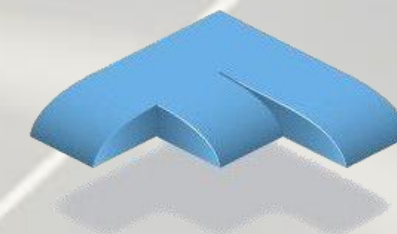


LETO

digital-centered communications



FUTURE MEDIA

Интегрированные кампании на стыке BTL, PR и digital

Москва 2012

Директор по работе с клиентами

Катя Азизова

Тоже директор

Илья Петров



Все хотят digital

Хотим
PR
и обязательно
предложите
нам
digital

Хотим
BTL
и обязательно
предложите
нам
digital

Хотим
ATL
и обязательно
предложите
нам
digital

Digital



Хотим
MEDIA
и вы же
подарите нам
digital



И только от digital
хотят просто digital

Хотим
PR

и обязательно
предложите
нам
digital

Хотим
BTL

и обязательно
предложите
нам
digital

Что вы нам принесли?
Разве это digital?

Хотим
ATL

и обязательно
предложите
нам
digital

Хотим
MEDIA

и вы же
подарите нам
digital

Спрос формирует потребность:

В интегрированных кампаниях
сегодня от **digital** ждут решения
задач других инструментов,
т.е. исполнения роли усилителя

Пример: промоакция

Купи

Докажи

Заработай

Получи

POS

POS

гарантия/розыгрыш

POS

POS

ЦВП

гарантия/розыгрыш

ЦВП

POS

Почта

гарантия/розыгрыш

ЦВП/Почта

POS

Digital

гарантия/розыгрыш

ЦВП/Почта

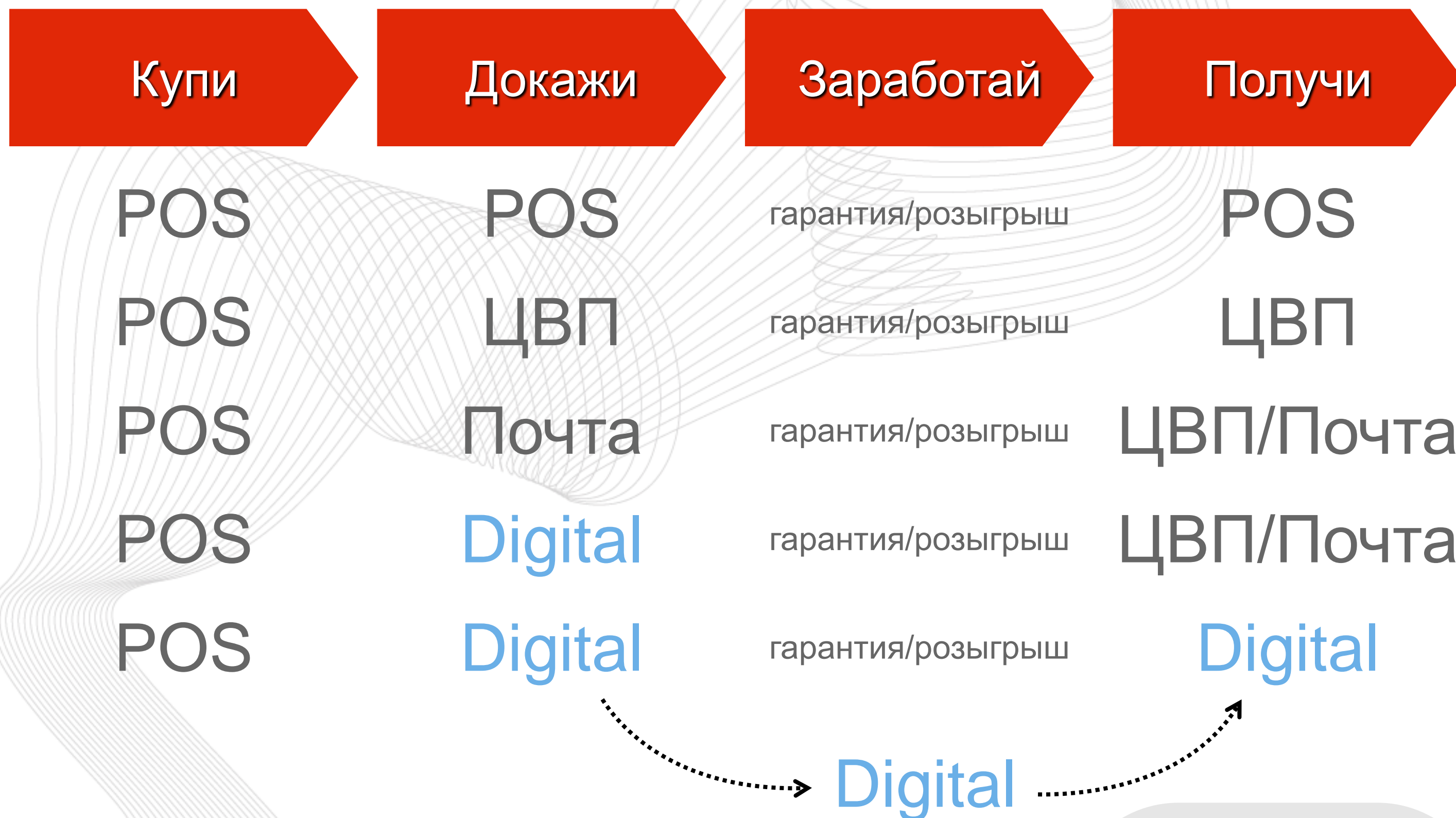
POS

Digital

гарантия/розыгрыш

Digital

Пример: промоакция



Пример: Carlsberg-1

- **Задача:**
 - создать BIG idea
 - повысить RR, используя нестандартные онлайн активности
- **Идея:**
 - Стань обладателем своего виртуального бара, сделай его лучшим и выиграй поездку по странам мира!
- **Решение:**
 - В первые пивной бренд использовал такого рода сложную механику, как онлайн симулятор барного менеджера
 - Была разработана крайне сложная



Пример: Carlsberg-1



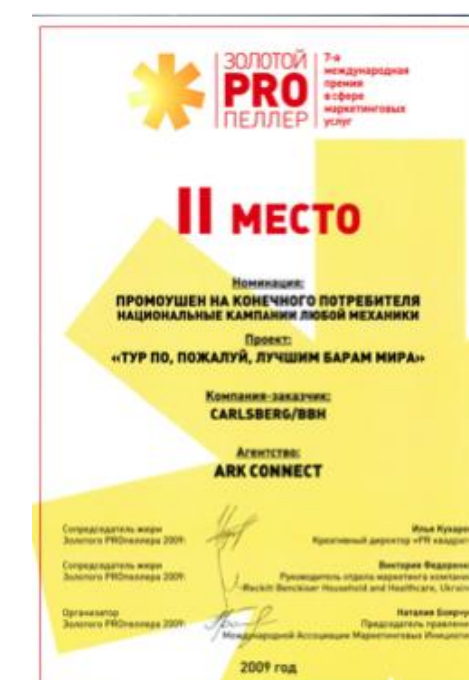
Пример: Carlsberg-1

- **Механика:**

- зарегистрируй 5 кодов и создай свой бар. Сделай его успешным
- «Плати» кодами и покупай дополнительное оборудование, организовывай концерты
- Регистрируй коды на промо-сайте и получай гарантированные призы

- **Результаты:**

- 28,500 участников промо
- 1 бар — 4 кода
- 5,000 игроков создали 12,400 баров
- 26 кодов на человека вместо 16



Пример: Carlsberg-2

- **Задача:**

- Поддержать связь бренда с футболом
- Придумать интересную идею кампании
- Повысить продажи за счет проведения digital promo

- **Идея:**

- Собери свою виртуальную футбольную команду, будь лучшим по итогам сезона и выиграй поездку на Чемпионат Мира по футболу!

- **Решение:**

- On-line футбольный менеджер
- Возможность ставить на реальные результаты



Пример: Carlsberg-2



- **Результаты**

- достигнут исторически высокий уровень RR – **4,43%**
- **20 640** участников промо
- **27** кодов на человека
- **16 263** игроков
- **7 055** команд забили **290 931** мяч





Интегрированное мышление —
нечто более глобальное

Интегрированное мышление:

Оно подразумевает работу
с совокупностью инструментов
и деталей реализации без отрыва
от больших изначальных целей

Пример: презентация

Интерес

Вовлечение

Знание

Оформление

Концепция

Информация

+digital

+digital

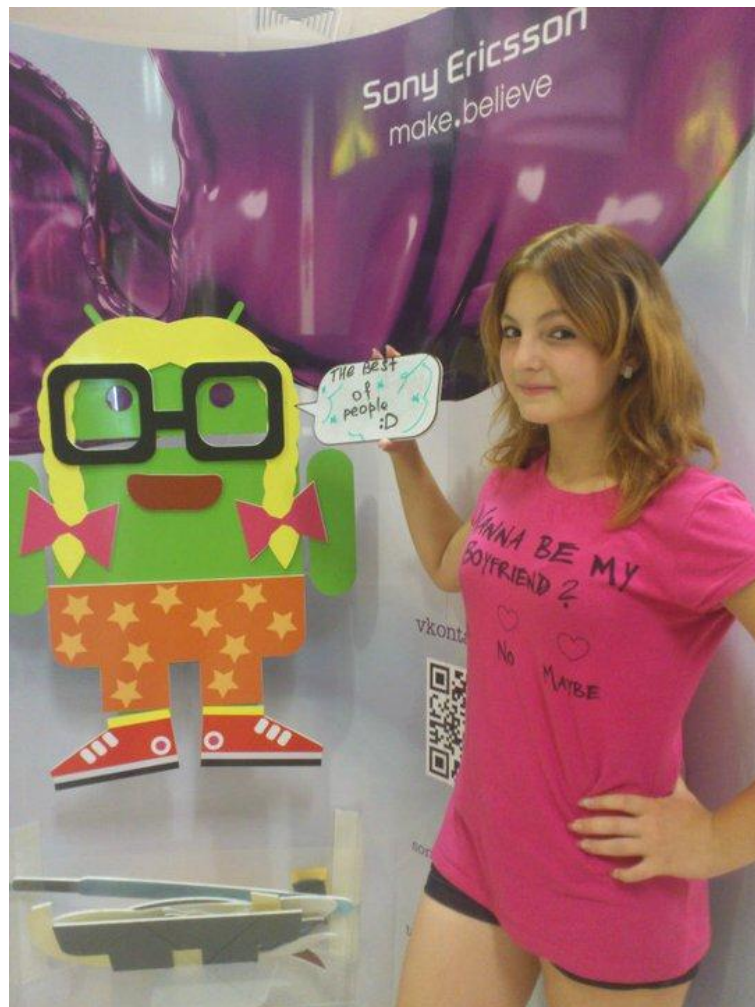
+digital

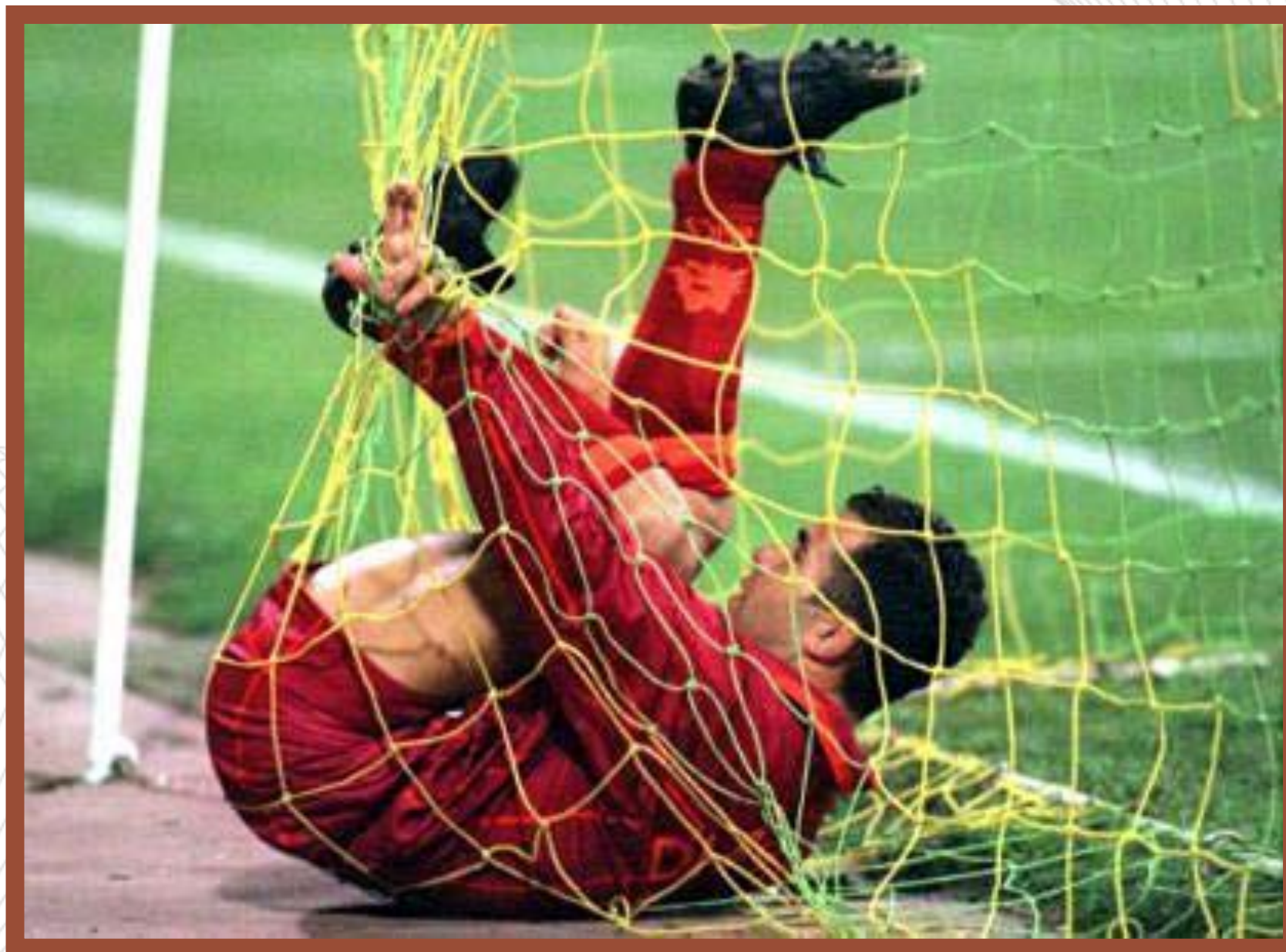
Вступление

Digital

За счет энергии **промо**
с помощью интеграции
решаем задачи **social media**

Пример: Sony Ericsson





Главное — не запутаться.
Digital-ный BTL или BTL-ный digital

BTL

конкурс

промо

статья

повод

событие

PR

BTL

конкурс

промо

статья

повод

событие

в соцсетях

в телефоне

в блогах

на сайте

в интернете

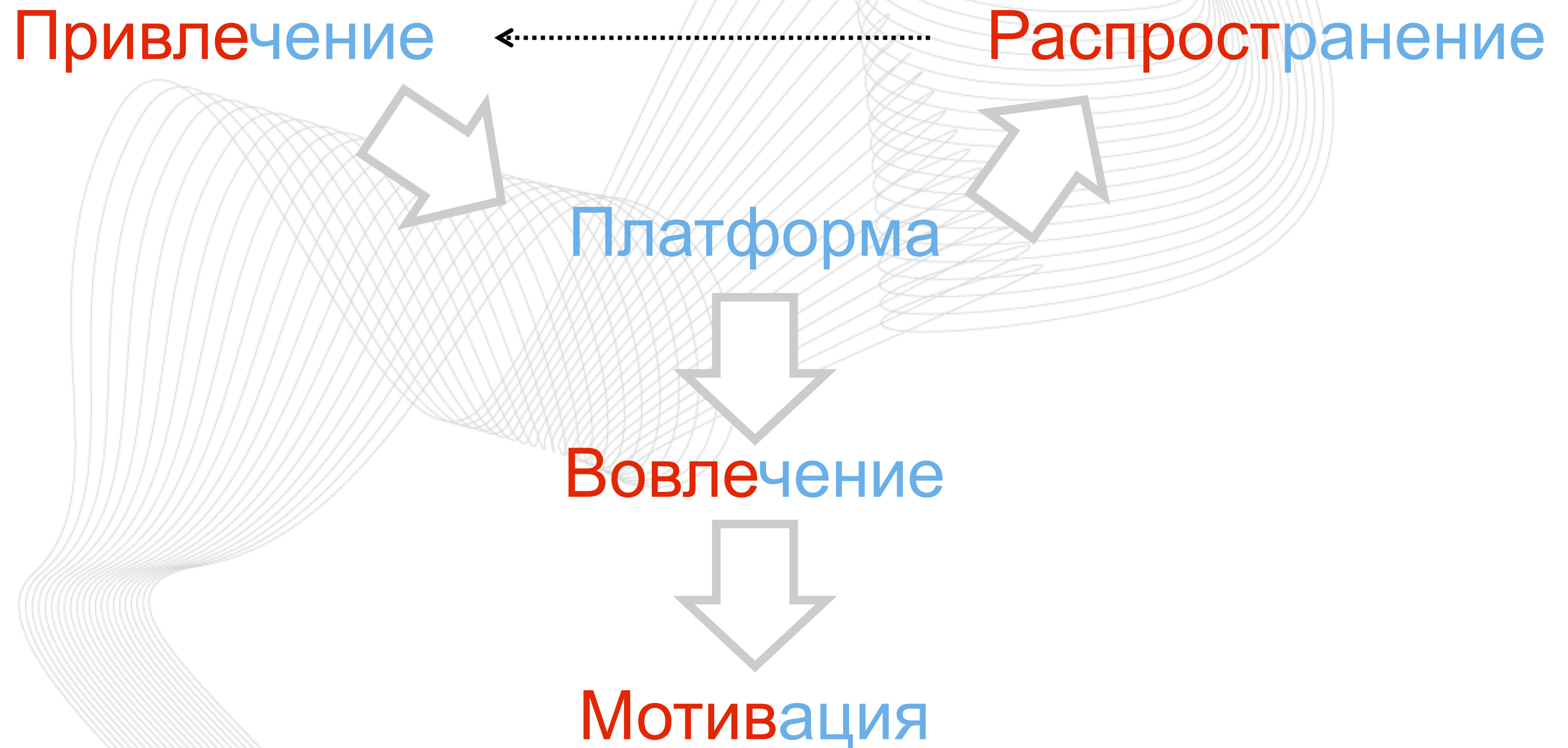
digital

PR



Идти от целей

Пример: интеграция



Слайды закончились, а вопросы — нет?

Пишите в **Leto!**
hi@letoagency.com
www.letoagency.com



Присоединяйтесь к нам
[на Фейсбуке](#) или следите
за новостями [в Твиттере](#)