

Как «зацепить» 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 «примерить» 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://vpn2020.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 Pa
rkProduction
Александр Фарбер.