



# КЕЙС

Природная минеральная питьевая вода –  
**«Сенежская»**





## О КЛИЕНТЕ:

- Источник «Сенежской» расположен в Солнечногорском районе на участке «Сенежский» Верхнеклязьминско-Сходненского месторождения подземных вод в удалении от промышленных и сельскохозяйственных предприятий.
- Глубина скважин достигает 250 метров. Результаты геологических исследований доказывают ледниковое происхождение источника, возраст которого оценивается в 145 миллионов лет.



*Bobitex — добыча и розлив природной минеральной воды "Сенежская"*

## ЗАДАЧИ:

- Продвигать посты в популярных сообществах, посвященных тематикам: спорт, ЗОЖ, правильное питание, философские цитаты
- Произвести парсинг наиболее лояльной аудитории, включая те сообщества, в которых будет происходить посев постов
- Запустить промотирование контента с помощью настройки таргетированной рекламы

## РАЗРАБОТКА ИНФОГРАФИКИ

### Проблема:

Продукция бренда "Сенежская" – самая дешевая среди конкурентов. Из-за низкой стоимости клиенты не доверяют качеству бутилированной воды и часто указывают на разные недостатки.

### Решение:

Мы создали шаблон инфографики, в котором наглядно знакомили целевую аудиторию с главными достоинствами воды «Сенежская».

### Цель создания:

Улучшить отношение целевой аудитории к бренду «Сенежская» и нивелировать их страхи, связанные с некачественной водой.





## ЗАДАЧИ:

- Выделить главные достоинства воды бренда «Сенежская»
- Разделить их на несколько постов
- Разработать креатив, привлекающий внимание целевой аудитории
- Соединить креатив и преимущества, дополнив ёмким рекламным текстом
- Анимировать визуал для увеличения органического охвата
- После публикации запустить промотирование данных постов

## РЕЗУЛЬТАТ ЗА 10 МЕСЯЦЕВ:

- Были созданы аккаунты бренда в VK и Instagram с узнаваемой концепцией и дизайном
- Было опубликовано более **300** постов
- Привлечено порядка **8 000** целевой аудитории
- Средний охват аудитории одного поста: **3 500** человек
- Ежемесячно поддерживалась вовлеченность пользователей на уровне **1,5-2%**
- Разработан и успешно проведен конкурс, реализованы коллаборации бренда с блогерами с общим охватом более **2 000 000** человек, смонтированы и озвучены два профессиональных видеоролика
- Регулярно разрабатывались креативные динамические изображения
- По данным АС Нильсен, в 2017 году только две торговые марки питьевых вод в РФ увеличили свои продажи: «Сенежская» и «Святой источник».



**Greenpr**  
Social Media Agency

**Начнем движение к успеху?**

**Звоните**

**+7 (495) 540-54-72**

**Пишите**

**greenpr@greenpr.ru**