

INGENTIUM™

PHOTORLAY ФОТОШКОЛА

МОСКВА



ЦЕЛЬ

**ПРИВЛЕЧЕНИЕ
ЦЕЛЕВОГО ТРАФФИКА,
СТУДЕНТОВ ФОТОШКОЛЫ
PHOTORPLAY С ПОМОЩЬЮ
ИНСТРУМЕНТОВ SMM**

ЦЕЛЬ

**ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ПОСТАВЛЕННЫХ
ЦЕЛЕЙ ПРЕДЛАГАЕМ ТАКТИЧЕСКОЕ
И СТРАТЕГИЧЕСКОЕ
ПРОДВИЖЕНИЕ**

**МОЖНО ВЫБРАТЬ ОДИН ИЛИ НЕСКОЛЬКО
ВАРИАНТОВ ПРОДВИЖЕНИЯ**

СОДЕРЖАНИЕ

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ:

1. ВКОНТАКТЕ, ФЕЙСБУК – ВЕДЕНИЕ ГРУПП
2. INSTAGRAM. ПУТИ ПРОДВИЖЕНИЯ
3. СКРЫТЫЙ МАРКЕТИНГ

ТАКТИЧЕСКОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ:

4. ВКОНТАКТЕ, ФЕЙСБУК И MYTARGET – ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА
5. ПАБЛИКИ ВКОНТАКТЕ И ОДНОКЛАССНИКИ.
РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ
6. ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ. РЕМАРКЕТИНГ

ВЕДЕНИЕ ГРУПП В ВКОНТАКТЕ И FACEBOOK

**ВЕДЕНИЕ ГРУПП
В ВКОНТАКТЕ И FACEBOOK**

ПРИСУТСТВИЕ ГРУППЫ PHOTORLAY В ФЕЙСБУКЕ И ВКОНТАКТЕ ПОЗВОЛИТ КАК ПРИВЛЕЧЬ НОВЫХ СТУДЕНТОВ, ТАК И ПОВЫСИТЬ ЛОЯЛЬНОСТЬ УЖЕ СУЩЕСТВУЮЩИХ.

ПОДПИСЧИКИ СМОГУТ ОСТАВЛЯТЬ ОТЗЫВЫ И ДЕЛИТЬСЯ МНЕНИЕМ О ПРОЙДЕННЫХ КУРСАХ.

В ГРУППАХ НЕОБХОДИМО ПОСТОЯННО ПОДДЕРЖИВАТЬ ОБЩЕНИЕ С ПОДПИСЧИКАМИ, ПУТЕМ ОПРОСОВ, ОБСУЖДЕНИЙ, АКЦИЙ И ПР.

В ПОСТАХ НЕОБХОДИМО ВЫКЛАДЫВАТЬ ИНФОРМАЦИЮ, ОТВЕЧАЮЩУЮ БОЛЯМ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ.

**ВЕДЕНИЕ ГРУПП
В ВКОНТАКТЕ И FACEBOOK**

НА ДАННЫЙ МОМЕНТ В ГРУППЕ ВКОНТАКТЕ РАЗМЕЩАЕТСЯ ПРАВИЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:

- О БЛИЖАЙШИХ КУРСАХ
- О ПРЕПОДАВАТЕЛЯХ
- ОТЗЫВЫ СТУДЕНТОВ.

НЕОБХОДИМО ДОБАВИТЬ СЛЕДУЮЩИЕ ТЕМАТИКИ РУБРИК:

- РАБОТЫ СТУДЕНТОВ (ДО/ПОСЛЕ ОБУЧЕНИЯ)
- АКЦИИ И СКИДКИ
- ЮМОР ПРО ФОТОГРАФОВ
- ОПРОСЫ И ВИКТОРИНЫ НА ТЕМУ ФОТОГРАФИИ И Т.Д.

**ВЕДЕНИЕ ГРУПП
В ВКОНТАКТЕ И FACEBOOK**

В ГРУППЕ В ФЕЙСБУКЕ МОЖНО ВЫКЛАДЫВАТЬ ТАКОЙ ЖЕ КОНТЕНТ,
ЧТО И В ВКОНТАКТЕ.

СЕЙЧАС ВЫКЛАДЫВАЮТСЯ ТОЛЬКО ФОТО ФОТОГРАФОВ, НЕ ОТНОСЯЩИХСЯ
К PHOTORLAY, И ИНФОРМАЦИЯ О БЛИЖАЙШИХ КУРСАХ.

В ГРУППЕ ОЧЕНЬ НИЗКАЯ АКТИВНОСТЬ:

НА 35 000 ПОДПИСЧИКОВ – В СРЕДНЕМ 20 ЛАЙКОВ ПОД ПОСТАМИ.

ЖЕЛАТЕЛЬНО РАЗМЕЩАТЬ ДО 3-Х ПОСТОВ В СУТКИ. ПОСТИНГ В ОПРЕДЕЛЕН-
НОЕ ВРЕМЯ СУТОК ПОМОЖЕТ УЗНАТЬ, В КАКОЕ ВРЕМЯ АУДИТОРИЯ НАИБОЛЕЕ
АКТИВНА (ОЦЕНКА АКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДИТСЯ ПО КОЛИЧЕСТВУ ЛАЙКОВ,
РЕПОСТОВ, КОММЕНТАРИЕВ).

**ВЕДЕНИЕ ГРУПП
В ВКОНТАКТЕ И FACEBOOK**

ОСОБОЕ ВНИМАНИЕ НУЖНО ОБРАТИТЬ НА ФОТОАЛЬБОМЫ!

БОЛЬШИНСТВО ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В НЕЗНАКОМОЙ ГРУППЕ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ПРОСМАТРИВАЮТ И ОЦЕНИВАЮТ ИМЕННО ФОТОАЛЬБОМЫ. НЕОБХОДИМО ВЫКЛАДЫВАТЬ УДАЧНЫЕ ФОТОГРАФИИ СТУДЕНТОВ, ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ В ФОТОАЛЬБОМЫ.

ОЗНАКОМЬТЕСЬ С ТРЕБОВАНИЯМИ К АДМИНИСТРАТОРУ СООБЩЕСТВ

[СКАЧАТЬ](#)

**INSTAGRAM.
ПУТИ ПРОДВИЖЕНИЯ**

**INSTAGRAM.
ПУТИ ПРОДВИЖЕНИЯ**

ПРОДВИЖЕНИЕ В ИНСТАГРАМ ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ:

- СОЗДАНИЕ СТРАНИЦ,
- ЕЖЕДНЕВНОЕ НАПОЛНЕНИЕ КОНТЕНТОМ,
- ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПОДПИСЧИКОВ С ПОМОЩЬЮ ИНСТРУМЕНТОВ МАССФОЛОВИНГА,
- РЕКОМЕНДАЦИИ.

**INSTAGRAM.
ПУТИ ПРОДВИЖЕНИЯ**

1. ВЕДЕНИЕ НЕСКОЛЬКИХ СТРАНИЦ В ИНСТАГРАМ,

Т.Е. СТРАНИЦЫ САМОЙ ФОТОШКОЛЫ И СТРАНИЦ ТОПОВЫХ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ

ВЕДЕНИЕ НЕСКОЛЬКИХ СТРАНИЦ ДАЕТ БОЛЬШИЙ ОХВАТ АУДИТОРИИ В ДЕНЬ, Т.К. ПРИВЛЕКАТЬ ПОДПИСЧИКОВ МЫ БУДЕТ НА ВСЕ ЭТИ СТРАНИЦЫ (ПОДРОБНЕЕ В ПУНКТЕ «ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПОДПИСЧИКОВ С ПОМОЩЬЮ ИНСТРУМЕНТОВ МАССФОЛОВИНГА»)

2. ЕЖЕДНЕВНОЕ НАПОЛНЕНИЕ КОНТЕНТОМ СТРАНИЦ

ТЕМАТИКИ ПОСТОВ НА СТРАНИЦЕ ФОТОШКОЛЫ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ТАКИМИ ЖЕ КАК И В ВКОНТАКТЕ, ЕДИНСТВЕННО, АДАПТИРОВАННЫЕ ПОД ДАННУЮ СОЦ. СЕТЬ.

ДЛЯ ИНСТАГРАМА НЕОБХОДИМО ИСПОЛЬЗОВАТЬ КАЧЕСТВЕННЫЕ ФОТОГРАФИИ, А ТАКЖЕ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ХЕШТЕГИ В ТЕКСТАХ ОПИСАНИЙ ОБЯЗАТЕЛЬНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ СВОЙ БРЕНДОВЫЙ ХЕШТЕГ!

3. НА СТРАНИЦАХ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ НЕОБХОДИМО ВЫКЛАДЫВАТЬ:

- ИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ФОТОГРАФИИ
- ФОТО С КУРСОВ, КОТОРЫЕ ОНИ ПРЕПОДАЮТ
ПОД ДАННЫМИ ФОТОГРАФИЯМИ НЕОБХОДИМО ПЕРЕДАВАТЬ ЭМОЦИИ
ОТ ПРОВЕДЕННОГО КУРСА – ОТНОШЕНИЕ К КУРСУ
- ФОТОРАБОТЫ ИХ СТУДЕНТОВ
ПОД ЭТИМИ ФОТОГРАФИЯМИ ТАКЖЕ НЕОБХОДИМО ПЕРЕДАВАТЬ ЭМОЦИИ –
ГОРДОСТЬ ЗА КОНКРЕТНОГО СТУДЕНТА
- ФОТО ИЗ ЛИЧНОЙ ЖИЗНИ, КОТОРЫЕ МОЖНО ВЫСТАВЛЯТЬ НА ОБЩЕЕ ОБОЗРЕ-
НИЕ ГЛАВНОЕ, ЧТОБЫ СТРАНИЦА НЕ ВЫЗЫВАЛА ВПЕЧАТЛЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ
СТРАНИЦЫ

4. ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПОДПИСЧИКОВ С ПОМОЩЬЮ ИНСТРУМЕНТОВ МАССФОЛОВИНГА,

ПРИНЦИП ДЕЙСТВИЙ ТАКОЙ:

НУЖНО ЛИБО ПОДПИСЫВАТЬСЯ, ЛИБО ПРОСТАВЛЯТЬ ЛАЙКИ ФОТОГРАФИЯМ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИЗ ПОДОБРАННОЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ.
В ОТВЕТ НА НАШУ ПОДПИСКУ ИЛИ ЛАЙКИНГ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ МОЖЕТ ПОДПИСАТЬСЯ НА НАШУ СТРАНИЦУ В ОТВЕТ.

СРЕДНИЙ ПОКАЗАТЕЛЬ ПОДПИСОК В ОТВЕТ СОСТАВЛЯЕТ ПРИМЕРНО 20%.

**INSTAGRAM.
ПУТИ ПРОДВИЖЕНИЯ**

ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ МОЖНО ПОДОБРАТЬ:

- СО СТРАНИЦ КОНКУРЕНТОВ,
- С ТОЧЕК ГЕОЛОКАЦИИ,
- С ХЕШТЕГОВ.

НАПРИМЕР:

ПОДОЙДУТ ТОЧКИ ГЕОЛОКАЦИИ МОСКВЫ, А ТАКЖЕ ХЕШТЕГИ, КОТОРЫЕ МОГУ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ НА СВОИХ СТРАНИЦАХ: БЕЗФИЛЬТРА, КРАСОТАБЕЗФИЛЬТРОВ, КРАСОТАВОКРУГНАС, ФОТОЕДЫ, ФОТОРУК И ДР.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ РЕКОМЕНДАЦИЯМИ

В ОСНОВНОМ ЛЮДИ БОЛЬШЕ ДОВЕРЯЮТ ИНФОРМАЦИИ, РАЗМЕЩЕННОЙ НА СТРАНИЦАХ ДРУЗЕЙ И ЛИДЕРОВ МНЕНИЙ.

НУЖНО ОСОБОЕ ВНИМАНИЕ УДЕЛИТЬ ОТЗЫВАМ КЛИЕНТОВ!

**INSTAGRAM.
ПУТИ ПРОДВИЖЕНИЯ**

НЕОБХОДИМО СТИМУЛИРОВАТЬ ЖЕЛАНИЕ ОСТАВИТЬ ОТЗЫВ
В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ НА ТЕРРИТОРИИ ФОТОШКОЛЫ.

НАПРИМЕР:

МОЖНО ВО ВСЕХ СТУДИЯХ РАЗВЕСИТЬ ТАБЛИЧКИ С НАЗВАНИЕМ ГРУПП
ВО ВСЕХ СОЦ.СЕТЯХ И С ПРИЗЫВОМ К ДЕЙСТВИЮ «ВАМ ПОНРАВИЛОСЬ?
БУДЕМ РАДЫ ВАШИМ ФОТО, ВИДЕО И ОТЗЫВАМ!»

НУЖНО ОБЯЗАТЕЛЬНО РЕПОСТИТЬ ОТЗЫВЫ ВСЕХ СТУДЕНТОВ
НА СТРАНИЦУ ФОТОШКОЛЫ.

МНОГИЕ ОТЗЫВЫ УЖЕ НАХОДЯТСЯ ПОД ХЕШТЕГОМ #PHOTORLAY
И В РАЗДЕЛЕ «ФОТОГРАФИИ С ВАМИ».

СКРЫТЫЙ МАРКЕТИНГ

СКРЫТЫЙ МАРКЕТИНГ

СКРЫТЫЙ МАРКЕТИНГ ПОДРАЗУМЕВАЕТ ПОД СОБОЙ РАЗМЕЩЕНИЕ ОТЗЫВОВ И РЕКОМЕНДАЦИЙ, НАПРАВЛЕННЫХ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА БРЕНДА, В НАШЕМ СЛУЧАЕ - ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОТНОШЕНИЯ К ФОТОШКОЛЕ.

В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ НУЖНО ПОРАБОТАТЬ С ОТЗЫВАМИ!

НА ДАННЫЙ МОМЕНТ В ИНТЕРНЕТЕ МАЛО ОТЗЫВОВ.
ПО ЗАПРОСУ «PHOTORLAY ОТЗЫВЫ» НАШЛОСЬ ОКОЛО 20 ОТЗЫВОВ
ПРО ФОТОШКОЛУ С РАЗНЫХ ПОРТАЛОВ.

ФОТОШКОЛЕ УЖЕ 10 ЛЕТ И ОТЗЫВОВ ДОЛЖНО БЫТЬ ГОРАЗДО БОЛЬШЕ
(В 10 РАЗ БОЛЬШЕ).

СКРЫТЫЙ МАРКЕТИНГ

НЕОБХОДИМО НАРАЩИВАТЬ КОЛИЧЕСТВО ПОЛОЖИТЕЛЬНЫХ ОТЗЫВОВ

Т.К. ОТЗЫВЫ В СЕТИ ПОЯВЛЯЮТСЯ НЕ ЧАСТО, ТО МЫ ДОЛЖНЫ ПРИМЕРНО С ТАКОЙ ЖЕ СКОРОСТЬЮ ВЫКЛАДЫВАТЬ СВОИ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ — ПО 3-5 ОТЗЫВА ЗА МЕСЯЦ.

В ТЕЧЕНИЕ ПОЛУГОДА ПРЕДЛАГАЕМ РАБОТАТЬ ТОЛЬКО НАД ОТЗЫВАМИ, А ДЛЯ РЕКОМЕНДАЦИЙ СОЗДАТЬ СТРАНИЦЫ «ПЕРСОНАЖЕЙ» И ЗАРАБАТЫВАТЬ ИМ РЕПУТАЦИЮ ЭКСПЕРТА.

ПОД СОЗДАНИЕМ «ПЕРСОНАЖА» ПОДРАЗУМЕВАЕТСЯ СОЗДАНИЕ СТРАНИЦЫ ЖИВОГО ЧЕЛОВЕКА НА ТЕМАТИЧЕСКИХ ПОРТАЛАХ И ФОРУМАХ.

НА МНОГИХ ПОРТАЛАХ ЕСТЬ СИСТЕМА РЕЙТИНГА СТРАНИЦЫ. СЛЕДОВАТЕЛЬНО, НАМ В ПЕРВЫЕ ПОЛУГОДА НЕОБХОДИМО ЗАРАБОТАТЬ ЭТОТ РЕЙТИНГ.

В ТЕЧЕНИЕ ПОЛУГОДА СТОИМОСТЬ ДАННОЙ УСЛУГИ БУДЕТ СОСТАВЛЯТЬ 10 000 РУБ В МЕСЯЦ, ПОСЛЕ БУДЕТ ПЕРЕРАСЧЕТ, Т.К. БУДЕТ ДОБАВЛЕНА РАБОТА С РЕПУТАЦИЯМИ.

**ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА
В FACEBOOK, ВКОНТАКТЕ,
MYTARGET**

**ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА
В FACEBOOK, ВКОНТАКТЕ, MYTARGET**

РЕКЛАМА В ВКОНТАКТЕ И ФЕЙСБУКЕ –
ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОДПИСЧИКОВ В СООБЩЕСТВА;

НА MYTARGET –
ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ НА САЙТ [HTTP://PHOTOPLAY.RU/](http://PHOTOPLAY.RU/)

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

- МУЖЧИНЫ И ЖЕНЩИНЫ
- ВОЗРАСТ – ОТ 18 ЛЕТ
- ГЕО - МОСКВА И ОБЛАСТЬ
- ИНТЕРЕСЫ: ФОТОГРАФИИ, ПЕЙЗАЖИ, ПОРТРЕТЫ, PHOTOSHOP И ПР,
- ПОДПИСЧИКИ СООБЩЕСТВ О ФОТОГРАФИЯХ, НАПРИМЕР,
«ЛУЧШИЕ ФОТО», «ФОТО ЖИЗНЬ» И ПР.;
- ПОДПИСЧИКИ СООБЩЕСТВ КОНКУРЕНТОВ (ДРУГИХ ФОТОШКОЛ
И ЧАСТНЫХ ФОТОГРАФОВ);

**ПАБЛИКИ ВКОНТАКТЕ
И ОДНОКЛАССНИКИ.
РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ
ПУБЛИКАЦИЙ**

**ПАБЛИКИ В КОНТАКТЕ И ОДНОКЛАССНИКИ.
РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ**

РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ В ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАБЛИКАХ НЕОБХОДИМО:

- для привлечения новых студентов,
- для пиара фотошколы.

ЧЕМ БОЛЬШЕ БУДЕТ УПОМИНАНИЙ О ФОТОШКОЛЕ, ТЕМ БЫСТРЕЕ БУДЕТ РАСПРОСТРАНЯТЬСЯ ЕЕ ПОПУЛЯРНОСТЬ.

ЧТОБЫ РЕКЛАМА В ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАБЛИКАХ БЫЛА ЭФФЕКТИВНОЙ, НЕОБХОДИМО ПОДБИРАТЬ ПУБЛИЧНЫЕ СТРАНИЦЫ ПО СЛЕДУЮЩИМ ПАРАМЕТРАМ:

- количество подписчиков из нашего гео (должно составлять более 30%);
- количество посещений в день (должно быть не менее 2000 уникальных посетителей);
- пол и возраст участников (какой пол и возраст преобладает в группе) и т.д.

СТОИМОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ ПОСТОВ ЗАВИСИТ ОТ РАСЦЕНОК КОНКРЕТНЫХ ГРУПП.

**ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ.
РЕМАРКЕТИНГ**

**ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ.
РЕМАРКЕТИНГ**

РЕМАРКЕТИНГ ЯВЛЯЕТСЯ ОДНИМ ИЗ САМЫХ ЭФФЕКТИВНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АУДИТОРИЮ, ПОСКОЛЬКУ ОН ПОЗВОЛЯЕТ СОВЕРШАТЬ ПОВТОРНУЮ КОММУНИКАЦИЮ С ЛЮДЬМИ, ПОСЕТИВШИМИ ВАШ САЙТ.

ОТ КОЛИЧЕСТВА АУДИТОРИИ ЗАВИСИТ ПРОДУКТИВНОСТЬ РАБОТЫ ДАННОГО ВИДА РЕКЛАМЫ. ЕСЛИ КАКИЕ-ЛИБО ИСТОЧНИКИ НЕ ОБЕСПЕЧАТ ВАС ПРЯМЫМИ ПРОДАЖАМИ, РЕМАРКЕТИНГ СМОЖЕТ КОМПЕНСИРОВАТЬ НЕ ОЧЕНЬ УСПЕШНЫЕ ПРОЕКТЫ С ПОМОЩЬЮ ОБЩЕГО КОЛИЧЕСТВА ЛИДОВ (ЗАЯВОК, ЗВОНКОВ) И ИХ СТОИМОСТИ.

РЕМАРКЕТИНГ ОРИЕНТИРОВАН НА ВСЕХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ САЙТА.

РЕМАРКЕТИНГ ПОЗВОЛЯЕТ ПРОДОЛЖИТЬ МАРКЕТИНГОВУЮ КОММУНИКАЦИЮ С ПОЛЬЗОВАТЕЛЕМ ПОСЛЕ ТОГО, КАК ОН ПОКИНУЛ САЙТ, И УВЕЛИЧИТЬ ВЕРОЯТНОСТЬ СОВЕРШЕНИЯ ЭТИМ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕМ ЦЕЛЕВЫХ ДЕЙСТВИЙ. ЭТО ОСУЩЕСТВЛЯЕТСЯ ЗА СЧЕТ УСТАНОВЛЕННОГО НА САЙТ СЧЕТЧИКА, КОТОРЫЙ ЗАПОМИНАЕТ ПОСЕТИТЕЛЯ.

БОЛЬШОЙ ПЛЮС РЕМАРКЕТИНГА СОСТОИТ В ТОМ, ЧТО ОН ПОЗВОЛЯЕТ СОЗДАТЬ ЭФФЕКТ ГЛОБАЛЬНОГО ПРИСУТСТВИЯ.

ТЕСТОВЫЙ ЗАПУСК

ТЕСТОВЫЙ ЗАПУСК

ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ РЕКЛАМЫ ПРЕДЛАГАЕМ ЕЕ ЗАПУСК В ТЕСТОВОМ ВАРИАНТЕ.

ПО ИСТЕЧЕНИЮ ТЕСТОВОГО ПЕРИОДА МЫ СМОЖЕМ ПРОВЕСТИ АНАЛИЗ И ВЫЯВИТЬ НЕ РАБОТАЮЩИЕ ИСТОЧНИКИ. В ОСНОВНОМ ЭТО КАСАЕТСЯ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ И РАЗМЕЩЕНИЯ ПОСТОВ В СТОРОННИХ ПАБЛИКАХ.

INGENIUM™

**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ!**

INGENIUM TEAM

+7 (495) 775-58-49
theingenium.ru