

ОЖКО

Айрапетян Мария Воробьева Дарья Гомцян Виктория Федорова Мария Хачатрян Элен



Okko — один из крупнейших российских онлайн-кинотеатров.

Онлайн-кинотеатр Okko был создан в 2009 году основателями оператора Yota Альбертом Авдоляном и Сергеем Адоньевым, изначально сервис получил название Yota Play, позже наименование было изменено на Play. В 2011 году сервис был запущен для Smart TV, а в 2014 году сервис был переименован и получил название Okko.

Что интересного в Okko

Популярные сериалы от AMEDIATEKA и START, российские фильмы и мировые блокбастеры, артхаус и детский раздел, а также образовательные программы, лекции, онлайн-трансляции концертов и спектаклей. Кроме того, что есть во всех кинотеатрах, в Okko много собственного, эксклюзивного контента: сериалы, документальные расследования, увлекательные шоу.

Портрет потребителя Okko

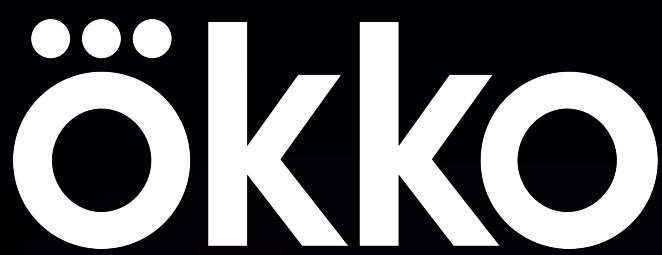
Социально-демографические характеристики

- Возраст: 25-35
- Семейное положение: не женат
- Доход: средний, выше среднего
- Географические характеристики
- Место жительства: город

Психологические характеристики

- Цель: снизить стресс, насладиться просмотром фильма/сериала
- Проблема: нехватка радости жизни и времени на посещение кинотеатра(иногда и финансов)
- Поведенческие характеристики
- Типичный день: молодые люди, которые в свободное от работы и учёбы время находят способ отдохнуть просмотр любимого кино в онлайн-кинотеатре.

Периодичность покупки: ежемесячная подписка на Okko



	Потребность	Поиск	Оценка вариантов	Изучение товара	Принятие решения	Лояльность
Мотивы	Просмотр контента	Желание быстро найти контент на свой вкус	Желание оценить эффективность покупки подписки	Желание сделать осознанный выбор, который удовлетворит потребность в контент	Желание принять правильное решение	Желание поддерживать связь с платформой, оформление продолжительной подписки
Ожидания	Интересный, качественный контент	Интересные подборки и предложение	Возможность просматривать желаемый контент	Понимание преимуществ платформы	Удовлетворения от оформления подписки на данную платформу	Бонусы, кэшбек, возможность участия в акциях
Каналы	Приложение окко, браузер	Приложение Окко, браузер	Приложение окко, сравнительные обзоры, другие онлайн-платформы, соцсети	Браузер, соцсети, приложение	Онлайн-магазины, App Store, Google Play	Эл. почта, уведомления от приложения, соцсети

Этап 1. Осознание потребности

Как компания может повлиять на потребителя

- Внедрить контент, который на данный момент наиболее интересен для ца компании
- Создавать особую рекламу, которая будет четко выделять преимущества платформы
- Заказывать рекламу у блогеров
- Активно использовать интернет-рекламу, наружную рекламу, рекламу на транспорте и тд

Креативный маркетинговый ход

При проработке формата проекта ориентировались на два основных критерия. Во-первых, акция должна была соответствовать концепции позиционирования «Смотрится вместе», принятой Okko летом 2021 года. Её идея в том, чтобы представить сервис центром досуга для каждого пользователя как по отдельности, так и в компании друзей и родных.

Во-вторых, было важно соблюсти новогоднюю тематику, но при этом не скатиться в банальность и выделиться на фоне стандартного «праздничного» рекламного контента. Побороть «белый шум», в который сливаются бесконечные новогодние билборды и ролики.

Использование формата цифровой наружной рекламы DOOH (Digital out-of-home) позволило, с одной стороны, сделать проект более ярким и притягивающим внимание аудитории. А с другой — укрепить имидж Okko как современной технологичной компании, которая не боится экспериментировать.



Этап 2. Поиск информации

Как компания может повлиять на потребителя

- Заказывать рекламу у блогеров, СМИ
- Поощрять и инициировать рекомендации пользователей своим знакомым, друзьям
- Создать максимально понятный и удобный интерфейс сайта и приложения
- Упомянуть особенности платформы

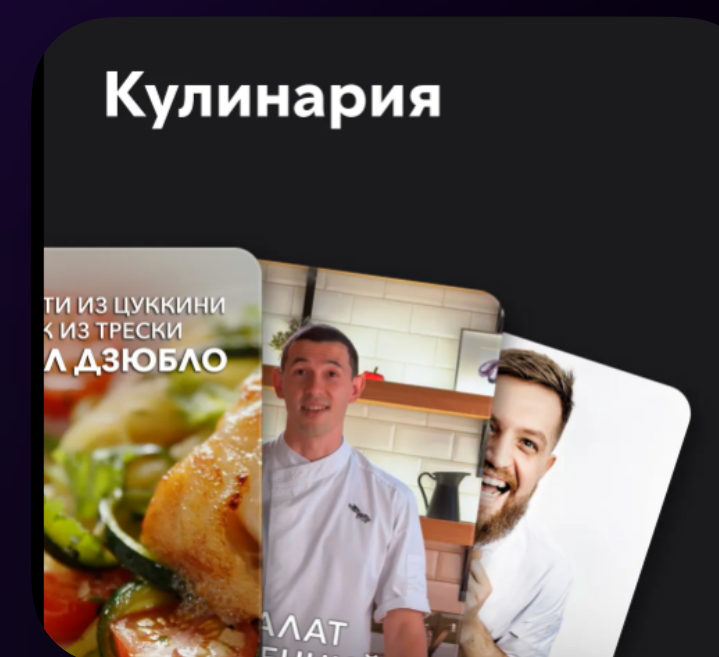
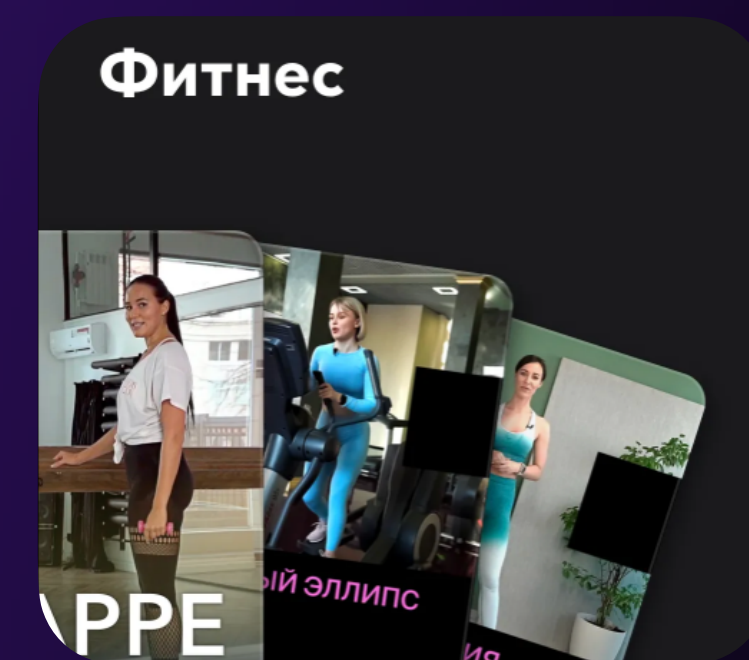
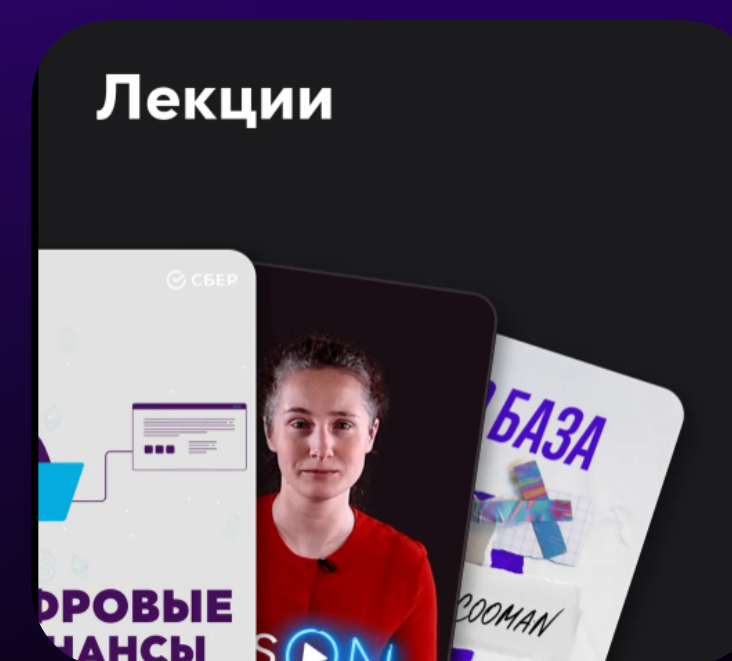


Этап 3. Оценка альтернатив

Как компания может повлиять на потребителя

Активно развивать и продвигать уникальные предложения компании:

- Наличие не только фильмов, но и интервью, лекций, стендапов, балета и многого другого
- Уникальная подача трейлеров
- Возможность оплатить подписку баллами «Спасибо»
- Наличие бесплатного контента и др.



Этап 4. Совершение покупки

Как компания может повлиять на потребителя

- Предлагать различные варианты оплаты
- Предоставлять пробный период
- Сделать максимально быструю и удобную оплату
- Реализировать различные акции

Месяц за 1 ₽

Этап 5. Потребление товара и оценка удовлетворенности

Как компания может повлиять на потребителя

- Поощрять лояльных пользователей
- Добавлять актуальный контент
- Следить за потребностями потребителей
- Проводить опросы

Идеи для улучшения сервиса

- интерактивный контент; разработка интерактивных форматов, например, возможность выбора развития сюжета внутри фильма/мультфильма. Такой формат отлично впишется, как нам кажется, в детский контент
- развитие программы лояльности; можно ввести различные скидки, акции для постоянных пользователей онлайн-кинотеатра

ööko

Спасибо за внимание!