



**Инновационный маркетинг
в онлайн-ритейле.**

**Интерактивный проект
«Эльдорадо – это Я!»
igra.eldorado.ru**

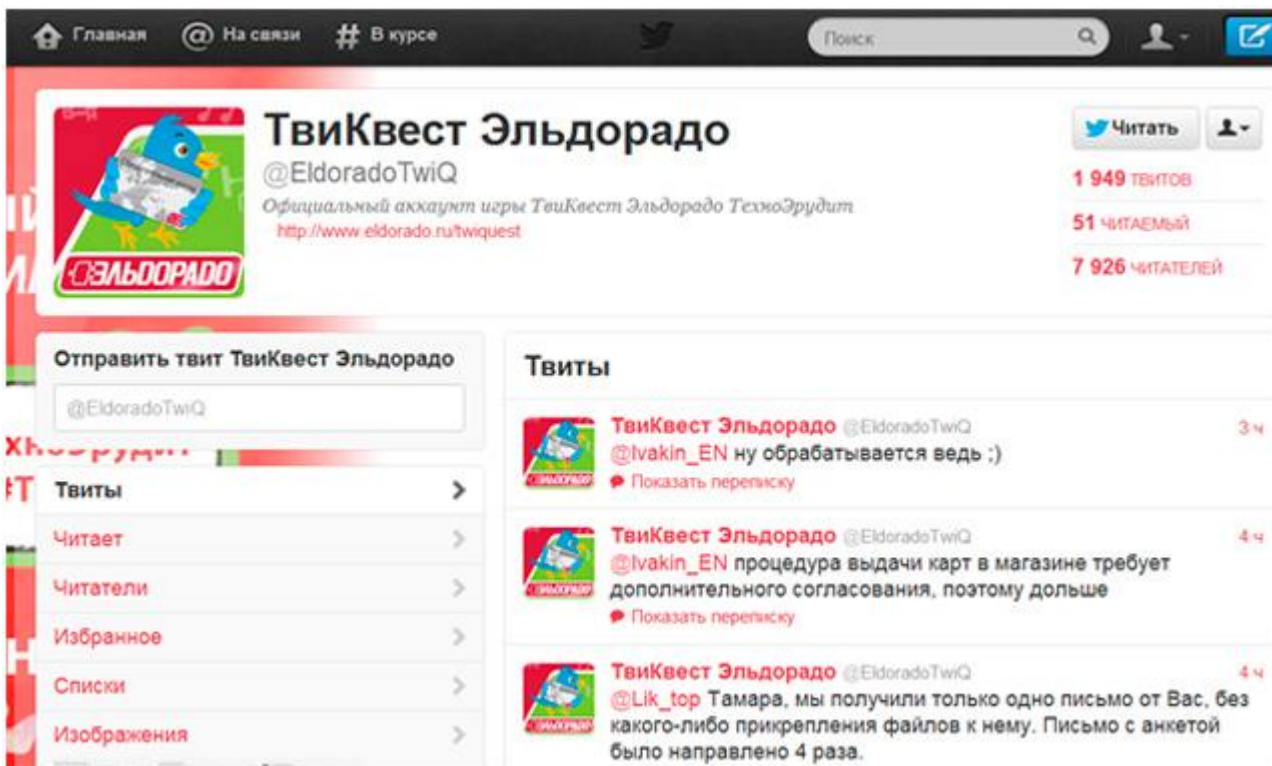
Елена Кузнецова

Октябрь 2014

Геймификация. Начало. Интеграция с Twitter

В 2012 году прошли две волны TwitterQuest в формате online-игры.
Подобная активность была реализована впервые в мире!

Тематические акции о футболе и бытовой технике **позволили** привлечь широкий круг активных игроков и **увеличить аудиторию** официального аккаунта компании в Twitter (@Eldorado_stores) **в четыре раза**.



Твиквест – это уникальная механика интеграции с социальной сетью Twitter и создания автоматической интерактивной игровой платформы, открытой для всех пользователей.



Геймификация: задачи и механика

Задачи:

- ✓ Имидж среди ЦА
- ✓ Привлечение новой онлайн-аудитории
- ✓ Накопление базы активных клиентов
- ✓ Продажи акционного товара ИМ

Механика:

- Игры располагаются в специально созданной директории: **igra.eldorado.ru**.
- Промо-страница содержит правила и текущую игру, на которую действует акция.
- Прошедшие игры доступны в архиве, в них можно играть, но результат не учитывается, о чем игроков предупреждают в начале игры.
- Игроки набирают определенное количество баллов, которое соответствует скидке: 5%, 7% или 10%.
- После прохождения игры пользователь оставляет свой e-mail, куда ему приходит индивидуальный купон со скидкой в ИМ и правила покупки.
- Сроки действия купона ограничены, товар определяется акционным списком.

Часть первая: «Ловкий Я!»

*«Почувствуй себя полноценным участником процессов современного ритейла, выступая на стороне **продавца**...»*



Фантазия на тему популярных игр «Тетрис» и «Lines».

Задача игрока – оперативно доставить клиентам нужный товар, не допуская его скопления на «складе».

Часть вторая: «Зомбастики»

«Почувствуй себя полноценным участником процессов современного ритейла, выступая на стороне... покупателя!»



Новогодняя весёлая распродажа-аркада с элементами триллера.

В зале «Зомби-Морозы», при касании которых персонаж теряет скорость и бдительность. На помощь придет обаятельная продавец-консультант в костюме Снегурочки.

Часть третья: «Пленных не брать!»

«Почувствуй себя полноценным участником процессов современного ритейла, выступая на стороне... мужской или женской команды покупателей!»



По многочисленным просьбам - **shooter**, игра индивидуальная и командная. За отведенное для каждого уровня время необходимо поразить лучом кассового сканера противника.

Часть четвертая: «Кошкины VS Мышки»

«Почувствуй себя полноценным участником процессов современного ритейла, выступая на стороне... защитника складского комплекса!»

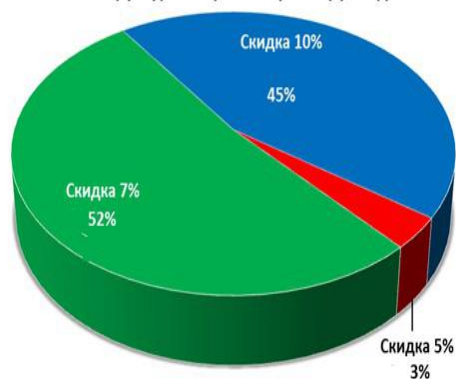


Новая игра – новый жанр: **Tower Defense!**

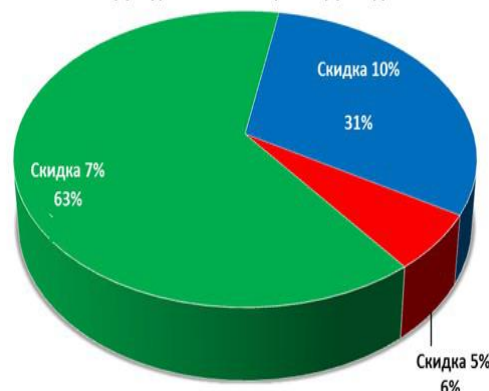
Семья Кошкиных (персонажи Васи Ложкина, специально созданные для «Э»), отбивает нападения противников-грызунов, которые пытаются похитить со склада коробки с техникой.

Предварительные результаты проекта

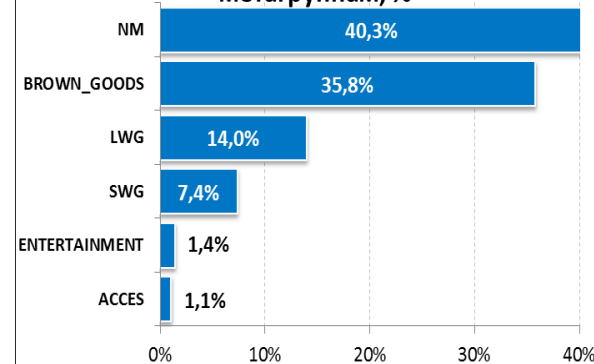
Структура оборота по размеру скидки



Структура заказов по размеру скидки

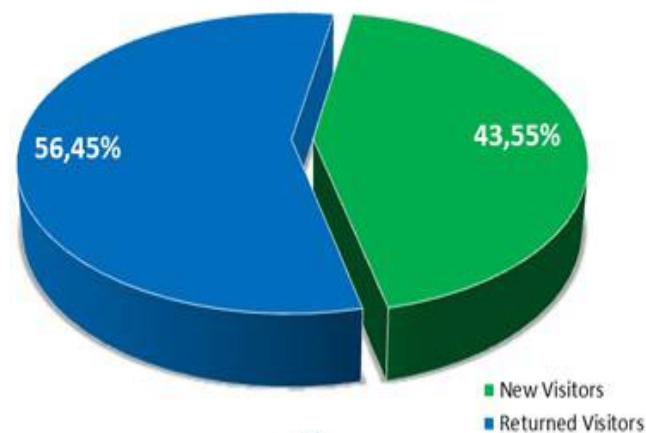


Структура выручки промо заказов по метабродам, %



- Оборот по играм в интернет-магазине - более **700 млн. руб.**
- Коэффициент конверсии по промо **заметно выше** сопоставимого значения прочих кампаний, превышая их величину **почти в 3 раза**;
- Средний чек превышает обычный показатель **в 3-4 раза**;
- По акции было привлечено **43,55%** новых клиентов, при этом стандартная доля новых клиентов составляет примерно **1/3** посетивших интернет-страницу клиентов.
- Наибольшую долю в сумме промо-заказов имели **NM и BG.**

Доля новых клиентов по игре



Спасибо!



Елена Кузнецова

Руководитель по интернет-коммуникациям
«Эльдорадо»

Elena.Kuznetsova@Eldorado.ru