**Кейс: как канал «Ю» собрал 5 млн просмотров, показав свои премьеры в «Одноклассниках»**

Доля и рейтинг проектов доказали, что онлайн-просмотры не каннибализируют телесмотрение

На канале «Ю» отмечают — их всегда привлекал формат онлайн-премьер телевизионного контента. Многие боятся выходить на это поле, опасаясь ухода аудитории из эфира, но эксперименты показали, что такой подход только усиливает промо и помогает познакомить большую аудиторию с телепроектами при правильном подходе.

**Задача:** продвижение весенней премьерной линейки канала «Ю» с помощью социальной сети «Одноклассники».

**Ирина Лебедева, руководитель отдела стратегического маркетинга и внеэфирного промо канала «Ю»:**

В преддверии весны мы запустили премьерную линейку программ: каждый день в 17.30 у нас выходит новое реалити. Уже второй сезон подряд перед нами стоит непростая задача: продвинуть единовременно 5 проектов так, чтобы каждый из них на старте получил свой заслуженный охват и полюбился зрителю. Для такого запуска просто необходимы нестандартные решения.

**Механика**

С 25 февраля по 1 марта каналом «Ю» была проведена акция «Марафон премьер в Одноклассниках. Трансляция проходила каждый будний день в соцсети параллельно с телеэфиром: зрители посмотрели премьерные выходы новых российских реалити «Обмен домами», «Беременна в 16», «Ювелир», а также новые сезоны реалити «Одинокий папа мечтает познакомиться» и «Обмен женами». Марафон анонсировался в ОК и эфире телеканала «Ю».

Уникальность такой премьеры в том, что зритель получает контент, не выходя из любимой соцсети и без перерывов на рекламу, а также может сразу обсудить телешоу в режиме онлайн с другими зрителями.

**Владимир Люкшенко, руководитель отдела интернет продвижения канала «Ю»:**

С прошлого сезона мы четко для себя поняли, что онлайн-премьер и онлайн-предпоказов бояться не нужно. Напротив, если подарить пользователям возможность посмотреть контент там, где удобно им, то приобретешь больше зрителей и в эфире, и на интернет-площадках. Запустить онлайн-трансляцию с премьерой первых выпусков каждого реалити из линейки было заманчивой и не сложной в реализации идеей.

В выборе промо-инструмента мы не сомневались, оставалось только правильно подобрать площадку. Мы уже успешно реализовали спецпроекты совместно с «Одноклассниками», и знаем, что там находятся много наших целевых зрителей. Поэтому мы решили пойти на смелый шаг и устроить марафон премьер в ОК, даже продвигая его в эфире телеканала.

**Результаты**

Результаты превзошли все ожидания — премьерные выпуски собрали от 600 тысяч до 1,3 млн просмотров. Суммарный показатель: более 5 млн просмотров, что, по словам представителей телеканала, является отличным результатом.

Кроме того, это помогло моментально оценить потенциал каждого проекта в интернете. Доля и рейтинг проектов «Время реалити» дали в очередной раз понять, что онлайн-просмотры не каннибализируют телесмотрение.