



We are marketers

Full-service digital AGENCY

Говорим на языке
маркетинга вместе с вами

**Мы понимаем
задачи клиента,
потому что сами
были клиентами**

Наши ключевые сотрудники
управляли брендами в ведущих
компаниях:



★ Heineken®



Альфа·Банк



P&G

DAILY
PROFIT

Daily Profit высоко оценен в рейтингах AdIndex 2015 года



ТОП 20

Digital PR/SMM
Mobile marketing
Mobile production
Контекстная реклама
SEO



ТОП 10

WEB-production
Programmatic Buying



ТОП 5

Лидогенерация

Источник [AdIndex.ru](#), экспертное издание, навигатор рекламного рынка России

МЫ DIGITAL-
ПАРТНЕР



Партнерство строится на трех основаниях

1

Погружение в ваш бизнес,
детальный анализ
ситуации на рынке,
понимание ценностей
бренда

2

Создание эффективной стратегии,
основанной
на задачах бизнеса

3

Доскональное владение digital-инструментарием
и умение применять их для
эффективного решения
ваших задач

Наши партнеры



Министерство туризма Швейцарии

Министерство туризма Макао



Daily Profit – член ассоциации **PROFCOM**

Профессионального сообщества экспертов в области рекламы и маркетинговых коммуникаций



PROFCOM

Объединяет 40 партнеров, имеющих узкую специализацию или четкую экспертизу в области маркетинговых коммуникаций и рекламы.

Партнеры PROFCOM используют более 60 инструментов рекламы и маркетинга, реализуют проекты более чем в 35-ти категориях бизнеса и работают более чем со 100 ключевыми клиентами.

2

КОМПЕТЕНЦИИ



DIGITAL STRATEGY



Performance
marketing



Media
campaigns



Digital PR



Web
production



Mobile



Video



Social media
marketing



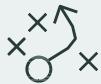
New
technologies



Creative

3

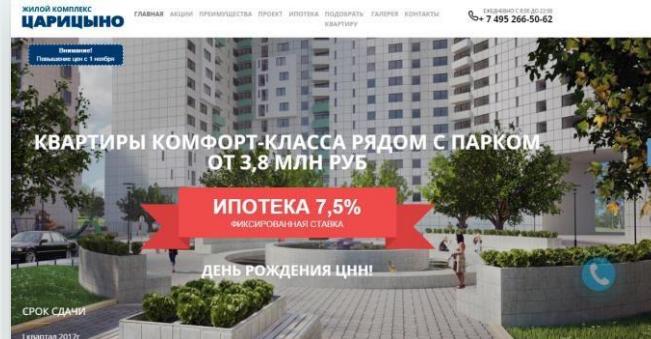
КЕЙСЫ



ЖК ЦАРИЦЫНО

ЗАДАЧА

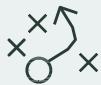
- Разработка и внедрение бизнес-стратегии запуска бренда ЦНН;
- Увеличение продаж на падающем рынке в 3 раза;
- KPI – звонки, переведенные на менеджера отдела продаж



РЕШЕНИЕ

- Разработан и внедрен план стратегического развития агентства ЦНН;
- Разработана коммуникационная стратегия с детальной проработкой психологического портрета потребителя и его мотивации к покупке квартиры;
- Разработана и внедрена контентная стратегия;
- Разработана медийная стратегия для ЖК Царицыно (on-line и off-line);
- Проведение ATL кампаний, включая размещения рекламы в метро;
- Проведение BTL кампаний для поддержания медийной активности;
- Проведены аудит и оптимизация отдела продаж на регулярной и системной основе;
- Регулярное проведение мониторинга упоминаний ЦНН в сети и работа с репутацией и построением знания о застройщике и объекте.

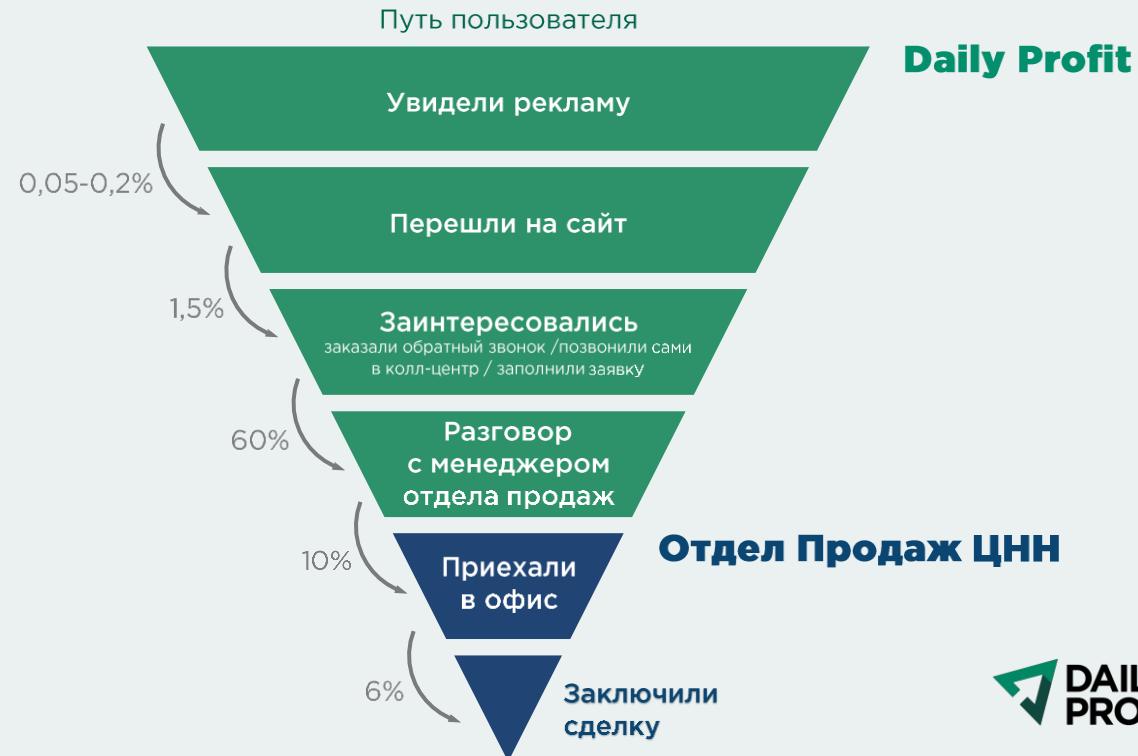


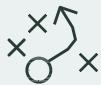


ЖК ЦАРИЦЫНО. ПУТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

Взаимодействие с командой клиента (партнерство) позволило нам погрузиться и досконально разобрать и проанализировать все нюансы и проблемы на пути пользователя.

Ежедневная оптимизация кампаний и процессов привела к максимальной эффективности на нынешнем рынке и увеличению конверсии на каждом этапе воронки продаж.





ЖК ЦАРИЦЫНО. КОММУНИКАЦИЯ

После детального анализа аудитории и определения мотивов покупки квартиры аудитория была разбита на 4 основные целевые группы. Правильное таргетирование и коммуникация, сформированная на 4 разных лендингах, позволили увеличить конверсию в звонки в 4 раза!



Молодые пары
Первое жильё,
малые площади

25%



Зрелые семьи
Улучшение жилья,
Средние и большие
площади

25%



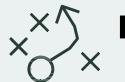
Родители
Жильё для детей,
малые площади

30%



Инвесторы
Сохранение и преумножение
капитала, Ликвидные площади
(зависит от объекта, чаще малые)

30%

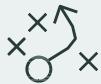


КЕЙСЫ

Схема инструментов

ЦАРИЦЫНО
жилой комплекс





ЖК ЦАРИЦЫНО.РЕЗУЛЬТАТЫ

- Ежедневный трафик на сайт более 9 000 уникальных пользователей;
- Повышение узнаваемости бренда среди ЦА;
- Снижение стоимости звонка;
- Улучшение качества звонка;
- Выполнение KPI's по ежедневному количеству звонков.

Социальные сети

Построение лояльности
у аудитории

Работа с репутацией
бренда

250+ реакций на
комментарии
пользователей
ежемесячно

Постоянный анализ
web-каналов

**Увеличение
конверсии
в звонки в 4 раза**

Постоянная
оптимизация
рекламной кампании

**Поддержание
постоянного
количество целевых
звонков (2000+)**

РОСТ ПРОДАЖ КВАРТИР + 230%

ЦНН - №1 по продажам в Москве в Q3 2015*

*источник - <http://www.building.ru/ratings>



КЕЙСЫ

JÄGERMEISTER

ЗАДАЧА

- Повышение лояльности к бренду и увеличение охвата за счет собственных медиа, оптимизация бюджета проекта.

РЕШЕНИЕ

- Для создания максимального охвата BTL-акции с минимальными вложениями была выбрана лёгкая вовлекающая идея — фото-конкурс селфи. Участникам предстояло сделать #ЯгерСелфи и получить призы. Зеркала в клубах и барах по всему городу были украшены стикерами с символом бренда — оленем и специальным хэштегом. Публикации пользователей в собственных каналах позволили существенно увеличить охват кампании и сэкономить клиенту медийные бюджеты. Для сокращения издержек на логистику и хранения подарков мы использовали Digital призы (iTunes store и пр.).

ПОКАЗАТЕЛИ

Более 900 присланных работ

DAILY PROFIT

- + Дополнительный охват
- + Оптимизация затрат



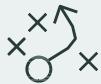
Jägermeister



900+
РАБОТ



DAILY
PROFIT



КЕЙСЫ

ИД «Гудок» и НПФ «Благосостояние»

ЗАДАЧА

- Привлечение внимания к ИД «Гудок» и НПФ «Благосостояние»
- Популяризация газеты «Гудок» среди сотрудников ОАО «РЖД» и дочерних компаний
- Увеличение числа клиентов пенсионного фонда
- Проведение масштабного стимулирующего мероприятия (6+ месяцев) online и offline
- Работа с репутацией в сети, в течение всего времени кампании.

РЕШЕНИЕ

- Организация и проведение стимулирующего мероприятия федерального масштаба «Читай Гудок, живи в Благосостоянии» с реализацией под ключ, от идеи, до закупки, брендирование и вручение призов
- Создание сайта, CRM, БД, применение текстово-графических баннеров для увеличения охвата
- Полный комплекс репутационного менеджмента в сети Интернет



The screenshot shows a competition page for 'ЧИТАЙ «ГУДОК» ЖИВИ В БЛАГОСТОЯНИИ'. It features a banner for a 'СУПЕР ПРИЗ! RENAULT LOGAN' and a registration form for 'ФОРМА РЕГИСТРАЦИИ НА УЧАСТИЕ В КОНКУРСЕ'. The registration form includes fields for name, surname, date of birth, mobile phone, email, and a checkbox for 'Вы клиент фонда "БЛАГОСТОЯНИЕ"?'. A large red button at the bottom right says 'Принять участие'. To the right, there's a sidebar with a list of 'Победители' (Winners) all named 'Иванов Иван', a 'Восстановить номер' (Restore number) button, and a 'Призы' (Prizes) section listing various brands like 'Мультиварка Утюг Блендер Электрочайник' and 'Электрочайник Соковыжималка Мультиварка Утюг Блендер Электрочайник Соковыжималка Утюг Блендер'.

-
- **В 2 раза улучшено соотношение позитивных/негативных отзывов о ИД «Гудок»**



КЕЙСЫ



ФК «ЛОКОМОТИВ»

ЗАДАЧА

- Улучшить репутацию руководства клуба, отработать негативный PR, из-за которого снижается интерес к клубу;
- Разработать стратегию, направлению на увеличение заполнения стадиона

РЕШЕНИЕ

- Мы нашли комплексное Digital-решение реанимации имиджа клуба и президента.
- Главной платформой коммуникации с привлечением футболистов стали социальные сети.
- Мониторинг и работа с болельщиками стали главными элементами кампании.

РЕЗУЛЬТАТ

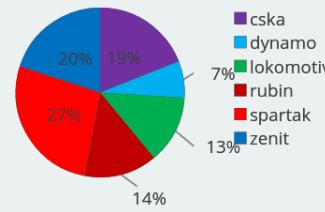
Разработана коммуникационная стратегия клуба в социальных сетях, сформирована программа лояльности по карте болельщика, улучшен имидж президента клуба

DAILY PROFIT*

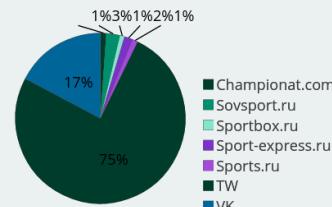
Рост продаж абонементов +15%

*планируемый

ДОЛЯ УПОМИНАНИЙ



ДОЛЯ ПО ИСТОЧНИКАМ



ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ/НЕГАТИВНЫЕ КОММЕНТАРИИ, СВЯЗАННЫЕ С ПРЕЗИДЕНТАМИ



РАБОТА С ЛИДЕРАМИ МНЕНИЙ И ПОЗИТИВНОЕ ОСВЕЩЕНИЕ КОНТЕНТА





КЕЙСЫ

Совкомбанк



ЗАДАЧА

- Мониторинг социальных сетей и оперативное реагирование на негативные отзывы о банке

РЕШЕНИЕ

- Для нивелирования негатива были разработаны матрицы реагирования на наиболее популярные жалобы пользователей, отработаны схемы взаимодействия с клиентом для быстрого ответа пользователям и подобраны площадки с наибольшим содержанием негатива

Выявление

Источников распространения информации

Аналитика

данных в режиме реального времени

Исследование

мнений о продукте и рекламных акциях

Система мониторинга

Реагирование

на кризисные ситуации
(распространение негативной информации)

Оценка

охвата аудитории и рейтинга пользователей

DAILY PROFIT

Рост рейтинга на banki.ru





КЕЙСЫ

WORLD OF TANKS

ЗАДАЧА

- Продвижение ролика с целью продажи нового танка в игре

РЕШЕНИЕ

- Для решения задачи был проведен анализ поведения игроков в сети, который позволил подобрать лучшие площадки для посева ролика. Наши оригинальные подводки к видео создали дополнительный buzz и ускорили распространение ролика среди ЦА. Эффективный посев вывел ролик в топ Youtube в течение первой недели кампании.

ПОКАЗАТЕЛИ

1 600 000 просмотров при KPI 100 000

10+ млн outreach

DAILY PROFIT

В первые 2 месяца продажи показанного в ролике бонусного танка в 4,5 раза окупили затраты на его РК

10+

МЛН OUTREACH



РОЛИК

<http://www.youtube.com/watch?v=II9i5yO7ZkU>



КЕЙСЫ

FERRERO KINDER MILK SLICE

ЗАДАЧА

- Продвижение продукта Kinder «Молочный ломтик» через digital-каналы
- Вовлечение целевой аудитории мамы и дети во взаимодействие с брендом
- Создание проекта, органично вписанного в продуктовую коммуникацию

РЕШЕНИЕ

- Мы разработали уникальную механику, ранее не используемую в Рунете: мама вместе с ребенком могла озвучить мультфильм, читая текст по ролям с экрана компьютера. Для этого мы создали 6 мультфильмов на полезные детские темы, в основе сценария жаворонки и совы помогают встречать утро вместе с Kinder Молочный Ломтик. Функционал сайта позволял выбирать один из мультфильмов, записывать озвучку и отправлять её на конкурс.

ПОКАЗАТЕЛИ

Охват кампании – более 21 млн человек из ЦА
Количество посещений – более 240 000
Количество уникальных участников – более 1 500

КОНКУРС

Главная Правила Призы Продукт Участники Вход Регистрация

Вкусное утро с Kinder Молочный ломтик

Как совята умываться учились



КЕЙСЫ

ЛАБОРАТОРИЯ КАСПЕРСКОГО

ЗАДАЧА

- Вовлечение фанатов Formula 1, Blancpain GT и Ferrari во взаимодействие с брендом Kaspersky
- Увеличение количества установок пробной версии антивируса Kaspersky
- Укрепление территории долгосрочного партнерства Kaspersky Lab и Ferrari, продемонстрировав доверие Италии к Российскому продукту

РЕШЕНИЕ

- Создание международного сайта с конкурсной механикой и установкой trial-версии продукта. Участники проходили скоростной тест на знание фактов о гонках. В процессе конкурса происходила установка пробной версии продукта. Каждый из участников имел шанс занять место на виртуальной трибуне и только самые лучше смогли полететь на настоящие гонки.

ПОКАЗАТЕЛИ

Охват кампании – более 3 млн человек из ЦА
Количество посещений – более 27 000
Количество уникальных участников – более 1 500

The screenshot shows the Kaspersky Motorsport website. At the top, there's a navigation bar with links for Tribune, Test, Scoreboard, Prizes, Contest Rules, and Sign In. The main header reads "IT SECURITY CHOICE OF FERRARI". Below it, text says "Win prizes & tickets to 24 HOURS OF SPA BELGIUM! Take your seat at the real tribune with Kaspersky Motorsport". A "START" button is visible. The central part of the page features a 3D rendering of a winding race track through a grassy landscape. To the right, there's a green button labeled "+ SEE THE WINNERS!". Below the track, there are images of a white cap with the Kaspersky logo and a white racing jersey with the same logo. Text next to these items says "CAPS, BAGS, UMBRELLAS AND TOWELS" and "SOUVENIR WITH RACER'S AUTOGRAPH". At the bottom, a world map highlights race locations in Europe and Asia, with specific points marked for "FIA GT TOTAL Spa-Francorchamps".

ВИДЕОКЕЙС

<https://www.youtube.com/watch?v=WloI3ZStOPY>



КЕЙСЫ

HASBRO PLAY-DOH

ЗАДАЧА

— Создать Social media стратегию и перезапустить сообщества всемирно известного детского бренда

РЕШЕНИЕ

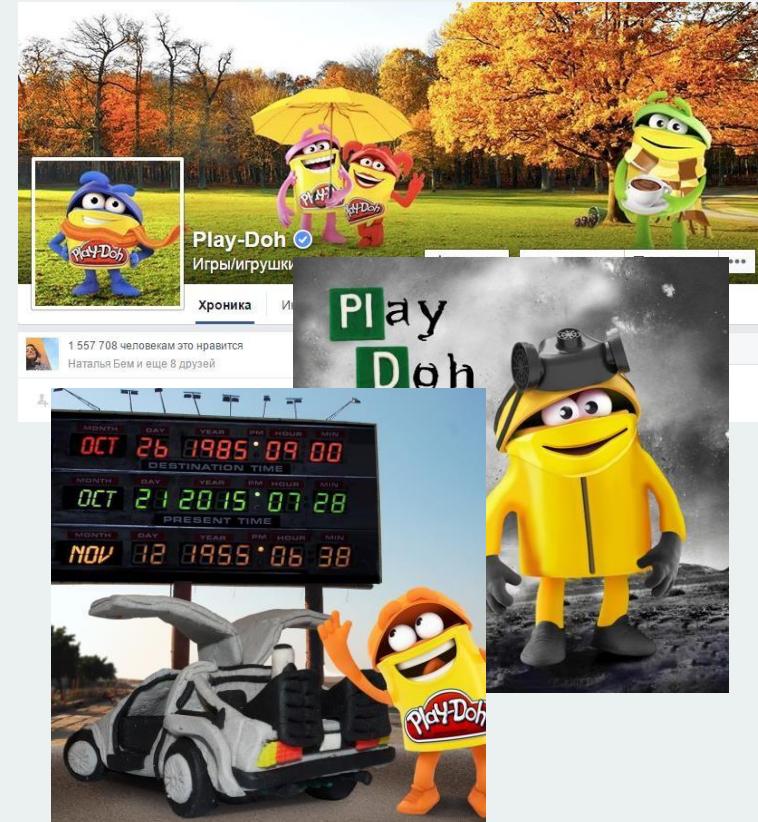
— Разработка контентной стратегии присутствия в соц. сетях с нестандартной подачей продукта – для создания уникальных лепных объектов был приглашен мастер-профессионал. Синергия креатива и контента позволили увеличить охват официальных групп в социальных сетях: VK, OK, Facebook, Instagram.

ПОКАЗАТЕЛИ

Рост сообществ в 4 раза при увеличении ER на 120%

DAILY PROFIT

Кейс с ситуативным маркетингом разместили многие профильные издания (AdIndex, Likeni)





КЕЙСЫ

SUNINBEV HOEGAARDEN

ЗАДАЧА

- Создание стратегии присутствия бренда в социальных медиа, которая раскроет уникальные особенности и преимущества пива Hoegaarden, культуру его потребления с едой.

РЕШЕНИЕ

- Разработка продуктовых и lifestyle рубрик, привлекающих целевую аудиторию бренда
- Поддержка PR-кампаний бренда
- Создание уникального контента с привлечением профессионального фотографа и фотохудожника

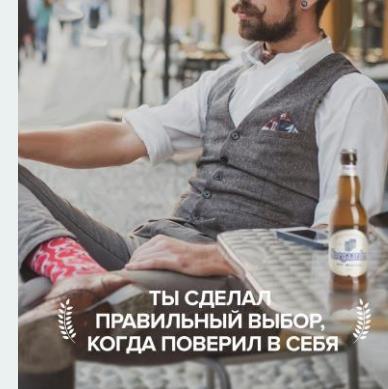
ПОКАЗАТЕЛИ

Суммарный охват кампании: 189 895

Рост показателей ER с 0 до 0.5% в Facebook и до 40.3% в Instagram

DAILY PROFIT

Выбранная стратегия позволила привлечь целевую аудиторию и вывести людей из онлайн на офлайн мероприятие Stay Hungry





КЕЙСЫ

УРАЛВАГОНЗАВОД RAE 2015

ЗАДАЧА

Имидж для узкой аудитории — арабских шейхов. Рост узнаваемости третьей по масштабу выставки вооружений в мире Russia Arms Expo (организатор — УралВагонЗавод, системообразующее предприятие России) среди пользователей социальных медиа

РЕШЕНИЕ

- Создание официальных каналов коммуникации с пользователями в соц. сетях
- Информирование о возможности посещения выставки
- Проведение онлайн-трансляции и освещение события (на двух языках — русском и английском)
- Разработка контентной стратегии присутствия в соц. сетях, синергия креатива и контента, и увеличение охвата официальных сообществ

ПОКАЗАТЕЛИ

Рост подписчиков по всем соц. медиа — 11 194

Средний ER по всем соц.медиа превысил значения 2014 в 25 раз

DAILY PROFIT

Рост упоминаний в социальных медиа на 45% по сравнению с 2014 годом

Открытая группа

Russia Arms Expo

Описание: Крупнейшая международная выставка продукции военного назначения, проводимая под патронажем Правительства Российской Федерации.
Веб-сайт: <http://rae2015.ru/en/>

Обсуждения 1 тема

Цели группы 11 сообщений. Последнее от Андрея Феоктистова, 10 сен в 20:31 →

Фотографии добавить фотографии В основном альбоме 18 фотографий Все альбомы

241 запись к записям от имени сообщества Написать сообщение...

Russia Arms Expo #RAE15 Выставка Russia Arms закончилась 14 сентября 2015 года. Посетили порядка 46 тысяч человек из 50 стран мира. На выставке было представлено более 1000 единиц военной техники и вооружения. Участие в выставке приняли более 100 компаний из 15 стран мира. Выставка Russia Arms Expo 2015 Воздушно-космическое пространство/защита

Хроника Информация Фото Отзывы Еще +

2 181 человек это нравится Клип Маркела и еще 7 друзей 422 человека были здесь Активный базис

Нравится друзьям 5,5 из 5 звезд · 3 отзыва Помогите отнести

Russia Arms Expo 2 октября в 21:38 · в





КЕЙСЫ

НАМ ДОВЕРЯЕТ ADINDEX

ЗАДАЧА

- Повышение узнаваемости ресурса, привлечение новых подписчиков в группу

РЕШЕНИЕ

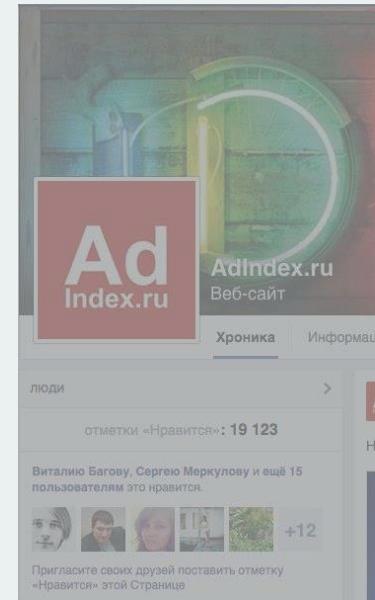
- Мы изучили поведение аудитории в сети и создали уникальный редакторский контент. Для ведения обновленной группы был приглашён редактор из сферы рекламы, что позволило нам существенно увеличить охват страницы и вовлеченность к постам.

ПОКАЗАТЕЛИ

250 000 Outreach;
2 000 новых подписчиков;
Повышение ER на 150%

DAILY PROFIT

Повышение продаж журнала и
онлайн подписок на ресурс



Команда Daily Profit помогает быть в курсе последних тенденций и новинок, совершенствовать и развивать знания клиентов и партнеров в digital.



1

Внимательно следим
за развитием событий
на digital рынке



2

Детально изучаем
тенденции и тестируем
новые технологии и
инструменты



3

Отбираем только
лучшие и
эффективные
решения



4

Делимся с нашими
клиентами и партнерами
собранной информацией.
Даем наши рекомендации
и предложения по
использованию новых
инструментов /
технологий в конкретных
проектах



5

Проводим конференции /
обучающие сессии /
воркшопы у клиентов с
приглашением топовых
персон российского
маркетинга и выступаем
на мероприятиях наших
партнеров

**ДАВАЙТЕ
РАЗВИВАТЬ БИЗНЕС
ВМЕСТЕ!**

Москва, ул. Новорязанская, 18
+7 499 7555337
info@dailyprofit.ru

