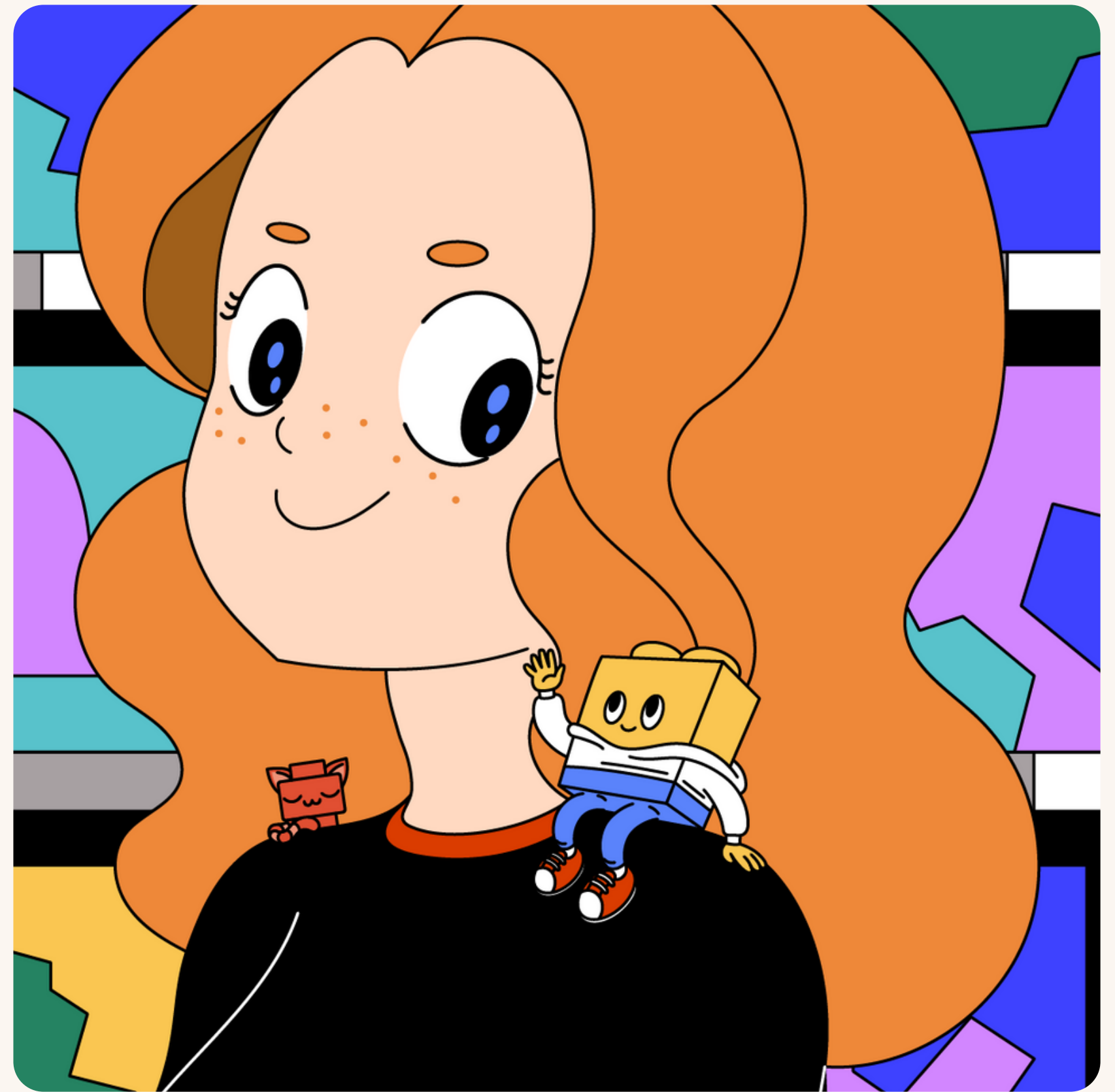


ЕСТЬ ИДЕЯ  мир кубиков

Как увеличить
узнаваемость бренда
и вовлеченность
аудитории с
помощью маскота?

История появления
Кубикоши в “Мире Кубиков”



Как усилить молодой бренд на конкурентном рынке? Как сделать бренд более узнаваемым не только визуально, но и с точки зрения миссии и позиционирования? Как сохранить тесную эмоциональную связь между ней и брендом?

Эти непростые задачи стояли перед брендом “Мир кубиков” в 2023 году.



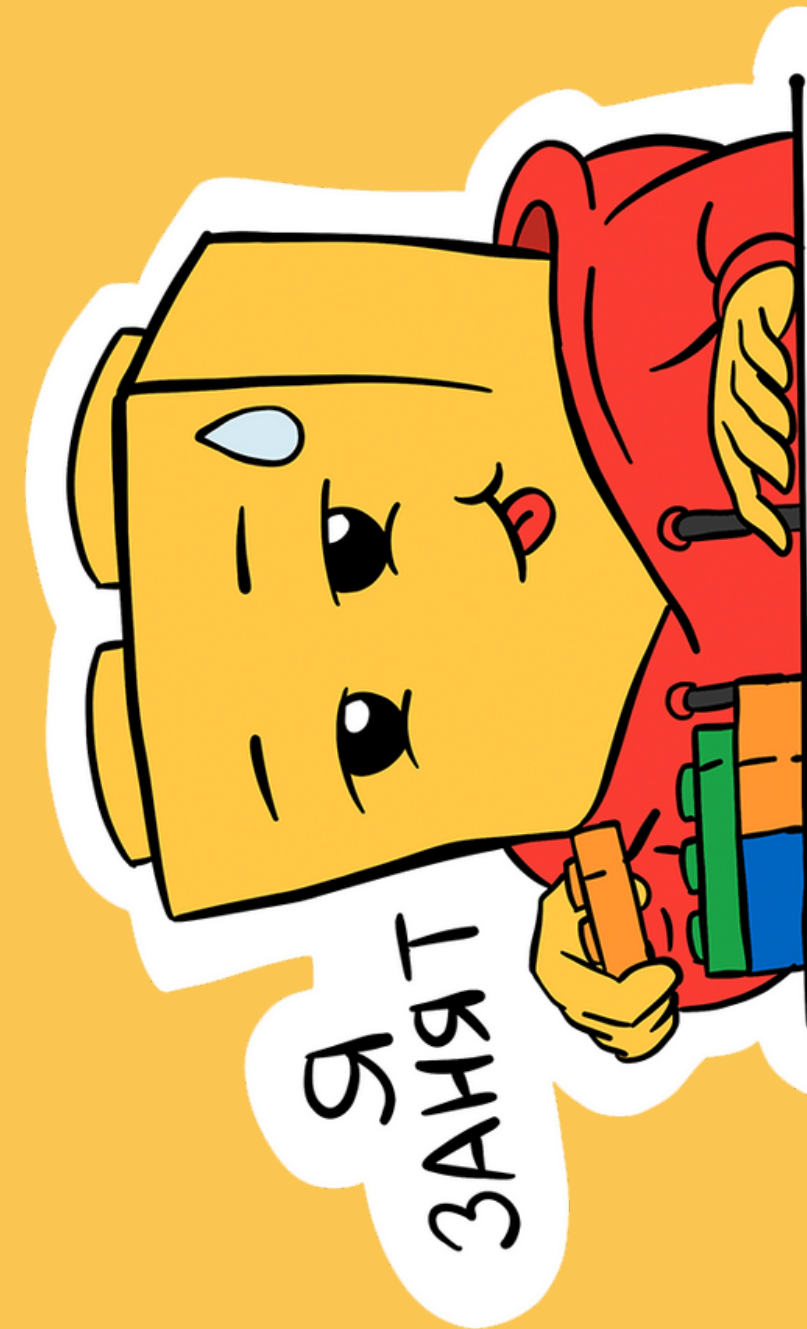
Задача

Создать не просто “лицо” бренда, а новый яркий и живой образ, который позволит усилить эмоциональную связь между ним и целевой аудиторией, а также будет близок не только ядру ЦА бренда, но и новым, потенциальным клиентам.



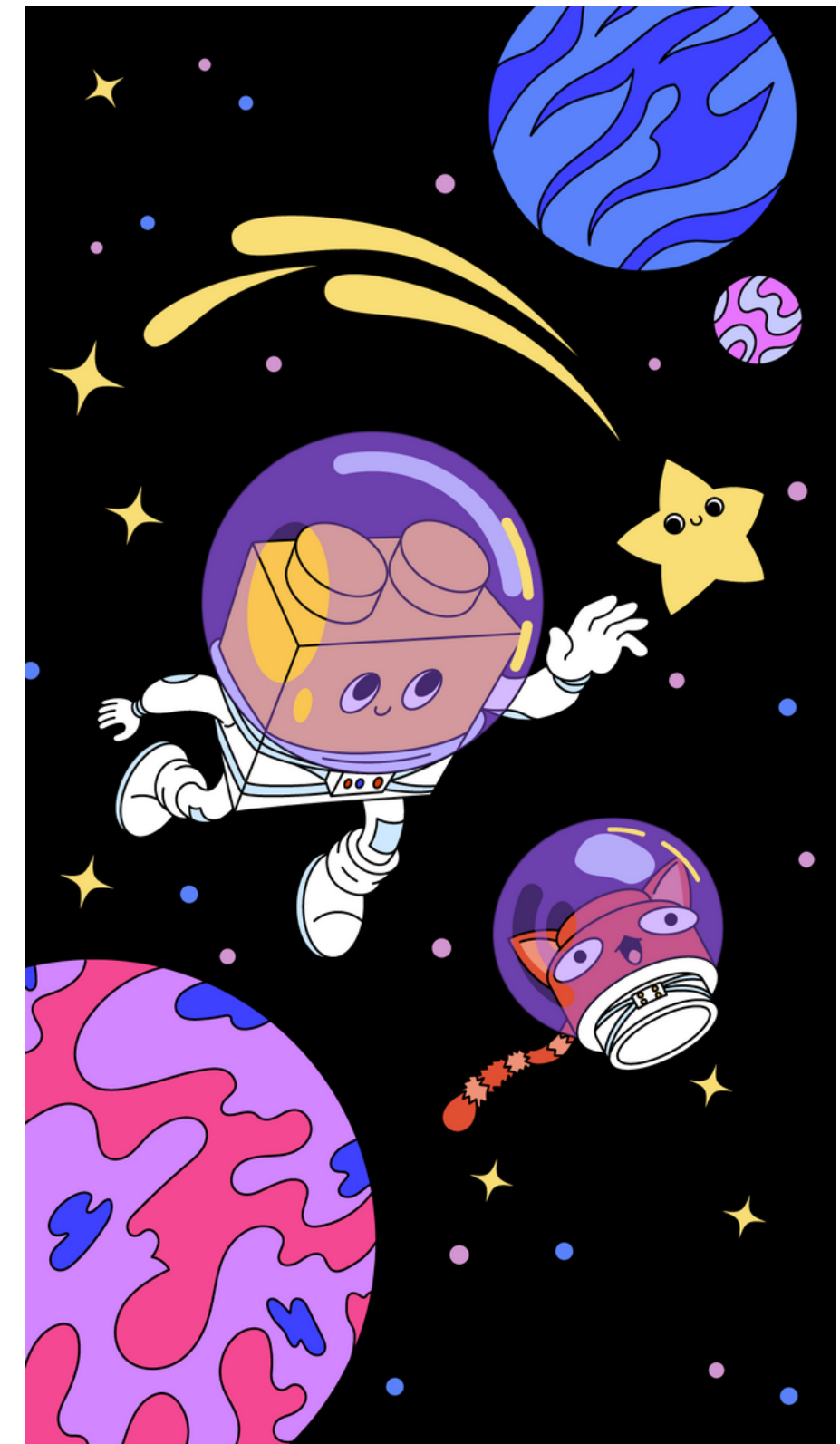
Путь к реализации

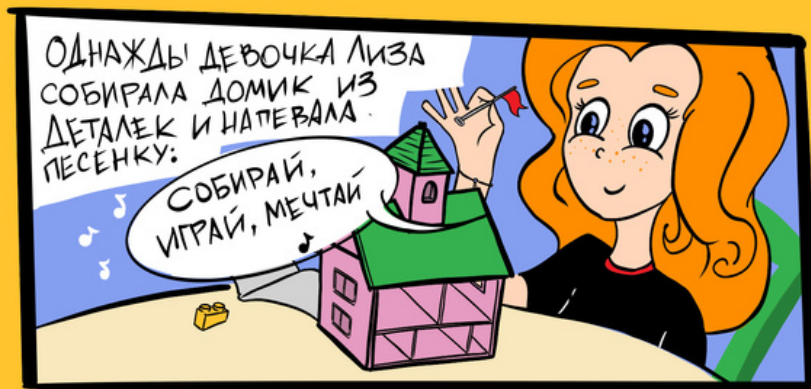
- Продумать как отразить в персонаже айдентику бренда, разработать его миссию, УТП, его характер.
- Сформировать портрет аудитории, для которой будет разработан маскот.
- Составить портрет нашего маскота, с которым было бы интересно общаться подростку.
- Реализовать маскота в дизайне социальных сетей и магазинов.
- Представить и познакомить его с аудиторией



План по внедению маскота:

- Визуальная айдентика в магазинах (эта задача была на стороне бренда),
- Личный профиль маскота Кубикоши ВКонтакте и его общение от профиля с подписчиками сообщества Мир Кубиков в комментариях.
- Участие маскота в регулярных стримах.
- Маскот также стал активным участником конкурсов ВКонтакте: стал давать советы по сборке, выбирать победителей, дарить подарки со своим изображением и тд
- Запуск серии комиксов, рассказывающих о жизни Кубикоши.
- Запуск в роликах на YouTube-канале бренда.
- В Telegram-канале разработали стикер пак с ним.





Кто такой “Кубикоша”? Легенда появления.

Кубикоша – это оживший кубик, который лежал в коробке с деталями в уютной двухкомнатной квартире в городе N и ожил после падения метеорита... Хотя к чему долгие рассказы - про его историю можно узнать из этого комикса, который мы специально разработали для того, чтобы рассказать его историю.

У Кубикоши есть свой характер, стиль общения с любимыми словечками, друзья, домашний питомец Кубикошка, яркий стиль в одежде, суперспособности и даже собственная страничка ВКонтакте!

Результат

За полгода проект начал эффективно работать на узнаваемость бренда и увеличение вовлеченности аудитории. Синергетический эффект дало использование как онлайн, так и офлайн инструментов продвижения.

В онлайн Кубикоша появился сначала во ВКонтакте, и именно там у него есть личная страница и возможность напрямую общаться с подписчиками. **В Telegram маскот завоевал популярность через стикерпаки, получив более 10 000 использований.** В YouTube - через тематические ролики и стримы.

В офлайне Кубикоша присутствует в оформлении магазинов, подарочных пакетов, мерче, а также в печатных рекламных материалах.



Немного цифр

- Суммарная аудитория, которая узнала о маскоте (охват) : **более 1 000 000 человек.**
- Аудитория, которая периодически контактирует с маскотом - **более 300 000 человек.**

Но главное – это реакция аудитории в соцсетях на очаровательного героя, который всегда готов пообщаться и пошутить вместе с ними, а также помочь с выбором любимого конструктора.

