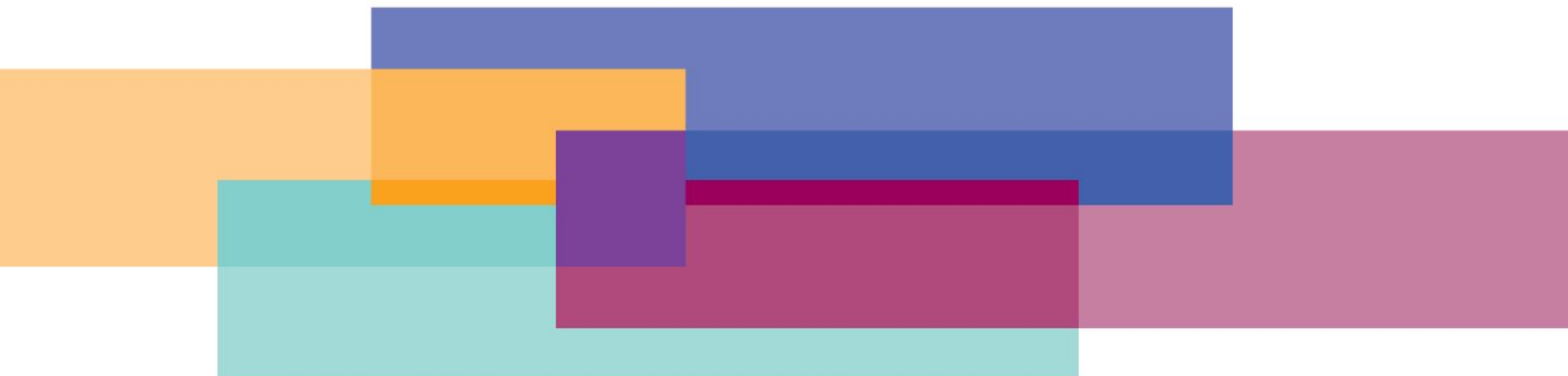




INTERACTION

Internet:// измени сознание.

Mindshare Interaction: Комплексные решения в построении интерактивных медиа коммуникаций.



Информация об агентстве

MindShare Interaction

- PA MindShare Interaction (ранее - mDigital) было основано в октябре 2001 года. Учредитель - MindShare Russia. Агентство входит в group m (WPP).
- MI – один из лидеров российского рынка Интернет-рекламы и интерактивного маркетинга. Агентство предоставляет полный комплекс услуг по планированию, размещению, сопровождению и анализу рекламных, PR и BTL кампаний в Интернет.
- Штат агентства составляют 13 сотрудников. Планируемое в 2006 году развитие – до 20 человек.

Контакты:

Тел. +7 (495) 787-9815

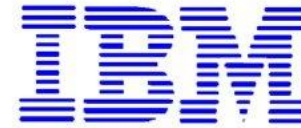
Факс: +7 (495) 787-9816

E-mail: info@mindshare.ru

Ключевые клиенты



MOTOROLA



P&G



VOLVO



oriflame



МОТОМАРИЯ

Промо-проект Motorola. Октябрь 2005.

Motorola: МОТОМАРИЯ

Цели и задачи

- Проинформировать аудиторию о сотрудничестве Motorola и Марии Шараповой
- Сопровождение участия Марии Шараповой в Кубке Кремля 2005
- Привлечь фанатов Марии Шараповой к участию в игре Motorola
- Анонсирование модели RAZR V3 PINK

Концепция

- Проведение интерактивного теннисного турнира параллельно Кубку Кремля 2005
- Создание развлекательного промо-сайта Марии Шараповой.
- Использование нестандартных Rich Media размещений чтобы привлечь аудиторию и обеспечить запоминаемость кампании.
- Рекламная поддержка кампании на топовых сайтах Рунета.

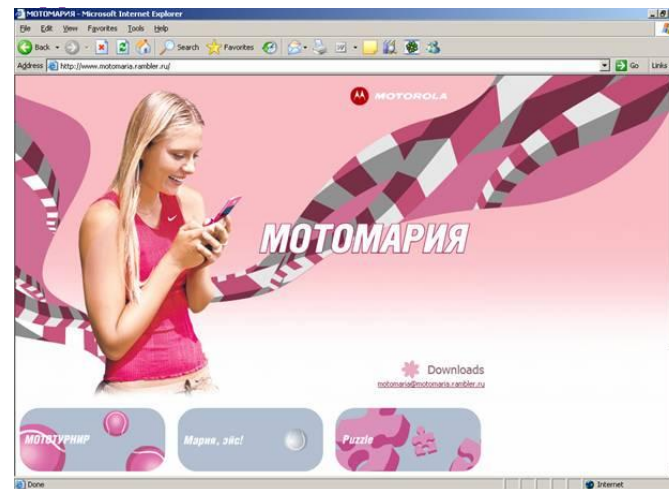


Motorola: МОТОМАРИЯ

- Составные элементы проекта МОТОМАРИЯ :
 - «МОТОТУРНИР» - BTL-акция на Rambler.ru
 - «Мария, эйс» - Интернет-конкурс для фанатов Марии Шараповой
 - «ПАЗЗЛЫ» - зона развлечений для посетителей сайта «МОТОМАРИЯ».

- Главный приз проекта – первый в России экземпляр телефона Motorola RAZR V3 PINK как у Марии Шараповой

МОТОМАРИЯ promo site -



МОТОМАРИЯ promo site – contest

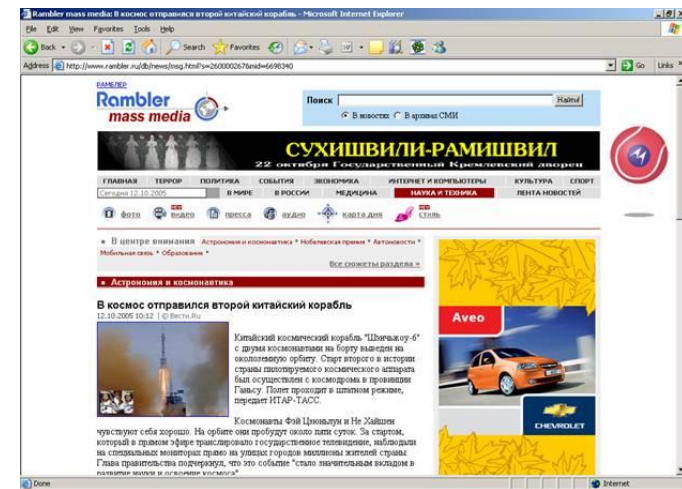


Motorola: МОТОМАРИЯ

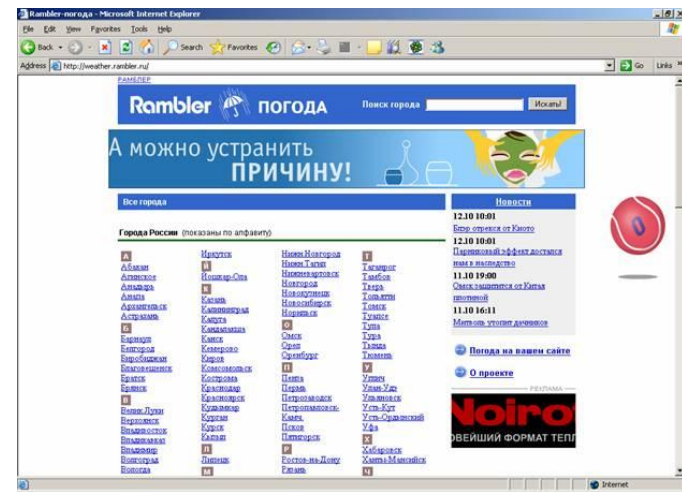
«МОТОТУРНИР»

- Электронные теннисные мячи розовго цвета (Rich Media) были размещены на страницах проектов Rambler.ru.
- Каждый мяч содержал одну из букв слова «МОТОМАРИЯ».
- Участники должны собрать девять мячей и сложить из них слово «МОТОМАРИЯ».
- Размещение мячей внутри проектов Rambler.ru менялось каждый день.
- Для усложнения игры последний мяч с буквой «Я» показывался только в течении двух часов в последний день акции. Часы выбирались случайно в промежутке между 12 и 18 часами.
- Игрок, первым собравший все 9 мячей и составивший слово «МОТОМАРИЯ», был объявлен победителем.

Электронные теннисные мячи



Interactive tennis balls



Motorola: МОТОМАРИЯ

«МАРИЯ, ЭЙС!»

- Конкурс приурочен у матчам с участием Марии Шараповой в рамках Кубка Кремля 2005.
- Участники делали ставки на время первого эйса в каждом матче Марии.
- Победителями признавались 3 участника, указавшие наиболее близкое к результату время.

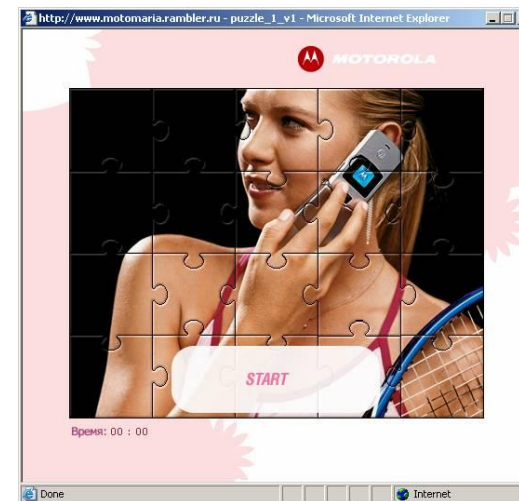
«ПАЗЗЛЫ»

- Паззлы «МОТОМАРИЯ» сформировали «зону развлечений» на промо-сайте– посетителям сайта предлагалось собрать паззлы из фотографий Марии.
- Общее количество паззлов – 3. Каждый паззл содержал счетчик времени.

MOTOMARIA promo site – Puzzles



Puzzle

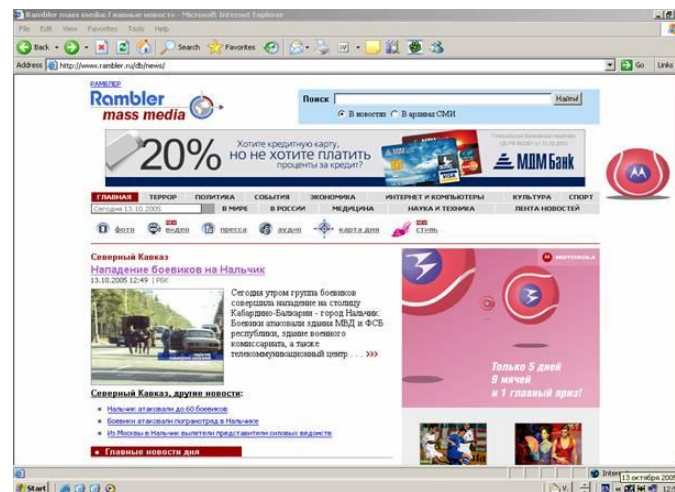


Motorola: МОТОМАРИЯ

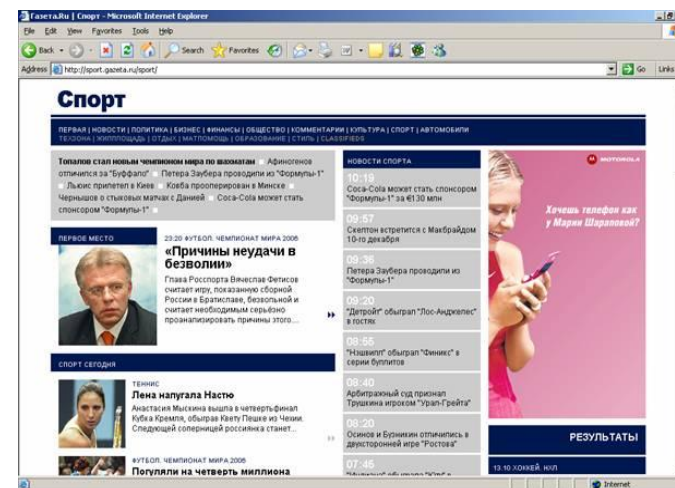
Медиа-поддержка

- Рекламная поддержка проекта «МОТОМАРИЯ» проходила на следующих ресурсах:
 - Rambler-Media
 - Gazeta.ru/Sport
 - Afisha.ru
 - MTV.ru

Баннеры

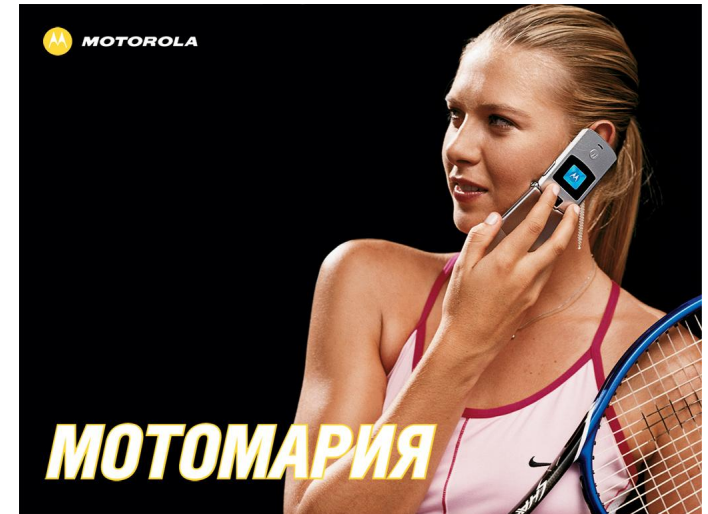


Ad banners



Motorola: МОТОМАРИЯ

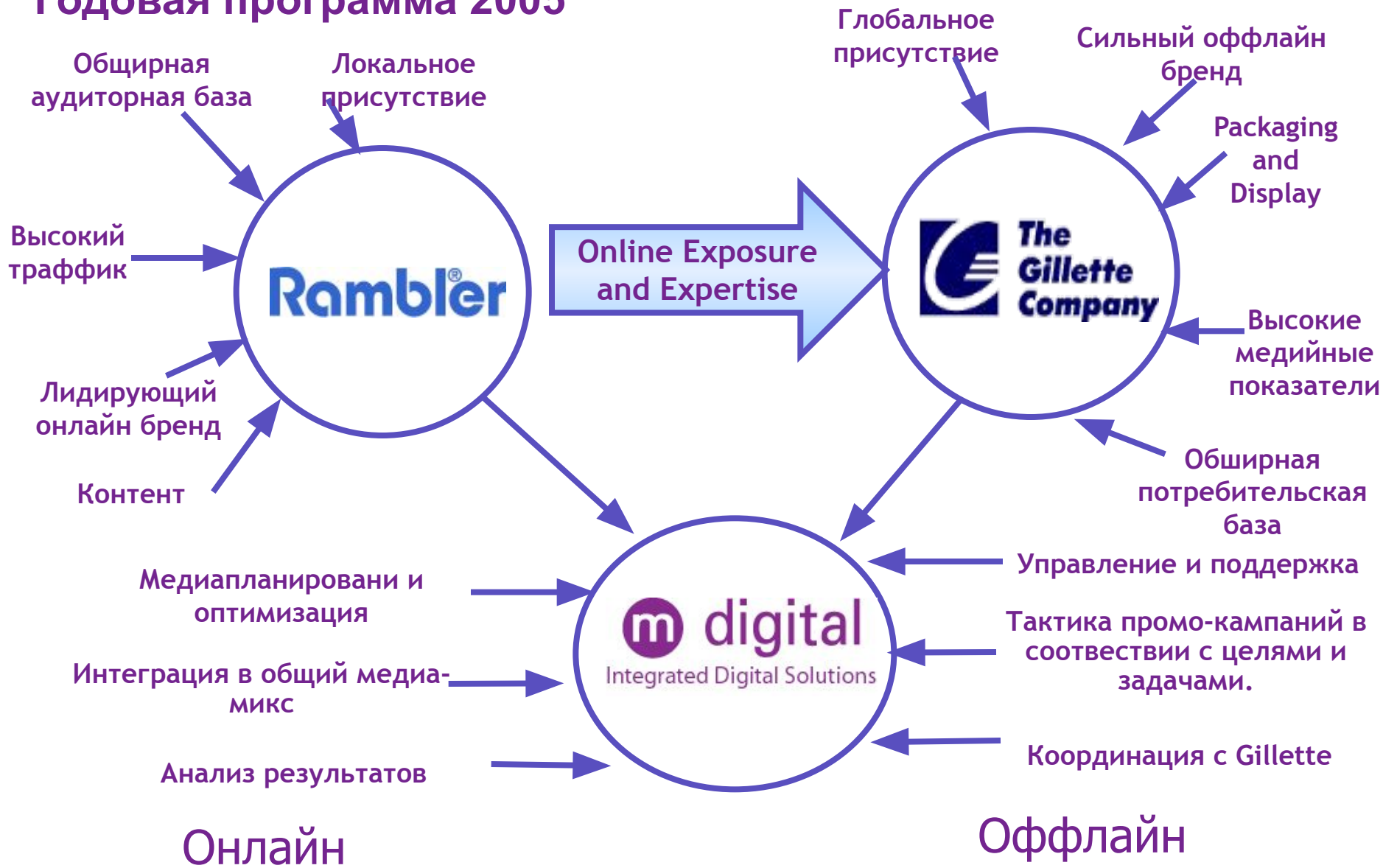
- Общее количество баннерных показов - **26 000 000**
- Рекламный охват – около **4 000 000** пользователей
- Рекордный CTR в течение последних 2 часов проекта – **27,92%**.
- Более **110 000** пользователей запросили «МОТОМАРИЯ» в поисковой строке Rambler.ru



Gillette - Rambler.ru

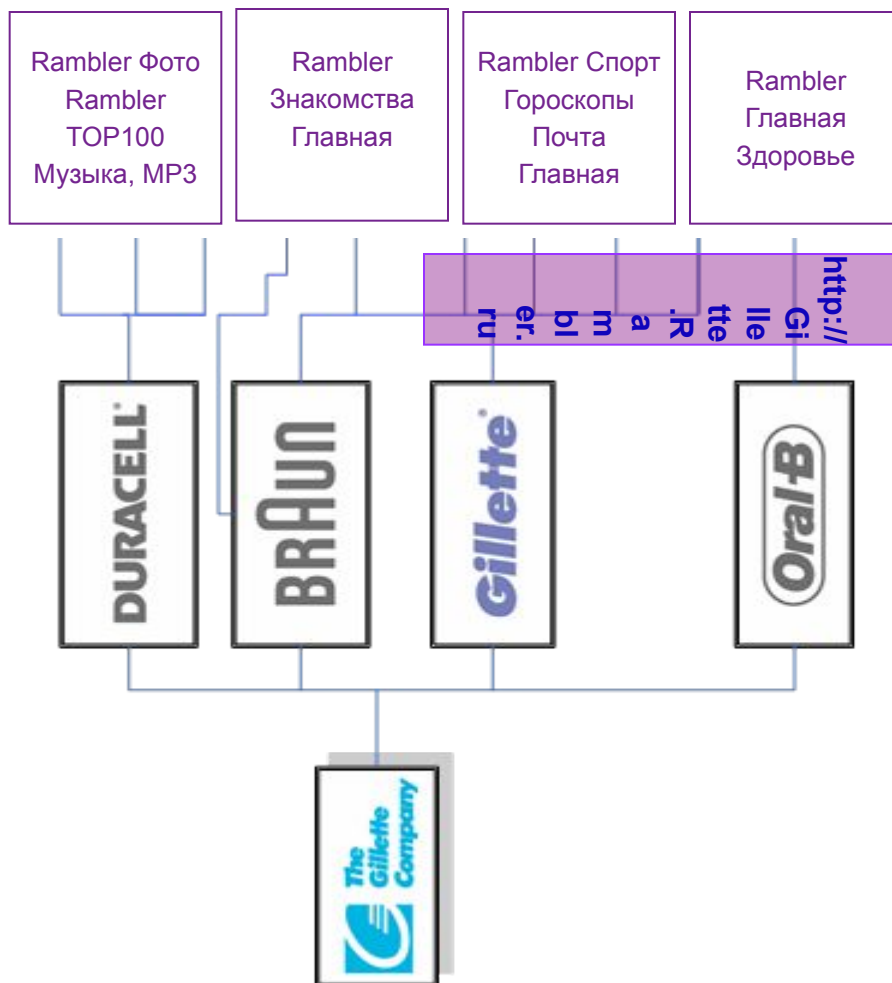
2005

Годовая программа 2005



Business Units: медиа-распределение

Интернет



SMS

Интерактивные конкурсы (призы от Gillette)

SMS data base management

ORAL-B @ RAMBLER

Период: Март 2005



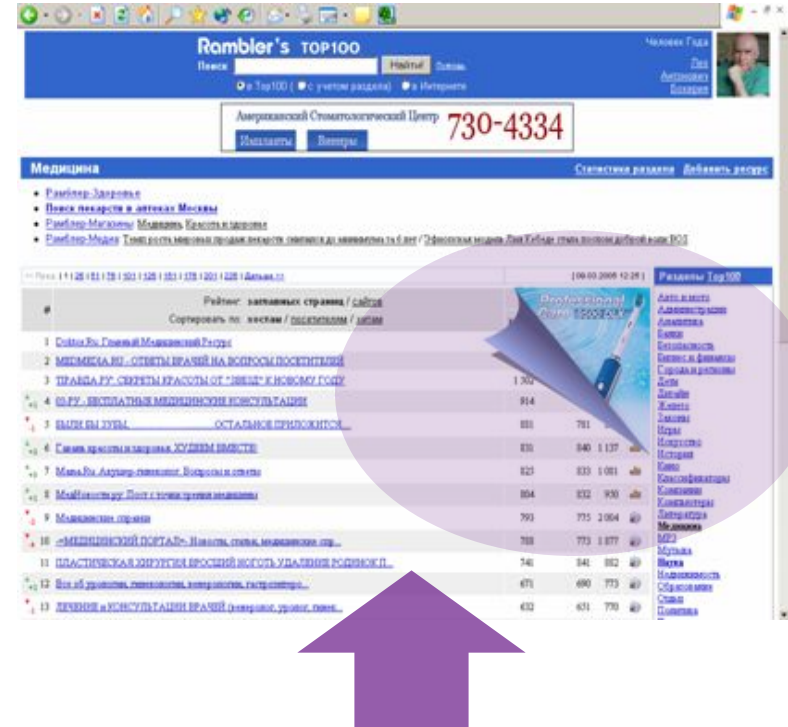
Oralb.Rambler.ru – промо-сайт бренда на портале Rambler.ru

- Ключевой элемент сайта – игра, направленная на увеличения уровня осведомленности о бренде и характеристиках товаров.
- Чтобы ответить на вопросы, участники должны были ознакомиться с информацией о линейке ORAL-B.

Oral-B @ Rambler



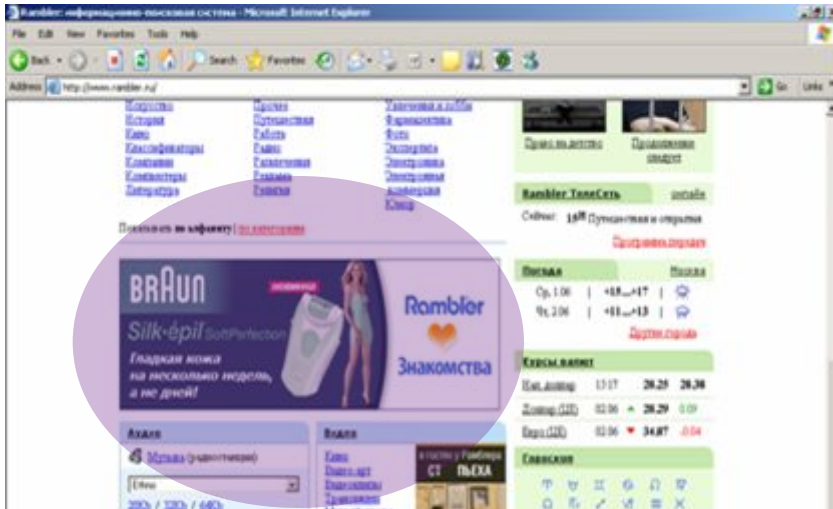
Баннер большого формата был размещен на на главной странице Rambler.ru для анонсирования акции.



«Уголок» (Rich media) в рубрике «Медицина»

BRAUN @ Rambler

Период : Июнь 2005



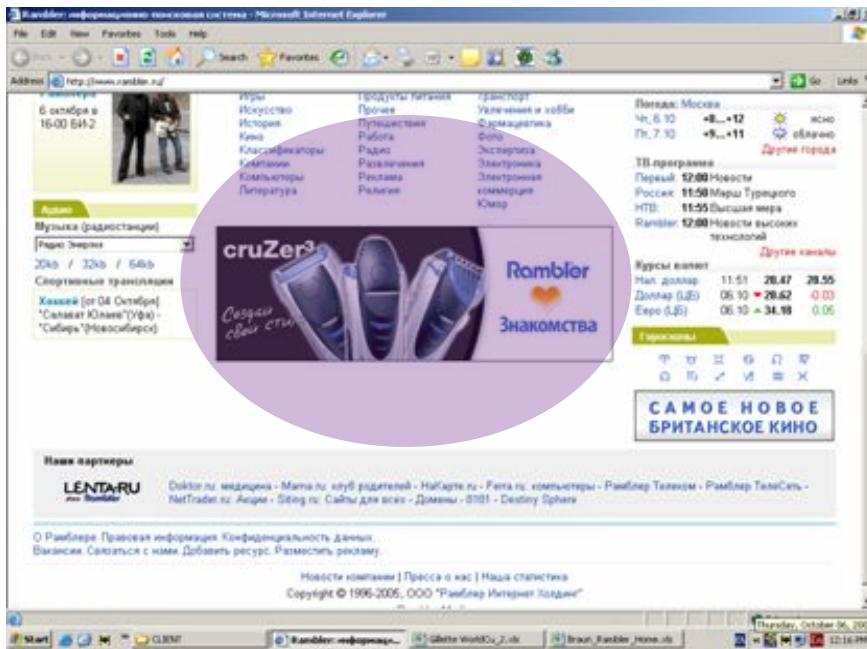
Баннер большого формата, залинкованный на braun.ru, был размещен на на главной странице Rambler.ru для анонсирования акции.



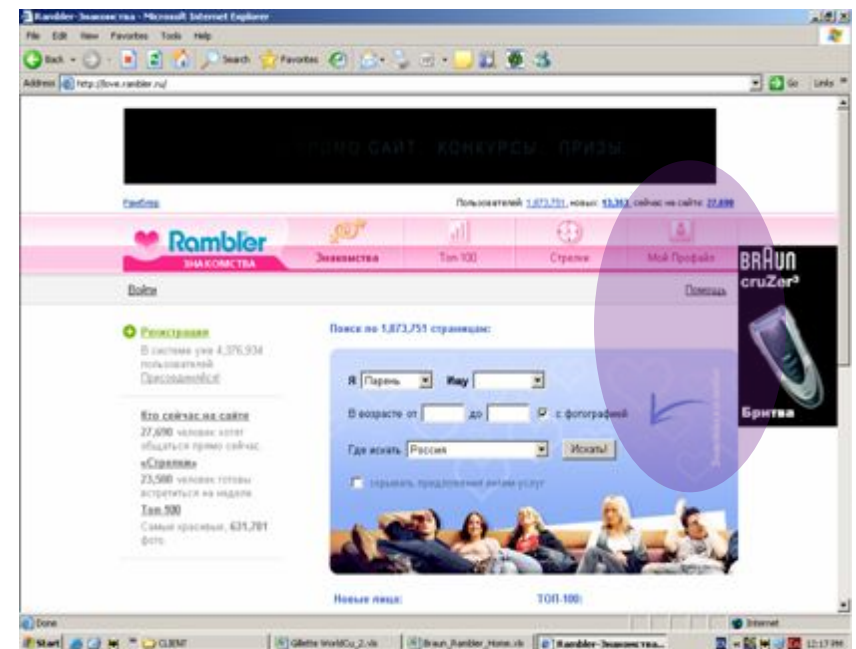
Раскрывающийся баннера в формате Rich media в рубрике «Знакомства»

BRAUN @ Rambler

Период : Октябрь 2005



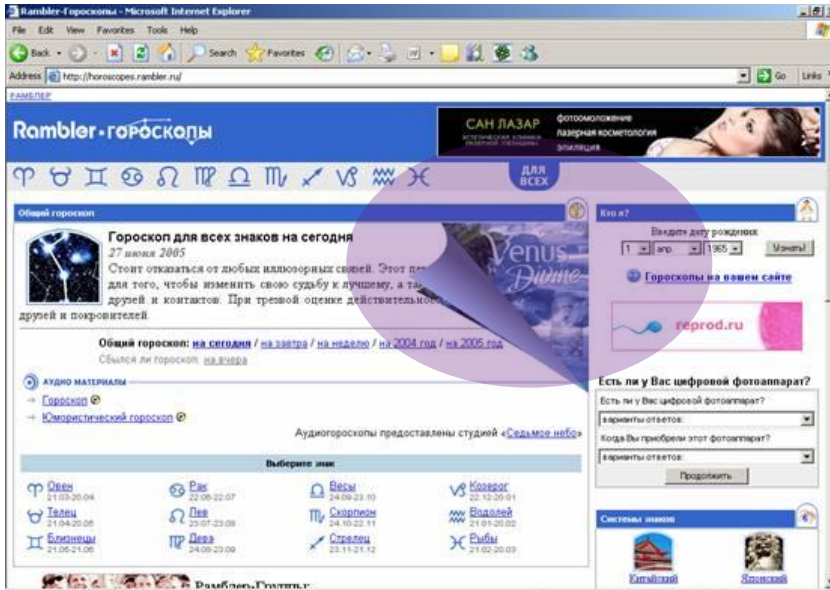
Баннер большого формата, залинкованный на gillette.rambler.ru, был размещен на главной странице Rambler.ru



Раскрывающийся баннера в формате Rich media в рубрике «Знакомства»

Venus Divine @ Rambler

Период: Июнь - Июль 2005
Линк - Gillette.rambler.ru



«Уголок» (Rich media) в рубрике
«Гороскопы»



«Уголок» (Rich media) в рубрике
«Почта»

Июнь 2005



Результаты

*Общее количество показов в рамках контракта с
Рамблером – 189 883 052*

Общее количество кликов - 208 300

Уникальный охват - 14 834 613

Спасибо за внимание!