



Война банд на конференции SaintHighload++ 2021

Фиджитал, перестрелки
и призовой фонд 300 000 рублей

“ Дети думают о себе, следуя за своими эгоистичными желаниями.
Мужчины думают о других и действуют, исходя из их потребностей.

Джексон «Джекс» Теллер. «Sons of Anarchy»



Маркетинг впечатлений

Инвестируем в **experience** клиентов

В начале 2021 года мы приняли решение поучаствовать в серии конференций для разработчиков высоконагруженных систем HighLoad++. На сентябрьском мероприятии **SaintHighload ++** в Санкт-Петербурге мы представили один из наших проектов — **FirstDEDIC**, основным продуктом которого является аренда выделенных серверов.

Наша команда разрабатывала концепцию участия согласно принятой стратегии «Экономики впечатлений», которой мы придерживаемся почти во всех аспектах маркетинговой деятельности.

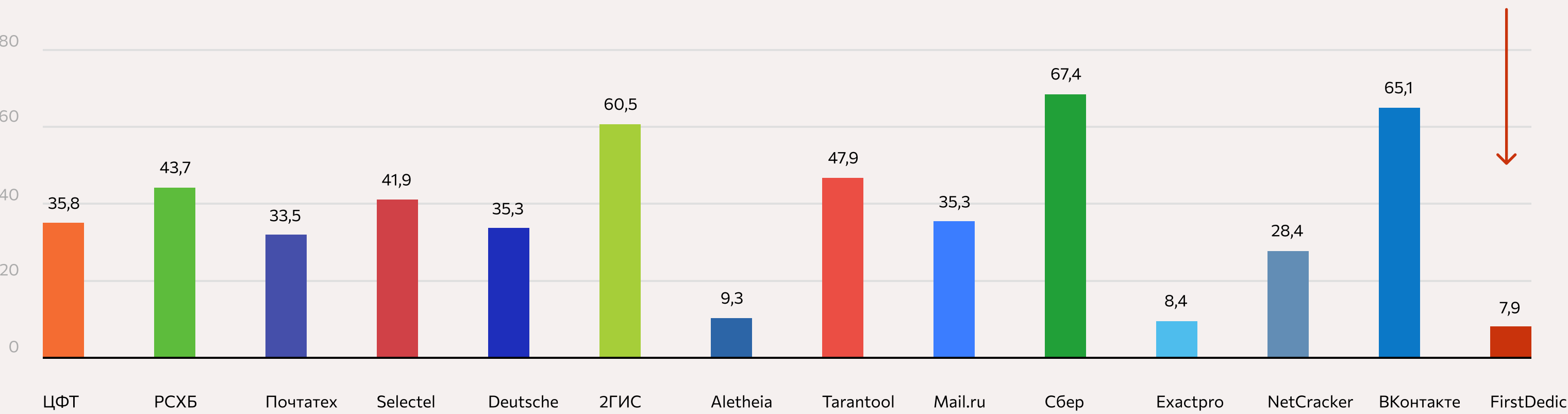
Экономика впечатлений — это способ сотрудничества, где клиент, взаимодействуя с вашим брендом, получает позитивные эмоции и путем вовлеченности укрепляет свои отношения с вами.

В 2021 году мы взяли курс на внедрение экономики впечатлений в свой маркетинг и далее расскажем, что из этого получилось в рамках представленного мероприятия.



«Тёмная лошадка»

На одну из самых известных IT-конференций в России мы привезли мало кому известный, но один из самых полезных наших продуктов — FirstDEDIC. Аренда выделенных серверов для highload-проектов — это точное попадание в ЦА. Воевать за внимание посетителей нам предстояло с «монстрами» IT-индустрии — Selectel, Mail.ru, Сбер, ВКонтакте, 2GIS и т.д.



Наш уровень известности по сравнению с другими партнёрами на начало конференции. Статистика от организаторов Онтико.

Как же эффектно
«взорвать танцпол»,
если ты маленький
и незаметный?





Sons of Highload

Стенд мы построили в стиле байкерского андеграунда — кирпичи, железо, дерево, приглушенный свет, неон и... настоящий брутальный Harley-Davidson! Но стенд — это всего лишь часть сложного фиджитал* перформанса, который ожидал всех участников.

Во время конференции посетители, разделившись на три байкерские банды, устраивали «перестрелки», вербовали новобранцев, зарабатывали рокеры**, выполняли задания и захватывали стенды остальных партнёров конференции в битве банд за контроль территорий. Все однопроцентники*** «сражались» за право участвовать в розыгрыше MacBook и других призов общей стоимостью 300 000 рублей. Выполнение заданий повышало шансы игрока и его банды на победу в финальном розыгрыше.

* Фиджитал — интегрированные коммуникации на стыке цифрового и физического пространств

** Рокер — элемент байкерской нашивки

*** 1% — в байкерской культуре символизирует преступный контингент байкеров

Верхний
рокер

Эмблема
банды

Нижний
рокер

One percenters

После старта конференции на стенде FirstDEDIC все желающие могли присоединиться к одной из трёх банд— Linux Angels, DevOps Power или Data Hunters. Проспекты* получали специальный бейдж и бандану в цветах своей банды.

Чтобы подтвердить право на участие в розыгрыше, игроку предстояло собрать три наклейки на бейдж — верхний рокер, нижний рокер и эмблему клуба.

Верхний рокер и стикеры-пули выдавались сразу. Чтобы заработать нижний, каждый должен был поучаствовать в «перестрелке» с другой бандой. Проспекты перемещались по территории конференции, ловили байкеров из других банд, общались и менялись «пулями». Когда участник набирал по две «пули» от других банд на своем бейдже, ему выдавался нижний рокер. Чтобы стать полноценным членом банды, ему оставалось только получить центральную эмблему клуба. Тут-то и начинались уже «взрослые» разборки между бандами. Им предстоял захват территорий.

* Проспект — это кандидат в клуб, который имеет право принимать участие в пробегах.





Linux Angels

432



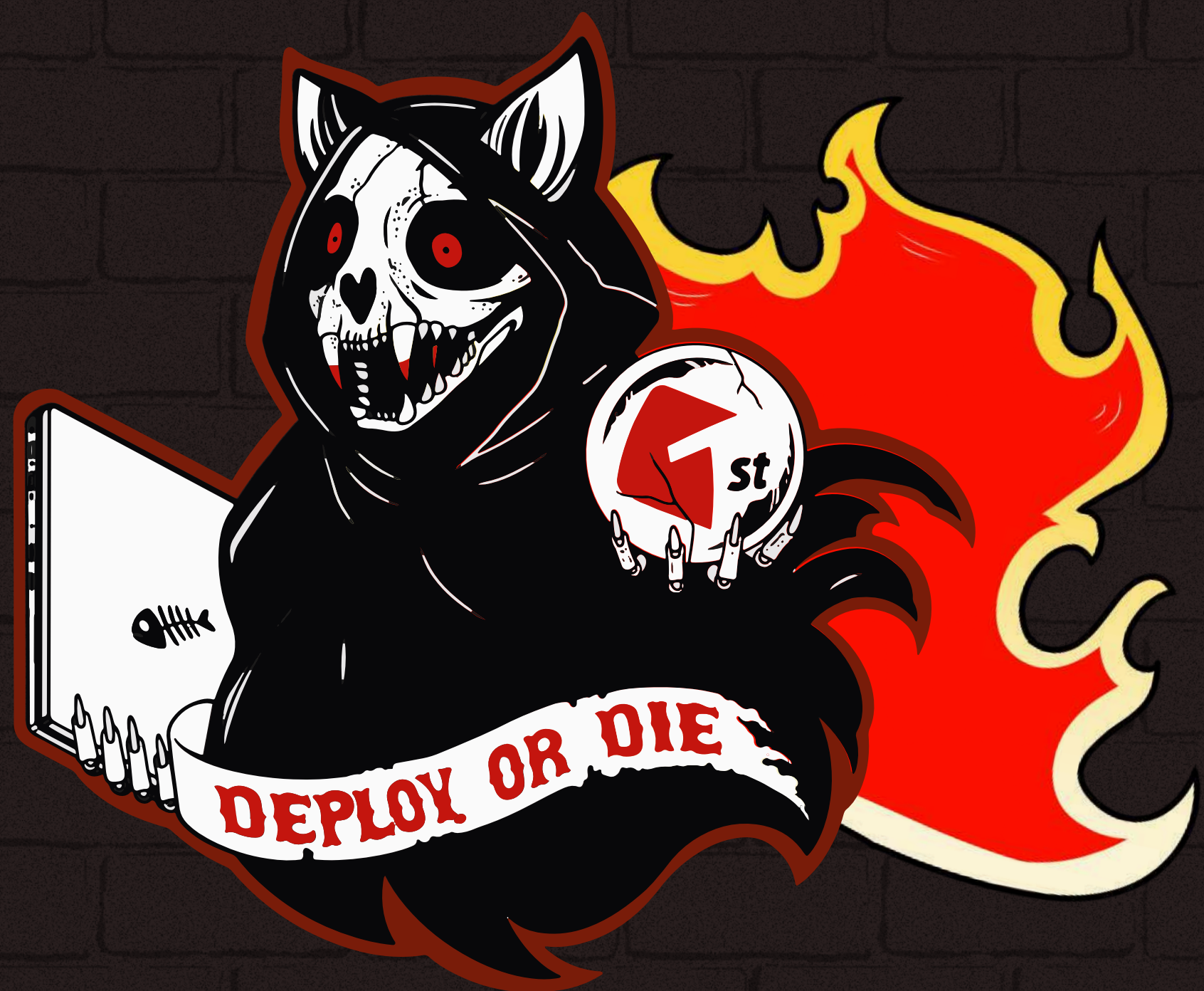
DevOps Power

452



Data Hunters

432



Святая святых

Эмблема клуба — святой грааль в байкерском мире. Чтобы получить центральную эмблему на бейдж, было необходимо принять участие в захвате территорий.

На данном этапе мероприятия во всей красе раскрывается ранее упомянутый фиджитал. По QR-коду на своем бейдже участники получали доступ к [интерактивной карте территории](#) конференции, которая полностью соответствовала схеме расположения стендов на мероприятии и делила «поле боя» на 7 зон и 12 точек влияния (стенды партнёров). Банда, контролирующая больше территорий на момент окончания игры, выигрывала в «войне» и удваивала шансы на победу в финальном розыгрыше.

Захват территорий

Для захвата зон влияния как можно больше участников банды должны были захватить стенды внутри них.

- ◆ Для захвата стенда проспект должен был подойти к нему и сделать селфи, а затем нажать на соответствующий стенд на [интерактивной карте](#) и загрузить фотографию. Загруженные фотографии проверялись на соответствие условиям в режиме реального времени сотрудниками нашего бэк-офиса.
- ◆ Если большая часть стендов была захвачена одной бандой — вся зона окрашивалась в цвет банды. Если количество захватов внутри зоны было равное между бандами — зона начинала мигать, отображая спорную территорию. Ближе к концу игры был момент, когда мигали почти все зоны — «замес» за контроль территорий был нешуточный.
- ◆ После того как проспект захватывал минимум 9 стендов (в идеале все 12), ему выдавалась главная наклейка — эмблема банды.

Теперь он становился полноправным членом своего клуба и мог дожидаться финального розыгрыша, спокойно вербовать других участников в свою банду или выполнять дополнительные задания.





Дополнительные задания

Несмотря на то, что основные задания игры были увлекательными, и движухи на территории конференции было достаточно много, мы не могли позволить участникам, прошедшим основные задания игры, расслабляться.

Периодически мы выдавали дополнительные задания бандам через telegram-бота, который использовался для регистрации участников в игре. Задания были несложные, но весёлые. Некоторые из них:

- «Поймать» на территории конференции известного блогера Валентина Петухова (Wylsacom) и сделать с ним селфи.
- Ответить на вопросы по вселенной Гарри Поттера (почему бы и нет, стилистика оформления конференции от организаторов— факультеты Хогwartса).
- Рекрутировать в свою банду посетителя, который еще нигде не состоит.

Выполняя дополнительные задания, участники повышали свои шансы на победу в розыгрыше. Кроме того, весь второй день конференции байкеры «рубились» с нашими стендистами в «Камень, ножницы, бумага», выигрывая разнообразный мерч FirstDEDIC и проигрывая мерч, полученный на других стендах (да, и так бывает). За время конференции разошлось огромное количество наших брендированных подарков, даже стендисты других партнёров не остались без мерча!

Итоги Sons of HighLoad

Два дня конференции Saint Highload++ 2021 в Санкт-Петербурге пролетели как один миг. Более 400 посетителей поучаствовали в нашей «бандитской» активности, и мы, вместе с ними, получили огромное количество позитивных эмоций, фана и новых знакомств.

С утра и до вечера в течение всего мероприятия на нашем стенде находилось множество посетителей, которые говорили с нами об игре и наших услугах. Даже представители с других стендов и организаторы отметили креативность нашего интерактивного фиджитал перформанса.

407

человек поучаствовало в «войне банд» из 856 посетителей конференции (почти 50%!)

4198

раз были захвачены 12 стендов, находящихся на конференции
Было сделано 4198 селфи!

14

«однопроцентников» разделили между собой призовой фонд, один из них получил новенький MacBook!

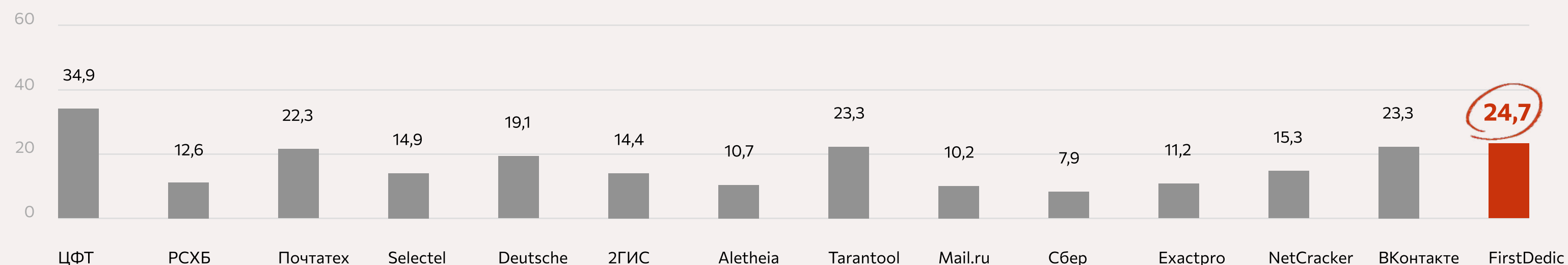
Как итог, на

100%

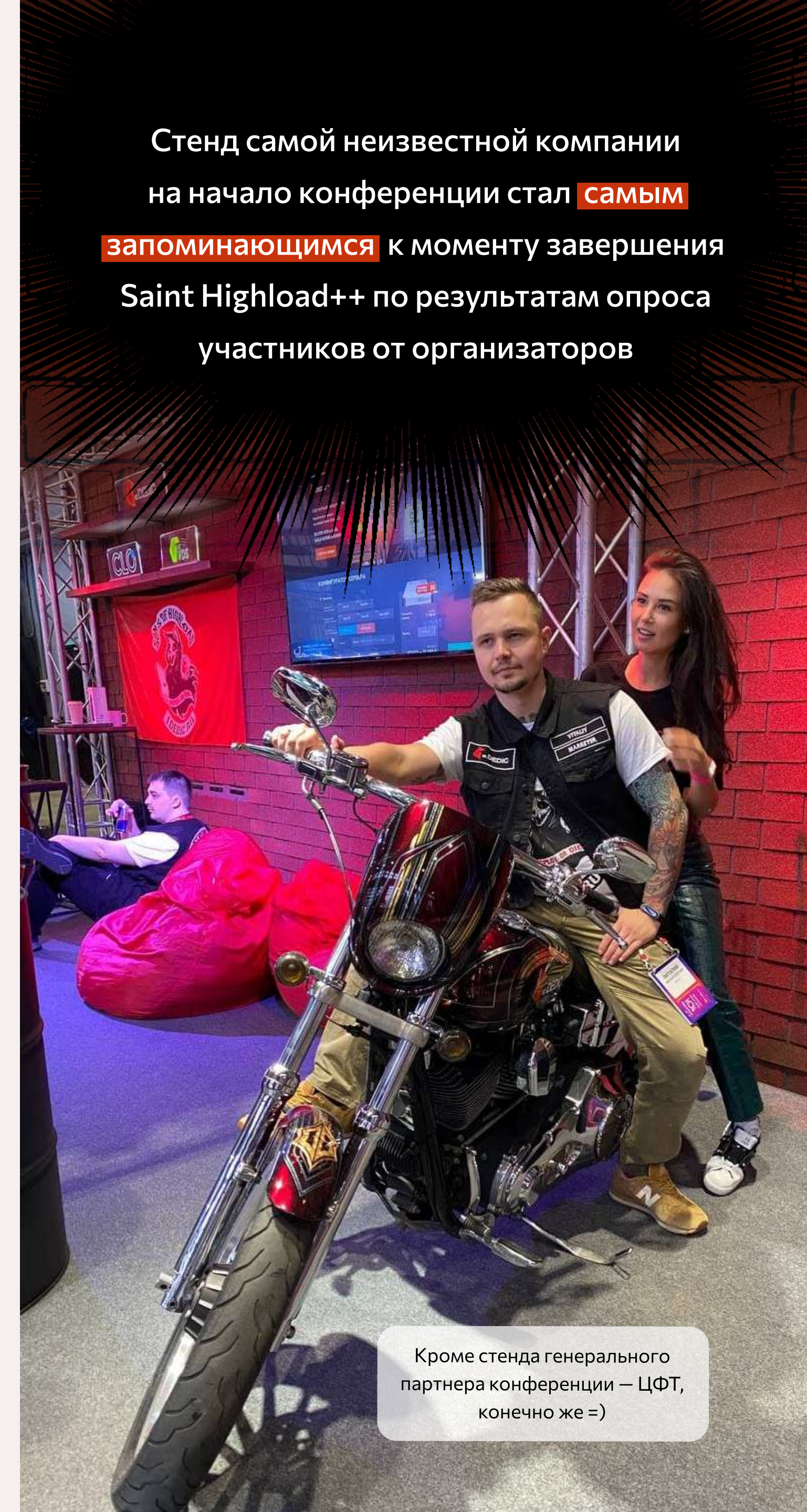
реализован вирусный эффект мероприятия. Сотни человек ходили в нашем мерче, с игровыми бейджами и банданами FirstDEDIC, попутно рекламируя нас повсюду.

Результаты опроса организаторов на «Самый запоминающийся стенд»

Статистика от организаторов Онтико



Стенд самой неизвестной компании на начало конференции стал **самым запоминающимся** к моменту завершения Saint Highload++ по результатам опроса участников от организаторов



Кроме стенда генерального партнера конференции — ЦФТ, конечно же =)

Итоги Sons of HighLoad

Конечно же, кроме веселого и увлекательного времяпрепровождения, мы получили и коммерческие результаты. «Экономика впечатлений», внедрённая в нашу стратегию маркетинга, приносит практическую пользу благодаря доверию и эмоциям, полученным при взаимодействии с нами на конференции.

В течение двух дней Saint Highload, помимо игровой активности, посетители общались на стенде с нашими маркетологами, техническими специалистами и сотрудниками отдела продаж, интересуясь и обсуждая наши продукты и услуги, а также получая скидки и подарочные сертификаты.

11

человек стали
нашими клиентами сразу
после окончания конференции

45

посетителей конференции снова
взаимодействовали с проектом FirstDEDIC
в течение последующих 3 месяцев
после завершения конференции

9

из них стали нашими
клиентами в конце 2021
и начале 2022 года

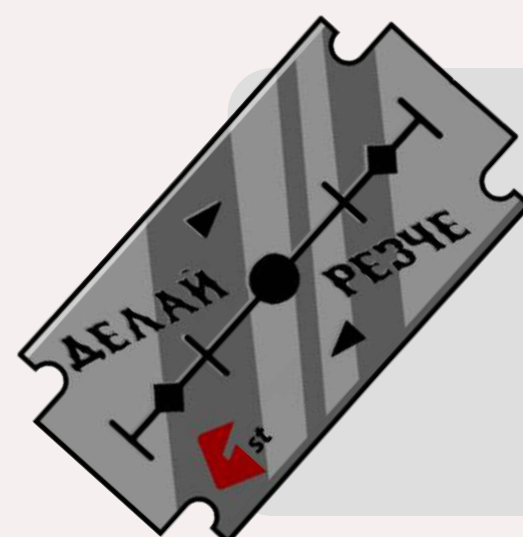
Дополнительные материалы:

[Краткие правила для участников игры «Sons of HighLoad»](#)

[Интерактивная карта захвата территорий \(демо\)](#)

[Короткий отчет о мероприятии на сайте FirstDEDIC](#)

[Фотографии и видео с мероприятия](#)



Подписывайтесь на нас:

 [Instagram](#)

 [Telegram-канал](#)

Впереди много интересного!

Голосуйте за нас

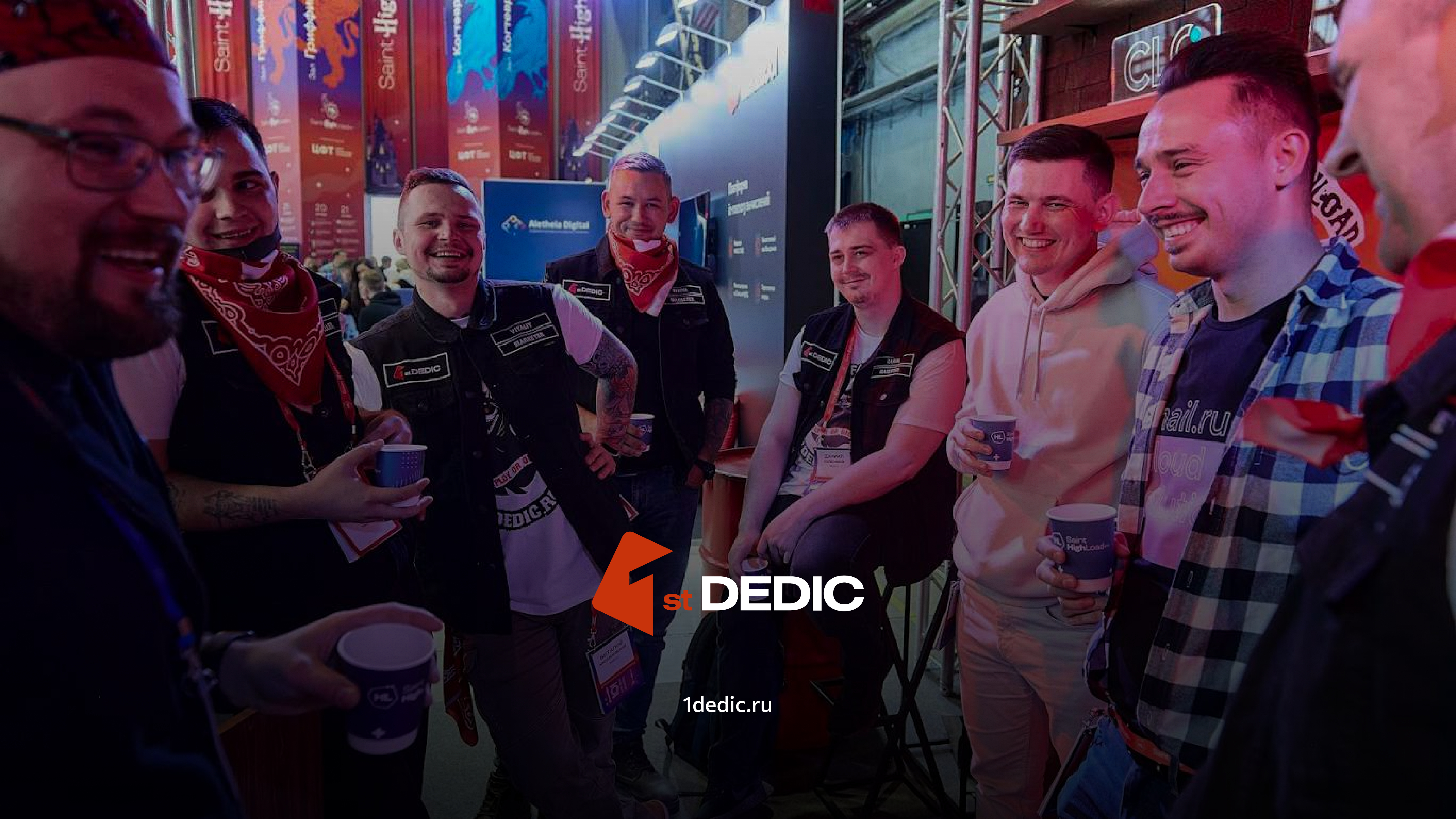
в национальной премии

«ЦОДы.РФ» 2021-2022

в номинации «Креатив года»!

Обязательно посмотрите
нашу видеопрезентацию!
Вы получите более подробное
представление о мероприятии.





1dedic.ru