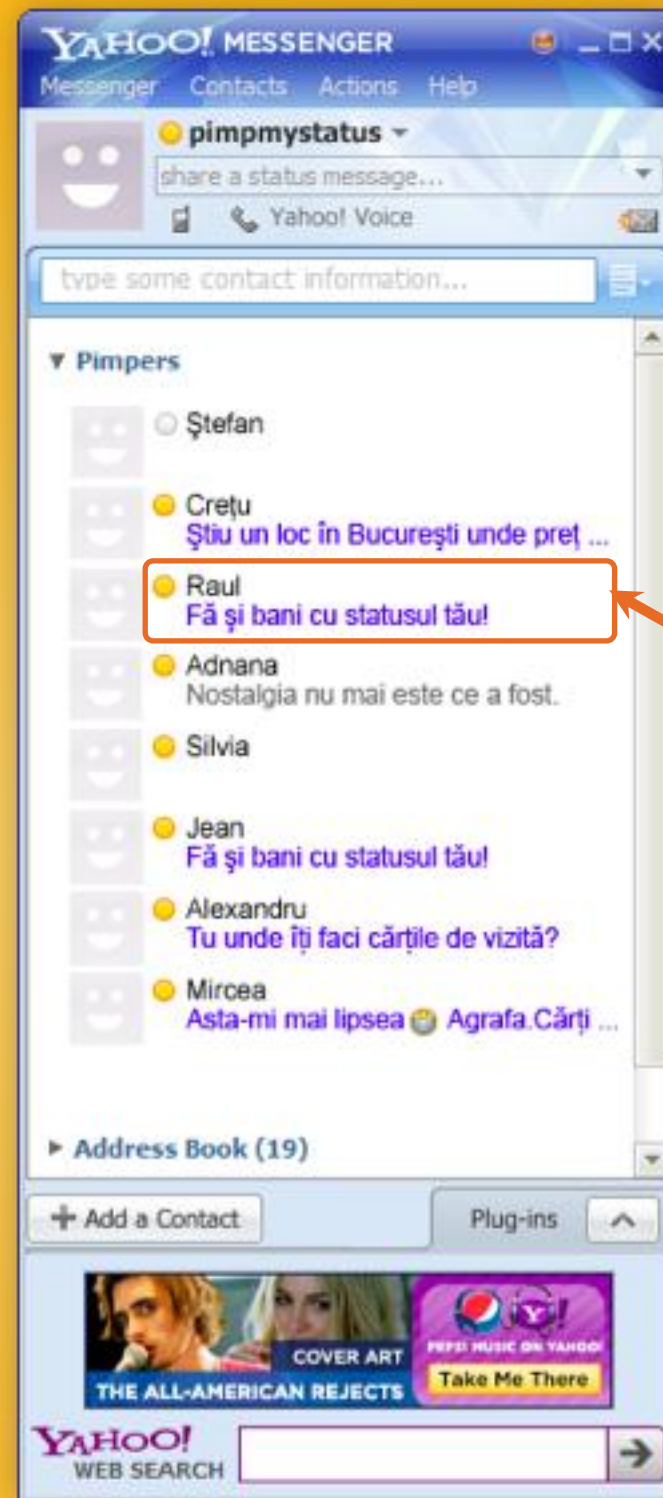


Status
Pimp®



Prima și singura rețea de
publicitate pe statusuri
de IM din lume!



Adică?

O campanie realizată cu Status Pimp înseamnă că...

Mesajul tau apare ca o
recomandare personală
pe statusul pimperilor*

*pimper = utilizator înscris în rețeaua Status Pimp, cel care afișează mesajele pe statusul propriu.



Adică ? (detaliat)

Realizarea unei campanii pe Status Pimp necesită doar trei pași extraordinar de simplii

1

Adaugi statusurile de campanie

Primul ecran al procesului de creare necesită detalii minime (nume și link) despre campanie, plus adăugarea statusurilor dorite pentru campanie.

Numele campaniei:

Poți folosi până la 5 statusuri diferite pentru aceeași campanie
Ai nevoie de ajutor? Am scris [un mic ghid cu niște indicații](#) pentru crearea unei campanii.

Statusul nr. 1:	<input type="text" value="Dacă ai un pic de timp, fă-ți un cont pe Status Pimp"/>	125 caractere rămase
Statusul nr. 2:	<input type="text" value="Cum ar fi să apari și tu în reclame? Și să fii și plătit."/>	116 caractere rămase
Statusul nr. 3:	<input type="text" value="Statusul tău este interesant? Al meu face și bani"/>	129 caractere rămase
Statusul nr. 4:	<input type="text" value=":) Fă și bani cu statusul tău de messenger!"/>	134 caractere rămase
Statusul nr. 5:	<input type="text" value="Ce faci mai târziu? Nu vrei să faci și bani cu statusul tău de messenger?"/>	103 caractere rămase

Linkul campaniei:

Ex: <http://www.siteulmeu.ro/>

Imagine din panoul pentru advertiseri - <http://advertiser.statuspimp.ro/>

2

Selectezi criteriile de targetare

Poți seta campania să ruleze la diferite nivele geografice, să fie recomandată de pimperi selectați după vârstă, sex și interese generale (atât ale lor cât și a prietenilor lor).

Localizare:

nivel național ▼ Campania ta va fi activă la nivel național.

Sexul pimperilor: **Vârsta pimperilor:**

Masculin Feminin

De la 14 până la 60

Interese generale:
Alege categoriile de interese potrivite campaniei tale.

<input checked="" type="checkbox"/> Afaceri si Economie	<input checked="" type="checkbox"/> Artă & Cultură	<input checked="" type="checkbox"/> Auto Moto
<input checked="" type="checkbox"/> Entertainment	<input checked="" type="checkbox"/> IT & C	<input checked="" type="checkbox"/> Media & Publicitate
<input checked="" type="checkbox"/> Moda & Frumuseti	<input checked="" type="checkbox"/> Politica & Social	<input checked="" type="checkbox"/> Religie & Spiritualitate
<input checked="" type="checkbox"/> Sănătate	<input checked="" type="checkbox"/> Shopping	<input checked="" type="checkbox"/> Sport
<input checked="" type="checkbox"/> Știință & Tehnologie	<input checked="" type="checkbox"/> Turism	

[selecteaza toate interesele](#) | [deselecteaza toate interesele](#)

Potențiali pimperi
potrivți campaniei tale:
2,056

Numărul aproximativ
de prieteni ai pimperilor:
501,200

Imagine din panoul pentru advertiseri - <http://advertiser.statuspimp.ro/>

3

Setezi perioada și bugetul (în clickuri)

Din câteva clickuri poți seta exact perioada în care să ruleze campania ta, precum și bugetul acesteia. Poți de asemenea determina limita clickurilor disponibile zilnic.

Perioada campaniei:

Perioada flexibila din data aprobarii campaniei

Campania ta va rula din data aprobarii pana o opresti tu manual sau pana la epuizarea clickurilor din contul tau.

Perioada fixa cu data de inceput si de final

Data începerii:

Data începerii trebuie sa fie minim 72 de ore începand de azi.

Data finalizării:

Bugetul campaniei:

Alege modul in care vrei sa fie limitat bugetul.

Limita pe campanie:

7000

clickuri

Limita pe zi:

clickuri

ai rezervat pentru campanie
7000 clickuri

ai disponibile
0 clickuri

Imagine din panoul pentru advertiseri - <http://advertiser.statuspimp.ro/>

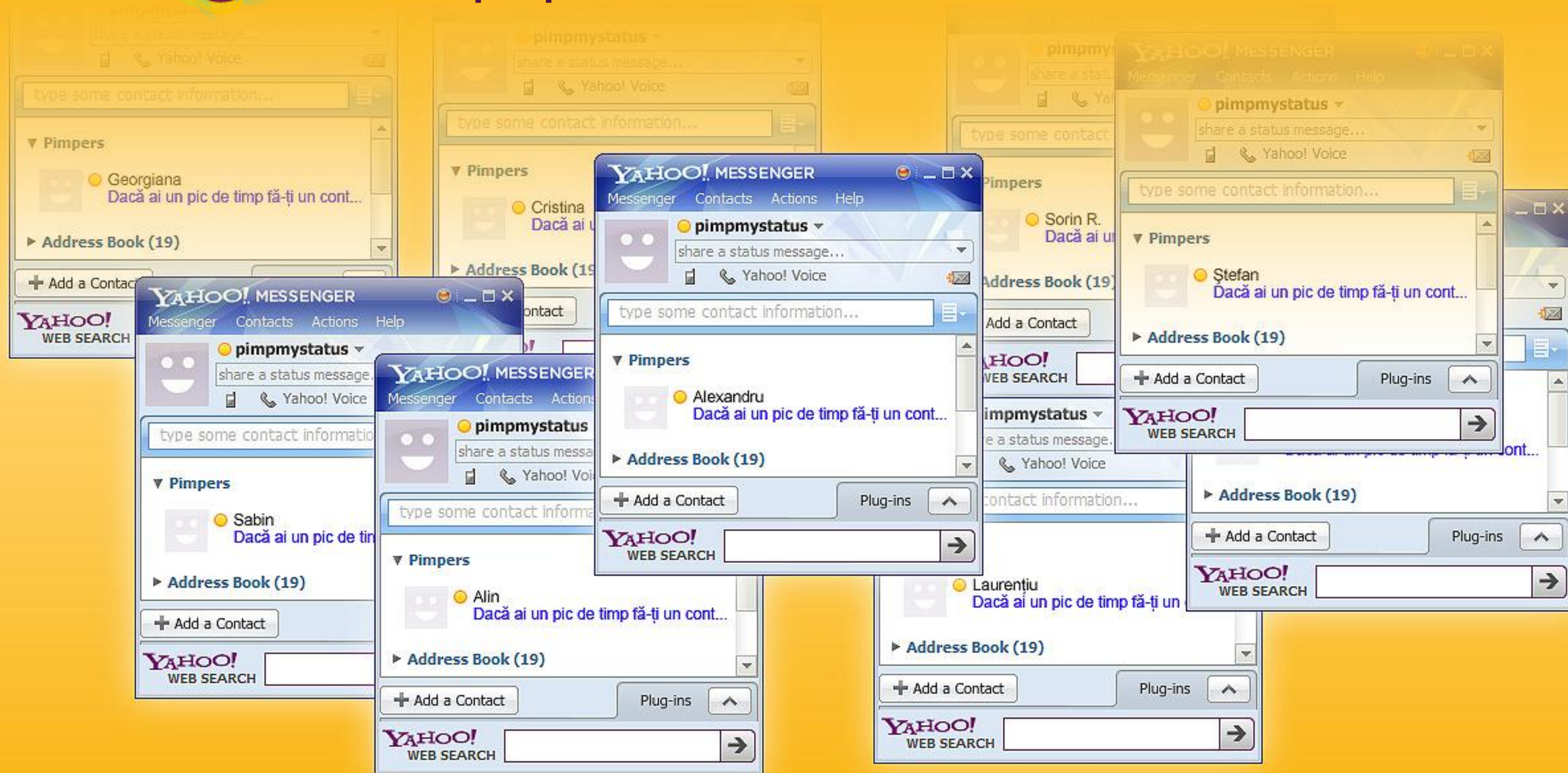


Odată aprobată, campania va apărea ca și o recomandare pe statusurile pimperilor potriviți.





Mesajele sunt văzute de sutele de prietenii pe care fiecare pimper îi are în listă.

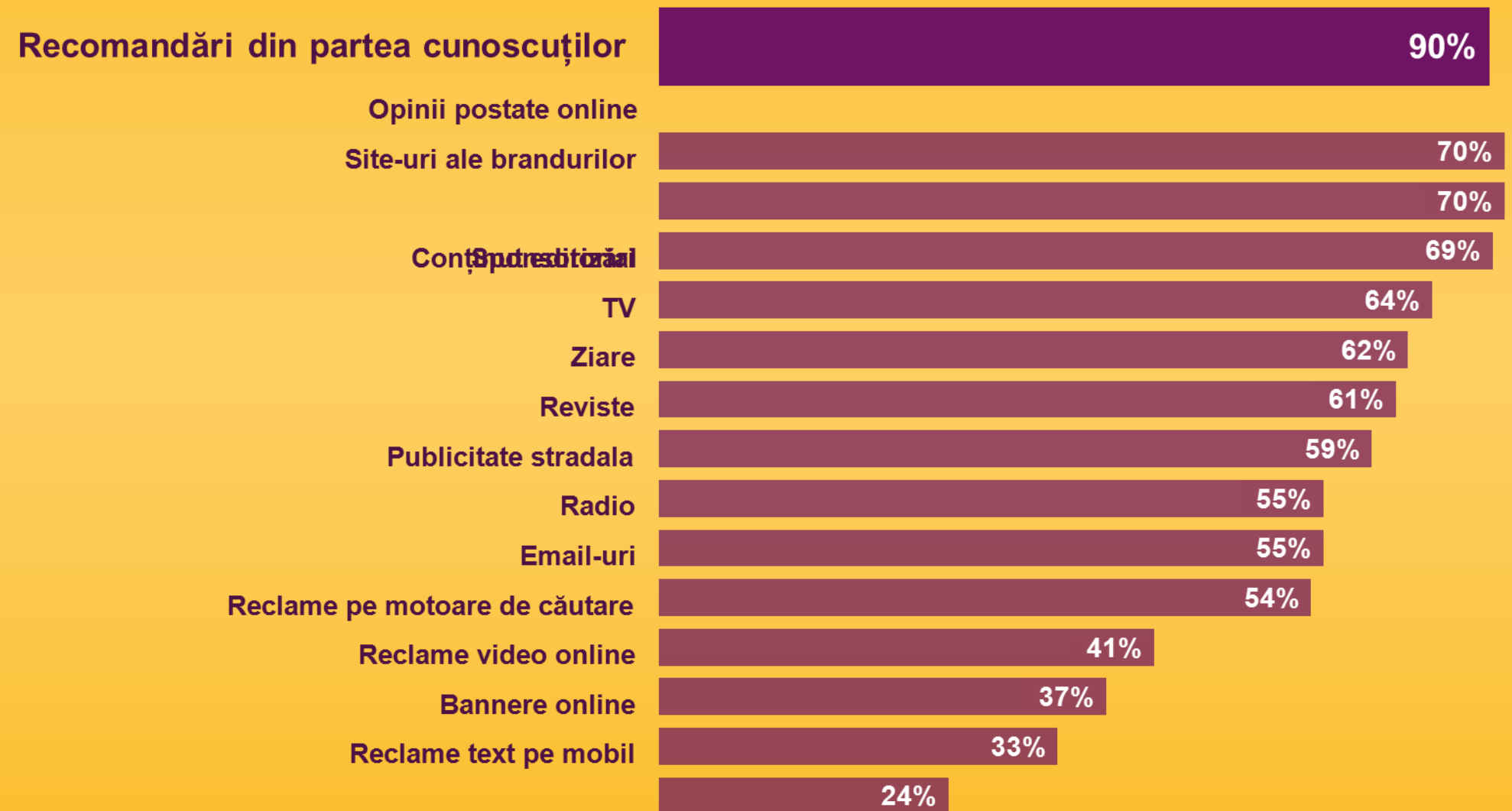




De ce Status Pimp?

Cu atâtea metode de promovare disponibile, de ce ai alege să îți faci publicitate cu noi?

Deoarece clienții tăi nu te cred pe tine. Ei cred pe alții ca ei...



Sursa : Nielsen Company, studiu realizat în Aprilie 2009



Statistici relevante până acum...

Datele culese până în 31 decembrie 2010



1.648.412 prieteni (reach)

Cei care văd propriu-zis statusul afișat de pimperi.

7557 pimperi

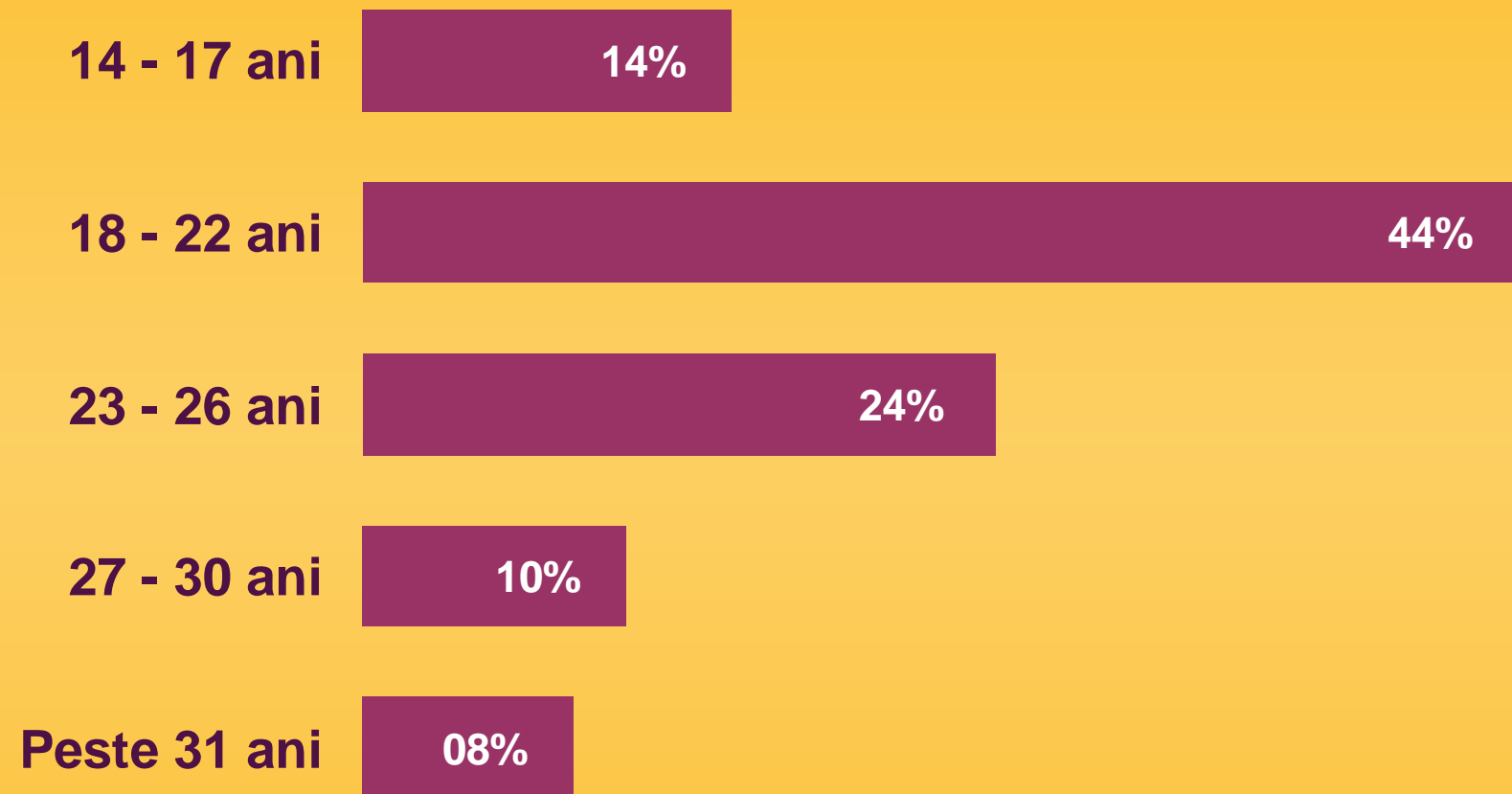
Utilizatori înregistrați care afișează statusurile de campanie.



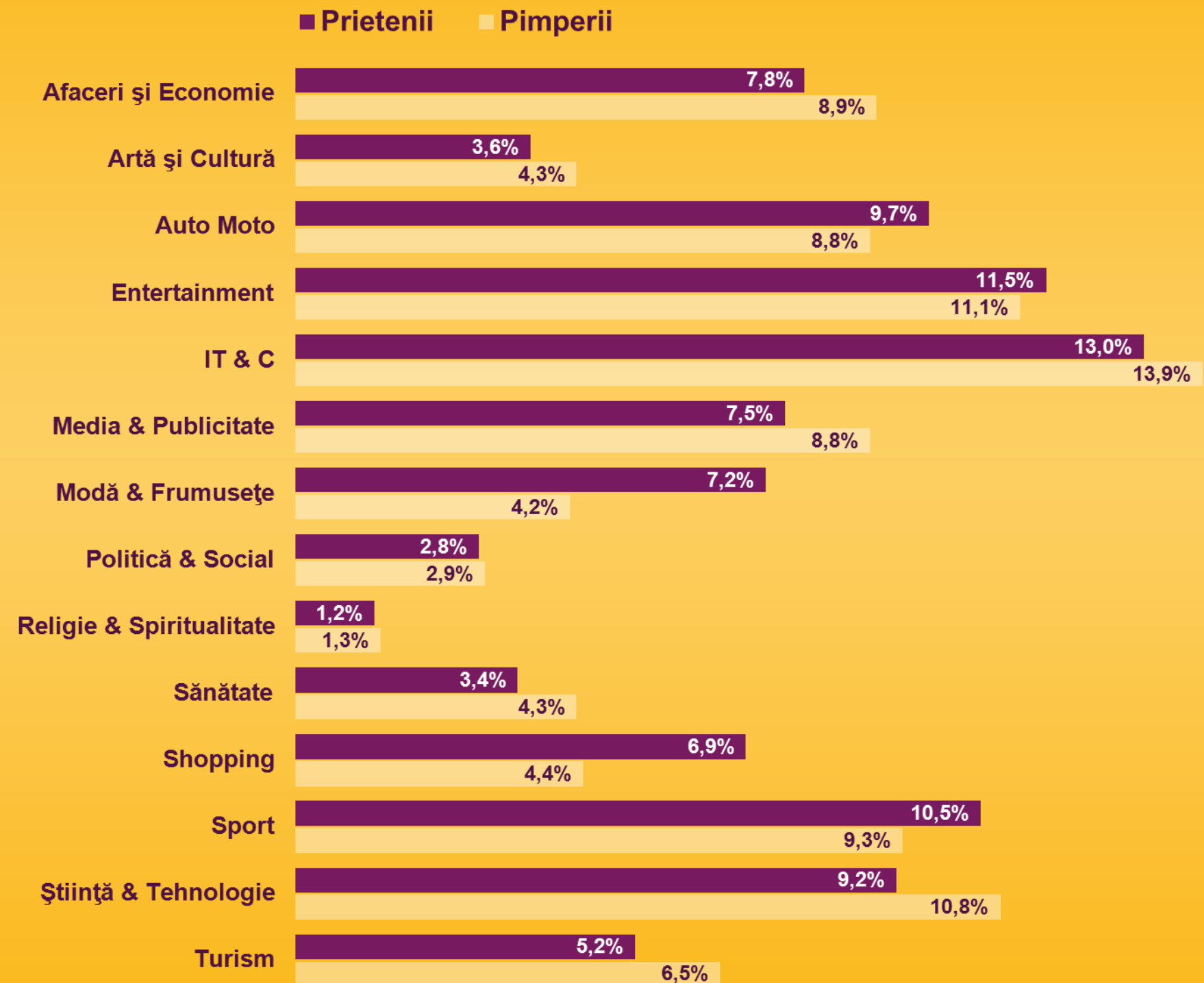
Pimperii după sex...



Pimperii după vârstă...



Prietenii si pimperii după interese...





Exemple de campanii Status Pimp.

Studiu de caz

Integrarea Status Pimp în campania desfășurată de Metropotam

În perioada 6 – 21 iulie 2009 revista online de cultură urbană Metropotam a desfășurat un concurs în care premia cu un bilet la concertul U2 pe cei care completau corect întrebările despre istoria formației.



Campanie Status Pimp

Campania Status Pimp s-a realizat între 9 și 18 iulie. Aceasta a avut un buget de 3000 de clickuri cu o limitare de 500 de clickuri pe zi și a fost targetată național celor între 18 și 34 de ani.



Rezultate campanie Status Pimp

1. Campania a generat 4627 de vizitatori unici.
2. Aproximativ 20% din cei care au vizitat site-ul prin intermediul statusurilor s-au întors pe site de mai mult de 3 ori, asigurând astfel un nou val de cititori loiali.

Studiu de caz

Integrarea Status Pimp în campania desfășurată de Hello Hotels

În perioada 1– 31 iulie 2009 Hello Hotels a organizat o promoție prin care oferea cazare la un preț mult redus.



Campanie Status Pimp

Campania pe Status Pimp a avut un buget de 3000 de clickuri și a fost targetată tinerilor între 18 și 26 de ani de pe întreg teritoriu al României, cu excepția Bucureștiului. Pentru a asigura distribuția clickurilor pe o perioadă cât mai îndelungată, s-a adăugat o limitare de 300 de clickuri pe zi.



Rezultate campanie Status Pimp

1. Cu ajutorul campaniei, Hello Hotels a reușit să se adreseze specific studenților care vin în București pentru admiterea la facultăți cât și cei care doresc să participe la festivalele ce se organizează de-a lungul verii.
2. Campania a generat un număr de 4035 de vizitatorii între 10 și 21 iulie 2009.

Studiu de caz

Integrarea Status Pimp în campania desfășurată de Vodafone - “MyVodafone Adventure”

În perioada 14 Ianuarie - 13 Februarie 2010 Vodafone a organizat un concurs online pentru clienții existenți în care obiectivul era înregistrarea în jocul online.



Campanie Status Pimp

Premiul oferit era câștigat în urma strângerii de voturi prin accesare unui link unic pentru fiecare participant.

Campania pe Status Pimp a avut un buget de 3871 de clickuri și a fost targetată tinerilor de peste 18 ani de pe întreg teritoriul al României. Nu s-a pus o limitare a click-urilor pe zi.



Rezultate campanie Status Pimp

1. Cu ajutorul Status Pimp, site-ul campaniei a obținut 6170 de vizite.
2. Mesajele scurte și puternice ale campaniei au generat o rată de click foarte bună. Acestea au fost apreciate și de pimperi, generând conversații despre brand-ul Vodafone între aceștia și prietenii lor.



O parte din clienții care au ales deja să fie recomandați prin statusurile pimperilor Status Pimp.



MURFATLAR

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

Hello
Hotels

JACOBS