

hello,

we are

**bitmob**



**Bitmob** הינו משרד פרסום בעל העדפה ואוריינטציה דיגיטלית מובהקת המשרד הוקם לפני 4 שנים על ידי איתי טרייסטר ובוני סולומון בעלי ניסיון של מעל ל- 15 שנים בתחומי הייעוץ, הפרסום והשיווק הדיגיטלי.

בוני ואיתי ששימשו בתפקידים בכירים בכמה מחברות המדיה המובילות בשוק הדיגיטל הישראלי.

**Bitmob** מונה עשרה עובדים: אנשי תוכן מדיה עיצוב אסטרטגיה וקראייטיב ניהול הלקוח מתבצע על ידי בעלי המשרד ומערבותם בטיפול היום יומי בלקוח מורגשת ובאה לידי ביטוי בעצימות גובה.

לקוחותינו נהנים ממקצועיות, ניסיון עשיר, תגובה מהירה לצרכי הלקוח ושירות בסטנדרט גבוה.

**מידע נוסף יש במצגת וכן באתר החברה [bitmob.co.il](http://bitmob.co.il)**

נשמח להמשיך בשיתוף הפעולה

**bitmob**

Nice  
to meet  
you



ידיעות אחרונות

סופר-פארם

Club50  
מבליים ביחד

דיזנגוף סנטר

המכללה האקדמית  
אחווה  
עכשיו מחר

PowerCard  
ככה משתלם לשלם

FedEx

ערוץ  
הילדים

NETAFIM™  
GROW MORE WITH LESS

DOCTOR  
OR

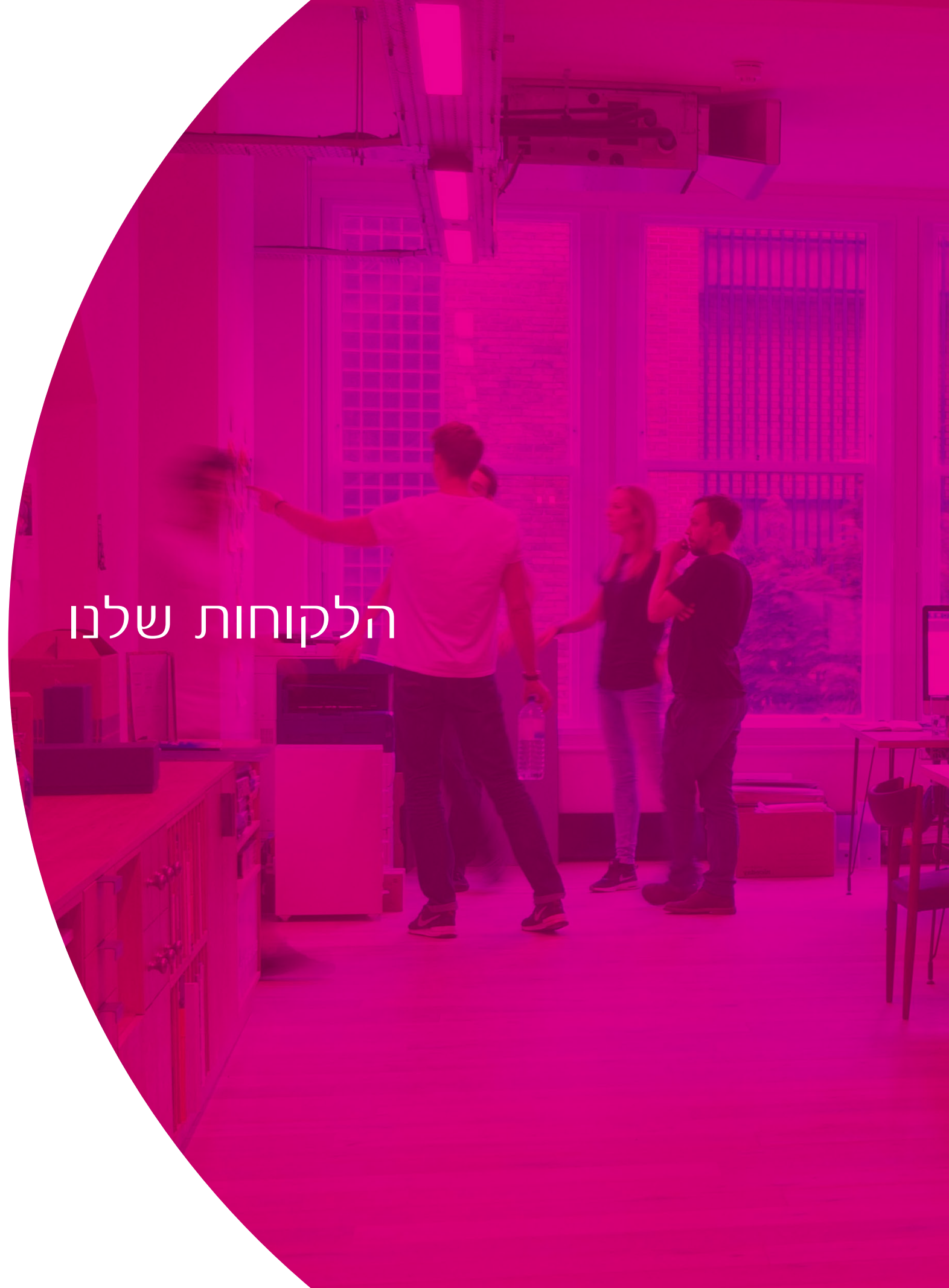
BabySitter

ועוד...

Smart VOD

TOTTO

הלקוחות שלנו



case  
studies



**NETAFIM**<sup>TM</sup>

GROW MORE WITH LESS





## נטפים

חברת הטפטפות הגדולה בעולם

## רקע

- השיקו ב- 2017 את הדור הבא של מערכות ההשקיה - מערכת חכמה לניהול השדה בזמן אמת
- המערכת הסלולרית מאפשרת לכל חקלאי לעקוב ולנהל את הגידולי השדה מבלי להיות נוכח בשדה עצמו
- הלקוח היה זקוק / מעוניין ב-Marketing tool kit שיאפשר להם להשיק את המוצר בכל
- מדינת יעד אליה הם מכוונים / מחליטים לחדור.
- ה-MTK כלל מיתוג מלא, סרטון באורך 2:40 לטוב כנסים ודיגיטל, קיצור לסרטון באורך 30 שניות ואלמנטים נוספים

## קהל המטרה:

מקבלי ההחלטות בחברות החקלאות הגדולות בעולם

## אסטרטגיית המותג:

- המערכת צריכה מחד להרשים ולשדר טכנולוגיה, יעילות וחדשנות ולהסביר את החוכמה האדירה שהמערכת מספקת. מאידך המותג חייב לשדר פשטות, נוחות, ושליטה כדי לא לאיים על מקבלי החלטות המגיעים מעולמות החקלאות הקלאסיים ולשם כך נעשה שימוש מרובה במראות הטבע השדות, ואזור הנוחות של מקבלי ההחלטה.
- המותג קיבל את השם "Netbit" המשדר חדשנות ביכולת המעקב אחר הקורה בשדה תוך שמירה על קלילות וידידותיות למשתמש
- הסיפור - prepare for tomorrow - today



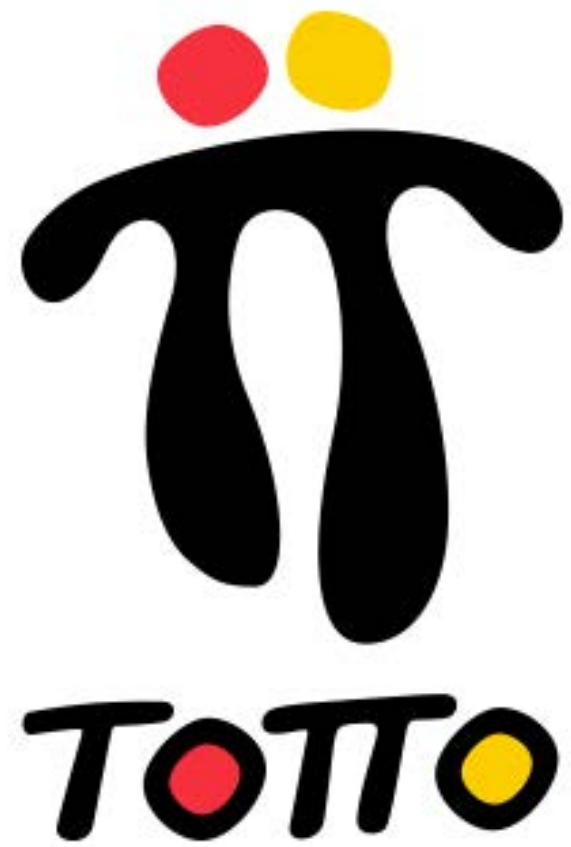


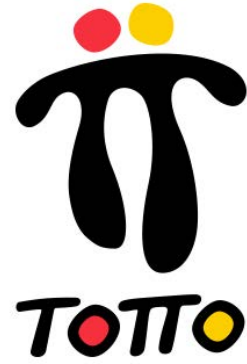
# NETAFIM™

## NetBeat









### רקע

- קבוצת פלפוט החברה המובילה בארץ בתחום מוצרי הפופ, ציוד משרדי וחזרה לבית ספר.
- חברת ביטמוב משמשת כמשרד הפרסום של הקבוצה והמותגים השונים ב-3 שנים.
- הקבוצה ייבאה ב 2017 לראשונה מותג תיקי גב מגניב ונועז לצעירים בשם טוטו.

### על הענף:

- שוק התיקים לצעירים מוכר כ- 900K תיקים בשנה ומוערך בכ- 180 מיליון ₪ בשנה
- השוק רווי במותגים ומאופיין בנקודות מכירה עמוסות וצבעוניות המקשות על המותגים לייצר בולטות
- עונת מכירות עיקרית קצרה כבת חודשיים

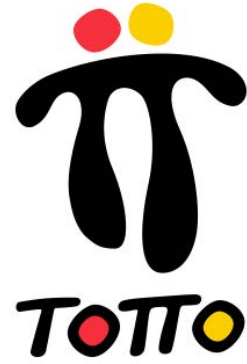
### יתרון מוצרי

מותג TOTTO הוא שבנוסף לעיצוב הקול והקליל, מבפנים המוצר מעוצב ומתוכנן בהתאמה לצרכים של התיכונים של ימינו : הגנה מובנית על טאבלטים, מיקום נוח לסמארטפון עם יציאה נוחה לאוזניות כך שהטלפון נשאר בתיק וכמובן מבנה אורתופדי וחומרים עמידים: בקיצור גם חכם וגם מגניב.

### קהל המטרה

הורים וילדיהם הצעירים, ההורים עדיין מעורבים בקניות היקרות של ילדיהם מאידך הילדים הם שותפים מלאים ואף מובילים את הקניה.

קבוצת פלפוט  
מותג תיקי טוטו



## האסטרטגיה

• האתגר הפרסומי לשנת ההשקה הראשונה : היעד היה לבנות את המודעות וההתעניינות של קהל המטרה (הורים וצעירים), מתוך הבנה שמובילי דעת הקהל וה- **Trend setters** "ידלקו" ובהמשך, המותג יהפוך ל **Main stream** ומוביל שוק. באופן יוצא דופן ופורץ דרך בחרנו לבצע קמפיין הפונה להורים וצעירים יחד - וזאת למרות הפרדיגמה הרווחת בעולם הפרסום שלא ניתן לשלב בין השניים. למדנו כי מובילי הדעה הצעירים אינם רואים בהוריהם אויב, למעשה רבים מהם חברים טובים, הצעירים משתפים את הוריהם בהתלבטויות, הם צוחקים יחד, מבלים יחד. ולכן הבנו שאנחנו יכולים לפנות ולמשוך תשומת לב הצעירים למותג ולהפוך אותו לאופציה רלוונטית בסט הבחירה ובד בבד לבנות לגיטימציה בקרב ההורים תוך הדגשת מאפיינים פונקציונליים ובראשם האורתופדיות ועמידות.

## באותו קמפיין, ובאותו תקציב

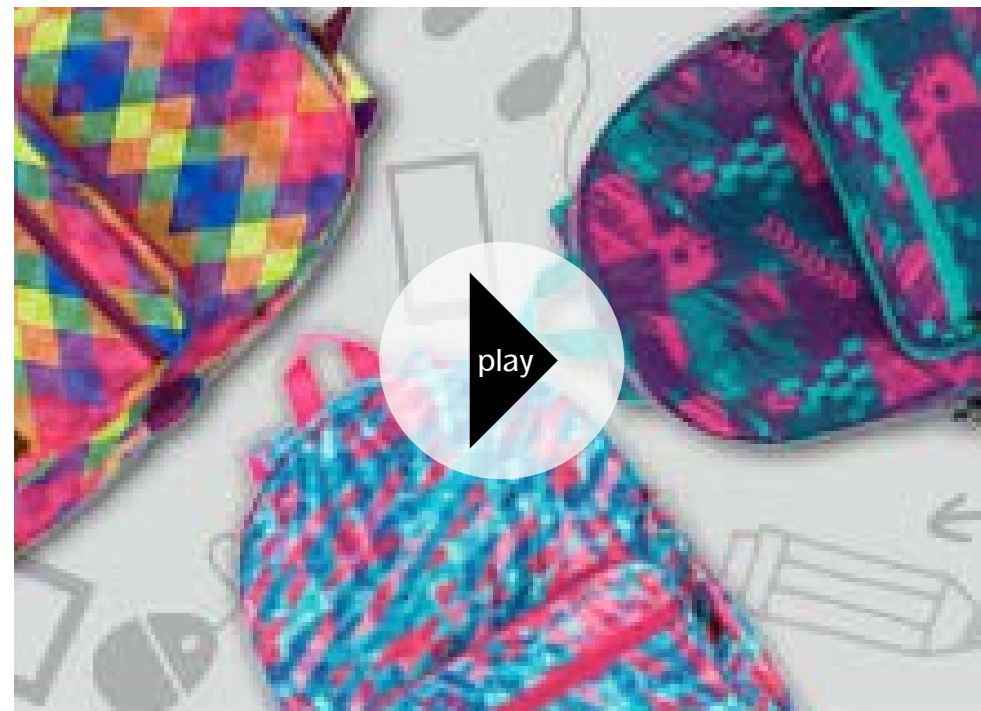
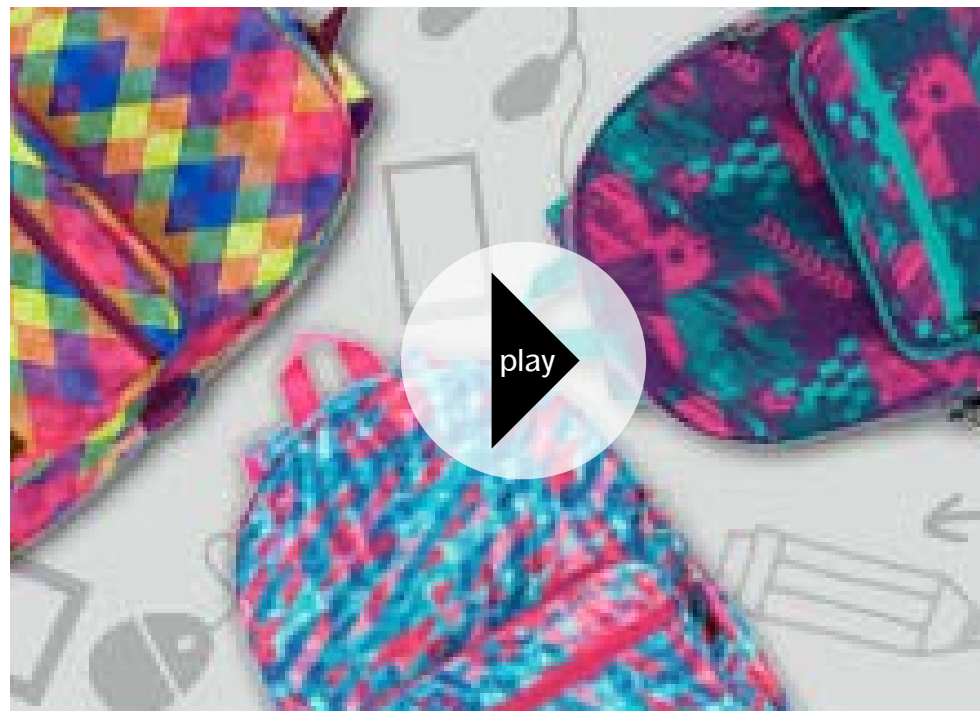
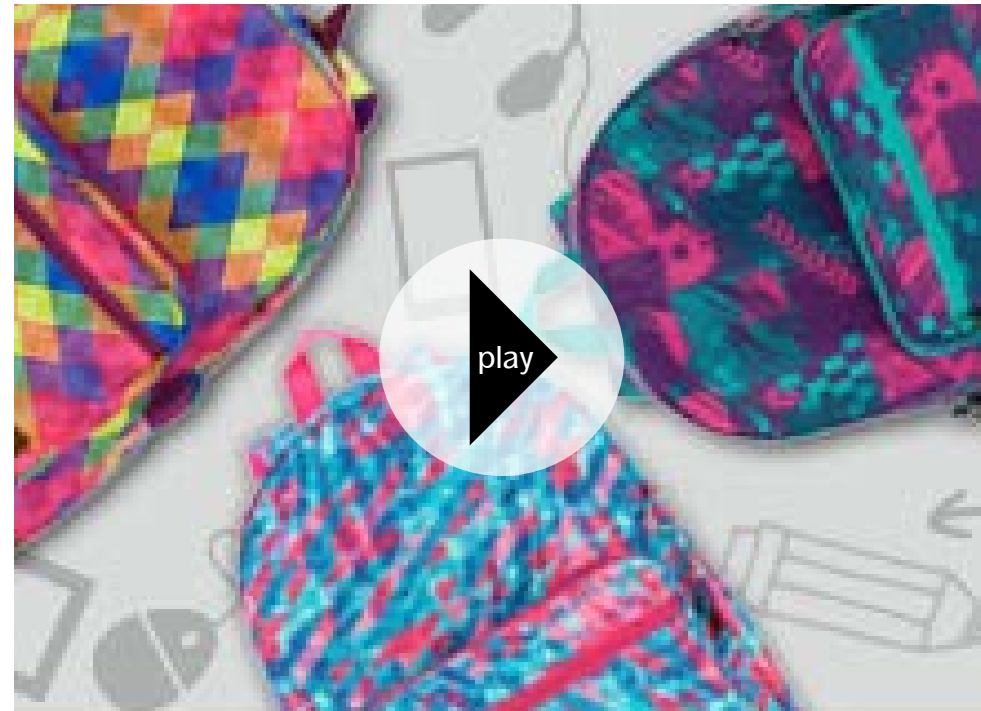
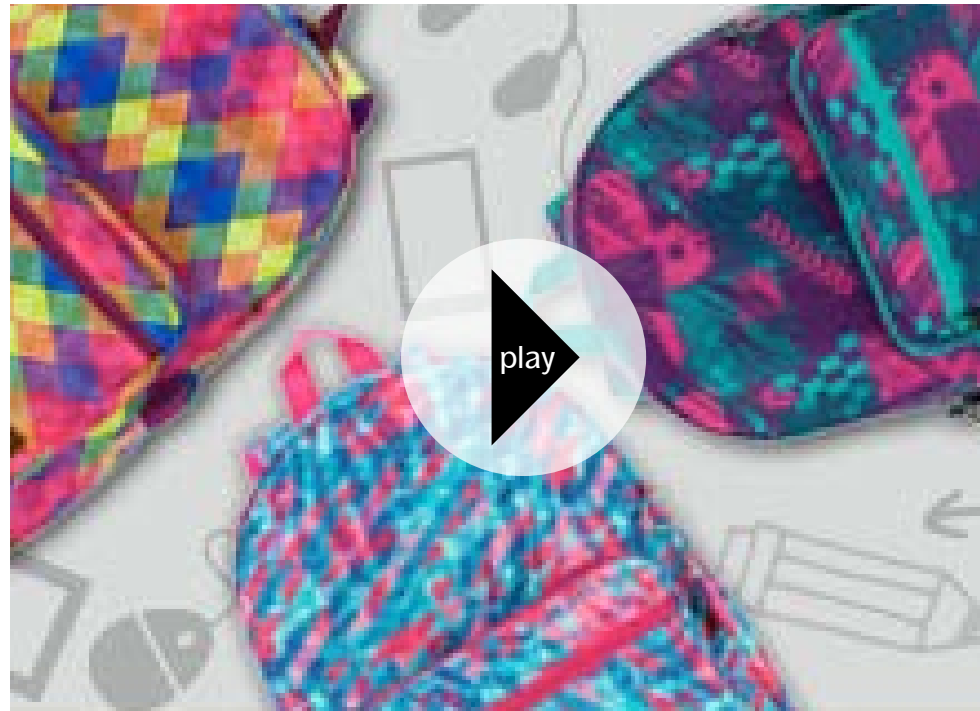
**עבור ההורים** קמפיין המדגיש את האורתופדיות והעמידות של תיק - תיק עם גב  
**עבור הצעירים** הדגשת הפיצ'רים הטכנולוגיים והעיצובים המגניבים - תיק לפני

## הסיפור

**TOTTO** תיק עם גב - תיק לפני

אסטרטגיה



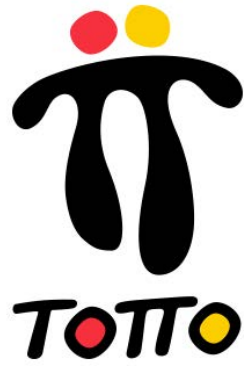


קריאייטיב

- בחירת פרזנטור רלוונטי: בחרנו את עמית רכטר שחקן צעיר וסלב בקרב קהל המטרה שיוביל את המהלך של סדרת סרטוני רשת חצופים בולטים להורים ולילדים. התסריט הכיל בתוכו גם את האבא וגם הילדים, הקריאייטיב בשילוט האוטובוסים פנה לשני הקהלים.



קריאייטיב



## את הפעילות התחלנו כמה חודשים לפני שיא עונת המכירות במטרה לבסס את התודעה הצרכנית למותג לזמן האמת הפעילות כללה:

- קמפיין וידאו רחב הקף ביוטיוב ופייסבוק שכלל כלים כגון Trueview צביעת גולשים ו-remarketing.
- קמפיין פייסבוק מטורגט לקהל הצעירים עם כלים כגון מודעות סטטוס, מודעות וידאו, מודעות קרוסלה, מודעות מסנר להגברת האינטראקציה והשיחה.
- קמפיין GDN בגוגל - דגש על מובייל ואפליקציות לצעירים.
- כל הקמפיינים הדיגיטלים טורטגו וטוייבו בהתאם לערוצי ההפצה הגיאוגרפיים של הלקוח.
- קמפיין מובילי דעת קהל ונסיינים- יוטיוב ואינסטגרם.
- תחרויות רשת נושאות פרסים בפייסבוק שכללו חלוקת תיקים.
- קמפיין אינסטגרם רחב.
- שילוט אוטובוסים הפונה בעיקר להורים הנוסעים ברכב.
- פעילות מובילי דעת קהל בגילאי 14-25: בחרנו 30 מובילי דעת קהל מתאימים אליהם נשלחו המוצרים לסקירה דיגיטלית.

### תוצאות

- הקמפיין עמד מעל ומעבר ליעדים המכירתיים המצופים
- כרבע מיליון צפיות בסרטוני היוטיוב
- מעל חצי מיליון צפיות בפייסבוק
- קרוב ל 30,000 לייקים על מודעות אינסטגרם
- צמיחה של מאות אחוזים בשיעורי האינטראקציה
- והכי חשוב שביעות רצון מלאה של הנהלת קבוצת פלפוט

המדיה

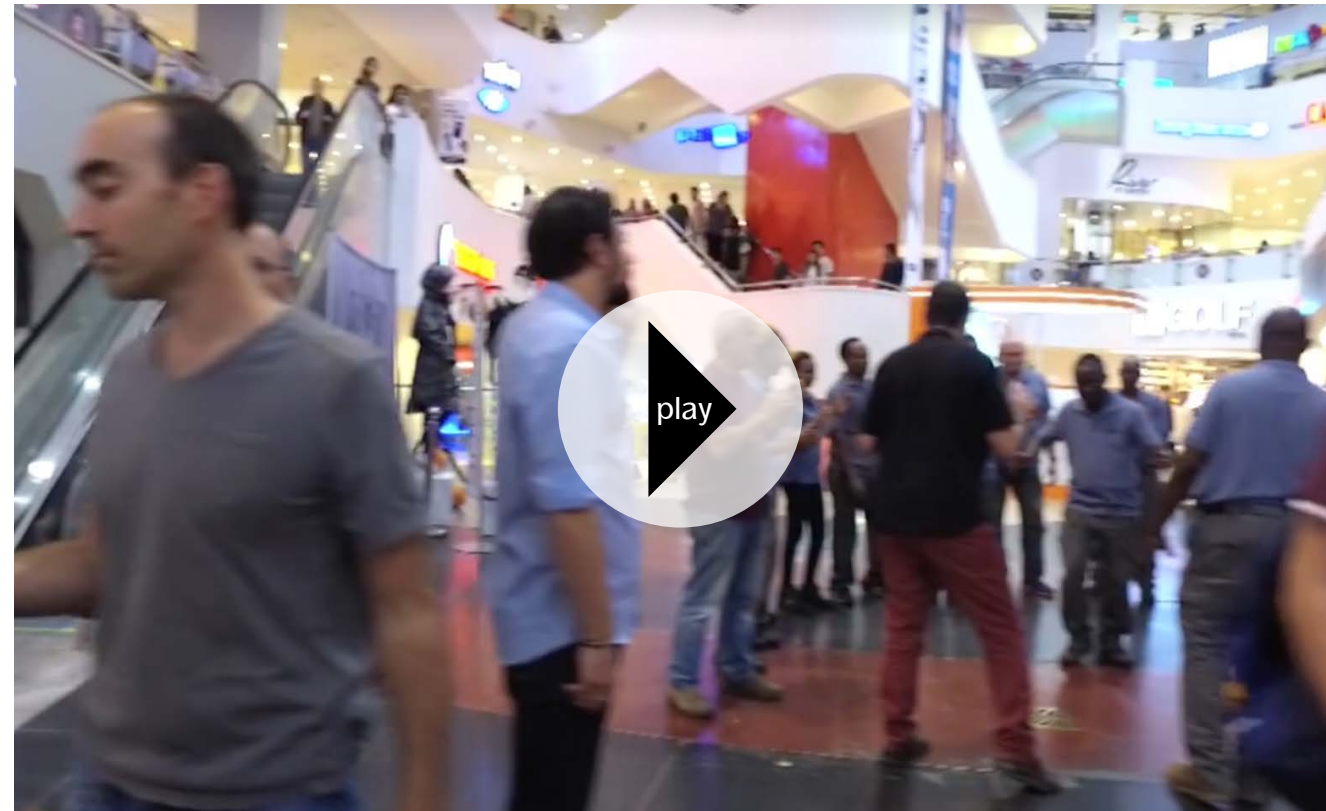


**Club50**  
מבליים ביחד



### מעקב ואימוץ טרנדים בין לאומיים ברשתות החברתיות

- אתגר בזכות חלון הראווה הראשון בישראל - דיזינגוף סנטר
- ביטמוב הייתה הראשונה לזהות את הטרנד העולמי שתקף את הרשתות החברתיות ובעיקר באינסטגרם
- תוך 48 שעות עודדנו את דיזינגוף סנטר להרים את הכפפה ולייצר סרטון משלו
- התוצאה << 270,000 צפיות וויראליות לסרטון מוצלח
- תקציב מדיה << 500 ₪



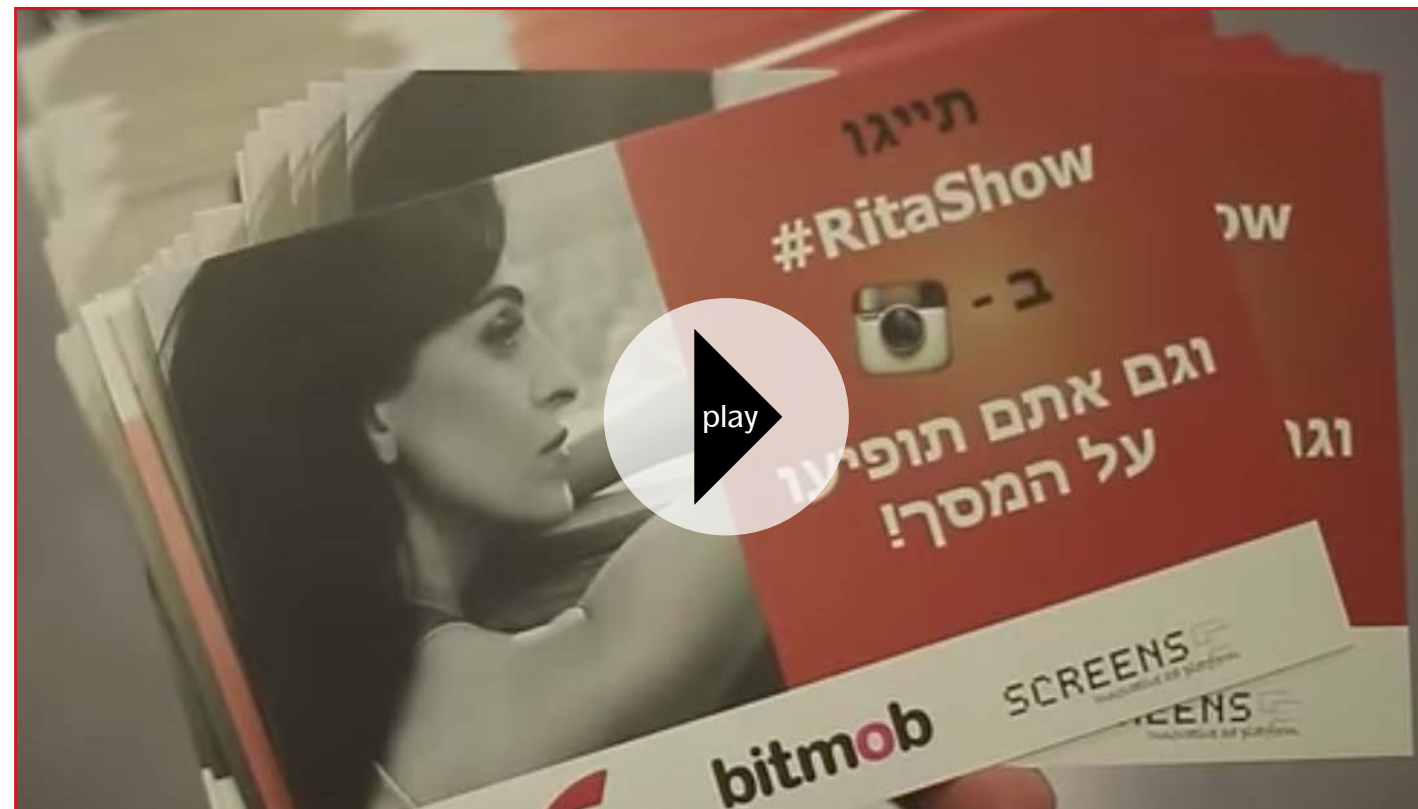
דיזינגוף  
סנטר

## לראשונה בישראל אינסטגרם בהופעה חיה השקת עמוד האינסטגרם של ריטה

ביטמוב מלווה את הפעילות הדיגיטלית של הזמרת ריטה כבר מספר שנים הפעילות כוללת

- טיפול בכל הנכסים הדיגיטליים קידום אלבומים והופעות
- אחד המאפיינים הבולטים בהופעות של ריטה הוא אינטראקציה גבוהה עם הקהל רצינו להגביר את זה ולהשיק את עמוד האינסטגרם
- באחת ההופעות בסבב של "אהבה גדולה" הקמנו 2 מסכי ענק
- חברנו לחברת נוביסיין המתמחה במסכים ויודעת להציג תוכן בזמן אמת בין היתר מהאינסטגרם.
- עודדנו את הקהל בהופעה להצטלם לעלות לאינסטגרם ולתייג

**התוצאה ריטה שרה וברקע מאות תמונות של הקהל וזו אכן הייתה אהבה גדולה**



ריטה



# תחום הלימודים

לביטמוב ניסיון רב בקמפיינים בתחום הלימודים ובגיוס לידיים  
בין לקוחתינו ניתן למצוא:

**מכללת מגמות** ללימודי שוק ההון

**מכללת קבלה לעם** המשווקת את לימודי הקבלה

**המכללה האקדמית אחוה**

בעבר טיפלנו:

**במרכז האקדמי שערי מדע ומשפט**

**האקדמיה של חברת נטקראפט** ללימודי UI UX



המכללה האקדמית  
**אחוה**  
עכשיו מחר