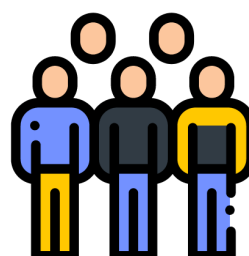
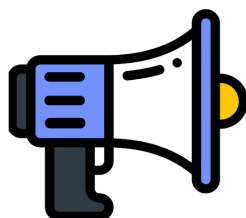


dewswweb



Онлайн-реклама для аудитории Москва-Сити

с использованием данных мак-адресов
устройств собранных в Москва-Сити

Содержание

ре
е
w
s
w
е
р

03

Сбор аудитории

04

Гиперлокальная реклама

05

Этапы работы

06

Рекламные площадки/материалы

08

Цены

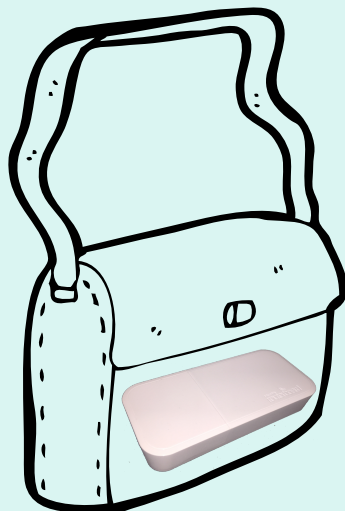
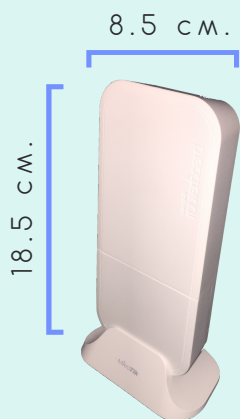
09

Руководители проекта

Технология ГЛОСС

Сканирование устройств людей с целью показа рекламы на этих устройствах.

Размер устройства



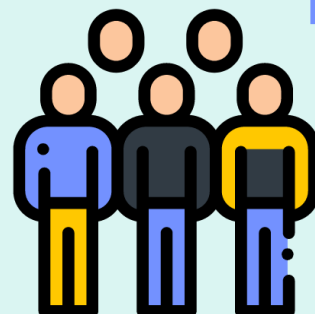
Устройство ГЛОСС

Время работы

Мобильный – 10 часов.
Стационарный – постоянно.

Радиус сбора

50 метров (360°)



Целевая аудитория

Передача данных

GPRS (SIM), Ethernet

Сбор аудитории

Аудитория сбора

Люди, проживающие и работающие в башнях Москва-Сити.

Цель

Показ рекламы всем людям, живущим или работающим в башнях Москва-Сити на всех принадлежащих им устройствах: на мобильных телефонах, планшетах, компьютерах.

Люди в Москва-Сити будут видеть Вашу рекламу везде в процессе использования интернета в своих устройствах без временных ограничений.

По вопросам наличия конкретных баз данных просьба обращаться к менеджеру поддержки по почте sales@dewsweb.ru или по телефону внизу страницы.

Метод

Заказчик получает лицензию на использование уже собранной базы данных или самостоятельно собирает интересующую его аудиторию и тогда арендует устройство ГЛОСС.

При самостоятельном сборе аудитории, нужно установить устройство в точку скопления интересующей аудитории.

Например, для сбора 1 башни Москва-Сити необходимо установить устройство в 50 метрах от лифтов или выходов на 2-3 недели.

Гиперлокальная реклама

Гиперлокальная система сканирования (ГЛОСС) используется для сбора данных мак-адресов устройств людей, попавших в радиус действия устройства ГЛОСС (Wi-Fi радар).

Мы создаем и ведем рекламу в интернете используя эти данные для точечного попадания в интересующую целевую аудиторию, что обеспечивает повышенную конверсию рекламодателю.

Что мы делаем

Мы создаем медиа материалы (баннеры, видео-баннеры и тизерные баннеры) и показываем их собранной аудитории в интернете.

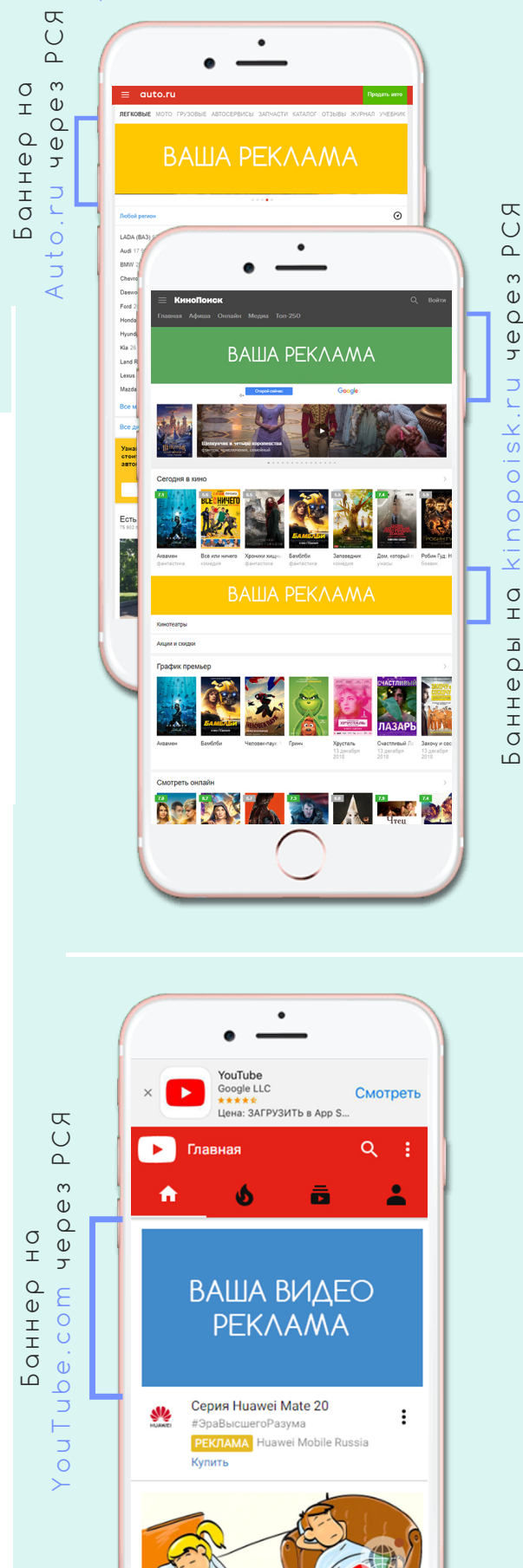
Процесс работы

Создается технический чат для оперативного обсуждения всех вопросов касающихся рекламных кампаний.

Работа над созданием, запуском и ведением рекламной кампании делится на следующие этапы:

1. Заполнение брифа и создание концепта.
2. Создание рекламных материалов.
3. Настройка рекламной кампании и запуск.
4. Ведение рекламной кампании.
5. Отчетность.

Примеры расположения рекламы



Баннер на
Gismeteo.ru через РСЯ



Баннер на Lenta.ru
через РСЯ

Реклама на
Afisha.ru через РСЯ

Этапы работы

1. Заполнение брифа и создание концепта

Клиент заполняет короткий бриф. На основании этого брифа и личного общения, мы готовим несколько концептов на выбор. Клиент утверждает один или несколько концептов.

2. Создание рекламных материалов

Мы создаем медиа материалы основываясь на концепции: баннеры, видео-баннеры и тизерные баннеры. Всего от 50 до 100 баннеров разного формата в рамках 1 рекламной кампании.

3. Настройка РК и запуск

Осуществляем настройку рекламной кампании на выбранной рекламной площадке и запускаемся.

4. Ведение РК

После запуска мы на ежедневной основе контролируем ход рекламной кампании, корректируя настройки, убирая медиаматериалы, не дающие отклика и дополняя успешные медиаматериалы.

5. Отчетность

Отчеты о проделанной работе (полный отчет) предоставляются в конце каждого месяца.

Промежуточные отчеты делаются по запросу и в течение 1-2 рабочих дней.

Рекламные площадки

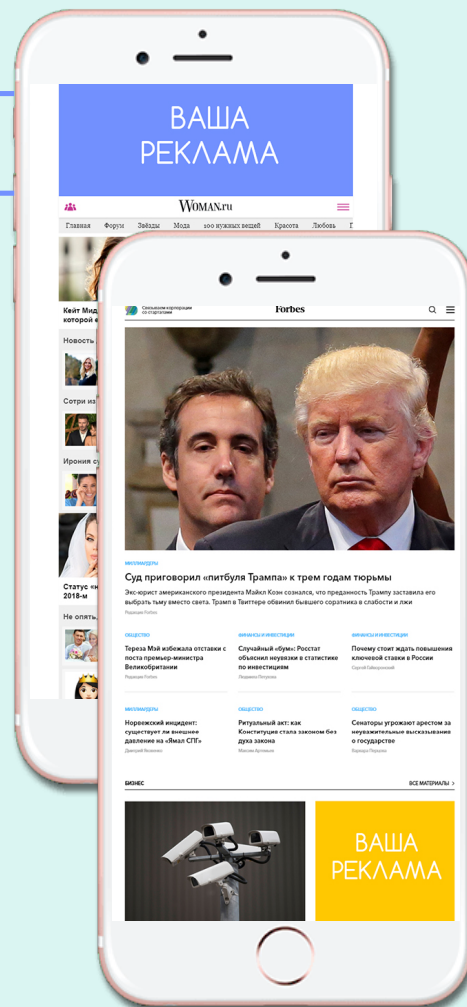
Яндекс.Директ

Данные из устройства ГЛОСС выгружаются в личный кабинет внутри выбранной рекламной площадки.

На сегодняшний день можно выгрузить данные в Яндекс.Директ и MyTarget.

Вы можете выбрать одну или обе рекламные площадки.*

Баннер на Woman.ru через РСЯ



Баннер на Forbes.ru через РСЯ

Яндекс.Директ

Рекламная сеть Яндекса (РСЯ) — это система размещения рекламы на сайтах, в мобильных приложениях, приложениях Smart TV и в видео. На этих платформах показываются рекламные блоки Директа.

Реклама показывается на более чем 20,000 сайтах рунета. Яндекс гарантирует респектабельность каждого сайта в своей партнерской сети.

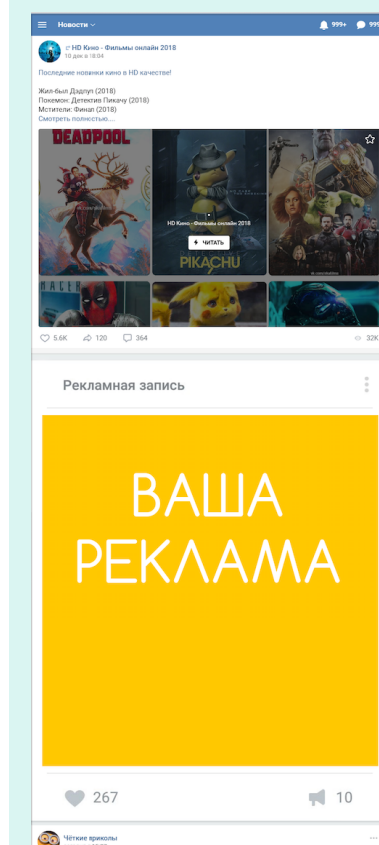
myTarget

В первую очередь, это две самые крупные социальные сети российского сегмента интернета, а именно: «ВКонтакте» и «Одноклассники».

Другими источниками для показа рекламы являются собственная сеть «Mail.Ru Group», включающая в себя множество сайтов-партнеров, крупные игровые сервисы и мобильные приложения всесторонней направленности.

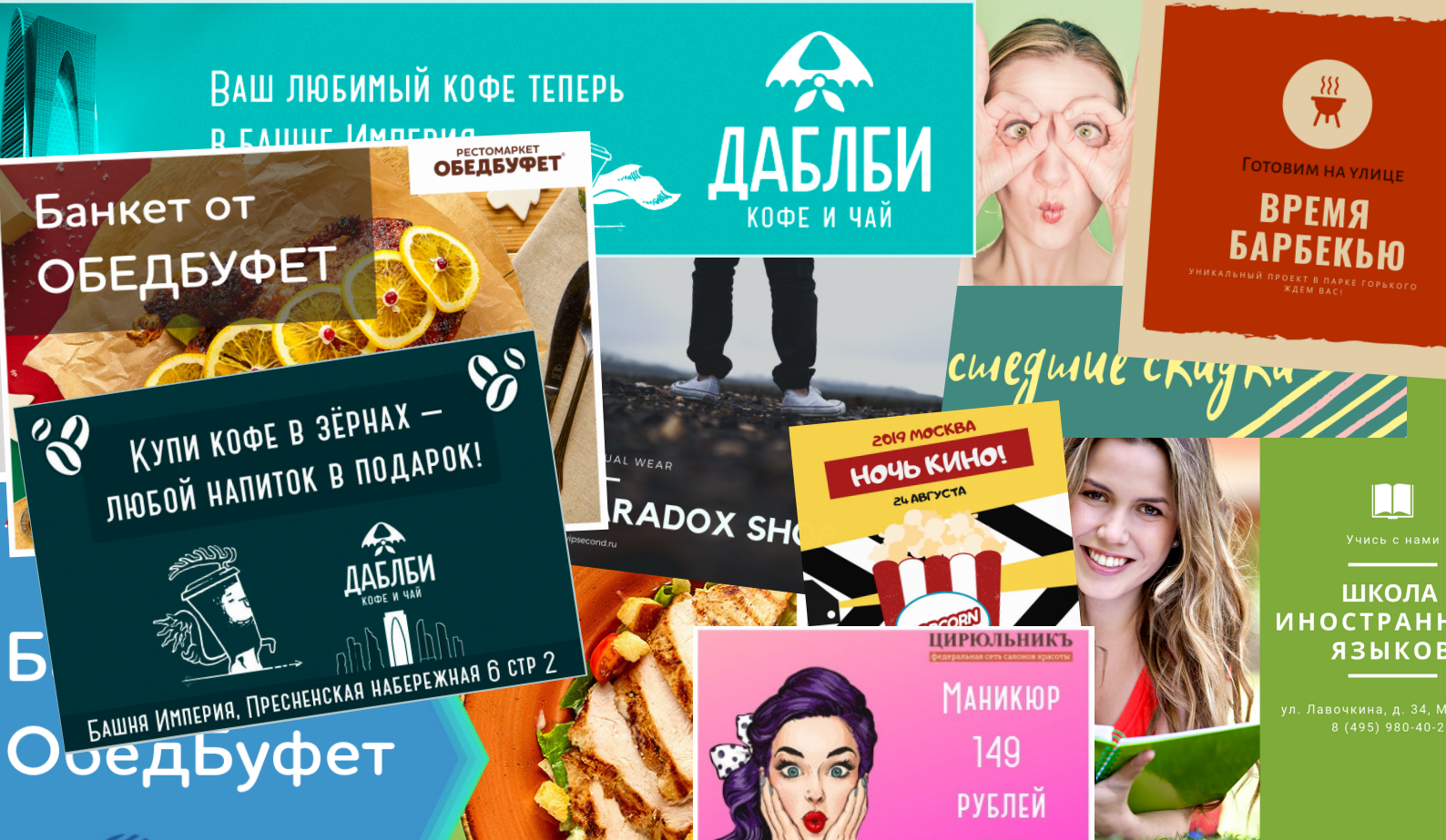
*Ведение рекламы на 2-х площадках оценивается как ведение 2-х рекламных кампаний.

myTarget



Рекламная новость на Vk.ru через myTarget

Всегда вторая новость в ленте



Рекламные материалы

Включено в предложение

- СТАНДАРТНЫЕ БАННЕРЫ
Текст в пределах баннера.
Есть кнопка.
- ТИЗЕРНЫЕ БАННЕРЫ
Текст расположен вне баннера.
Есть заголовок и короткий текст
- ВИДЕО БАННЕРЫ
GIF или видео баннеры.

[Пример по ссылке >](#)

Дополнительные маркетинговые материалы

- ПРОМО ВИДЕО
Мы делаем видео, которые приводят клиентов.

[Пример по ссылке >](#)

- САЙТЫ ИГРЫ
Мини игры – это свежее направление онлайн маркетинга, которое сейчас в тренде как у рекламодателей, так и у большинства аудиторий пользователей.

[Пример по ссылке >](#)

Цены

Наименование услуги	Стоимость, руб/мес.
Аренда устройства сбора данных ГЛОСС	15,000
Разработка и ведение 1 рекламной кампании	20,000
Бюджет рекламных кампаний*	

За информацией по готовым базам данных просьба обращаться к нашим менеджерам по почте sales@dewsweb.ru и по телефону +7 (495) 00-88-136

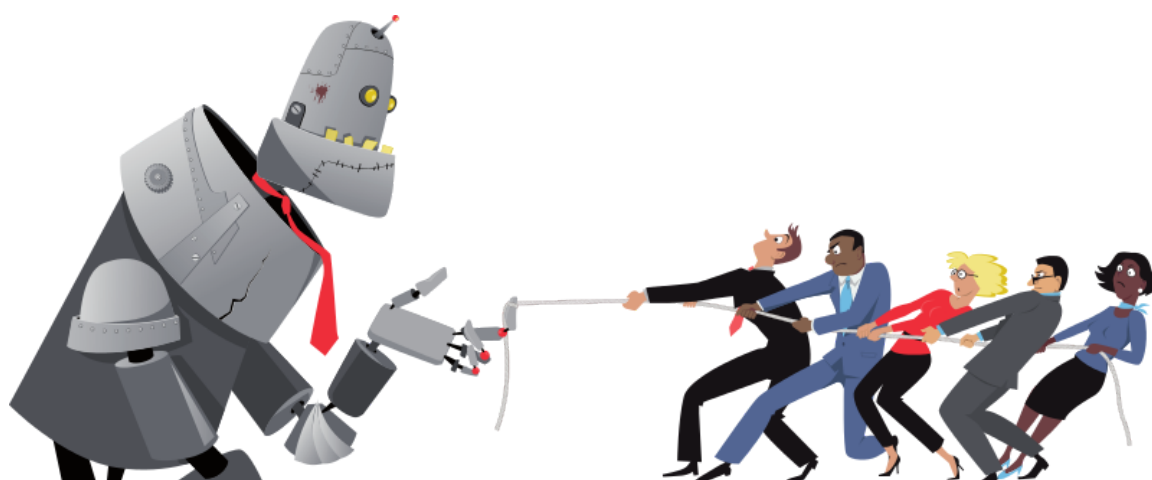
В стоимость разработки и ведения входит:

- обработка собранных аудиторий;
- сегментация аудиторий;
- создание рекламных объявлений (баннеров, видео-баннеров и тизерных баннеров);
- настройка Яндекс.Директ или MyTarget;
- отчетность.

*Бюджеты рекламных кампаний Яндекс и MyTarget оплачивается напрямую отдельным счетом, который мы выставаем от выбранной рекламной площадки.

Мы не берем комиссии или иные отчисления от бюджетов рекламных кампаний.

С уважением, команда Dewsweb.



Руководители Проекта



Михаил Семенов
CEO

- Экономист с дипломом Long Island University, New York (дополнительное образование – Бизнес Администрация);
- Основание и управление экономической ассоциацией ESOLI, Long Island;
- Соучредитель благотворительного фонда “Земля без границ”, Москва;
- Выступление в ООН, (MUN, New York);
- Чемпион Москвы и призер многочисленных всероссийских турниров по выездке, верховая езда (КМС),
- Обучение студентов системам BLOOMBERG TERMINAL, New York;
- Дипломы WEBMASTER, New York;
- Директор по развитию маркетингового агентства M-Push, Москва (2015–2017);
- Соучредитель и CEO студии дизайна Dewswab (2016 по настоящее время);
- Соучредитель и CEO маркетингового агентства Dewswab (2017 по настоящее время).



Надежда Семенова
Креативный Директор

- Финансово-юридическое образование Москва (Академия бюджета и Казначейства при Министерстве Финансов РФ, Московский Государственный Юридический Университет);
- Теологическое образование в отделении вуза государства Ватикан, Москва;
- Заместитель директора по маркетингу в Webinar.ru;
- Успешный опыт внедрения ORACLE OEBS на площадках:
- ОАО “Вертолеты России” (1 год внедрения);
- Банк ВТБ (1,5 года внедрения);
- Получение двух грантов Сколково за проекты в области IT;
- Собственное портфолио успешных бизнес проектов;
- Соучредитель и креативный директор студии дизайна Dewswab (2016 по настоящее время);
- Соучредитель и креативный директор маркетингового агентства Dewswab (2017 по настоящее время).