



ЭНЕРГИЯ В ФОКУСЕ

# Фотоконкурс «Энергия в фокусе»

Август 2013 – февраль 2014



СКАЧАТЬ  
ПРЕЗЕНТАЦИЮ



## О конкурсе

### **Цели (официальные):**

- популяризация сферы энергетики,
- создание позитивного имиджа отрасли.

### **Цели (неофициальные):**

- узнаваемость бренда компании,
- формирование позитивного имиджа,
- повышение посещаемости страниц компании в социальных сетях.

**Период проведения:** 17 августа 2013 – 9 февраля 2014.

**Участники:** все желающие.

**Предмет конкурса:** фотография с изображением объекта энергетики.

**Требования к фото:** объем не менее 1 Мб. Соответствие стандартам качества – резкость, фокусировка, композиция, цветопередача в кадре, кроме случаев, когда нарушение стандартов является художественным приемом. Работы должны быть оригинальные, не выставляющиеся ранее на других конкурсах. Указать название объекта, где и когда сделана фотография. Количество работ не ограничено.



## О конкурсе

### **Место проведения:**

- сайт конкурса [konkurs.moselectro.ru](http://konkurs.moselectro.ru) (создан специально под проект),
- социальные сети – альбомы на страницах компании в facebook, vkontakte,
- отдельный аккаунт в [instagram.com/focus\\_on\\_energy](https://www.instagram.com/focus_on_energy).

**Получение работ:** конкурсанты присылали фото через сайт конкурса или по адресу [konkurs@moselectro.ru](mailto:konkurs@moselectro.ru). Администратор выкладывал фото на всех страницах конкурса. Прием работ – до 27.12.2013.

**Голосование:** проводилось в два этапа. Работы-победители определялись количеством голосов на площадках конкурса. Голосовать с одного ip-адреса можно 1 раз.

1 этап. Период 17.08.2013-31.01.2014.

По его итогам был определен топ-10 работ, которые набрали наибольшее количество голосов на всех площадках конкурса. Они и прошли в следующий тур.

2 этап – финальное голосование. Период 31.01-9.02.2014.

Проводился только на официальной интернет-площадке конкурса. Фото, набравшие наибольшее число голосов за этот период, стали победителями.

## Бюджет и призы

**Бюджет:** 150 000 руб.

### Призы (запланированные):

- 1 место – фотоаппарат (предварительно Leica X2 – 77 000 руб.),
- 2 место – ноутбук (предварительно Macbook 11 дюймов 129 гб – 42 000 руб.),
- 3 место – iPad mini (с поддержкой wi-fi 32 гб – 22 000 руб.).

### Призы (итоговые):

- 1 место – фотоаппарат Canon с набором аксессуаров (76 931 руб.),
- 2 место – ноутбук Asus (36 990 руб.),
- 3 место – iPad mini (2 штуки, с поддержкой wi-fi на 32 и 16 гб – 33 940 руб.).

**Итого: 147 861 руб.**





## Участие

**35 участников**

из

**17 городов**

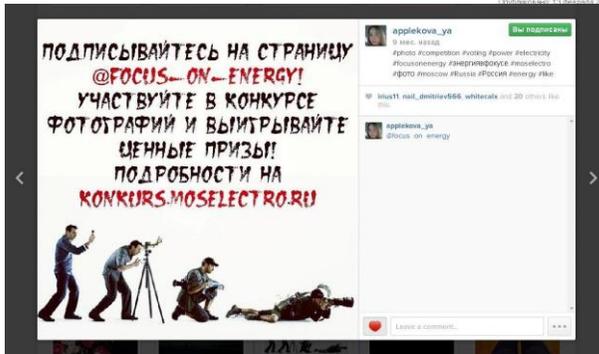
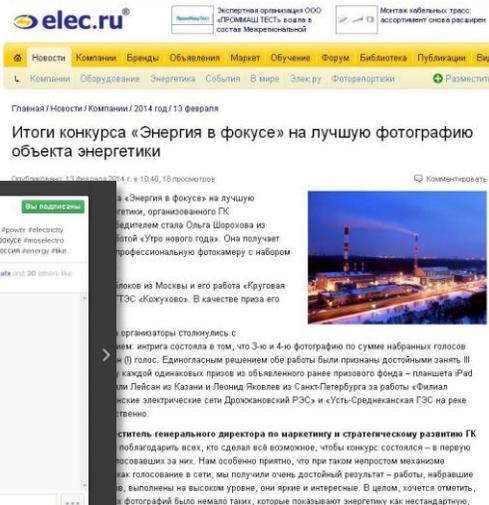
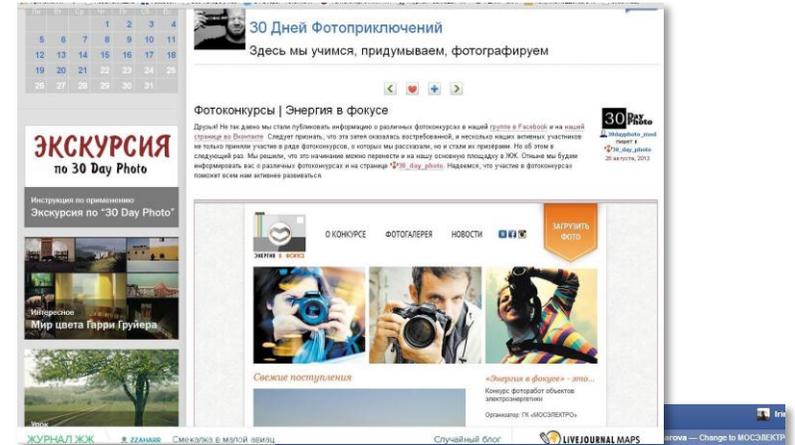
прислали

**77 работ \***

\* Две работы были сняты с конкурса в связи с накруткой голосов  
(в данной статистике не учтены)

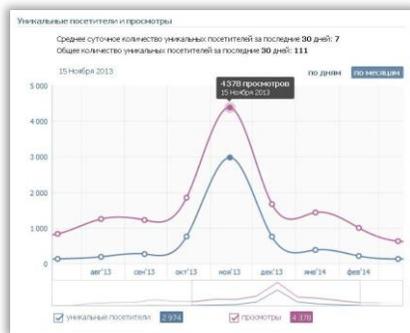
## Каналы информирования о проекте:

- интернет-ресурсы компании,
- официальные страницы компании в соцсетях,
- сообщество фотографов в жж 30-day-photo,
- персональные страницы сотрудников в соцсетях,
- отраслевые порталы.



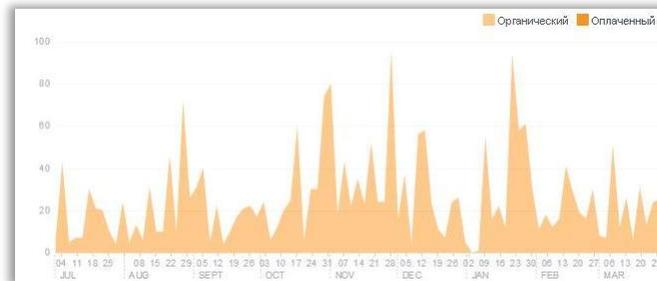
# Активность в социальных сетях

## Вконтакте



месяц	уникальные посетители	просмотры
июль	125	828
август	184	1246
сентябрь	262	1217
октябрь	755	1844
ноябрь	2974	4387
декабрь	750	1664
январь	377	1430
февраль	206	997
март	124	624

## Facebook



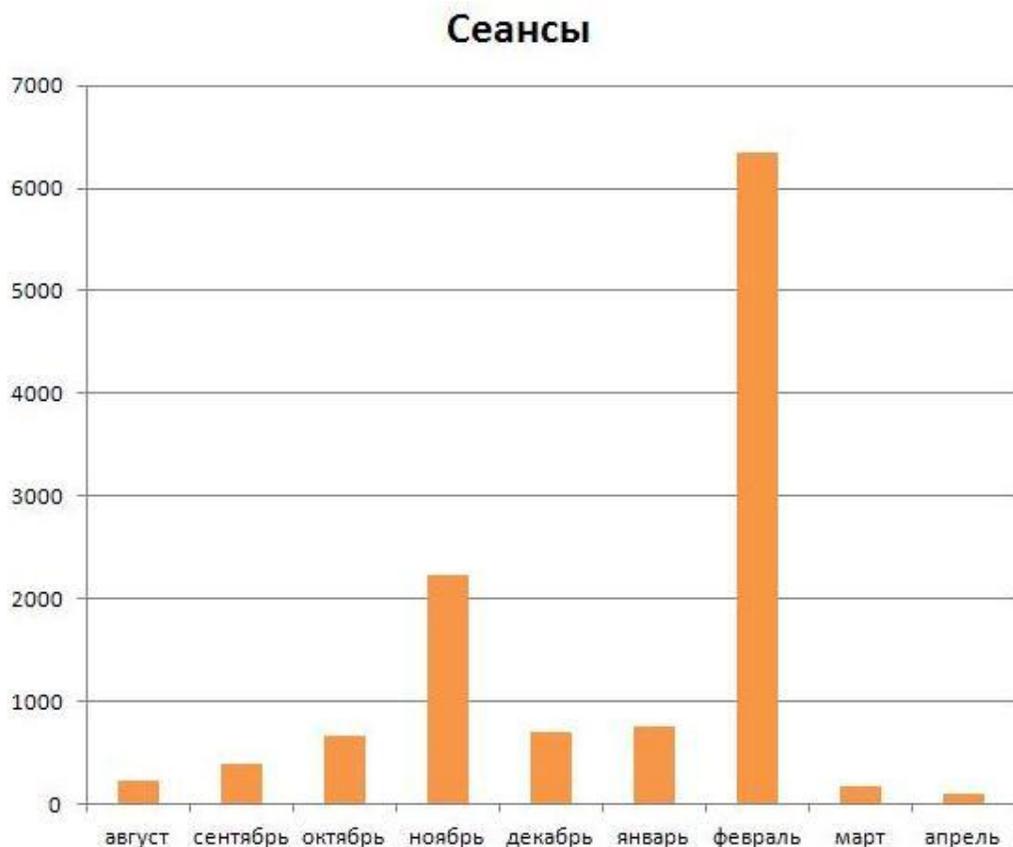
месяц	охват аудитории
июль	518
август	803
сентябрь	771
октябрь	1218
ноябрь	1050
декабрь	848
январь	1058
февраль	760
март	686

## Итог

Посещаемость(!) соцсетей существенно возросла на период проведения конкурса, при этом к группам присоединялись не так активно. Скорее всего, из-за «временности» интереса.

Количество фолловеров в инстаграм достигло 241 за рекордный отрезок времени (страница moselectro достигла этого показателя только через 6 месяцев).

# Посещаемость сайта



## Итог:

Наибольшая активность по посещаемости наблюдается в период проведения финального голосования на сайте, хотя по времени оно длилось всего 9 дней (6340 посещений, почти в 3 раза больше, чем в ноябре – самый активный месяц в ходе голосования – 2238 посещений).



# Поведение конкурсантов

## Негативное

### 1. Накрутка голосов.

В частности, с конкурса были сняты две работы, авторы которых активно накручивали голоса.

В связи с этим пришлось менять правила конкурса – проводить дополнительное финальное голосование на сайте конкурса, чтобы избежать накрутки.

### 2. Низкое качество работ.

Присылали откровенно обычные (или некрасивые) фотографии с изображением объектов энергетики. Жестко не отслеживали, чтобы показать активность на конкурсе.

## Позитивное

1. Продвижение своих работ и, как следствие, конкурса онлайн и оффлайн: рассылка по друзьям, коллегам; призывы голосовать на своих страницах в соцсетях.

2. Пристальное наблюдение за ходом голосования, поведением конкурентов (обращали внимание на подкрутку, писали жалобы и т.п.).

3. Работы присылались достаточно равномерно, не было значительного «затишья» в ходе конкурса.



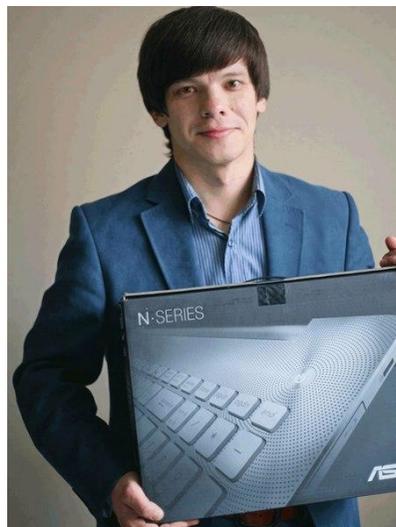
# Победители

## I место



Ольга Шорохова из Московской области с работой «Утро нового года»

## II место



Алексей Яблоков из Москвы с фотографией «Круговая панорама строительства ГТЭС Кожухово»

## III место



Лейсан Сафина из Казани с фото «Фициал «Сетевой компании»: Буинские электрические сети Дрожжановский РЭС»



Леонид Яковлев из Санкт-Петербурга за фото «Усть-Среднеканская ГЭС на реке Колыма осенью»



## Выводы и рекомендации

1. Проведение конкурса только в социальных сетях приводит к необъективным результатам конкурса. Рекомендация – создать экспертный совет, который будет определять победителей.
2. Небольшое количество «лайков» в страниц в соцсетях при их высокой посещаемости. Рекомендации – проводить различные конкурсы регулярно, чтобы люди отслеживали их (м.б. не такие глобальные, чуть проще, но регулярные).
3. Высокая посещаемость сайта конкурса не повлияла на посещаемость сайта компании. Этого можно было бы избежать, если бы мы создали страницу конкурса на сайте, а не поддомен. С другой стороны, для самостоятельного и перспективного проекта это не серьезно.
4. Необходим более строгий отбор фотографий. Но для нового проекта такая позиция приемлема.

*В целом, положительные отзывы о проекте, и не только от участников конкурса и победителей, но и людей, которые сожалели, что не успели принять участие.*



**МОСЭЛЕКТРО**

Энергия знаний

[www.moselectro.ru](http://www.moselectro.ru)

