



# **Digital кампания 360°**

май-сентябрь 2021



## Структура презентации. В ролях:

- 3 ..... Цели проекта
- 4 ..... Целевая аудитория
- 13 ..... Стратегия продвижения
- 17 ..... Идея первая
- 37 ..... Идея вторая
- 52 ..... Идея третья
- 60 ..... Идеи для прероллов в YouTube
- 63 ..... Инструменты поддержки в e-com
- 64 ..... Работа с репутацией
- 67 ..... Контакты



## Цели есть – проблем не надо

**Проблема:** к категории защитных средств от комаров и клещей у потребителя низкая лояльность. Также они вспоминают о ней только в летний период и каждый год выбирают продукты разного бренда, так как игроки на рынке похожи друг на друга.

**Бренд:** Gardex – абсолютный лидер рынка среди других брендов репеллентов и инсектицидов.

**Фокус:** Москва, Санкт-Петербург и Сибирь. Сезонная кампания.

### Цели:

- запустить digital-кампанию на 360, чтобы:
- увеличить охват в категории
- актуализировать сезонную проблему защиты
- увеличить узнаваемость и лояльность к бренду
- предложить стратегию креатива, отвечающую имиджу и концепции бренда





**Целевая аудитория –  
наше всё**



## В главных ролях – 3 сегмента



**Молодые мамы**



**Активные семьи**



**Экстремалы**

**Каждому сегменту –  
своя потребность и подход** ↓ ↓ ↓



## Молодые мамы

**Аудитория: около 2 миллионов.**

Хотят дать детям возможность беззаботно гулять на природе без последствий.

**Потребность:** безопасная защита ребенка от комаров и других насекомых.

**Что дает Gardex:** натуральные компоненты и бережную, но надежную защиту.

- Чаще сидят в соцсетях и на тематических форумах
- Читают отзывы, выбирают только проверенные товары
- Ищут скидки и конкурсы
- Покупают онлайн





## Активные семьи

**Аудитория: около 5 миллионов мужчин и женщин.**

Хотят вместе проводить время на природе, не отвлекаясь на насекомых.

**Потребность:** надежное и эффективное средство без вреда для кожи и одежды.

**Что дает Gardex:** защитный спрей комаров и клещей с витамином E и алоэ.

- Гуляют в парках, выезжают на дачу и природу
- Закупаются в гипермаркетах
- Ищут скидки и купоны
- Покупают онлайн

## Экстремалы

**Аудитория: около 5 миллионов. Чаще мужчины.**

Хотят защитить себя от всех видов насекомых в условиях похода, кэмпинга, рыбалки и путешествий.

**Потребность:** максимальная защита от всех видов насекомых.

**Что дает Gardex:** акцент на науку и действующие вещества с максимальной эффективностью.

- Сидят на тематических форумах
- Часто заходят на сайты для путешественников
- Покупают онлайн



## Объём сегментов



### Молодые мамы

**67%** считают, что детям нужно позволять заниматься тем, что им нравится

**80%** считают, что семья всегда поддержит и защитит



### Активные семьи

**84%** важно чувствовать себя комфортно по жизни

**80%** нравится разделять приятные моменты с другими



### Экстремалы

**93%** хотят путешествовать по всему миру

**86%** выбирают качественные товары

**81%** любят организованный отдых

Источник:  
Kantar TNS TGI 2019 – ЦА  
в городах миллионниках,  
доход не низкий:  
1) Молодые мамы: женщины  
с детьми 0-5 лет.  
2) Активные семьи: МЖ,  
любят отдыхать на даче.  
3) Экстремалы: МЖ, часто  
отдыхают на природе +  
любят приключения.



## Что говорит целевая аудитория?

Все 3 сегмента целевой аудитории  
**хотят провести лето и отдыхать без  
комаров, клещей и других насекомых.**





## Что мы ей предлагаем?

Gardex – бренд защитных средств для детей и взрослых, который помогает насладиться летним отдыхом без комаров, клещей и всех известных насекомых.





## Что за фрукт этот продукт?

У каждого сегмента целевой аудитории своя потребность и своё средство для ее решения.



**Молодые мамы**



**Активные семьи**



**Экстремалы**







# **Позвольте представить – стратегия продвижения**

## Как будет строиться работа – таким и будет результат

Медиацели	Коммуникационные цели	Маркетинговые цели
Улучшение имиджевых показателей	Улучшение эффективности коммуникации, знания о бренде и продукте, восприятие	Улучшение показателей по продажам, доле рынка, дистрибуции
Медиа размещение: <ul style="list-style-type: none"> <li>• баннеры</li> <li>• соцсети</li> <li>• блогеры</li> <li>• спецпроекты</li> <li>• OLV</li> </ul>	Управление репутацией: отзывы	Работа с продающими онлайн-площадками
С привязкой к идее	Без привязки к идее	С привязкой к идее

## Мы собрали всё, чтобы создать эту экосистему

	OLV	Баннеры	Instagram	Спец проекты	Блоги о путешествиях	ORM (отзовики и спецпроекты)	E-com
<b>Роль канала</b>	Актуализация проблемы	Актуализация проблемы и drive trial	Знание и лояльность	Знание и лояльность	Знание и лояльность	Знание и лояльность	Drive trial
<b>Целевая аудитория</b>	Молодые мамы и активные семьи	Все 3 сегмента (таргетинг по каждому)	Молодые мамы и активные семьи	Все 3 сегмента	Экстремалы	Все 3 сегмента	Все 3 сегмента





## Создадим тренд на этот бренд!

1. Опираясь на потребности каждого сегмента, мы создадим креативы.
2. Исходя из аудитории, воспользуемся актуальными каналами для продвижения.
3. Будем говорить с каждым сегментом на понятном ему языке.





# Идея первая

## Инсайт

Каждый из нас всегда с нетерпением ждет лета, чтобы успеть насладиться природой и отдыхом с друзьями и близкими. Но лето привлекательно не только для нас, но и для комаров, клещей и других насекомых, которые так и норовят всё испортить.

## Слоган

**Gardex.  
В нашей компании насекомых нет.**



## Key Visual



The Key Visual features a family silhouette against a large sun in a sunset landscape. The Gardex logo is in the top left. A yellow sign with a black border reads "НАСЕКОМЫХ НЕТ" (No insects). Below the sign are five Gardex product cans: Extreme (mosquitoes), Family (ticks and mosquitoes), Family (mosquitoes), Family (all insects), and Extreme (all insects). The bottom text reads "Наслаждайтесь летним отдыхом без комаров и клещей" (Enjoy your summer vacation without mosquitoes and ticks).

gardex

В нашей компании

НАСЕКОМЫХ  
**НЕТ**

Наслаждайтесь летним отдыхом  
без комаров и клещей



## Альтернативный слоган и KV

### Рядом, но не вместе.

Gardex держит насекомых на расстоянии.







# Распределение каналов по сегментам



ЦА	Молодые мамы	Активные семьи	Экстремалы
<b>Креативный подход</b>	Говорим мамам, что Gardex бережно защитит малыша от насекомых, пока они наслаждаются летними прогулками.	Говорим, что Gardex защитит всю семью от комаров, клещей и других насекомых, пока они наслаждаются летним отдыхом на природе.	Говорим, что Gardex эффективно защитит от клещей и всех известных насекомых даже в самой экстремальной ситуации.
<b>Задача</b>	Рассказать и закрепить знание о бренде и продукте. Обратить внимание на сезонные проблемы. Повысить лояльность		
<b>Слоган по сегментам</b>	«Gardex. В нашей компании насекомых нет.»		
<b>Инструменты</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Контекстная реклама и баннеры</li> <li>• Соцсети:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- промпосты и сторис</li> <li>- нативная реклама у мам-блогеров+конкурс</li> </ul> </li> <li>• E-com Промоакции и купоны</li> <li>• YouTube Преролл</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Контекстная реклама и баннеры</li> <li>• Соцсети               <ul style="list-style-type: none"> <li>- промпосты и сторис</li> <li>- нативная реклама у семейных блогеров</li> </ul> </li> <li>• Спецпроект meduza.io</li> <li>• E-com Промоакции и купоны</li> <li>• YouTube Преролл</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Контекстная реклама и баннеры</li> <li>• Соцсети               <ul style="list-style-type: none"> <li>- промпосты и сторис</li> <li>- нативная реклама у блогеров-путешественников</li> </ul> </li> <li>• Спецпроект meduza.io</li> <li>• E-com Промоакции и купоны</li> <li>• YouTube Преролл</li> </ul>
<b>Фокусный продукт</b>	Спрей от комаров (от 3 месяцев), аэрозоль 2 в 1 (от 1 года)	Аэрозоль от комаров, аэрозоль от клещей	Аэрозоль от всех насекомых и клещей

## Коммуникация с МОЛОДЫМИ МАМАМИ



Промопосты  
и сторис,  
блогерский  
анонс+конкурс

+

BABY  
BLOGМама<sup>RU</sup>  
Сообщество родителей

ДОКТОР.ru

мама  
МАЛЫШ

Баннерная,  
нативная  
и мобильная  
реклама



знакомим с продуктом

+

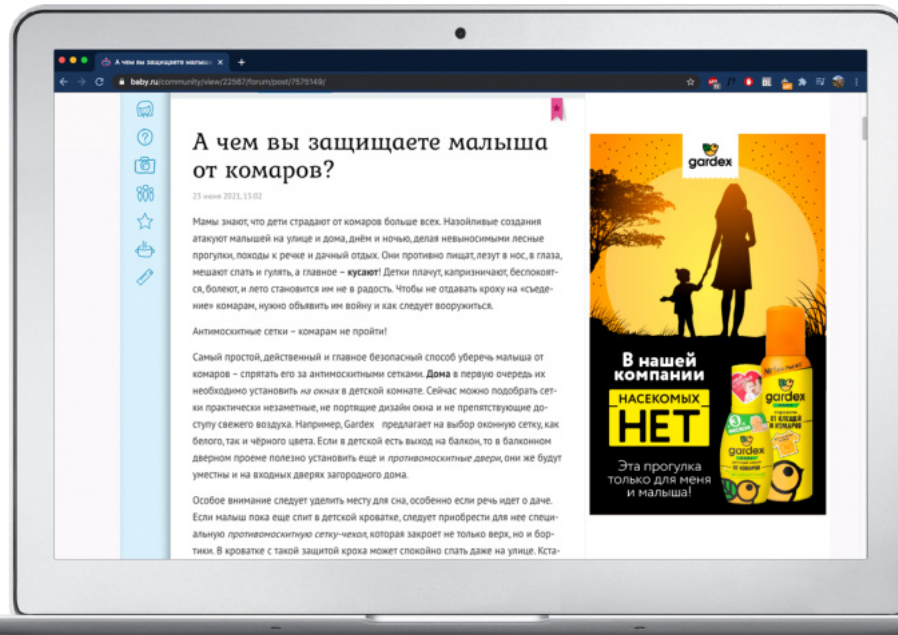


OZON

ведем на покупку, даем промокоды



## Пример баннера на сайте



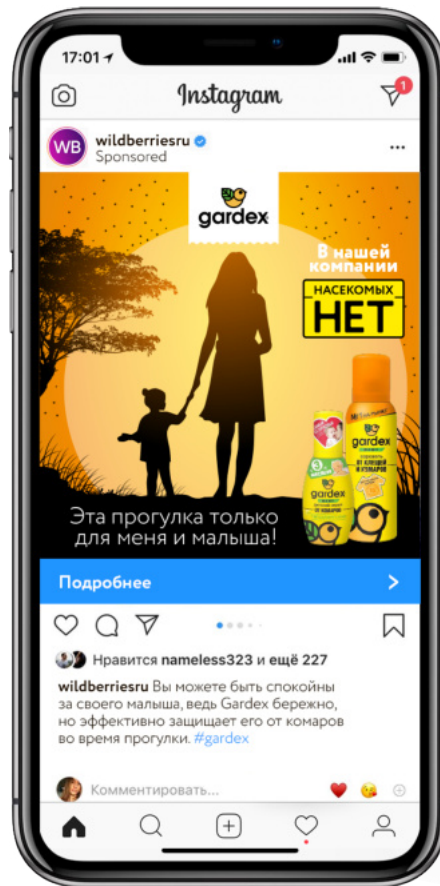
**7ya.ru (9%)**  
**baby.ru (8%)**  
**babyblog (8%)**  
**mama.ru (6%)**  
**2mm.ru (4%)**  
**doctor.ru (4%)**

Источник: Russian  
 Target Group Index  
 2019 Total,  
 недельная  
 посещаемость  
 по ЦА в городах-  
 миллионниках





## Пример промопоста в Instagram



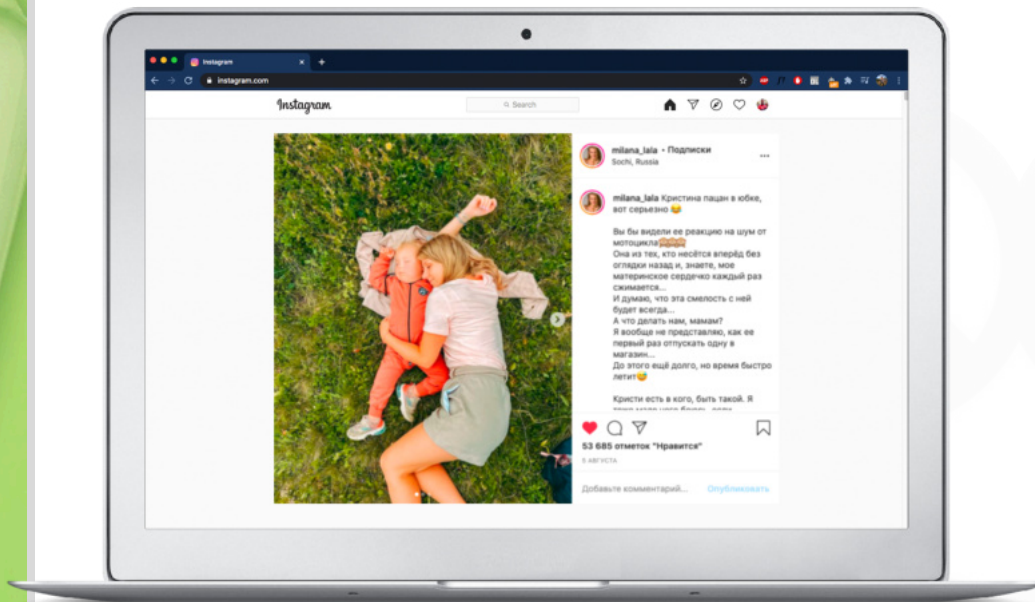
Идея первая

### Instagram (53%)

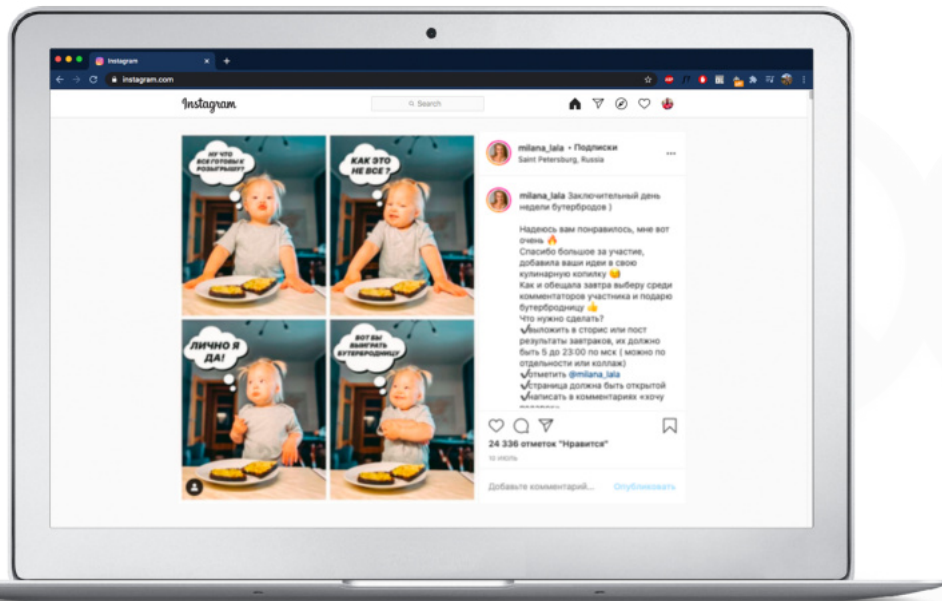
Источник: Russian Target Group Index 2019 Total, недельная посещаемость по ЦА в городах-миллионниках



# Пример блогерской поддержки в Instagram



# Пример конкурса в Instagram





## Коммуникация с активными семьями



Промопосты  
и сторис,  
блогерский  
анонс

+

Яндекс Погода

Gismeteo



Рамблер/погода

Баннерная,  
нативная  
и мобильная  
реклама

+

медуза

Спецпроект



знакомим с продуктом

+



OZON

ведем на покупку, даем промокоды



## Пример баннера на сайте



**Яндекс.Погода (37%)**  
**Gismeteo.ru (15%)**  
**Погода@Mail.ru (11%)**  
**Рамблер/погода (6%)**

Источник: Russian Target Group Index 2019 Total, недельная посещаемость по ЦА в городах-миллионниках





## Пример промопоста в VK



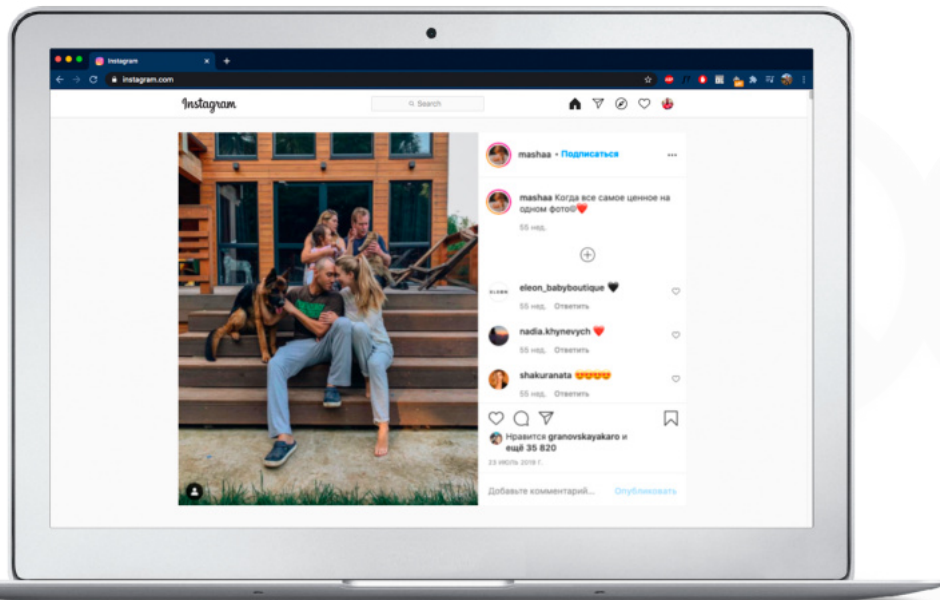
Идея первая

**ВКонтакте (46%)**  
**Instagram (30%)**

Источник: Russian Target Group Index 2019 Total, недельная посещаемость по ЦА в городах-миллионниках



# Пример блогерской поддержки в Instagram



Ведем на скидку в e-com



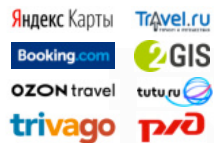


## Коммуникация с экстремалами



Промопосты и сторис, блогерский анонс

+



Баннерная, нативная и мобильная реклама

+



Спецпроект



знакомим с продуктом

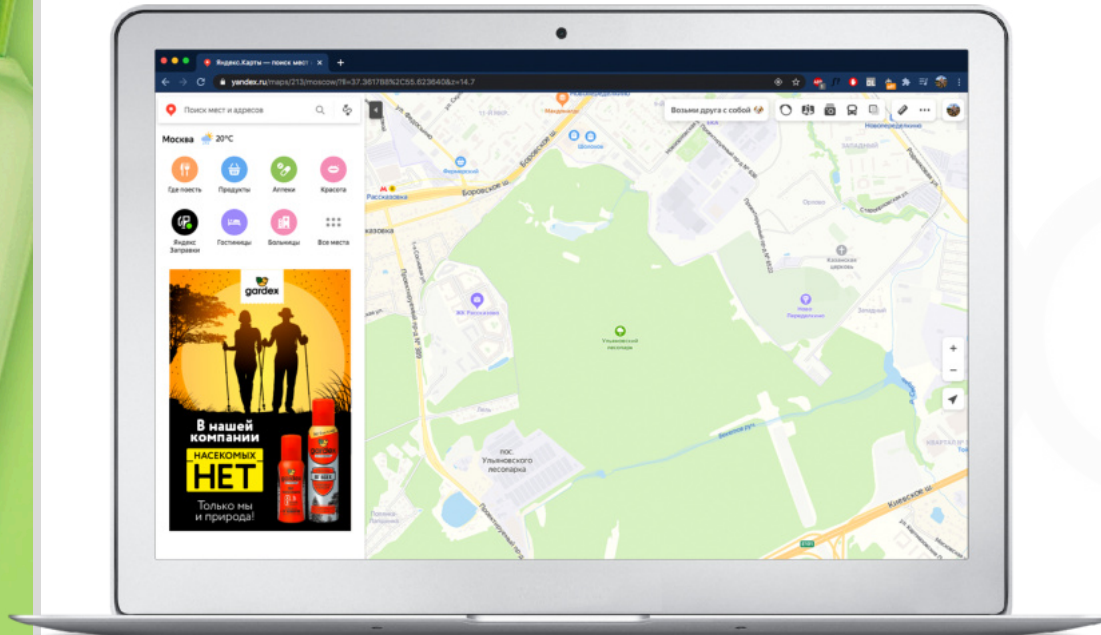
+



ведем на покупку, даем промокоды



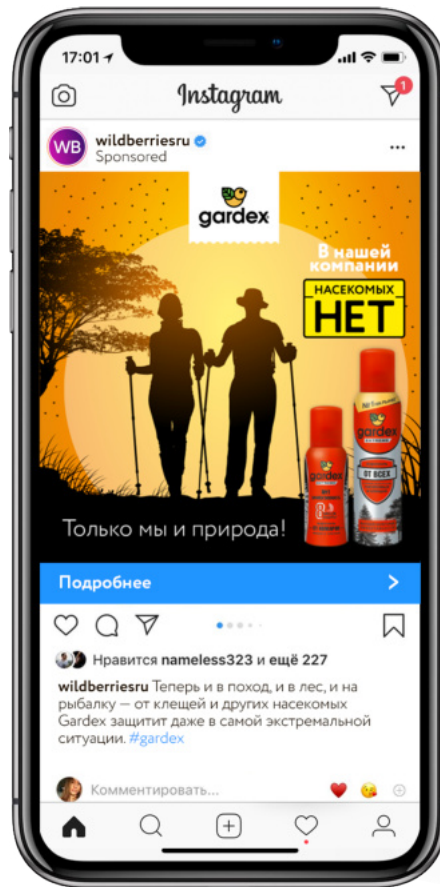
## Пример баннера на сайте



**Яндекс.Карты и Пробки (26%)**  
**2gis.ru (13%)**  
**Booking.com (7%)**  
**Tutu.ru (7%)**  
**Ozon.travel (5%)**  
**Rzd.ru (3%)**  
**Travel.ru (3%)**  
**Trivago.ru (3%)**  
**Votpusk.ru (2%)**

Источник: Russian Target Group Index 2019 Total, недельная посещаемость по ЦА в городах-миллионниках

## Пример промпоста в Instagram

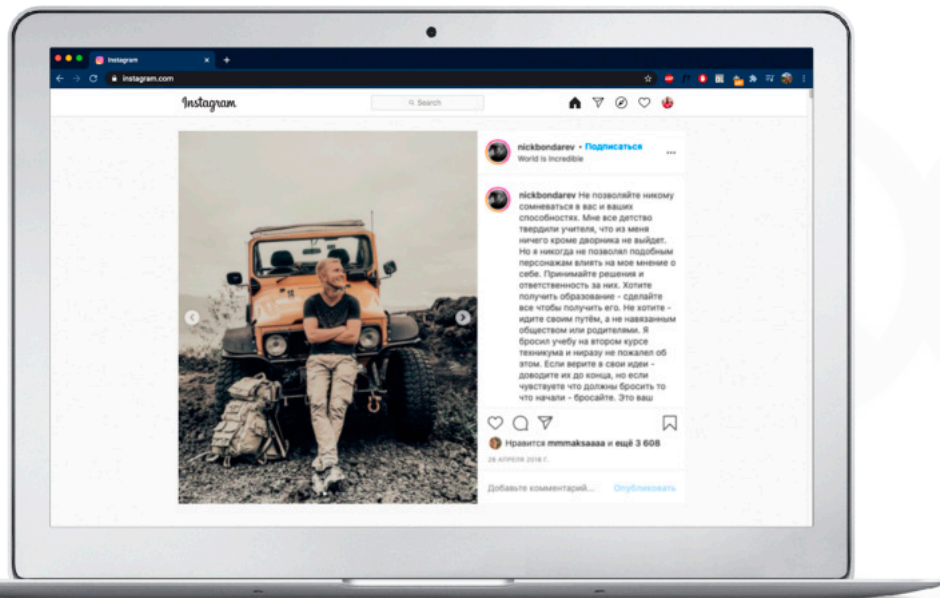


Идея первая

### Instagram (38%)

Источник: Russian Target Group Index 2019 Total, недельная посещаемость по ЦА в городах-миллионниках

# Пример блогерской поддержки в Instagram





## Спецпроект для активных семей и экстремалов: игра/тест на «Медузе»

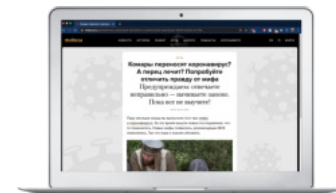
Спецпроект выступает как самостоятельный канал коммуникации и применяется в составе маркетинг-микса.

**Цель: привлечь целевую аудиторию бренда на площадку с большим трафиком, где она увидит брендированный контент и будет с ним взаимодействовать.**

В интернет-издании «Медуза» такие проекты уже существуют как развлекательный контент. Занимательные и нестандартные вопросы придумывают лингвисты, историки и лидеры мнений. Они позволяют аудитории узнать в игровой или юмористической форме о новом. Такой вид контента популярен среди интернет-пользователей разных целевых аудиторий и носит нативный характер.

**Спецпроект бренда органично впишется в формат издания: читатель не заметит, что от авторского материала перешел к потреблению рекламы.**

За разработку и поддержку отвечает интернет-издание. Бренду нужно договориться об условиях и предоставить требования и контент для будущего проекта. Со своей стороны медиа разработает проект под ключ в привычном читателю стиле. Условия, включая количество уникальных посетителей, обычно изложены в пресс-ките интернет-издания.



**meduza.io (4%)**

Источник: Russian Target Group Index 2019 Total, недельная посещаемость по ЦА в городах-миллионниках







# Идея вторая

## Инсайт

Знакомая ситуация? Приезжаешь на дачу или природу, выгружаешь покупки и только на месте понимаешь, что забыл самое главное – спрей от насекомых. Отдых испорчен и ничего уже не исправить. Коришь себя за то, что заранее не купил защитное средство и несколько дней предстоит терпеть укусы и другие неприятные последствия. А если бы в магазине первым делом отправился к полке со средствами от насекомых или купил его до начала сезона – все было бы иначе.

## Слоган

**Gardex.**  
**Легко купить, нельзя забыть!**



## Key Visual



The Key Visual features a bright yellow background. At the top left is the Gardex logo. The central text reads "Легко купить, нельзя забыть!" in green and black. Below this, a white shopping basket contains five different Gardex spray cans. A white diagonal line with a red slash is drawn over the basket. At the bottom, an orange banner contains the text "Позаботьтесь о защите от насекомых заранее и отдыхайте спокойно".

gardex

**Легко  
купить,  
нельзя  
забыть!**

Позаботьтесь о защите от насекомых заранее и отдыхайте спокойно

КВ





Идея вторая

# Распределение каналов по сегментам





ЦА	Молодые мамы	Активные семьи	Экстремалы
<b>Креативный подход</b>	Напоминаем мамам о защите малыша от комаров и других насекомых во время летних прогулок.	Напоминаем о защите своей семьи от комаров, клещей и других насекомых во время отдыха на природе.	Напоминаем о защите от комаров, клещей и всех известных насекомых во время экстремального путешествия и поездки на природу.
<b>Задача</b>	Рассказать и закрепить знание о бренде и продукте. Обратить внимание на сезонные проблемы. Повысить лояльность		
<b>Слоган по сегментам</b>	«Gardex. Легко купить, нельзя забыть!»		
<b>Инструменты</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Контекстная реклама и баннеры</li> <li>• Соцсети:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- промпосты и сторис</li> <li>- нативная реклама у мам-блогеров+конкурс</li> </ul> </li> <li>• Спецпроект 365done.ru</li> <li>• E-com Промоакции и купоны</li> <li>• YouTube Преролл</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Контекстная реклама и баннеры</li> <li>• Соцсети               <ul style="list-style-type: none"> <li>- промпосты и сторис</li> <li>- нативная реклама у семейных блогеров</li> </ul> </li> <li>• Спецпроект 365done.ru</li> <li>• E-com Промоакции и купоны</li> <li>• YouTube Преролл</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Контекстная реклама и баннеры</li> <li>• Соцсети               <ul style="list-style-type: none"> <li>- промпосты и сторис</li> <li>- нативная реклама у блогеров-путешественников</li> </ul> </li> <li>• Спецпроект 365done.ru</li> <li>• E-com Промоакции и купоны</li> <li>• YouTube Преролл</li> </ul>
<b>Фокусный продукт</b>	Спрей от комаров (от 3 месяцев), аэрозоль 2 в 1 (от 1 года)	Аэрозоль от комаров, аэрозоль от клещей	Аэрозоль от всех насекомых и клещей

## Коммуникация с молодыми мамами



Промопосты  
и сторис,  
блогерский  
анонс+конкурс

+

BABY  
BLOG

ДОКТОР.ru

бэби .ру

Мама<sup>™</sup>  
Сообщество родителейМАМА  
МАЛЫШ

Баннерная,  
нативная  
и мобильная  
реклама

+



Спецпроект



знакомим с продуктом

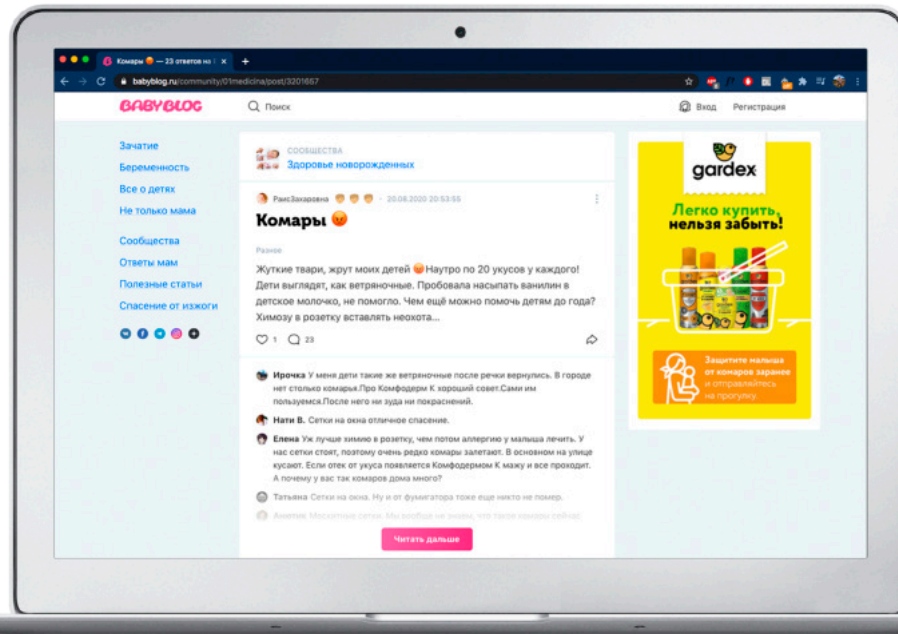
+



OZON

ведем на покупку, даем промокоды

## Пример баннера на сайте



**7ya.ru (9%)**  
**baby.ru (8%)**  
**babyblog (8%)**  
**mama.ru (6%)**  
**2mm.ru (4%)**  
**doctor.ru (4%)**

Источник: Russian  
 Target Group Index  
 2019 Total, недельная  
 посещаемость по ЦА  
 в городах-  
 миллионниках

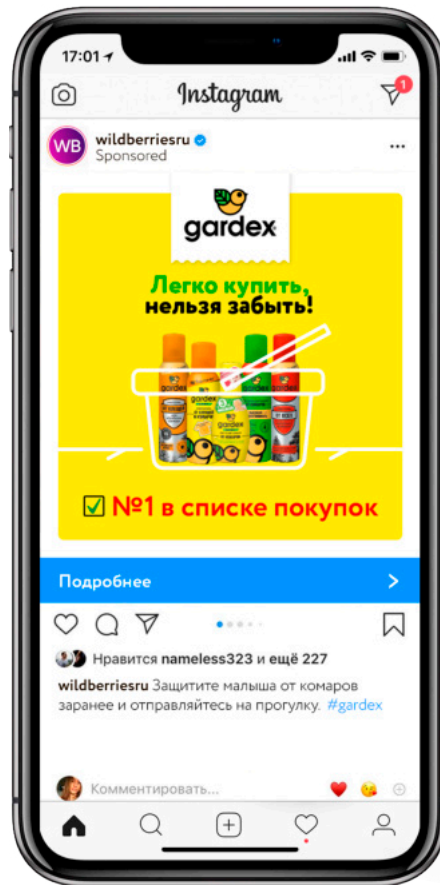




## Пример промпоста в Instagram



Идея вторая



### Instagram (53%)

Источник: Russian Target Group Index 2019 Total, недельная посещаемость по ЦА в городах-миллионниках





## Коммуникация с активными семьями



Промопосты  
и сторис,  
блогерский  
анонс+конкурс



Яндекс Погода

Gismeteo



Рамблер/погода

Баннерная,  
нативная  
и мобильная  
реклама



365done.ru

Спецпроект



OZON

знакомим с продуктом

ведем на покупку, даем промокоды

## Пример баннера на сайте



**Яндекс.Погода (37%)**  
**Gismeteo.ru (15%)**  
**Погода@Mail.ru (11%)**  
**Рамблер/погода (6%)**

Источник: Russian Target Group Index 2019 Total, недельная посещаемость по ЦА в городах-миллионниках



## Пример промопоста в VK



**ВКонтакте (46%)**  
**Instagram (30%)**

Источник: Russian Target Group Index 2019 Total, недельная посещаемость по ЦА в городах-миллионниках



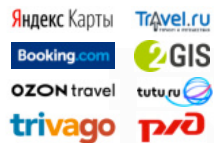


## Коммуникация с экстремалами




Промопосты и сторис, блогерский анонс

+



Баннерная, нативная и мобильная реклама

+

  
Спецпроект



знакомим с продуктом

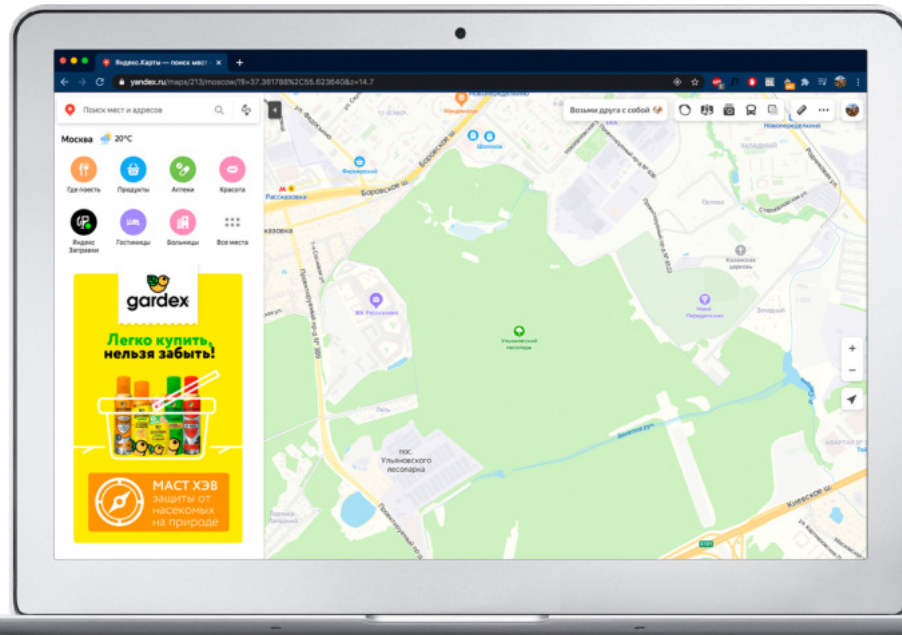
+



ведем на покупку, даем промокоды



## Пример баннера на сайте



**Яндекс.Карты и Пробки (26%)**  
**2gis.ru (13%)**  
**Booking.com (7%)**  
**Tutu.ru (7%)**  
**Ozon.travel (5%)**  
**Rzd.ru (3%)**  
**Travel.ru (3%)**  
**Trivago.ru (3%)**  
**Votpusk.ru (2%)**

Источник: Russian Target Group Index 2019 Total, недельная посещаемость по ЦА в городах-миллионниках



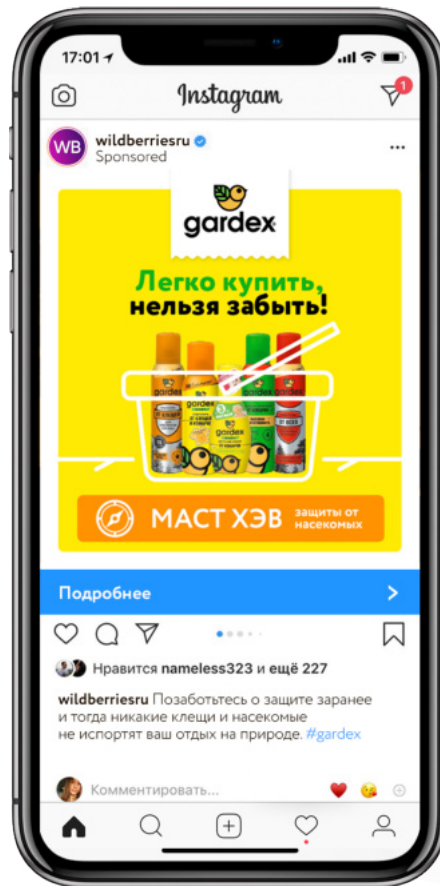
## Пример промпоста в Instagram



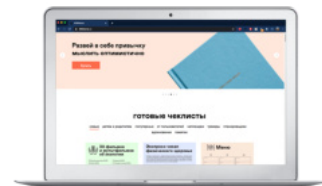
Идея вторая

### Instagram (38%)

Источник: Russian Target Group Index 2019 Total, недельная посещаемость по ЦА в городах-миллионниках



# Спецпроект для всех: трекер на площадке 365done.ru



365done.ru – это проект про осознанность, продуктивность, внимательное отношение к себе и новые привычки. Трекер с привычкой от Gardex поможет нашей целевой аудитории заранее позаботиться о защите от комаров, клещей и других насекомых перед прогулкой или поездкой на природу. Чеклист позволит собраться на отдых и не забыть взять с собой все необходимое из списка.

Возможности площадки для бренда:

## 1. Партнерский чеклист

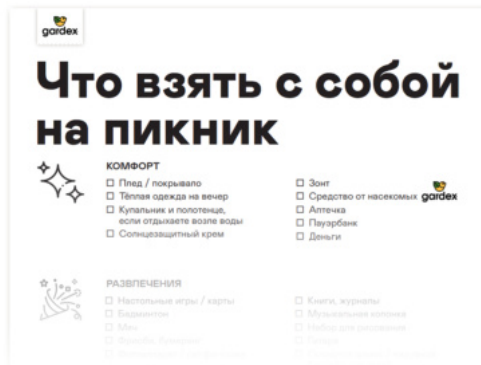
Чеклист с логотипом бренда появляется на сайте на 3 месяца. Тема чеклиста полезна людям и отвечает ценностям проекта.

## 2. Логотип на чеклистах, которые создают пользователи площадки в конструкторе.

На сайте пользователи создают 1000 чеклистов ежедневно и 25.000 чеклистов месяца.

## 3. Обзор товаров в инстаграме и телеграме 365done.

Для этого нужно рассказать о бренде/продукте и желаемой опции.







# Идея третья



## Инсайт

Во время вечерних дружеских посиделок мы часто отвлекаемся на комаров, пытаюсь их прихлопнуть или прогнать от себя и других. В итоге отдых превращается в похлопывания, нелепые жесты и разговоры о том, что на ком-то сидит комар.

## Слоган

**Gardex.**  
**Не прохлопай лето!**



КВ



## Key Visual





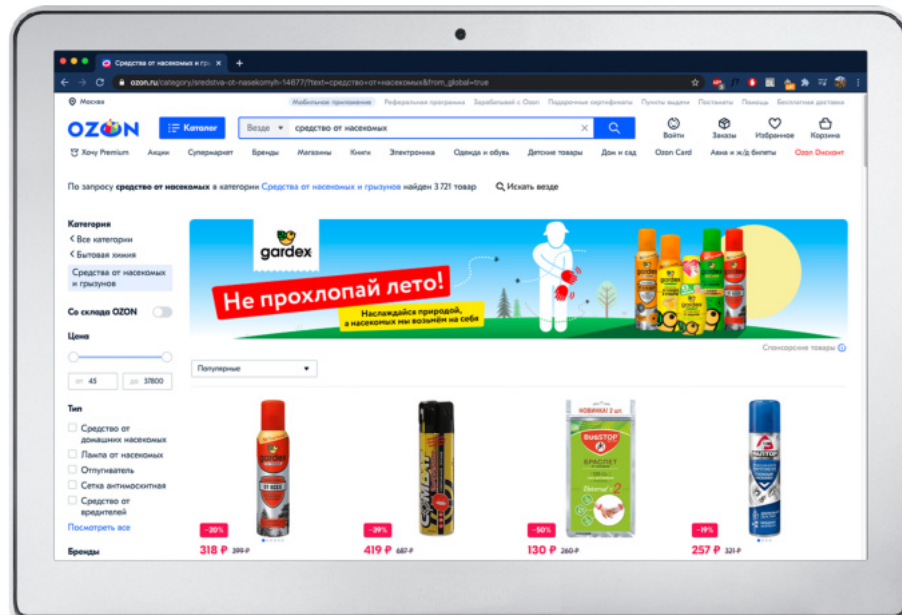
# Распределение каналов по сегментам



ЦА	Молодые мамы	Активные семьи	Экстремалы
<b>Креативный подход</b>	Призываем отдыхать и наслаждаться летом, не отвлекаясь на комаров, клещей и всех известных насекомых.		
<b>Задача</b>	Рассказать и закрепить знание о бренде и продукте. Обратит внимание на сезонные проблемы. Повысить лояльность		
<b>Слоган по сегментам</b>	«Gardex. Не прохлопай лето!»		
<b>Инструменты</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Контекстная реклама и баннеры</li> <li>Соцсети:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- промпосты и сторис</li> <li>- нативная реклама у мам-блогеров+конкурс</li> </ul> </li> <li>Спецпроект в TikTok</li> <li>E-com Промоакции и купоны</li> <li>YouTube Преролл</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Контекстная реклама и баннеры</li> <li>Соцсети               <ul style="list-style-type: none"> <li>- промпосты и сторис</li> <li>- нативная реклама у семейных блогеров</li> </ul> </li> <li>Спецпроект в TikTok</li> <li>E-com Промоакции и купоны</li> <li>YouTube Преролл</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Контекстная реклама и баннеры</li> <li>Соцсети               <ul style="list-style-type: none"> <li>- промпосты и сторис</li> <li>- нативная реклама у блогеров-путешественников</li> </ul> </li> <li>Спецпроект в TikTok</li> <li>E-com Промоакции и купоны</li> <li>YouTube Преролл</li> </ul>
<b>Фокусный продукт</b>	Спрей от комаров (от 3 месяцев), аэрозоль 2 в 1 (от 1 года)	Аэрозоль от комаров, аэрозоль от клещей	Аэрозоль от всех насекомых и клещей



# Пример баннера на сайте



## Пример промпоста в Instagram

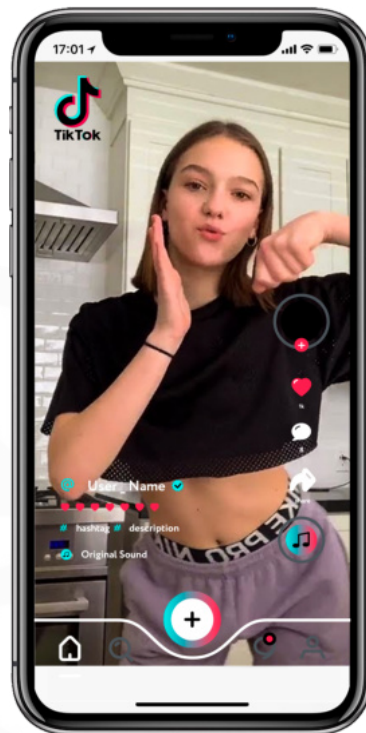


## Спецпроект для всех: танцевальный челлендж в TikTok

### «Отхлопнись от комаров»

Суть челленджа:

- Снять на видео и показать подписчикам соцсети, как ты отмахиваешься от комаров и хлопаешь себя, например, по рукам и ногам.
- Выложить ролик в своем аккаунте под хештегом [#отхлопнись\\_от\\_комаров](#) с призывом к участию.





# **Пре-роллы на YouTube и поддержка в e-com**



# Креативные идеи для прероллов в Youtube



## Идея №1

Экран ролика разделен на две части (side by side). В каждой из них мы показываем историю отдыха на природе с Gardex и без него. Например:

В левой части рыбак спокойно ловит рыбу, не отвлекаясь на насекомых, а в правой хлопает себя по рукам и ногам, отбегает от места рыбалки, бросает удочку, чтобы убежать от комаров и мошек.

В левой части семейный пикник в парке проходит спокойно, а в правой мама отгоняет насекомых от себя и ребенка, пока отец отгоняет мошек от еды.

В левой части молодые люди сидят у костра с гитарой, а в правой парень машет гитарой, отмахиваясь от насекомых, пока девушки отбиваются от них ветками с листьями.

**Сообщение ролика: Gardex справится с назойливыми насекомыми, чтобы вы наслаждались природой (походом/отдыхом на пикнике/рыбалкой).**





# Креативные идеи для прероллов в Youtube

## Идея №2

Ключевую роль на экране сыграет кнопка Skip ad. Мы поддержим зрителя в его желании быстрее пропустить рекламу и нажать на нее, так как в ролике она метафорически будет отражать нажатие на аэрозоль Gardex. Пропуская рекламу, зритель распыляет средство. Призывом к нажатию будет не только желание пропустить преролл, но и обезопасить себя от комаров и других насекомых.

**На экране мы пустим комариное жужжание на фоне природы и скажем зрителю: Собираетесь отдохнуть на природе? Не забудьте защитить себя (и свою семью) от назойливых насекомых. Нажимайте и распыляйте Gardex.**





# Инструменты поддержки в e-com

Список инструментов на примере онлайн-ритейлера **OZON**

## Возможности размещения на сайте и в приложении:

- баннер в категории
- всплывающий баннер со ссылкой (pop-up)
- продуктовые полки
- stories в приложении

## Рекламная система Ozon:

- принцип отбора товаров
- баннер в поиске

## Бренд-зона:

- размещение логотипа
- слайдер
- блок из двух или четырех баннеров

## Социальные сети:

- размещение в рекламе от аккаунта Ozon

## Целевой маркетинг:

- Mobile App & Web push
- баллы за отзывы

## Спецпроекты:

- sampling





# Работа с репутацией



## Где будем работать и каким образом

Сайты-отзовики	Мониторинг соцсетей	Соцсети и форумы
<p>Многие люди читают отзывы на сайтах-отзовиках перед тем, как приобрести товар, и очень важно, чтобы они были положительными.</p>	<p>Если какой-то покупатель остался недоволен товаром и решил выразить свое мнение в социальных сетях, бренду необходимо это знать, чтобы быстро урегулировать возникшую проблему.</p>	<p>Многие люди делятся своими проблемами в личных SM-пространствах или на спецфорумах. Именно на них мы можем сделать акцент и предложить им решение, упомянув о бренде.</p>



## ORM-советы и комментарии: отзовики и форумы

Широкое партизанское реагирование с упоминанием бренда в ответ на посты в социальных медиа:

- отслеживать упоминание категории: «от комаров/клещей отзывы» (количество запросов)
- отслеживать упоминание мотивации потребления: «средство от комаров/клещей» (количество запросов) и т.д.,

**В системе мониторинга социальных медиа отслеживаются не только упоминания бренда с последующим управлением репутацией.**

Отслеживаются категориальные и прочие связанные ключевые слова.





# Наши контакты



**Ольга Фёдорова**

Директор по работе с клиентами

+7 (985) 111-09-49

[fedorova.o@in10sive.ru](mailto:fedorova.o@in10sive.ru)

**Лариса Жукатаева**

Директор клиентской группы

+7 (910) 423-79-10

[zhukataeva@in10sive.ru](mailto:zhukataeva@in10sive.ru)





**Ю**справим насекомых  
на самоизоляцию!