

# LG Smart TV ТЕСТ-ДРАЙВ

Предложение по проведению развлекательно-образовательных программ в торговых залах розничных сетей

**BE!**  
**MA**

Brand  
Experience

# Background

- концепция: LG 3D ТВ предлагает самое лучшее Cinema 3D изображение и функции (основание для такого заявления – ряд независимых исследований и тестов в уважаемых, признанных организациях).
- основная цель: ознакомить потребителей с выдающимися возможностями LG TV Cinema 3D/Smart TV
- слоган: «Наш главный соперник – это мы сами.»
- география: 45 магазинов-лидеров в электронном ритейле, Москва + регионы (11 городов)

# Цели и задачи

## Задача:

- запуск нового модельного ряда телевизоров LG Cinema 3D/Smart TV в точках продаж

## Цели:

- усилить в сознании потребителей восприятие имиджа бренда LG как лидера в сегменте премиум
- зафиксировать у потребителей восприятие LG ТВ как высокотехнологичного, но абсолютно удобного и простого в использовании
- улучшить знание потребителей о функции LG Smart TV
- в точке продаж продемонстрировать потребителям преимущества новой линейки LG ТВ, вовлекая их в непосредственное пользование этими преимуществами во время шоу, и создать намерение купить LG ТВ
- укрепить лояльность потребителей бренду LG
- создать шум (WOM), привлечь внимание как можно большего количества людей.

# Концепция

В последнее время что-то произошло в обществе. Отдельные люди после работы стали торопиться домой, приглашая коллег к себе в гости. На предложение пойти в ближайший бар они отшучиваются и как то странно смотрят на тебя.

Они стали болтливы, перескакивают с одной темы на другую, склонны к шуткам, подбору рифм и постоянно машут рукой, как будто бы рисуют в воздухе числа.

Вместе с тем у них установилось благодушное настроение и повышенное самочувствие, все представляется им в розовом цвете, они чувствуют себя способными к большим трудам, крупным предприятиям, преодолению всех препятствий. Им весело на душе, они испытывают потребность в развлечении в песнях, шумном обществе, угощении приятелей и незнакомых лиц.

Так что же случилось? Что стало причиной столь кардинальных перемен в людях? Всем этим симптомам есть объяснение - они уже приобрели домашний центр развлечений LG Smart TV!

## Всех охватила настоящая SMARTMANIA!

# Smart TV

# Smart Mania

влечение к развлечениям



# SmartMania

- SmartMania – это яркое и увлекательное шоу-путешествие по бескрайним просторам возможностей домашнего центра развлечений LG Smart TV
- SmartMania – это уникальная возможность определить свой уровень Smart.
- SmartMania – это твой шанс выиграть один из нескольких LG Smart TV
- SmartMania – опыт общения, который может обернуться крепкой дружбой на долгие годы
- **SmartMania – ВЛЕЧЕНИЕ К РАЗВЛЕЧЕНИЯМ!**

# Решение

Разработать и провести развлекательно-образовательную шоу-программу, включая все элементы современных интерактивных шоу, с ведущим - шоуменом и участниками-посетителями магазина. Участники шоу наглядно познакомятся со всеми преимуществами домашнего центра развлечений LG Smart TV.



LG Smart TV

BE! MA Brand Experience

# Механика

- Стань участником развлекательного шоу «SmartMania», проходящего в торговом зале, на специальных бренд-корнерах.
- Пройди все этапы интерактивной игры, познакомившись с удобным управлением телевизора LG Smart TV.
- Выигрывай гарантированные призы, заняв первое или второе место в конкурсе.
- Прими участие в розыгрыше главных призов программы, набрав большее количество очков и возглавив турнирную таблицу.
- Делись своим Smart рейтингом с друзьями через социальные сети

# Consumer Path



# AISAS

## Attention

POS  
Материалы

Анонсирующая  
кампания Online  
и в СМИ

## Interest

POS  
Материалы

Участие в  
шоу в качестве  
зрителя

## Search

Вопросы  
промоутеру

Поисковые  
запросы в google,  
yandex, etc.

## Action

Участие в шоу  
в качестве  
участника

## Share

Публикование  
результатов  
участия  
в SmartManiaShow  
в соц сетях



# Рекламные материалы



Хард-постер с изображением Смартмэна и домашнего центра развлечений LG Smart TV, с призывом участвовать в уникальном ШОУ «SmartMania»

\*Опционально: изображение на экране может быть выполнено в технологии стерео-варио. Призыв к участию может быть записан в виде фонограммы и активироваться, с помощью датчика движения.

# Оформление промо-зоны



# Ведущий

Промоутер выступает в образе супер-героя Смартмэна.

**Smartman** – по сути обычный человек, но с помощью своих гаджетов: пульта Magic Remote, очков CINEMA 3D и своего верного спутника LG Smart TV, он творит самые настоящие чудеса.



# Обучение промо персонала

1. Персонал проходит дистанционное обучение с помощью веб-сервиса
2. Цикл обучения разделен на два этапа:
  - Базовый. Состоит из обучающих видео материалов по продуктам и тестирования по пройденным материалам. Возможно прохождение базового курса из дома.
  - Продвинутый. Прохождение и сдача теста по продвинутому курсу является основанием для работы промоутера на проекте. Продвинутый курс можно пройти только в торговой точке, непосредственно на Smart TV, а тест представляет собой видео-конференцию, что исключает возможность недобросовестного прохождения.

# Мотивация промо-персонала

1. Мотивация промо-персонала строится на геймифицированной автоматизированной системе
2. Каждый раз, перед началом работы, промо-персонал логинится в системе
3. Очки заработанные участниками шоу на точке конкретного промоутера влияют на его персональный рейтинг. Таким образом промоутер напрямую заинтересован в том, что бы показать участникам шоу как можно быстрее и проще выполнить задания
4. Дополнительные опции увеличивают рейтинг промоутера:
  - Приходить каждый день за N минут до начала работы
  - Взять больше контактных данных у участников шоу (фамилия, телефон и т.п.)
  - Выполнить дневной план по количеству участников
  - Стать лидером по очкам в своем регионе/во всех регионах
  - И прочее

# Профайл промоутера

Свои результаты и рейтинги промоутер всегда может посмотреть в своем профайле, войдя в систему и набрав свой идентификационный код.



# Сайт программы (блок-схема)



# Механика шоу

1. Ведущий показывает или объясняет что требуется сделать от участников. Например: «включить обычный фильм и перевести его в 3Д формат»
2. Задания выполняются участниками на одном экране, а на втором экране отображаются профайлы игроков с набранными очками и счетчик времени
3. Ведущий дает команду к старту и включает счетчик времени. После выполнения задания ведущий выключает счетчик времени, и игроку автоматически начисляются баллы
4. Всего есть около 20 заданий, которые выдаются участникам случайным образом

# Сценарий шоу

1. После того, как все участники (4 человека) готовы, и заняли свои места на пуфиках, на экране начинает демонстрироваться видео ролик «Intro» (1 мин.). По сути это демонстрация всех возможностей телевизора, только в формате пластической зарисовки.
2. После ролика-заставки на сцене появляется промоутер, он же - ведущий.
3. Ведущий предлагает участникам создать свою учетную запись на промосайте (количество необходимой информации сведено к минимуму – e-mail и имя)
4. Далее ведущий предлагает участникам создать свой аватар для игры, для этого он фотографирует участника на смартфон, и тут же отправляет фото в профайл участника через wi-fi.
5. Ведущий дает старт игры и объявляет первое задание.

(далее идут задания всех конкурсов)

# Задания

**Задание 1:** «Добро пожаловать в мир кино» - игроки вытаскивают билет с названием одного из фильмов библиотеки [Ivi.ru](#) или другого онлайн сервиса с бесплатными фильмами. Их задача: войти в приложение [ivi](#), найти нужный фильм, и запустить его(все это на время)

**Задание 2:** «Что за чудо?! [Cinema3D](#)» - Участники одевают 3D очки и смотрят самый лучший трейлер из коллекции. Трейлеры в формате 3D выложены в LGCloud. По очереди они должны произносить эпитеты описывающие происходящее на экране. Участник затормозивший эстафету вылетает.

**Задание 3:** « [Magic Remote](#) – Управляй миром!» Игрок называет цифру от одного до двадцати. После этого ему предлагается нарисовать эту цифру на экране монитора с помощью волшебного пульта и перейти на TV канал под таким же номером.

**Задание 4:** «Вопрос из пункта X! [Skype](#)» Каждый из игроков выбирает город из списка контактов Skype. В списке города, в которых проходит аналогичное шоу. Дозвонившись до абонента, игрок получает вопрос от Смартмэна на другом конце.

**Задание 5:** «Нужно жить играючи! [Dual Play](#)» Игроки делятся на пары. Один человек из пары играет джойстиком в [очках Dual Play](#) (он пилот) и видит только свою картинку, а второй встаёт за [Dual Play Stand](#) (он штурман) и видит два изображения, подсказывая партнеру ситуацию с положением соперника. Результаты заезда делятся на двоих.

# Сценарий шоу

5. После выполнения всех заданий, ведущий объявляет очки участников, и определяет победителей интерактивного шоу.
6. Под песню «SmartMania», написанную специально для данного шоу, происходит награждение победителей и финал шоу программы.
7. Далее, если участник имеет желание продолжить общение с невероятно умным гаджетом, он может это сделать обратившись к консультанту LG.
8. После посещения магазина, участник может зайти на промо-сайт и найдя свою учетную запись с помощью e-мейла – поделиться с друзьями своим результатом и набранным очками (Smart-уровнем)

# Призовой фонд

В качестве гарантированного приза участники получают:

1 и 2 место – небесные фонарики;

3 и 4 место – стильные значки;



# Мотивационная программа для промо-персонала

# Мотивационная программа

- Мотивационная программа для промо-персонала состоит из двух элементов:
  - Квесты, за прохождение которых даются «награды» в виде виртуальных бейджей. Каждый квест имеет 3 уровня бейджей – «бронза», «серебро», «золото». Получение каждого уровня добавляет очков в общий рейтинг промоутера. Важным элементом является то, что на выполнение некоторых квестов промоутер не может повлиять, и это добавляет элемента случайности в игру.
  - Очки, которые рассчитываются исходя из эффективности работы промоутера и выполненных квестов.

# Мотивационная программа. Квесты

Квест «Хочу все знать». Учитывается активность промоутера во время обучения. По сути является базовым квестом, направленным на вовлечение промоутеров в игру. Единственный квест, награды за выдаются в ручном, а не автоматическом режиме.

- Бронза – начало обучения
- Серебро – завершение обучения с минимально допустимой оценкой
- Золото – завершение обучения с оценкой выше минимально допустимой

Квест «Кофе лучший друг». Учитывается время прихода на работу – для выполнения квеста требуется приходить на работу за N минут до начала. Выполнение квеста полностью зависит от промоутера и стимулирует его более тщательно относиться к подготовке вначале рабочего дня

- Бронза – 1 неделя
- Серебро – 3 недели
- Золото – вся программа

# Мотивационная программа. Квесты

Квест «Не покладая рук». Учитывается количество проведенных мероприятий. Выполнение квеста полностью зависит от промоутера, и мотивирует его на выполнение поставленного плана по количеству мероприятий. Для наглядности прохождения квеста - к бейджу прикреплен прогресс-бар, в котором отображается план и его перевыполнение, а бейджи привязаны к реперным точкам, исходя из плана по мероприятиям в конкретной точке

Квест «Мастер контактов». Учитывается количество совершенных контактов. Выполнение квеста зависит от промоутера, и мотивирует его не начинать игру, пока не набралось 4 участника. Квест требуется для того, что бы нивелировать возможное негативное влияние квеста «Не покладая рук»

# Мотивационная программа. Квесты

Квест «Мотиватор». Учитывается количество продаж в точке. Выполнение квеста частично зависит от промоутера, а частично является случайной наградой. Разбивка на бронзу, серебро и золото рассчитывается исходя из плана продаж в конкретной точке.

Квест «Надежность и постоянство». Учитывается количество дней работы. Выполнение квеста не требует от промоутера никаких усилий, кроме работы на промо-акции в течении всего времени без пропусков и увольнений. Направлено на минимизацию текучки персонала.

Квест «Звезда Шоу». Учитывается количество собранных на промо-сайте «лайков» от потребителей. Выполнение квеста не зависит полностью от промоутера и вносит элемент азарта и неожиданности.

# Мотивационная программа. Квесты

Квест «Цифровое воздействие». Учитывается количество переходов потребителей с промо-сайта на страницы продаж ТВ. Квест, так же, зависит от промоутера только косвенно, но помогает промоутеру не забыть напоминать людям заходить на промо-сайт.

Квест «День за днем». Учитывается регулярность заходов промоутера в свой личный кабинет не с телевизора в магазине, а с любого другого устройства. Квест направлен на усиление вовлеченности промоутера в игру и стимулирование его регулярно контролировать свой рейтинг и заработанные очки.

Квест «... а имей 100 друзей». Учитывается количество репостов информации о шоу на страницах промоутера в соц. сетях, либо количество приглашенных друзей (TBD).

# Мотивационная программа. Очки

Очки, влияющие на положение промоутера в рейтинге составляются из двух элементов.

1. Очки, набранные участниками промо-акции. Рассчитываются по формуле  $(T1 - T2)/10$ 
  - T1 - Время, затраченное участником на выполнение задания, в секундах
  - T2 - Время идеального прохождения задания, в секундах
2. Очки, заработанные выполнением квестов. Начисляются по формуле:
  - Бронза – 300 очков
  - Серебро – 600 очков
  - Золото – 1200 очков




# Схема сайта

# Система Администрирования

Система администрирования:

- Страница авторизации
- Страница управления супервайзерами
- Страница управления промоутерами
- Страница управления торговыми точками
- Страница управления участниками
- Страница статистики

# Система Администрирования

 **Авторизация**

Логин:

Пароль:

Запомнить

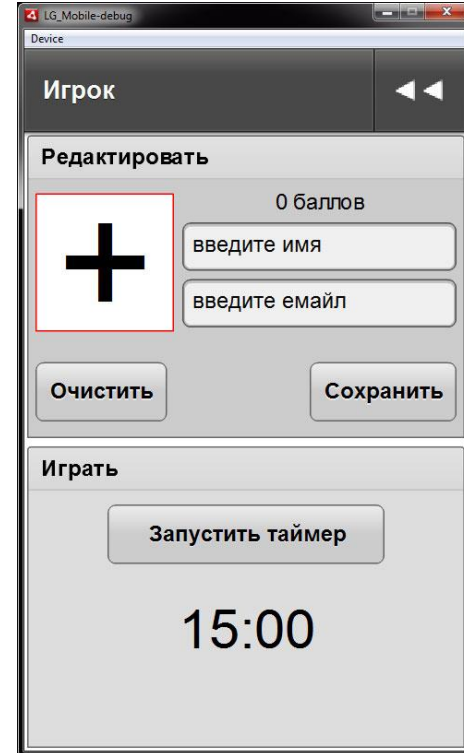
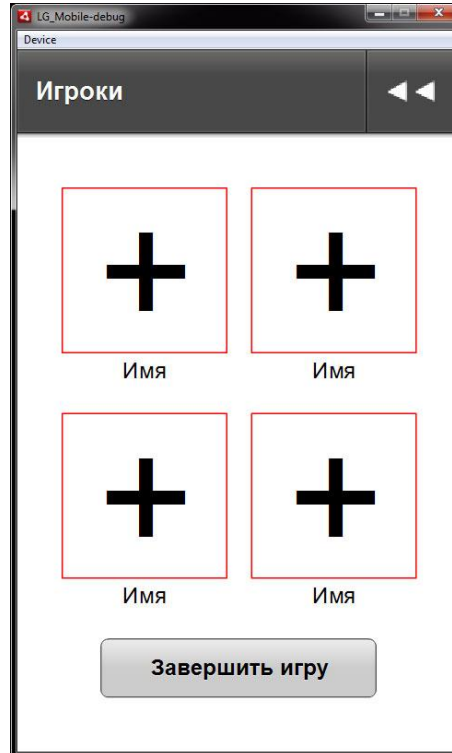
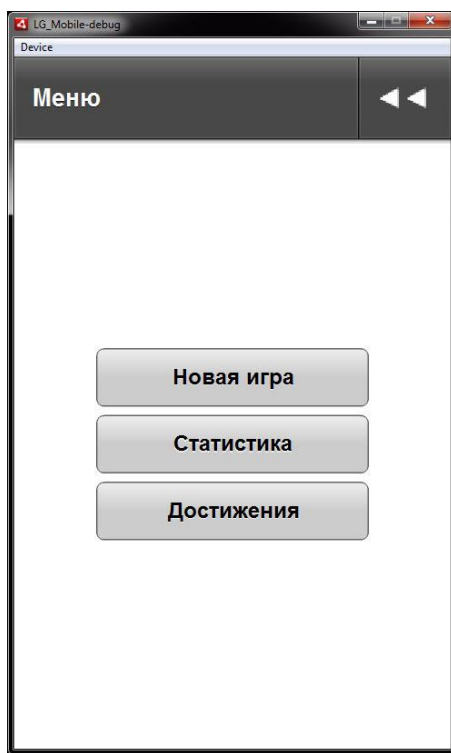
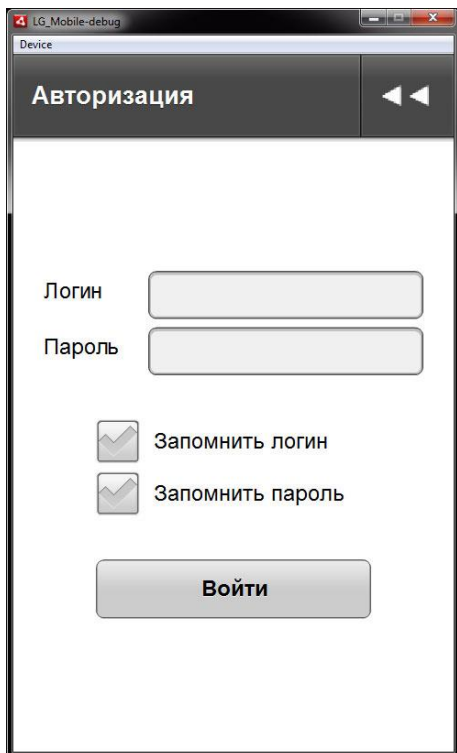
©2006-2012. platform v6.009. All rights reserved.



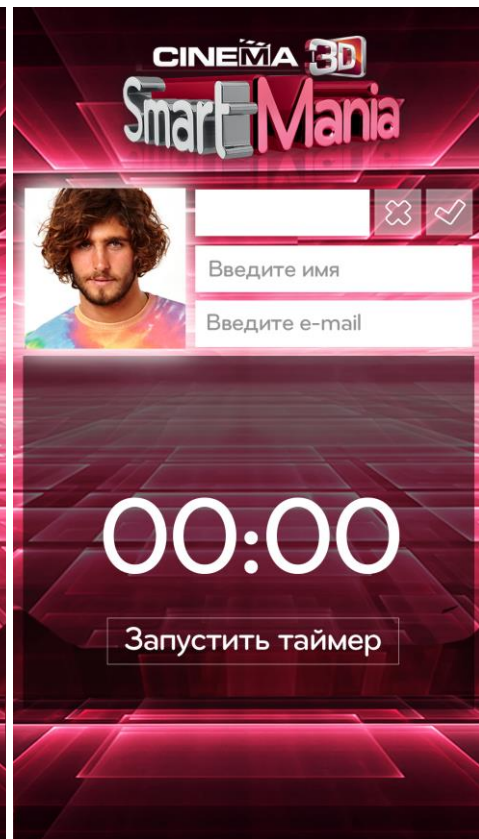
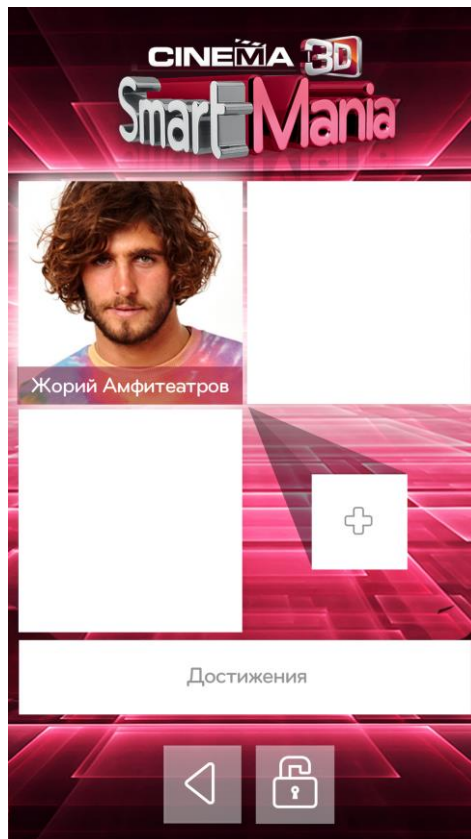
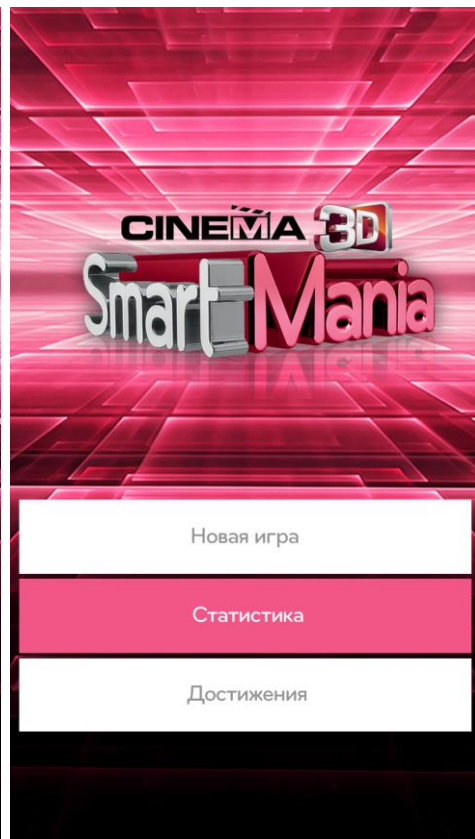
# Мобильное приложение для супервайзеров

1. Супервайзер авторизуется в приложении,
2. создает игру,
3. подключает пользователей,
4. собирает данные,
5. завершает игру.

# Мобильное приложение для супервайзеров



# Мобильное приложение для супервайзеров



# Промо-сайт

Страница для входа – единая для участников и промоутеров.

Для входа требуется ввести емейл. Если мейл распознается системой, как мейл промоутера – появляется дополнительное поле для ввода пароля

Действия участника промоакции:

- Участник вводит емейл и получает доступ к своей странице.
- Участник может поставить лайк промоутеру.
- Участник видит свой рейтинг.
- Участник может опубликовать свой рейтинг в соц сети

Действия промоутера:

Промоутер вводит емейл, идет проверка на сервере на права доступа, если подтверждается роль промоутера, предлагаем ввести пароль.

Промоутер видит свои баллы, достижения.

Функция «позвать друзей в соц сетях поучаствовать в акции».

Промоутер видит на сайте таблицу рекордов и свое положение в ней

# Промо-сайт

Участник

Промо-страница



Страница пользователя

.....

Промоутер

Промо-страница

→ проверка на сервере

Страница промоутера

.....

Достижения




			
			
			

Таблица рекордов

Город	ТТ	Баллы

# ВКЛЮЧАЙСЯ В СМАРТМАНИЮ



- 1 Стань участником «SmartMania»
- 2 Пройди все этапы интерактивной игры
- 3 Выигрывай множество призов
- 4 Делись своим Smart рейтингом

Алекс Москва 28 баллов	Жора Питер 72 балла	Петр Нижний 84 балла	Иван Самара 33 балла	Жора Тольятти 99 баллов	Петр Сызрань 55 баллов
Алекс Москва 28 баллов	Жора Питер 72 балла	Петр Нижний 84 балла	Иван Самара 33 балла	Жора Тольятти 99 баллов	Петр Сызрань 55 баллов



[Узнать подробнее](#)

[В Мне нравится 46K](#)
[f Мне нравится 1](#)
[T Tweet 6,314](#)
[K Класси 67](#)

# ТВ - сайт

Действия супервайзера:

- Супервайзер авторизуется на сайте с телевизора.
- Супервайзер авторизуется в мобильном приложении
- После этого данные об участниках и играх на сайте и в телефоне синхронизируются

# ТВ - сайт

Дизайн сайта для ТВ максимально лаконичный, акцент делается на участниках и их баллах



**LET IT BE!**

Brand Experience MA