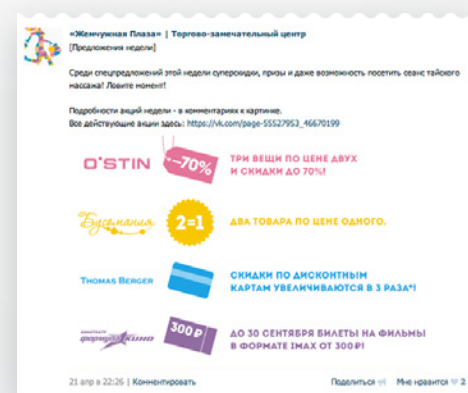
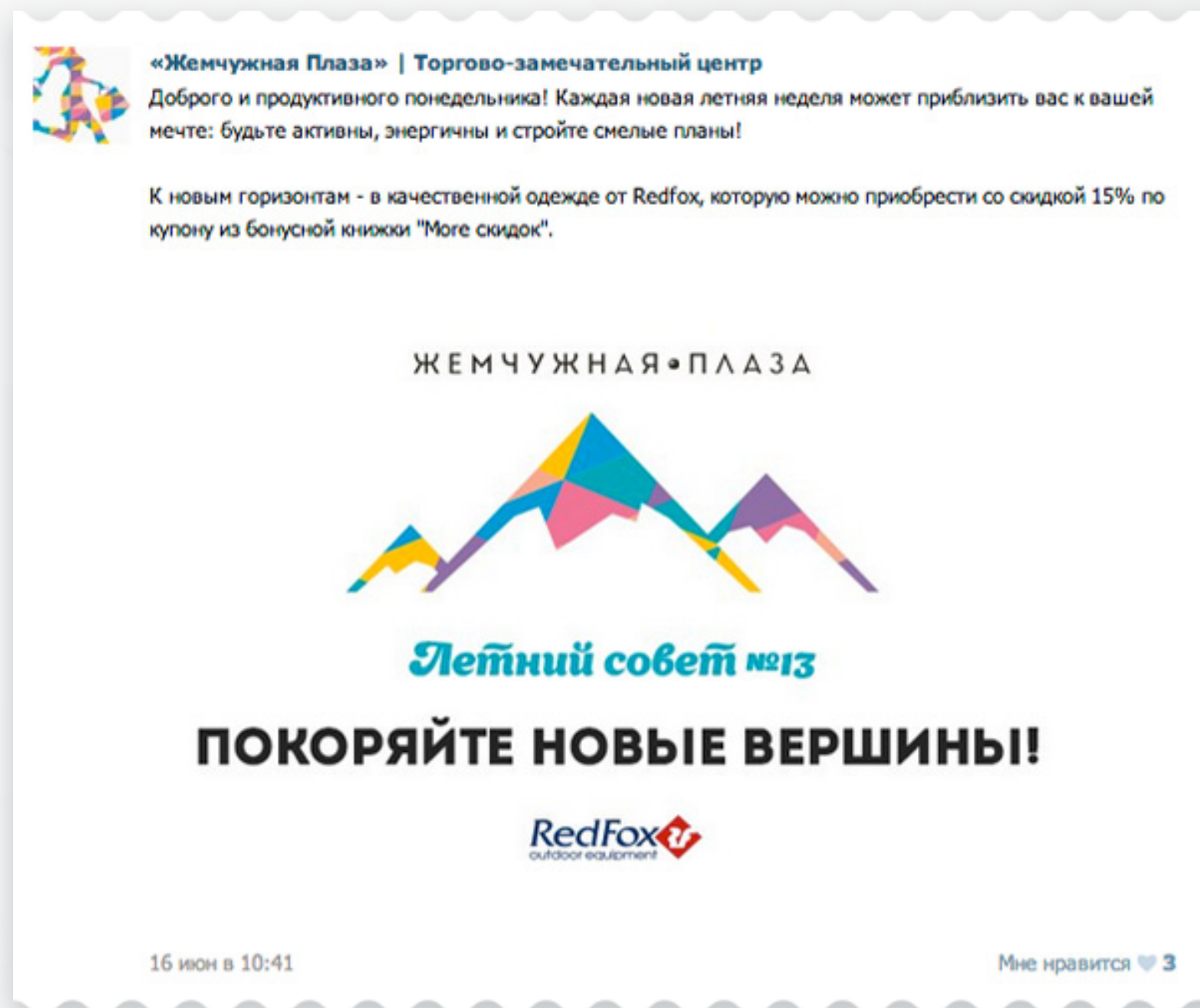
# 1491

ПУБЛИКАЦИЯ ЗА 5 МЕСЯЦЕВ

Для каждой из площадок мы разработали собственную архитектуру, отвечающую техническим требованиям платформ и потребностям посетителей торгового центра. Благодаря удобной навигации и постоянной поддержке сообщества полностью автономны, а пользователям не нужно искать информацию в других источниках. Активность аудитории выросла на 350% за первые 5 месяцев работы.

Стратегия ведения социальных сетей интегрирована в общую маркетинговую стратегию центра, что позволило сократить издержки на продвижение каналов. За период проведения кампании рост уровня вовлечения подписчиков составил более 900% только за счет контента.

Мы придумали и визуализировали различные оригинальные серии публикаций. Так, уникальная промо-кампания «20 летних советов от „Жемчужной Плазы“» для «Книжки специальных предложений» от арендаторов вызвала более 1000 лайков и перепостов.



Примеры публикаций



## ЖЕМЧУЖНАЯ ПЛАЗА



# 125%

РОСТ КОЛИЧЕСТВА ЧЕКИНОВ

# 12 490

УНИКАЛЬНЫХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ТОЧКИ

# 1491

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКАЯ ФОТОГРАФИЯ  
ПО ТЕГУ #ЖЕМЧУЖНАЯПЛАЗА

Дизайн сообществ меняется 4 раза в год согласно временам года, а также под специальные акции и распродажи в центре. Мы разработали шаблоны визуального оформления для различных видов контента, что позволило создать узнаваемый стиль «Жемчужной Плазы».

Усилия были направлены на стимулирование пользовательского контента, что позволило получить более 2500 публикаций по тегу #жемчужнаяплаза только в Инстаграме за первые 6 месяцев работ.

Ах да, еще мы первыми в Петербурге начали стимулировать селфи в уборных. Сотни фотографий! Теперь мы знакомы со своими клиентами близко, как никогда прежде. Это реальный успех.



Акция на Форсквере от одного из арендаторов центра



Селфи в уборных



## КЕЙСЫ

# ЮБИЛЕЙНОЕ УТРЕННЕЕ

ИНСТРУМЕНТЫ:



КЛИЕНТ:

SMARTICA

СТАТУС:

ЗАВЕРШЕН

**ЗАДАЧА:** Продвижение новой продуктовой линейки традиционного печенья «Юбилейное Утреннее».

**РЕШЕНИЕ:** конкурсное приложение «Банк Энергии» и утренние сообщества.

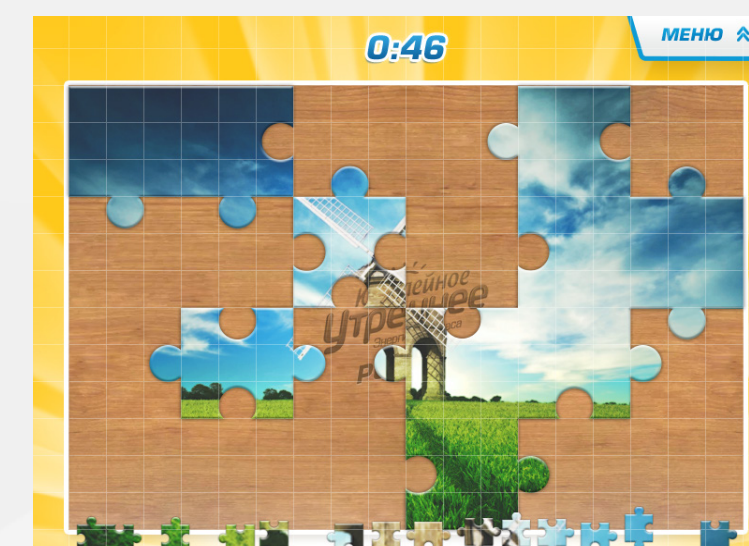
**РЕЗУЛЬТАТ:** Любимое несколькими поколениями россиян печенье нуждалось в обновлении имиджа среди молодой аудитории. Мы создали яркую группу и приложение для проведения конкурсов с ценными актуальными призами. «Банк Энергии» постоянно пополнялся новыми мини-играми для удержания внимания пользователей и привлечения новых.



Главный экран приложения



Сбор ингредиентов



Пазл





ЮБИЛЕЙНОЕ УТРЕННЕЕ

10 МЕС

СРОК ДЕЙСТВИЯ ПРИЛОЖЕНИЯ

4 ЧАСА

ЗАРЯД ЭНЕРГИИ ОТ ПЕЧЕНЬЯ

297 КГ

ПЕЧЕНЬЯ МЫ СЪЕЛИ ВО ВРЕМЯ  
РАБОТЫ НАД ПРОЕКТОМ

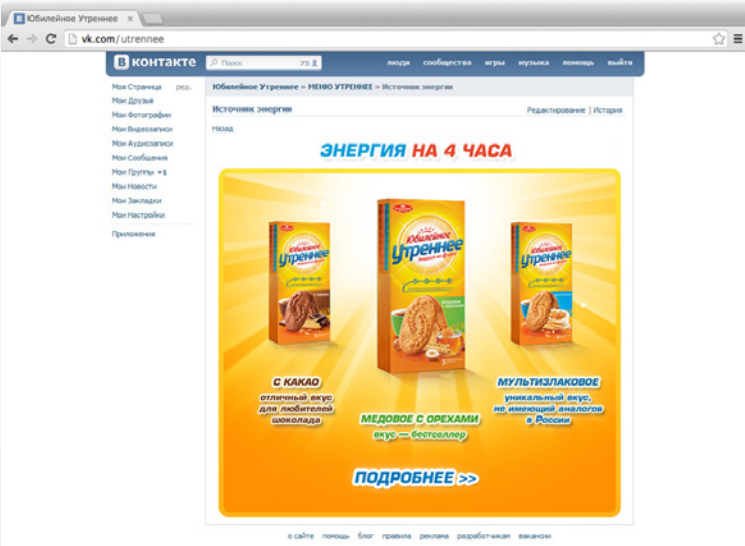
Участники получали энергию для игры, зарегистрировав промокод с упаковки печенья. Интеграция онлайн и офлайн активностей позволила успешно донести ключевое сообщение кампании — «Юбилейное Утреннее» заряжает энергией. За 10 месяцев участники собирали пазлы, играли в тетрис, готовили и соревновались с друзьями в приготовлении вкусных и полезных завтраков.

Интерактивная группа мотивировала пользователей успевать делать больше, составляя списки дел на ближайшие 4 часа и выполняя их.

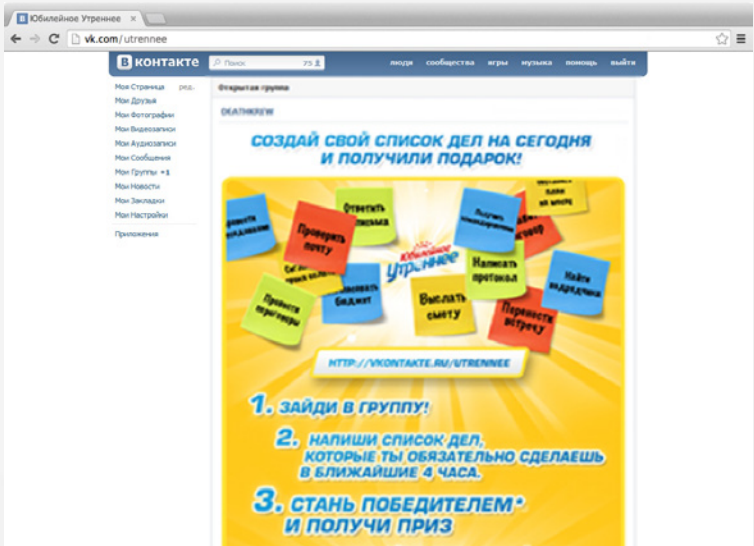
В общем, «Юбилейное утреннее» давало все, чтобы оставаться в тонусе!



Главная страница сообщества ВКонтakte



Внутренняя страница



Страница конкурса



## КЕЙСЫ

# TUC

ИНСТРУМЕНТЫ:



КЛИЕНТ:

SMARTICA

СТАТУС:

ЗАВЕРШЕН

**ЗАДАЧА:** Продвижение продуктовой линейки снеков «TUC»

**РЕШЕНИЕ:** Представительство бренда с приложением — виртуальным видеошоу «Голод».

**РЕЗУЛЬТАТ:** В течение 5 дней 15 участников шоу находились в помещении, оборудованном онлайн-камерами. Они получали различные задания от пользователей приложения «Игры с голодом». Например, участникам предлагалось упаковать себя в чемодан, выпить без помощи рук целую упаковку сока или удержать 50 маринованных помидоров одновременно.



Приложение



TUC

# И ШОУ

ИНТЕРАКТИВНОЕ ВИРТУАЛЬНОЕ  
ШОУ «ГОЛОД»

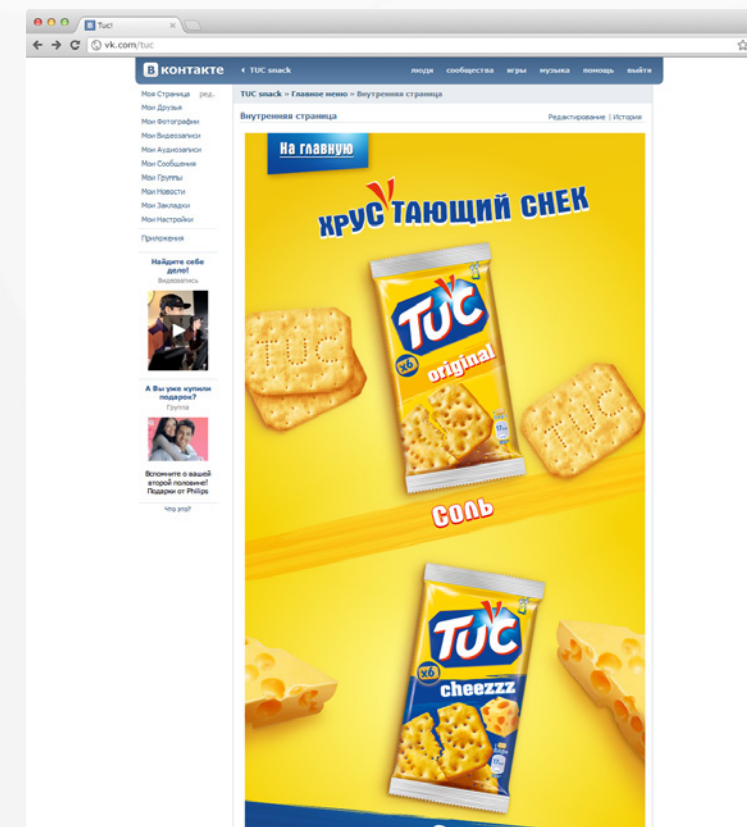
300%

НАСТОЛЬКО ВИРУСНЫЙ ЭФФЕКТ  
ПРЕВЫСИЛ ОЖИДАНИЯ

Одним из героев был, собственно, «Голод». Он появлялся в самый неподходящий момент, мешая участникам выполнять задания. В ходе выполнения задания зрители могли проголосовать и «Кинуть TUC», тем самым расправившись с Голодом, или выбрать опцию «Не кидать TUC» и продолжать следить за тем, как «Голод» мешает участниками шоу.

Предложенная игровая механика оказалась супер эффективной с точки зрения вовлеченности пользователей: в среднем каждый увидел более 70% страниц приложения, более 80% пользователей приняли участие в голосовании за задания других, каждый пятый прислал свое задание и каждый шестой боролся с голодом, кидая TUC.

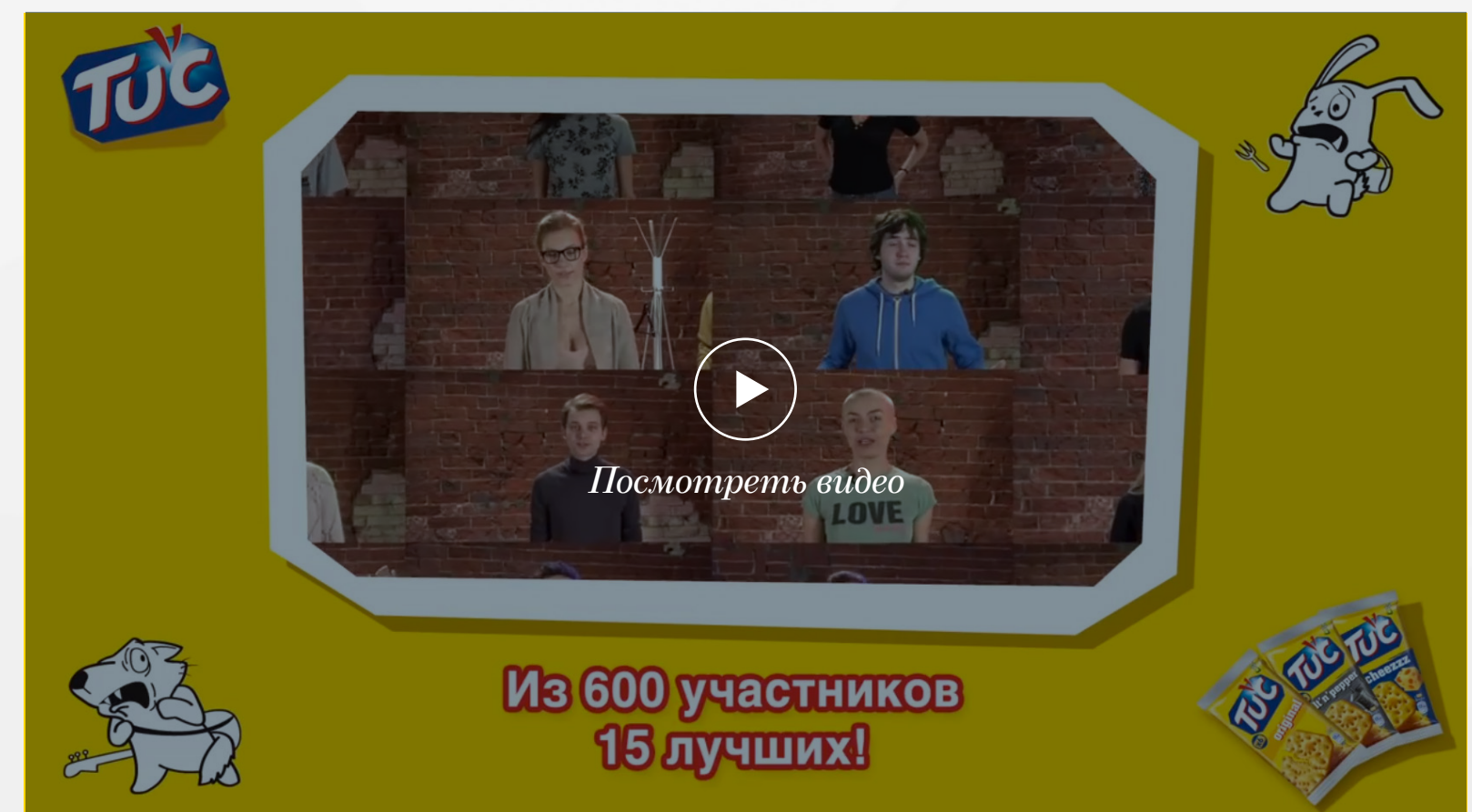
Высокая активность пользователей привела к росту популярности приложения: в период акции приложение «Игры с голодом» находилось в топ 150 самых популярных приложений VK и было одним из самых быстрорастущих коммерческих приложений (согласно рейтингу Appdata).



Страница сообщества



Раздел конкурса



Ролик о шоу





# ЗИНЕРИТ

ИНСТРУМЕНТЫ:



КЛИЕНТ:

CATZWOLF

СТАТУС:

ЗАВЕРШЕН

**ЗАДАЧА:** Создание образа современного и эффективного препарата среди подростков.

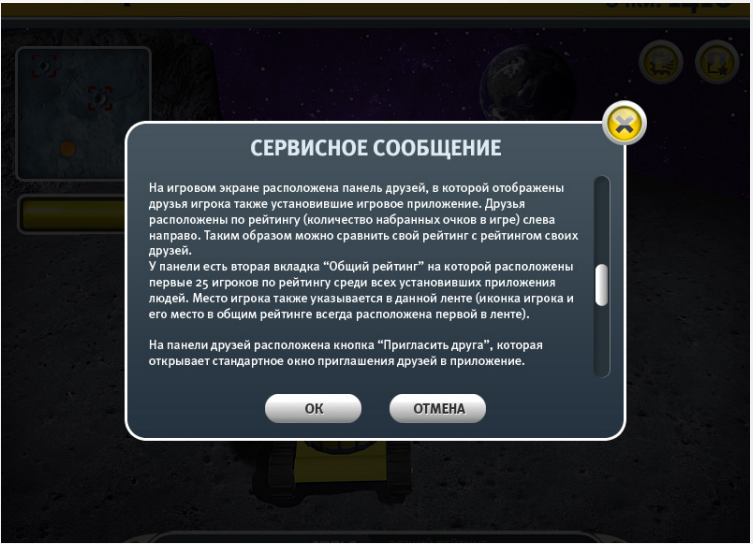
**РЕШЕНИЕ:** 3D-аркада, где пользователю необходимо исследовать Луну и уничтожать кратеры, плюс автономная группа.

**РЕЗУЛЬТАТ:** Брендированная группа с расширенной навигацией позволяла получить всю необходимую информацию о препарате. Подросток в простой и понятной форме узнавал о причинах появления акне и способах лечения. При необходимости он мог обратиться к эксперту и получить индивидуальную консультацию.

Убедиться в эффективности продукта позволяло игровое приложение, где пользователь уничтожал лунные кратеры, управляя луноходом. Также легко и непринужденно подростки справлялись с акне благодаря «Зинериту».



Игровые скриншоты





КЕЙСЫ

# LIBRESSE

ИНСТРУМЕНТЫ:



СТАТУС:

ЗАВЕРШЕН

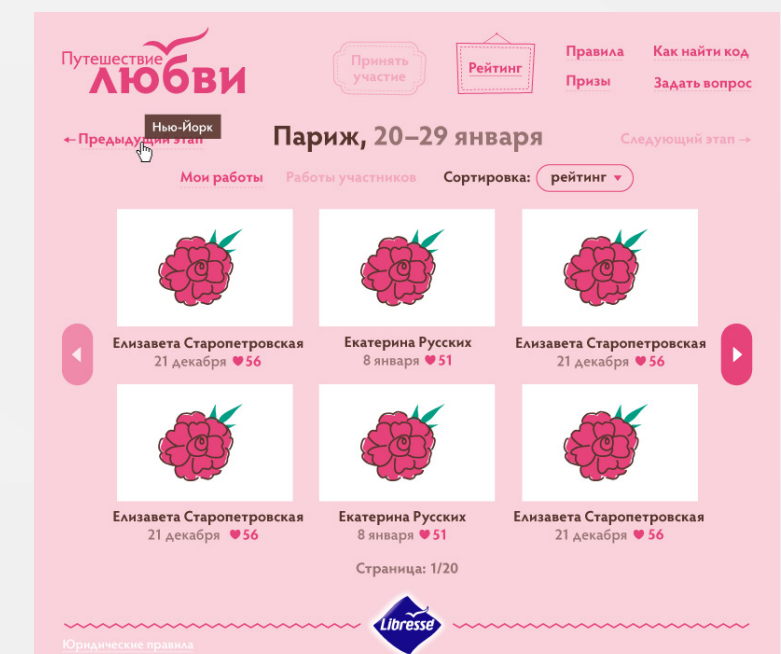
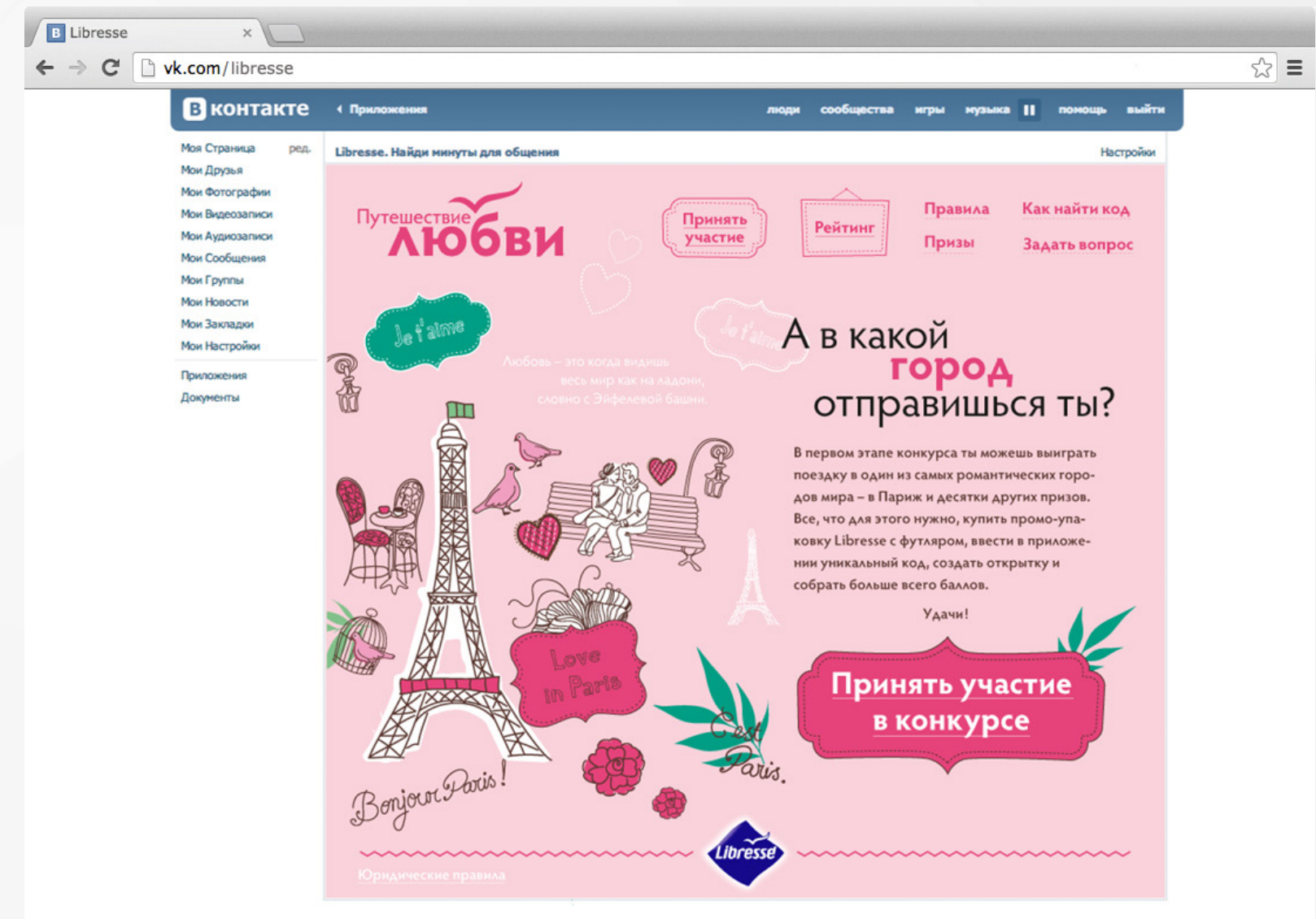
КЛИЕНТ:

SMARTICA

**ЗАДАЧА:** Повышение лояльности женской аудитории 18–25 лет.

**РЕШЕНИЕ:** Конкурсное промо-приложение ВКонтакте.

**РЕЗУЛЬТАТ:** Популярное конкурсное приложение, которое помогло девушкам исполнить свои мечты о романтическом путешествии! Каждую неделю участницы показывали свои работы и одна счастливица ехала в город мечты — Лондон, Нью-Йорк, Париж, Амстердам, Венеция, Москва. Самые желанные столицы мира!



LIBRESSE

53 000

УЧАСТНИЦ

258 000

УСТАНОВОК

6

ПУТЕВОК

МОСКВА

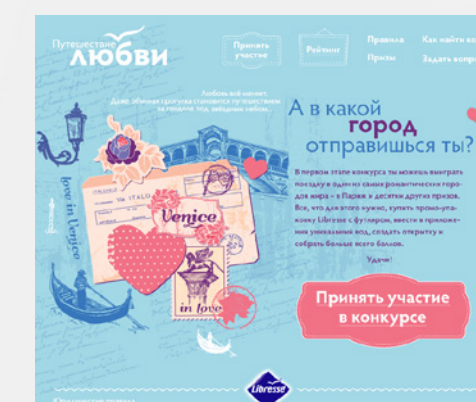
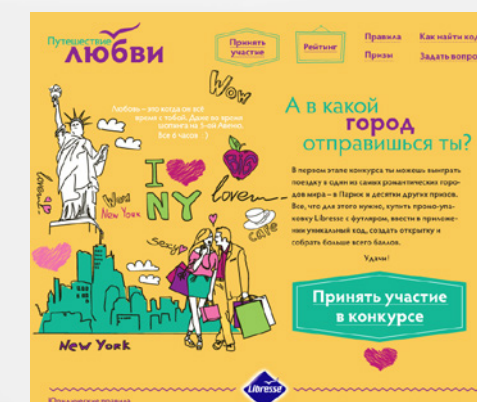
САМЫЙ НЕПОПУЛЯРНЫЙ ГОРОД

За лирикой скрывается многоступенчатая система взаимодействия с пользователями. В рамках кампании была выпущена серия товара со специальными стикерами акции, содержащими код для участия. Приложение содержало конструктор открыток, где можно было менять фон, добавлять различные графические элементы, музыку и любовное послание. Участницы отправляли открытки близким, могли поделиться ими у себя на стене, приглашать друзей и вступать в группу Libresse — за каждое действие они получали баллы.

Да что там баллы, каждую неделю сбывалась чья-то мечта!



Для каждого этапа был создана отдельная графическая оболочка





## КЕЙСЫ

# PEUGEOT

ИНСТРУМЕНТЫ:



КЛИЕНТ:

ООТВ

СТАТУС:

ЗАВЕРШЕН

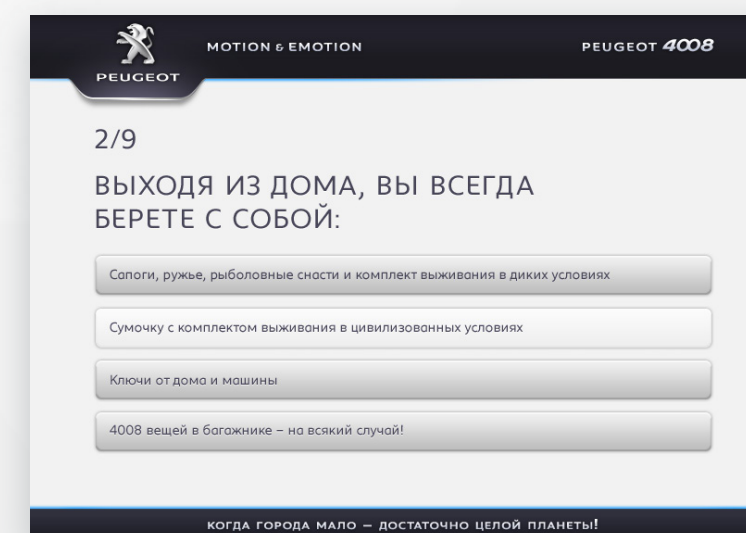
**ЗАДАЧА:** Продвижение нового Peugeot 4008.

**РЕШЕНИЕ:** Промо-приложение к запуску новой модели.

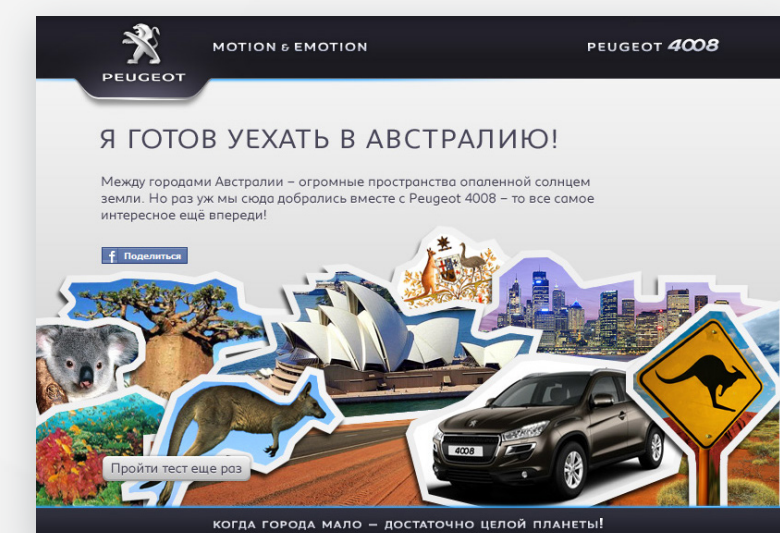
**РЕЗУЛЬТАТ:** Приложение анализирует профиль пользователя и предлагает пройти тест Emotion Tour. На основании данных создается визуализация его интересов с использованием личных фотографий, а также советом, где лучше провести отпуск и какой автомобиль из модельного ряда подходит именно ему. Яркое приложение позволяет поделиться впечатлением с друзьями и создает прочную эмоциональную связь с брендом.



Главный экран приложения



Вопросы



Финал



КЕЙСЫ

# MERCEDES-BENZ

ИНСТРУМЕНТЫ:



КЛИЕНТ:

ООО ТВ

СТАТУС:

ЗАВЕРШЕН

**ЗАДАЧА:** Создание представительства Mercedes-Benz.

**РЕШЕНИЕ:** Автономное сообщество.

**РЕЗУЛЬТАТ:** Создание представительства компании с расширенным меню позволяет дать пользователю всю информацию о бренде в удобном формате.



Mercedes-Benz



Машины

Рождение технического совершенства  
S-Класс с новыми двигателями V6 (306 л.с.) и V8 (435 л.с.)



Mercedes-Benz S-класс — фламанская серия  
представительских автомобилей Немецкой марки

> Share this photo

> Website



Рождение

Демонстрируя два  
полностью заново  
разработанных бензиновых  
двигателя с  
непосредственным  
впрыском, V6 и V8

> Website

Ремонт



Воплощая стремление к  
превосходству

> Подробнее

125! лет



Для марки «Мерседес-Бенц»  
2011 год ознаменован  
125-летним юбилеем

> Подробнее

Успей поймать



Для марки «Мерседес-Бенц»  
2011 год ознаменован  
125-летним юбилеем

> Подробнее



КЕЙСЫ

# GILLETTE

ИНСТРУМЕНТЫ:



КЛИЕНТ:

КСАН

СТАТУС:

ЗАВЕРШЕН,  
НЕ НАЧАВШИСЬ

**ЗАДАЧА:** Продвижение новой линейки Gillette Fusion.

**РЕШЕНИЕ:** Игровое приложение.

**РЕЗУЛЬТАТ:** Приложение, где пользователь может попробовать различные лезвия Gillette на персонаже. Побрить необходимо максимально быстро и аккуратно — пользователь на практике проверяет эффективность новой бритвы.

Концепт не был реализован, но мы его очень любим.



Главный экран приложения



Вступление



Результат :-)



## КЕЙСЫ



# LEGO

ИНСТРУМЕНТЫ:



КЛИЕНТ:

RED KEDS

СТАТУС:

ЗАВЕРШЕН

**ЗАДАЧА:** Проведение новогодней промо-кампании.

**РЕШЕНИЕ:** Игровое приложение для детей.

**РЕЗУЛЬТАТ:** Новогоднее приложение для детей с базой конструкторов. Юные участники могут выбрать понравившийся конструктор и заключить «соглашение» с родителями, чтобы получить его в подарок. Участник выбирает задание из списка или придумывает себе новое, отправляя его маме, папе, бабушке или дедушке. Родители получали письмо от ребенка с описанием обещания и желаемым подарком, а также списком, где можно приобрести конструктор.



Главный экран приложения

Меню



Выбор



КЕЙСЫ



# INTEL — ШКОЛА БУДУЩЕГО

ИНСТРУМЕНТЫ:

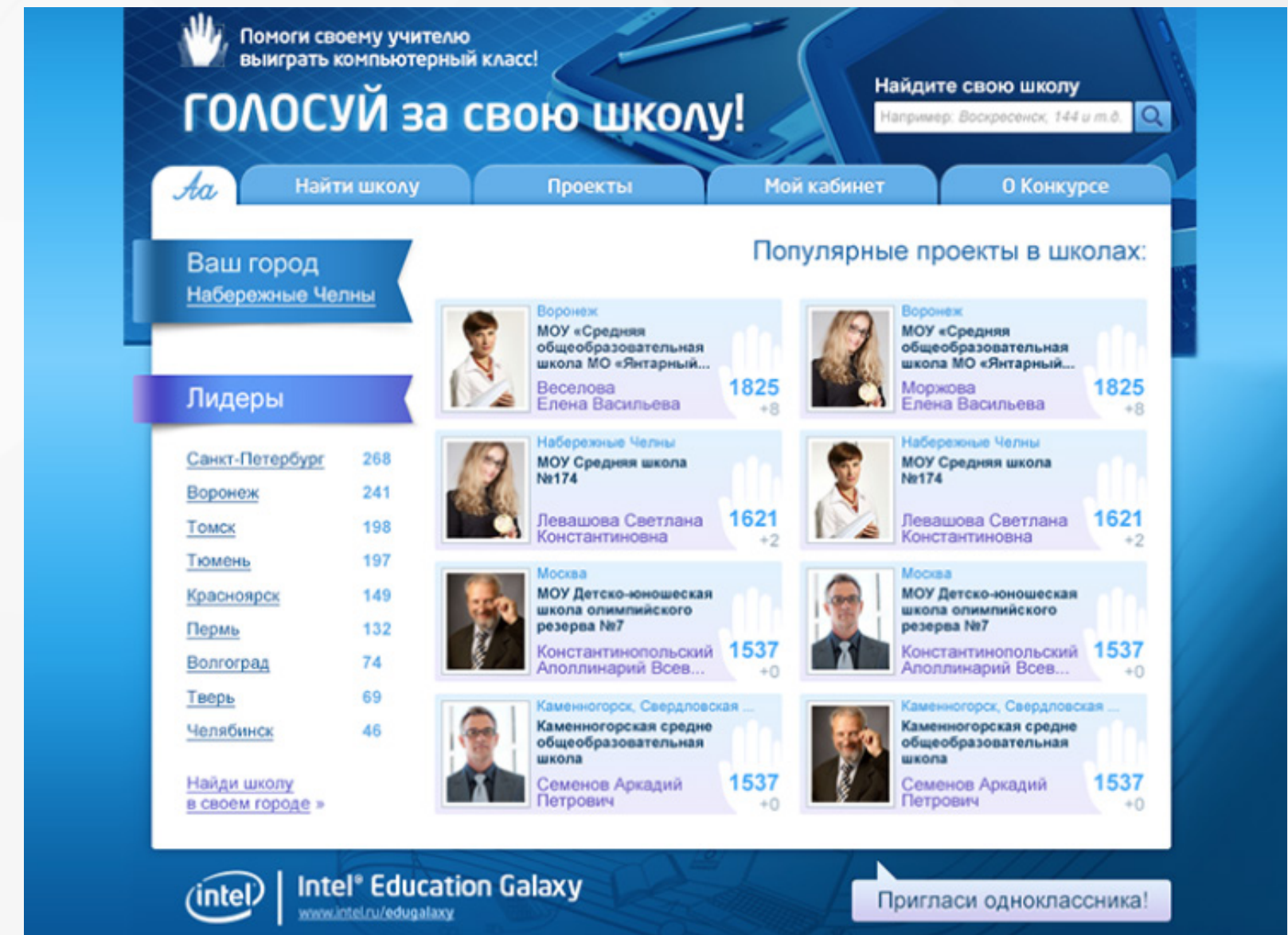


КЛИЕНТ:

SKCG

СТАТУС:

ЗАВЕРШЕН



Главный экран приложения

ЗАДАЧА: Продвижение социального проекта.

РЕШЕНИЕ: Конкурсное приложение.

РЕЗУЛЬТАТ: Конкурс проектов «Школа будущего вместе с Intel» по созданию образовательной среды «1 учебник: 1 компьютер» среди общеобразовательных школ России. Приложение позволяет педагогам и ученикам внести вклад в улучшение своей школы, приняв участие в голосовании.



Вступление



Процесс

## КЕЙСЫ



# INTEL — УЧЕНЫЕ И ИЗОБРЕТАТЕЛИ РОССИИ

ИНСТРУМЕНТЫ:

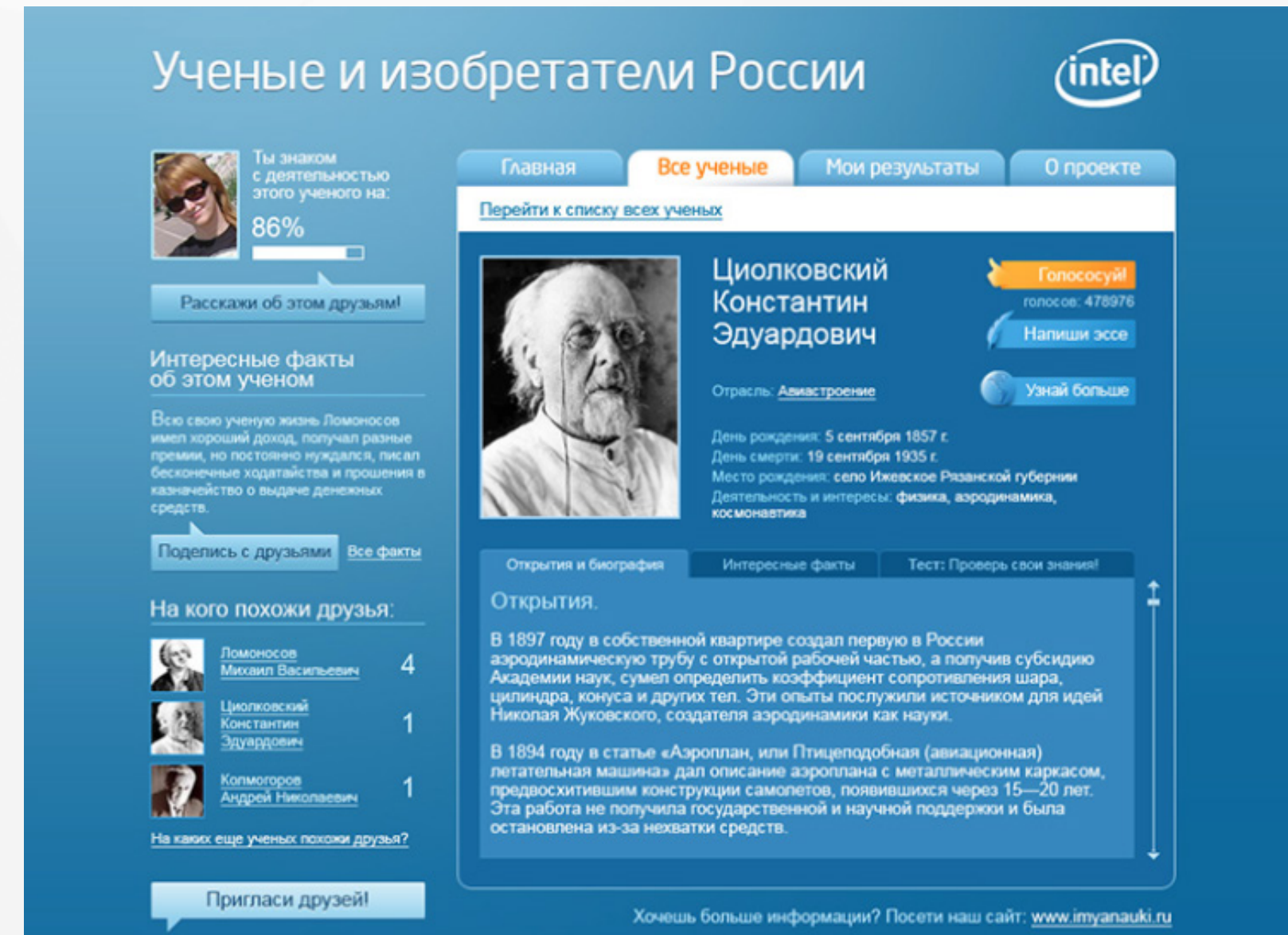


КЛИЕНТ:

SKCG

СТАТУС:

ЗАВЕРШЕН

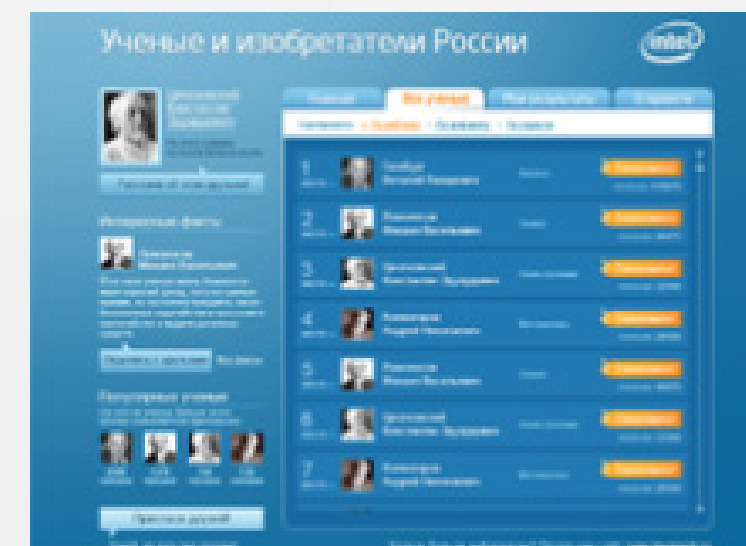


Главный экран приложения

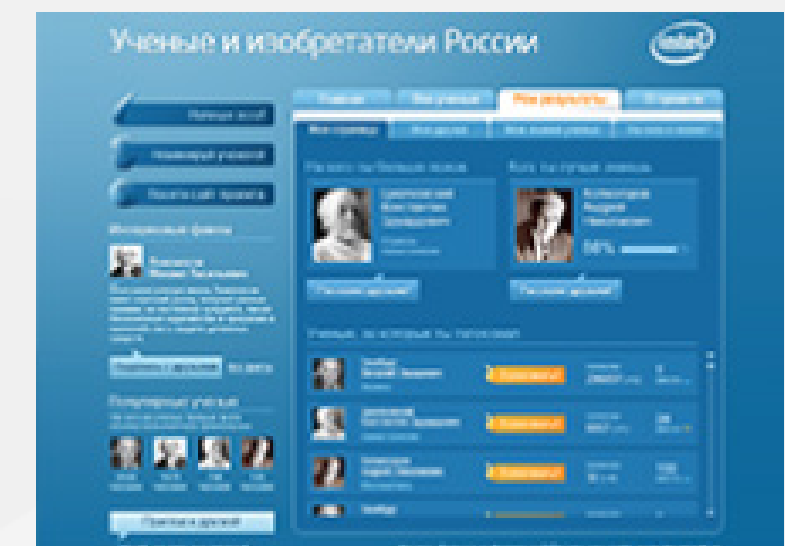
ЗАДАЧА: Продвижение социального проекта.

РЕШЕНИЕ: Обучающее приложение.

РЕЗУЛЬТАТ: Открытый научно-популярный проект для всех, кому интересна история развития отечественных естественных и точных наук. Удобное обучающее приложение, которое дает возможность узнать об известных ученых, поделиться фактами с друзьями и проверить свои знания, пройдя тест.



Список ученых



Результаты



КЕЙСЫ

# AMBI PUR

ИНСТРУМЕНТЫ:

YouTube

КЛИЕНТ:

SMARTICA

СТАТУС:

ЗАВЕРШЕН

ЗАДАЧА: Продвижение эксперимента Ambi Pur.

РЕШЕНИЕ: Специальный проект на Youtube.

РЕЗУЛЬТАТ: Разработка специального дизайна для Youtube-канала бренда о борьбе с неприятными запахами. В серии роликов «Эксперимент» приняли участие азербайджанские спортсмены по борьбе, с запахом которых предстояло справиться воздухоочистителям. В ролике ставится эксперимент – почувствуют ли люди с закрытыми глазами запах азербайджанских борцов, которые дерутся перед ними, если воспользоваться Ambi Pur. Оказалось, что женщины вместо запаха пота чувствуют запах цветов и фруктов.

Добавление расширенного функционала позволило создать полноценное представительство бренда и стимулировать пользовательский контент.



## КЕЙСЫ



# ALWAYS

ИНСТРУМЕНТЫ:



КЛИЕНТ:

**AFFECT**

СТАТУС:

**ЗАВЕРШЕН**

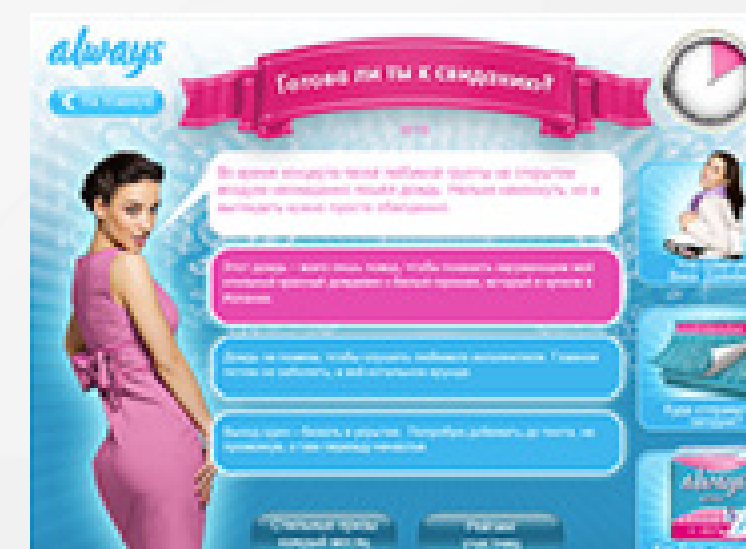


Главный экран приложения

**ЗАДАЧА:** Поддержка промо-кампании с Викторией Дайнеко.

**РЕШЕНИЕ:** Функциональное приложение VK с конкурсами.

**РЕЗУЛЬТАТ:** Брендованное приложение, где девушки могут найти все необходимое, чтобы чувствовать себя уверенно: советы, примеры, календари и конкурсы. Открытый рейтинг мотивирует участниц набирать как можно больше баллов для получения призов.



Вопросы



КЕЙСЫ

MAYBELLINE

ИНСТРУМЕНТЫ:



КЛИЕНТ:

ООТВ

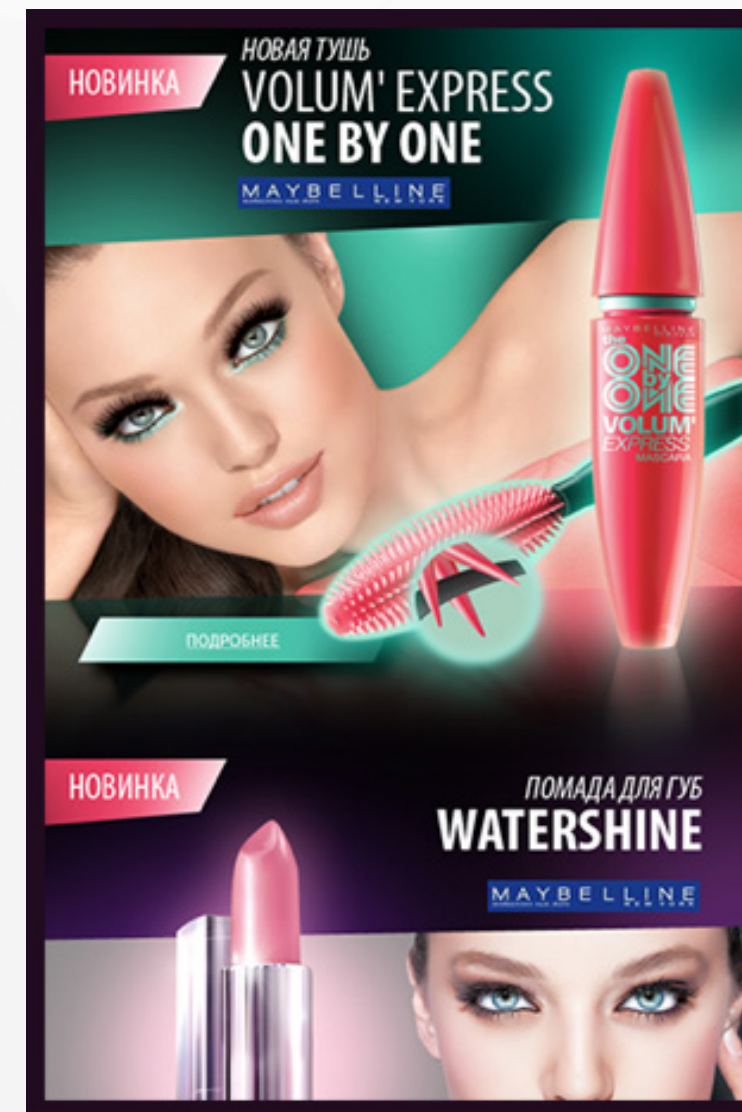
СТАТУС:

ЗАВЕРШЕН

ЗАДАЧА: Поддержка сообществ бренда.

РЕШЕНИЕ: Сообщества с расширенным меню.

РЕЗУЛЬТАТ: Оформление русского представительства популярного косметического бренда, ежемесячное обновление дизайна в соответствии с новинками сезона.



Главная



Раздел



Главная опросника



Опросник

## КЕЙСЫ



# СЛУЖБА КРОВИ — Я ДОНОР

ИНСТРУМЕНТЫ:



КЛИЕНТ:

SOCIALIST

СТАТУС:

ЗАВЕРШЕН

**ЗАДАЧА:** Поддержка социальной программы.

**РЕШЕНИЕ:** Создание приложения для популяризации донорства.

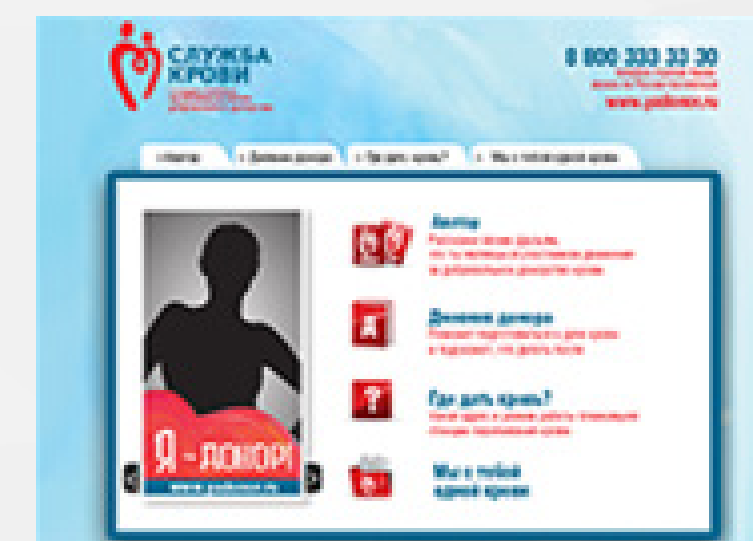
**РЕЗУЛЬТАТ:** Приложение разработано в поддержку государственной программы развития добровольного донорства. Пользователь может быстро заполнить анкету на донорство и посмотреть адреса пунктов приема, спланировать следующую сдачу крови. Заполнив заявку, пользователь может создать специальную аватару «Я Донор», подчеркнув свой особый статус среди друзей.



Дневник донора



Информационный прелоадер



Конструктор аватара



КЕЙСЫ



# АНДРОИД ГИД

ИНСТРУМЕНТЫ:



КЛИЕНТ:

**SOCIALIST**

СТАТУС:

**ЗАВЕРШЕН**

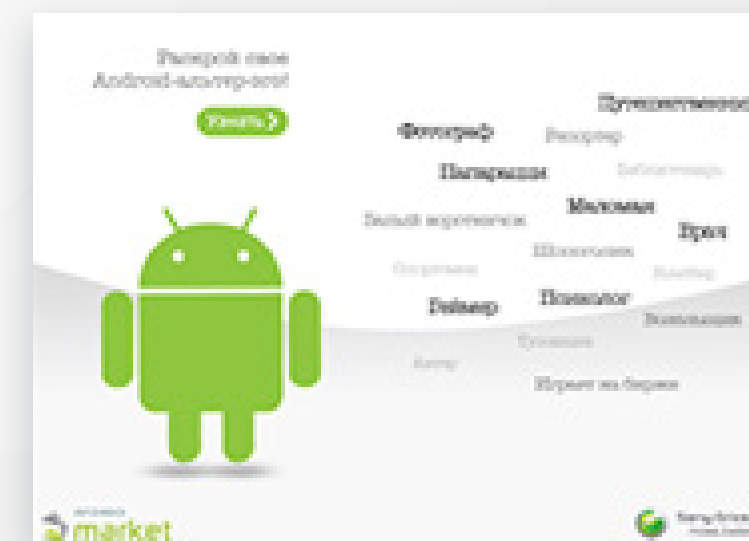
**ЗАДАЧА:** Продвижение новой модели смартфона Sony Ericsson.

**РЕШЕНИЕ:** Создание функционального приложения.

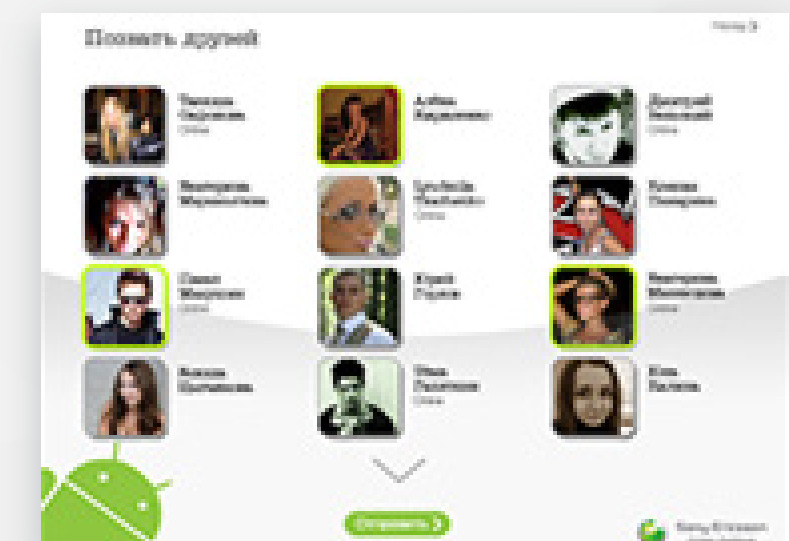
**РЕЗУЛЬТАТ:** Приложение анализирует профайл пользователя в социальной сети: его группы, увлечения, возраст и подобное. После этого специальный алгоритм обрабатывает информацию и выдаёт список приложений для телефона, которые должны быть интересны и полезны для пользователя.



Страница рекомендаций



Альтер-эго



Приглашение друзей

КЕЙСЫ

# KERASTASE

ИНСТРУМЕНТЫ:



КЛИЕНТ:

360D

СТАТУС:

ЗАВЕРШЕН

**ЗАДАЧА:** Продвижение новой линейки средств по уходу за волосами Kerastase.

**РЕШЕНИЕ:** Создание приложения для промо-активаций.

**РЕЗУЛЬТАТ:** Приложение, которое позволяет получить подарочный сертификат при покупке продукта. Сертификат создается автоматически при регистрации секретного кода с упаковки, что позволяет пользователю быстро получить желанный приз, а компании — сэкономить время на обработку заявок.



Страница получения сертификата



Сертификат



КЕЙСЫ



# НУ И ГАДЖЕТЫ

ИНСТРУМЕНТЫ:



КЛИЕНТ:

KASPERSKY LAB

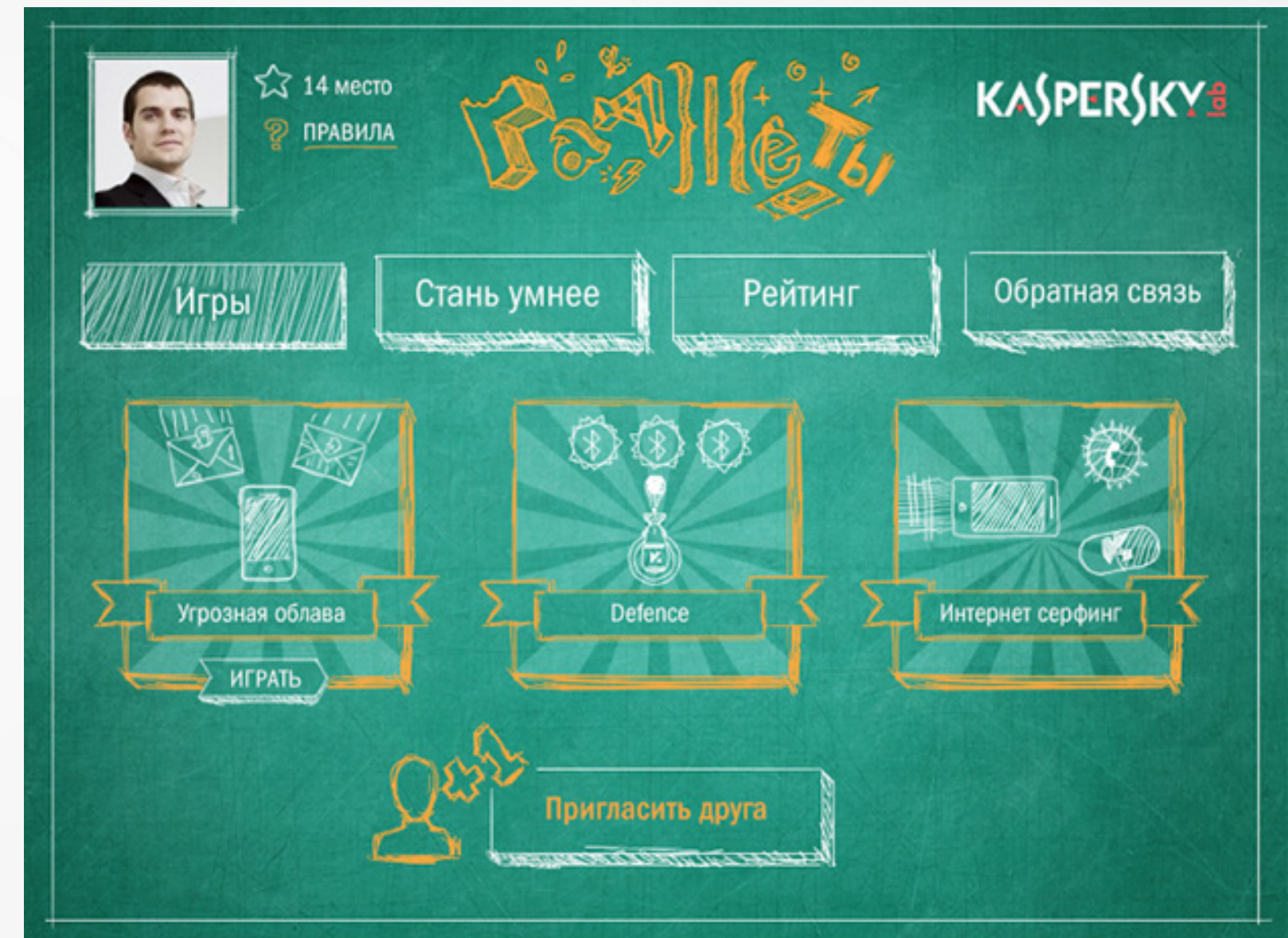
СТАТУС:

ЗАВЕРШЕН

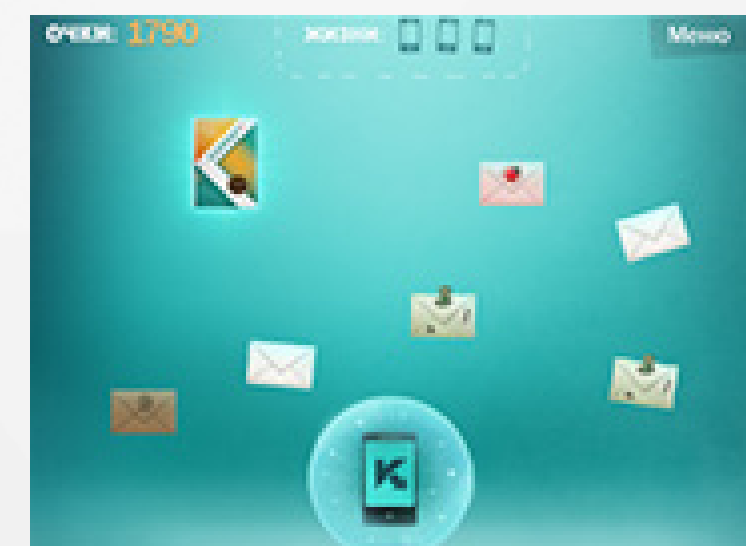
**ЗАДАЧА:** Продвижение нового мобильного антивируса.

**РЕШЕНИЕ:** Обучающее игровое приложение.

**РЕЗУЛЬТАТ:** Конкурсное приложение для нового продукта — мобильного антивируса. В доступном игровом формате пользователи узнают об опасностях, которые могут подстергивать их смартфоны. Серия игр обучает борьбе с вредоносными программами при помощи Антивируса Касперского.



Главное меню



Игра про вредоносные письма



Лабиринт

КЕЙСЫ



# ПОЖЕЛАЙ И ПОКУПАЙ

ИНСТРУМЕНТЫ:



КЛИЕНТ:

WISHOP

СТАТУС:

ЗАВЕРШЕН

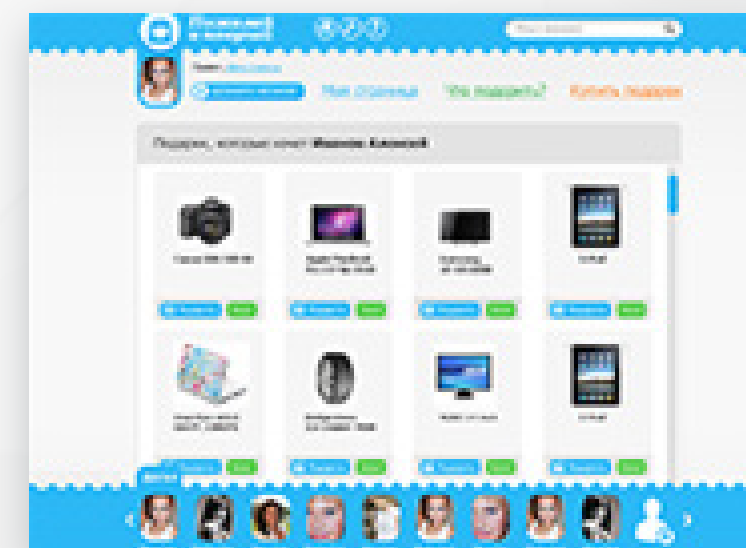
**ЗАДАЧА:** Разработка приложения-магазина.

**РЕШЕНИЕ:** Приложение с возможностью формирования списков желаний и совершения покупок.

**РЕЗУЛЬТАТ:** Магазин желаний, где пользователь имеет возможность составить список желаний и получать выгодные приложения от магазинов. Совершить покупку можно непосредственно из приложения. Удобная система для поиска подарков друзьям и выгодного шоппинга.



Главная страница



Каталог



Карточка товара



КОНТАКТЫ

# МЫ БЛИЗКО

---

В СЕТИ:

[SOCIALKING.RU](http://SOCIALKING.RU)



ПИШИТЕ НАМ:

[HELLO@SOCIALKING.RU](mailto:HELLO@SOCIALKING.RU)

