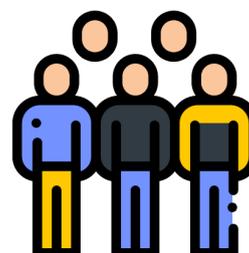
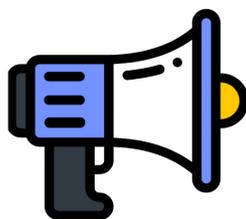


dewsweb



Онлайн-реклама для посетителей выставки

с использованием данных MAC-адресов
устройств собранных на любой
интересующей выставке

Содержание

03

Сбор аудитории

04

Гиперлокальная реклама

05

Этапы работы

06

Рекламные площадки/материалы

08

Цены

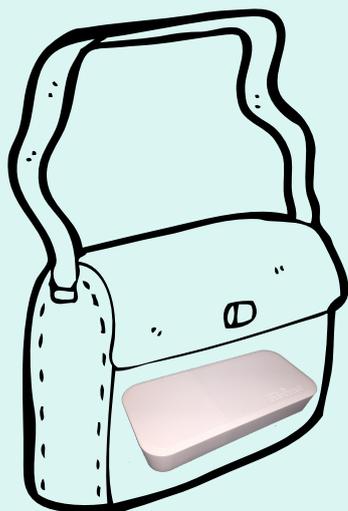
09

Руководители проекта

Технология ГЛОСС

Сканирование устройств людей с целью показа рекламы на этих устройствах.

Размер устройства



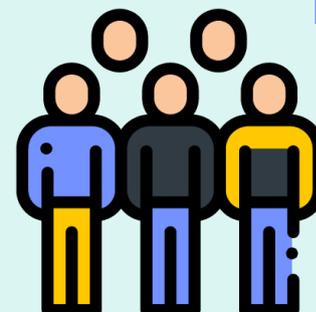
Устройство ГЛОСС

Время работы

Мобильный – 10 часов.
Стационарный – постоянно.

Радиус сбора

50 метров (360°)



Аудитория выставки

Передача данных

GPRS (SIM), Ethernet

Сбор аудитории

Аудитория сбора

Гости и участники любой интересующей выставки.

Цель

Сбор базы данных MAC-адресов всех устройств посетителей выставки с целью показа рекламы на этих устройствах, а также на всех других устройствах, принадлежащих собранной аудитории.

Посетители интересующей выставки будут видеть Вашу рекламу везде в процессе использования интернета в своих устройствах без временных ограничений.

Выставка длится в среднем 4 дня, Ваша реклама продолжит работу с гостями выставки весь год.

Метод

Заказчик получает устройство сбора MAC-адресов ГЛОСС, которое он берет с собой на выставку и устанавливает на свой стенд или дает своему сотруднику, который перемещается по выставке.

Мобильное устройство ГЛОСС помещается в сумку или портфель любого размера и работает около 8 часов без подзарядки. Оно собирает мак-адреса всех телефонов, планшетов и компьютеров в радиусе 50 метров не зависимо от того, включена функция Wi-Fi на телефоне или нет.

Гиперлокальная реклама

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

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

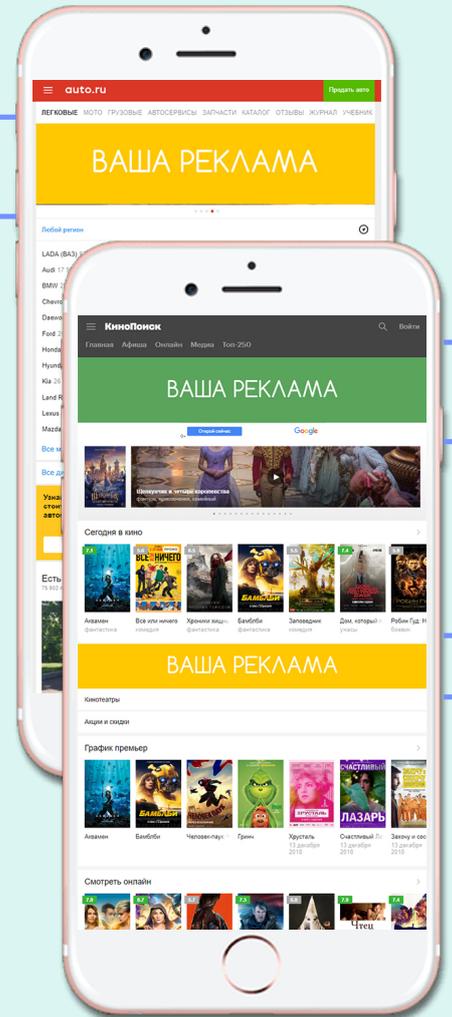
Создается технический чат для оперативного обсуждения всех вопросов касающихся рекламных кампаний.

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.

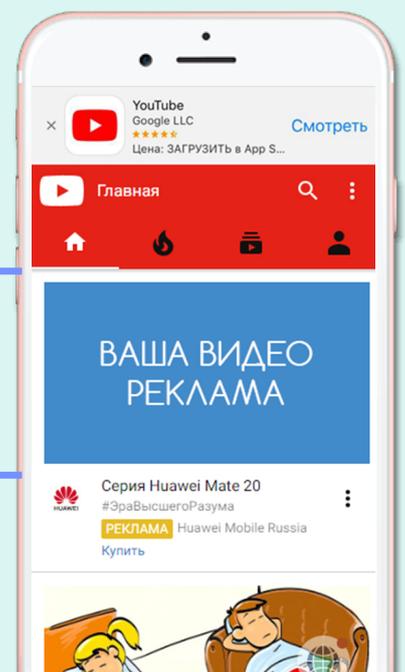
Примеры расположения рекламы

Баннер на Auto.ru через РСЯ



Баннеры на kinopoisk.ru через РСЯ

Баннер на YouTube.com через РСЯ



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

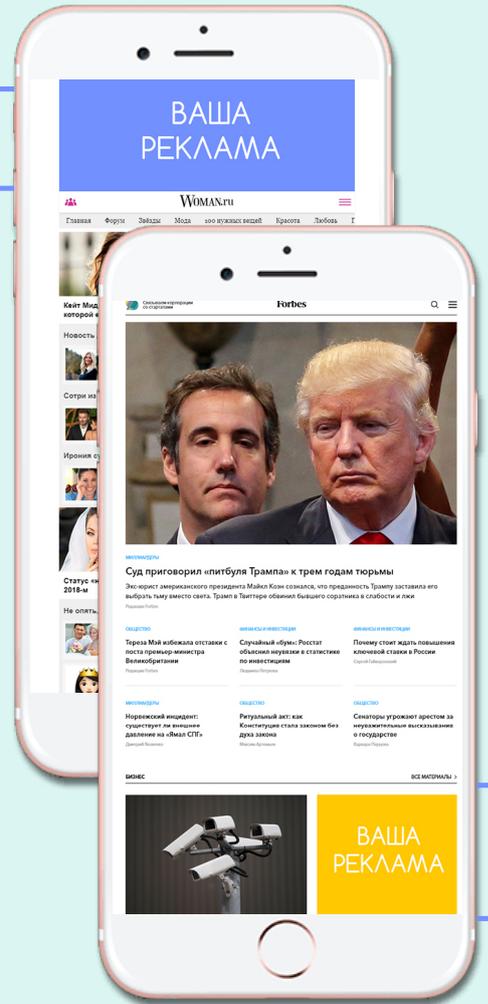
Яндекс.Директ

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.

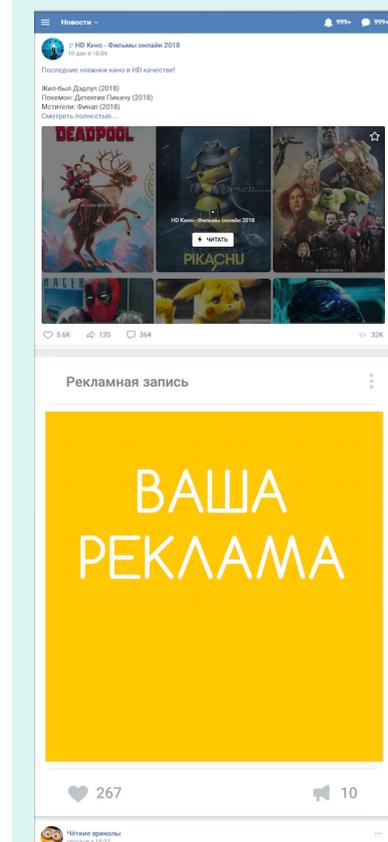
myTarget

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.

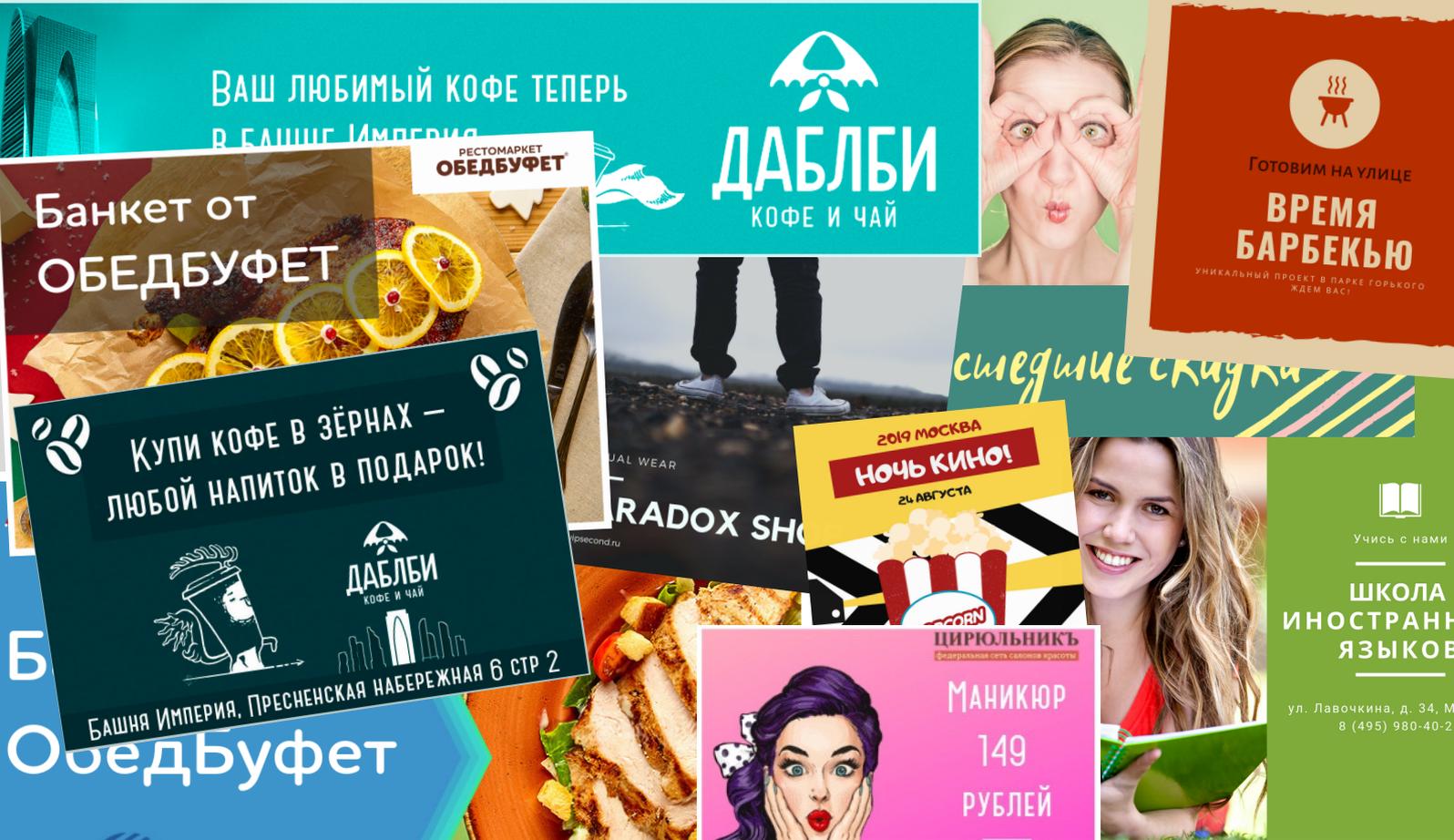
*Ведение рекламы на 2-х площадках оценивается как ведение 2-х рекламных кампаний.

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*	

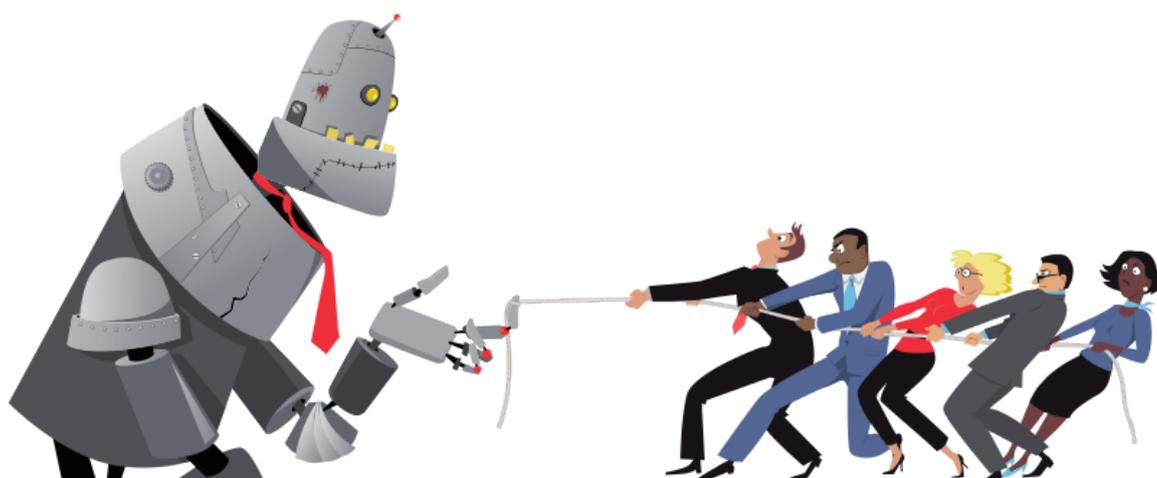
В стоимость разработки и ведения входит:

- 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 выставляем 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).