



**КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ
ЭЛИТНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ.**

- ✓ **ОБЪЕКТ**
- ✓ **ОФИС ПРОДАЖ (переговорные, каталоги, макет, доп.сервисы)**
- ✓ **ШОУ РУМ**
- ✓ **DIGITAL (САЙТ, РЕКЛАМА В ИНТЕРНЕТЕ, СОЦСЕТИ)**
- ✓ **МЕДИА: СМИ (статьи, интервью, видео), РАДИО, ТВ**
- ✓ **НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА**
- ✓ **МЕРОПРИЯТИЯ**
- ✓ **КОНФЕРЕНЦИИ, МАСТЕР-КЛАССЫ**
- ✓ **КЛУБЫ ПО ИНТЕРЕСАМ**
- ✓ **ЛИЧНЫЕ КОНТАКТЫ**
- ✓ **АГЕНТЫ ВЛИЯНИЯ (КЛИЕНТЫ, БРОКЕРЫ, ПАРТНЕРЫ И Т.П.)**

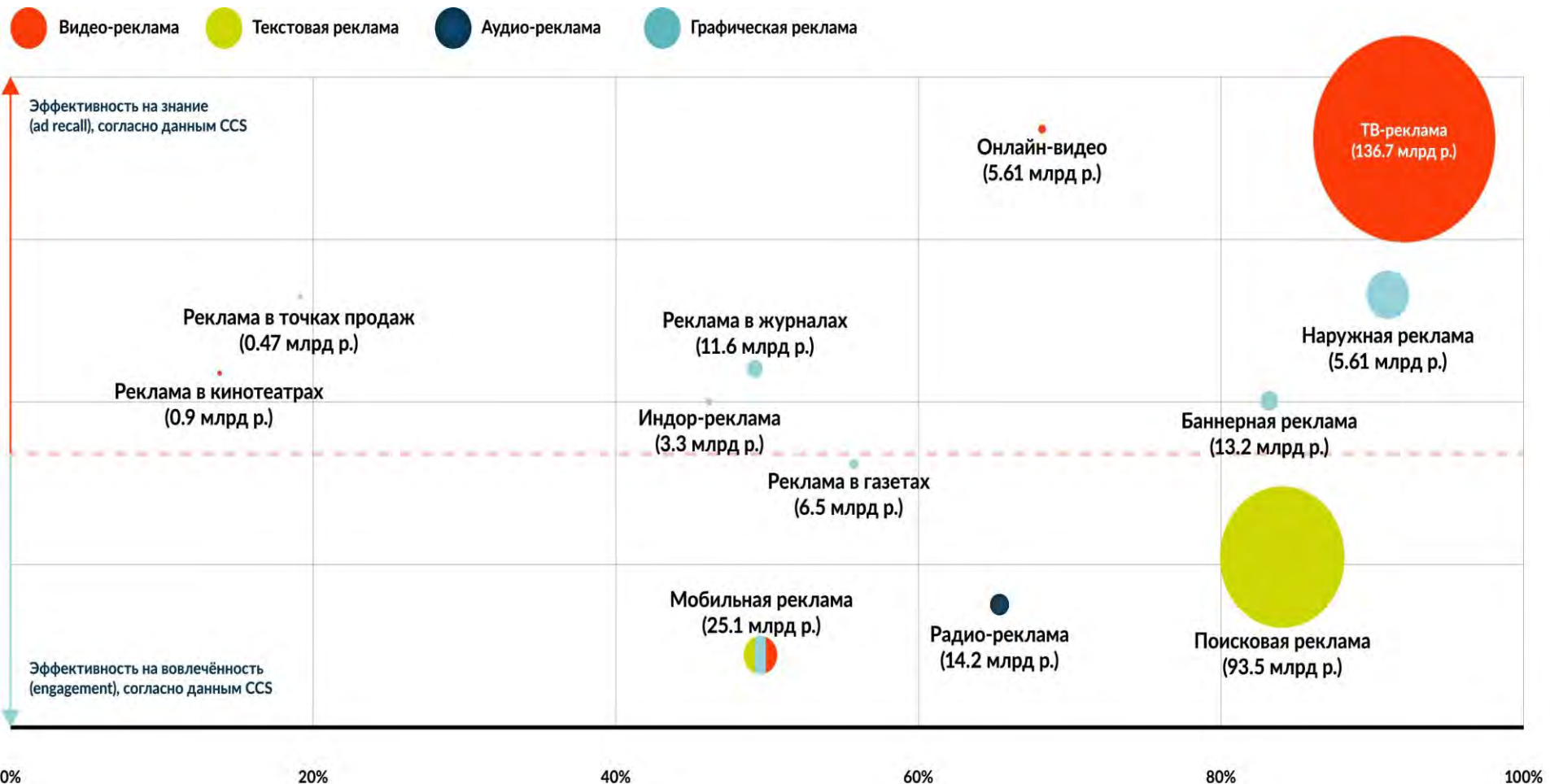


DIGITAL MARKETING

Digital продвижение

Построение продвижения Бренда в Интернете

Необходимо использовать сплит разных digital инструментов для эффективной работы с потребителями на разных этапах конверсии



Источники: CCS 2016, Monthly reach (total audience); данные АКAP по объёмам рынка рекламы за 2015 год, All-Indoor (оценка объёмов In-Store); АЦВИ (2015); TNS M'Index H2'2015 All 12-64 100K+; TNS Web'Index 12'2015 All 12-64, 100K+, 100K-

Этапы Digital стратегии



**Изучение Целевой
Аудитории**



**Анализ
конкуентов**



**Стратегия и
инструменты
продвижения**



**Аналитика и
корректировки**

Изучение Целевой Аудитории

- Кто целевая аудитория Вашего продукта?
- Где она проводит свое время в Интернете?
- Какие сайты посещает Ваша целевая аудитория?
- Какая подача информации подходит для Вашей целевой аудитории?

Матрица выбора правильных Digital Инструментов для рекламы Бренда

DIGITAL Инструменты	Знание бренда	Вовлечение	Рост продаж	Формирование лояльности
Сайт бренда	*	***	**	***
Прямая реклама	***	**	***	*
Спонсорство/спец проект	**	***	*	***
Видео реклама	***	**	**	**
SEO / SEM	**	*	***	*
SMM	**	***	*	***
Hidden Marketing (Агенты)	**	***	**	***
Игры, приложения	**	***	*	**
PR	**	*	*	***
Рассылки (e-mail, sms)	*	**	**	**
Вирусная реклама	**	**	*	***
Мобильные приложения	*	***	*	***

* Низкая релевантность

** Средняя релевантность

*** Наивысшая релевантность

Для успешной разработки Digital-коммуникации бренда важно ответить на вопросы:

1. На каком этапе вывода на рынок находится сейчас бренд?
Является ли коммуникация имиджевой или направлена на тактическое повышение продаж?
2. Какая роль Digital коммуникаций в общей стратегии продвижения бренда?
3. Каков портрет Digital аудитории бренда?
Важно: планируем от инструментов аудитории и поведения в сети.
4. Роль категории и бренда в Digital пространстве.
Анализируем категорию и поведение бренда.
5. Опыт предыдущих кампаний бренда
Какие инструменты уже использовались и какие результаты они принесли?
6. Какие сообщения планирует бренд донести в рамках Digital коммуникаций?

Правила успешного сайта

1. Четко преподнести Целевой Аудитории продукт, его преимущества и УТП

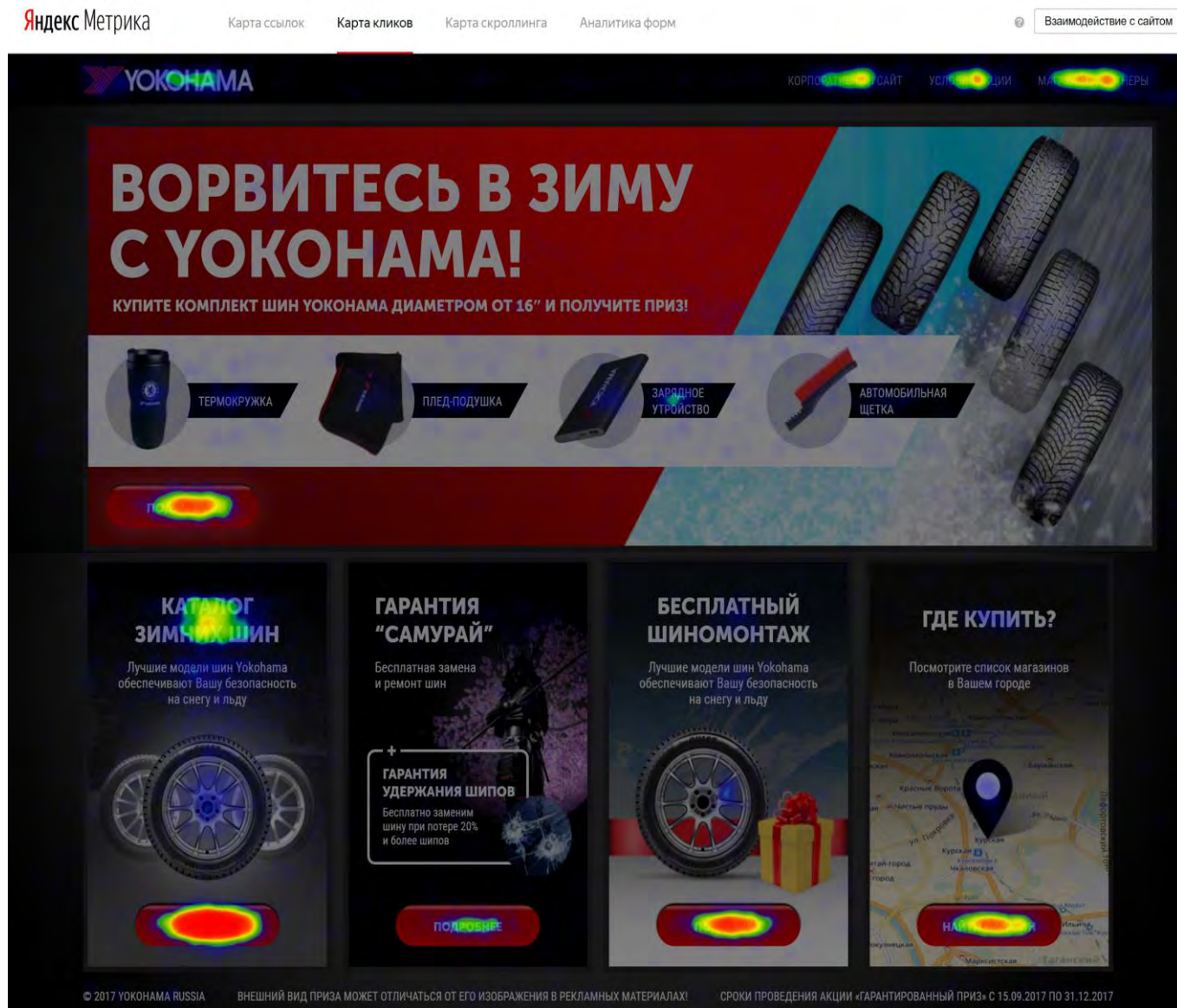
2. Обязательно – адаптивный сайт для мобильных устройств:

Десктоп, Ноутбук, Планшет, Мобильный телефон.

3. Юзабилити, удобная навигация

4. Сайт, продуманный и оптимизированный для поисковых систем (SEO)

Тепловая карта кликов / Яндекс Метрика



Какая рекламная идея считается хорошей?

Продающая. Не может быть никаких компромиссов. Не важно, стоит ли задача продать товар или услугу за неделю или бренд выстраивает стратегию на 50 лет вперед. Конечная цель всегда — продажи.

Имиджевая. Такая идея в конечном счете помогает продавать, но в долгосрочной перспективе. Известные автомобильные бренды, банки, компании с многолетней историей постоянно занимаются повышением лояльности потребителей к их бренду.

Эмоциональная. В баннере может не быть глубокого смысла, но может быть показан бренд в очень подходящей сильной эмоциональной атмосфере. Это хорошо способствует узнаваемости бренда, развитию связи нужной эмоции с брендом.

Информационная. В некоторых случаях достаточно ясно донести информацию без избытка «креатива».

РЕКЛАМА

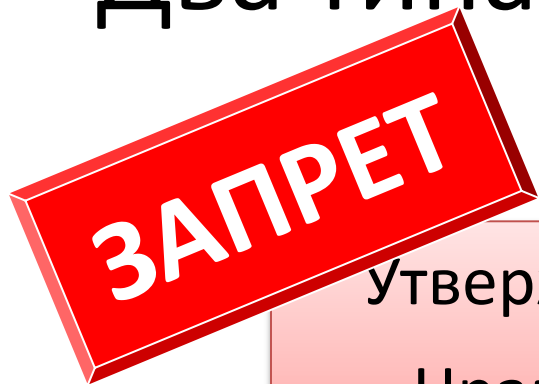
ИМИДЖЕВАЯ

- Бренд, эмоции
- Эмоции
- Иррациональное
- Эмоции, восприятие

ПРОДАЮЩАЯ

- Продукт
- Преимущества
- Рациональное
- Конкретика, решение проблемы

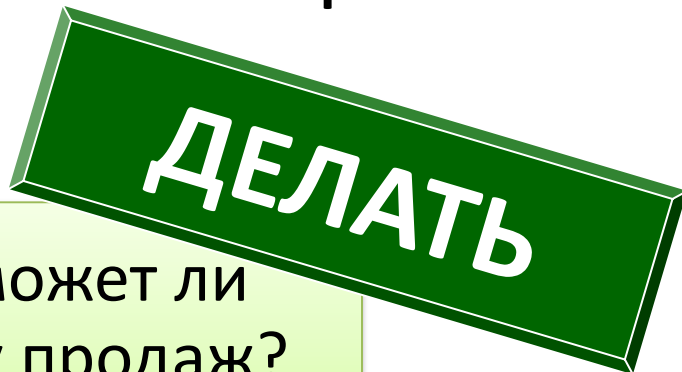
Два типа вопросов на совещании



утверждаем?

Нравится?

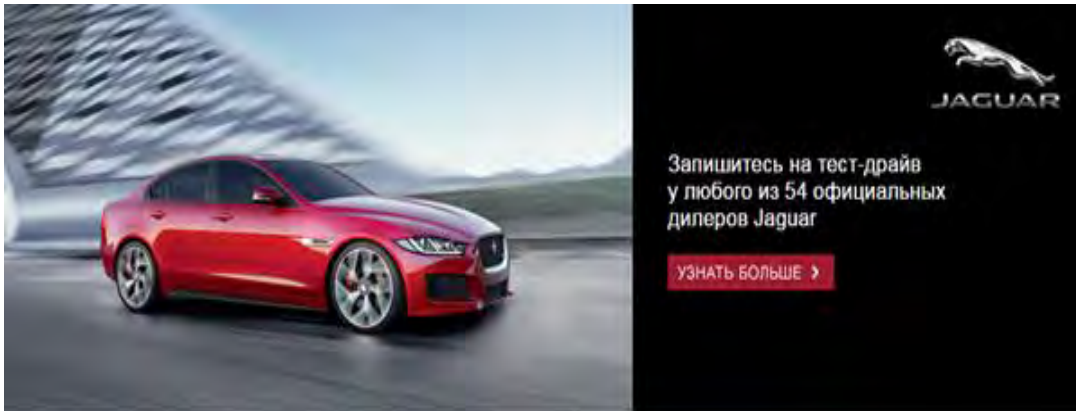
- Ошибки 40-80%
- Дискуссии 1-2 часа



Поможет ли
росту продаж?

- Точность 90-98%
- 1-2 сек

Качественный баннер: призыв к действию

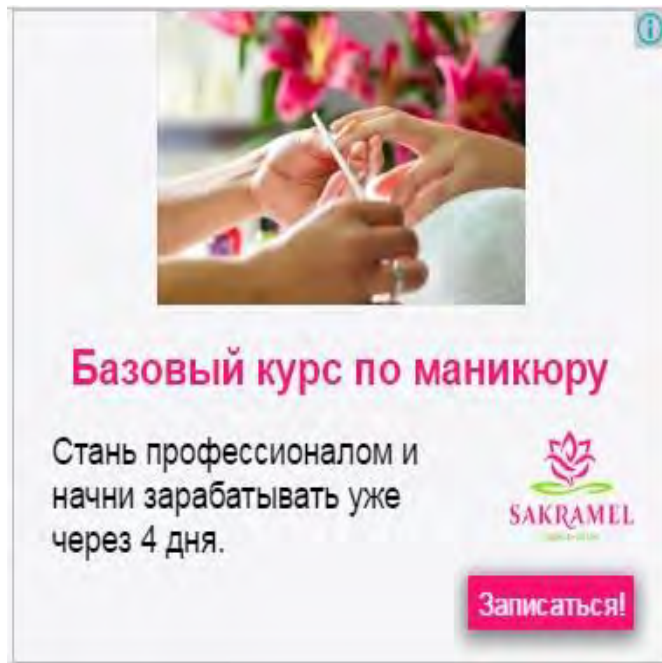


A red Jaguar car is shown in motion on a road, with a blurred background suggesting speed. The car is positioned on the left side of the banner.

JAGUAR

Запишитесь на тест-драйв
у любого из 54 официальных
дилеров Jaguar

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ >](#)



A close-up image of hands being manicured, with pink flowers in the background. The image is positioned at the top of the banner.

Базовый курс по маникюру

Стань профессионалом и
начни зарабатывать уже
через 4 дня.

SAKRAMEL
СРЕДСТВА ДЛЯ МАНИКЮРА

[Записаться!](#)



Two bottles of IBX System nail polish are shown on the left side of the banner. The bottles are black with white labels.

**Мастер-класс:
IBX System**

В школе ногтевого искусства
Sakramel. Онлайн
трансляция всего 600 руб.

SAKRAMEL
СРЕДСТВА ДЛЯ МАНИКЮРА

[Записаться!](#)

SMM / Продвижение групп в социальных сетях

The screenshot shows the Facebook page for 'Магазин игрушек Toy.ru'. The page features a cover photo with the Toy.ru logo and a family of four. The left sidebar contains navigation links: Главная, Публикации, Видео, Фото, Информация, Сообщество, and Отзывы. The main content area displays a post from 'Магазин игрушек Toy.ru' with a red background and white text: 'ВРЕМЯ РАБОТЫ В НОВОГОДНИЕ ПРАЗДНИКИ'. The right sidebar lists 'МОМЕНТАЛЬНЫЕ ИГРЫ', 'ВАШИ ИГРЫ', 'ВАШИ СТРАНИЦЫ', and 'КОНТАКТЫ'. The bottom of the page shows a Windows taskbar with various application icons and a system clock indicating 7:10 on 29.12.2017.

Toy.ru Analytics - Marke... x (42) Магазин игрушек Т... x

Защищено | <https://www.facebook.com/toyru/>

Магазин игрушек Toy.ru @toyru

Главная

Публикации

Видео

Фото

Информация

Сообщество

Отзывы

Создать Страницу

Нравится Подписаться Поделиться ... В магазин

Статус Фото/видео

Игры/игрушки в Москва 4,3 ★★★★★

Сообщество Все

Пригласите своих друзей поставить «Нравится» этой Странице

Нравится 9 938 людям

Подписаны 9 875 человек

Информация Все

8 (800) 500-23-70

www.toy.ru

Игры/игрушки

Страницы, которые нравятся этой Странице

Солёные пещер... Нравится

Наслаждаться ... Нравится

Публикации

Магазин игрушек Toy.ru 17 ч · 🌐

Время работы в новогодние праздники: <https://goo.gl/jbc1kR>

ВРЕМЯ РАБОТЫ В НОВОГОДНИЕ ПРАЗДНИКИ

Нравится Комментарий Поделиться

МОМЕНТАЛЬНЫЕ ИГРЫ

ВАШИ ИГРЫ

ВАШИ СТРАНИЦЫ SEE ALL

ГК МИЦ 9+

ВМС Development 7

I-Brand 3

КОНТАКТЫ

Константин Добров 5ч

Татьяна Заичикова

Dmitry Morenikov

Иван Русанов

Константин Сычев

Евгений Тарасов 5 мин

Анна Kotchagarkova 10ч

Дмитрий Усманов 9ч

Дмитрий Мушин 18ч

Мария Сарнацкая 3 мин

Валерия Устич 2ч

Евгений Крайнов 7ч

Эрнест Араччев 5ч

Ольга Шалимова 4ч

Понск

7:10 29.12.2017



Instagram BLOGGERS



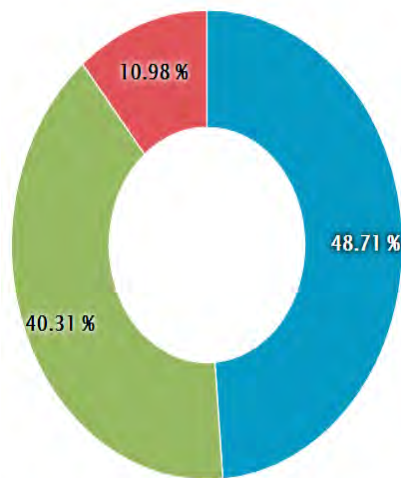
ya_krivtsova

561 000 followers

3 % engagement rate

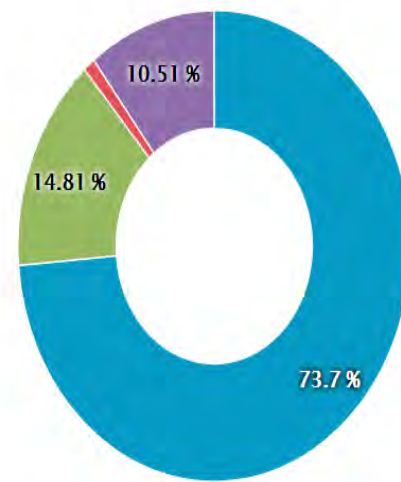
https://www.instagram.com/ya_krivtsova/

Accessibility



■ Высокая ■ Средняя ■ Низкая

Audience



■ Живые подписчики ■ Пустые аккаунты ■ Коммерческие аккаунты
■ Массфолловеры



РЕЙТИНГ ДОХОДОВ ВИДЕОБЛОГЕРОВ И ЗВЕЗД ШОУ-БИЗНЕСА В ИНТЕРНЕТЕ. 2 ПОЛУГОДИЕ 2017 ГОДА

■ Доход за второе полугодие 2017 года (рублей)

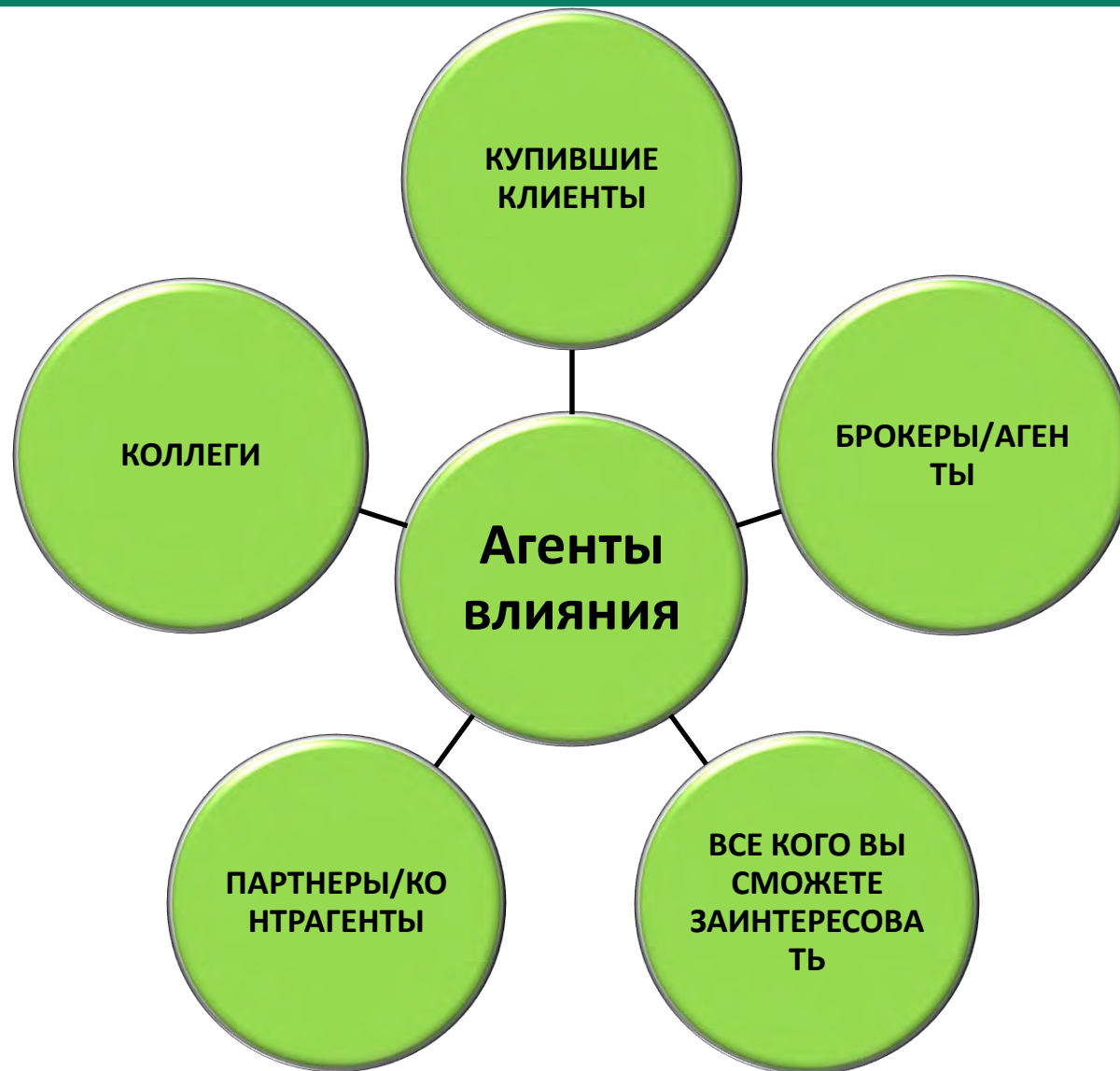
■ Основной источник дохода

■ Видеоблогеры

■ Звезды Шоу-бизнеса

1		Ольга Бузова	47700.000	
2		Ксения Бородинa	42.000.000	
3		Ксения Собчак	28.000.000	
4		Wylsacom (Валентин Петухов)	27920.000	
5		Амиран Сардаров	27300.000	
6		Николай Соболев	26.000.000	
7		Юрий Дудь	17.600.000	
8		Sasha Spielberg (Саша Спилберг)	17450.000	
9		Анна Хилькевич	17400.000	
10		Мария Кожевникова	14.500.000	
11		Oblomoff	14.500.000	

АГЕНТЫ ВЛИЯНИЯ



ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ 2030



