

РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО



Doberman

F I L M

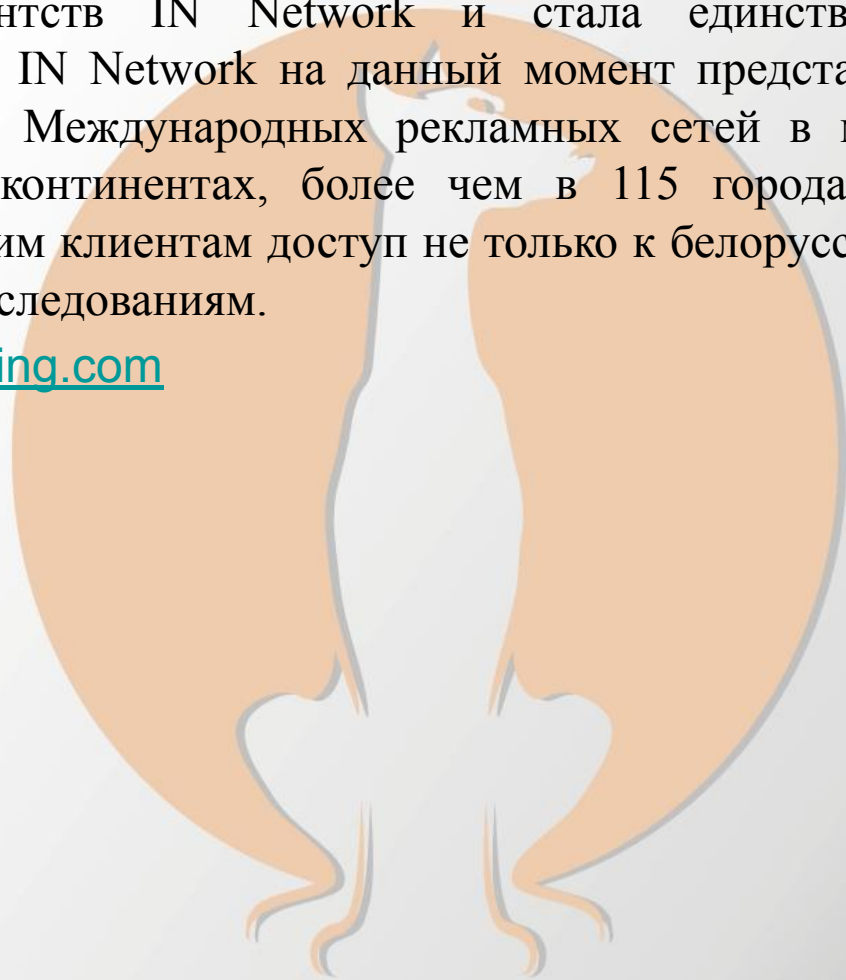
МИНСК

История агентства.

В 1993 г. была создана продакшн-студия Spell Media под руководством Андрея Кучмарёва. Компания быстро и успешно внедрилась на рынок телевизионной рекламы, завоевав доверие таких клиентов как: компания «Philip Morris», автосалоны Mitsubishi-Hunday, Peugeot, международные благотворительные фонды «ЮНИСЕФ» и «ЮНИФЕМ» при ООН, компания «Кока-Кола Бевриджиз», сеть ресторанов «Макдональдс», пивоваренная компания «Криница» и компания «NTT». Со временем клиентский портфель продолжал пополняться, а отношения с клиентами перешли к долгосрочному сотрудничеству. В 2002 году на базе продакшн-студии, был создан медиа отдел, который расширил сферу деятельности компании. В 2007 году компания была переименована в Doberman Film. На сегодняшний день Doberman Film предоставляет полный спектр услуг в области телевизионной рекламы. Клиентский портфель сегодня выглядит так:



- В 2005г. наша компания вошла в состав международной сети независимых рекламных агентств IN Network и стала единственным белорусским представителем. IN Network на данный момент представляет собой одну из самых крупных Международных рекламных сетей в мире, объединяет 75 агентств на 7 континентах, более чем в 115 городах мира. Теперь мы предлагаем нашим клиентам доступ не только к белорусским, но и к мировым материалам и исследованиям.
- www.in-advertising.com



Doberman
FILM

Медиа отдел

**Продакшн
отдел**

**Медиа
ДИРЕКТОР**

**Технический
ДИРЕКТОР**

**Продакшн
ДИРЕКТОР**

СОЦИОЛОГ

**Специалист
по медиа-
планированию**

**Производ-
ственный
отдел**

**3D-моделирование
и анимация**

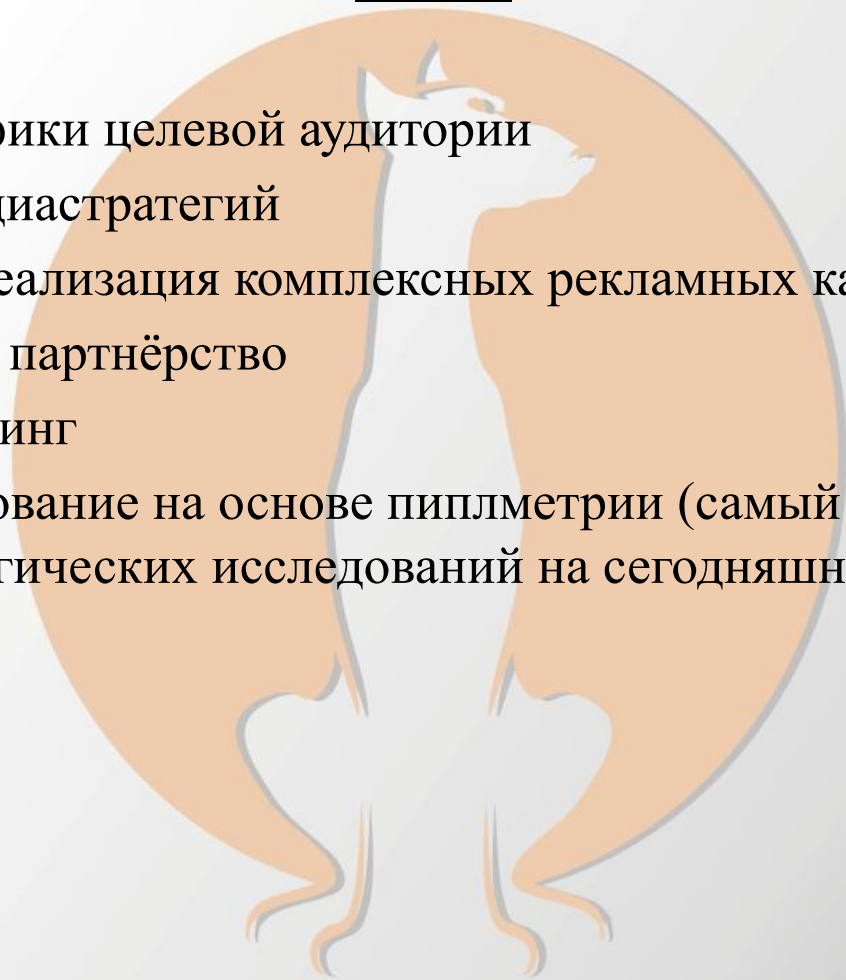
**Отдел
дизайна**

Менеджеры

РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО
Doberman

Медиа

- Анализ специфики целевой аудитории
- Разработка медиастратегий
- Разработка и реализация комплексных рекламных кампаний
- Спонсорство и партнёрство
- Медиа консалтинг
- Медиа планирование на основе пиплметрии (самый эффективный метод социологических исследований на сегодняшний день)
- Пост анализ



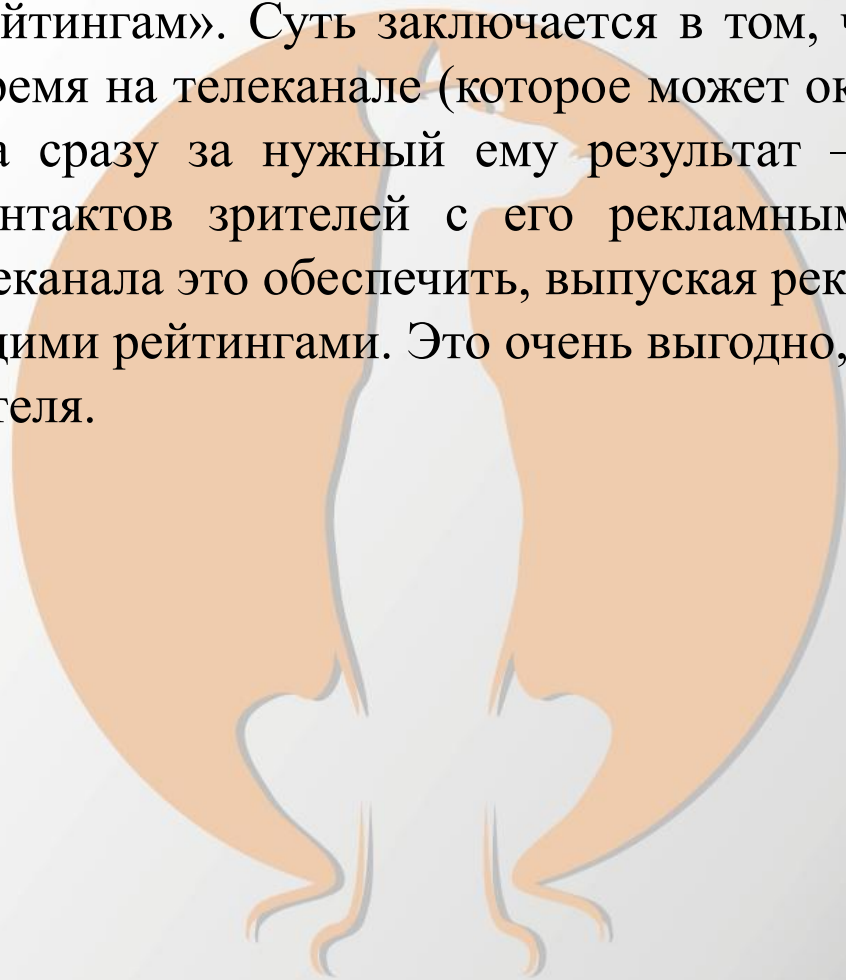
С конца 2008 года наша компания перешла на новый метод медиа планирования на основе пиплметрии.

Пиплметрия – это общий термин для обозначения технологии сбора данных о том, что и в какое время разные люди смотрят по телевизору. Базируется она на использовании специализированного оборудования (пиплметров), которое подключается к телевизорам, имеющимся в квартире, и в автоматическом режиме с посекундной точностью фиксирует время включения и выключения различных телеканалов. Также каждому члену семьи на пульте дистанционного управления назначается «своя кнопка», которую он один раз нажимает, когда начинает смотреть телевизор и еще раз, когда заканчивает. Сложение данных счетчика о работе телевизора и записей индивидуального просмотра дает точное знание о фактической аудитории каждого телеканала, передачи или рекламного ролика.

Ни один другой метод по достоверности, полноте, точности и оперативности на сегодня не способен конкурировать с пиплметрией. Его основными преимуществами, благодаря которым он заменил опросные методы (в том числе и дневниковый) в большинстве развитых стран Европы и Америки еще в конце 20-го века, являются:

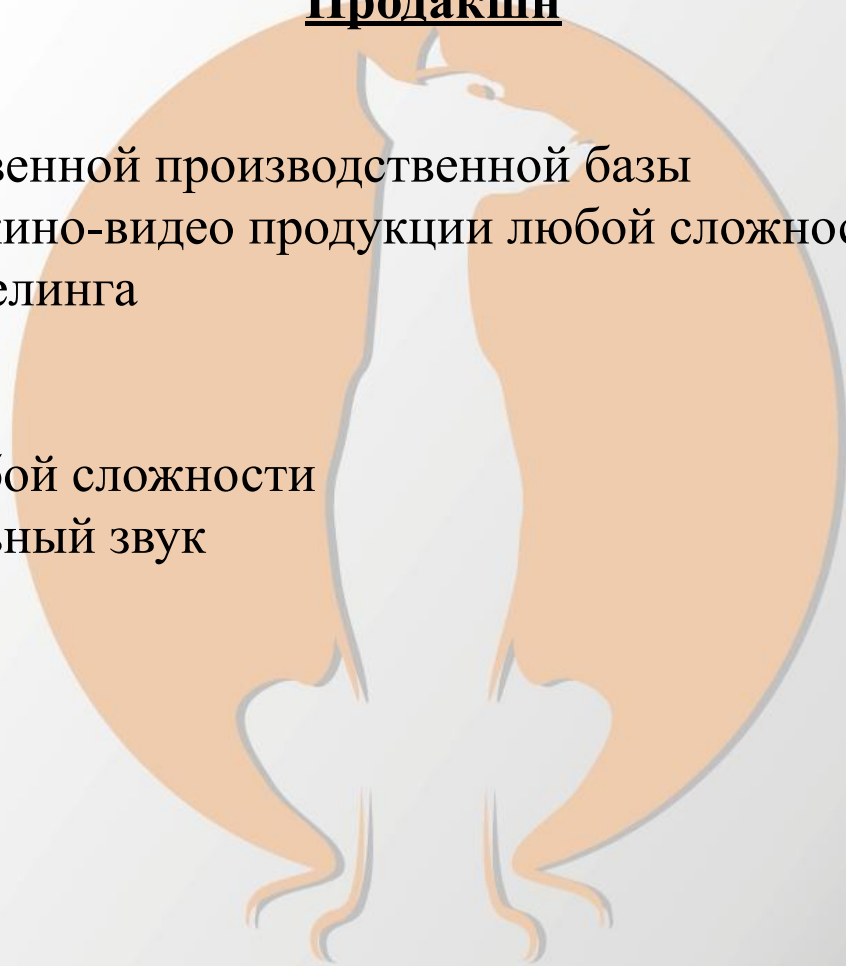
- запись информации происходит полностью автоматически, а не по памяти, что значительно упрощает работу участников и, как следствие, улучшает качество данных;
- исключена возможность умышленного или неумышленного искажения информации участником исследования, так как нет необходимости «от руки» записывать «что смотрелось»;
- посекундная фиксация смотрения позволяет учитывать очень важный момент оттока зрителей во время выхода рекламы, что дает возможность рассчитать реальное количество контактов зрителей именно с рекламным роликом, а не с передачей, внутри которой он выходил и показатели которой, как правило, намного выше;
- высокая оперативность передачи данных в аналитический центр: с утра уже известны данные за вчерашний день, что позволяет вовремя реагировать на различные промежуточные результаты в ходе рекламной кампании.

- появляется возможность использовать так называемую систему «продаж по рейтингам». Суть заключается в том, что рекламодатель платит не за время на телеканале (которое может оказаться с низкими рейтингами), а сразу за нужный ему результат – гарантированное количество контактов зрителей с его рекламным сообщением. И уже задача телеканала это обеспечить, выпуская рекламу в передачах с соответствующими рейтингами. Это очень выгодно, удобно и надежно для рекламодателя.



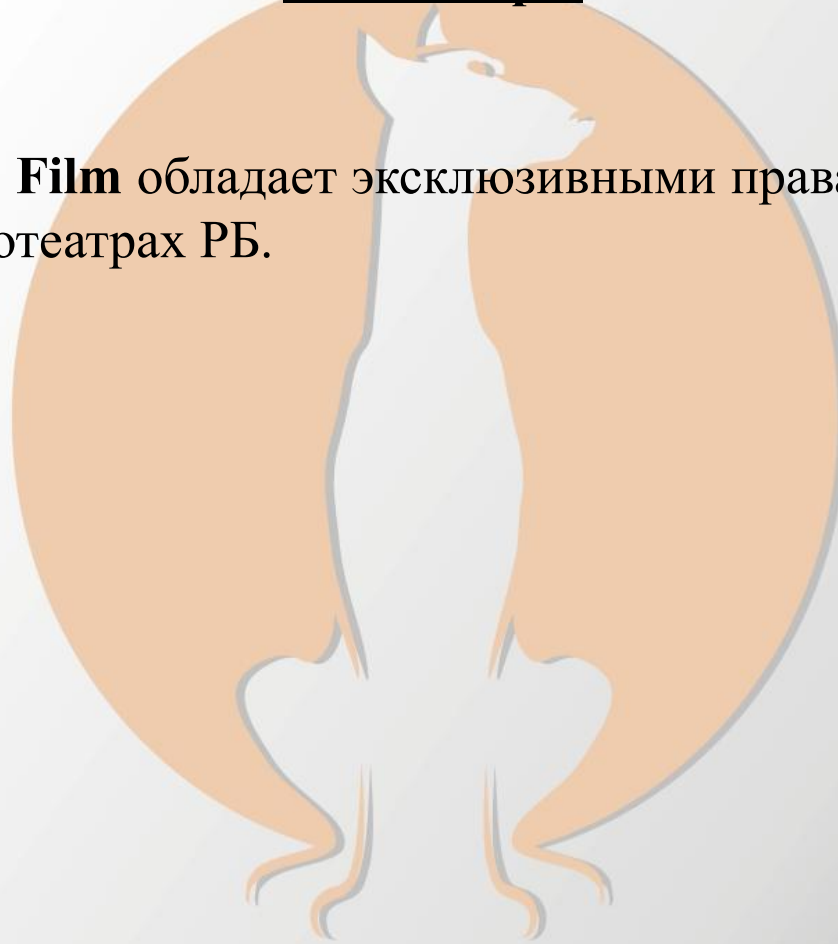
Продакшн

- Наличие собственной производственной базы
- Производство кино-видео продукции любой сложности
- Студия 3D моделинга
- Монтаж
- Постпродакшн
- Адаптации любой сложности
- Профессиональный звук
- База актеров



Кинотеатры

Doberman Film обладает эксклюзивными правами на размещение рекламы в кинотеатрах РБ.

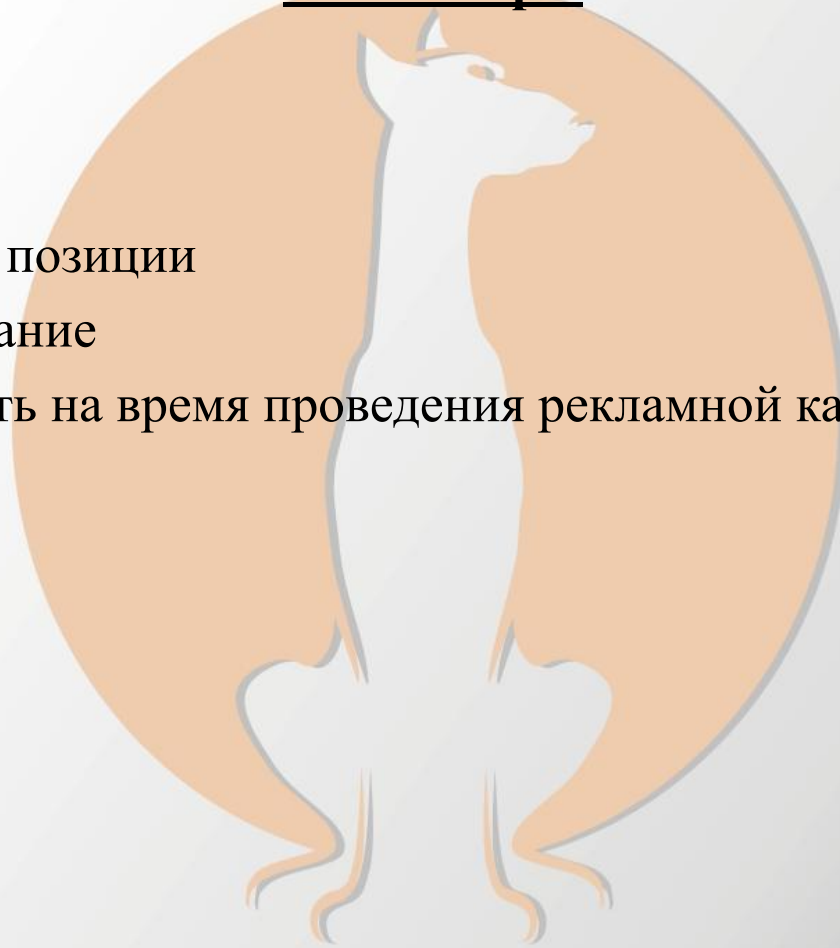




Кинотеатры

Клиентам:

- Приоритетные позиции
- Позиционирование
- Эксклюзивность на время проведения рекламной кампании



Спасибо!

220029, Минск

Богдановича, 7-2

Тел./факс: 334-20-83

www.dobermanfilm.by

info@dobermanfilm.by

