

W ramach wdrażanej nowej strategii marketingowej sieć reklamowa Ad-Vice rozpoczęła proces rebrandingu. Na tym etapie obejmuje to działania promocyjne, których podstawę stanowi hasło „Quality of brand advertising”.

„Na rynku reklamy wizerunkowej w internecie dokonuje się fundamentalna zmiana rozumienia wartości tego kanału e-marketingowego. Odchodzi się od oceny efektywności reklamy poprzez kliki czy CTR. Zaczyna się dostrzegać wartość reklamy display na poziomie wizerunkowym. Jednocześnie poszukuje się nowych narzędzi, które pozwolą mierzyć ten efekt. Wyniki wielu badań pokazują, że reklama wizerunkowa (brand advertising) w internecie może skutecznie budować markę. Polski rynek znajduje się w zupełnie innej fazie rozwoju, ale sądzę, że to jest kwestią czasu, kiedy taki sposób planowania stanie się dominujący w Polsce. W ramach naszej nowej strategii chcemy wpisywać się w ten trend” – mówi Jarosław Roszkowski, Członek Zarządu Ad-Vice.

Kluczowym elementem działań promocyjnych jest blog firmowy oraz profile mikrobloggingowe. Na blogu, prowadzonym pod adresem www.quality-of-brand-advertising.pl, dostępne będą opisy najciekawszych badań i raportów, jak i analizy najważniejszych zjawisk z obszaru brand advertising. Istotne są też profile w serwisach mikrobloggingowych (Twitter, Blip, Flacker), które stanowią przegląd aktualnych, najważniejszych polskich oraz zagranicznych publikacji z obszaru reklamy wizerunkowej w internecie. „Chcemy aktywnie uczestniczyć w kształtowaniu polskiego rynku reklamy display. Planujemy realizację licznych badań i udostępnienie narzędzi, które pomogą lepiej zrozumieć efektywność działań reklamowych. Wkrótce będziemy też wprowadzać rozwiązania na poziomie oferty produktowej” – dodał Jarosław Roszkowski.

Nową identyfikację graficzną przygotował Tomasz Stefanowski – właściciel Chochoł studio.

Zmiany w firmie dotyczą również lokalizacji. Obecnie siedziba mieści się przy ul. Tamka 16 lok. 7 na Powiślu.

Ad-Vice