





25
ЛЕТ



5
НАПРАВЛЕНИЙ
БИЗНЕСА



125
СОТРУДНИКОВ



БОЛЕЕ
55
КЛИЕНТОВ



ДОСТИЖЕНИЯ

ВХОДИТ В **ТОП-10** КРУПНЕЙШИХ
МЕДИАХОЛДИНГОВ РОССИИ

ВХОДИТ В **ТОП-5** КРУПНЕЙШИХ
НЕЗАВИСИМЫХ РЕКЛАМНЫХ
ГРУПП РОССИИ

ВХОДИТ В **ТОП-10** КРУПНЕЙШИХ
ПРОДАВЦОВ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ В РОССИИ

1

место по критерию качества
закупок рекламы «Экспертиза
- медийный сервис»

1

место по качеству закупок
рекламы в Интернете



В команде - 2 лауреата премии
Медиа Менеджер России

АКАР
АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

АССОЦИАЦИЯ
РЕКЛАМОРАСПРОСТРАНИТЕЛЕЙ
МОСКОВСКОЙ
ОБЛАСТИ

ИГРОНИК



ПЛАНИРОВАНИЕ
ЗАКУПКИ
РАЗМЕЩЕНИЕ



МЕДИЙНАЯ РЕКЛАМА
КОНТЕКСТ
ЛИДОГЕНЕРАЦИЯ
СОЦСЕТИ
РАЗРАБОТКА САЙТОВ



IGRONIK.DIGITAL

основан в 2013 году

8

МЕСТО

В РЕЙТИНГЕ КРУПНЕЙШИХ
КОМПАНИЙ ПО ОБЪЕМУ
ЗАКУПОК
ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ
ADINDEX, 2017

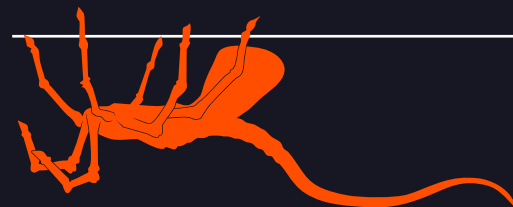


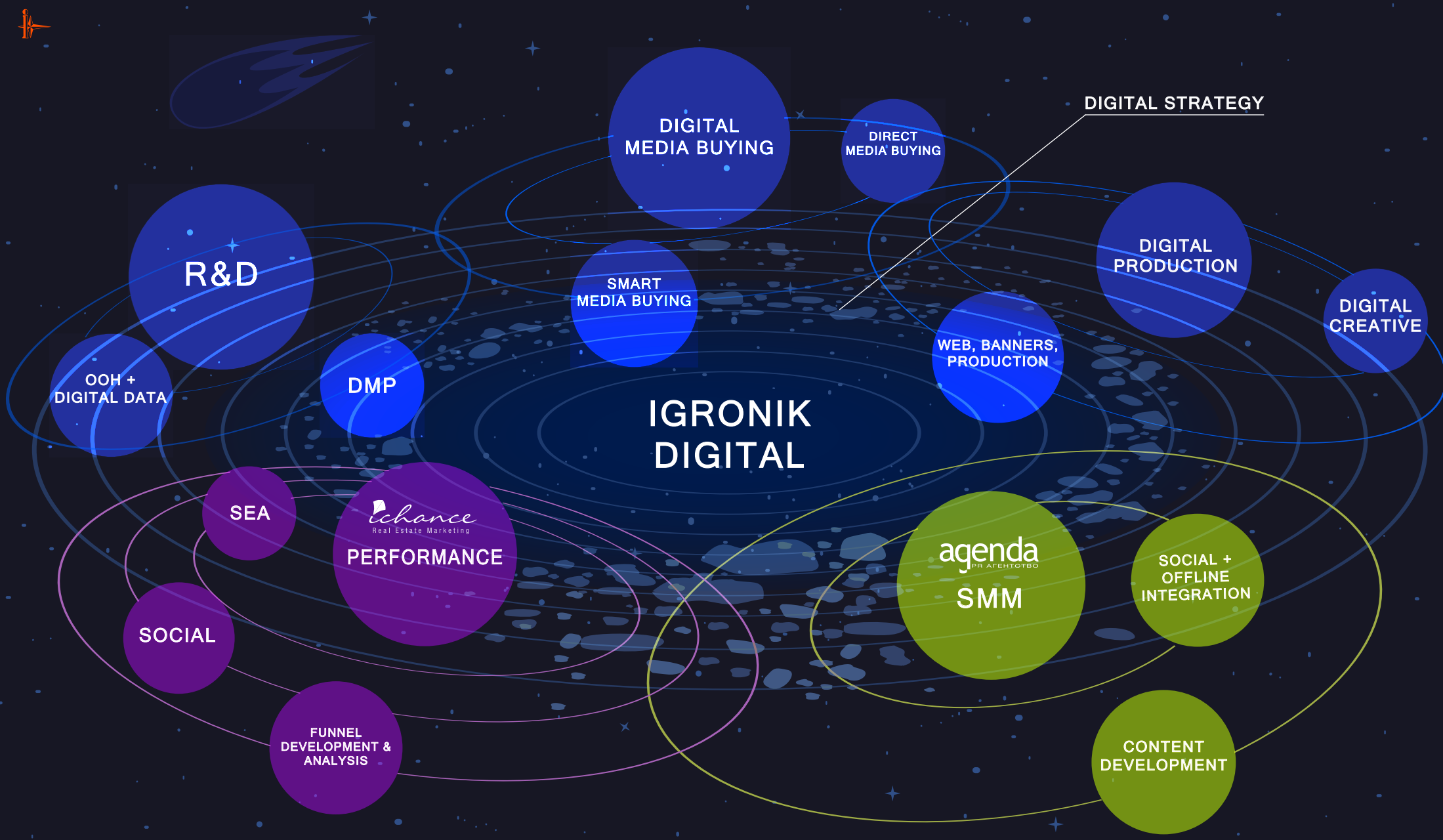
ТОП-10

КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ
ПО ОБЪЕМУ ЗАКУПОК
ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ В РФ

АГЕНТСТВО №1
ПО КРИТЕРИЮ КАЧЕСТВА МЕДИАЗАКУПОК
ЛУЧШАЯ ЭКСПЕРТИЗА

АГЕНТСТВО №1
ПО КАЧЕСТВУ СЕРВИСА В КАТЕГОРИИ:
ИНТЕРНЕТ





IGRONIK DIGITAL

DIGITAL STRATEGY

DIGITAL MEDIA BUYING

DIRECT MEDIA BUYING

SMART MEDIA BUYING

DIGITAL PRODUCTION

DIGITAL CREATIVE

WEB, BANNERS, PRODUCTION

R&D

OOH + DIGITAL DATA

DMP

SEA

ichance
Real Estate Marketing
PERFORMANCE

SOCIAL

FUNNEL DEVELOPMENT & ANALYSIS

agenda
PR AGENCY
SMM

SOCIAL + OFFLINE INTEGRATION

CONTENT DEVELOPMENT



ICHANCE & ICHANCER

- SEA
- АУДИТОРНЫЕ ЗАКУПКИ
- СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА И МУЛЬТИКАНАЛЬНАЯ АТТРИБУЦИЯ
- РЕКЛАМА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ
- СОБСТВЕННАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ РЕКЛАМНЫМИ КАМПАНИЯМИ



А ЕЩЕ У НАС ЕСТЬ «МЕНЕДЖЕР ЗНАНИЙ»

У основной команды, ведущей масштабный проект, все усилия направлены на достижение KPI, как правило, с использованием уже отработанных тактик. Практически 100% времени команды тратится на управление текущими кампаниями. И очень мало времени остается на качественную разработку новых подходов или адаптацию чужого опыта под свой продукт.

Разработка и запуск чего-то принципиально нового требует значительных временных ресурсов. Часто, когда подобное запускается силами основной команды, это приводит к затягиванию разработки вплоть до ее неактуальности и/или потери эффекта новизны (например: запуск конкурентами).

"Менеджер знаний" - это проектная группа, которая формируется под клиента и занимается поиском новых решений для задач продвижения продукта и проблематикой дальнейшего масштабирования этих решений.

- мониторит кейсы, технологии (в т.ч. в зарубежных СМИ) и проводит их оценку
- собирает информацию по профильным событиям в области финтеха и мартеха, и готовит резюмирующие аналитические отчеты по результатам
- отбирает приоритетные технологии/кейсы по отношению к целям
- согласует с основной командой запуск (чтобы исключить конкуренцию или дублирование)
- проводит весь цикл запуска и ведения (в т.ч. проведение научно-исследовательской работы по анализу получаемой информации и выработки практических рекомендаций)
- готовит кейс по результатам и документацию по методологии для возможности использовать этот опыт



DATA MANAGEMENT PLATFORM. Создание на стороне клиента

КЛИЕНТ

ВЛАДЕЛЕЦ ДАННЫХ В DMP

Отвечает за сайты и собственные ресурсы
Составляет и управляет командой пользователей
на своей стороне
Утверждает стратегию использования данных

IGRONIK.DIGITAL

ЛИДИРУЕТ ПРОЦЕСС СОЗДАНИЕ И НАПОЛНЕНИЯ
DMP, А ТАКЖЕ СОЗДАЕТ СТРАТЕГИЮ ПРИМЕНЕНИЯ
ДАННЫХ

Аналитика и сбор данных
Внедрение данных на уровень ежедневного использования
Создание методики применения данных
Стратегия развития данных в DMP
Техническая разметка всех источников данных

DMP ПРОВАЙДЕР

ПРЕДОСТАВЛЯЕТ ТЕХНОЛОГИЮ DMP РЕШЕНИЯ

Отвечает за наполненность данными DMP
Строит собственную таксономию
Предоставляет техническую поддержку
Следит за удобством работы с системой

ДРУГИЕ ПОСТАВЩИКИ ДАННЫХ И ПАРТНЕРЫ В ПРОЦЕССЕ КОМПАНИИ WEB-АНАЛИТИКИ

Тэгирование и техническая разметка сайтов
Digital-креативные агентства
Разметка созданных платформ и внедрение систем аналитики
Поставщики-партнеры (Yandex, Google, Facebook и т.д.)
Обмен данными
Разметка промо-страниц и спец.проектов

НАПРИМЕР:

Внедрение системы закупки digital - рекламы на основании собственных данных позволило снизить средний cpc на 15%+ (у одного из клиентов финансового сектора)

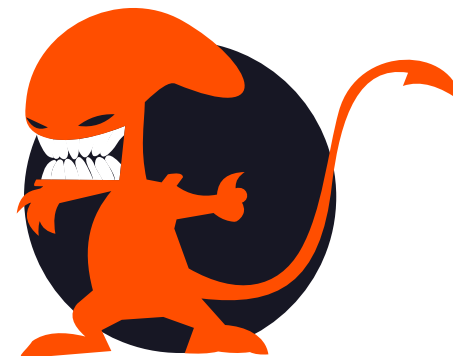




SMART MEDIA BUYING

(для клиентов, работающих по 223-ФЗ и/или 44-ФЗ)

- оптимизация медийных закупок
- приведение закупки в соответствие с требованиями ФЗ (унификация метода закупки на всех площадках)
- прозрачная отчетность и легкий документооборот
- оперативное тактическое медиа-планирование



НАПРИМЕР:

Для одного из наших клиентов мы смогли разработать закупку трафика на 70+ различных площадках, посвященных недвижимости. Вне зависимости от объема закупки, сроков, формата продажи площадки - закупка идет с единой ставкой срм.

Клиент получил возможность оперативного изменения размещения исходя из эффективности размещения, без ограничений, связанных с коммитами на площадках и/или агентством.



OOH+DIGITAL & LOCATION BASED ACTIVITY (LBA) + DIGITAL

- Таргетинг на аудиторию, посещавшую офисы конкурентов
- Таргетинг на аудиторию, видевшую рекламные сообщения в наружке
- Таргетинг на аудиторию, заинтересованную в покупке техники и/или жилья
- Да вообще любой локационный таргетинг :)

НАПРИМЕР:

Локационный таргетинг по офисам продаж конкурентов (для клиента-девелопера) позволил снизить негативное влияние рекламной кампании одного из конкурентов (с превосходящим бюджетом), проводимой по брендовым запросам клиента и вернуть себе аудиторию.

И даже больше... :)



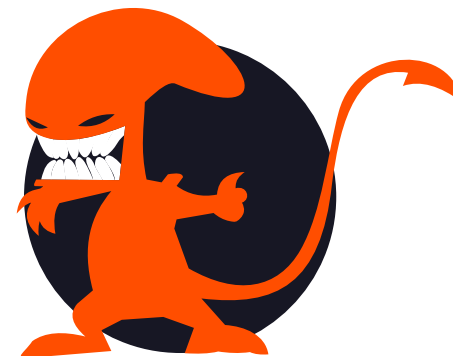


SMM

Мониторинг **200+** тематических форумов и пабликов на ежедневной основе

70+ агентов влияния на независимых площадках

200+ собственных контролируемых пользователей социальных сетей



А ЕЩЕ МЫ...

- проводим онлайн-конкурсы с оффлайн продолжением, которые очень нравятся пользователям
- оперативно отвечаем на комментарии и работаем с негативом
- всегда создаем оригинальный контент: от smm-газеты до соседского сообщества

НАПРИМЕР:

Для одного из наших клиентов из финансового сектора в рамках программы поощрения пользователей автокредитов мы провели розыгрыш автомобиля. При этом, онлайн-конкурс был поддержан оффлайн-инструментами и завершился вручением автомобиля победителю. Агентство взяло на себя все проблемные вопросы, включая заключение договора купли-продажи с автодилером и уплату налогов.





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

121471, РОССИЯ, МОСКВА
УЛ. ГЖАТСКАЯ, 2
(495) 234-05-20, (495) 232-14-90
INFO@IGRONIK.RU

IGRONIK.COM