askona

Новогодний забег с Askona

от игровой воронки
к росту продаж



Askona – крупнейший в России и СНГ вертикально-интегрированный производитель и ритейлер товаров для дома и здорового сна.

Мы – эксперты в области здорового сна с 35-летим опытом создания сильных брендов и продуктов. День за днем мы работаем для того, чтобы каждую ночь наши клиенты погружались в здоровый сон, набираясь сил для новых свершений.

Мы контролируем качество на всех этапах: от собственной R&Dлаборатории и высокотехнологичного производства до омниканальной розницы и отлаженной логистики.

askona

Как это работало:

Вовлечение

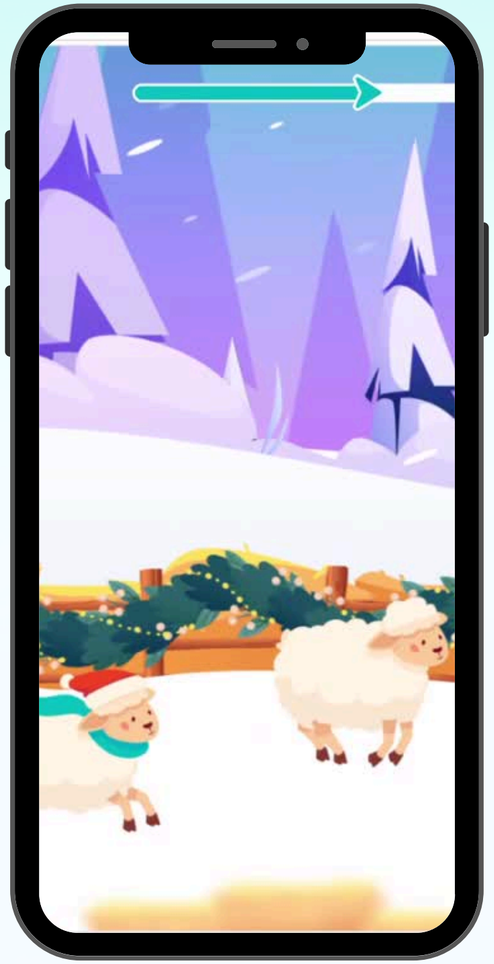
Клиент запускает быструю и понятную игру «Новогодний забег». Механика разработана так, чтобы удерживать внимание пользователя без перегрузки лишними правилами.

Легитимный захват данных

Для сохранения результатов и получения награды игрок оставляет контакты. Система автоматически логирует согласия и мгновенно обогащает профиль клиента в CDP.

Моментальный коммерческий триггер

В качестве награды пользователю начисляются праздничные 300 бонусов. Главная фишка — ими можно воспользоваться сразу же, но с существующим ограничением на списание, которое стимулирует собирать большую корзину.



askona

Цель кампании—

Превратить сезонный интерес в управляемый жизненный цикл клиента.

Привлечь **внимание** пользователей в период пиковой сезонной конкуренции

Обеспечить **юридическую чистоту** при сборе данных и согласий

Создать **ценность** с помощью бонусов и дать триггер для возврата

Связать игровую активность с реальными **заказами и выручкой**



askona

Целевая вовлеченность:

Каждый третий посетитель запускал игру, а конверсия из старта в финал составила 85,3%.



механика не просто развлекала, а вела пользователя по воронке к целевому действию

askona

Геймификация как точка входа в жизненный цикл клиента

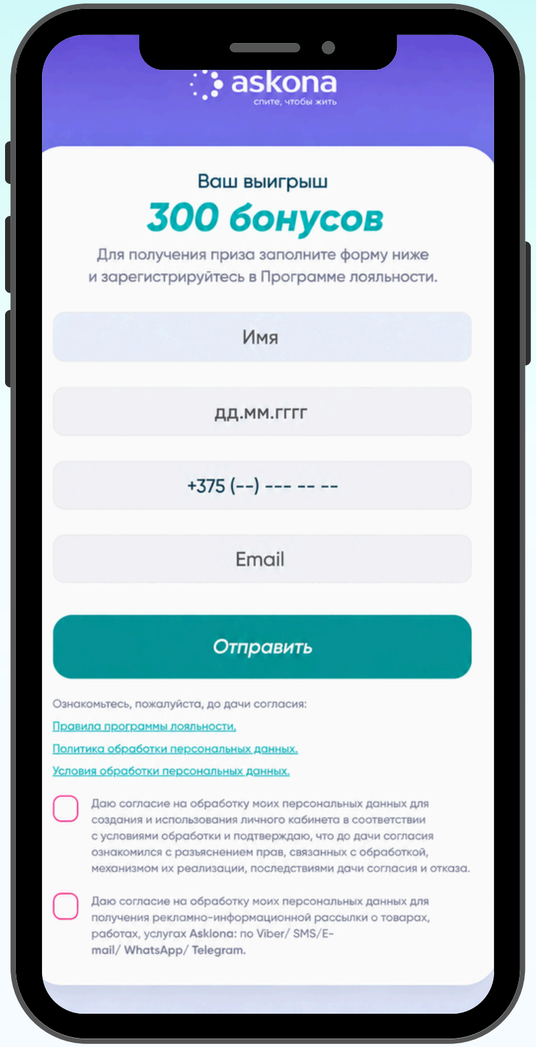
Игра стала не просто разовой активацией, а инструментом перевода аудитории в долгосрочные и управляемые коммуникации



Легитимный сбор персональных данных

Сбор персональных данных и согласий был заложен напрямую в архитектуру игры, а не добавлен мелким шрифтом в сносках

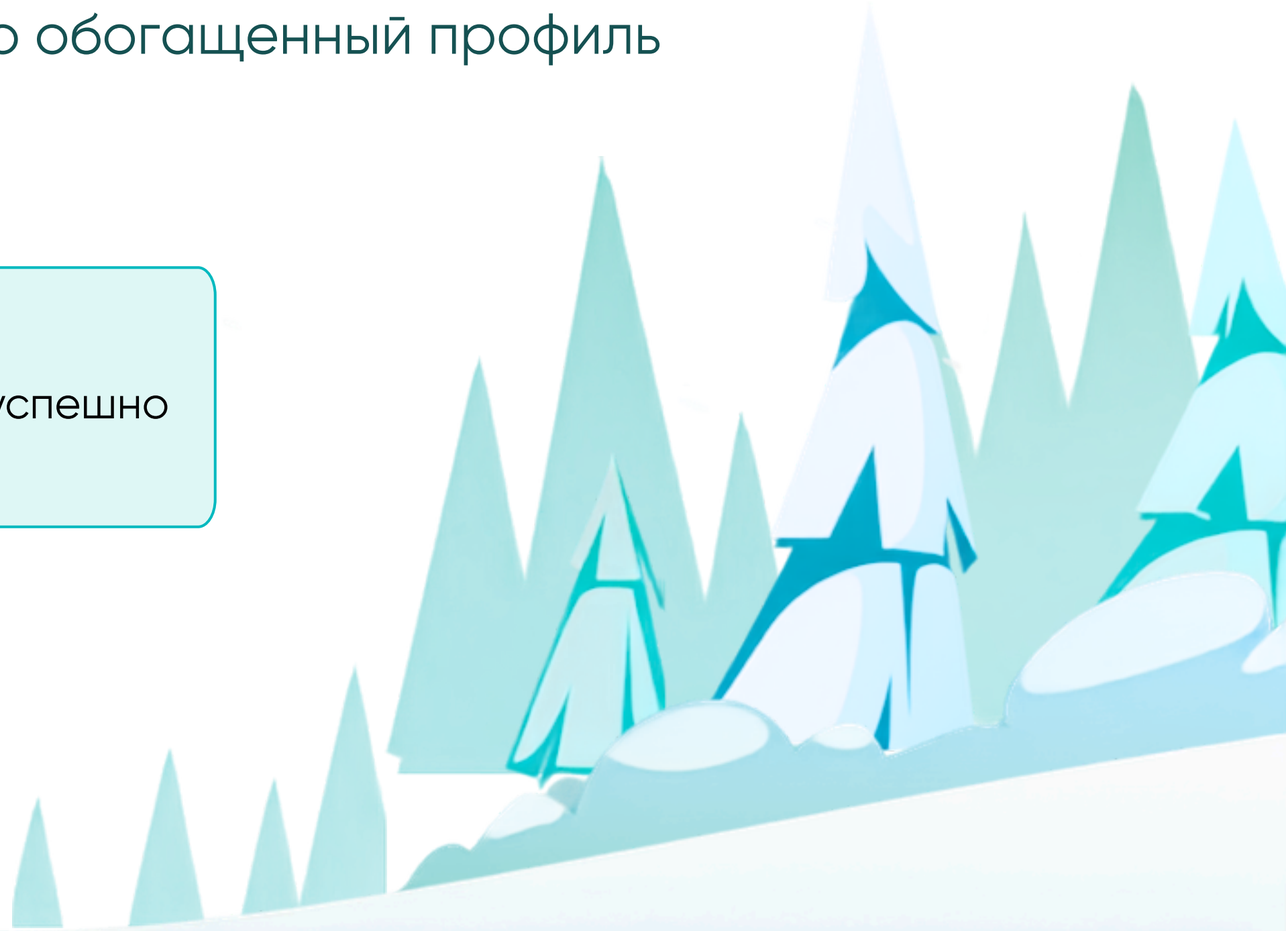
1. Идентификация пользователя
2. Обогащение клиентского профиля
3. Раздельный сбор согласий
4. Фиксация согласий и логирование данных



Монетизация игрового трафика

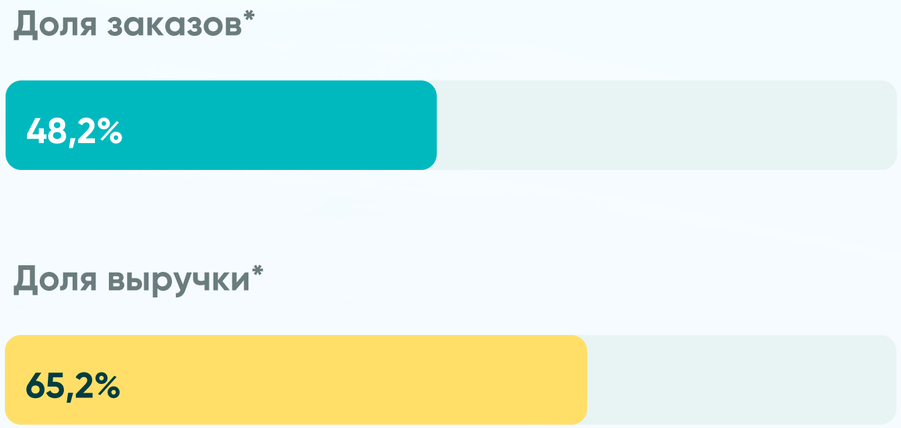
Праздничный бонус выполнял роль коммерческого триггера.
Он связал игровой опыт пользователя, его обогащенный профиль в CDP и финальное оформление заказа

Конверсия игрового цикла:
85,5% — подавляющее большинство игроков успешно завершили сценарий ради получения бонусов



Меньше половины заказов = две трети выручки

Подарочные бонусы мотивировали клиентов увеличивать количество позиций в чеке или склоняли к выбору более дорого продукта, превращая игровое удержание в реальную ценность для бизнеса



*сравнение клиентов проходивших vs. не проходивших игру в этот же период

Активация доказала свою экономическую эффективность. Сквозная конверсия из визита в получение бонуса составила 27%, а вовлеченная когорта игроков обеспечила 65,2% всей предновогодней выручки за счет кратного роста глубины чека.

askona

Мы создали не просто новогоднюю игру.

Мы построили управляемый путь от эмоций клиента до собственных данных в CDP,
от данных — до автоматических CRM-коммуникаций,
а от коммуникаций — до реального коммерческого результата



Спасибо за внимание!
Готова ответить на ваши вопросы.



СВЕТЛАНА БЕЛАЯ

Руководитель бренд-маркетинга и
программы лояльности Askona CIS