

**Заявка на участие
в Премии WOW Awards-2018
от банка «ДельтаКредит»**

Номинация «Проект в соцсетях»



Проект:

обновление и развитие страниц ипотечного банка «ДельтаКредит» в социальных сетях Facebook (<https://www.facebook.com/DeltaCreditBank/>) и Вконтакте (https://vk.com/d_credit)

Сроки проекта:

январь-июнь 2018 года

География проекта:

Москва, Санкт-Петербург
и регионы

Задача проекта:

оптимизация представительства ипотечного банка и его продуктов в соцсетях

Целевая аудитория:

- потенциальные клиенты, потребители ипотечных кредитов (полный спектр программ)
- текущие клиенты, обслуживающие ипотеку в банке
- партнерские аудитории – риелторы, застройщики, банки-партнеры, ипотечные консультанты и брокеры

Показатели «на входе»:

- страница банка в Facebook входила в ТОП-15 банковских страниц России (13 177 подписчиков), страница в Вконтакте насчитывала 4 500 подписчиков
- представительства банка в соцсетях демонстрировали высокую вовлеченность (порядка 20%)
- страницы активно работали в формате двухсторонней коммуникации (не только публикация постов о банке, но и постоянная отработка обращений пользователей и решение их конкретных вопросов).

В связи со снижением ипотечных ставок на рынке в целом, в условиях повысившейся конкуренции со стороны многопрофильных банков, было принято решение об изменении тональности подачи материала и акцентов, которые использовались ранее. Краеугольными камнями новой концепции стали:

- увеличение эмоциональной составляющей во взаимодействии с клиентом
- акцент на экспертном статусе и специализации банка
- акцент на наличии уникальных продуктов (ипотека для ИП, ипотека для иностранных граждан, ипотека на машиноместо, ипотека под залог имеющегося жилья и т.д)
- акцент на использование банком современных технологий и удобство получения и обслуживания кредита
- акцент на международный статус и работу в рамках мультинациональной Группы Societe Generale

Агентством «Новые Йети» в связи с этим была разработана новая концепция подачи информации и взаимодействия с пользователями. Ключевым ее слоганом стала формулировка «В одном шаге от мечты».

Мечтать любят все. У всех мечты свои: простые, сложные, порой сумасшедшие, одним словом — разные, но всегда хочется, чтобы они сбылись. Однако есть среди них всех — одна из самых желанных, понятных и распространенных: иметь свое собственное жилье, свой дом, быть независимым и счастливым.

Для воплощения новой контент-стратегии был разработан редакционный рубрикатор:

ДельтаГорода: об офисах банка – новых и наиболее успешных

ДельтаПродукт: интересно поданная информация о программах, возможностях, новинках

ДельтаЦитата: цитаты известных людей о жизни, счастье, доме, семье, ценностях

ДельтаSG: имиджевые публикации о группе Societe Generale

ДельтаСМИ: рубрика для отработки публикаций о банке, его амбассадорах и публичных экспертных оценках

ДельтаЭксперт: эксклюзивные исследования и статистика от банка, а также посты о технологических решениях наших специалистов

ДельтаКалендарь: календарь праздников, тематически подходящих к нашему бизнесу

ДельтаСовет: полезные советы о недвижимости, финансах, домашних вопросах

ДельтаЮмор: работа с эмоциональной составляющей и вовлеченностью: анекдоты, цитаты, истории

ДельтаКонкурс: активации, конкурсы, опросы, работа с вовлеченностью

Было изменено визуальное оформление страниц банка и конкретных постов (в том числе в рамках каждой из рубрик). Основными принципами новой визуальной концепции стали:

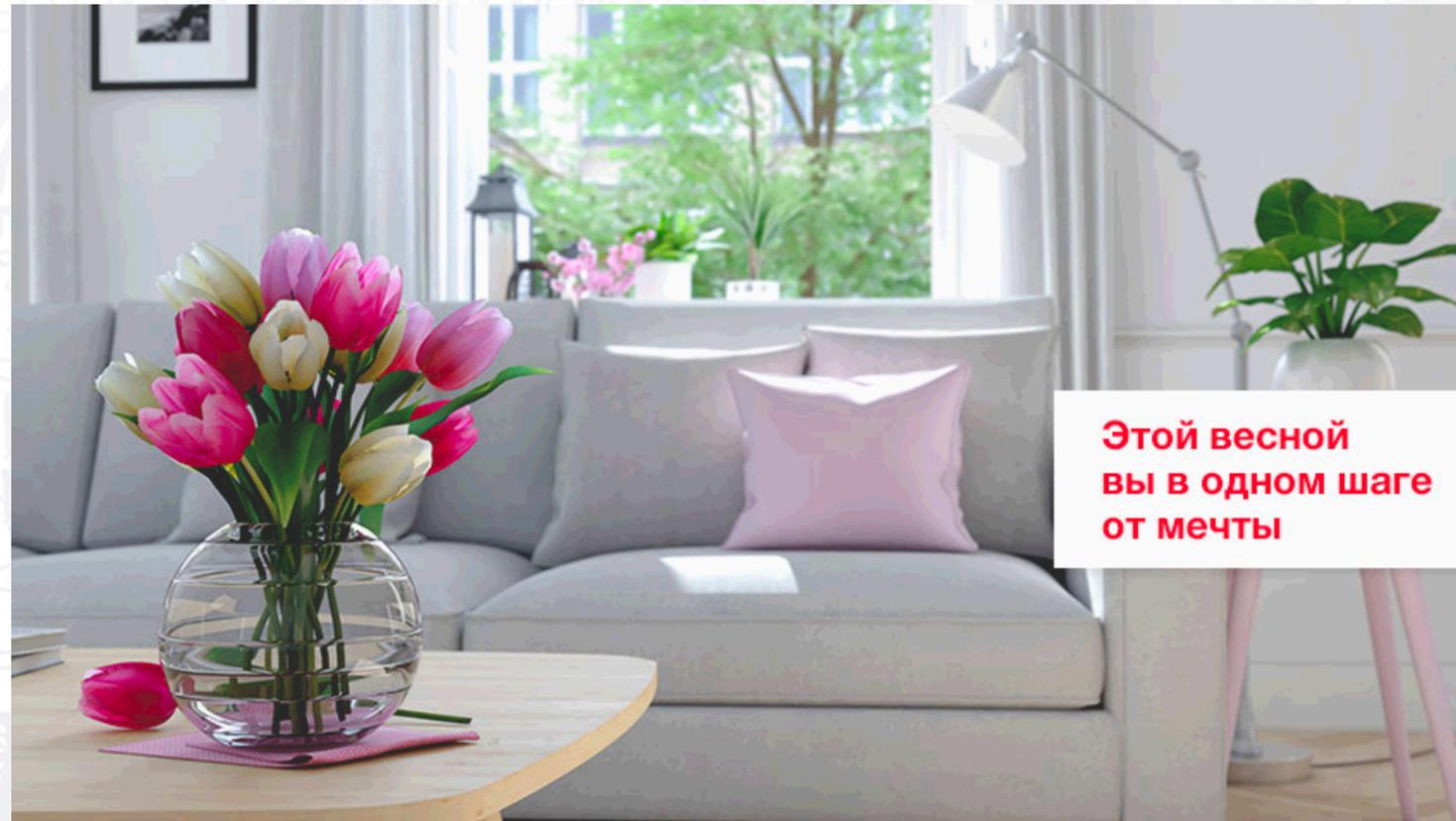
- динамичность, легкость
- метафоричность, юмор
- современность дизайн-решений
- необычность визуалов в лентах пользователей
- ориентирование на ключевой слоган кампании
- отстройка от привычной «банковской» подачи
- взаимодействие визуала и текста

Примеры визуальных решений в рамках концепции проекта



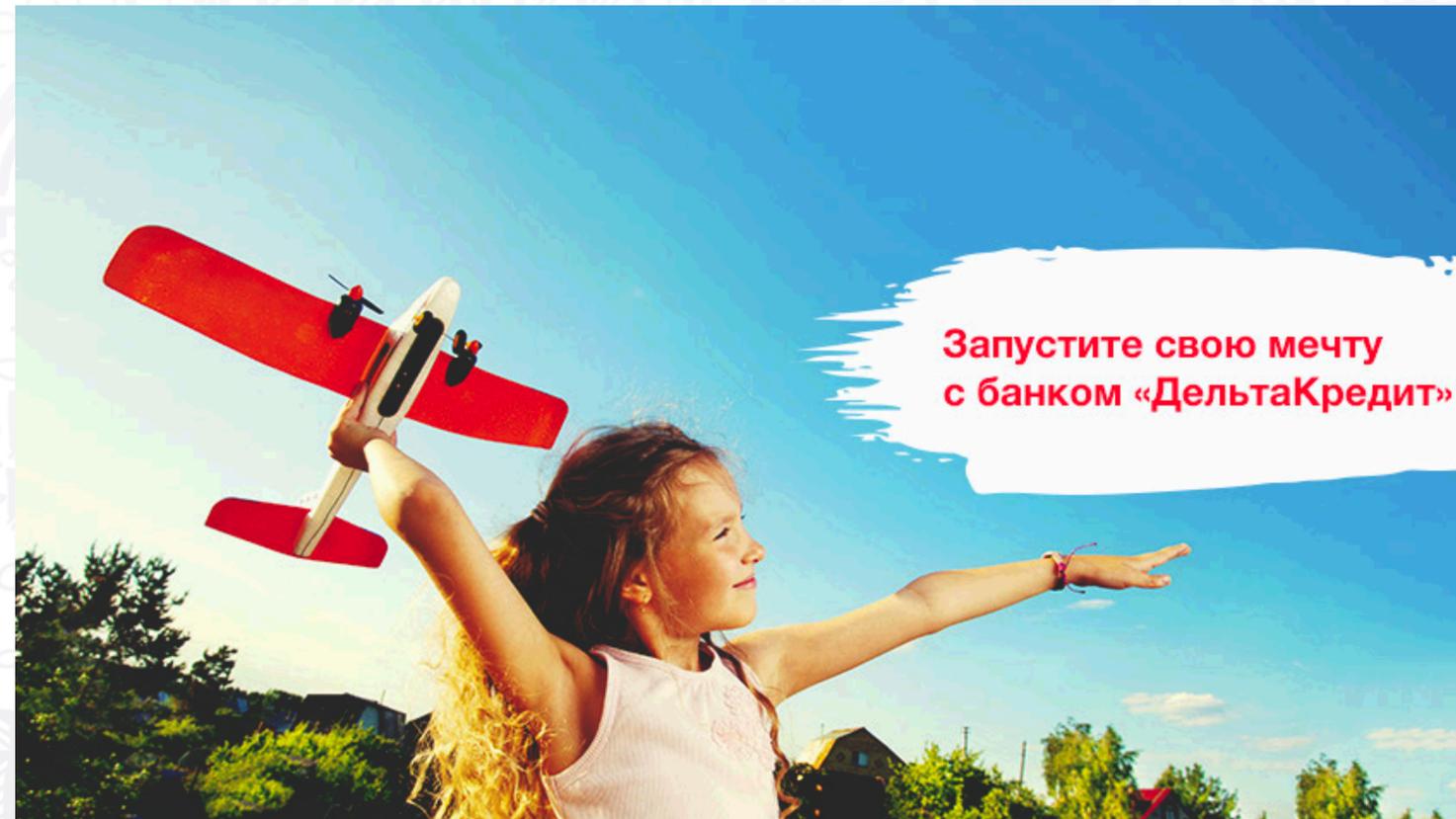
Первая обложка со слоганом концепции, одновременно отразившая активное развитие digital-услуг банка «ДельтаКредит»

Примеры визуальных решений в рамках концепции проекта



Сезонная мартовская обложка. Весна — время перемен и обновлений

Примеры визуальных решений в рамках концепции проекта



Летняя обложка, призывающая расправить крылья навстречу мечте

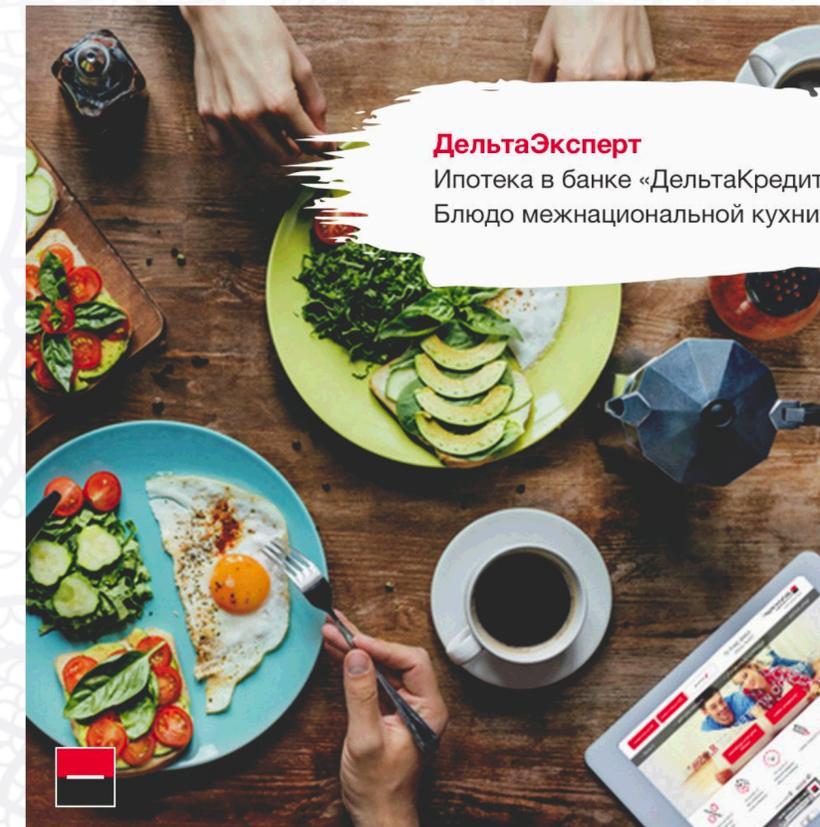
Примеры визуальных решений в рамках концепции проекта



Берете ипотеку?
Берите в долю!



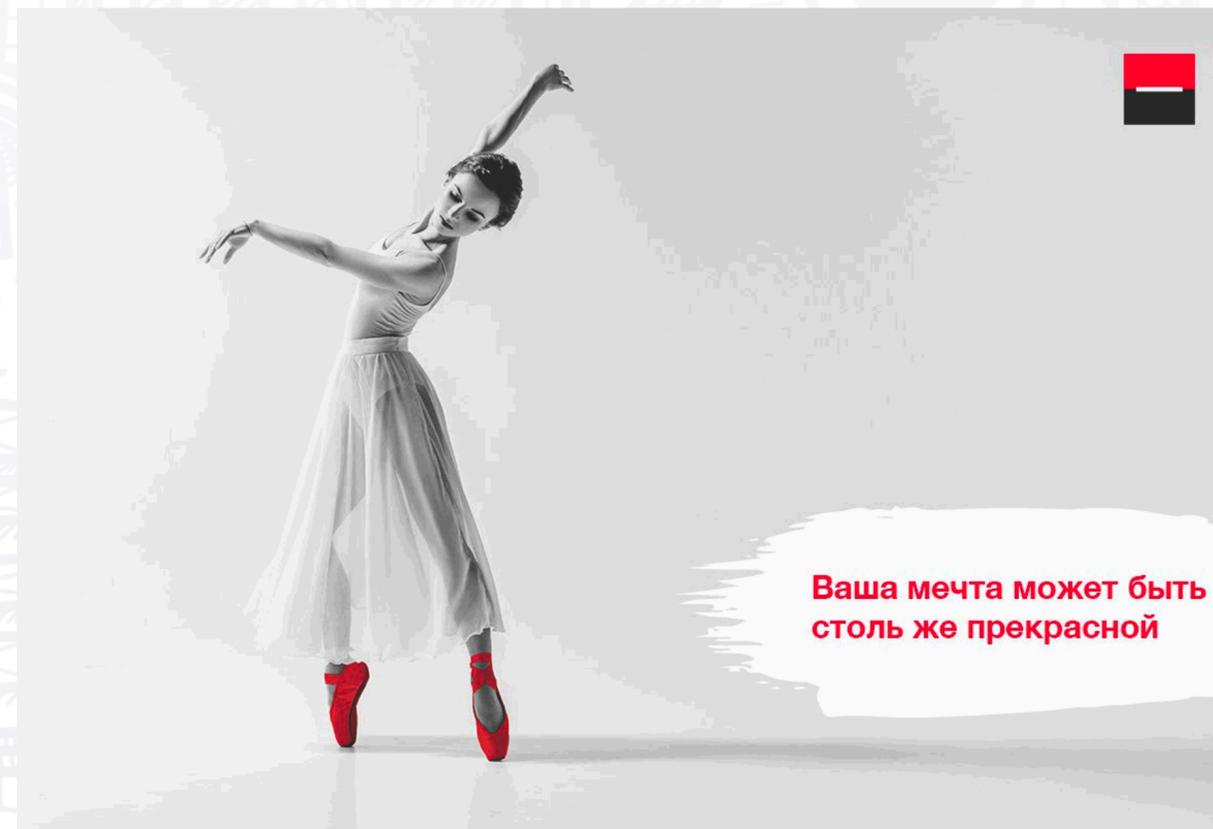
ДельтаЭксперт
Можно с уверенностью сказать:
ипотечный кредит уже торт



ДельтаЭксперт
Ипотека в банке «ДельтаКредит»
Блюдо межнациональной кухни!

Яркость и акцентность

Примеры визуальных решений в рамках концепции проекта



Метафоричность

Примеры визуальных решений в рамках концепции проекта



Актуальность и работа с важными для продаж социальными стереотипами (посади дерево - вырасти ребенка - построй дом)

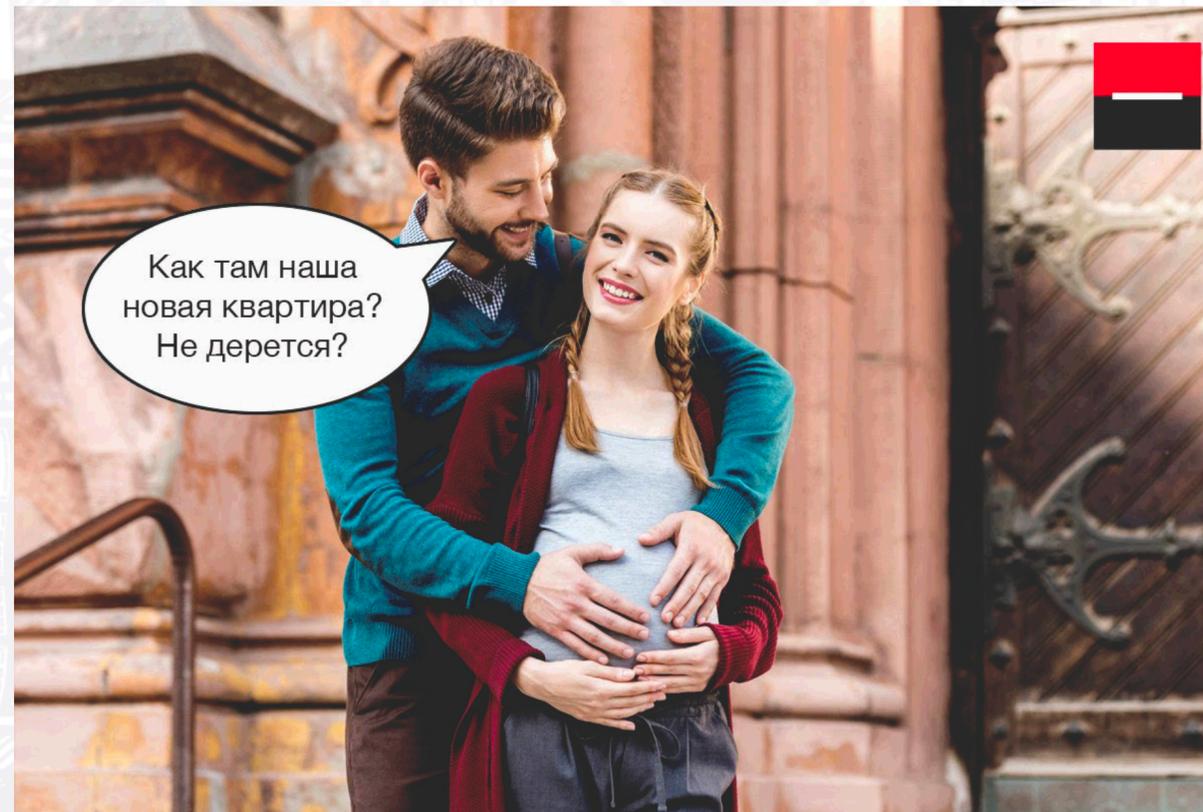
Примеры визуальных решений в рамках концепции проекта



А мы на каникулы поедem к бабушке!

А у моих родителей каникулы тогда, когда они сами их захотят. Свои. Ипотечные.

Отличные «Ипотечные каникулы»
от банка «ДельтаКредит»



Как там наша новая квартира? Не дерется?



Я ж мать!

А откуда у нас деньги на квартиру?

Материнский капитал
финансовое подтверждение
вашего материнства



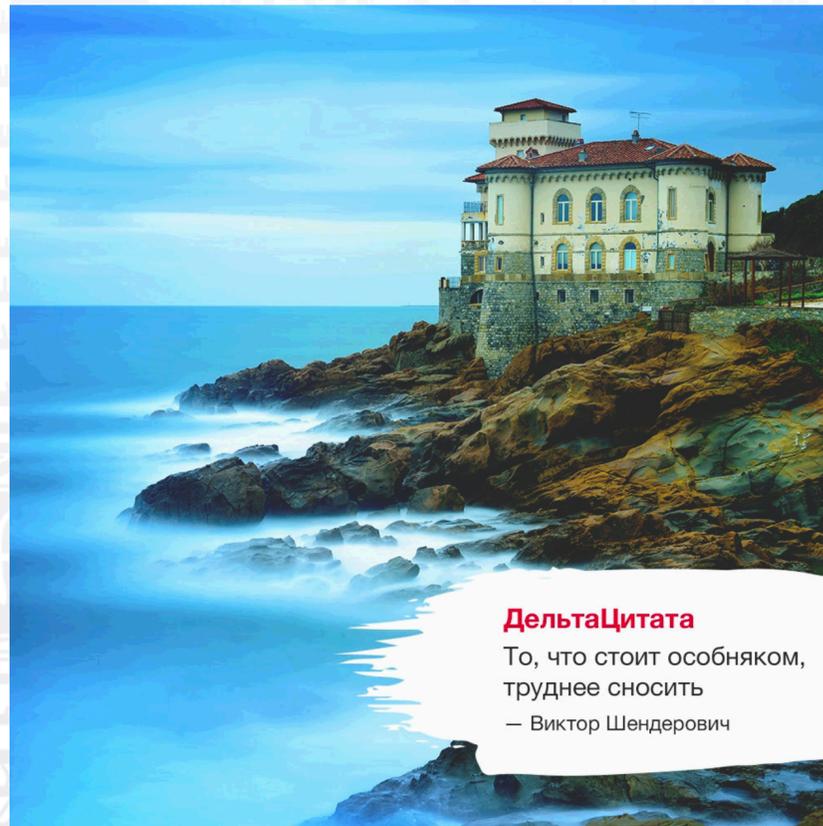
Юмор и динамика

Примеры визуальных решений в рамках концепции проекта



Имиджевые публикации о принадлежности банка к группе Societe Generale

Примеры визуальных решений в рамках концепции проекта



Работа с вовлеченностью

Результаты проекта:

- совокупный прирост по страницам банка в Facebook и Вконтакте составил 5673 подписчика, среднем за месяц – 946
- относительный прирост числа подписчиков по сравнению с показателем на конец 2017 года года составил 28,58%
- совокупный охват публикаций в соцсетях за время проекта составил 460 530 пользователей, в среднем каждый месяц были охвачены 76 755 пользователей
- вовлеченность в относительных показателях колебалась в диапазоне 19,9-25,0%, что является очень высокой цифрой для страницы специализированного банка
- вовлеченность за время проекта в абсолютных цифрах составила 27 730 лайков, комментариев и расшаров — это почти в 2 раза больше, чем за аналогичный период прошлого года

Спасибо за внимание!

