

交互式通信与网络营销



目标

我们的目标是成为客户的战略合作伙伴在数字世界中，创造了一个提供定量和定性信息品牌的紧密结合，履行相应的分析，并从那里产生的整体在线广告战略，始终连接创造力内容与数字媒体的最新趋势，从网络到**2.0**举措，下线的活动，自定义应用程序和移动活动。

服务

- 市场研究在线：

求知道，谁觉得消费者认为**Web**

2.0的（社会媒体），作为一种工具，利用洞察力，使品牌的价值和产生未来的通讯变得更有效率。

- 综合发展交流活动：

使用强劲的横向对话和交流，我们建议，并提供不同的内容，从网站和博客易于使用的集成，甚至脱机战略，以客户的品牌，并在同一侧的人行道。

- 播种在线：

新闻和公关的产品和**Web**

2.0服务，并增加额外的价值和品牌的社区成员。种植在网络上，使得要沟通，探讨新的概念。病毒生成和刺激的现象。

- 定位网址：
改善像谷歌或雅虎的搜索引擎品牌定位！
- 广告在线：
在线广告的运动，以交通为导向的品牌达到更高的产品知名度的网站，以及产生理解目标的行为定性和定量有用信息，并使用它未来的产品推出。

结果

德尤斯特监测和评价研究的沟通措施，不仅衡量的行动正在开展的反应，而且预测未来的情况，并就如何进行决策。它生成的定量和定性的一些有价值的信息，以客户的业务。

成功案例

National Geographic -运动“的地质旅游挑战2009” - [更多信息](#)

Telmex – 运动缓存为你“ - 母亲节 – [更多信息](#)

Samsung – 广告系列“你是什么音乐？” - [更多信息](#)

Revista GPB – 在网上社区定位 - [更多信息](#)