

INPROMO

Agentur für Internet-Promotion und -Marketing

INPROMO GmbH
Banksstraße 2b
D-20097 Hamburg
Tel.: ++49-40-23 88 17-71
Fax: ++49-40-23 88 17-78
info@inpromo.de
www.inpromo.de

Leistungs-Spektrum INPROMO

Online-Monitoring:

Beobachtung von User-Meinung

in

Weblogs

Foren / Communities / Verbraucher-Portalen

Social Network-Seiten (Social Bookmarking-Seiten, Webnews-Seiten etc.)

Quantitative und qualitative Analyse

*

Case studies:

Symantec, Versatel:

Kontinuierliches Monitoring und Analyse des Status-Quo der Kunden-Meinung im Netz, für Unternehmen und deren Mitbewerber. Struktur der Analyse gemäß obiger Aufteilung. Typische Verteilergröße ca. 100 URLs, 3-5 Kriterien. Sehr sinnvoll als (einmaliger) Vorab-Check zur Vorbereitung jeglicher Seeding-Aktion (s.u.).

*

Online-Relations:

Redaktionelle Online-Berichterstattung

auf

Portalen,

General und Special Interest Seiten,

Weblogs

*

Case studies:

- Online Schnitzeljagd über 9 Monate zum Jubiläum „40 Jahre Star Trek“ bei SAT 1, bol, AOL etc. mit insgesamt 25.000 Teilnehmern

- VÖ DVD "Der tierisch verrückte Bauernhof": über 130 Online-Stellungen auf Portalen, Eltern- und Familien-Seiten, Specials auf CMAyoung.de und Zooplus.de

- Kinostart "Outsourced - Auf Umwegen zum Glück": über 200 Online-Stellungen auf Portalen, Film- u. Kino-Seiten, Web-TV Beitrag im "Sneak" Kinomagazin bei Stern.de

*

Kooperations-Marketing

(Konzeption und Umsetzung, zumeist auf Barter-Basis, ggf. mit Einsatz von Mediabuchungen in Form von Sonderformaten)

mit

Portalen,

General und Special Interest Seiten,
reichweitenstarken Marken-Websites,
Communities und Social Networks

ggf. Gewinnspiel-Anmeldung und Bookmarking

*

Case studies:

- Kooperation mit Habbo.de (3,5 Mio. visits/Monat) anlässlich der Musical-Premiere "Wicked - Die Hexen von Oz" (Stage Entertainment). User-Generated-Content-Wettbewerb "Der grünste Raum gewinnt", über 3 Wochen online, 800 Einsendungen, 8 Habbo.de Fan-Seiten griffen die Aktion auf
- Kooperation mit Yahoo! Deutschland (170 Mio. visits/Monat) anlässlich der Buch Veröffentlichung "So viel Zeit" von Frank Goosen (Eichborn Verlag), 8 Wochen online, eigener Blog des Autors bei Yahoo 360°, 6 Vodcasts, Gewinnbeistellung durch iTunes
- Kooperationen mit dem Hochzeitsportal Weddix.de zum DVD Start von "Nach 7 Tagen ausgeflittert (Paramount Home Entertainment Germany), 3 Wochen online, Gewinnbeistellung durch die Lindner Hotels AG.
- Youtube Partnerkanal für Paramount Home Entertainment/Germany: <http://www.youtube.de/ParamountGermany>

Social Media Marketing:

Seeding digitaler Inhalte (virales Marketing)

in

Upload-Portalen und Social Network-Seiten (mit Videos, Bildern, Games)

Wissens-Portalen (User-Fragen/ -Antworten)

Social News- und Bookmark-Seiten (News, Links)

Case studies:

- Gelbe Seiten: Seeding eines viralen clips, sowie Tonalties und die URL zur Aktionsseite Sing-Dich-nach-Vegas.de im deutschsprachigen Internet: über 1 Mio. nachweise views des clips
- Ricola: Strategisches Seeding eines Internet-Werbe-Spots zur "Schweizer Teekultur" im deutschsprachigen Internet: 75.000 nachweisbare Views auf den Videoportalen nach 3 Wochen, 40 redaktionelle, prominente Einbindungen auf reichweitenstarken Blogs, Entertainment- und Fun-Seiten, angeregte Ontopic-Diskussionen in Foren und Communities
- Philips Autolicht: Produktion und Seeding eines Clips für das Ratgeber-Video-Portale Spotn.de: knapp 100.000 nachweisbare Kontakte

*

Digitales Reporting

auf Datenbank-Basis mit Kontaktzahlen und Screenshots aller Aktionen und Online-Stellungen

Referenzkunden

Avarto Mobile, Atari, Concorde Home Entertainment, GelbeSeiten, Jung von Matt, Koch Media, MTV Networks, Paramount Pictures, Senator Film Verleih, Stage Entertainment, Studio Hamburg, Universum Film, Universal Music, Versatel.