

# Креативная группа «Паприка»

Андрей Крюков (АлтГУ)

Валентина Падалко (АлтГТУ)



# Презентация рекламного проекта для компании «Дом.ру»



# Цели

- Привлечение новых клиентов
- Поддержка позитивного образа компании
- Занять лидирующее место среди конкурентов



# Задачи:

- Развитие популярности бренда Дом.ru
- Вызвать у аудитории позитивные ассоциации
- Информирование аудитории о **НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЯХ** компании



# Ядро целевой аудитории:

- Активные молодые люди возрастом 16-35 лет, пользующиеся интернетом в повседневной жизни
- Молодые семьи, молодые семьи с детьми



# Рассматриваемые концепции:

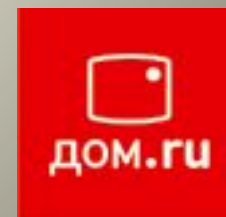
- Активность, движение
- Дом, уют
- Безграничность



# Цель создания персонажа:

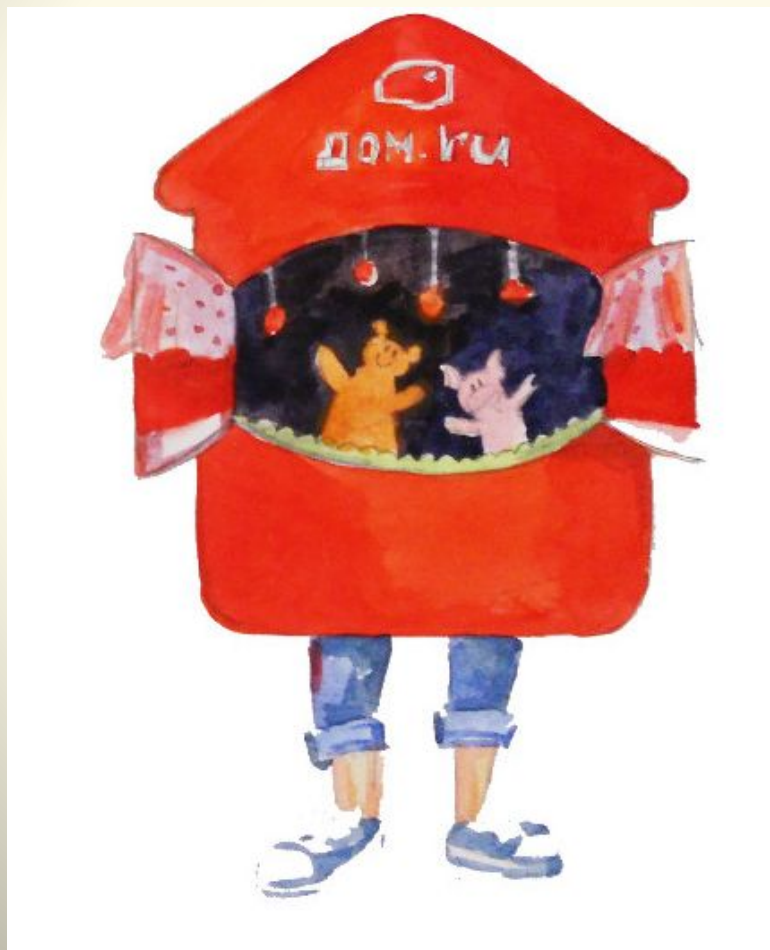
- Использование на фирменной, печатной продукции
- Создание ростовой куклы для проведения мероприятий (в том числе детских), промо акций

# Предлагаемый персонаж





# Возможность проведения детских мероприятий



Предлагаемый слоган к  
персонажу и концепции  
полностью

**«Дом там, где  
я»**



# Расположение скоростных Wi-Fi точек «Дом.ru»

- Кафе/Рестораны
- Библиотеки
- Фитнес центры
- Торговые центры

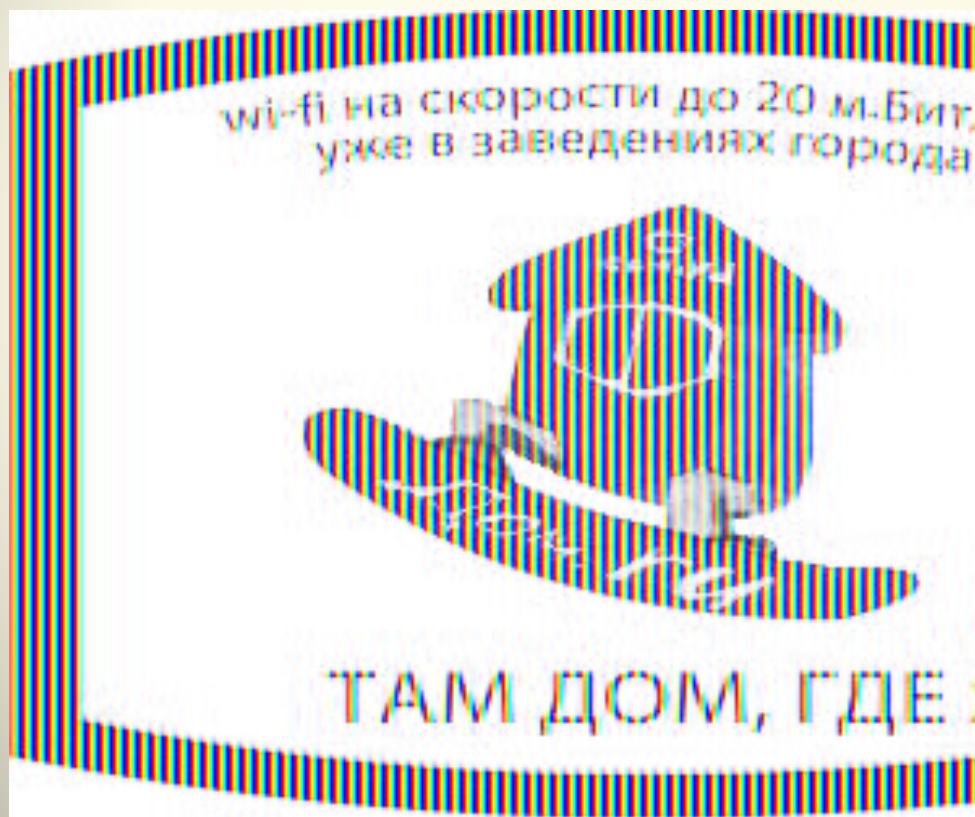


# Предлагаемая атрибутика для Кафе/Ресторанов:

- Подстаканники с рекламой  
«домашнего» Wi-Fi для  
общественных мест
- Грелки для чайников



# Вариант подстаканника:



# Причина выбора фирменного подстаканника

- Активно используемый атрибут (человек всегда смотрит куда ставит стакан)
- Ассоциация с чистотой и аккуратностью





# Вариант грелки для чайника



# Причина выбора фирменной грелки для чайника

- Активно используемый атрибут в кофейнях и ресторанах
- Ассоциация с домашним теплом, уютom



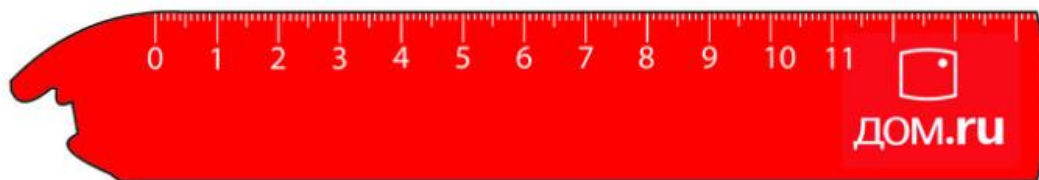
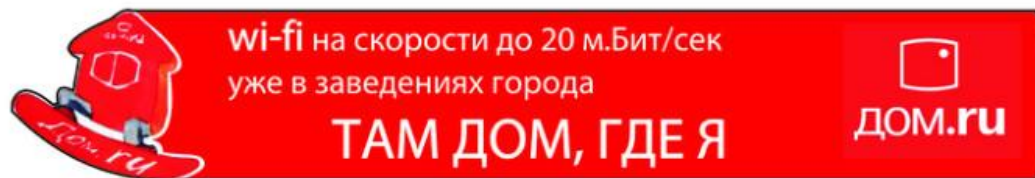
# Предлагаемая атрибутика в фитнес центрах:



# Причина выбора фирменного полотенца в фитнес центрах

- Активно используемый атрибут в фитнес центрах
- Ассоциация с чистотой, домашним теплом

# Предлагаемая атрибутика в библиотеках:



# Причина выбора фирменной закладки

- Активно используемый атрибут в библиотеках
- Ассоциация с порядком

# Проведение промо акции

В день открытия новых скоростных точек Wi-Fi «Дом.ru» организовать выдачу домашних тапочек клиентам «Дом.ru», которые подключились к Wi-Fi в месте открытия точки



# Использование креативной промо-листовки

Направлена на молодёжь,  
активно использующую  
интернет в повседневной жизни

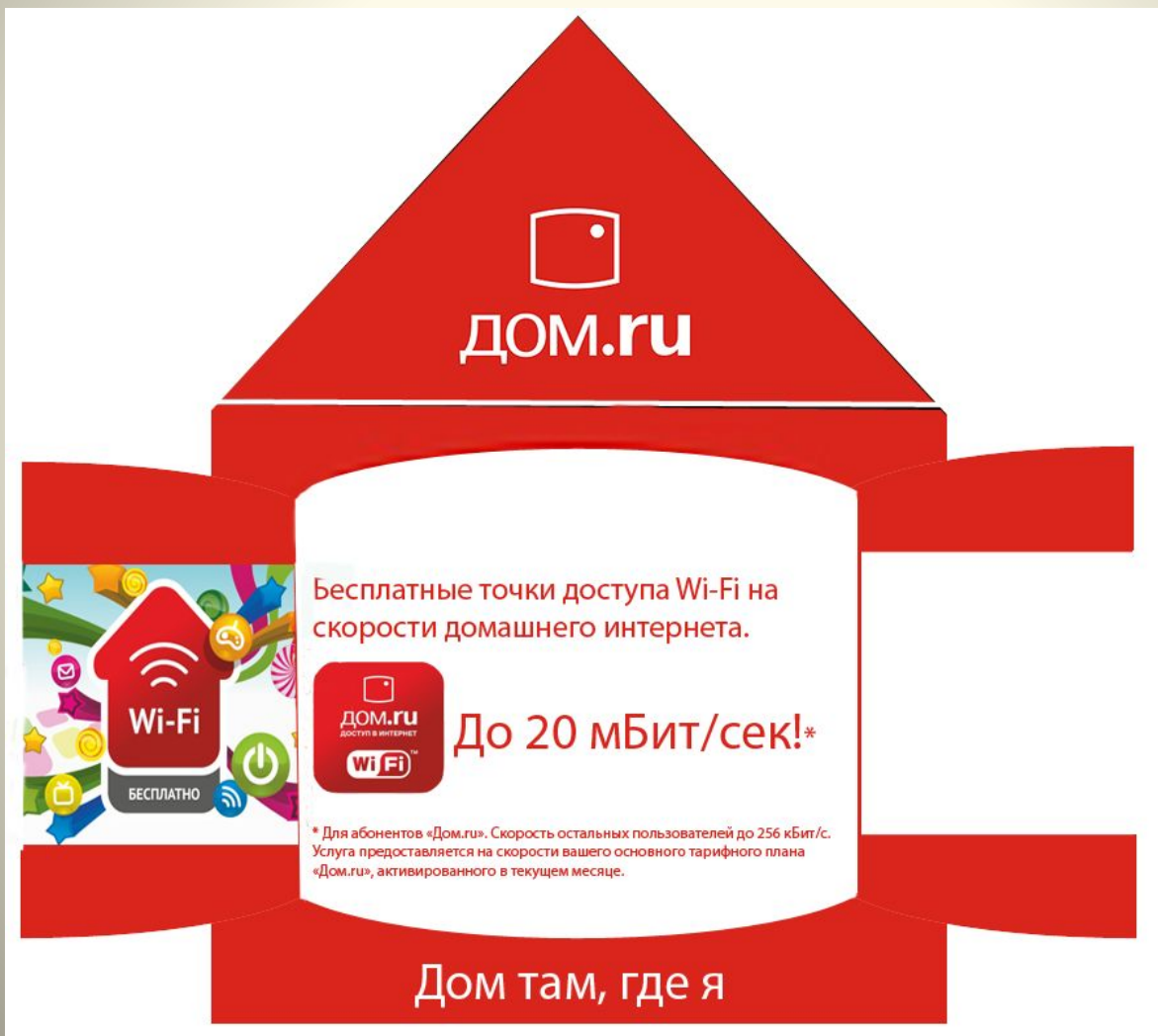




# Пример креативной промо-листовки в развёрнутом виде



# Пример креативной промо-листовки в сложенном виде





# Отличия от обычных промо- листочков

- Простота в изготовлении (складывается всего в трёх местах)
- Необычность промо-листочка, что задержит внимание человека больше чем на обычной промо-листочка



# Использование наружной рекламы и рекламных баннеров в интернете

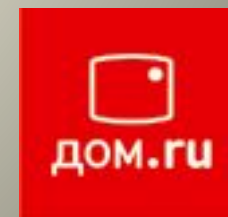
Серия рекламных баннеров на  
тему «Там дом, где я»



wi-fi на скорости до 20 м.Бит/сек  
уже в заведениях города



ТАМ ДОМ, ГДЕ Я



wi-fi на скорости до 20 м.Бит/сек  
уже в заведениях города



ТАМ ДОМ, ГДЕ Я







ТАМ ДОМ, ГДЕ Я



# Заключение

Для достижения полной информированности аудитории необходимо использовать комплексный подход к решению поставленных задач. Использование фирменной атрибутики и рекламы в интернете, раздача креативных листовок в большей мере могут осведомить ядро целевой аудитории.



Спасибо за внимание

