

Офлайн-премьера «Этерны» в Минске

КИНОПОИСК

Предпосылки проекта

Барьеры

Сериал «Этерна» в Беларуси имел низкую узнаваемость, аудитория не воспринимала его как культурное событие и не была эмоционально вовлечена.

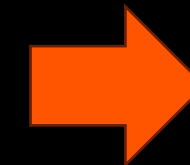
При этом Кинопоиск и Яндекс Плюс нуждались в укреплении позиций на локальном рынке с растущей конкуренцией (ivi, Voka, Okko, Netflix).

Дополнительный барьер для Яндекс Плюса — ощущение «нелокальности», снижающее доверие и мотивацию к подписке

Инсайт

Белорусская аудитория особенно откликается на атмосферные мероприятия и чувство причастности к чему-то особому.

Для зрителей важно оказаться «в числе первых», разделить впечатления с единомышленниками и получить неповторимый опыт



Проект-инфо повод

Мы решили запустить первую в Беларуси офлайн-премьеру «Этерны» как культурное событие общенационального уровня, способное объединить B2B- и B2C-аудитории, и сопровождать её широкой рекламной кампанией



Воплощение идеи

25 июня 2025 в Минске состоялась премьера «Этерны» в кинотеатре «Победа». Эксклюзивное офлайн-событие с участием создателей, усиливающее имидж Кинопоиска и Яндекс Плюса

Цели проекта

Повысить узнаваемость премьеры
и бренда

Получить охват не менее 1 000 000 человек через СМИ, социальные сети и рекламные каналы. Этот показатель отражает стратегическую задачу — увеличить видимость Яндекс Плюса в Беларуси на фоне растущей конкуренции со стороны стриминговых сервисов и локальных игроков

Укрепить связи с лидерами мнений
и ключевыми партнёрами рынка

Обеспечить участие в офлайн-ивенте представителей медиа, индустрии и инфлюенсеров, чтобы аудитория воспринимала премьеру как значимое культурное событие, а бренд — как инициатора этого диалога

Сформировать интерес к релизу
через преданонс и этап разогрева
аудитории

Повлиять на рост намерения оформить подписку на 3–4 п.п.*

*согласно рейтингу подписных сервисов: исследование GfK за Q2 2024 и Q1-Q2 2025, охватывающее категории онлайн-кинотеатров, музыкальных стриминговых сервисов, экосистем/комбинированных подписок и книжных сервисов.

Запустили первую офлайн-премьеру в Минске

В этот вечер нас поддержали более 200 гостей, которые расположились в 3 залах кинотеатра «Победа»



Пригласительный билет



Закрытый показ в кинотеатре «Победа»

Воплощение идеи — кинотеатр «Победа»

Локацией стал один из старейших минских кинотеатров — «Победа», что подчеркнуло статус события и связь с локальной культурой

Пространство оформили в стиле вселенной «Этерны»: красная дорожка, пресс-волы, фотозоны с брендингом Кинопоиска и Яндекс Плюса, тематические арт-объекты. Формат усилил ощущение эксклюзивности и обеспечил яркий контент для СМИ и соцсетей



Воплощение идеи – программа мероприятия

Программа включала выступления представителей Кинопоиска и Яндекс Плюса, участие продюсера Михаила Китаева и шоураннера Евгения Баранова, а также эксклюзивный показ первых двух серий до релиза.

Вечер завершился фуршетом, где партнёры, селебрити и блогеры могли пообщаться. Так удалось объединить B2C- и B2B-аудитории и укрепить доверие к бренду



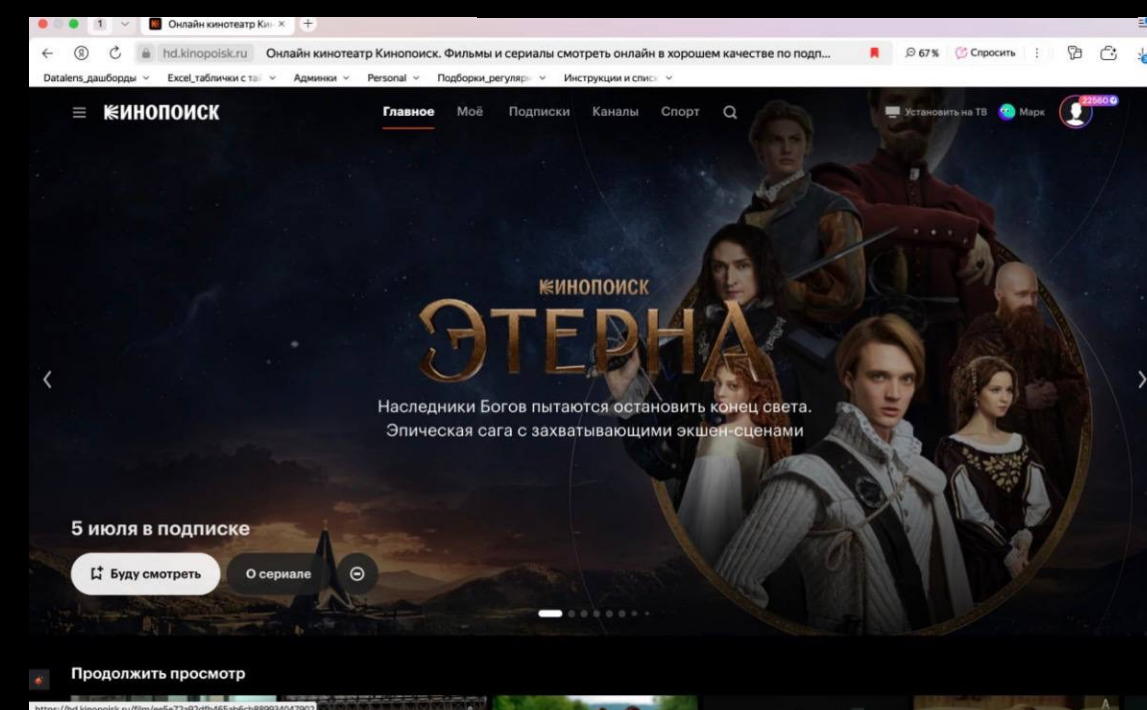
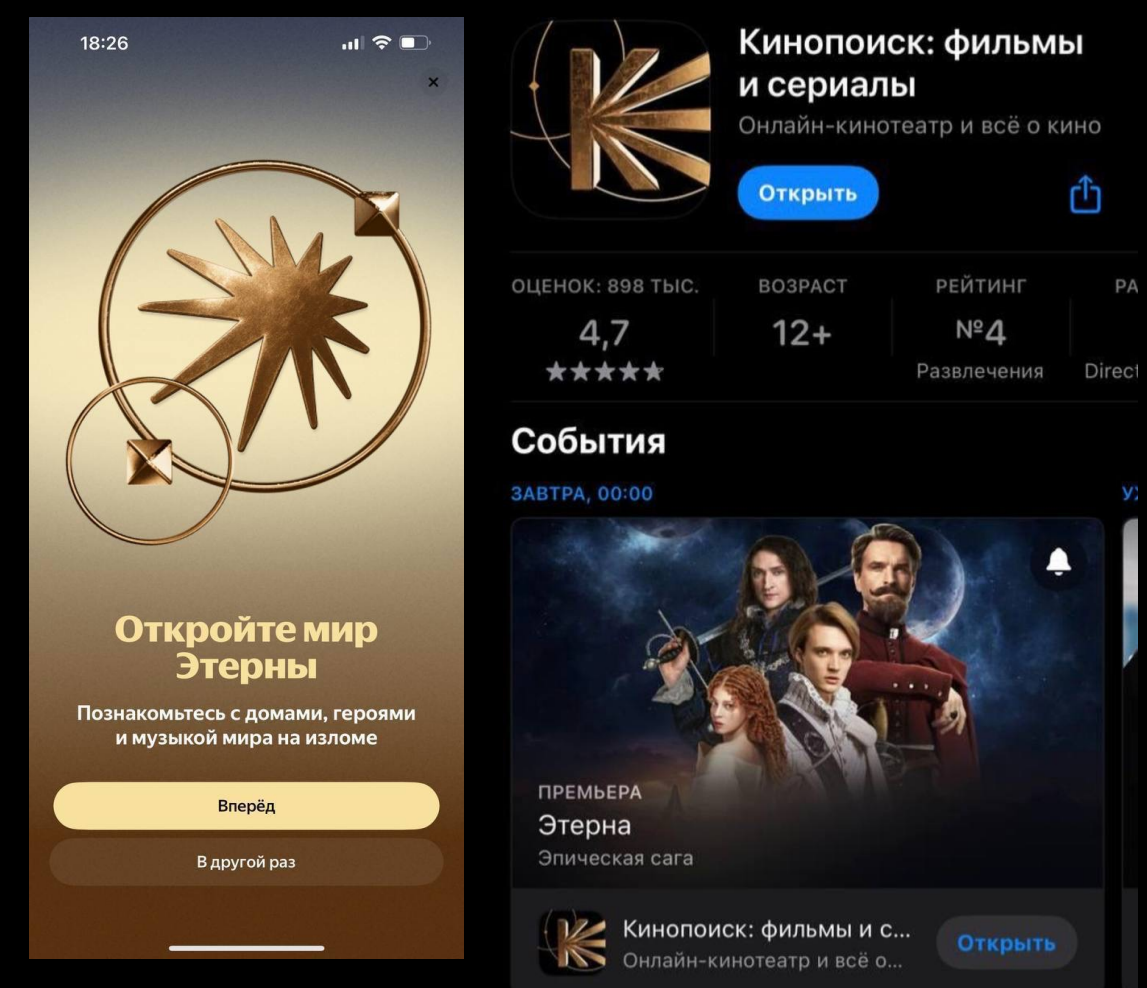
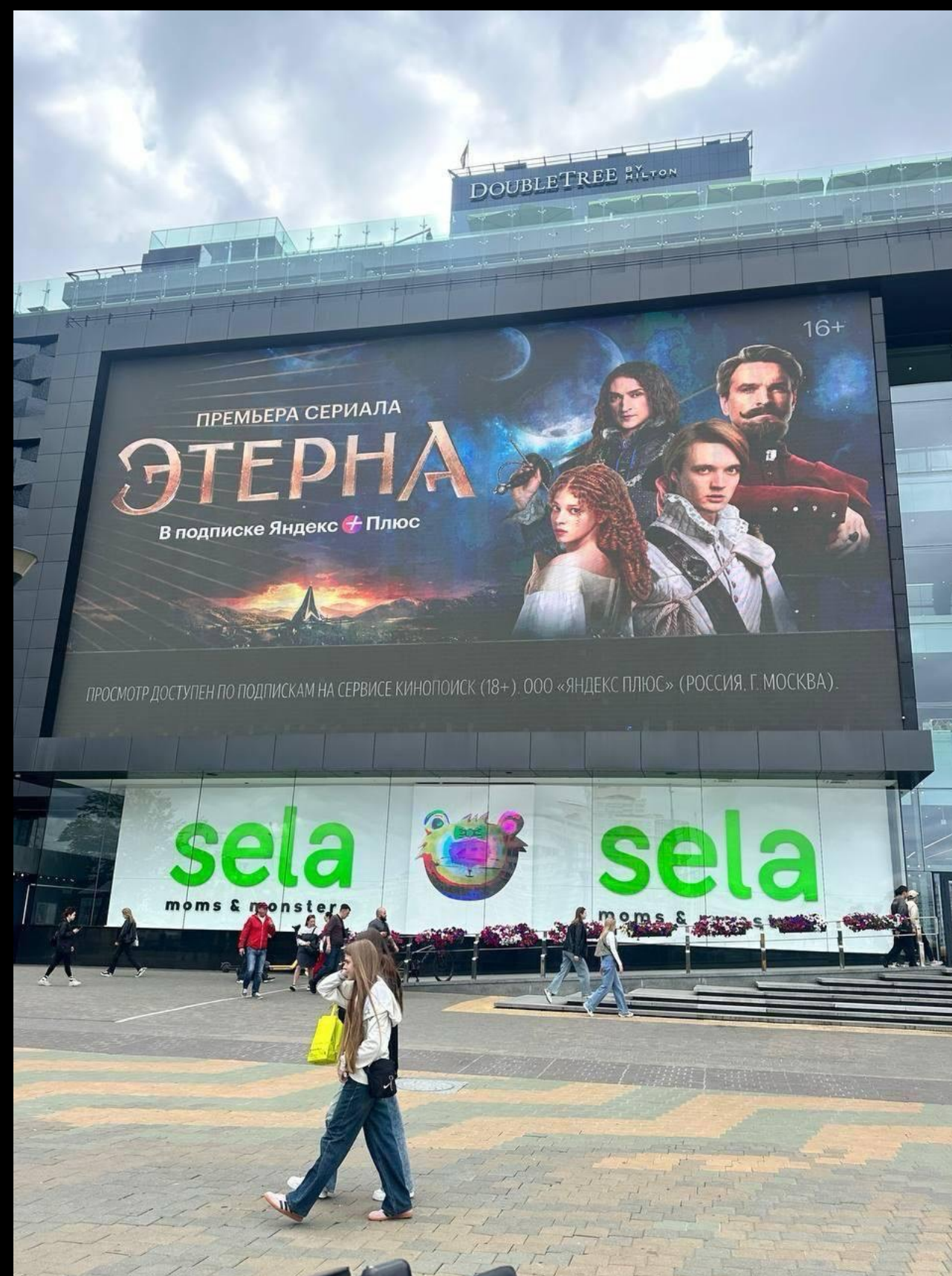
Запустили рекламную кампанию в поддержку сериала «Этерна»

Кампания объединила офлайн и онлайн. Мы опирались на инсайт: аудитория ценит камерные события, но ждёт их цифрового продолжения. Поэтому задача заключалась в том, чтобы каждое офлайн-впечатление усиливалось онлайн-охватом

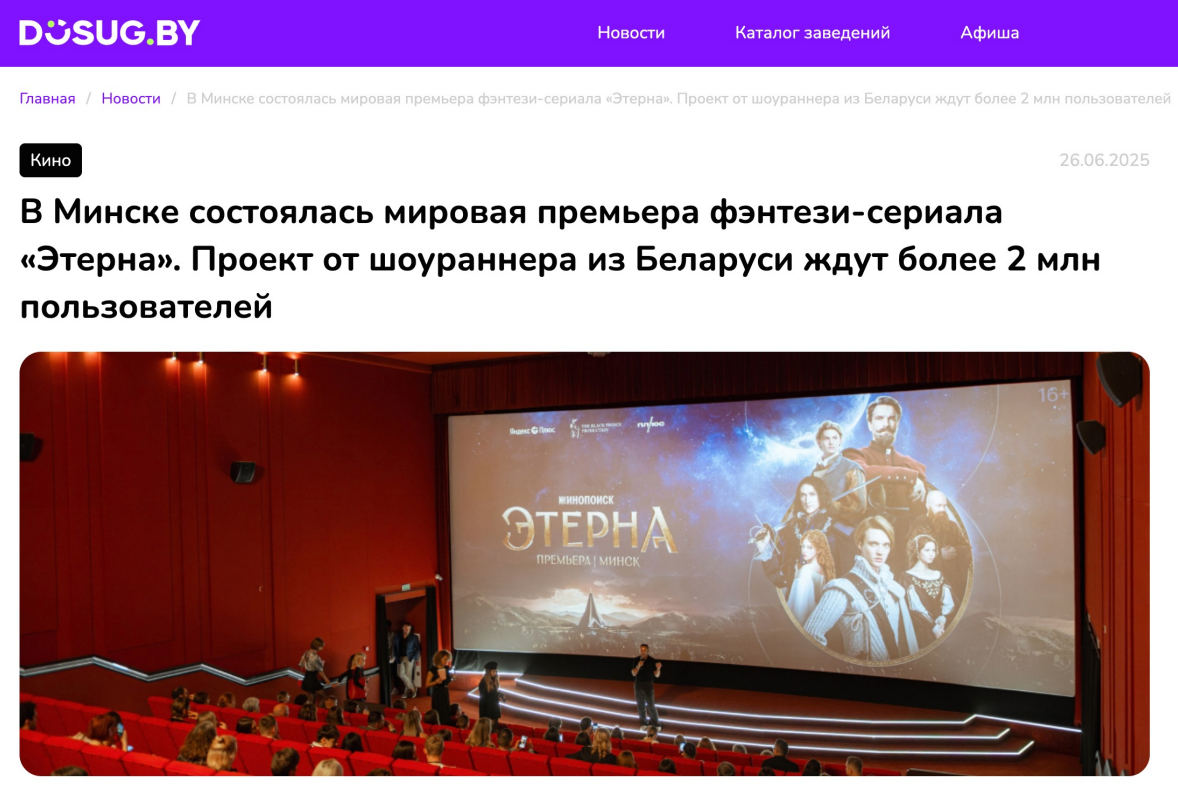
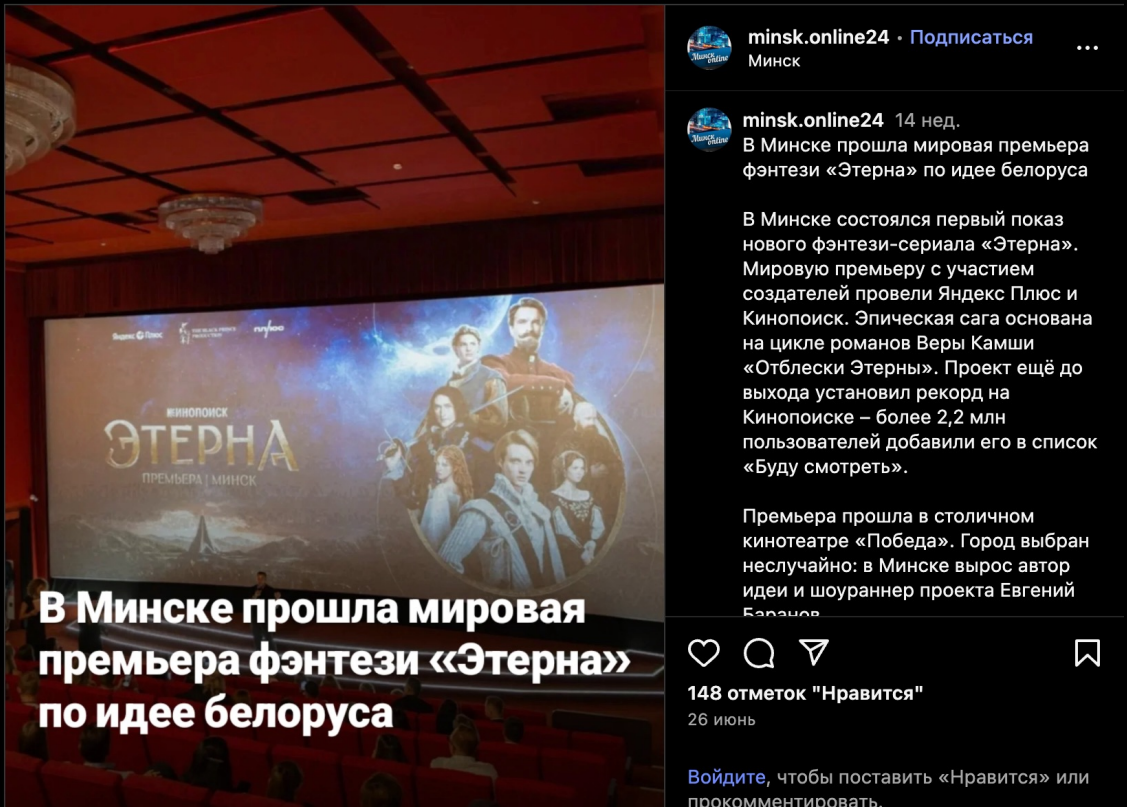
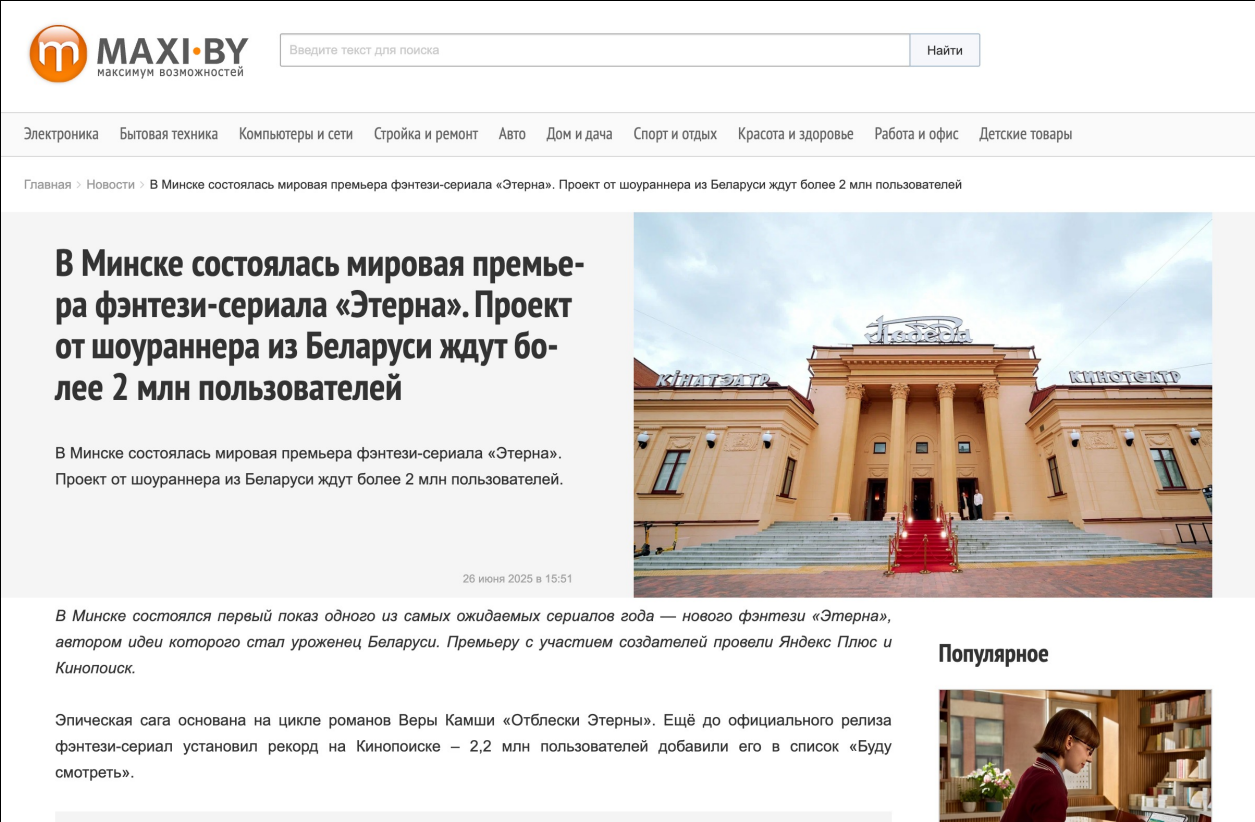
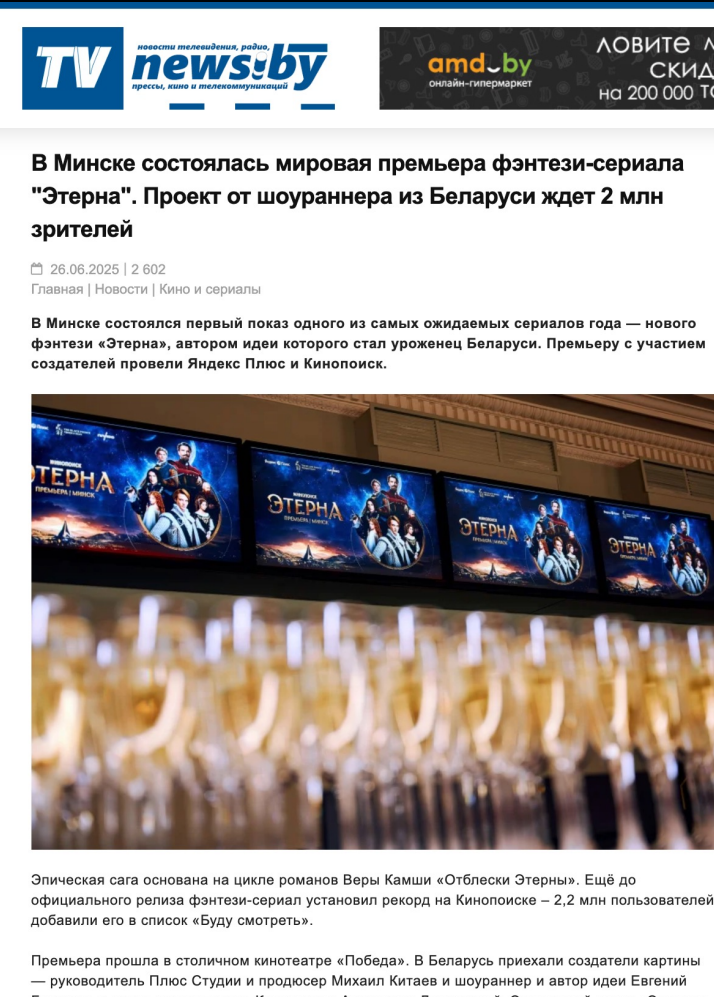
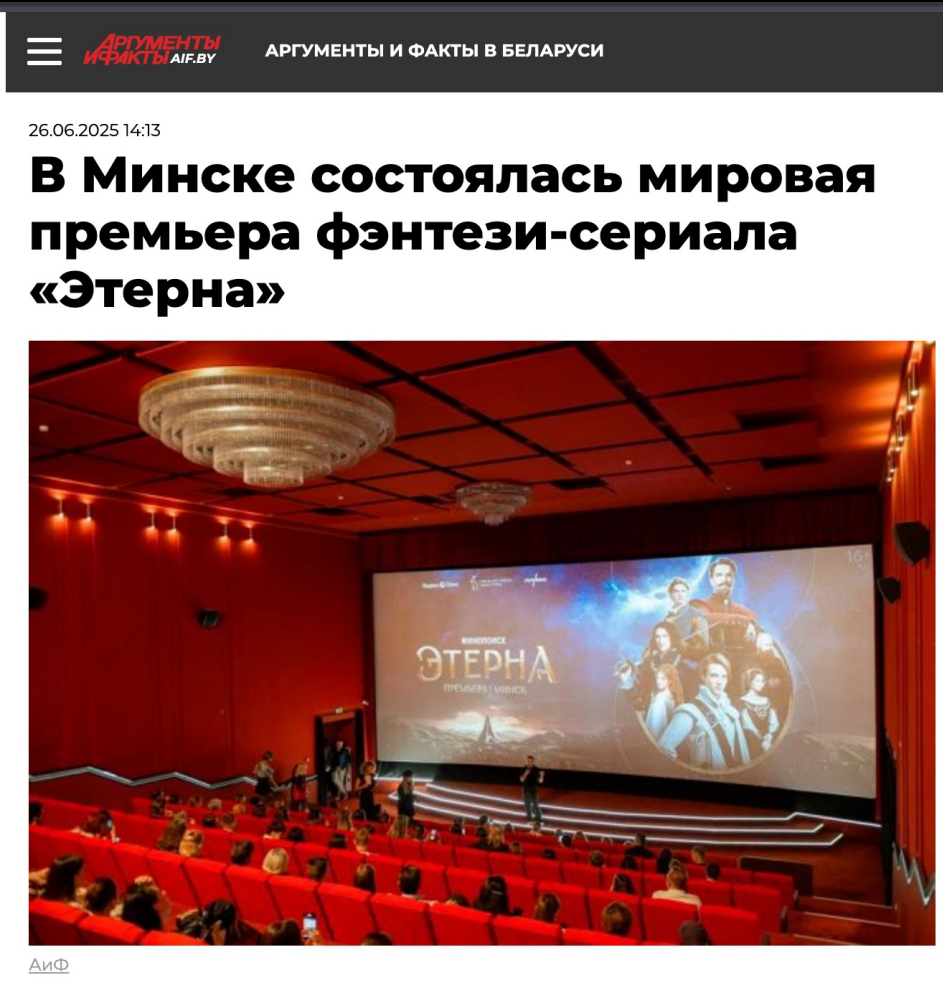
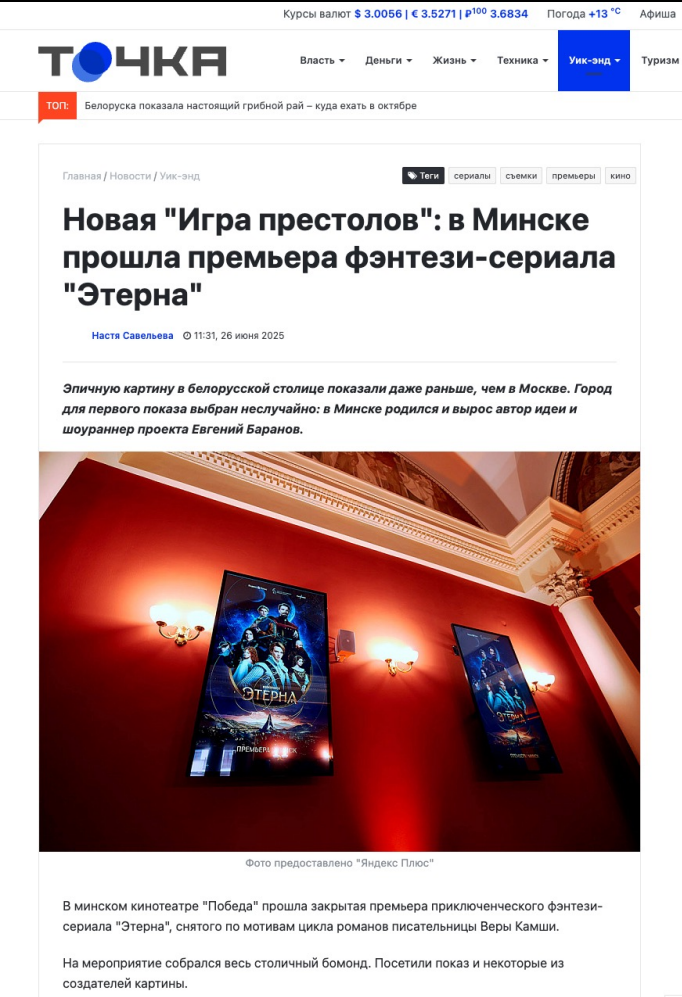
Поддерживали проект через каналы:

1. Digital: ролики и баннеры
2. SMM: блогеры
3. Офлайн: наружка в метро и в городе
4. Коммуникации в сервисах Яндекса

Так мы показали, что Яндекс Плюс и Кинопоиск способны создавать события, где офлайн-эмоция и онлайн-коммуникация взаимно усиливают друг друга, формируя прочную эмоциональную связь с аудиторией



Новость о премьере вышла на белорусском ТВ и в СМИ



Более 40 блогеров рассказали про премьеру в своих каналах



Результаты

Значимый рост бренд-метрик Кинопоиска*

- Наличие платной подписки на Кинопоиск **+3 п.п,**
- Намерение пользоваться Кинопоиском **+5 п.п,**
- Намерение оформить (платную или бесплатную) подписку на Кинопоиск **+5 п.п,**
- Намерение оформить именно платную подписку на Кинопоиск **+3 п.п,**
- Рост доли Кинопоиска в общем количестве платных подписок: **+ 6 п.п,**
- Рост знания о том, что Кинопоиск – часть подписки Плюс **+6 п.п**

Охват проекта составил более 1 000 000

*согласно рейтингу подписных сервисов: исследование GfK за Q2 2024 и Q1-Q2 2025, охватывающее категории онлайн-кинотеатров, музыкальных стриминговых сервисов, экосистем/комбинированных подписок и книжных сервисов.