

БИЗНЕС-КЕЙСЫ: ЭФФЕКТИВНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ ОТ DIZOR MEDIA GROUP

О важности и тенденциях развития медиапродвижения журналу National Business рассказали учредители и собственники DIZOR MEDIA GROUP Альберт и Эдуард Коэн



Альберт и Эдуард Коэн,
учредители и собственники
DIZOR MEDIA GROUP

Наружная реклама, полиграфия, продвижение в социальных сетях, контекстная реклама, спонсорство — способов рекламы и PR существует множество. Инструмент продвижения зависит от целей, задач и продукта. Реальность такова, что самой сложной проблемой в сфере рекламы и PR стал выбор направления, которое максимально подойдет для конкретной задачи.

Наиболее универсальным способом продвижения является видео. Благодаря разнообразию жанров и почти неограниченным возможностям, видео может решить любую рекламную задачу. Сейчас видеоконтент переживает второе рождение. Все больше сервисов позволяют интегрировать видеоролики, а это значит, что увеличивает и число каналов распространения.

Какой инструмент рекламы вы считаете самым перспективным?

Альберт Коэн: Наша компания занимается комплексным медиапродвижением. Мы создаем сайты, разрабатываем дизайн и различные виды рекламы. Но одним из самых мощных инструментов рекламы мы считаем видеопродвижение, которое играет важную роль в интернете. Сейчас поисковые запросы на определенные товары и услуги еще не заняты на поле видеоконтента, и компания, которая использует его в продвижении, выигрывает у конкурентов.

Эдуард Коэн: Нельзя не упомянуть и о потенциальной виральности видеоконтента. Пользователи интернета охотно делятся понравивши-

мися видеороликами, в том числе и рекламными. Они набирают миллионы просмотров, а компания, о которой идет речь в видео, получает органический рост лояльных пользователей.

Расскажите о проектах по продвижению компаний, которые вы недавно осуществили

Э.К.: Не так давно мы реализовали масштабный проект для группы компаний «ЭлПромЭнерго», которая реализует комплексные проекты в сфере светодиодного освещения на всей территории РФ и стран СНГ.

Основная проблема заключалась в том, что клиенты были из других городов, и они не могли увидеть компанию воочию. Из-за этого не все клиенты шли на сотрудничество, и компания упускала прибыль. Мы проанализировали проблему и пришли к выводу, что для «ЭлПромЭнерго» необходимо создать презентационный фильм.

При разработке концепции сценария фильма мы взяли за основу текущий проект компании — «Подсветка здания заводоуправления Пермского Моторного Завода, а также освещение сквера перед ним и монумента «МиГ на взлете» (рис. 1). Мы отсняли монтажные работы, установку осветительного оборудования и торжественное открытие памятника и сквера. Также осветили ряд крупных проектов, уже произведенных компанией на территории Пермского края и сняли видеоотзывы клиентов.

В фильме о направлении движения компании, о ее главной задаче и о географии работы рассказал генеральный директор Дмитрий Каракайтис. Были показаны производственные и офисные помещения, рабочие места и сотрудники. Мы использовали ряд инструментов, которые позволили представить компанию на всероссийском уровне: аэросъемка, 3D-графика, инфографика, интервью с клиентами и партнерами.

DIZOR
MEDIA GROUP

Пермь, ул. Куйбышева 119
тел.: 209-17-88 (многоканальный)
info@dizormedia.ru

www.dizor-perm.ru

Об эффекте продвижения лучше клиента никто не скажет. Мы получили такой отзыв от генерального директора компании «ЭлПром-Энерго» Дмитрия Каракайтиса: «Можно констатировать факт, что благодаря такому эффективному инструменту, как профессиональный корпоративный видеоролик наши продажи увеличились в среднем на 15%-17% по сравнению с предыдущим годом. Фильм поднял уровень доверия к компании в глазах наших текущих и новых клиентов. Теперь вместе с коммерческим предложением специалистам достаточно предоставить клиенту фильм, им не приходится долго рассказывать о компании: о наших преимуществах, о том сколько лет мы работаем на рынке и какие проекты уже осуществили. После просмотра фильма заказчик, как правило, сразу переходит к обсуждению условий сотрудничества. Мы очень довольны, что выбрали именно этот способ продвижения. Уже сейчас мы планируем создать презентационный фильм для другой компании нашего холдинга».

А.К.: Когда к нам обратилась компания **Fort Telecom**, мы столкнулись с очень оригинальной задачей. Одними из ключевых направлений компании Fort Telecom являются разработка и производство комплексных решений построения систем IP-видеонаблюдения и безопасности под маркой Tfortis. Fort Telecom пришли к нам уже с готовой видеозаписью, где главный конструктор рассказывает, из чего состоит система построения IP-видеонаблюдения TFortis и в чем ее преимущества. Но разобраться в этой записи могли только узкие специалисты, так что понять ее даже с третьего просмотра нам не удалось.

Итак, задача у нас была сложная: не только доступно объяснить зрителю принципы системы построения IP-видеонаблюдения, но и показать, в чем преимущества системы TFortis по отношению к обычной системе IP-видеонаблюдения. Проанализировав ситуацию, мы решили создать анимационный фильм.

Совместно с инженерами компании Fort Telecom нами был разработан наиболее подходящий сценарий, показывающий с помощью метода «проблема — решение» преимущества использования системы TFortis. Получилось просто и наглядно. Мы посадили за мониторы двух анимационных человечков — синего и красного. Красный использовал общую систему построения IP-видеонаблюдения (рис. 2), синий — систему IP-видеонаблюдения TFortis (рис. 3). При определенных условиях мы демонстрировали, как себя ведет система IP-видеонаблюдения TFortis в сравнении с обычной системой. Так мы показали основные ключевые преимущества.

Директор по развитию Fort Telecom Владимир Макаренко оставил нам такой отзыв: «Мы разместили наш анимационный фильм на сайте и отправили его дистрибьюторам, чтобы они показывали клиентам. Фильм сразу же получил позитивные отклики. Действительно, менеджерам стало гораздо проще объяснять преимущества нашей системы клиентам. А благодаря тому, что теперь преимущества продукта наглядны, продажи растут, несмотря на кризис».

Э.К.: Был также интересный кейс со школой творческого развития «Академия успеха». Компании был необходим полный комплекс медиауслуг. Мы обозначили целевую аудиторию, разработали концепцию продвижения и PR-стратегию на два года. В рамках этого мы создали логотип компании, буклеты, брендбук, сайт и аккаунты в социальных сетях. Также мы сняли презентационный фильм, сделали десять видеотчетов с крупных мероприятий школы и засняли видеотзывы о компании. Мы полностью выполнили медиапродвижение под ключ. Сейчас компания движется по написанной нами PR-стратегии.

Художественный руководитель школы Тамара Корякина осталась довольна сотрудничеством с нами: «Очень удобно, что одна компания способна осуществить полный комплекс медиауслуг для продвижения компании с нуля. Мы искали такую компанию и нам удалось найти ее в Перми. Так как мы работаем первый год, то очень довольны полученным результатом — сейчас компания в прибыли. Мы набрали необходимое количество клиентов. С DIZOR MEDIA GROUP планируем плотно сотрудничать и в дальнейшем».

Можно ли сказать, что без медиапродвижения компании, о которых вы рассказали, не достигли бы тех результатов, что имеют сейчас?

Э.К.: Безусловно, можно. Медиапродвижение позволяет решить широкий спектр задач. К примеру, HR-фильм прекрасно подойдет, если компании нужно набрать кадры, поднять свою ценность на рынке работодателей. А на примере бизнес-кейса Fort Telecom можно убедиться, что чем сложнее предмет, тем проще и лаконичней о нем следует говорить. Кстати, все наши работы можно посмотреть у нас на сайте в разделе «Портфолио». Там еще много интересных кейсов!

А.К.: Самое главное — это определить цели и задачи и подобрать к ним подходящее решение. Не бывает универсальных схем для продвижения бизнеса. Бывают профессионалы, которые подбирают оптимальное решение для каждого конкретного случая. Эффективное продвижение — залог успешного бизнеса.



рис. 1. Проект «ЭлПромЭнерго»



рис. 2. Проект Fort Telecom



рис. 3. Проект Fort Telecom

NB•СПРАВКА

Органический рост — рост сообщества за счет качественного и вдумчивого контента, без использования рекламы.

PR-стратегия — это совокупность запланированных действий, которые направлены на построение эффективных связей с общественностью.

Анимационный фильм — вид киноискусства, произведения которого создаются методом кадровой съемки последовательных фаз движения рисованных или объемных объектов.

HR-фильм — фильм для сотрудников.