




**ИНТЕРНЕТ
ДЛЯ КАЖДОГО**

Рекламные кампании в Регионах

**РИФ+КИБ, секция "Регионы"
Москва, 21 апреля 2011 г.**





**Правила игры в шахматы
знают все.**





Так выглядит идеальный план действий.





**Сделана серьезная, весомая
заявка на поражения !**





Правда "круто" ?





“Петров осознает, что переборщил с образностью”

alex-aka-jj.livejournal.com



Очевидное

- В регионах есть потребности бизнеса в рекламе, в общем-то есть деньги, доступен широкий набор инструментов
- Проблема соответствия инструментов рекламы, потребностей бизнеса, квалификации исполнителей
- Региональные брэнды
- Несистемная работа (*нам не нужна имиджевая реклама, нужны только продажи*)
- О вреде “активных продаж” для рынка в целом



Интернет реклама – это сложно!

- Собственные постоянные интернет проекты
- Собственные промо-проекты (1-2 разовое посещение)
- Медийная реклама
- Контекстная реклама
- Поисковая оптимизация (SEO)
- Работа с социальными медиа (SMO/SMM)
- Интернет СМИ
- Вирусные проекты



Решения?

- Учить (агентства, маркетологов/рекламистов, представителей бизнеса) по принципу простых/готовых шаблонов/методик для решения реальных типовых задач бизнеса с помощью доступных в данный момент инструментов
- Создавать новые, простые в использовании инструменты, адаптированные под реальные потребности бизнеса и квалификацию исполнителей



Потребность в инструментах:

- Баннеры, раскрывающиеся в “визитки” (телефон, адрес, форма заказа)
- Ремаркетинг, лиды, технологии таргетинга для баннерной рекламы (в том числе для нишевого брэндинга)
- Доступная 100% аудитории, универсальная технология, позволяющая легко позвонить по ссылке с баннера на телефон (Ростелеком?) с возможностью сбора статистики, ремаркетинга, таргетинга, лидов и т.д.