

Формирование digital-кампании нового проекта в Интернете

Санкт-Петербург, 15.11.2017

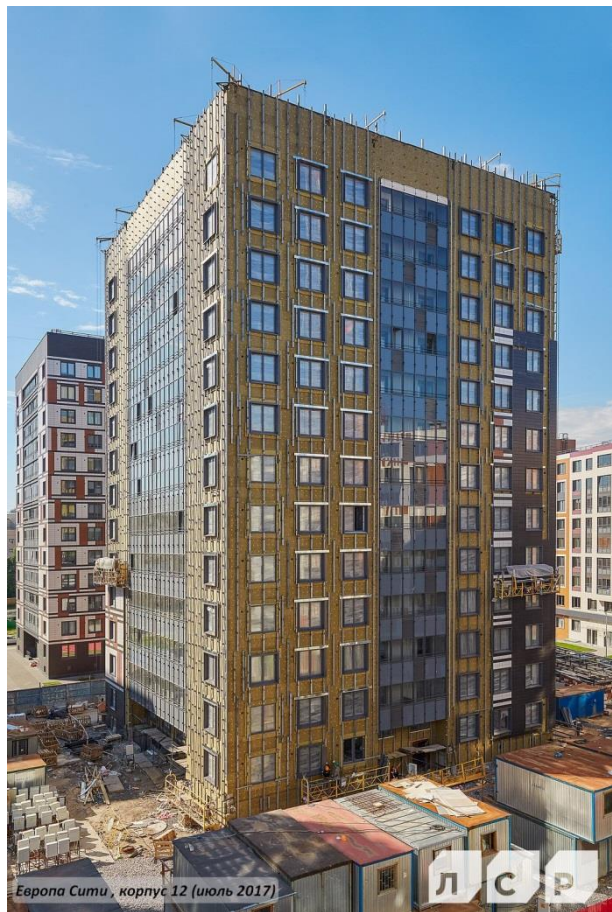
Практическая конференция «Интернет-Маркетинг в недвижимости»

Анна Мироновская

Руководитель службы рекламы ООО «ЛСР. Недвижимость Северо-Запад»



Как выглядит новый объект строительства?



Как выглядит новый объект строительства?



Вызовы в продвижении

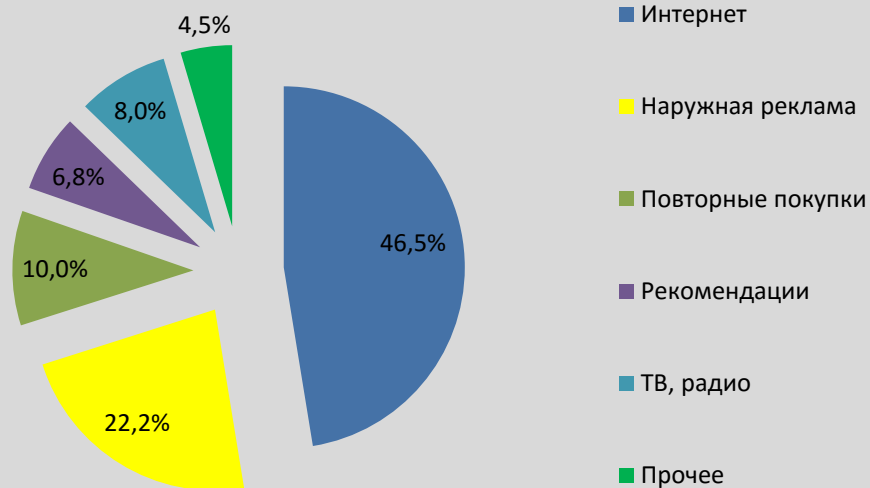
- ✓ **Предмет рекламы – не существует**
- ✓ **Покупательский интерес – не создан**
- ✓ **Репутация объекта – не сформирована**

Когда и как начинать продвижение?

Какова роль digital?

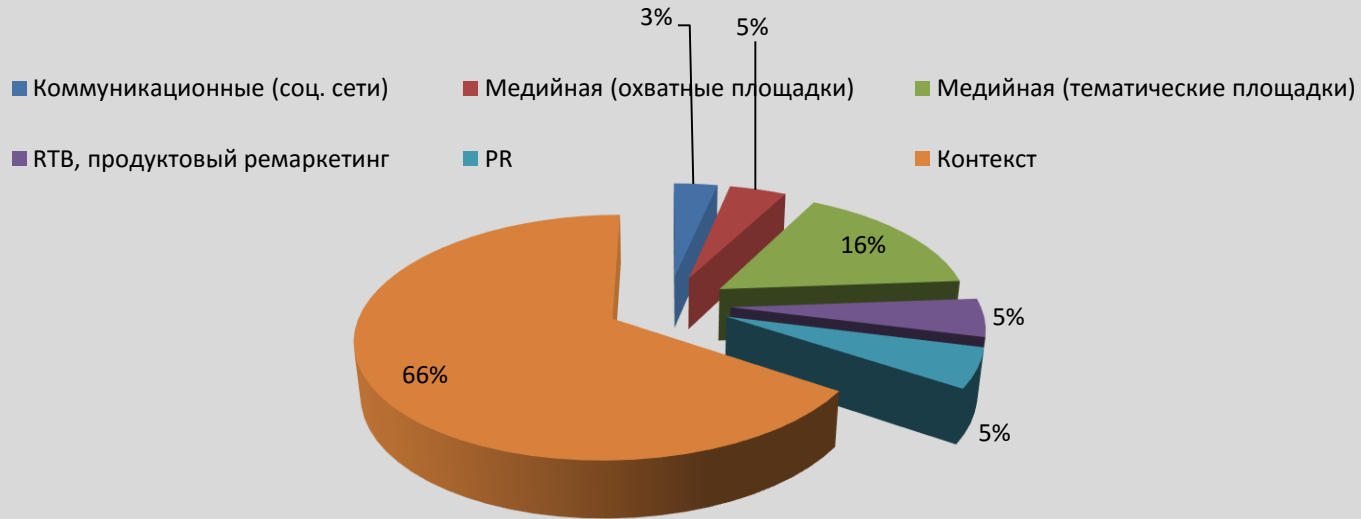


Пример статистики обращений
(один из месяцев 2017 года)



Составляющие digital-кампании

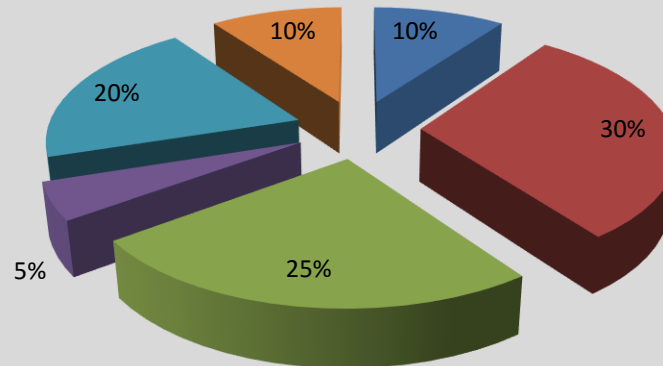
Стандартный баланс распределения инструментов



Составляющие digital-кампании

Баланс распределения инструментов при запуске нового объекта. Стратегия 1.

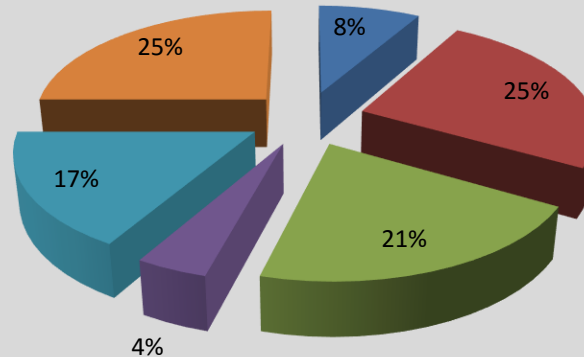
- Коммуникационные (соц. сети)
- Медийная (тематические площадки)
- PR
- Медийная (охватные площадки)
- RTB, продуктовый ремаркетинг
- Контекст



Составляющие digital-кампании

Баланс распределения инструментов при запуске нового объекта. Стратегия 2.

- Коммуникационные (соц. сети)
- Медийная (тематические площадки)
- PR
- Медийная (охватные площадки)
- RTB, продуктовый ремаркетинг
- Контекст



В помощь digital-кампании



Спасибо за внимание!

Успешных проектов и продаж!

