

Автор: Фролов В.А.
21.05.2021 17:14 -

Как «зашевить» в эпоху коротких текстов, броских заголовков и тегов (tag), когда аудитория проекта – вся страна? Первое место в номинации «Лучшая онлайн-игра» крупнейшего в Европе digital-конкурса Tagline Awards получила интерактивная игра (<https://www.strana2020.ru/game/>), посвященная Всероссийской переписи населения. Жюри – признанные мировым сообществом эксперты в области коммуникаций, маркетинга и дизайна – отметило ее в числе более 3 тысяч заявок во всех номинациях. Среди лауреатов – ТАСС, RT, Мегафон, Gett и создатели множества громких онлайн-проектов для лидеров рынка, в том числе Сбера, Ростелекома, X5 Retail Group и госорганов.

Геймплей «лучшей онлайн-игры» построен вокруг поиска предметов в трех различных локациях

Каждый геймер может «применить» на себя все ситуации и способы участия в первой цифровой переписи: в жилом многоквартирном доме, который обходят переписчики с планшетами, на портале Госуслуг

или

на переписном участке.

На последнем этапе

игрок

переносится в Росстат, куда стекается информация

с

о всей стран

ы

Обнаружить все предметы, а затем и свое имя в списке топ-игроков на сайте переписи может любой желающий. Количество попыток улучшить личный результат и положение в рейтинге не ограничено.

Онлайн-игра поможет существенно расширить аудиторию информационной кампании в

Автор: Фролов В.А.

21.05.2021 17:14 -

поддержку переписи за счет «цифрового» поколения, считают в Российской ассоциации по связям с общественностью.

«Геймификация – важнейший коммуникационный тренд. Обращение к онлайн-играм позволяет вовлечь в кампанию «цифровое» поколение, которое не застать на традиционных площадках – на ТВ, радио, в бумажных СМИ. Но вместе с тем игра смоделирована так, что вызывает интерес всех возрастных аудиторий – что принципиально важно для такого охватного проекта как Всероссийская перепись населения»,

–
полагает
вице-президент РАСО Ксения Трифонова.

«Современная цифровая модель переписи требует новых подходов в информационной работе. С этой целью Росстат создал Медиаофис Всероссийской переписи населения, который начал работу в 2019 году.
Он ведет масштабную информационно-разъяснительную кампанию,

как в традиционных СМИ, так и в digital-среде

»,

–
говорит
руководитель Медиаофиса Всероссийской переписи населения, вице-президент коммуникационного агентства КРОС Леонид Бурмистров

По его словам, Медиаофис не просто присутствует, но активно работает на всех интерактивных площадках : на официальном сайте, во всех популярных социальных сетях и на внешних интернет-ресурсах.

«Мы сняли целый сериал про выбранный всей страной талисман переписи – цыпу Випина (https://vk.com/videos-189413763?section=album_2),
создали анимационные ролики, записали серию подкастов и YouTube-сюжетов (<https://vpr2020.aif.ru/>), запустили чат-бот и онлайн-игру. Оценка авторитетного международного жюри говорит, что это правильный подход для информирования аудитории с учетом каналов и видов контента, которые ей близки

Автор: Фролов В.А.

21.05.2021 17:14 -

»

, —

отмечает Леонид Бурмистров

.

Эксперты, наблюдающие за премией Tagline Awards с 2011 года, отмечают существенное повышение качества участвующих в ней digital-проектов: сайтов, мобильных приложений, проектов в области VR и AR

,

«вирусны

х

»

ролик

ов

и интерактивн

ых

игр.

«Эксперты оценивали концепцию проекта, качество исполнения и эффективность для достижения поставленных задач . Очевидно, что для информационной кампании по продвижению Всероссийской переписи населения главная задача – повысить информированность людей о переписи, о ее новых цифровых особенностях и возможностях. Учитывая, что целевая аудитория – вся страна, подключение таких популярных форматов как онлайн-игры, это возможность достучаться до пользователей разного возраста и разного пола, живущих в разных регионах страны. Сегодня их объединила игра, а завтра – перепись, о которой рассказали доступно и интересно » , – говорит сооснователь production-компа

нии

rkProduction

Александр Фарбер.

Ра