

Продвижение e-бренда в off-line среде

Зимицкая Ирина

Эффективность Интернет-рекламы:

- Направление деятельности Интернет-компании,
массовость спроса на ее услуги и характеристики целевой аудитории
- Степень развития конкуренции в отрасли

Нефинансовые ресурсы Интернет-бренда:

1. Услуги и проекты компании
2. Информационные ресурсы
3. Профессиональные ресурсы
4. Аудитория бренда
5. Собственные средства компании и сотрудников

1. Услуги и проекты компании:

- Cross-promotion
- Реселлинг
- Бартерные проекты
- Спонсорство
- Привлечение информационных партнеров
- Тестирование, участие в конкурсах



2. Информационные ресурсы компании

Предложение информационного партнерства:

- информация, баннеры, ссылки на Вашем сайте/сайтах
- рассылка
- использование внутренней рекламной системы сайта (Adrex.ru)
- размещение новостей и пресс-релизов в Сети



3. Профессиональные ресурсы (опыт и знания сотрудников):

- Предоставление информации и комментариев для СМИ
- Ведение тематической рубрики или колонки в СМИ
- Ответы на письма читателей
- Участие в конференциях, семинарах
- Экспертная оценка (конкурсы), участие в тестировании
- Издание обучающих книг, помощь в разработке обучающих программ



4. Аудитория бренда

- Привлечение клиентов в качестве спонсоров, запуск партнерских программ
- Работа с VIP-клиентами
- Фирменная продукция

Интернет-конференция форварда «Зенит» Александра Кержакова



Пиво «Админское premium» ко Дню Системного Администратора



5. Собственные средства компании

- Сотрудники
- «Группы давления»
- Помещение, оборудование, технологии
- Использование фирменной символики



Спасибо за внимание!

Зимицкая Ирина

pr@peterhost.ru