

# Кейсы || Спецпроекты



# ЛЕД 3

## ЗАДАЧА

Традиционно, 14 февраля, в прокат выходит очередная часть любимейшей зрителям мелодрамы. Прокатчик попросил создать интерактивный проект, который помог бы анонсировать премьеру и привлечь в кинозалы мужскую аудиторию.

## РЕШЕНИЕ

После анализа предпочтения целевой аудитории фильма в частности и кинозрителей в целом, было решено соединить романтику 14го февраля и юмор вкладышей из жевачек "Love is...". Мы сделали конструктор открыток-приглашений на романтическое свидание в кино, в который пользователь вписывает имена, своё и своей второй половины, а скрипт случайным образом подставляет забавные варианты продолжения фразы «Пойдем на Лёд 3 и...»

## РЕЗУЛЬТАТ

3 000 000 показов  
охват анонсирования  
фильма и спецпроекта

83 000 переходов в конструктор

900 сгенерированных приглашений

[fishki.net/post/4578708/](https://fishki.net/post/4578708/)

# АО «Корпорация развития Дальнего Востока и Арктики»



## ЗАДАЧА

Помочь решить кадровый голод у компаний, работающих в регионах, входящих в Арктическую зону России и создать позитивное общественное мнение о работе на Севере.

## РЕШЕНИЕ

Нами были проведены глубинные интервью, как с представителями ЦА проекта – соискателями, так и с основными стейкхолдерами – генеральными и HR директорами компаний. В рамках этого исследования мы определили основные триггеры и возражения у ЦА, отталкиваясь от которых мы построили дальнейшую коммуникацию. Были созданы и запущены две Ярмарки вакансий, каждая длительностью 4 месяца. Первую ярмарку мы проводили совместно с порталом hh.ru, а для второй ярмарки создали свой собственный сайт с базой вакансий и возможностью отклика на них. Лиды на эти ярмарки мы вели тонко настроенной таргетированной рекламой и из поддерживающих проект статей на fishki.net.

## РЕЗУЛЬТАТ

30 000 000 совокупный охват  
анонсирования  
Ярмарок

более 200 000 переходов  
на лендинги проекта

более 1 200 подтвержденных лидов  
на обоих Ярмарках

[yarmarka.fishki.net](http://yarmarka.fishki.net)

# ТИНЬКОФФ БАНК

## ЗАДАЧА

Анонсирование преимуществ кредитной карты Тинькофф Платинум. Карта обладает широким рядом преимуществ, при этом, она уже достаточно известна на рынке. Поэтому, потребителям не очень интересно читать большие объемы текста о знакомых (как им кажется) вещах.

## РЕШЕНИЕ

Мы решили подать преимущества карты пошагово, в игровой форме. Для этого мы разработали игру, находящуюся на стыке двух популярных сейчас жанров – rogue-like (т.е. бесконечной игры со случайной генерацией уровней) и карточной тактики. Герой, путешествуя по мегаполису, встречает различные препятствия, с которыми ему помогают справиться преимущества, которые дает карта Тинькофф Платинум.

## РЕЗУЛЬТАТ

охват анонсирования игры

**3 200 000**

показов

переходов в игру

**76 000**

[fishki.net/cards\\_money/](http://fishki.net/cards_money/)

3



баллы  
"браво"

10/10



игрок

5



банкомат



тинькофф  
платинум

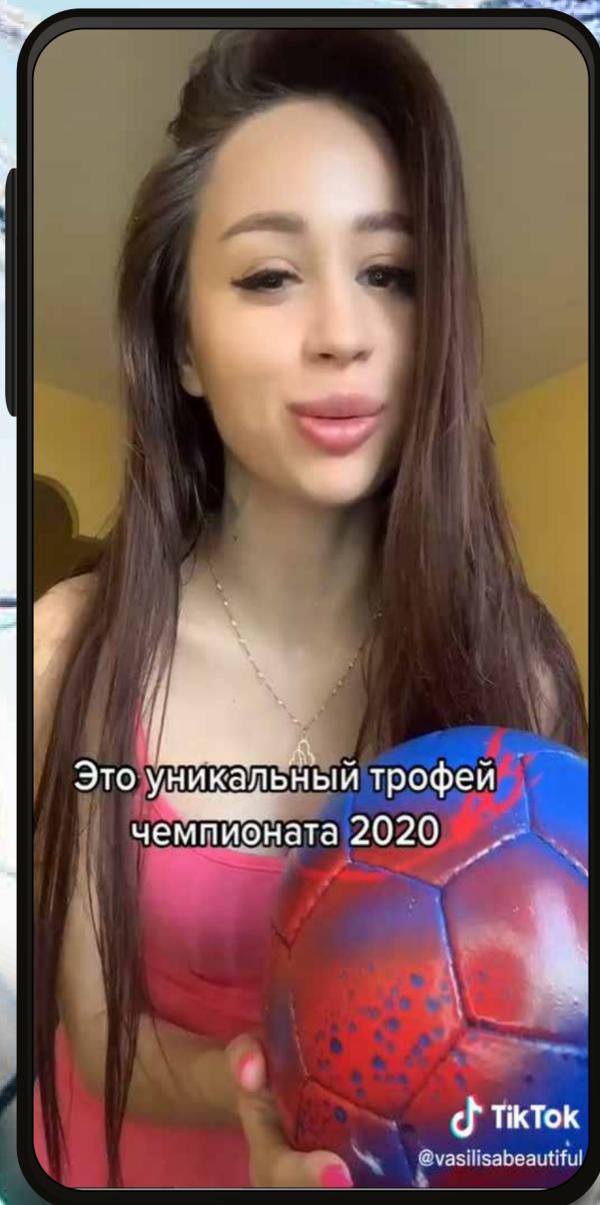
# Газпром и EURO-2020

## ЗАДАЧА

К Чемпионату Европы по футболу Евро-2020 Газпром подготовил уникальный трофей для автора лучшего гола. В течении нескольких суток известный российский художник Покрас Лампас создавал инсталляцию из 432 раскрашенных в ручную футбольных мячей. Затем инсталляция была превращена в NFT токен, а сами мячи спрятаны в Санкт-Петербурге и других городах проведения ЧЕ. Нашей задачей было привлечение внимания к этой акции и самим мячам.



# Газпром и EURO-2020



## РЕШЕНИЕ

- Серия материалов на сайтах Anews.com и Fishki.net, объясняющих суть акции и создающих ценность мячей, подсказки как и где можно найти мячи и интервью с нашедшими их счастливыми
- Вирусные объявления на Авито
- Нативные посты у блогеров в ТикТок

## РЕЗУЛЬТАТ

более 350 000 прочтений статей

более 4 000 000 просмотров видео в Тик Токе

Публикации практически во всех петербургских изданиях

# АНО «Корпорация развития Енисейской Сибири»

ЕНИСЕЙСКАЯ  
СИБИРЬ

## ЗАДАЧА

Три региона: Красноярский край, республики Хакасия и Тыва, объединились под брендом «Енисейская Сибирь», для усиления синергии в области инвестиционных и туристических проектов. Задачей совместного с Anews специального проекта было анонсирование туристического потенциала региона и привлечение внимания к важным туристическим локациям.

## РЕШЕНИЕ

Наш корреспондент проехал по Енисейской Сибири, от Красноярска до глухих деревень староверов в тувинской тайге для того, чтобы объективно рассказать про туристический потенциал региона.

## РЕЗУЛЬТАТ

более **80 000** прочтений материала

[ad-liner.ru/projects/eniseysibir/](https://ad-liner.ru/projects/eniseysibir/)

# НІРЕР Хэллоуин

## ЗАДАЧА

Создать ситуативный специальный проект, привязанный к Хэллоуину, и ведущий к покупке шуруповерта. Да, это не шутка.

## РЕШЕНИЕ

Логично, что в случае нападения орды зомби на ваш дом - вам потребуется его укрепить, особенно окна. Нагляднее всего это можно показать с помощью игровой механики. Итак, в игре у вас есть зомби, которые прорываются через окна, доски и шуруповерт. Время пошло, зомби не будут ждать! А между уровнями, мы предлагали игрокам перейти в онлайн магазин и приобрести себе шуруповерт. На всякий случай - Хэллоуин ведь.

# HIKER Хэллоуин

## РЕЗУЛЬТАТ

2 800 000 показов  
охват анонсирования игры

87 000 переходов в игру

3 000 переходов на страницу товара  
в магазине клиента

[fishki.net/halloween](http://fishki.net/halloween)





# Hilti помогает Деду Морозу



## Задача

Ситуативный плейсмент шурупвертов Hilti в привязке к Новому Году.

## Решение

За основу была взята классическая игровая механика "Водопроводчик", в которой надо в правильной последовательности соединять трубы. Водопроводчика мы заменили на Деда Мороза, трубы - на конвейер, по которому подарки отправляются в сани, а "чинить" конвейер (т.е. менять направление у его элементов) надо с помощью шурупверта.



## Результат

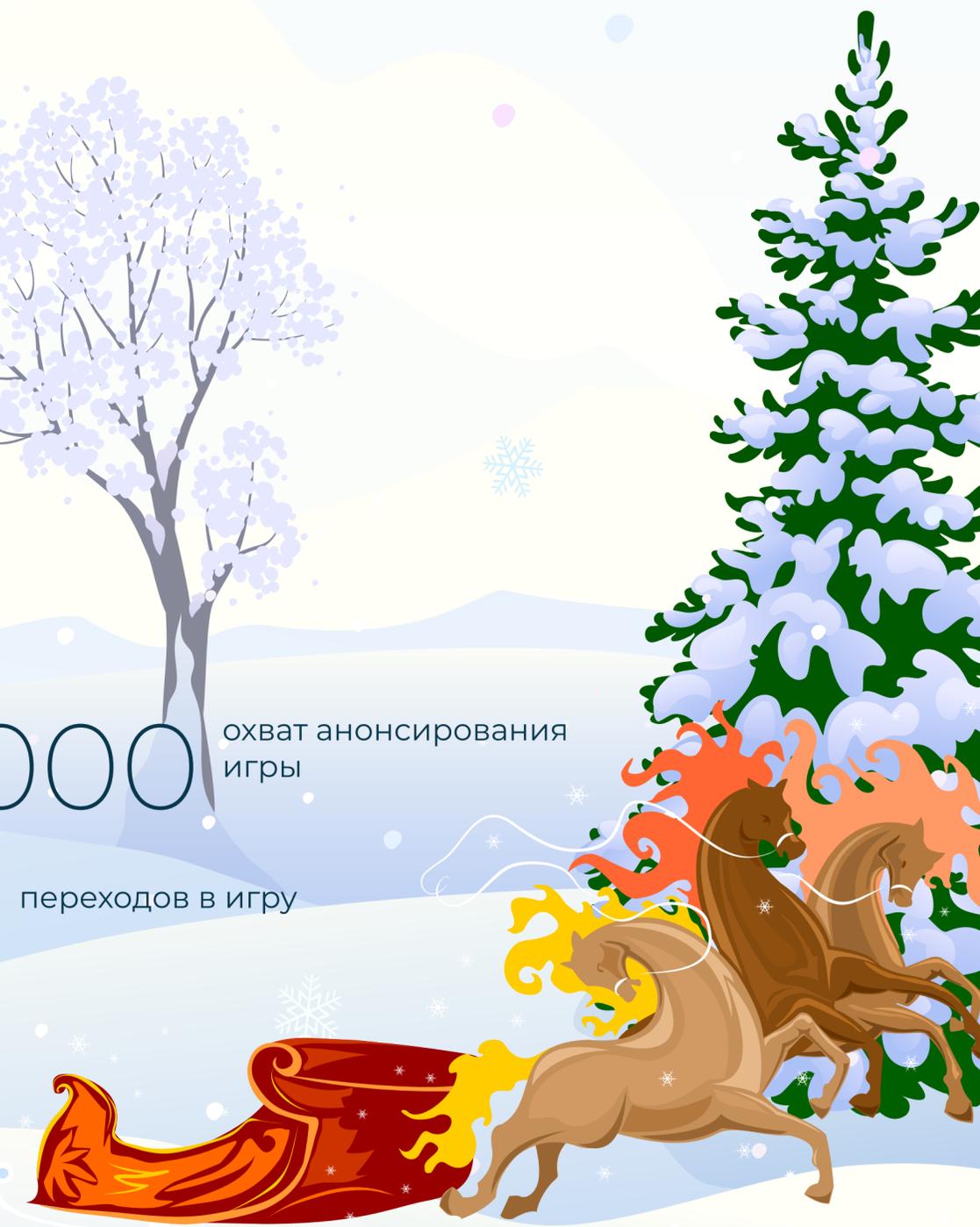
3 000 000

охват анонсирования игры

75 000

переходов в игру

[fishki.net/ded-moroz-hilti/](http://fishki.net/ded-moroz-hilti/)



# Цирк Зажигает Огни

Совместно с «Росгосцирк»

## ЗАДАЧА

Популяризация современного циркового искусства и увеличение знания аудитории о его современном имидже

## РЕШЕНИЕ

Пять материалов о самых интересных и необычных номерах из разных цирков страны: дрессированные пингвины, спектакль со слонами, сложнейшая акробатика, самый веселый коверный клоун, и единственная в России дрессировщица тигров.

## РЕЗУЛЬТАТ

более **215 000** прочтений всех материалов

[ad-liner.ru/projects/circus/](http://ad-liner.ru/projects/circus/)



# Полисорб

Новогодняя интеграция

## ЗАДАЧА

Нативно интегрировать бренд Полисорб в статьи на новогоднюю тематику, создав очевидную логическую связь между продуктом и решением проблем с последствиями длительного новогоднего застолья

## РЕШЕНИЕ

Подготовка трех информационно-развлекательных материалов на новогодние темы - простые коктейли, режим питания на длинных каникулах, как восстановиться после праздников. Нативная интеграция продукта с привязкой к ситуации потребления

## РЕЗУЛЬТАТЫ

более **100 000** прочтений материалов

около **3%** прочитавших распечатали брендированную инфографику из материалов

более **3 000 000** охват кампании



# Полисорб

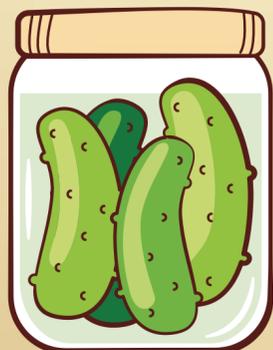
Новогодняя интеграция

## ССЫЛКИ

[Легендарные коктейли для легендарного Нового года](#)

[Как правильно отдохнуть на новогодних каникулах и заставить всех себя ненавидеть](#)

[Как вернуться в режим после новогодних праздников](#)



# Газпромнефть

Постоянная поддержка акций, программы лояльности и нововведений сети АЗС. В то же время, материалы не должны вызывать ощущения рекламных.

## ЗАДАЧА

Регулярные развлекательные материалы с советами для автомобилистов. Все тексты готовились с учетом актуальной ситуации в стране: бесконтактная оплата в пандемию, путешествия на машине по России, долгий вынужденный простой авто на стоянке и т.д.

## РЕШЕНИЕ

более  
**40 000**

прочтений каждого поста, активное обсуждение в комментариях

## РЕЗУЛЬТАТ



# Газпромнефть

## ССЫЛКИ

[Штуковины, способные сильно упростить жизнь](#)

[7 актуальных нововведений, жить с которыми станет определенно легче](#)

[Как я из самоизоляции на машине выезжал](#)

[Карелия на машине для начинающих](#)

[Из Москвы в глушь, или моя выходная поездка длиной в 800 км](#)

# GeekBrains

Сделано у нас. Пользователи Фишек про свой бизнес и чему стоит научиться



## От Куала-Лумпур до пустыни в Неваде

Как продавать свои товары по всему миру



## Как построить бизнес из своего хобби

Можно ли попасть в индустрию мобильных игр с улицы?



## От фрилансера до арт-директора

Можно ли стать крутым дизайнером без специального образования?



## Бизнес должен откликаться внутри тебя

Как найти идею для бизнеса и убедить инвесторов



Учись, развивайся,  
зарабатывай!

## ЗАДАЧА

Анонсирование каталога бесплатных курсов по направлениям: дизайн, маркетинг, менеджмент, программирование

## РЕШЕНИЕ

Специальный проект "Сделано у нас", в котором несколько обычных читателей Фишек рассказали о тонкостях и интересных деталях своей работы. Центральная идея, вокруг которой строились интервью - как получить работу или начать бизнес в соответствующих курсах областях без специального высшего образования

## РЕЗУЛЬТАТ

более **240 000** прочтений всех материалов проекта

[fishki.net/geekbrains/](https://fishki.net/geekbrains/)

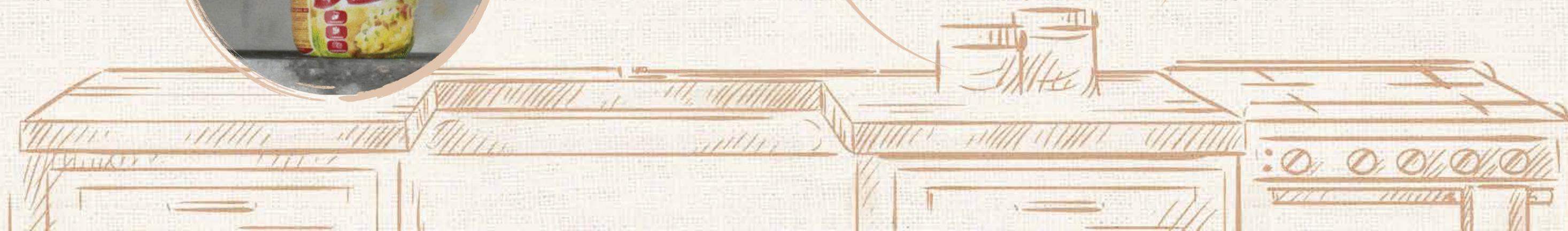
# Роллтон

## Задача

Нативно интегрировать бренд "Роллтон" в развлекательный контент сайта, рассказав о потребительских свойствах продуктов марки

## РЕШЕНИЕ

Редакционный проект "Британские Ученые" с самыми нелепыми видео-экспериментами: можно ли заштукатурить стены лапшой, на какой максимальной скорости можно перекусить в машине не облившись, чем эффективнее запить острый перец и т.д.



# РОЛЛТОН

## РЕЗУЛЬТАТ

Более

**170 000**

прочтений всех материалов.  
Из 500 комментариев нет  
ни одного "фу, реклама!"



### ССЫЛКИ

[Горите в аду: самосожжение редакции Фишек](#)

[Рецепт вкуснятины по цене шаурмы](#)

[Строительный эксперимент, который с треском провалился](#)

[Внезапный эксперимент на Fishki.net, который никогда бы не пришел в голову британским ученым](#)

[Битва куриц: простушка из супермаркета против "фермерской"](#)

[и другие](#)

# Антитела

Антитела - специальный проект редакции Anews об особенных людях, которые вдохновляют.

С одной стороны, "Антитела" - это истории людей, которым проблемы с их телом не мешают жить полной жизнью. С другой стороны, эти люди сами являются своего рода антителами, которые борются с нетолерантностью и несправедливостью в нашем обществе.

Первые два выпуска спецпроекта были подготовлены при участии фонда "Добросердие" и рассказывают истории молодых людей, живущих с диагнозом ДЦП. Героями третьего и четвертого выпуска станут люди, родившиеся без одной руки, но состоявшиеся как личности и как профессионалы своего дела.

[ad-liner.ru/projects/antibodies/](http://ad-liner.ru/projects/antibodies/)





# Дни Скорости на льду Байкала

Партнерский проект  
Anews, LAV Production, Jeep, Jaguar и Bask



- Фестиваль «Дни Скорости на льду Байкала» проводится ежегодно с 2011 года. В 2019 году, информационным партнером мероприятия стал портал Anews
- Судьями Российской Автомобильной Федерации были зафиксированы несколько национальных и мировых рекордов в заездах на льду
- Спецпроект был опубликован в виде отдельного лендинга, а все бренды – участники мероприятия были интегрированы в фото, видео и текстовые материалы спецпроекта

Результат **94 000** прочтений

[ad-liner.ru/projects/baikal2019/](https://ad-liner.ru/projects/baikal2019/)

# Субару



## ЗАДАЧА

Поддержка продаж Subaru Forester текущего поколения. При разработке спецпроекта учесть, что модель присутствует на рынке уже год и все ее технические характеристики уже не раз обсуждались в СМИ.

## РЕШЕНИЕ

Показать настоящие ощущения обычных водителей от управления Forester в его естественной среде обитания - на проселке и легком бездорожье. Для этого, совместно с Центром нейрокоммуникативных исследований Института русского языка им. А.С.Пушкина была разработана механика проведения тест-драйва автомобилей с использованием самых инновационных инструментов. В рамках этого эксперимента для Subaru Forester, с помощью отслеживания микродвижений зрачков глаз и активности коры головного мозга были получены не искаженные, настоящие, живые впечатления от автомобиля: на что обращали внимание водители и в какие моменты вождения какие эмоции испытывали.

# Субару

## РЕЗУЛЬТАТ

более 1 500 000 уникальных посетителей

более 160 000 прочтений спецпроекта

[ad-liner.ru/projects/subaru2019/](http://ad-liner.ru/projects/subaru2019/)

08:107

# Народный артист

## ЗАДАЧА

Подтверждение народного статуса премии "Марка №1 в России" и привлечение внимания массовой аудитории к голосованию за лучшие продукты года.

## РЕШЕНИЕ

Создание и проведение онлайн-конкурса "Народный артист 2019". Участники конкурса присылали свои видеоролики в качестве конкурсных заявок, а профессиональное жюри отбирало лучшие из них для участия в народном голосовании.

## ПОБЕДИТЕЛИ

В народном голосовании победила фолк-академическая группа Per4Men, которая выступила на сцене Кремля в рамках церемонии награждения премии "Народная Марка". Специальный приз жюри получила молодая певица из Новосибирска, выступившая дуэтом с членами жюри - популярной группой In2Nation.



## ЖЮРИ



АРТУР  
ГАСПАРЯН



ИННА  
МАЛИКОВА



ГРУППА  
"ИНТОНАЦИЯ"  
(IN2NATION)

## НАРОДНЫЙ АРТИСТ №1

## НОМИНАНТЫ



ГРУППА  
DIGITALO



АНАСТАСИЯ  
КАРАСЕВА



АЛИСА  
ОЗЕРОВА



ВИКТОРИЯ  
ЗИНОВЬЕВА



ГРУППА  
PER4MEN



КВАРТЕТ  
"УХАРИ"

# Народный артист

## РЕЗУЛЬТАТЫ

более **500 000** контактов  
охват кампании

более **400** артистов - участников  
онлайн конкурса

более **5 000** проголосовавших  
в онлайн-голосовании

[narodnayamarka.ru/konkurs](http://narodnayamarka.ru/konkurs)

# Яндекс Go

Новогодняя статистика

## ЗАДАЧА

Рассказать о супер-апп`е Яндекс Go и призвать делиться статистикой с итогами года

## РЕШЕНИЕ

Серия статей объединенных общей тематикой ускоренного развития новых технологий в пандемийном 2020 году, чему можно научиться у молодого, технологичного поколения.



# Яндекс Go

Новогодняя статистика

## РЕЗУЛЬТАТЫ

более 318 000 прочтений

более 230 комментариев

## ССЫЛКИ

[2020, уходи! Как пандемия изменила мир за год](#)

[Прекрасное далеко. Восемь признаков того, что мы живем в будущем](#)

[Ок, бумер. Семь вещей, которым стоит научиться у молодого поколения](#)

# Фишки Жизни

Проект 2021 года

## ФОРМАТ ПРОЕКТА

Интервью с людьми интересных профессий

## ПЕРИОДИЧНОСТЬ

Каждый месяц новый герой

## ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

Для пользователей - показать интересное в простых, ежедневных вещах - фишки жизни героя, для рекламодателей - продвижение брендов или услуг через истории реальных людей





AdLiner  
advertising agency

# Фишки Жизни

Проект 2021 года

Первый выпуск вышел перед 23 февраля

**«ЕСТЬ ТРИ ВЕЩИ, БЕЗ КОТОРЫХ НЕЛЬЗЯ» — ФИШКИ ЖИЗНИ ПОЖАРНОГО ИЗ МОСКВЫ!**

Герой первого выпуска: работник МЧС из Москвы

## РЕЗУЛЬТАТ

более **119 000** прочтений,  
позитивный отклик

Герой следующего выпуска - офтальмолог, рекламодатель - клиника лазерной коррекции зрения



**Мы на  
связи!**



[ad-liner.ru](http://ad-liner.ru)

[advert@ad-liner.ru](mailto:advert@ad-liner.ru)

+7(903)792-9227

117630, Москва,  
Старокалужское ш., д.62, стр.1,  
корп.9, оф.605

**Сделаем  
это  
вместе!**

