



ЗАДАЧА №1

Телефонный Дед Мороз от Т-Банка

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ

Т-Банк — цифровая экосистема, в основе которой один из самых технологичных банков в мире и второй банк в России по числу розничных клиентов. Сервисами Т-Банка ежедневно пользуются миллионы людей и компаний, решая повседневные задачи онлайн: переводят и инвестируют деньги, получают кешбэк, пользуются мобильной связью, бронируют билеты, гостиницы и рестораны, совершают покупки, участвуют в благотворительности и многое другое. С момента основания в 2006 году Т-Банк последовательно инвестирует в передовые технологии, в том числе в сфере искусственного интеллекта, формируя будущее банковской индустрии на глобальном уровне.

ИНФОРМАЦИЯ О ПРОДУКТЕ

Деда Мороз от Т-Банка – это сервис на базе телефонного секретаря, работающий на основе технологий искусственного интеллекта. Дед Мороз Т-Банка может поговорить с ребенком по телефону, расспросить его о его хобби и любимых занятиях, узнать, какой подарок он хочет на Новый год, и дать подсказку родителям на основе этой беседы. После разговора родителям-клиентам банка приходит расшифровка диалога ребенка и Деда Мороза, а родителям клиентов карт «Джуниор» — полная аудиозапись беседы.

Впервые Дед Мороз от Т-Банка на основе ИИ появился в декабре 2024 года. В 2025 году телефонный Дед Мороз стал еще более внимательным собеседником для детей — он лучше понимает слова ребенка даже в шумной обстановке, быстрее реагирует и отвечает, задает разные вопросы про хобби и любимые игры ребенка и т. д. Теперь его, как и живого собеседника, можно перебить, а он — внимательно выслушает. Это стало возможным благодаря внедрению в Т-Деда Мороза собственной большой языковой модели Т-Pro и v2v-движку нового поколения, разработанных командой AI-центра Т-Банка.

За сезон 2025-26 Деду Морозу поступило более 500 тысяч звонков (в 7 раз больше, чем в предыдущем году), сервисом воспользовались 184 тысячи уникальных пользователей, а суммарная длительность разговора превысила 950 тысяч минут, что равно почти двум годам разговоров. За этот период про сервис вышло более 250 публикаций СМИ с охватом 53 млн и более 500 постов (в том числе от блогеров) в соцсетях с охватом 78 млн.

ЗАДАЧА

Цель — сделать телефонного Деда Мороза от Т-Банка приоритетным и востребованным способом связи детей с волшебником.

Задачи PR-проекта:

1. **Выбрать коммуникационные стратегии, которые позволят сделать ИИ-Деда Мороза первым способом загадывания новогоднего желания.**

Современные дети открыты к альтернативным способам загадывания желания на Новый год, в том числе к звонку волшебнику по телефону. Связь с Дедом Морозом Т-Банка через номер телефона имеет потенциал стать главной альтернативой отправке бумажного письма — или даже его заменой.

2. **Сформировать образ звонка Деду Морозу от Т-Банка как одного из главных семейных новогодних ритуалов.**

Помимо загадывания желания, существуют и другие семейные традиции перед Новым годом — зимние хобби, стихотворения, рефлексия об уходящем году. Общение с Дедом Морозом может стать еще одной новогодней активностью, которая объединяет семью и которую с нетерпением ждут дети в преддверии праздника.

ЦА И ГЕОГРАФИЯ

- Дети до 10 лет, которые все еще верят в Деда Мороза и новогоднее чудо, но при этом знакомы с новыми технологиями;
- Родители, которые хотят ненавязчиво узнать новогоднее желание ребенка и которые открыты к технологиям на базе ИИ.

География — все регионы России.

БЮДЖЕТ И СРОКИ

Реализация пиар-кампании — 1 декабря 2026–15 января 2027 гг.
Бюджет не ограничен.

ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ

Перечень коммуникационных инструментов и идей для инфоповодов, которые позволят решить обозначенные задачи (в виде пиар-плана или в любом другом удобном формате).

КОНТАКТЫ

Екатерина Орлова, eka.s.orlova@tbank.ru, 8(900) 508-78-18

Полезные ссылки: [новость](#), [итоги работы сервиса в 2025-2026](#), [пример диалога Деда Мороза с ребенком](#)