

Что такое цифровые
коммуникации и кому они
нужны?

Что за «зверь» и с чем его едят?

- Разновидность способов передачи информации в цифровом виде (текст, дизайн, фото, видео и т.д.) при помощи специализированных каналов (сайты, мобильные приложения, социальные сети и т.д.) от источника информации к целевой аудитории;
- Отрасль экономики на стыке оффлайн и онлайн технологий, программного обеспечения, применяемых в современных устройствах передачи информации.

Виды каналов:

- Веб – корпоративные (имиджевые) сайты, персональные сайты, электронные СМИ, сервисы и т.д.;
- Мобайл – официальные приложения, мессенджеры, журналы и т.д.;
- Социальные сети – тематические сообщества, официальные представительства компаний, страницы известных людей и т.д. ;
- Блоги, подкасты, каналы (на Youtube и пр.);
- Смарт-ТВ, радио, обычное ТВ, наружные экраны, интерактивные поверхности.

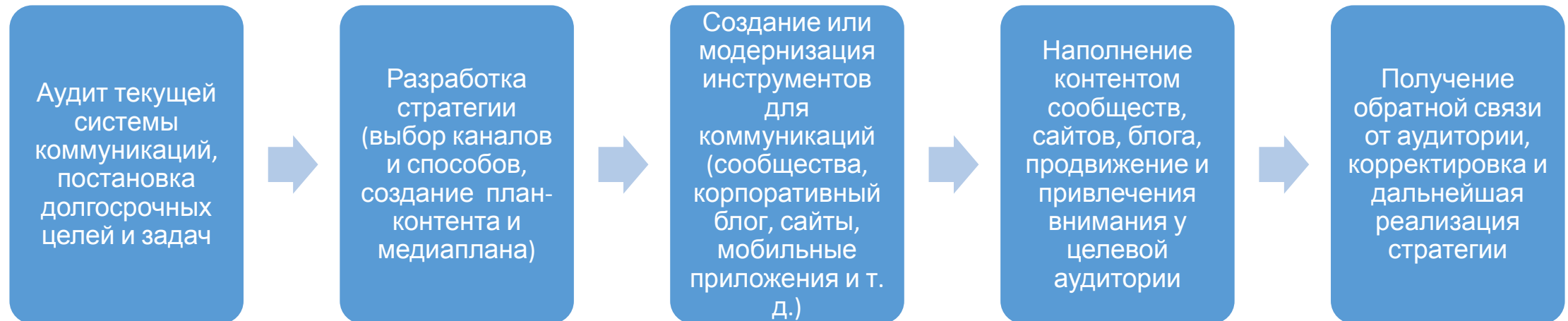
Способы передачи информации:

- Сообщения в социальных сетях (посты) в виде текста, фото, инфографики, изображений, видео и т.д.
- Имиджевые (корпоративные) сайты, промосайты и др.;
- Все виды цифровой рекламы: видеоролики, баннеры (анимационные, интерактивные и т.д.), текстовая реклама и пр.;
- Игры (в социальные сетях, мобильные и т.д.);
- Статьи и публикации в электронных СМИ.

Примеры решаемых бизнес-задач:

- Повысить узнаваемость или познакомить с брендом (продуктом, услугой) целевых аудиторий;
- Донести ценности и философию компании до целевых аудиторий;
- Вовлечь целевую аудиторию в формирование бренда, создать эффект сопричастности;
- Получить обратную связь, плюсики в карму, лучи добра и повышение уровня лояльности постоянных клиентов;
- Увеличить число потенциальных клиентов осведомленных о компании и др.

Как построить систему цифровых коммуникаций в компании?



Для кого?

- Коммерческим компаниям кто начинает или продолжает региональную (федеральную) экспансию, осуществляет выход на новый (международный) рынок;
- Персоналиям (известным или собирающимся ими стать): политикам, общественным деятелям, шоуменам, артистам, предпринимателям и т.д. ;
- Некоммерческим проектам, мероприятиям различного масштаба и пр.

Что для этого надо (кроме желания)?

- Система цифровых коммуникаций выстраивается на основе брендбука, гайдлайна (руководства по использованию фирменного стиля) и положительного опыта коммуникаций в компании;
- Возможность разового инвестирования средств от 100 000 руб. до 500 000 руб. при наличии брендбука (при отсутствии от 250 000 до 1 500 000 руб.);
- Возможность ежемесячных инвестиций от 70 000 руб.;
- Руководитель или специалист отвечающий за продвижение бренда компании.

Портфолио

- Создание фирменного стиля и логотипов: ОАО «ЮТЭК», ОАО «ЮРЭСК», ИА «Югра-Информ», ООО «АЛЕФ»;
- Разработка корпоративных (имиджевых) сайтов: ОАО «ЮТЭК», ОАО СМК «Югория-Мед», ОАО «ЮРЭСК», МП «Водоканал», БУ «Юганский заповедник», МДЭП, УФМС, Прокуратура России по ХМАО-Югре и др.;
- Создание анимационных баннеров и видеороликов для рекламных кампаний ОАО «Ханты-Мансийский банк»: ипотека, автокредиты, потребительский кредит.

Жду ваших вопросов!



Семён Корнеев –
продюсер в области цифровых
коммуникаций

Тел.: +7-932-47-17-681

Эл. почта: korneevart@gmail.com

Социальные сети: www.facebook.com/svkorneev, vk.com/svkorneev