

Продвижение домашнего интернета от Билайн

Задача: Осуществлять продвижение услуг домашнего интернета под ТМ Билайн на всей территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области

Заказчик: “Вымпелком”

Декабрь 2008 года:

Компания “Вымпелком” покупает компанию Корбина-Телеком.



Меняется имя. Не меняемся мы

Как подрядчики Корбины мы подхватываем смену бренда и берем на себя всю работу по распространению рекламы под новым брендом в СПб и ЛО.

Одновременно мы продолжаем поддержку активностей Корбины поскольку слияние компаний занимает долгое время и юридические формальности не позволяют сразу продавать весь интернет от Билайна.

2009 год: 43 проекта

2009 год это бы первый полноценный год нашей работы с Билайном. Компания поглотила Корбину и получила вместе с ней большое наследство проектов, которые нельзя было бросить, но надо было адаптировать под концепцию Вымпелкома.

За 2009 год мы реализовали для Билайна 43 проекта продвижения широкополосного доступа в интернет на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области.

Среди этих проектов были:

- Распространение различных видов полиграфической продукции в почтовые ящики жилых домов (А4, А5, А6, 1/3 А4 и другие форматы)
- Размещение плакатов на информационных стендах в парадных и при входе в парадные
- Изготовление и монтаж первой партии металлических шильд с рекламой интернета от Билайн
- Анкетирование клиентов Билайн у парадных жилых домов
- И даже курьерская доставка персональных предложений клиентам конкурентов

Самый быстрый Интернет в Санкт-Петербурге*

Ваш дом подключен к оптоволоконной сети «Билайн»

986 50 50

круглосуточно | internet.beeline.ru

• **Подключение бесплатно**

Бесплатная локальная сеть по всему городу

Услуги лицензированы. Оборудование сертифицировано.



* Данные получены на основании исследования тарифного предложения операторов широкополосного доступа в Санкт-Петербурге от 10.02.2009.

2010 год: 70 проектов

2010 год был одним из самых продуктивных и тяжелых в плане количества и сложности реализуемых проектов.

Основной упор был на смене бренда Корбина>Билайн, и поэтому требовалась большая имиджевая поддержка. Параллельно свои позиции пытались усилить конкуренты - постоянно копируя наши ноу-хау, поэтому нам приходилось не только реализовывать проекты, но и все время быть впереди всех.

За 2010 год в общей сложности мы реализовали 70 проектов.

Проекты были всех возможных видов: начиная от листовок, размещения холдеров на ручки двери и заканчивая производством и монтажом табличек для парадных.



2011 год: 79 проектов

В 2011 году мы продолжали работу, которая была начата в 2010 и занимались продвижением бренда Билайн среди пользователей домашнего интернета и увеличением лояльности потребителей к этому бренду. К этому моменту бренд Корбина был ликвидирован, и все активности проводились только в соответствии с требованиями бренда Билайн.

В 2011 году мы продолжали закреплять бренд Билайн на его территории благодаря нашей концепции “обслуживания” домов используя навесные поверхности: информационные таблички и шильды.



В 2011 году также проводилась масштабная рекламная кампания в жилых домах с использованием листовок, стикеров, плакатов, холдеров и персональных конвертов.

2012 год: всего 5 проектов.

В этом году мы осуществляли поддерживающие кампании, заканчивали проекты из 2011 года и оценивали результаты первых лет сотрудничества.

Год был в основном посвящен согласованиям, оценке эффективности и разработке дальнейшей стратегии.

Параллельно с этим менялась внутренняя структура в компании Заказчике.

2013 год: 15 проектов.

К 2013-му году мы согласовали новую стратегию продвижения, потому что Билайн к тому моменту уже стал серьезным узнаваемым брендом на рынке домашнего интернета, и компании требовалось больше качественных методов продвижения, нежели количественных.

Мы начали проводить большое количество персональных кампаний, направленных на получение клиентов из аудитории конкурентов.



2014 год: 25 проектов.

В 2014 году было реализовано не так много проектов, но все они были очень длительными и трудоемкими. Во-первых, пришло время обновления информационных материалов на парадных жилых домов:



Во-вторых, назрела проблема, связанная с тем, что в домах не брендированная витая пара и это приводит к большому количеству проблем в обслуживании и устранении неисправностей.

Было принято решение брендировать витую пару в целях рекламы и для навигации технической службы Билайна:



Параллельно с этим продолжались рекламные кампании для продвижения тарифов домашнего интернета от Билайн. Листовки и витая пара:



Листовки:



Плакаты:



Распространение буклетов:



Стикеры:

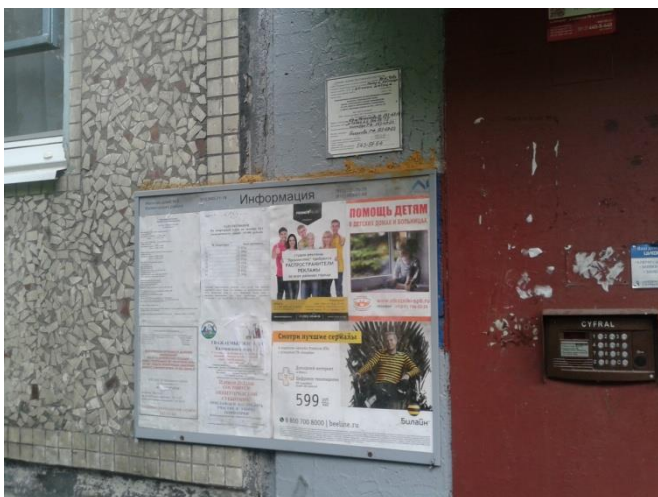


Также с середины 2014 года мы начали ряд проектов для розничной сети фирменных салонов Билайн. Об этом проекте написан отдельный кейс.

2015 год: 15 проектов.

В 2015 году мы продолжали реализовывать стратегию, направленную на адресное персональное продвижение и переориентирование потребителя на бренд Билайн.

Большое количество проектов было связано с новыми видами размещения, в том числе через подрядчиков и контроль за размещениями:



Рекламные кампании своими силами:



Также в 2015 году мы вели множественные проекты в розничной сети, анкетирования, оценку эффективности и многое другое.

*Кейс не обновляется с конца 2015 года