

Продуктовая линейка

MobileAdge Auto

Media selling
agency

Interpool

Продуктовая линейка

MobileAdge – это новая линейка мобильных рекламных продуктов, состоящая из 5 форматов, которая объединена единым местоположением в сетке, высокой интерактивностью, вовлечением, и лаконичностью взаимодействия с пользователями, которая присуща всем ее продуктам.

Основные преимущества :

- ❑ 100% viewability;
- ❑ Эффективное рекламное место и постоянное присутствие в зоне внимания;
- ❑ Интерактивность, направленная на вовлечение пользователя в коммуникацию;
- ❑ Углубленная коммуникация во втором экране;
- ❑ Возможность постановки во второй экран мульти-кнопки, углубляющей коммуникацию с пользователями и направленную на достижение performance-целей.

Mobile Adge Auto

Media selling
agency

Interpool

Продуктовая линейка

У большинства форматов линейки MobileAdge (кроме VideoLine) есть две опции на активацию-открытие:

1. Открытие фуллскрина с развернутым сообщением/предложением;
2. Уход пользователя на посадочную страницу сайта клиента (кроме VideoLine).

Все форматы предполагает открытие фуллскрина как основную механику. В фуллскрин есть возможность постаови мульти-кнопки, кнопки звонка и других специальных элементов.

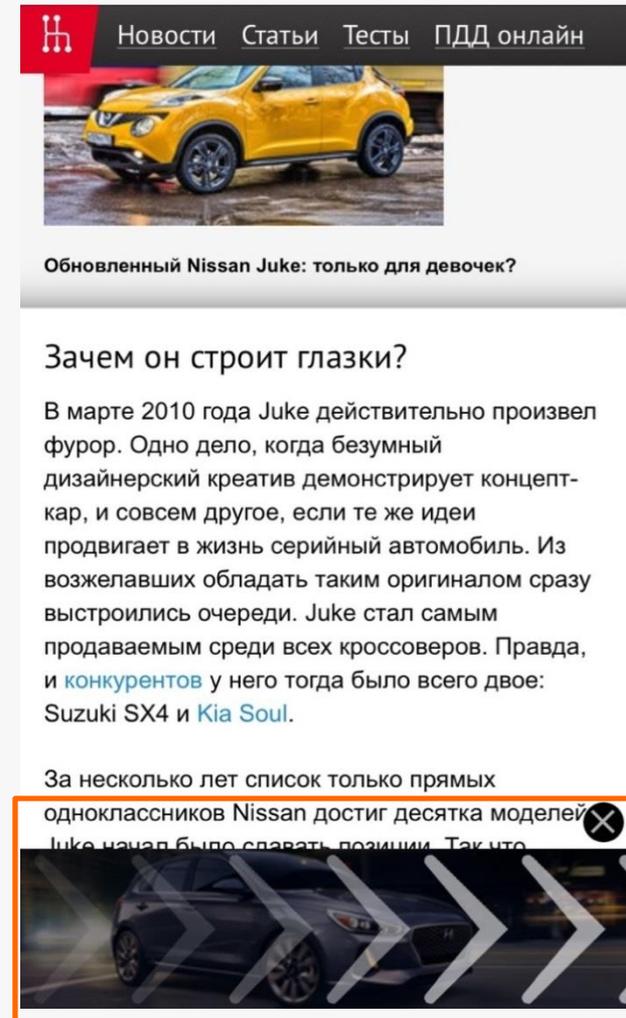
Мульти-кнопка включает в себя размещение множества опций:

- Прямой звонок;
- Карты (магазины на карте);
- Скачать купон;
- Мессенджеры (любые);
- Любые другие опции.

SwipeSmart

Данный продукт это:

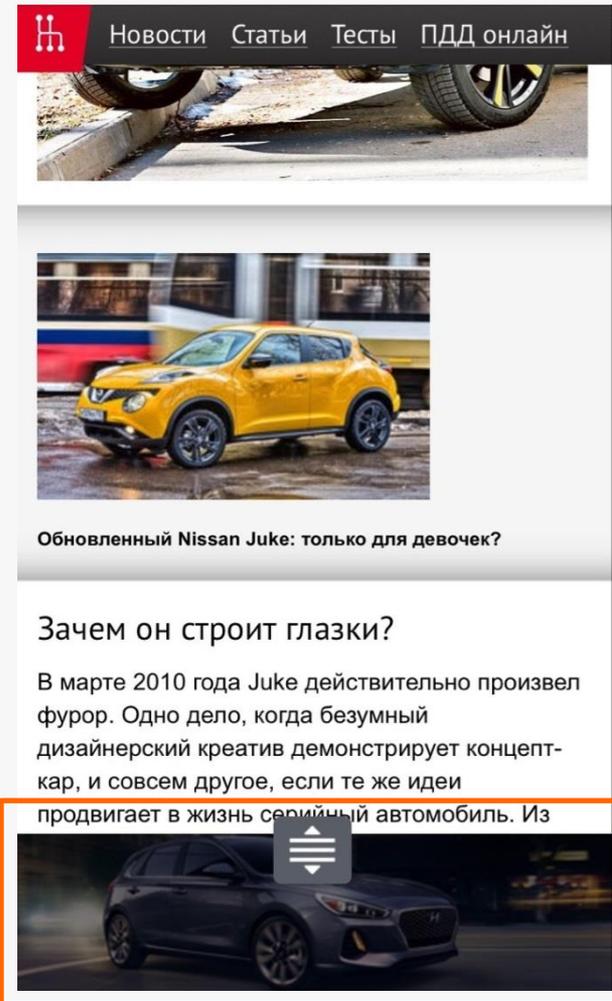
- ❑ Легкое в своей подготовке решение для производства – требует только картинку;
- ❑ Встроенная анимированная свайп-механика на открытие, стимулирующая на открытие;
- ❑ Механика открытия, привлекающая и заигрывающая, является привычным легким интерактивным жестом;
- ❑ Эффективное рекламное место за счет учета модели потребления контента;
- ❑ Существенная экономия бюджета клиента за счет учета пересечения аудиторий сайтов.



DragSmart

Данный продукт это:

- ❑ Двухуровневый формат;
- ❑ Второй слой с развернутым сообщением постепенно появляется путем потягивания кнопки вверх и анимированной подсказкой на достижение цели «открытия»;
- ❑ Изучение материала, расположенного на втором этапе, происходит более тщательно, поскольку он физически и визуальнo инициировал его, дотянув до «цели».



GlideSmart

Данный продукт это:

- ❑ Формат представляет собой «графическую киноленту», в которой пользователю впервые предоставляется возможность управления таймлайном сообщения;
- ❑ Столь естественная интерактивность, достигается путем просто скролла страницы пользователем;
- ❑ За счет прямого влияния на движение ленты увеличивается вовлеченность в «историю, рассказываемую брендом», в рассказе которой пользователь принимает непосредственное участие.



Mobile Adge Auto

Media selling
agency

Interpool

TapSmart

Это интерактивный продукт с трехступенчатой механикой и вариациями по количеству предлагаемых «выходов», один или два.

Этапы механики формата:

- ❑ **Завлечение.** Стартовый объект, который можно перетаскивать в любую часть экрана, его задачи: привлечение внимания пользователя, ассоциативно положительное свойство объекта к помещению его в финишные объекты, тизерность к взаимодействию;
- ❑ **Перемещение.** Перетаскивание стартового объекта №1 в финишные объекты №2 или №2,3, либо в область закрытия формата;
- ❑ **Разоблачение.** Помещение объекта №1 в финишные объекты ведет к открытию фуллскрина с полноценной информацией о рекламируемом объекте.



Новости Статьи Тесты ПДД онлайн

предлагаемым средним уровнем. Правда, и конкурентов у него двое: Suzuki SX4 и Kia

За несколько лет Nissan Juke начал было сдавать позиции. Так что рестайлинг подоспел как раз вовремя. Еще более смелый макияж освежил облик и сделал машину заметнее, да и расширение числа комплектаций пришлось очень кстати. Хотя в целом изначально этот автомобиль потенциал оказался не так велик, что вновь позволил «Джук» вернуться к стартовой позиции: в дизайне нет полнотелости, которая может радовать или, напротив, раздражать. Но именно это обратило внимание на нее не только в Европе, но и в России. Juke продолжает конкурировать не только в среде легковых автомобилей, но и с увеличенным дорожным просветом кроссоверов. Это просто сыграет роль очень важного фактора.

В условиях общего повального спада на рынке (даже рынок рухнул на 38%) успех «Джука» особенно хорошо заметен. Он подорожал, но в сравнении с конкурентами сохранил разумный ценник. Оказавшись в числе лидеров продаж, Juke к стати и хороший запас машин 2014 года, которые отдадут с дисконтом.

VideoLine

Данный продукт это:

- ❑ Лаконичное и минималистичное представление «видео от бренда»;
- ❑ возможность моментального раскрытия в полноценную стилизованную, брендированную страницу с увеличенным масштабом видео;
- ❑ присутствие логотипа повышает доверие к рекламному материалу и узнаваемость бренда;
- ❑ наполнение рядом функциональных кнопок для связи пользователя с брендом (переход мессенджеры и другие опции).



Состав продукта

- ✓ Уважаемые СМИ, каталоги и сообщества автомобильного мира России
- ✓ Ядро аудитории – автолюбители, интересующиеся тематикой каждый день, а также люди, находящиеся в статусе покупаю/продаю автомобиль
- ✓ Трафик / охват в неделю – 4.500.000 / 1.100.000

Drive.ru

Drive2.ru

Zr.ru

Kolesa.ru

Avtovzglyad.ru

Autonet.ru

5koleso.ru

Blamper.ru

Autoreview.ru

Cartimes.ru

Cars.ru

Car.ru

Wroom.ru

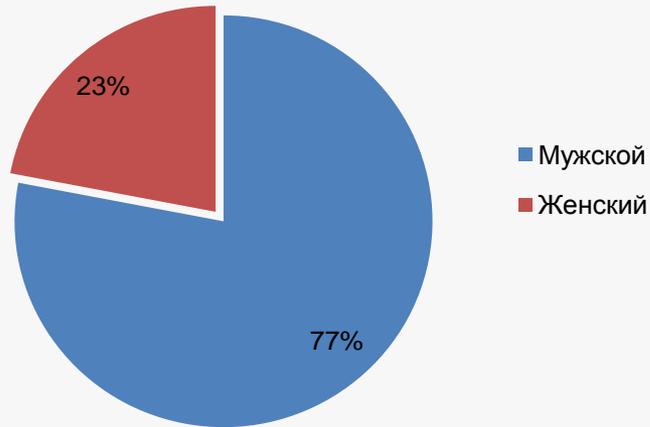
110km.ru

Livecars.ru

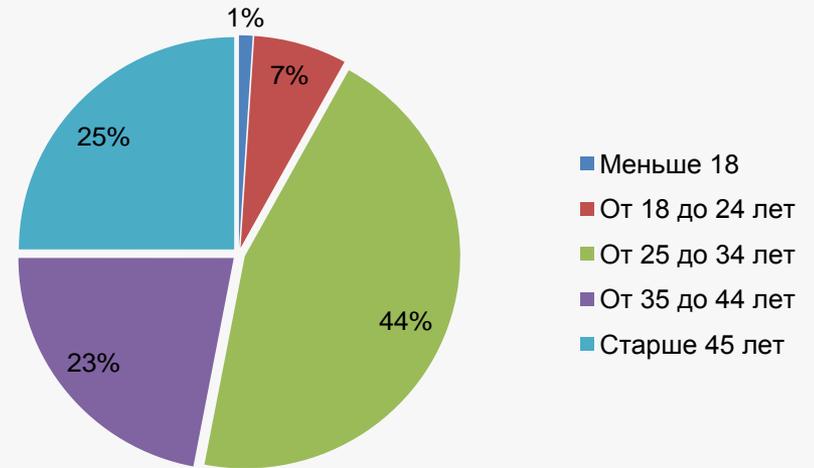
Autodmir.ru

Аудитория

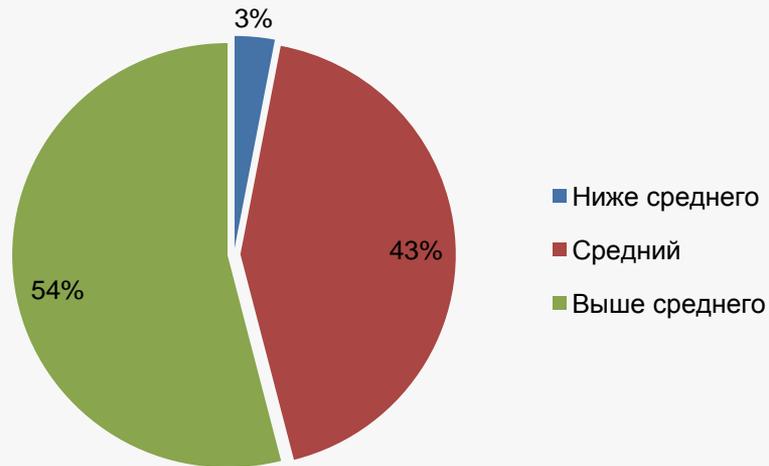
Пол



Возраст



Доход



Mobile Edge Auto

Media selling
agency

Interpool

MobileAdge Auto

Благодарим за внимание!

Будем рады ответить на любые Ваши вопросы.



Media selling
agency

Interpool