

## Проект разработки и реализации рекламной кампании для продвижения интернета

**Задача:** Разработка и реализация рекламной кампании  
**Заказчик:** ТК “Цифраком”

К нам обратилась управленческая команда телекоммуникационной компании “Цифраком” с предметной задачей: реализовать для них рекламную кампанию в жилых домах.

Интернет провайдеру нужна реклама только на ту аудиторию, которая может заказать их услугу сразу после получения рекламного сообщения.

Суть запроса заключалась в том, чтобы мы своими силами организовали дочернее btl подразделение и на регулярной основе проводили рекламные кампании в жилых домах, в которые провайдер привел кабель. Второй задачей в рамках рекламных кампаний был сбор аналитики по квартирному фонду т.к. внутренние данные провайдера были не актуальными. Основным требованием заказчика была организация нашими силами собственного подразделения.



Мы принимаем решение войти в это направление, и формируем обособленное подразделение для реализации этого проекта состоящего из менеджера проекта, специалиста по персоналу и контролера качества работы промо-персонала.

### **Июнь 2008 года:**

Наша команда нанимает первый персонал - команду из 5-ти распространителей. В течение первого месяца мы работаем в двух районах города.

### **Июль 2008 года:**

География и команда увеличиваются - команда состоит из 10-ти почтальонов распространителей, и мы работаем уже в 3-ти районах города. Объем распространяемой продукции за месяц равен примерно 350 000 экземпляров.

### **Август 2008 года:**

Совместно с заказчиком мы разрабатываем имиджи для рекламных кампаний и планируем маршруты распространения по жилым домам.

Нашими силами создана и внедрена в колл-центре заказчика специальная система оценки эффективности рекламы сразу после размещения промо материалов в почтовых ящиках жилых домов и оценка отложенного спроса.

К середине августа мы проводим рекламные кампании во всех районах присутствия сети “Цифра”, а команда из 20-ти почтальонов за месяц распространяет около 850 000 экземпляров рекламной продукции.

Параллельно с этим наш персонал собирает базу по количеству квартир в домах для планирования дальнейших кампаний и работы сети “Цифраком”

## **Сентябрь 2008 года:**

К сожалению, внутри заказчика происходят серьезные изменения, и бюджет на рекламу замораживают.

Поскольку кампании были запланированы заранее, то до конца сентября мы доводим текущие рекламные кампании и работа останавливается в согласованный срок.

## **Результат:**

Впоследствии наше сотрудничество с компанией “Цифра” так и не восстановилось. Через какое-то время сама компания была продана, а бренд закрыт.