

МЕДИАГРУППА
**КОМСОМОЛЬСКАЯ
ПРАВДА**
ГАЗЕТА • САЙТ • РАДИО

кейсы сектора

ФИНАНСЫ

на платформах «Комсомольской правды»
сайт, социальные сети, газета, радио



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

НА ПЛОЩАДКАХ «КП»

Пользуются услугами банков



Кр.ru	97%	103 aff.
Газета	96%	102 aff.
Радио	96%	102 aff.

Пользуются переводами по СБП



Кр.ru	78%	105 aff.
Газета	73%	100 aff.
Радио	73%	100 aff.

Пользуются платежами по QR-коду



Кр.ru	58%	115 aff.
Газета	54%	107 aff.
Радио	55%	108 aff.

Affinity Index – индекс соответствия целевой аудитории. Чем Affinity выше 100, тем лучше аудитория медиа подходит под ЦА. За 100 принято население России. Это точка отсчета – средний показатель по стране.

Источник: Mediascope, BrandPulse, Россия,
Профиль 2024, население 12-64

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

НА ПЛОЩАДКАХ «КП»

Намерены открыть счет / вклад



Кр.ru	37%	121 aff.
Газета	41%	134 aff.
Радио	41%	134 aff.

Намерены выпустить карту с привилегиями *



Кр.ru	24%	139 aff.
Газета	29%	169 aff.
Радио	27%	157 aff.

Намерены взять кредит



Кр.ru	30%	166 aff.
Газета	38%	206 aff.
Радио	35%	194 aff.

* Карты с кешбэком, карты рассрочки

Affinity Index – индекс соответствия целевой аудитории. Чем Affinity выше 100, тем лучше аудитория медиа подходит под ЦА. За 100 принято население России. Это точка отсчета – средний показатель по стране.

Источник: Mediascope, BrandPulse, Россия,
Профиль 2024, население 12-64

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

НА ПЛОЩАДКАХ «КП»

ТОП-менеджеры и руководители



Кр.ru	17%	154 aff.
Газета	17%	154 aff.
Радио	19%	169 aff.

Самозанятые



Кр.ru	11%	108 aff.
Газета	11%	108 aff.
Радио	10%	103 aff.

Люди, которые могли бы открыть свое дело



Кр.ru	62%	107 aff.
Газета	68%	118 aff.
Радио	69%	120 aff.

МЕДИАГРУППА
**КОМСОМОЛЬСКАЯ
ПРАВДА**
ГАЗЕТА • САЙТ • РАДИО

Редакционные проекты

ШКОЛА НАЧИНАЮЩЕГО ИНВЕСТОРА

Специальная рубрика в еженедельном выпуске газеты «Комсомольская правда»



Полезная информация для всех, кто задумывается о сохранении и приумножении своих денежных средств

- Объем рубрики: 1 полоса
- Периодичность выхода: 2 раза в месяц

Намерения читателей газеты «Комсомольская правда»

62% планируют воспользоваться финансовыми услугами Affinity 143

- 55% планируют взять кредит в банке Affinity 129
- 53% планируют открыть вклады и депозиты Affinity 100
- 44% планируют открыть накопительный счет Affinity 102
- 39% намерены использовать инвестиционные продукты, вложения в ПИФы, ИИС, брокерские счета и др. Affinity 132
- 65% намерены открыть карты с привилегиями и программой лояльности от банка Affinity 134

из них:

3 024 500 чел.
охват рубрики на Россию

370 000 чел.
охват рубрики на Москву

Визитные карточки брендов с переходом на индивидуальную страницу о бренде



Спецвыпуски в газете



Церемония награждения



Лендинг на сайте



Итоговая публикация в газете



Редакционный проект

50 ЛЕГЕНДАРНЫХ БРЕНДОВ

Федеральный кроссмедийный проект о компаниях и торговых марках из прошлого, которые смогли стать флагманами в настоящем

Цель проекта:

- **Преемственность и стабильность:** привлечь внимание российских потребителей к брендам с историей, сохраняющим лидерство в своей отрасли на протяжении многих лет
- **Развитие и новые победы:** наглядно показать, за счет каких инноваций, прорывов, новых смыслов и проектов (в том числе, социальных) брендам удастся оставаться легендарными, преодолевая любые сложности
- **Из настоящего в будущее:** зажечь новые звезды отечественного рынка — будущие бренды-легенды!

Номинации проекта:

- **Легендарные бренды с историей:** в номинации участвуют бренды, завоевавшие популярность до 1991 года
- **Современные легендарные бренды:** в номинации участвуют бренды, появившиеся после 1991 года, уже завоевавшие популярность и играющие заметную роль в отечественной экономике
- **Легенды будущего:** участники этой номинации полны решимости однажды стать легендами

Реализация проекта:

- **сайт:** голосование за 50 легендарных брендов, лонгрид по итогам
- **газета:** спецвыпуски «50 легендарных брендов», публикация по итогам проекта
- **церемония награждения победителей**
- масштабное **анонсирование** проекта на всех площадках медиагруппы «КП»

В 2023 году в проекте участвовали:

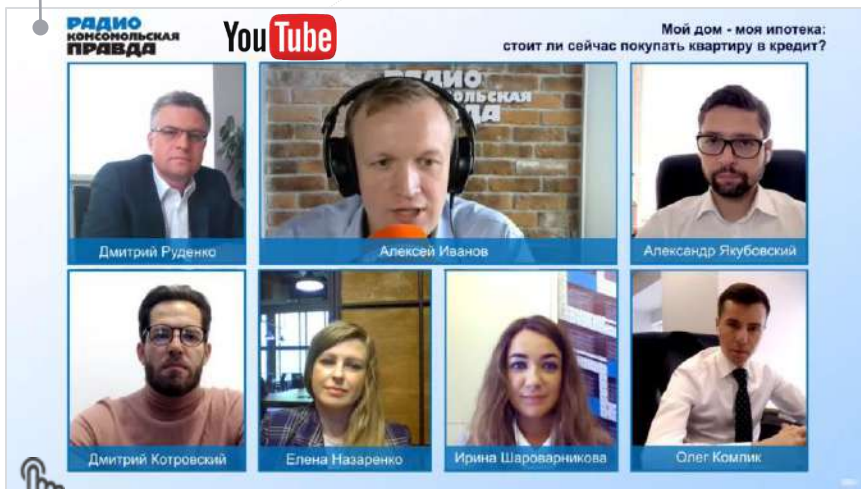
- Число голосов, которые посетители kp.ru отдали за номинантов — 5 000 169 голосов
- Торговые марки и бренды, которые приняли участие в проекте 250 участников

от 8,7 млн
охват информационного
освещения с анонсированием

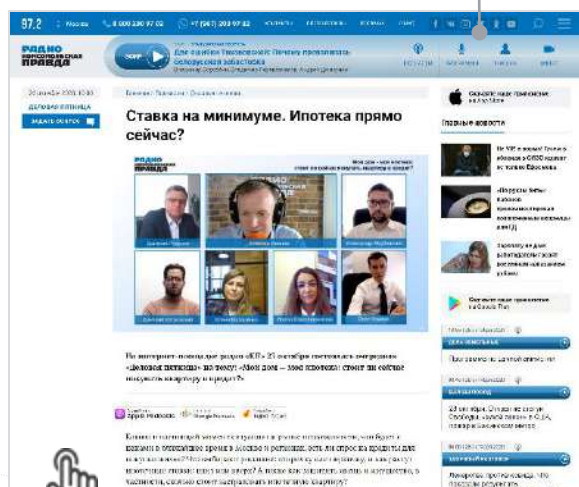
КОНФЕРЕНЦИИ «ДЕЛОВАЯ ПЯТНИЦА»

Встречи для бизнес-сообществ

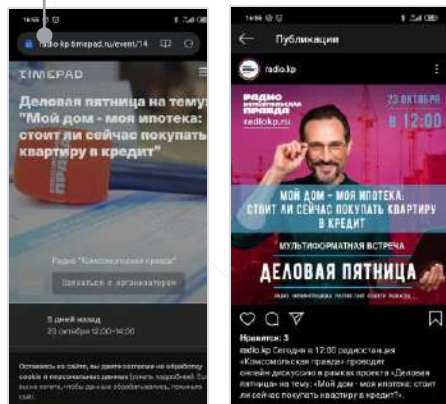
Мероприятие



Итоговая статья



Анонс мероприятия



О проекте:

Деловая пятница - это формат бизнес дискуссии. На нашей площадке обсуждаются самые важные и актуальные отраслевые темы. Уникальность мероприятия в том, что даже узкопрофессиональные темы становятся значимыми для общества и получают высокий резонанс в информационном поле за счет правильной подачи и анонсирования

Совмещение бизнес-диалога и внимания широкой аудитории позволяет:

- привлекать внимание к проблематике или спорным вопросам разных отраслей
- получить обратную связь широкой аудитории
- формировать правильное информационное поле вокруг обсуждаемой темы
- выгодно позиционировать себя в одном из самых цитируемых федеральных СМИ

Этапы мероприятия:

- анонсирование на радио, в соцсетях, на сайте radiokp.ru и на сайте kp.ru в разделе «Пресс-центр»
- проведение с трансляцией в YouTube, соцсетях VK, Facebook
- пост-материалы: на сайтах kp.ru и radiokp.ru, на радио, итоговый видеоролик, подкасты, рассылка пост-релиза по базе СМИ

Суммарный охват проекта – до 1,9 млн

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАДИОМАРАФОНЫ

Встречи для бизнес-сообществ

«ДЕНЬ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ДОЛГА»



«ДЕНЬ МЕТАЛЛУРГА»



«ДЕНЬ РЫБАКА»



«ДОБРО ПРОТИВ КОРОНАВИРУСА»



«СПАСИБО ВРАЧАМ!»



О проекте:

Марафоны приурочены к знаковым событиям, происходящим в нашей стране, а также к отраслевым праздникам. Один из основных посылов марафонов – объединение

В марафонах принимают участие:

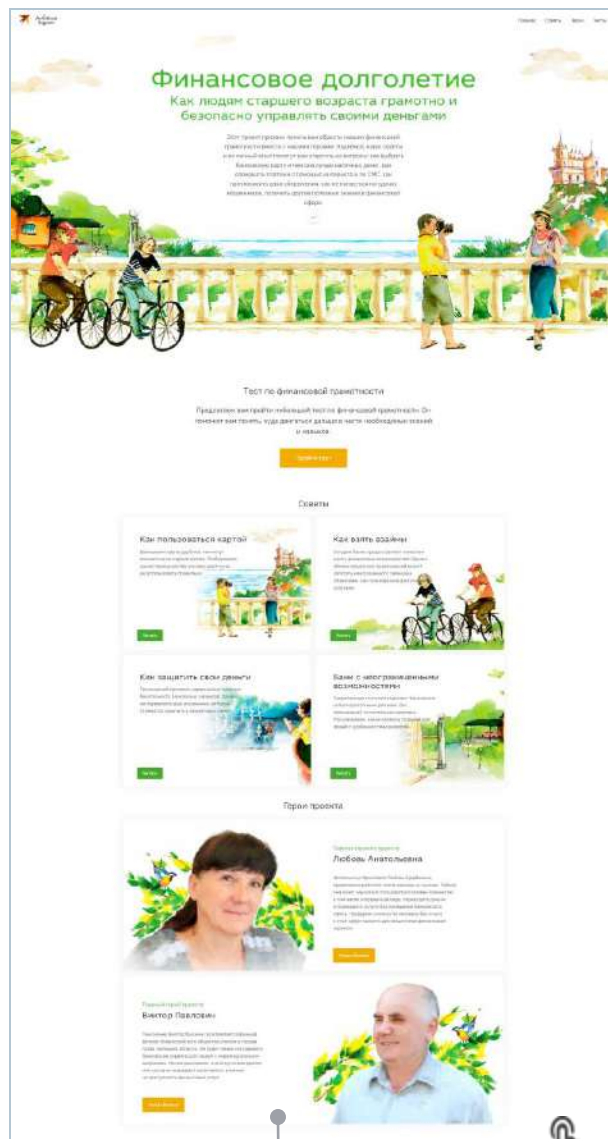
- представители власти
- шоу-бизнеса
- государственные и общественные организации
- спортивные организации
- коммерческие компании
- НКО и благотворительных фондов

Суммарный охват проекта – от 400 000

МЕДИАГРУППА
**КОМСОМОЛЬСКАЯ
ПРАВДА**
ГАЗЕТА • САЙТ • РАДИО

Индивидуальные спецпроекты

Сайт KP.RU



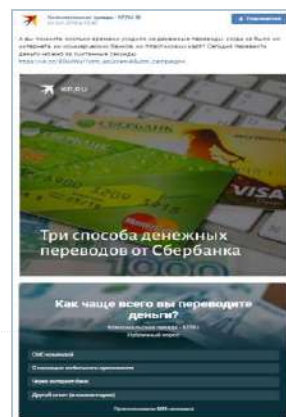
Индивидуальный раздел

КП-weekly



Совет в рубрике
«Финансовое долголетие»

Соцсети



Радио КП

- Мини-форматы с советами
- Передача с участием эксперта компании

ФИНАНСОВОЕ ДОЛГОЛЕТИЕ

Заказчик: Сбербанк

Период проекта: 4 месяца

Наполнение проекта:

- **Советы.** Темы сформированы с учетом интересов и потребителей аудитории старшего возраста: карты, вклады, кредиты, безопасность, возможности
- **Герои** в формате «Испытано на себе»
- **Интерактивы.** 4 теста по финансовой грамотности

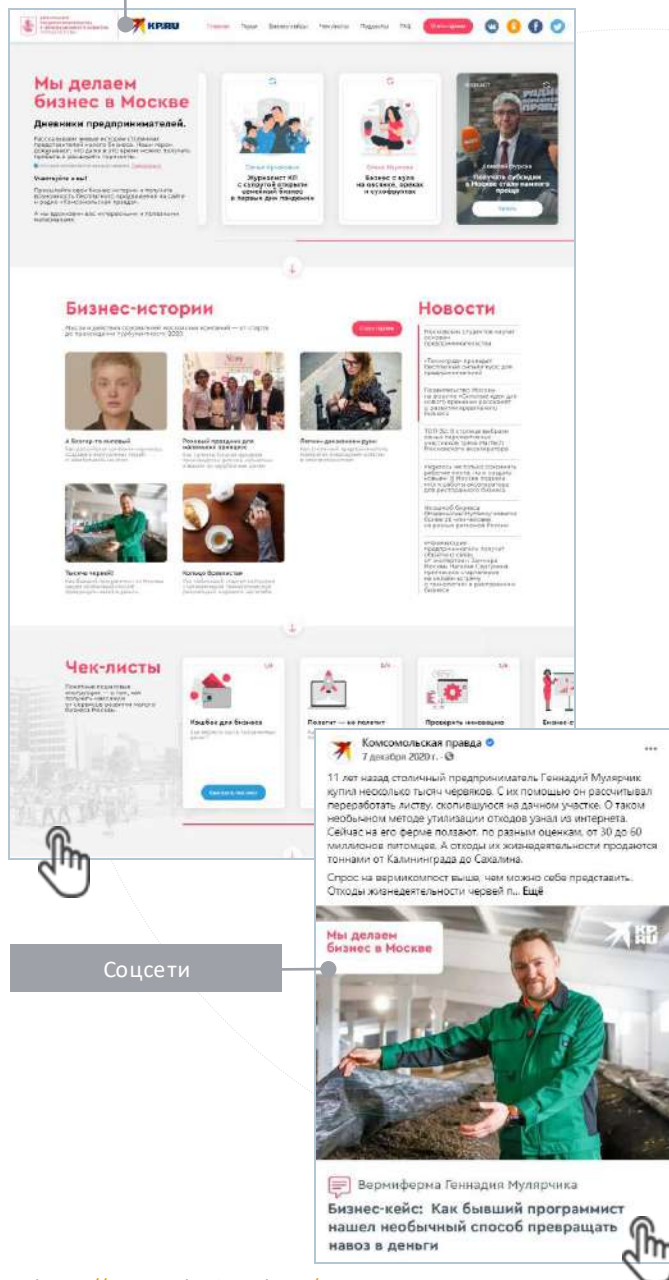
По итогам тестов финансовая грамотность аудитории проекта выросла на 15%

В начале проекта доля правильных ответов составила 57%, по итогам проекта – 72%

Охват проекта – 430 389 просмотров

- общий объем анонсирования проекта – 60 168 875
- переходов на сайт клиента – 9 180
- CTR проекта – 2,1%

Страница проекта



Соцсети

Подкасты



Индивидуальный спецпроект МЫ ДЕЛАЕМ БИЗНЕС В МОСКВЕ

Заказчик: Департамент предпринимательства
и инновационного развития города Москвы

Цель проекта:

- популяризация малого и среднего предпринимательства среди ЦА
- продвижение знаний о возможностях и мерах поддержки в период постпандемии МСП Департамента предпринимательства и инновационного развития города Москвы
- показать успешные кейсы МСП на примерах конкретных предпринимателей мотивировать москвичей к развитию собственного бизнеса

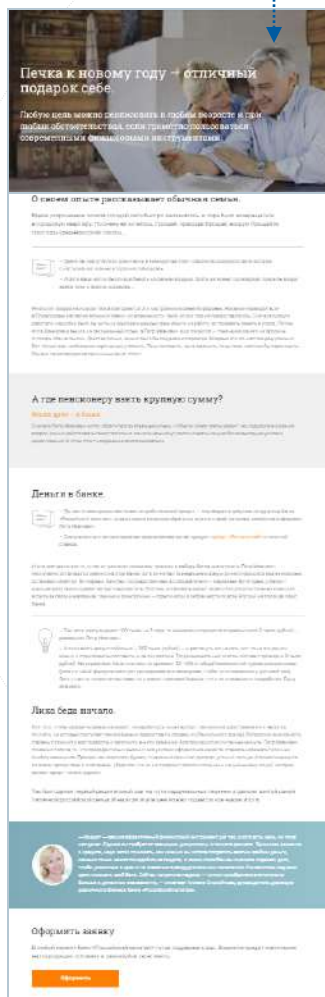
Период проекта: 3 месяца

Наполнение проекта:

- Дневники двух предпринимателей – 12 дневников на сайте и в соцсетях
- Видео о героях на сайте, YouTube-канале «КП», в сообществах «КП» - 2 видео
- Истории от предпринимателей – 12 успешных историй на сайте в соцсетях
- Чек-листы с примерами реальных бизнес-историй - 6 полезных материалов на сайте
- FAQ ответы на самые часто задаваемые вопросы, на сайте КП
- Новости от Департамента предпринимательства - 36 новостей на сайте
- Цикл программ «Мы делаем бизнес в Москве» на радио «КП» – 9 программ
- Подкасты программ на сайте и в социальных сетях - 9 выходов
- Специальная программа на радио «КП», интервью с представителем МСП Алексеем Фурсиным
- Масштабное анонсирование проекта на сайте, радио, в соцсетях

Охват проекта – 3 885 235

- общий объем анонсирования – 32 337 633
- охват на сайте – 340 376
- охват в соцсетях – 3 155 759
- охват на радио – 389 100
- заявок присланных в проект – 107
- переходов на сайт Департамента – 3 369



ГДЕ ВЗЯТЬ ДЕНЕГ НА ВСЕ СРАЗУ

Заказчик: Банк «Российский Капитал»

Цель проекта:

Популяризация линейки продуктов банка

Период проекта: 3 месяца

Наполнение проекта:

- Интерактивный сериал в формате «слайдер» с использованием технологии тайм-лайн с интеграцией продуктов клиента в контекст
- Героями проекта стала среднестатистическая Российская Семья, состоящая из 5 героев: бабушка, дедушка, мама, папа, внук.
- Каждый герой рассказывал о своей повседневной жизни в легкой манере, с внедрением в историю тех или иных продуктов банка
- К каждой статье давался комментарий Эксперта банка
- В каждом материале была кнопка с возможностью получить услугу

Охват проекта – 138 009

- просмотров видео – 18 609
- среднее время на проекте – 03:41 мин

Страница проекта



Видео

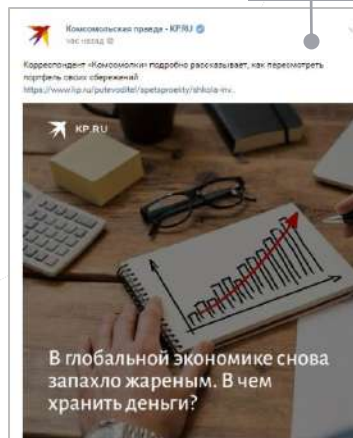
Как можно заработать больше, чем в банке, инвестируя в ПИФы



Тест



Соцсети



Индивидуальный спецпроект

ШКОЛА ИНВЕСТОРА

Заказчик: МТС Инвестиции

Цель проекта:

Продвижение услуг инвестиционной компании и сравнение с аналогами

Период проекта: 4 месяца

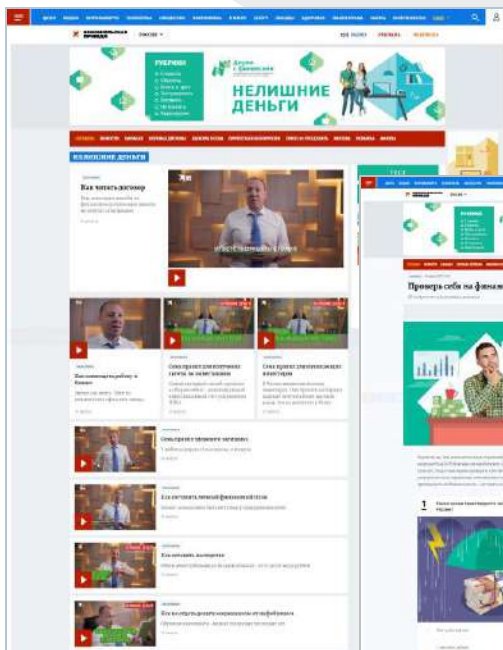
Наполнение проекта:

- статьи по теме проекта
- статьи в формате «Проверено на себе»
- тест
- вопрос-ответ от эксперта компании
- видео

Охват проекта – 279 521

- просмотров видео – 18 609
- переходов на сайт клиента – 2 329
- охват постов в соцсетях – 344 518

Раздел на сайте



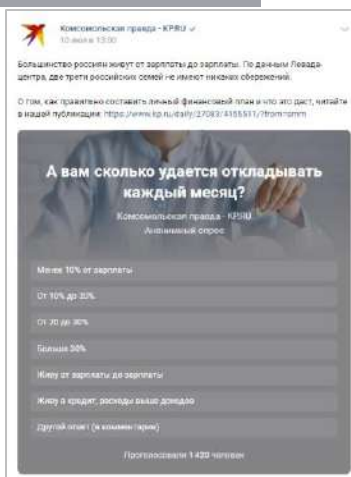
Тест



Видеоуроки



Опрос в соцсетях



Индивидуальный спецпроект

НЕЛИШНИЕ ДЕНЬГИ

Заказчик: Некоммерческий фонд реструктуризации предприятий и развития финансовых институтов, Министерство финансов Российской Федерации

Цель проекта:

Специальный тематический раздел в составе суперраздела «Экономика» на сайте kp.ru, дублирующий материалы из Тематических вложений «Нелишние деньги» в еженедельный выпуск газеты «Комсомольская правда» и наполняемый редакционными материалами по теме грамотного управления личными и семейными финансами, планирования расходов и доходов на разных этапах жизни, формирования сбережений

Период проекта: 8 месяцев

Наполнение проекта:

- материалы тематических вложений и редакционный контент
- видеоуроки
- тест
- опросы в социальных сетях

Охват проекта – 9 073 623

- охват раздела – 249 935
- просмотров видеоуроков – 402 979
- приняли участие в опросах – 7 396 чел.
- прошли тест – 6 149 чел.
- охват в «КП-Толстушка» – 8 340 600 чел.

Тематическое вложение
в «КП-Толстушка»

Я ЭТО МОГУ

Заказчик: Сбер

Цель проекта:

Рассказать читателям «Комсомольской правды» о том, что кредит доступен всем без исключения, в том числе и людям с инвалидностью. Построить знание о новой продуктовой опции потребительского кредита в Сбербанке

Период проекта: 1 месяц

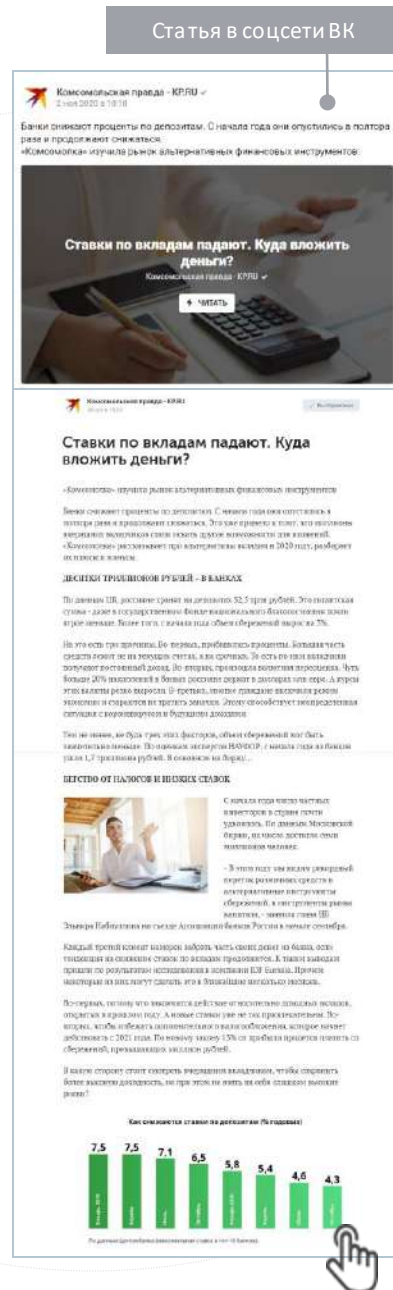
Наполнение проекта:

- Через три реальные истории людей показать, что человек с инвалидностью – это совершенно обычный клиент, пользующийся услугами банка и цифровыми сервисами, при этом банк учитывает его особенности.

Охват проекта – 56 022

- общий объем анонсирования – 7 780 743
- охват в соцсетях – 29 861
- CTR – 1,1%





Индивидуальный спецпроект

КУДА ВЛОЖИТЬ ДЕНЬГИ?

Заказчик: НПФ «Сафмар»

Цель проекта:

Нативное продвижение нового продукта НПФ «Сафмар» «Доходный»

Период проекта: 1 месяц

Наполнение проекта:

- новость в рамках программы «What's, up, страна» на Радио «КП»
- индивидуальный seo-обзор на сайте kp.ru
- полная версия статьи в сообществе «КП» соцсети ВКонтакте
- интеграция новости НПФ «Сафмар» в новостные блоки на Радио «КП»

Охват проекта – 1 481 380

- общий объем анонсирования проекта – 13 608 053
- охват на сайте – 57 384
- охват статьи во VK – 358 996
- охват на радио – 1 065 000

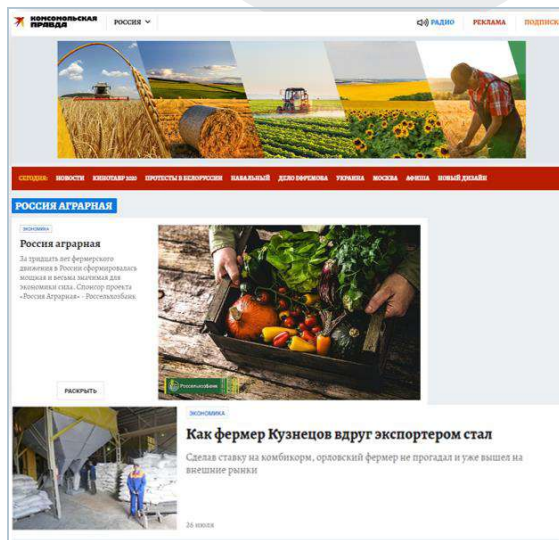
Новость в рамках программы



Интеграция в новостные блоки



Раздел на сайте



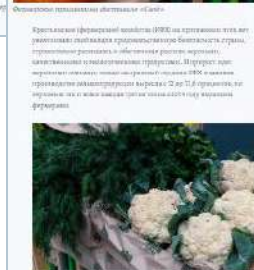
КП-Ежедневка



Истории фермеров



Пресс-релизы



Индивидуальный спецпроект

РОССИЯ АГРАРНАЯ

Заказчик: Россельхозбанк

Цель проекта:

Через истории успеха российских фермеров со всех уголков нашей страны показать весомый вклад «Россельхозбанка» в развитие предпринимательской деятельности в сельском хозяйстве

Период проекта: 2 месяца

Наполнение проекта:

- 11 материалов в ежедневном выпуске газеты «КП»
- индивидуальный раздел «Россия аграрная» с историями успеха фермеров
- 5 пресс-релизов с новостями банка

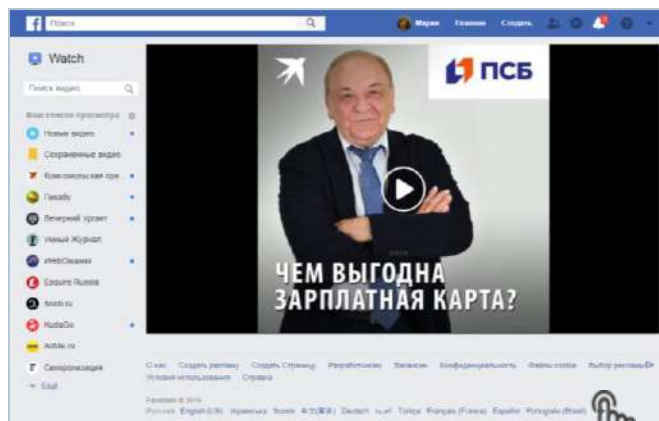
Общий охват проекта – 6 782 489

- охват в газете – 6 712 000
- охват раздела на сайте – 54 629
- охват пресс-релизов на сайте – 15 860

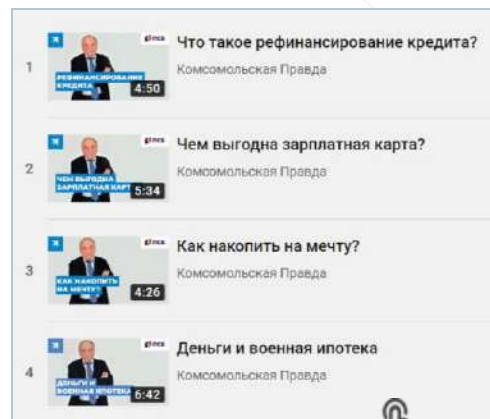
МЕДИАГРУППА
**КОМСОМОЛЬСКАЯ
ПРАВДА**
ГАЗЕТА • САЙТ • РАДИО

Видеопроекты ●

Видео в соцсетях



Видеоблог на YouTube



Статья в газете



Программа на Радио



ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ ВОЕННЫХ ПЕНСИОНЕРОВ

Заказчик: ПСБ

Цель проекта:

Провести финансовый ликбез для военных пенсионеров.
Амбассадор проекта – Виктор Баранец, военный обозреватель «КП»

Период проекта: 3 месяца

Наполнение проекта:

- Videоблог Виктора Баранца про финансовые возможности для военных пенсионеров - 4 видео
- Интеграция в программу «Военное ревью» на радио «КП» - 4 передачи, хрон. интеграции 11 минут
- Статья в издании «Звезда» - вложение в «КП-Толстушка» - 1 полоса

Общий охват проекта – 4 949 281

- просмотров видео – 1 285 000
- охват программы на радио – 608 900
- охват статьи в газете – 3 804 600

УТРОМ – РАБОТА, ВЕЧЕРОМ – ДЕНЬГИ

Заказчик: Деньги вперед

Цель проекта:

- познакомить аудиторию с новым продуктом. «Деньги вперед» – это первый сервис в России, с которым сотрудники могут получить зарплату в любой день
- рассказать через формат «испытано на себе», как пользоваться продуктом, какие преимущества, отработать все негативные ассоциации с продуктами быстрого кредитования

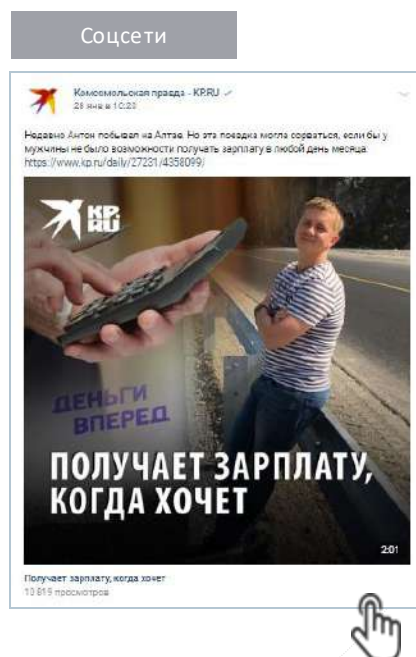
Период проекта: 2 месяца

Наполнение проекта:

- редакционная статья с видео и пошаговой инструкцией от журналиста «КП» формате «расследование». В статье он рассказал как он опробовал новый сервис и поделился своими впечатлениями
- видеоистории в социальных сетях, в которых пользователи нового сервиса рассказывают о своих впечатлениях

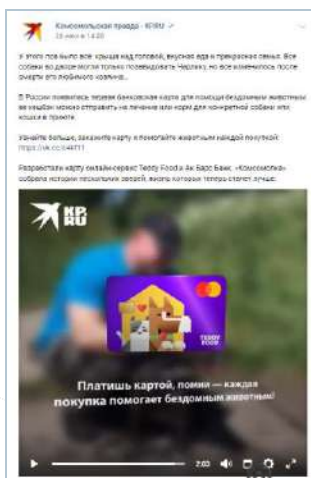
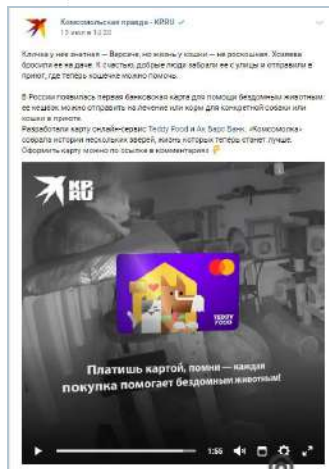
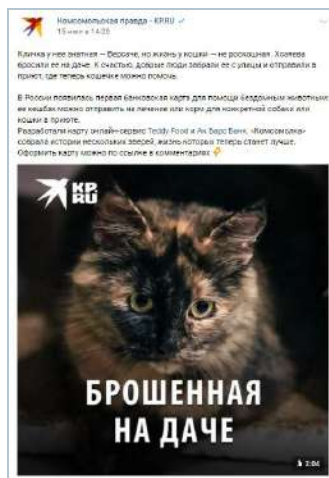
Охват проекта – 167 816

- общий объем анонсирования – 34 441 886
- охват на сайте – 40 101
- охват в соцсетях – 127 715



ИНТЕГРАЦИЯ В РЕДАКЦИОННЫЕ РОЛИКИ

Заказчик: Банк «АК БАРС»



Цель проекта:

Рассказать о новой карте банка с кэшбеком в пользу приютов для животных

Период проекта: 1,5 месяца

Наполнение проекта:

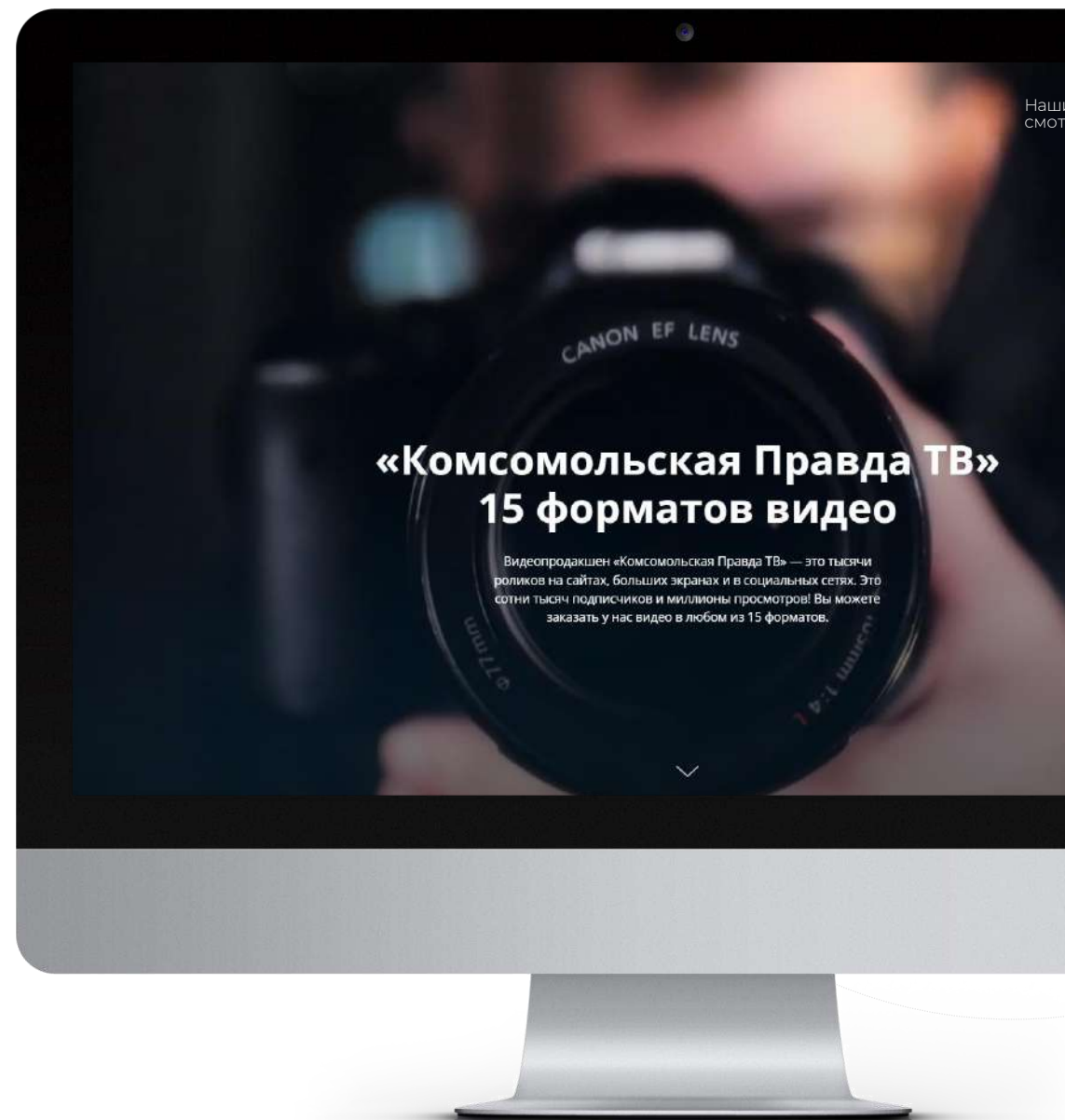
- Интеграция информации о партнере видео в начале ролика
- Интеграция анимированной карта в конце ролика
- Анонсирование роликов в сообществах «КП» в соцсетях - Одноклассники, Facebook, ВКонтакте, Instagram

Охват проекта – 366 584 просмотров роликов

- общий охват по соцсетям – 670 083
- количество лайков – 18 600
- количество репостов – 1 905

Еще больше о видеопроектах

Видеопродакшен «КП»



МЕДИАГРУППА
**КОМСОМОЛЬСКАЯ
ПРАВДА**
ГАЗЕТА • САЙТ • РАДИО

Интерактивные проекты

опросы, тесты, игры, флешмобы

СЕМЕЙНЫЙ КАПИТАЛ

Заказчик: ВТБ



Тест



Бинго «Семейный капитал»

Каждый год проводите каникулы	Регулярно откладывайте деньги	Меняют инвестиционные банки
Вашему ребенку не исполнилось 18 лет	Научились выбирать между банками	Многочисленные, или, наоборот, отсутствующие
Ваша семья имеет накопительную пенсию	Узнали, что такое ипотека	Получили дипломатическое образование
Ваша семья имеет накопительную пенсию	Узнали, что такое ипотека	Получили дипломатическое образование
Ваша семья имеет накопительную пенсию	Узнали, что такое ипотека	Получили дипломатическое образование



Описание проекта:

интерактивный проект с рекомендациями специалистов банка по финансовому поведению

Период проекта: 1 месяц

Наполнение проекта:

- тест на определение типа финансового поведения
- игра на проверку навыков накопления семейного капитала
- посты-карточки в соцсетях
- публикация в газете с QR-кодом

Охват проекта – 2 364 063

- анонсирование – 4 876 422
- охват на сайте – 49 941
- охват в соцсетях – 126 422
- охват в газете – 2 187 700 (число переходов на проект по QR-коду – 7 995)

ДАЧА БЕЗ ФОРС-МАЖОРОВ

Заказчик: Росгосстрах

Цель проекта:

Через игровую механику познакомить аудиторию с продуктом «страхование загородной недвижимости».

В проекте используются элементы интерактивной анимации, которая срабатывает после прочтения истории: идет град, падает бревно на забор и т.д., а также звуковой ряд, для большего погружения в атмосферу дачной жизни

Период проекта: 1,5 месяца

Наполнение проекта:

- **чек-листы** - знакомят пользователя с правилами безопасности по тому или иному объекту, а также позволяет отметить те правила дачной безопасности, которые соблюдает игрок, или пропустить
- **кейсы** от анимационного персонажа «Васильича» - знакомят с интересными историями, которые случаются на даче
- пройдя все метки, пользователь получает индивидуальный результат и рекомендацию купить страховку

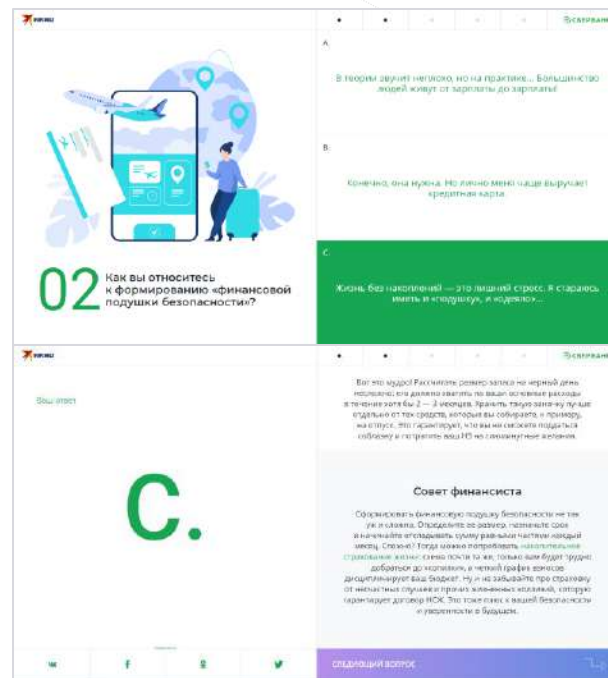
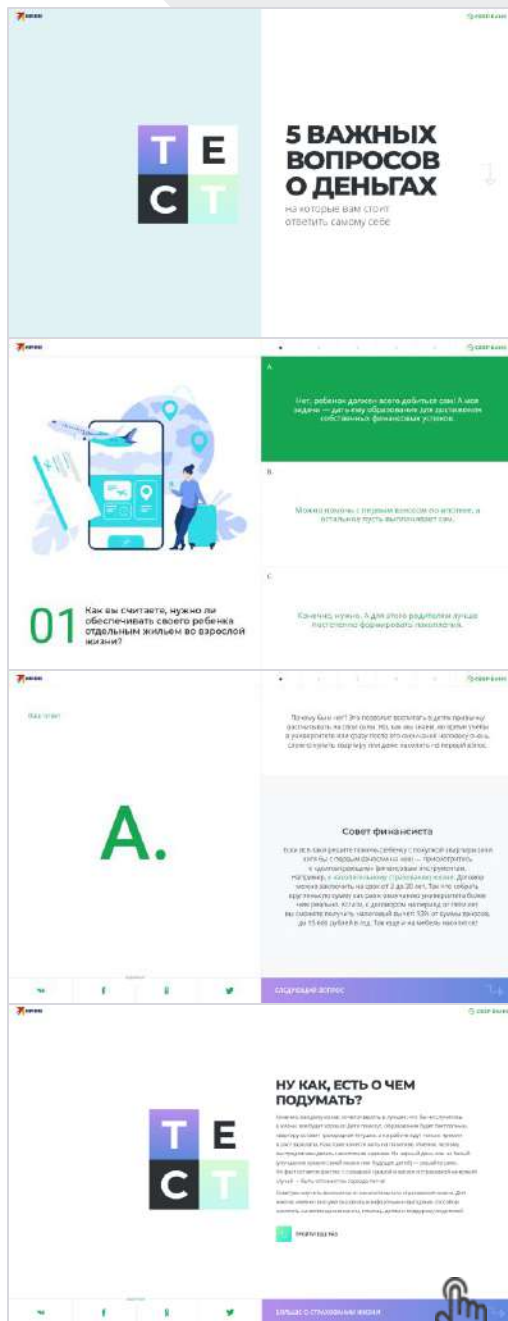
Охват проекта – 59 905

- прошли игру – 10 773
- перешли на сайт «Росгосстрах» - 1 392
- CTR проекта – 2,94% по переходам на сайт, 22,73% по прохождению игры
- Общий объем анонсирования – 7 619 725



5 ВАЖНЫХ ВОПРОСОВ О ДЕНЬГАХ

Заказчик: Сбербанк



Описание проекта:

В проекте показаны 5 жизненных ситуаций с вариантами их решения. После выбора варианта появляется комментарий и важное дополнение, которое отличает данный тест от других — «финансовый помощник». Помощник дает совет с идеальным решением в каждой ситуации. В ответы помощника и интегрирован продукт компании «Накопительное страхование жизни».

Период проекта: 1 месяц

Наполнение проекта:

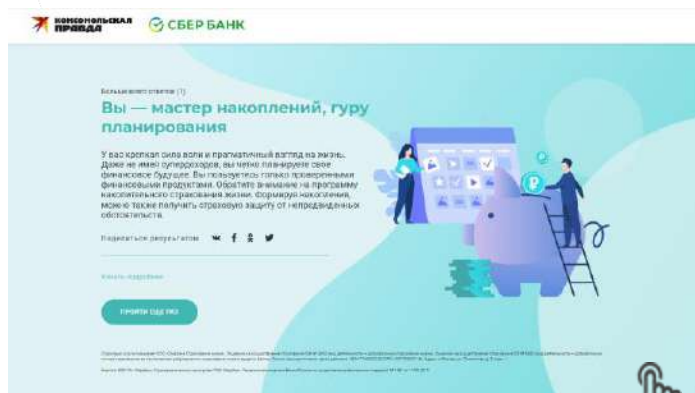
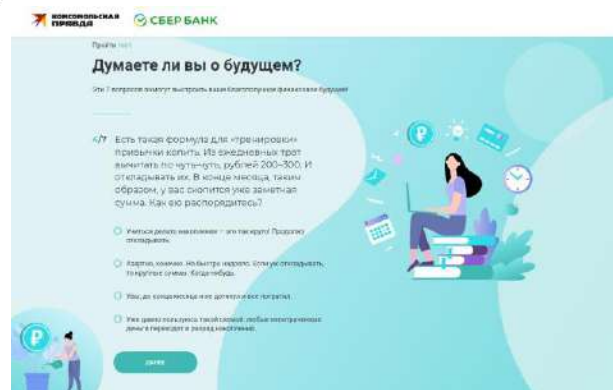
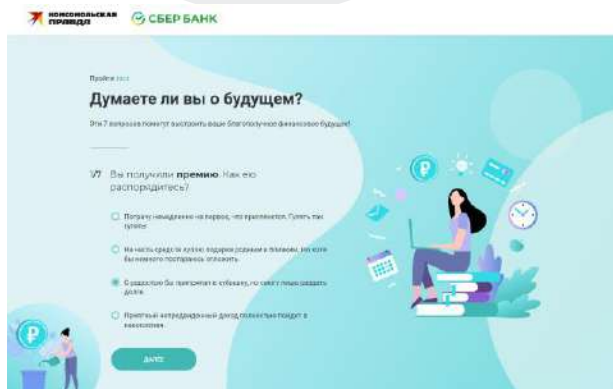
- тест из 5 вопросов с советами финансиста
- анонсирующие посты в соцсетях

Охват проекта – 40 509

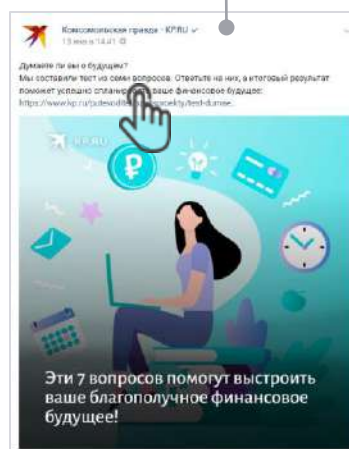
- общий объем анонсирования – 6 238 968
- переходов на сайт компании – 1 193
- CTR проекта – 2,9%

ДУМАЕТЕ ЛИ ВЫ О БУДУЩЕМ?

Заказчик: Сбербанк



Соцсети



Описание проекта:

Психологический тест из жизненных вопросов с разными вариантами ответов на выбор. Исходя из выбранных вариантов, в конце теста пользователь получает результат: «Вы легки на подъем» / «Вы - человек рассеянный»/ «Вы многого хотите от жизни и, безусловно, думаете о будущем.»

Период проекта: 1 месяц

Наполнение проекта:

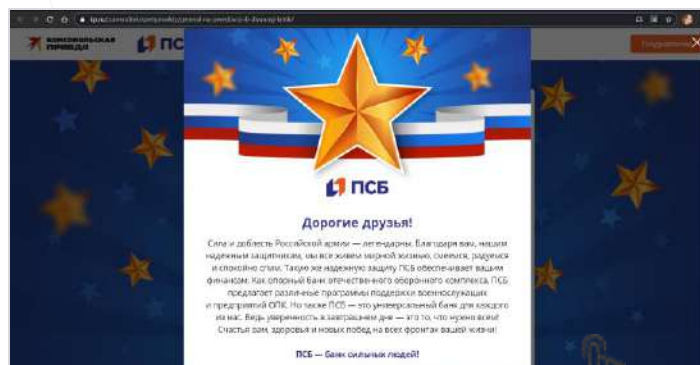
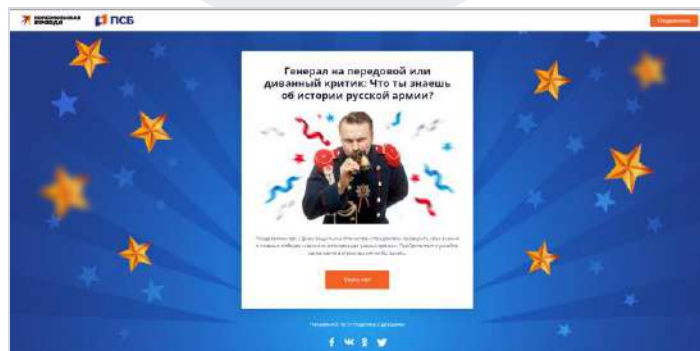
- тест из 7 вопросов, в результаты теста интегрируется информация о привычке и важности накопления с переходом на сайт компании
- анонсирующие посты в соцсетях

Охват проекта – 55 259

- общий объем анонсирования – 10 889 988
- переходов на сайт компании – 1 063
- CTR проекта – 1,9%

ГЕНЕРАЛ НА ПЕРЕДОВОЙ ИЛИ ДИВАННЫЙ КРИТИК

Заказчик: ПСБ



Соцсети



Аудио-поздравление



Описание проекта:

Тест к 23 февраля с продвижением на сайте kp.ru в соцсетях «КП», а также поздравление слушателей радио «КП» от вице-президента — директора дирекции по сопровождению контрактов государственного оборонного заказа ПСБ - Светланы Дмитриевой

Цель проекта:

Увеличить узнаваемость бренда и лояльность аудитории с помощью нативной интеграции в тематический тест

Период проекта: 1 неделя

Наполнение проекта:

- тест из 7 вопросов
- поздравление с Днем Защитника Отечества от ПСБ
- анонсирующие посты в соцсетях
- аудио-поздравление на Радио «КП» в течение всего дня

Охват проекта – 435 011

- общий объем анонсирования – 1 715 637
- охват теста – 36 411
- охват в соцсетях – 73 576
- охват аудио-поздравления – 398 600



КАКОЙ СУПЕРГЕРОЙ ЗАЩИТИТ ВАШ ФИНАНСОВЫЙ МИР ОТ ЗЛОДЕЕВ!

Заказчик: Райффайзенбанк

Цель проекта:

- рассказать людям о том, что не надо доверять свои данные мошенникам
- повысить финансовую грамотность каждого участника проекта
- дать четкую информацию о том, что важно знать, чтобы не попасться на уловки мошенников и не оказаться в сложной ситуации

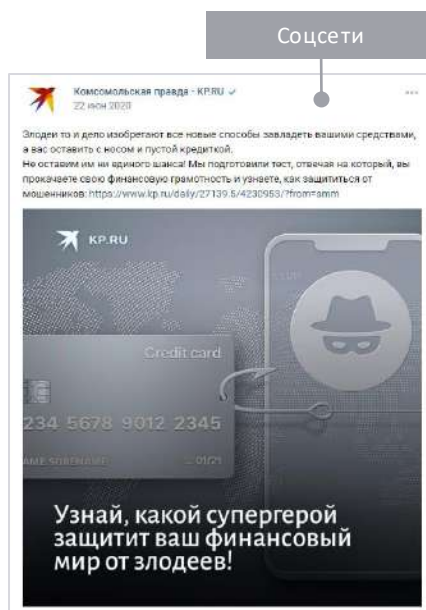
Период: 2 недели

Наполнение проекта:

- тест из 7 вопросов на проверку своей финансовой грамотности
- анонсирующие посты в соцсетях

Охват проекта – 30 330

- общий объем анонсирования – 7 828 824
- прошли тест до конца – 6 058 чел.
- CTR – 19,97%



ПОСЧИТАЙ КОЛИЧЕСТВО ЛОГОТИПОВ

Заказчик: ПСБ



Цель проекта:

Популяризация бренда, лояльность к бренду

Период проекта: 3 дня

Наполнение проекта:

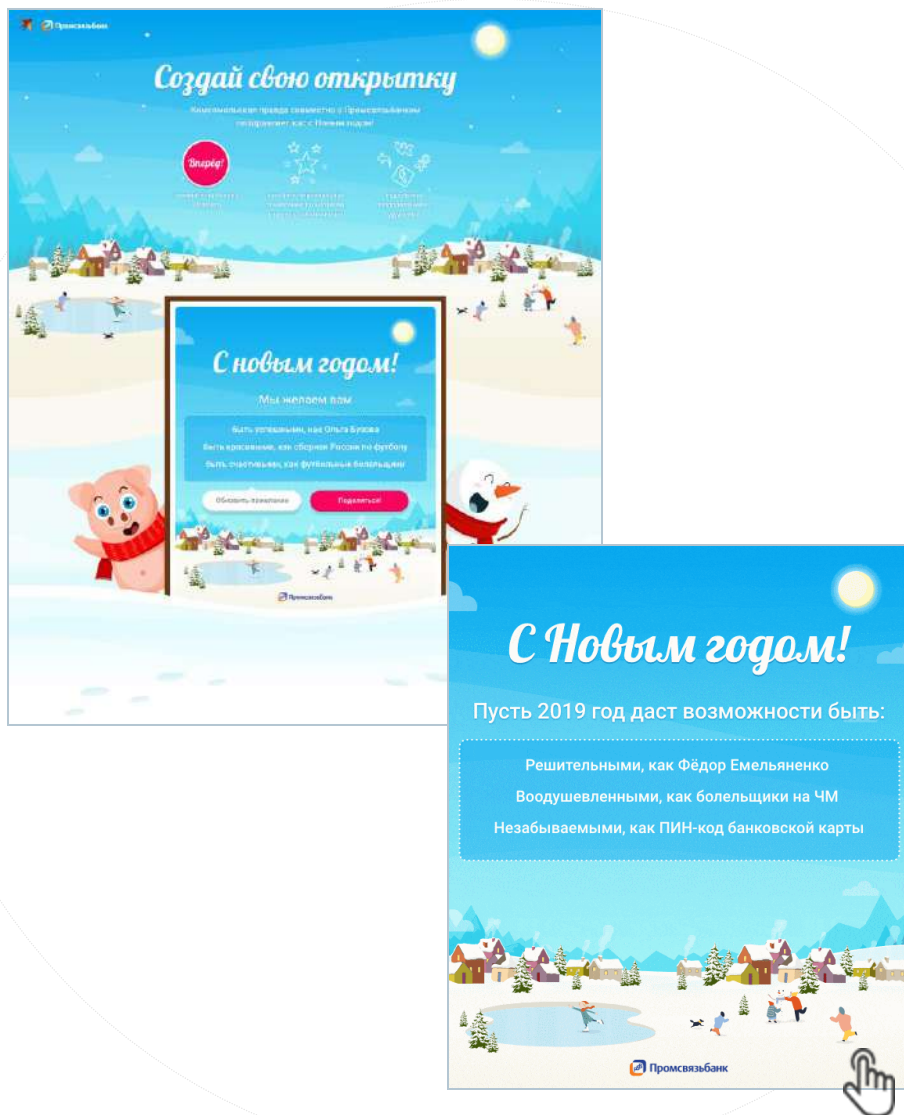
- посты с картинкой в стиле «вimmelбух» с внедрением в них логотипа компании
- в комментариях к постам нужно было написать правильный ответ
- анонсирование конкурса в группах «КП» в соцсетях

Охват проекта – 105 054

- просмотров лендинга – 81 018
- охват во ВКонтакте – 41 251
- количество участников – 290

СОЗДАЙ СВОЮ ОТКРЫТКУ

Заказчик: ПСБ

**Описание проекта:**

Лэндинг с возможностью с помощью генерации создать уникальное поздравление в виде открытки

Цель проекта:

Популяризация бренда, лояльность к бренду

Период проекта: 17 дней**Наполнение проекта:**

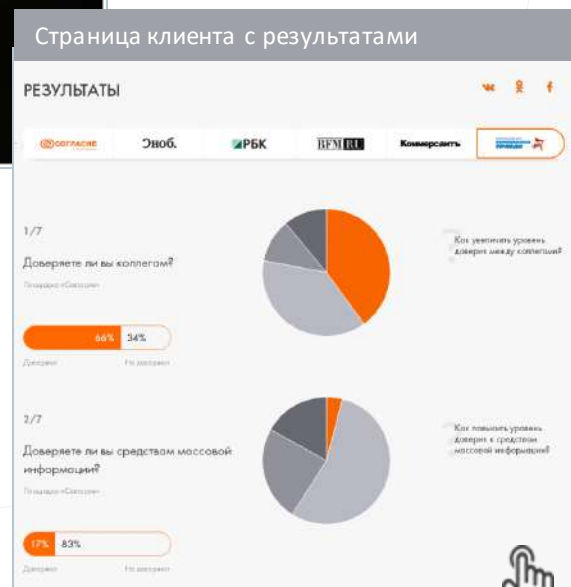
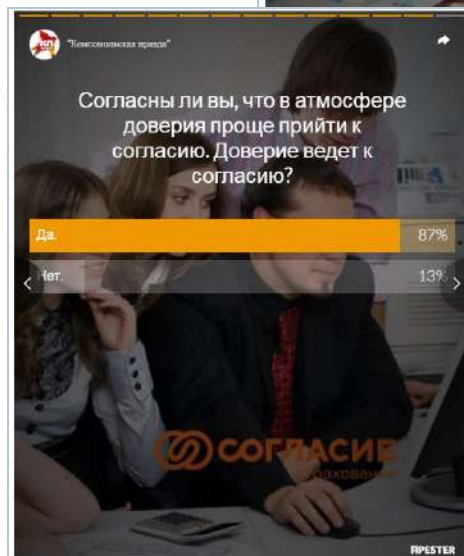
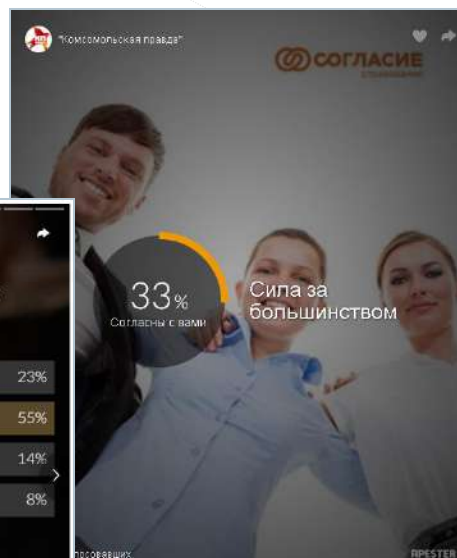
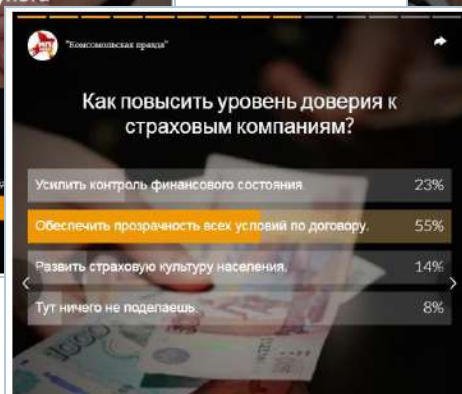
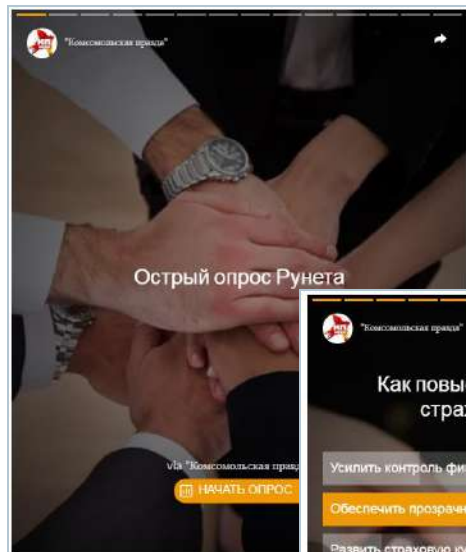
- лэндинг с брендингом «Промсвязьбанка», с помощью кнопки «вперед» случайно формировались открытки
- открыткой можно поделиться в соцсетях, а также скачать для отправки родным и близким с помощью мессенджеров
- посты в соцсетях

Охват проекта – 167 796

- просмотров лэндинга – 81 018
- охват в соцсетях – 34 778
- охват промпоста – 52 000
- вовлеченность пользователей в проект – 13 906

КОМУ ДОВЕРЯЕТ РОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО

Заказчик: Согласие



Цель проекта:

Узнать у аудитории, кому доверяет российское общество с кем готово согласиться?

Период проекта: 14 дней

Наполнение проекта:

- брендированный опрос с вопросами на общественные темы связанные с доверием
- один из вопросов – доверяете ли вы страховым компаниям?
- сбор данных о лояльности аудитории к страховым компаниям в целом

Охват проекта – 4 000 просмотров

- количество участников - 947
- охват на YouTube-канале – 5 300

МЕДИАГРУППА
**КОМСОМОЛЬСКАЯ
ПРАВДА**
ГАЗЕТА • САЙТ • РАДИО

Индивидуальные лендинги

ПЕНСИЯ И НЕ ТОЛЬКО

Заказчик: ВТБ



Описание проекта:

Пять способов получить дополнительный доход после ухода с работы» даем несколько рекомендаций, которые может применить каждый. Чего боится большинство будущих пенсионеров? Резкого падения доходов. И эти страхи, к сожалению, оправданны. При выходе на пенсию доходы среднего россиянина падают более чем втрое. Как сделать так, чтобы снижение было не таким сильным?

Период проекта: 1 месяц

Наполнение проекта:

- лонгрид на сайте
- карточки в сообществах «КП» в соцсетях

Охват проекта – 497 371

- анонсирование – 5 479 576
- охват на сайте – 61 425
- охват в соцсетях – 435 946

КАРТА «ЗАБОТА»

Заказчик: Ак Барс

Как получить от банка кешбэк 10% на все покупки

Анна ЮЗЫШВИЛИ

Многие банки пересматривают условия для клиентов, но найти выгодные предложения еще можно.

Ключевая ставка ЦБ снизилась до 8% годовых. Вслед за ней ставки по вкладам в банках падают, а условия по программам лояльности становятся привлекательнее в глазах клиентов. Но не у всех. Найти выгодные предложения все еще можно.

Ставки снижаются, но не у всех

Программы кешбэка в большинстве кредитных организаций сохранились на уровне 1-2%. Редко кто не ищет выгоду по отдельным категориям, а именно и найдет на все покупки.

Однако есть и редкие предложения. Ак Барс Банк, например, запустил программу повышенного кешбэка 10% на все покупки по карте МИР, которая действует до конца года. Такой картой на рынке не найти, потому что была. По сути, любой товар или услугу, этой картой можно приобрести со скидкой в 10% от стоимости. При этом она будет действительна с момента и до конца, которые предоставляет продавцы, дающий скидку.

Словарик «КП»

Что такое кешбэк?

Это вознаграждение за покупки по банковской карте. Проценты от потраченной суммы возвращаются на карту на следующий месяц. По сути, кешбэк - это отложенная скидка. Например, если в августе вы совершите по карте покупки на 20 тысяч рублей, то в начале сентября вам вернется 2 тысячи рублей в виде отчислений. Эту сумму реально расходовать всего 18 тысяч.

Условия для «СУПЕРКЕШБЭКА»

У любого банка есть определенные условия, при которых начисляется кешбэк или бонусы. Вот что нужно, чтобы получить кешбэк от Ак Барс Банка:

- Быть новым или действующим клиентом Банка. Новичками считаются клиенты, не имеющие ни одного банковского продукта у Ак Барс Банка. Также не имеют доступа к услугам клиентов Банка, которые не совершали никаких операций в течение трех месяцев;
- Выбрать карту - «Забора» национальной платежной системы «Мир»;
- Оставить заявку на официальном сайте Банка по указанной ссылке: [cardlink](#);

Получить повышенный кешбэк в рублевом эквиваленте в течение 3 месяцев за оплату любых товаров и услуг. Максимальная сумма кешбэка - 2 тысячи рублей в месяц, но это можно увеличить, если открыть карту на все - любые деньги. Скорее всего, лимит при этом стандартный. За страховку, налоги, переводы по СБП вознаграждение не начисляется.

Кешбэк начисляется за оплату мобильной связи и услуг ЖКХ.

Обслуживание карты бесплатно



Описание проекта:

тратить деньги нужно с умом, да еще и так, чтобы оставаться в выгоде. Для этого и существует кэшбэк - вознаграждение за покупки по банковской карте. А можно ли получить от банка кешбэк 10% на все покупки? Да, с картой «Забора» от банка Ак Барс это стало реально

Период проекта: 1 месяц

Наполнение проекта:

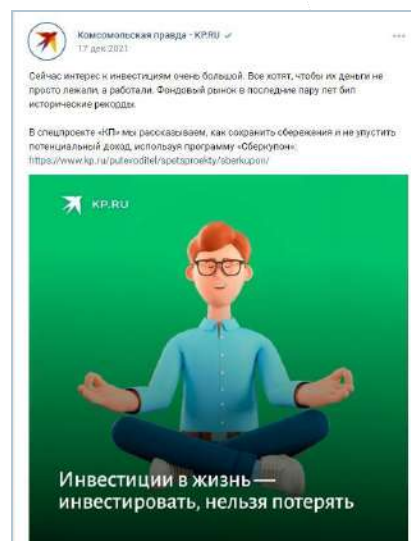
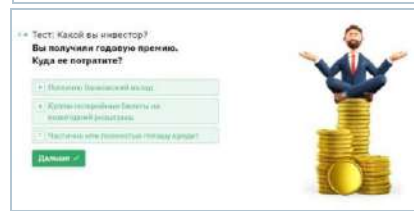
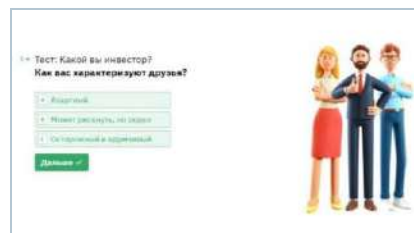
- лонгрид на сайте
- анонсирующие посты в соцсетях

Охват проекта – 73 657

- анонсирование – 3 660 603
- охват на сайте – 50 895
- охват в соцсетях – 22 762

СБЕРКУПОН

Заказчик: Сбер



Цель проекта:

познакомить читателей с программой инвестиционного страхования «Сберкупон»

Период проекта: 1,5 месяца

Наполнение проекта:

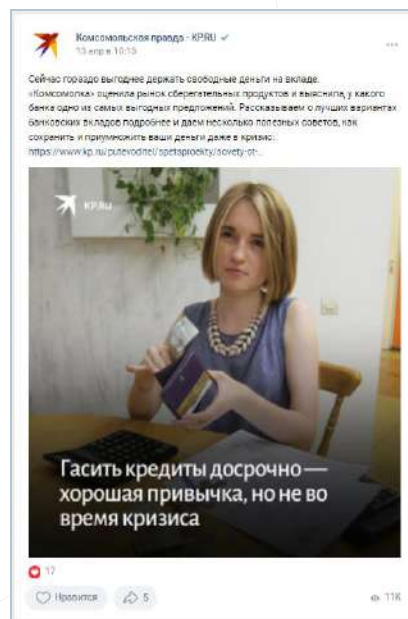
- разъяснительная статья в индивидуальной верстке с элементами инфографики
- тест
- анонсирующие посты в соцсетях

Охват проекта – 210 323

- анонсирование – 8 636 505
- охват на сайте – 168 916
- охват в соцсетях – 41 407
- переходов на сайт sberbank.ru – 34 993
- CTR – 20,74%

КАК СОХРАНИТЬ ДЕНЬГИ В КРИЗИС

Заказчик: Банк «Открытие»



Цель проекта:

с помощью индивидуального финансового обзора рассказать массовой аудитории «Комсомольской правды» о том, как грамотно вести себя во время кризиса, помочь читателям принять правильные решения по управлению своими финансами

Период проекта: 1,5 месяца

Наполнение проекта:

- интеграция «продуктов» партнера в контент проекта: подробное объяснение преимуществ предложений по вкладам банка «Открытие»
- анонсирующие посты в соцсетях

Охват проекта – 271 654

- анонсирование – 4 236 979
- охват на сайте – 60 638
- охват в соцсетях – 211 016
- переходов на сайт банка – 1 989



Индивидуальный лендинг СТАВКА — НЕ ГЛАВНОЕ

Заказчик: Сбер

Описание проекта:

Журналист «Комсомольской правды» провел «испытание» программ потребительских кредитов различных банков и, на основе личного опыта, сравнил ставки, условия, ПСК и другие параметры займов

Период проекта: 1 месяц

Наполнение проекта:

- полезные советы для аудитории, не имеющей обширного опыта оформления кредитов: что важно знать, какие документы понадобятся, на что смотреть, выбирая между кредитами в разных банках и т. п.
- карточки в соцсетях с краткими и четкими советами по выбору потребительских кредитов

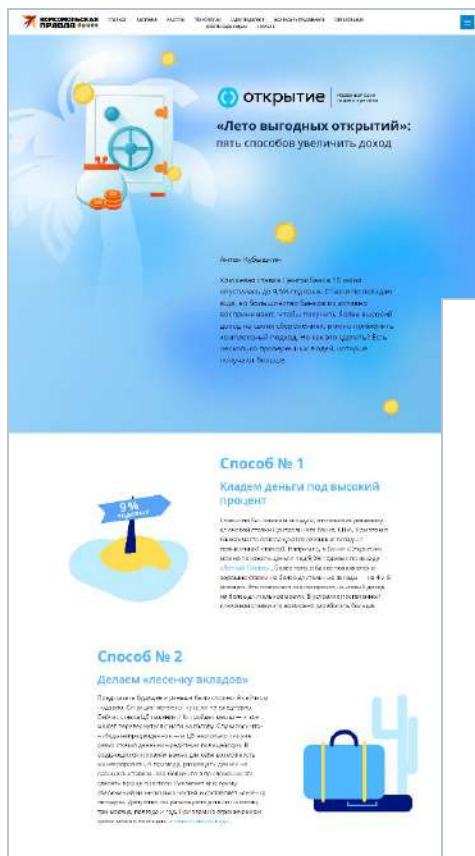
Охват проекта – 181 695

- анонсирование – 4 291 376
- охват на сайте – 99 635
- охват в соцсетях – 291 376



ЛЕТО ВЫГОДНЫХ ОТКРЫТИЙ

Заказчик: Банк «Открытие»



Цель проекта:

чтобы получить более высокий доход на свои сбережения, стоит применить комплексный подход. Но как это сделать? Спецпроект КП совместно с банком «ОТКРЫТИЕ» рассказывает о пяти проверенных способах, которые позволят увеличить отдачу от накоплений

Период проекта: 1 месяц

Наполнение проекта:

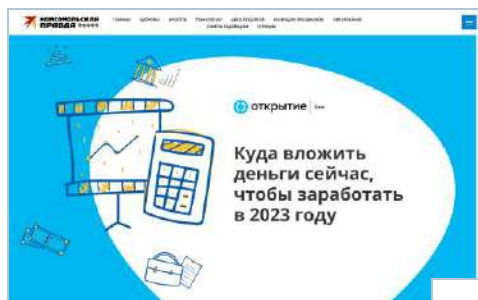
- лонгрид на сайте
- посты-карточки в соцсетях

Охват проекта – 713 837

- анонсирование – 4 259 286
- охват на сайте – 63 320
- охват в соцсетях – 650 517

КУДА ВЛОЖИТЬ ДЕНЬГИ СЕЙЧАС, ЧТОБЫ ЗАРАБОТАТЬ

Заказчик: Банк «Открытие»



Куда вложить деньги сейчас, чтобы заработать в 2023 году

После окончания новогодних праздников 2023 года многим гражданам предстоит определиться с планами на будущее. В этот период особенно актуальным становится вопрос: куда вложить деньги, чтобы заработать в 2023-м?

Мы проанализировали, как вели себя разные виды инвестиций (в недвижимость, в валюту, в акции и облигации, в золото, различные вклады) в 2022 году. И выяснили, куда стоит вложить средства сейчас, чтобы заработать на них в 2023-м.

НЕДВИЖИМОСТЬ

Популярность недвижимости в последние годы растет. Это связано с тем, что недвижимость считается надежным способом сохранения денег. В 2022 году рынок недвижимости в России был стабильным, несмотря на высокие ставки по ипотеке.

Среди всех сегментов недвижимости особенно популярны квартиры в новостройках. Это связано с тем, что в новостройках можно получить хорошую скидку на покупку, а также возможность выбрать квартиру с нужными характеристиками.

ВЫВОД

Вне зависимости от того, какой вид недвижимости вы выберете, важно помнить о том, что недвижимость — это долгосрочная инвестиция. Чтобы заработать на ней в 2023-м, нужно быть готовым к тому, что доход будет достигнут не сразу.

ВАЛЮТА

Популярность валюты в последние годы растет. Это связано с тем, что валюту можно использовать для защиты от инфляции. В 2022 году рубль потерял значительную часть своей стоимости, что привело к росту интереса к другим валютам.

Среди всех валют особенно популярна доллар США. Это связано с тем, что доллар считается одной из самых надежных валют в мире. В 2022 году доллар вырос в цене, что привело к росту интереса к нему.

ВЫВОД

Чтобы заработать на валюте в 2023 году, важно помнить о том, что валюту можно использовать для защиты от инфляции. Чтобы заработать на ней в 2023-м, нужно быть готовым к тому, что доход будет достигнут не сразу.



ЗОЛОТО

Золото — это надежный способ сохранения денег. В 2022 году цена на золото выросла, что привело к росту интереса к нему. Золото можно использовать для защиты от инфляции, а также для спекулятивных целей.

ВЫВОД

Золото — это надежный способ сохранения денег. Чтобы заработать на нем в 2023-м, нужно быть готовым к тому, что доход будет достигнут не сразу.



ВКЛАДЫ

Вклады — это один из самых популярных способов вложения денег. В 2022 году ставки по вкладам были высокими, что привело к росту интереса к ним. Вклады можно использовать для защиты от инфляции, а также для получения дохода.

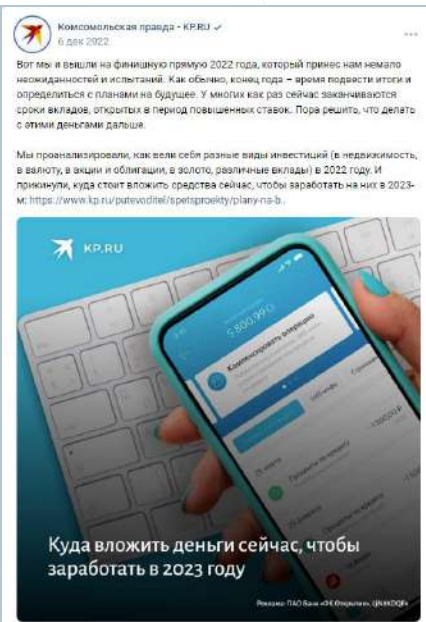
ПОЧЕМУ?

- Ставки по вкладам в 2022 году были высокими, что привело к росту интереса к ним.
- Вклады можно использовать для защиты от инфляции, а также для получения дохода.
- Вклады — это надежный способ сохранения денег.
- Вклады можно использовать для спекулятивных целей.

ВЫВОД

Вклады — это надежный способ сохранения денег. Чтобы заработать на них в 2023-м, нужно быть готовым к тому, что доход будет достигнут не сразу.

ЗАКРЕПИТЬ СЕБЕ САМОМУ ВЫГОДНУЮ СТАВКУ



Цель проекта:

с помощью индивидуального финансового обзора рассказать массовой аудитории «Комсомольской правды» о том, куда стоит вложить средства сейчас, чтобы заработать на них в 2023-м

Период проекта: 1 месяц

Наполнение проекта:

- интеграция «продуктов» партнера в контент проекта: подробное объяснение преимуществ предложений по вкладкам банка «Открытие»
- анонсирующие посты в соцсетях

Охват проекта – 181 695

- анонсирование – 4 303 779
- охват на сайте – 58 785
- охват в соцсетях – 122 910
- переходов на сайт банка – 13 326

ИСПЫТАНО НА СЕБЕ

Заказчик: Home Credit Bank

Цель проекта:

Продвижение нового продукта Home Credit Bank
«Онлайн-рассрочка в ВКонтakte»

Период проекта: 1 месяц

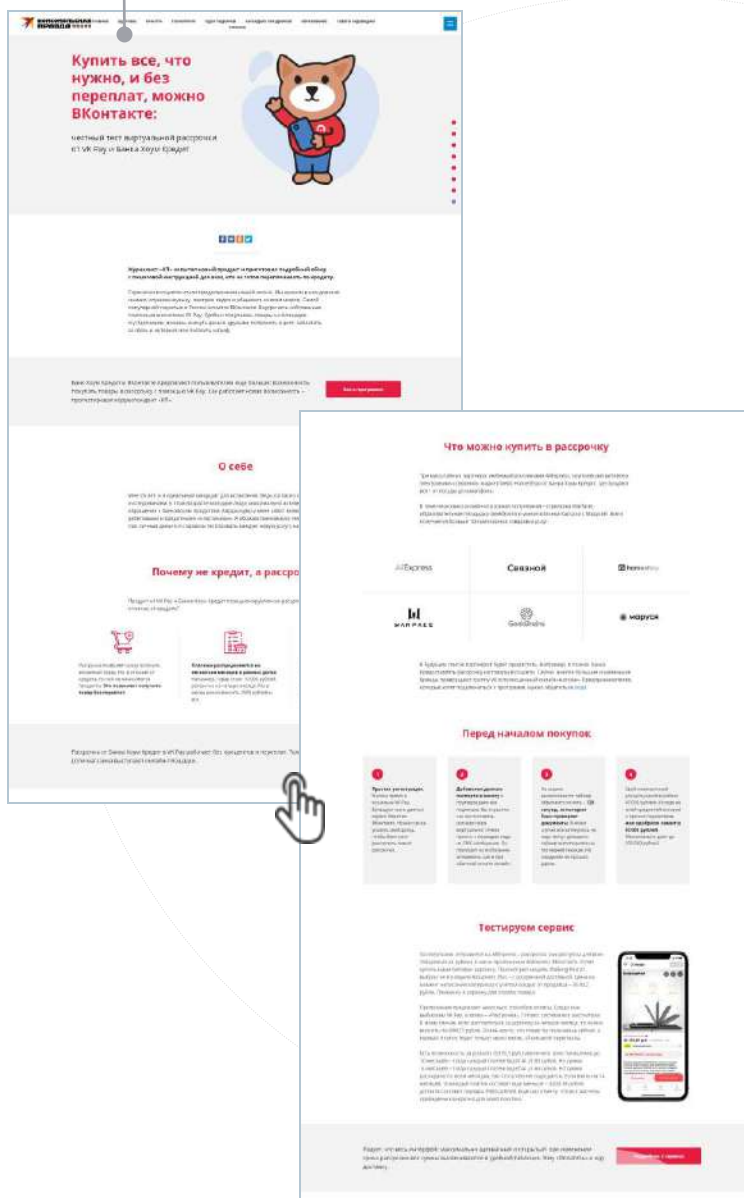
Наполнение проекта:

- журналист «КП» тестирует новый продукт и готовит материал в формате «Испытано на себе»
- подробный обзор с пошаговой инструкцией использования продукта
- пост-инфографика в сообществах «КП» с соцсетях, с доппродвижением в ВК вне группы «КП»

Охват проекта – 150 000

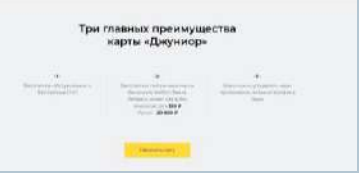
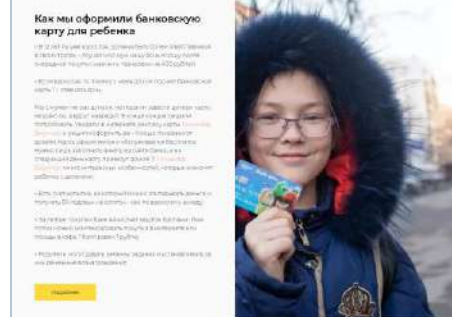
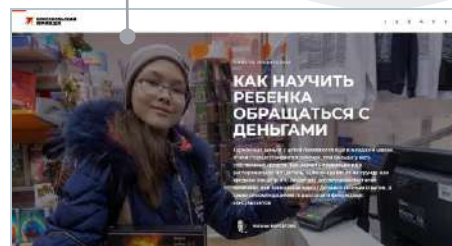
- анонсирование – 3 000 000
- охват на сайте – 50 000
- охват в соцсетях – 100 000

Страница проекта



Соцсети





КАК НАУЧИТЬ РЕБЕНКА ОБРАЩАТЬСЯ С ДЕНЬГАМИ

Заказчик: Тинькофф Банк

Цель проекта:

Продвижение банковской карты Тинькофф Джуниор. Проект содержит рекомендации психологов и финансовых консультантов

Период проекта: 1 месяц

Наполнение проекта:

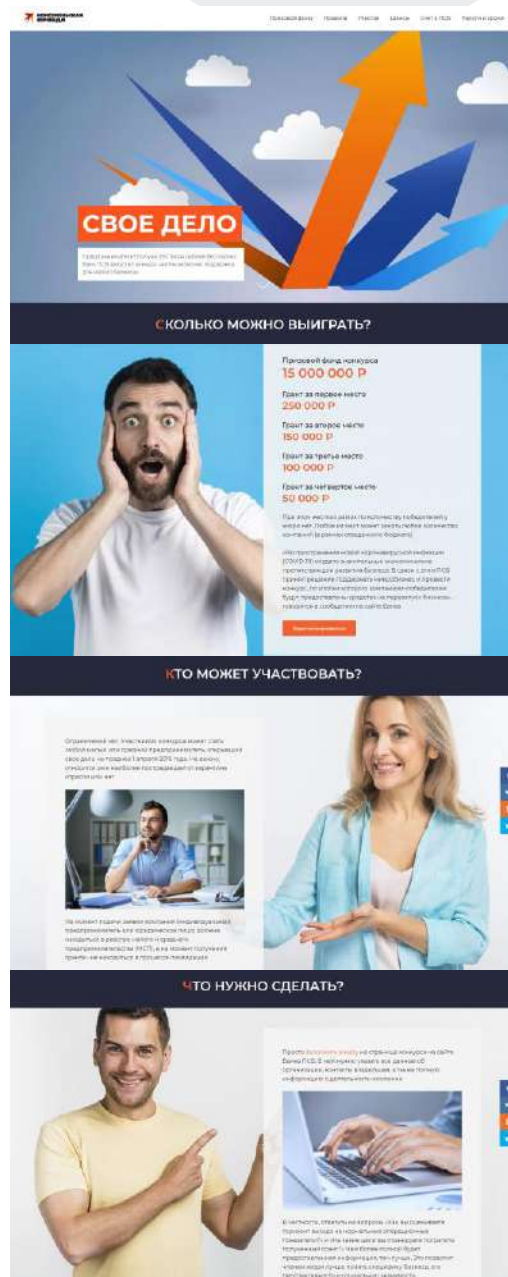
- как научить детей правильно распоряжаться деньгами?
- что делать, если ребенок тратит деньги на ерунду или вредную пищу?
- что лучше для несовершеннолетнего: наличные или банковская карта?

Охват проекта – 36 489

- общий объем анонсирования проекта – 4 202 691
- переходов на сайт Tinkoff - 986
- CTR проекта – 2,8%
- охват постов в соцсетях – 59 907

СВОЕ ДЕЛО

Заказчик: ПСБ



Цель проекта:

Рассказать читателям «Комсомольской правды» о конкурсе банка «Антикризисная поддержка для малого бизнеса»

Период проекта: 20 дней

Наполнение проекта:

- Распространение новой коронавирусной инфекции (COVID-19) создало значительные экономические препятствия для развития бизнеса. В связи с этим ПСБ принял решение поддержать микробизнес и провести конкурс, по итогам которого компаниям-победителям будут предоставлены средства на перезапуск бизнеса

Охват проекта – 50 391

КАК ВЗЯТЬ КРЕДИТ ПО МИНИМАЛЬНОЙ СТАВКЕ

Заказчик: Банк Открытие

Цель проекта:

В формате «вопрос-ответ» рассказать пользователям, как взять кредит по минимальной ставке и привлечь аудиторию к участию в тесте «Сможете ли вы получить у банка кредит по самой выгодной ставке?»

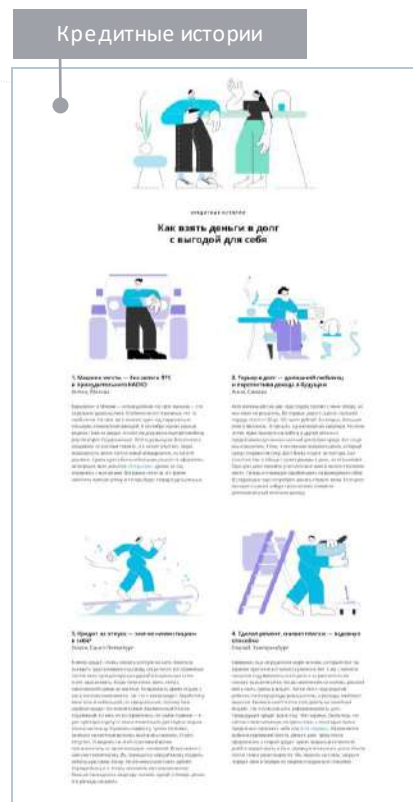
Период проекта: 1,5 месяца

Наполнение проекта:

- индивидуальный обзор
- вопросы-ответы
- кредитные истории
- инфографика
- тест

Охват проекта – 122 944

- переходов на сайт банка – 1 127
- участников теста – 1 787
- CTR – 1%
- охват в соцсетях – 192 707





Индивидуальный лендинг

7 МИФОВ ОБ ИНВЕСТИЦИЯХ

Заказчик: СберИнвестиции

Цель проекта:

Рассказать о готовых инвестиционных решениях и разобраться с предубеждениями

Период проекта: 1 месяц

Наполнение проекта:

- 7 мифов об инвестициях, которые мешают нам зарабатывать

Охват проекта – 75 096

- общий объем анонсирования проекта – 8 250 995
- охват в соцсетях – 63 112
- переходов на сайт клиента – 1 174
- CTR проекта – 1,56%

СПИСКИ

Заказчик: Ренессанс Кредит

Описание проекта:

Нативная статья о 10 диджитал достижениях, которые прочно вошли в нашу жизнь и изменили ее к лучшему

Период проекта: 37 дней

Наполнение проекта:

- дизайн раздела в стиле обновленного брендинга банка
- интеграция продуктов банка в контент материала с переходами на сайт банка

Охват проекта – 17 174

- общий объем анонсирования проекта – 10 108 399
- переходов на сайт клиента – 594
- CTR проекта – 3,46%



Индивидуальный лендинг в формате РАСКРЫВАЮЩИЙСЯ КОНТЕНТ

Заказчик: Московский Кредитный Банк

Описание:

Памятка с советами для пенсионеров и их детей

Цель проекта:

Рассказать о продуктах банка

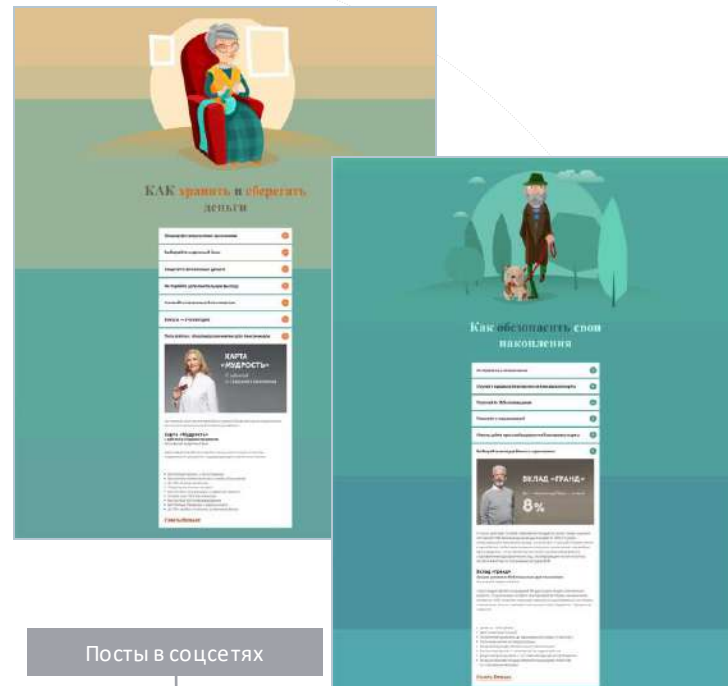
Период проекта: 2 месяца

Наполнение проекта:

- лендинг на сайте с карточками-советами
- интеграция бренда в карточки
- посты в социальных сетях

Охват проекта – 30 235

- общий объем анонсирования проекта – 3 749 621
- переходов на сайт клиента – 54
- CTR проекта – 0,18%
- охват в соцсетях – 93 951



Посты в соцсетях



ОКТРЫВАЯ НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Заказчик: Банк «Открытие»

Цель проекта:

Показать на историях конкретных предпринимателей, как пандемия-2020 помогла развить бизнес. Рассказать аудитории «КП» о продуктах для МСБ банка «Открытие», о медийно-образовательной платформе Open Academy. Показать что банк «Открытие» и сообщество #НЕПРИНИМАТЕЛИ находят решения даже в сложных ситуациях, не останавливаясь, используют реальные возможности рынка

Период проекта: 1 месяц

Наполнение проекта:

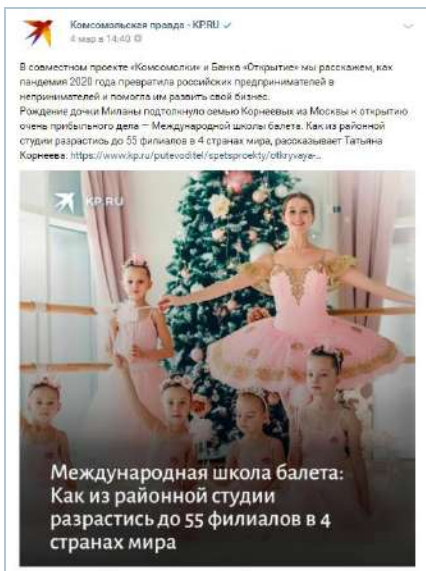
- 5 самых интересных кейсов участников сообщества #НЕПРИНИМАТЕЛИ
- 5 лучших предложений банка «Открытие» в каждой истории
- 5 советов о том, какой банковский продукт или сервис будет полезен в той или иной ситуации
- 5 секретов превращения сложностей в возможности!
- нативная интеграция переходов на ресурсы банка «Открытие»

Охват проекта – 147 999

- общий объем анонсирования – 6 143 637
- охват на сайте – 55 281
- охват в соцсетях – 92 718



Соцсети



ЗАРПЛАТНАЯ КАРТА ПСБ

Заказчик: ПСБ



Соцсети



Цель проекта:

Информационная - рассказать аудитории о зарплатных проектах «Промсвязьбанка»

Период проекта: 1 месяц

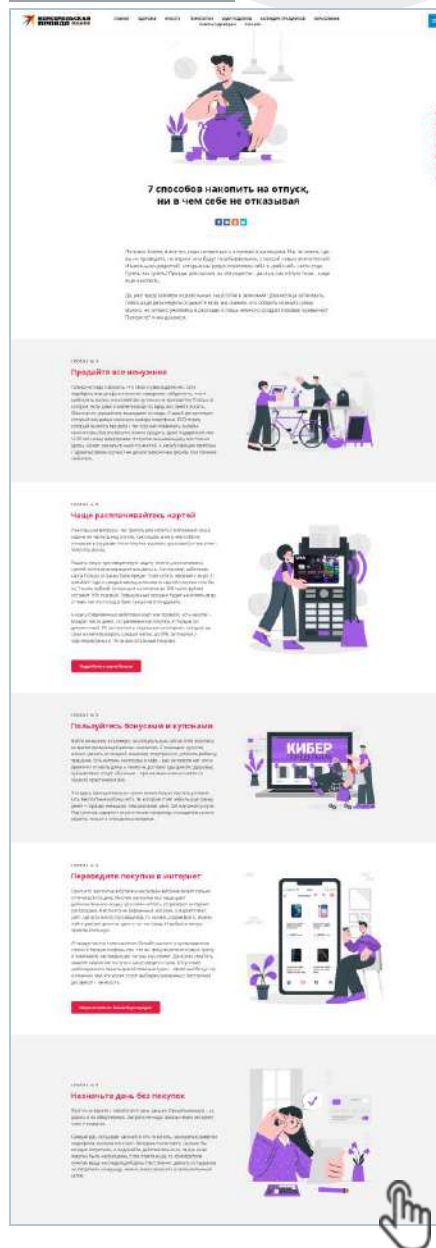
Наполнение проекта:

- лендинг на сайте kp.ru
- посты с карточками в сообществах «КП» в соцсетях

Охват проекта – 254 093

- общий объем анонсирования – 10 454 426
- охват на сайте – 28 340
- охват в соцсетях – 225 753
- CTR проекта – 2,24%

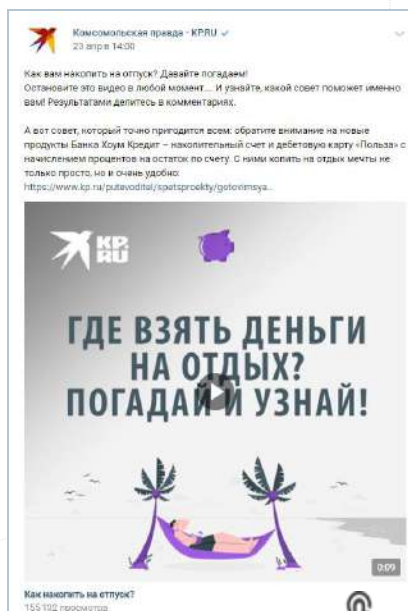
Страница проекта



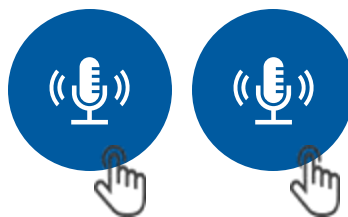
Карточки в соцсетях



Видеогадалка в соцсетях



Ролики на радио



Индивидуальный лендинг в формате карточек

7 СПОСОБОВ НАКОПИТЬ НА ОТПУСК

Заказчик: ХоумКредитБанк

Цель проекта:

Рассказать аудитории как накопить деньги на отпуск? 7 способов, как собрать нужную сумму, не сильно ужимаясь в расходах и лишь немного скорректировать привычки

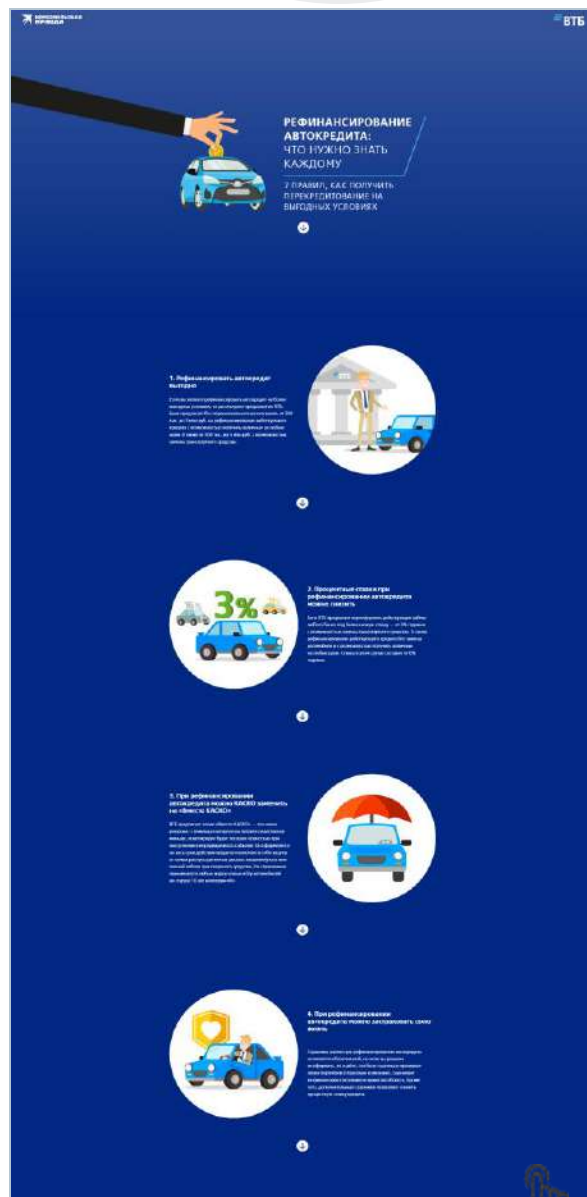
Период проекта: 1 месяц

Наполнение проекта:

- лендинг на сайте kp.ru
- посты с карточками в сообществах «КП» в соцсетях
- пост с видеогадалкой в соцсетях «КП»
- ролики на радио «КП»

Охват проекта — 3 470 636

- общий объем анонсирования — 10 208 047
- охват на сайте — 28 680
- охват в соцсетях — 492 056
- охват на радио - 2 949 900



Индивидуальный лендинг в формате карточек

РЕФИНАНСИРОВАНИЕ АВТОКРЕДИТА. ЧТО НУЖНО ЗНАТЬ КАЖДОМУ

Рекламодатель: Банк ВТБ

Цель проекта:

Сформировать у аудитории знание о том, что ВТБ предлагает новый продукт: рефинансирование автокредита

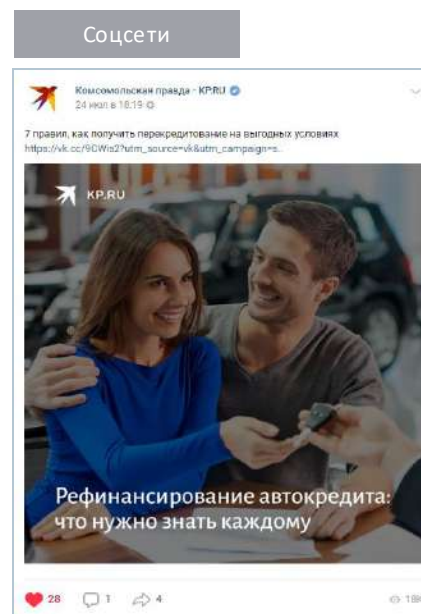
Период: 2 недели

Наполнение проекта:

- лендинг в формате карточек: 7 правил, которые важно знать всем, у кого есть автокредит
- анонсирующие посты в сообществах «КП» в соцсетях

Статистика проекта – 21 148

- 2 631 488 показов - объем анонсирования
- 36 088 человек - общий охват постов
- 851 702 просмотров - общий охват взаимодействия с брендом



Ипотека – это выгодно
См. преимущества классической ипотеки и не переплатить на процентах

Ипотечные ставки снижены в 2021 году в России. Как это поможет вам получить ипотеку выгоднее?

Ипотечные рекорды

Долгожданный рекорд по выдаче ипотечных кредитов в 2020 году был установлен в декабре. По итогам года сумма выданных кредитов составила 3,7 трлн рублей, что на 2,9 трлн рублей больше, чем в 2019 году.

Выгодное предложение

Всего в 2020 году на сайте проекта было опубликовано 10 000 предложений по ипотеке. Это значит, что вы можете выбрать наиболее выгодное предложение для себя. Например, ипотека с фиксированной ставкой 5,85% годовых.

Получить ипотеку выгодно, если вы знаете, как это сделать. Мы поможем вам в этом. Мы предлагаем вам ипотеку с фиксированной ставкой 5,85% годовых. Это значит, что вы можете выбрать наиболее выгодное предложение для себя. Например, ипотека с фиксированной ставкой 5,85% годовых.

Получить ипотеку выгодно, если вы знаете, как это сделать. Мы поможем вам в этом. Мы предлагаем вам ипотеку с фиксированной ставкой 5,85% годовых. Это значит, что вы можете выбрать наиболее выгодное предложение для себя. Например, ипотека с фиксированной ставкой 5,85% годовых.

Аренда или покупка жилья в ипотеку: что выгоднее? ***

Вопрос о том, что выгоднее – аренда или покупка жилья в ипотеку, волнует многих. Мы поможем вам в этом. Мы предлагаем вам ипотеку с фиксированной ставкой 5,85% годовых. Это значит, что вы можете выбрать наиболее выгодное предложение для себя. Например, ипотека с фиксированной ставкой 5,85% годовых.

Как подать заявку на получение льготной ипотеки ***

Получить ипотеку выгодно, если вы знаете, как это сделать. Мы поможем вам в этом. Мы предлагаем вам ипотеку с фиксированной ставкой 5,85% годовых. Это значит, что вы можете выбрать наиболее выгодное предложение для себя. Например, ипотека с фиксированной ставкой 5,85% годовых.

Будет ли льготная ипотека в 2021 году? ***

Получить ипотеку выгодно, если вы знаете, как это сделать. Мы поможем вам в этом. Мы предлагаем вам ипотеку с фиксированной ставкой 5,85% годовых. Это значит, что вы можете выбрать наиболее выгодное предложение для себя. Например, ипотека с фиксированной ставкой 5,85% годовых.

Соцсети

Комсомольская правда • КРПР
309 дней 2020

Високосный 2020 год, когда люди стали переживать из-за «ковидного» ограничения, стал годом государственной льготной программы по субсидированию ипотечной ставки на уровне 6,5% годовых. Разница существенна – такой уровень ставок в среднем на 2-3 процентных пункта ниже, чем действующие до льготной ипотеки.

Одним из первых участников льготной программы, ставший драйвером рынка, стал КРПР, поддерживающий жилищное строительство. Банк даже дополнительно снизил ставку: <https://www.kp.ru/putevoditel/spotspromsnyazbank-gosprogramma/>.

ИПОТЕКА

Как приобрести квартиру в кредит и не переплатить на процентах

Индивидуальный лендинг

ИПОТЕКА – ЭТО ВЫГОДНО

Заказчик: ПСБ

Цель проекта:

Рассказать как купить квартиру в кредит, воспользовавшись льготной ипотекой от ПСБ, и не переплатить на процентах

Период проекта: 1 месяц

Наполнение проекта:

- лендинг на сайте kp.ru
- анонсирующие посты в соцсетях

Охват проекта – 33 173

- общий объем анонсирования – 5 113 658
- охват в соцсетях – 20 619
- CTR - 1,9%

КАК НАЖИТЬСЯ НА БАНКЕ

Рекламодатель: Тинькофф Банк



Цель проекта:

Кратко рассказать о преимуществах карты Tinkoff Black используя краткие тезисы и значки

Период: 2 дня

Наполнение проекта:

- лендинг с инфографикой

Статистика проекта – 5 000

- среднее время на странице – 02:15 мин

КАК ОПЛАТИТЬ ЖКХ БЕЗ КОМИССИИ

Рекламодатель: Тинькофф Банк

**Цель проекта:**

Познакомить с продуктом, показать как пользоваться, рассказать о преимуществах

Период: 2 дня**Наполнение проекта:**

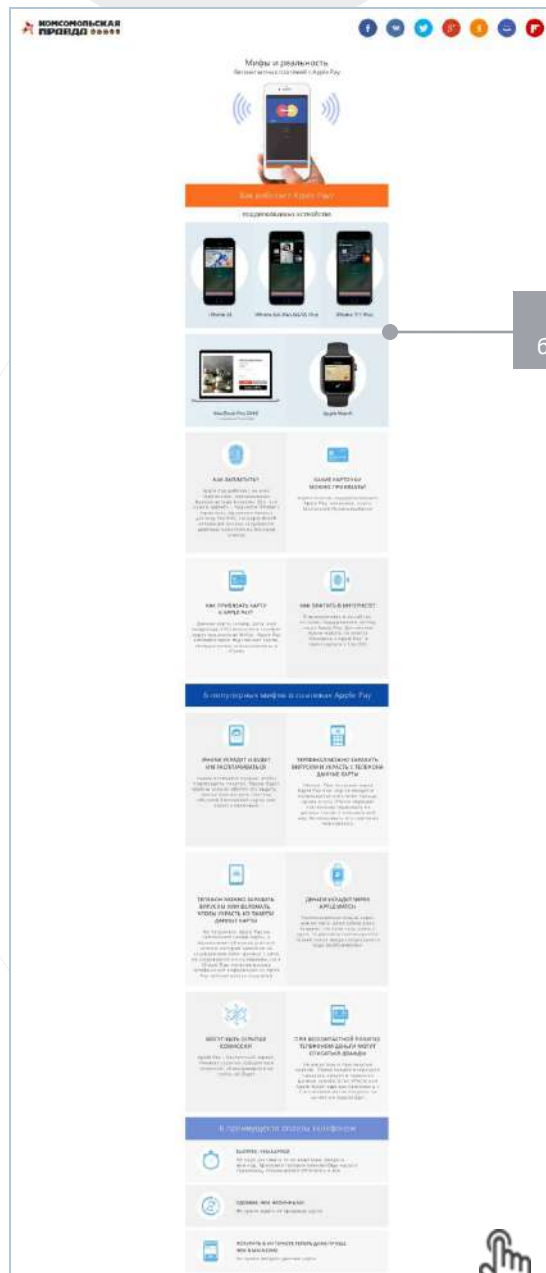
- подробная удобная инструкция показывает пошагово как пользоваться сервисом клиента
- страница с инструкцией со скриншотами с сайта клиента

Статистика проекта – 15 000

- среднее время на странице – 02:06 мин

КАК РАБОТАЕТ APPLE PAY

Рекламодатель: ПСБ

Интеграция
брендинга клиента**Цель проекта:**

познакомить с новыми техническими возможностями онлайн-банкинга, рассказать в общем как пользоваться

Период: 2 дня**Наполнение проекта:**

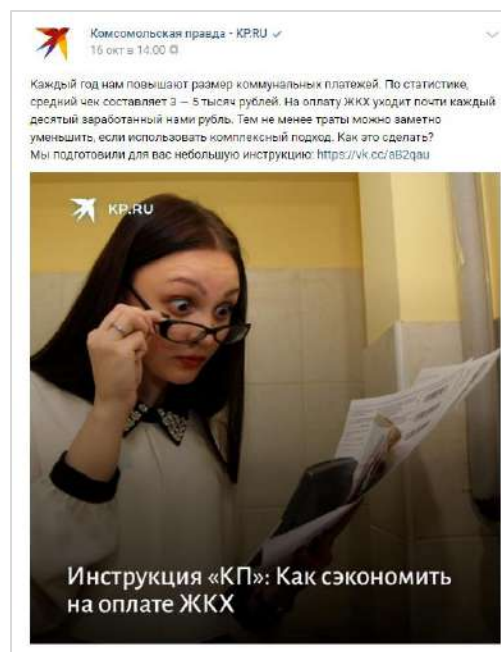
- подробная удобная инструкция показывает пошагово как пользоваться сервисом
- интеграция брендинга клиента в примеры
- страница с инструкцией со скриншотами с сайта клиента

Статистика проекта – 10 000

- среднее время на странице – 02:40 мин

ВОПРОС-ОТВЕТ

Рекламодатель: ПСБ

**Цель проекта:**

познакомить аудиторию с услугами компании и дать ответы на самые частые темы по оплате ЖКХ
 Формат позволяет познакомить аудиторию с услугами компании через эксперта компании

Период: 14 дней**Наполнение проекта:**

- страница с вопросами и ответами и регистрационной формой с возможностью задать вопрос
- ответы и вопросы выгружаются в удобном формате с прокруткой на одной странице
- ежедневно вопросы вместе с ответами эксперта выкладываются в проект (в зависимости от темы от 100 до 1 000 вопросов)

Охват проекта – 17 340

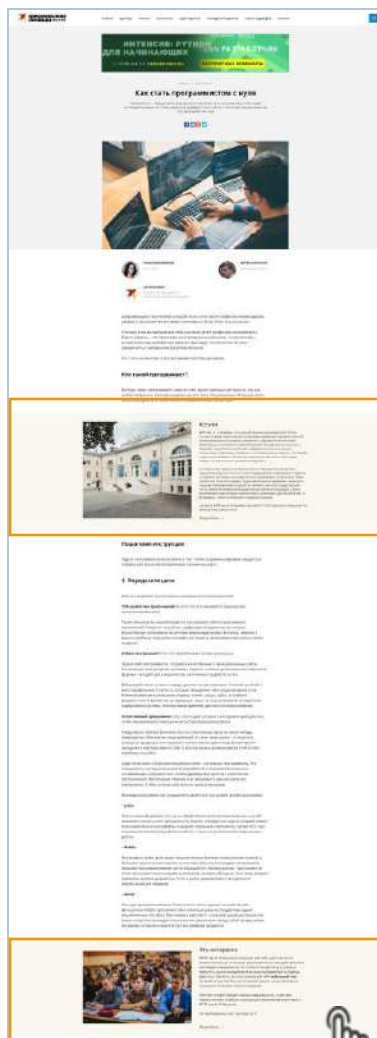
- общий объем анонсирования – 3 150 932
- охват в соцсетях – 29 251
- переходов на сайт клиента – 213
- CTR – 1,33%

МЕДИАГРУППА
**КОМСОМОЛЬСКАЯ
ПРАВДА**
ГАЗЕТА • САЙТ • РАДИО

SEO-обзоры

1. Интеграция в редакционные seo-обзоры на арендной основе
2. Индивидуальные вечные seo-обзоры

ИНТЕГРАЦИЯ В РЕДАКЦИОННЫЕ SEO-ОБЗОРЫ



Описание формата:

Редакционный материал в формате полезного обзора товара / услуги со ссылками на сайт компании

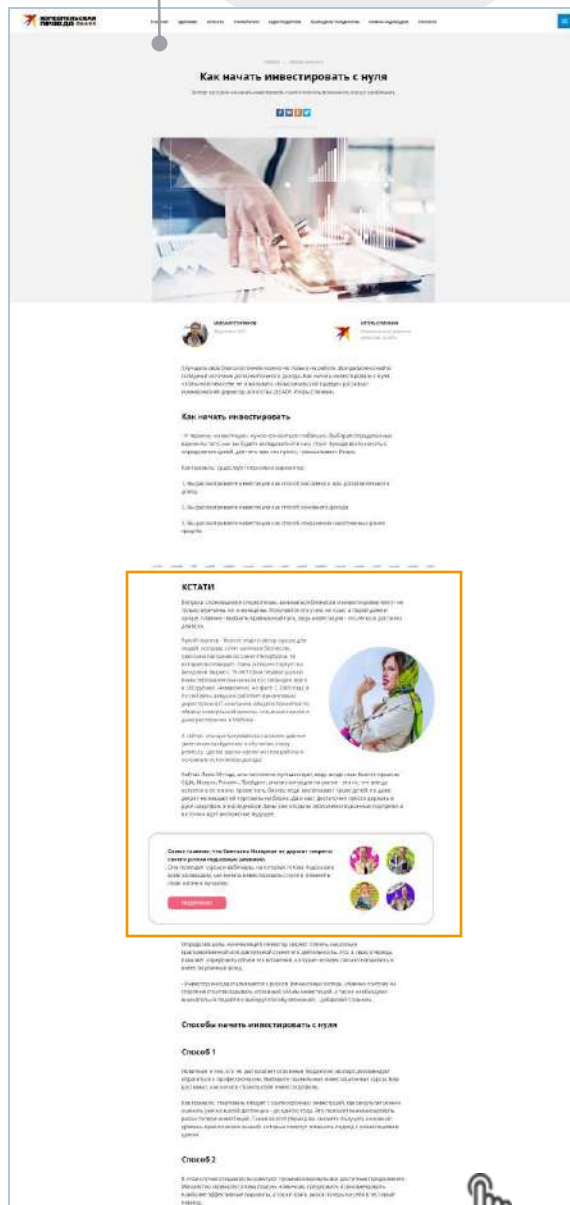
SEO-обзоры собирают только органический трафик, что позволяет охватить самую целевую аудиторию, которая ищет информацию в поиске Google и Яндекс

Интеграция в редакционные seo-материалы:

- трафик органический – максимально вовлеченные пользователи!
- период размещения и стоимость зависит от трафика статьи

Варианты интеграции:

- баннер вверху страницы
- текстовые интеграции на выбор:
 - контентные вставки (до 500 знаков)
 - продуктовые вставки (до 150 знаков и визуал продукта)
 - экспертное мнение (фото эксперта, комментарий до 300 знаков, ссылка)
- кнопки с переходом на сайт компании



ИНВЕСТИЦИИ С ЖЕНСКИМ ПОДХОДОМ

Заказчик: Брокер Светлана Нагорная

Цель проекта:

Интеграция 3-х арендных блоков в редакционный обзор
«Как начать инвестировать с нуля»

Период проекта: 1 месяц

Наполнение проекта:

- три блока с информацией и переходом на сайт и в Инстаграм
- анонсирующие посты в сообществах «КП» в соцсетях

Охват проекта – 78 506

- общий объем анонсирования – 10 721 854
- охват на сайте – 20 194
- охват в соцсетях – 58 312
- переходов на сайт клиента – 250
- CTR проекта – 1,24%

ЭТО ИНТЕРЕСНО

Инвестиционных ресурсов много, важно подобрать правильный. Например, трейдинг и инвестор Светлана Нагорная, которая успешно занимается трейдингом на фондовой бирже уже 15 лет, готова на свои ресурсы дать советы о том, что стоит начать инвестировать. Рекомендации Светы станут настоящим подспорьем для начинающих предпринимателей и прибыльным делом. Во время будущей встречи мы рассмотрим различные варианты, для которых бизнес-идеи являются отличным примером.



Для обучения Свете достаточно иметь в наличии только быстрый интернет, компьютер или смартфон. Все необходимые знания проходят на одной платформе, участники курса получают доступ к закрытому чату Telegram, где могут задать вопросы как во время обучения, так и после него. Конечно, будет много домашних заданий, без практики в таком деле не обойтись.

Да, подобные курсы стоят денег, но речь идет о доступных ценах. Каким тут быть? Бизнес-прямые часто показывают отличные результаты. Так, по статистике за последние 5 лет выбор трейдинга и инвестирования с помощью профессионалов стал самым популярным и приносит ему 500 тысяч рублей. Если вы готовы к этому, то...



ПОДРОБНЕЕ

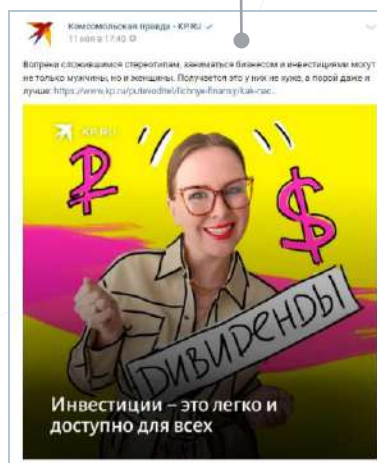
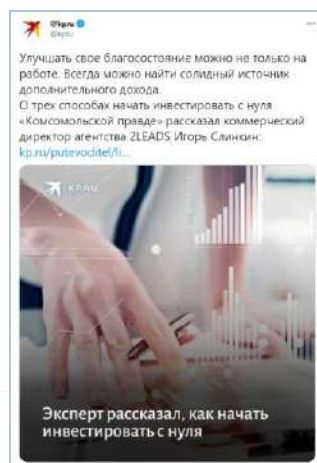
Можно ли начать инвестировать, если ты находишься в декретном отпуске?

Конечно! Трудности, связанные с необходимостью ухода за детьми, не мешают другим работникам не только оставаться на своей работе, но и заниматься бизнесом. Яркий пример – известный инвестор Светлана Нагорная. Света всегда заявляла, что не декреты, ни отпуска, ни карантины не помешают ей заниматься трейдингом. Инвестировать можно с помощью простого телефона, на который есть интернет. И это можно делать. Бизнес-идея в своем 15-летнем опыте работы Светы Нагорной – это отличный пример успешного инвестора на финансовом рынке.



ПОДРОБНЕЕ

Соцсети



Интеграция в редакционный seo-обзор на арендной основе

КРЕДИТНАЯ КАРТА ДЛЯ ПУТЕШЕСТВИЙ

Заказчик: Альфа-Банк

Цель проекта:

Рассказать аудитории, на что обратить внимание при выборе кредитной карты. Продвижение кредитной карты Alfa Travel

Период проекта: 2 недели

Наполнение проекта:

- 5 блоков с информацией и переходом на сайт Альфа Банк

Охват проекта – 20 000

- переходов на сайт клиента – 480
- CTR проекта – 2,4%

Кредитная карта для путешествий

На какой кредитной карте удобнее всего путешествовать? Альфа-Банк предлагает вам выбрать кредитную карту для путешествий и получить массу выгодных возможностей.



Планируете свое путешествие заранее? Не забудьте про кредитную карту. Кредитная карта — это удобный способ путешествовать. Она позволяет брать на кредитную карту деньги, чтобы расплатиться за проживание и транспортные расходы. Кредитная карта — это удобный способ путешествовать. Она позволяет брать на кредитную карту деньги, чтобы расплатиться за проживание и транспортные расходы.

Плюсы банковской карты для путешествий

В чем же преимущества банковской карты перед наличными? Давайте рассмотрим.

- 1. Безопасность.** Тут все очевидно: кредитные деньги гораздо удобнее в использовании, чем наличные. Вы можете взять кредитную карту, чтобы расплатиться за проживание и транспортные расходы. Кредитная карта — это удобный способ путешествовать. Она позволяет брать на кредитную карту деньги, чтобы расплатиться за проживание и транспортные расходы.
- 2. Карту принимают повсюду.** За границей вы не будете зависеть от наличных денег — расплатитесь картой за проживание, транспортные расходы. Кредитная карта — это удобный способ путешествовать. Она позволяет брать на кредитную карту деньги, чтобы расплатиться за проживание и транспортные расходы.
- 3. Возможность управлять своими финансами.** С кредитной картой вы можете управлять своими финансами. Вы можете брать кредитную карту, чтобы расплатиться за проживание и транспортные расходы. Кредитная карта — это удобный способ путешествовать. Она позволяет брать на кредитную карту деньги, чтобы расплатиться за проживание и транспортные расходы.
- 4. Выгода и защита.** Самый удобный способ путешествовать — это использовать кредитную карту. Кредитная карта — это удобный способ путешествовать. Она позволяет брать на кредитную карту деньги, чтобы расплатиться за проживание и транспортные расходы.

ПОЛЕЗНО ЗНАТЬ

Кредитная карта — это удобный способ путешествовать. Она позволяет брать на кредитную карту деньги, чтобы расплатиться за проживание и транспортные расходы.

- 14 дней кэшбэка и кэшбэка на покупки в магазинах и ресторанах.
- Бесплатное обслуживание и обслуживание кредитной карты.
- При зачислении на кредитную карту вы можете получить кредитную карту.
- Кредитная карта — это удобный способ путешествовать. Она позволяет брать на кредитную карту деньги, чтобы расплатиться за проживание и транспортные расходы.

Кредитная или дебетовая карта: что удобнее в поездке

Кредитная карта — это удобный способ путешествовать. Она позволяет брать на кредитную карту деньги, чтобы расплатиться за проживание и транспортные расходы.

О СТРАХОВКЕ

Что касается страховки, то на кредитной карте для путешествий Альфа-Банк предоставляет бесплатную расширенную страховку с учетом экстремальных видов спорта. Лимит по ней составляет 50 тысяч евро. А по карте Альфа-Банк предоставляет расширенную страховку всех членов семьи (с учетом экстремальных видов спорта и авиатранспорта). По ней лимит — 150 тысяч евро.

ВАЖНО

С картой для путешествий Альфа-Банк можно снимать наличные за границей без комиссии по всему миру. А еще «Альфа-Банк» предлагает вам быстрый доступ к вашим счетам в разных валютах. Справки со счетами в рублях, долларах, евро, а также в фунтах стерлингов и швейцарских франках можно осуществить в любой момент.

КСТАТИ

Для владельцев карт Альфа-Банк предусмотрена услуга персонального помощника. Что она дает? Этот сервис поможет вам сэкономить время по самым интересным местам вашего путешествия — подберет не только места, но и мероприятия при необходимости. А еще достанет билеты на мероприятия, которые вас интересуют, и забронирует столики в ресторанах.

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ

По карте Альфа-Банк вам начисляется до 2% кэшбэка за любые покупки по карте и до 8% кэшбэка за оплату услуг на travel.alfabank.ru (это сервис для приобретения авиабилетов и билетов на автобусы, бронирования отелей, аренды авто и покупки и заказа трансфера). Альфа-Банк предоставляет вам возможность до 1% кэшбэка за оплату услуг. Альфа-Банк предоставляет вам возможность до 1% кэшбэка за оплату услуг. Альфа-Банк предоставляет вам возможность до 1% кэшбэка за оплату услуг.

КРЕДИТНАЯ КАРТА TINKOFF PLATINUM

Заказчик: Тинькофф Банк



Цена и дата выхода в России Huawei P30

Китайская компания, следуя примеру своих конкурентов, «разогревала» публику слухами и сливами еще с конца 2018 года. Премьера смартфона состоялась 26 марта в Париже. В Европе уже открыт предзаказ на смартфон — пока единственная версия на 128 Гб обойдется в 800 евро (58,4 тыс. рублей). На нашем рынке предварительные заказы на Huawei P30, стартовали 3 апреля, а продажи начнутся 13 апреля. В России версия 6/128 обойдется на старте в 49,9 тыс. рублей.

Купить гаджет будет удобнее в рассрочку. Это когда вы получаете товар, но платите его полную стоимость не сразу, а равными платежами в течение нескольких месяцев. Без процентов. Это удобно делать с картой **Tinkoff Platinum**, которая работает и как кредитная, и как карта рассрочки. Больше 80 магазинов-партнеров банка предоставляют рассрочку под 0% до 12 месяцев, в том числе около 10 партнеров в категории «Электроника» — например, Mirobots.ru, Goods.ru, Юлмарт. Для читателей «КТ» подарок: оформляйте карту с бесплатным годовым обслуживанием.

ОФОРМИТЬ КАРТУ

Аккумулятор

В плане автономности в Huawei P30 заметно, что производитель несколько сэкономил. Емкость аккумулятора здесь 3650 мАч, что еще можно объяснить стремлением сделать телефон тоньше. Но почему в смартфоне за 800 евро в 2019 году нет беспроводной зарядки? Впрочем, если вам она не нужна, в P30 есть быстрая проводная зарядка мощностью 22,5 Вт.

Покупайте выгодно

Удобнее всего купить дорогой телефон в рассрочку с картой **Tinkoff Platinum** с бесплатным годовым обслуживанием.

Цель проекта:

Увеличить заказы массовых продуктов банка: дебетовых и кредитных карт

Период проекта: 3,5 месяца

Наполнение проекта:

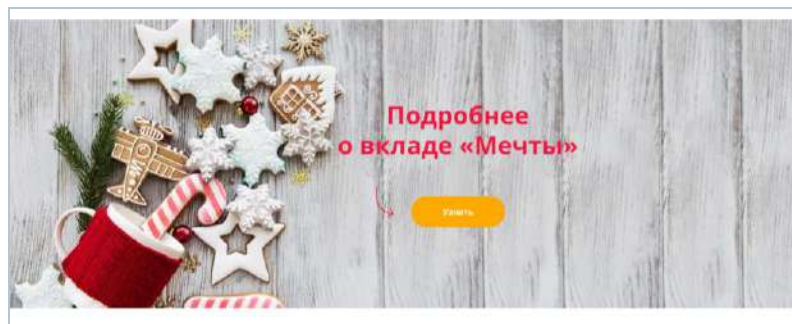
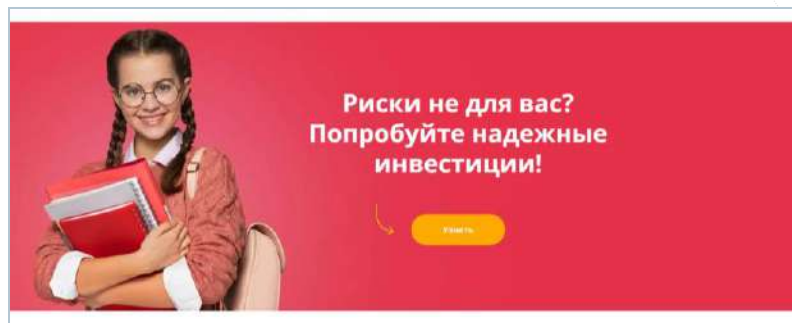
- Интеграция контентных вставок в редакционные обзоры по темам: что подарить, лучшая техника

Охват проекта – 181 227

- переходов на сайт клиента – 551
- CTR проекта – 0,3%

ВКЛАД МЕЧТЫ

Заказчик: МКБ



Описание проекта:

Проект от первого лица испытано на себе по теме «Вклады в МКБ»

Период проекта: 1 месяц

Наполнение проекта:

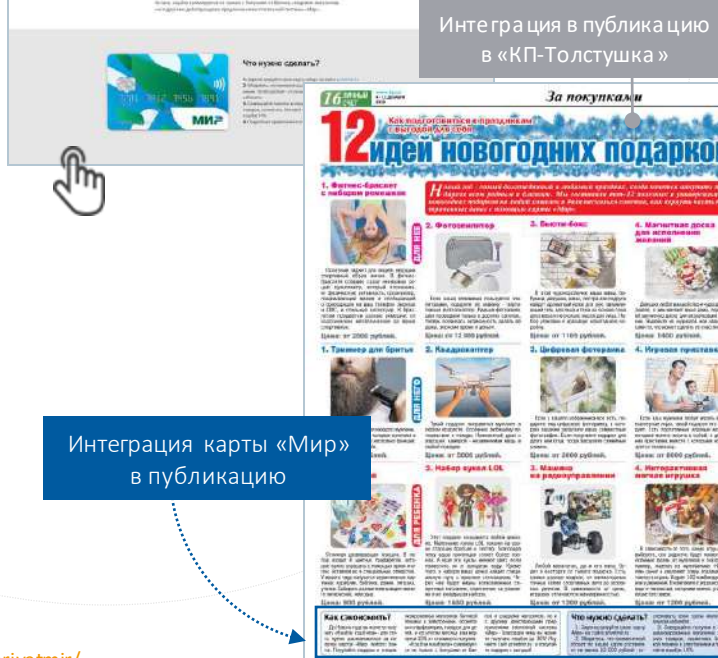
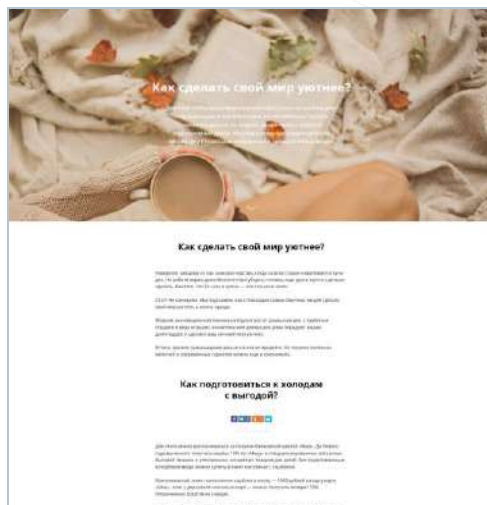
Интеграция в редакционный обзор по теме с переходом на сайт МКБ

Охват проекта – 11 952

- переходов на сайт клиента – 571
- CTR проекта – 4,78%

ПОДАРКИ ДЛЯ ДОМА И СЕМЬИ

Заказчик: НСПК «МИР»



Интеграция карты «Мир» в публикацию

Интеграция в публикацию в «КП-Толстушка»

Цель проекта:

Рассказать аудитории «КП», как делать покупки с помощью карты Мир и в чем ее преимущества

Период проекта: 2 месяца

Наполнение проекта:

- 2 лендинга на сайте
- Как сделать свой мир уютнее с помощью интересных и технологичных вещей
- Подарки для исполнения желаний всей семьи. Что подарить и как сэкономить на покупке подарков
- интеграция в статью «12 идей новогодних подарков» в газете «КП-Толстушка» - публикация объемом 1/1 полосы с идеями новогодних подарков и подробной информацией как сэкономить с помощью карты «Мир»

Охват проекта – 3 911 022

- охват на сайте – 106 422
- охват в газете – 3 804 600

Интеграция в редакционный seo-обзор на арендной основе

НА ЧТО СЛЕДУЕТ ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ НАЧИНАЮЩИМ БИЗНЕСМЕНАМ?

Заказчик: Банк «Развитие-Столица»

Цель проекта:

Продвижение услуг банка через полезные материалы для целевой аудитории

Период проекта: 2,5 месяца

Наполнение проекта:

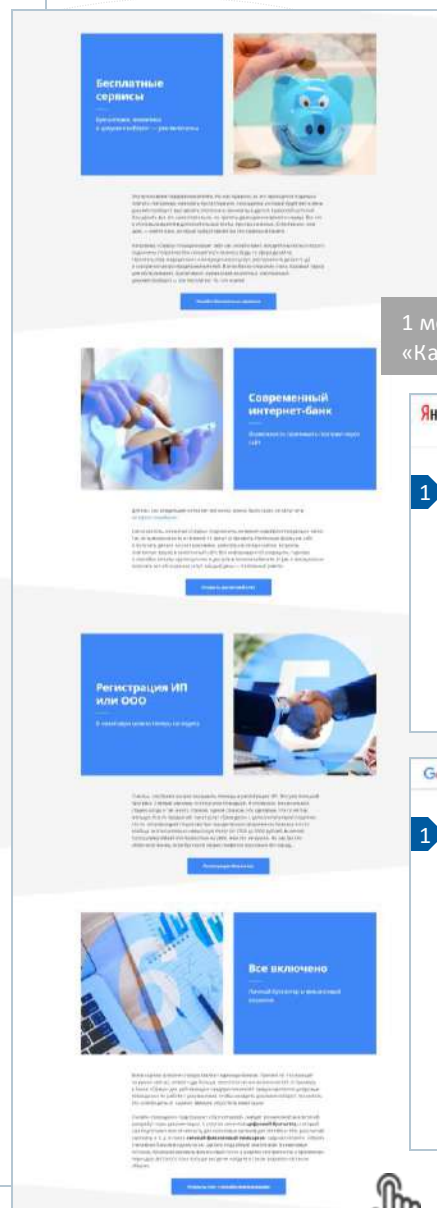
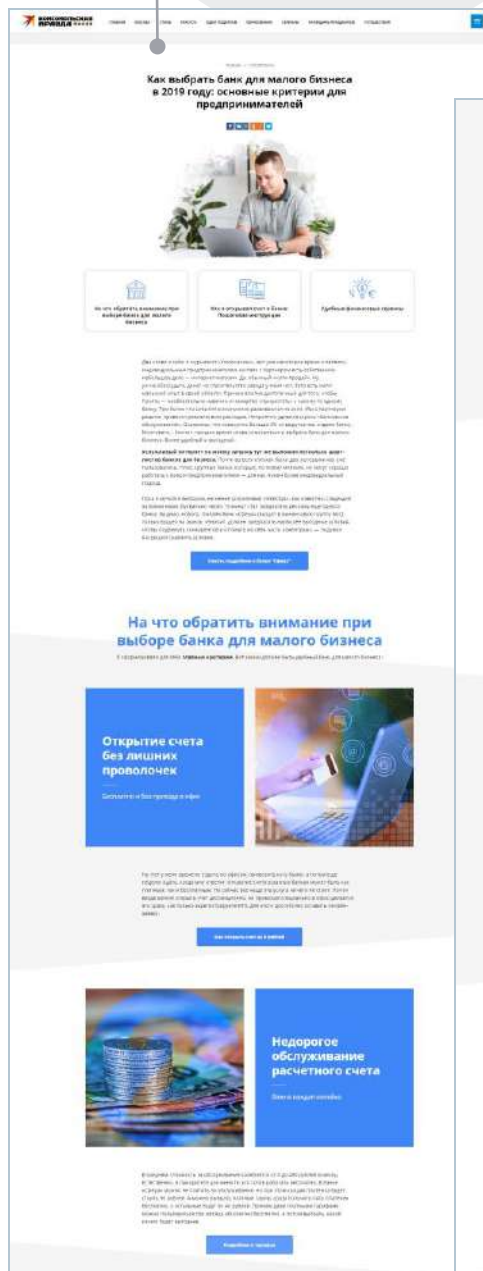
редакционные SEO-оптимизированные материалы с рекламными блоками банка

- на что следует обратить внимание при открытии счета ООО
- на что стоит обратить внимание начинающим бизнесменам. Обслуживание ВЭД

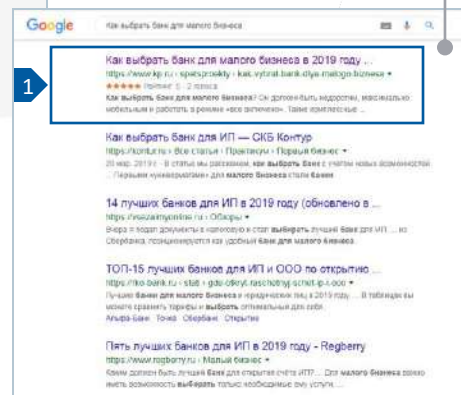
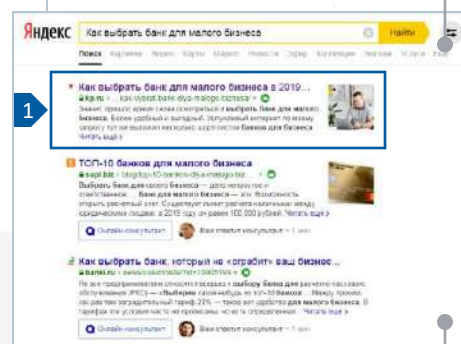
Охват проекта – 20 222

- CTR – 2,1%





1 место в поисковых выдачах по запросу «Как выбрать банк для малого бизнеса»



КАК ВЫБРАТЬ БАНК ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Заказчик: Банк Сфера

Описание: обзор про товар компании с мотивирующими продающими вставками

Цель проекта:

Повысить узнаваемость бренда, информативность на целевую аудиторию малый бизнес

Период проекта: 3 месяца

Наполнение проекта:

- статья от первого лица, интегрированная кнопками переходом на сайт банка «Сфера»
- пошаговая инструкция «Как открыть счет в банке»
- корреспондент «КП» по совместительству Совладелец небольшой кофейни, выбирает для своего малого бизнеса оптимальные услуги и предложения различных банков

Охват проекта – 76 265

- переходов на сайт клиента – 2 051
- CTR проекта – 3%



Соцсети



СБЕРЛОГИСТИКА — КУРЬЕР ДЕДА МОРОЗА

Заказчик: СберЛогистика

Описание: обзор про услуги компании с мотивирующими продающими вставками

Цель проекта:

Информировать аудиторию о новой услуге доставки

Период проекта: 1 месяц

Наполнение проекта:

- материал про новогодний сервис СберЛогистика «Мешок подарков» и преимущества сервиса доставки

Охват проекта – 22 443

- общий объем анонсирования – 5 142 232
- охват в соцсетях – 56 644
- переходов на сайт компании – 261
- CTR проекта – 1,2%

ФИНАНСОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Заказчик: ПСБ



Цель проекта:

Для повышения финансовой грамотности населения мы совместно с Промсвязьбанком подготовили лонгрид «Мошенники все чаще нацелены на онлайн-кредиты», в котором специалист банка рассказывает о социнженерии - самом распространенном виде банковского мошенничества. Промсвязьбанк выступает в качестве эксперта и рассказывает пользователю, как защитить свои финансы

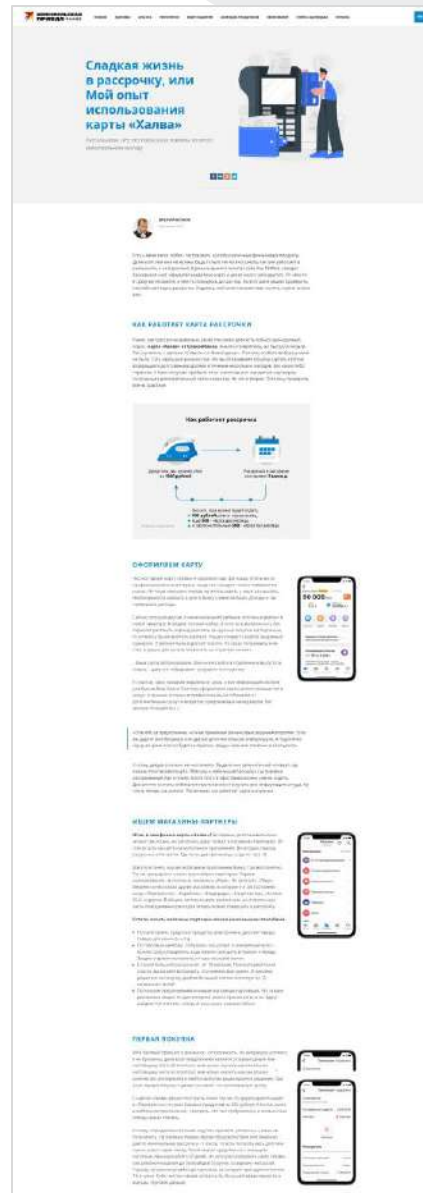
Период проекта: 1 месяц

Наполнение проекта:

- Эксперт перечисляет легенды, которыми пользуются мошенники, чтобы вывести персональные данные
- Далее он объясняет, как распознать злоумышленников по телефонному звонку и вывести на чистую воду

Охват проекта – 63 615

- общий объем анонсирования – 7 317 748
- охват в соцсетях – 42 707



Индивидуальный seo-обзор

СЛАДКАЯ ЖИЗНЬ В РАССРОЧКУ

Заказчик: Совкомбанк

Цель проекта:

Рассрочка на товары и услуги уже прочно вошла в нашу жизнь. В спецпроекте «Комсомольской правды» журналист на собственном опыте подробно и доступно рассказывает, как работает лидер сегмента - карта Халва от Совкомбанка – и как извлечь из нее максимальную выгоду

Соцсети



Период проекта: 1 месяц

Наполнение проекта:

- лайфхак для читателей: оказывается, с Халвой можно не только тратить, но и накапливать
- анонсирующие посты в соцсетях

Охват проекта – 40 814

- общий объем анонсирования – 9 945 690
- охват в соцсетях – 51 340
- время на проекте – 04:24

МЕДИАГРУППА
**КОМСОМОЛЬСКАЯ
ПРАВДА**
ГАЗЕТА • САЙТ • РАДИО

БУДЕМ РАДЫ СОТРУДНИЧЕСТВУ!

Медиагруппа «Комсомольская правда»