

ОФЛАЙН ПОГЛЕД

ВЪРХУ

ОНЛАЙН СРЕДАТА

български награди за уеб

22 юни, 2010

преди да започнем...

Защо все още индустрията таи
предпазливост спрямо онлайн
средата?



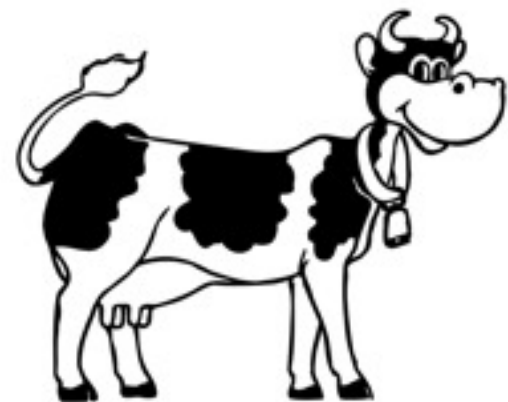
С какви дадености разполагаме?

На теория:

онлайн средата предлага

мечтаните маркетингови

параметри!



къде се къса нишката?

Ние сме част от събитията,

не сме просто зрители!

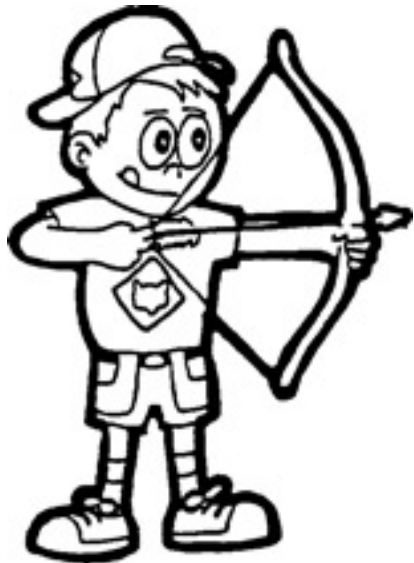
Нашият принос е

ключов!



различен поглед,
подобен подход

Могат ли офлайн подходите да
ни помогнат в третирането на
онлайн средата?



стандартният процес

Заданието от клиента:

максимално ясно.



стандартният процес

Предварителният анализ:

максимално подробен.



стандартният процес

Планирането:

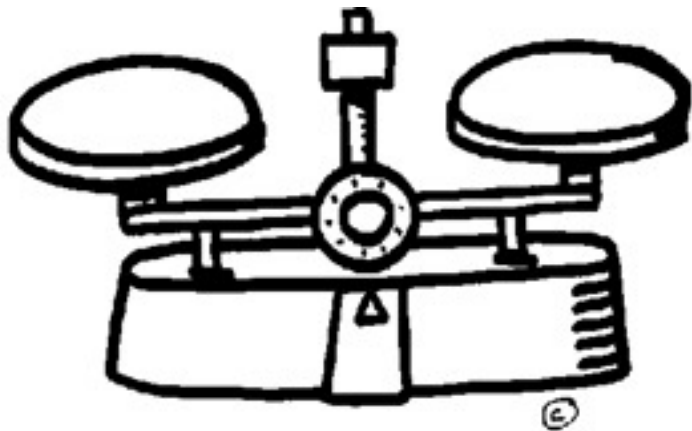
ТОЧНО ТОЛКОВА, КОЛКОТО ТРЯБВА.



стандартният процес

Разпределението на бюджета:

изкуството да определиш нивата.



стандартният процес

Творческата разработка:
... или офлайн адаптация.



стандартният процес

Кампанията в реално време:
проследяването е майсторство.



стандартният процес

Пост-кампанийните резултати:
какво всъщност ни показват те?



стандартният процес

В допълнение на планираното:

гледаме ли с широко отворени

очи?



стандартният процес

Агенциите и рекламодателите:

всички участват в процеса.

Нашият принос е ключов!



В заключение

Можем.

Трябва.





благодаря за вниманието!