

Презентация интерактивного агентства AGIMA



О компании



AGIMA – интерактивное агентство с собственным производством.

Наша философия – Future Friendly Web – решения, дружественные к будущему.

Стремление разрабатывать те продукты, которые будут эффективны не только сегодня.

5

место в рейтинге
разработчиков решений
для финансового рынка

50

сотрудников

500

выполненных проектов

2005

2006 2007 2008 2009

Год образования AGIMA

2010

2011 2012 2013

Разработка первого
в России адаптивного сайта



2014

AGIMA в 10-ке ведущих веб-студий России
по версии Рейтинга Рунета и Tagline

Услуги



- Аналитика
- Usability
- Web-разработка
- Digital-маркетинг
- Поддержка и развитие
- Мобильные приложения
- Продвижение в соцмедиа
- Консалтинг

Мы всегда смотрим немного дальше, чтобы выстраивать долгосрочную коммуникацию, основанную на потребностях потребителя.



Александр Богданов,
Генеральный директор
агентства AGIMA

Преимущества



Желание понимать бизнес клиента, готовность развивать процессы в команде под его задачи, гибкая методология разработки и особое внимание к качеству менеджмента — фундамент, на котором строится наше агентство.

Делаем сайты адаптивными

Наши решения одинаково корректно работают на любых устройствах: мобильных телефонах, планшетах, мониторах и даже на холодильниках. В России мы по праву выступаем экспертами в области responsive web design.

Веб-аналитика и Performance marketing

Мы понимаем, что эффективность любого проекта — это не только современный дизайн и качественный функционал. Именно поэтому мы предлагаем услуги в области веб-аналитики, повышающие эффективность вложений в проект и оптимизирующие его KPI.

Развиваем интернет-проекты

Мы обладаем независимым отделом поддержки и развития, который реагирует на краткосрочные запросы в течение 15 минут в соответствии с SLA.

Гибкая разработка

Мы можем предложить вам гибкую разработку — возможность забронировать определенных разработчиков в команде, или выделить команду нужных специалистов и привезти их к вам в офис на необходимое для проекта время.

Наши клиенты





Наши награды

Работы компании неоднократно награждались на конкурсах и фестивалях — RedApple, Propeller Digital, Золотой сайт, Russian Flash Awards, РОСНАНО и многих других.



НАШИ РАБОТЫ

Задача:

Повысить эффективность веб-сервисов расчета и приобретения полисов ОСАГО и КАСКО на сайте «Интач Страхование», лидера директ-страхования в России.

Решение:

Вместо нескольких отдельных калькуляторов был спроектирован один мощный сервис расчета и приобретения полисов автострахования КАСКО и ОСАГО. Предложение условий страхования подбирается с учетом личных потребностей клиента.

Интерфейсы калькулятора прошли многократное UX-тестирование еще на этапе проектирования. Всего было подготовлено 46 прототипов. Хорошее взаимодействие аналитиков и UX-проектировщиков напрямую отразилось на конверсии.

Результат:

2

В 2 раза сократилось время расчета продукта

15%

Рост конверсии продаж на 15%

50%

Рост премий за 3 месяца на 50%

Задача:

Проанализировать функционал продажи полисов ВЗР онлайн, выявить проблемные места, спроектировать новый интерфейс, повысить скорость и удобство работы с интерфейсом и увеличить продажи.

Решение:

Проанализировав функционал текущего калькулятора, AGIMA спроектировала новый калькулятор. Теперь, получение расчета стоимости и генерирование полисов происходило не только с сайта alfastah.ru, но и с сайтов-партнеров. Был разработан iFrame, который можно напрямую поставить на сайт партнера и гибко изменять его внешний вид. С помощью этого фрейма ведется автоматический учет продаж и начисление премий партнерам.

Была разработана адаптивная версия калькулятора, которая повысила конверсию при заходе с мобильных устройств. После интеграции было принято решение запустить новый калькулятор вместе со старым, для сбора аналитических данных и дальнейшей оптимизации интерфейса. В данный момент проводятся эксперименты на разных группах пользователей.

Результат:

6,2%

Рост конверсии при заходе с мобильных устройств

3

3 подключенных партнера за первый месяц работы

a / b

Регулярное тестирование с целью повышения конверсии



Задача:

В связи с постоянным приростом мобильного трафика на сайт Связного Банка, появилась необходимость обеспечить комфортное использование сайта не только с десктопов, но и с телефонов, планшетов и других мобильных устройств.

Решение:

Банку было предложено актуальное решение — адаптивный сайт, одинаково удобный в использовании со всех устройств выхода в интернет.

На мобильных девайсах часть контента сворачивается — благодаря этой маленькой хитрости, ускоряется загрузка сайта и экономится трафик. Изображения не просто адаптируются по размеру, но и подстраиваются по весу под устройство.

Таблицы адаптируются под самые маленькие дисплеи, что позволяет пользователям любых устройств получить доступ к важной информации в любой момент. Строки и столбцы перестраиваются, и, в результате, таблицы удобно просматривать при скроллинге.

Результат:

Сайт «Связной Банк» — лучший адаптивный сайт России по версии премии Золотой сайт 2014.



Задача:

Разработать сайт для единой карьерной службы HR Райффайзенбанка, который бы упрощал процесс подбора персонала всем отделениям банка.

Решение:

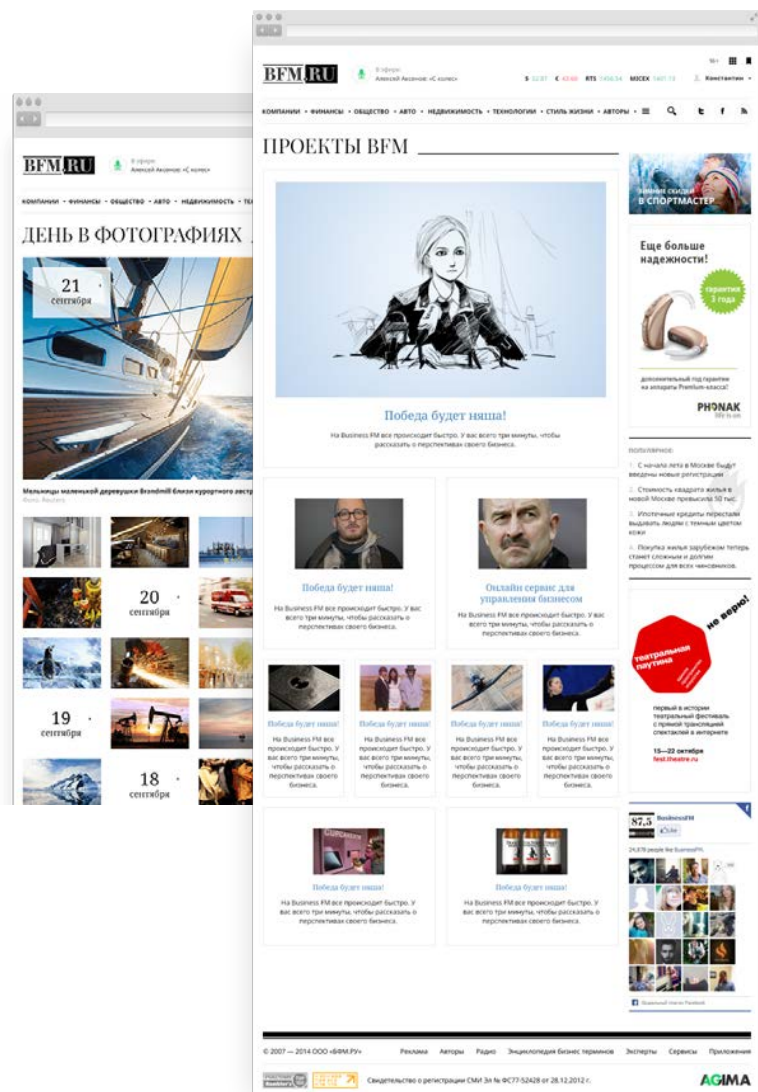
Дизайн сайта выполнен в корпоративных цветах Райффайзенбанка. Для создания вдохновляющей атмосферы на главную страницу добавлен анимированный элемент — лифт, который увозит пока еще неопытных соискателей к вершинам их будущей карьерной лестницы.

Визуализирован процесс трудоустройства в Райффайзенбанк, чтобы соискателям было проще сориентироваться, и они сразу могли начать с первого шага к успеху — размещения резюме.

Ресурс имеет специальную систему обработки вакансий и откликов. Отправленные резюме обрабатываются во внутренней системе Райффайзенбанка и доступны сотрудникам HR-службы.

Результат:

Сайт призван упростить коммуникацию между отделениями банка. С помощью сайта единая служба HR уже легко формирует базу соискателей из потоковых заявок с ресурса в рамках единого карьерного проекта.



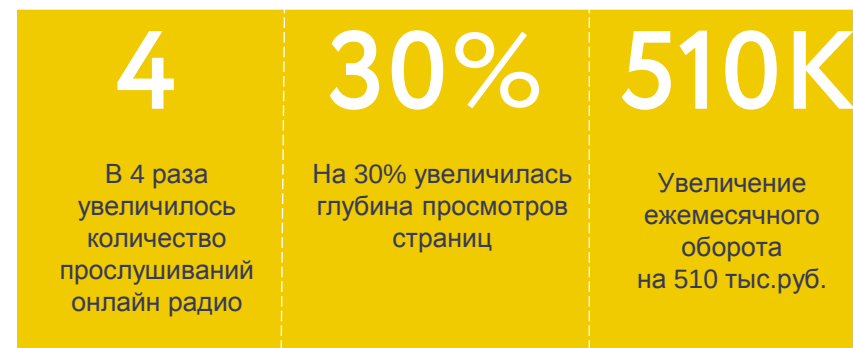
Задача:

Повысить удобство для пользователей, которые пришли послушать радио, увеличить глубину просмотра, а также увеличить CTR баннерных мест.

Решение:

Данные работы производились после проведения комплексного веб-анализа. На его основе были выдвинуты некоторые гипотезы, которые были проверены с помощью контентных экспериментов. Для того чтобы повысить количество прослушиваний радио на сайте, значок плеера был сделан видимым в любом экране. Для повышения глубины просмотра были увеличено количество точек входа с главной страницы, а для увеличения CTR баннерных мест было решено отказаться от размещения рядом баннеров и изображений новостей.

Результат:





Задача:

Измерить ROI CPC и оптимизировать эффективность платных источников трафика из Google AdWords и Яндекс.Директ для калькулятора продажи страховки ВЗР онлайн.

Решение:

Для решения задачи компанией AGIMA была произведена интеграция Google Analytics с AdWords. Произведен импорт данных о стоимости по каждому отдельному запросу из Яндекс.Директ. В ходе анализа данных было произведено перераспределение бюджета на поисковые фразы с учетом значимости отложенной конверсии.

Дополнительно был настроен ремаркетинг для возврата потенциальных покупателей, ушедших с какого либо шага покупки.

Финальным штрихом стала подготовка детализированного аналитического отчета, включающего отдельные воронки по источникам трафика, ассоциативные и отложенные конверсии, ROI по каждому платному запросу, средний чек и многое другое.

Результат:

1,5

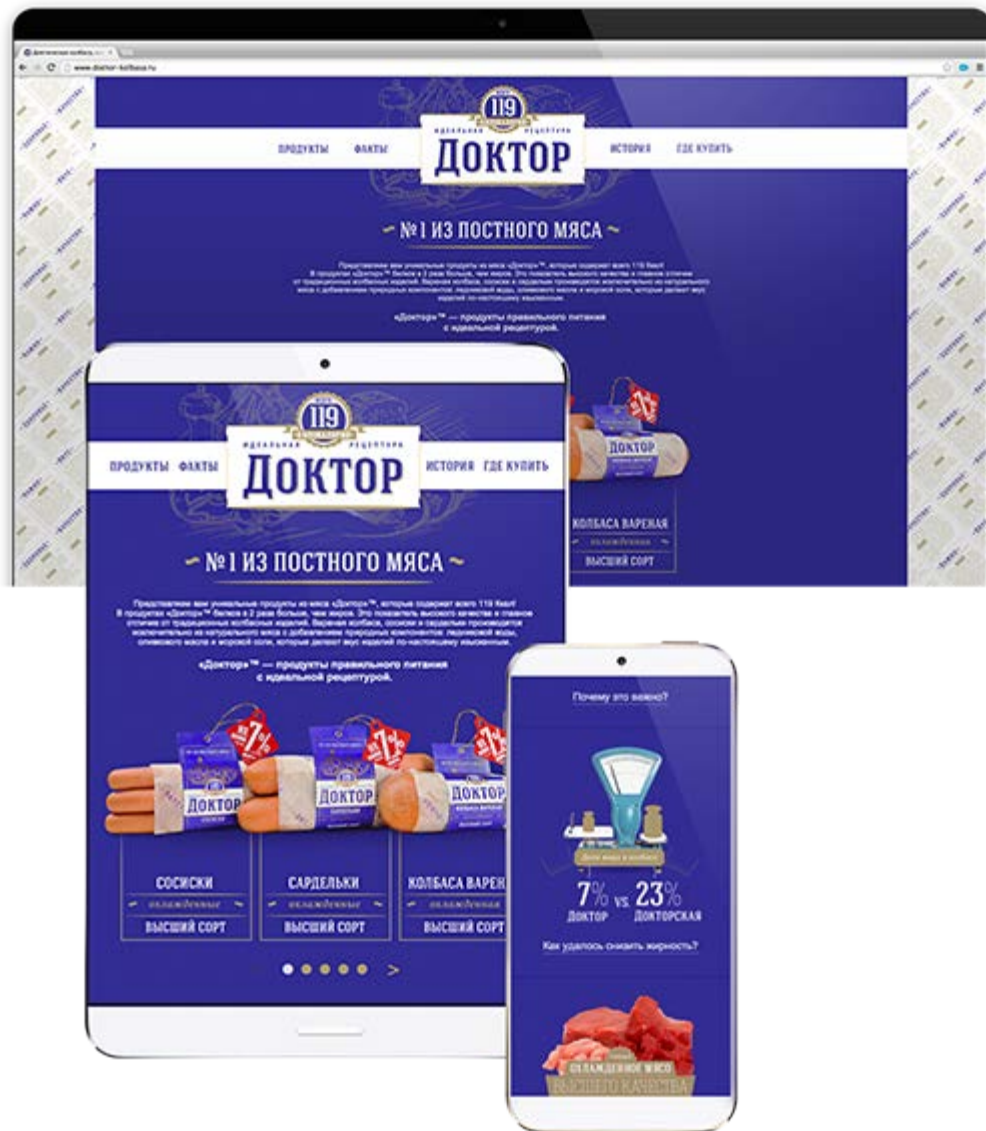
В 1,5 раза
снизились траты
на контекст

20%

Увеличилось
количество
продаваемых через
CPC полисов

1020

Средний чек вырос с
758 р. до 1 020 р.



Задача:

Группа компаний «Царицыно» готовила к выпуску на рынок инновационную продуктовую линейку под брендом «Доктор». Перед нашим агентством поставили задачу организовать эффективную коммуникацию бренда в цифровой среде для пользователей всех устройств выхода в интернет.

Решение:

При заходе на сайт с телефона изначально загружаются изображения более низкого разрешения. Меню становится более привычным для управления пальцами на тачскрине — к фотогалерее подключается скрипт, отвечающий за пролистывание изображений пальцами, а магазины теперь выводятся списком.

Помимо того, что сайт преобразуется в зависимости от того, с какого устройства на него зашел пользователь, мы еще и снижаем его вес. По итогам тестирования даже при низкоскоростном соединении EDGE сайт на мобильных устройствах загружается за 5 секунд и весит при этом всего 700 Кб, хотя вес десктопной версии того же сайта составляет 2,5 Мб.

Результат:

3

В 3 выше раза
конверсия
с мобильных
устройств

25%

25 процентов
обращений
с телефонов и
планшетов

2

В 2 раза больше
переходов
к списку магазинов
с гаджетов



Задача:

Создать интерактивный годовой отчет СМП Банка за 2012 год.

Решение:

Представить годовой отчет в виде интерактивной 3D-модели города. Отчет, внутри которого можно прогуляться и осмотреть достижения изнутри.

Мы остановились на решении с панорамами, что-то вроде Google Street View, с перемещениями от точки к точке. Каждая точка — это раздел годового отчета, отсюда и внешний вид города, объекты на каждой локации. Например, Пизанская башня, которая стоит прямо — у нас символизирует безопасность. Никаких рисков — ничего не упадет.

Пользователь проходит через город к набережной с яхтами и потрясающим видом на море. Пройдя весь город от начала до конца, мы видим перспективы и открытое пространство для успешной деятельности и развития СМП Банка.

Результат:

Ежемесячно годовой отчет просматривают более 750 человек. Сделав свой годовой отчет интерактивным, банк избежал издержек при производстве печатной продукции и проблем с доставкой в регионы страны, что существенно сэкономило маркетинговый бюджет.





Задача:

Страховая компания «Согласие» поставила перед нашим агентством задачу найти простое решение по представлению сложной информации о новой линейке страховых продуктов.

Решение:

Мы создали для СК «Согласие» интерактивный сайт, который в игровой манере рассказывает пользователям о появлении нового продукта «ё-полис. Особая серия». Анимация сайта выполнена без применения Flash-технологий, таким образом, ее можно просматривать не только на экранах десктопа, но и с экранов любых мобильных устройств.

Каждый ролик заканчивается небольшой формой подачи заявки, заполнение которой является основным показателем эффективности кампании.

Результат за первые 10 дней:

3,7%

Конверсия в оформленные заявки

50%

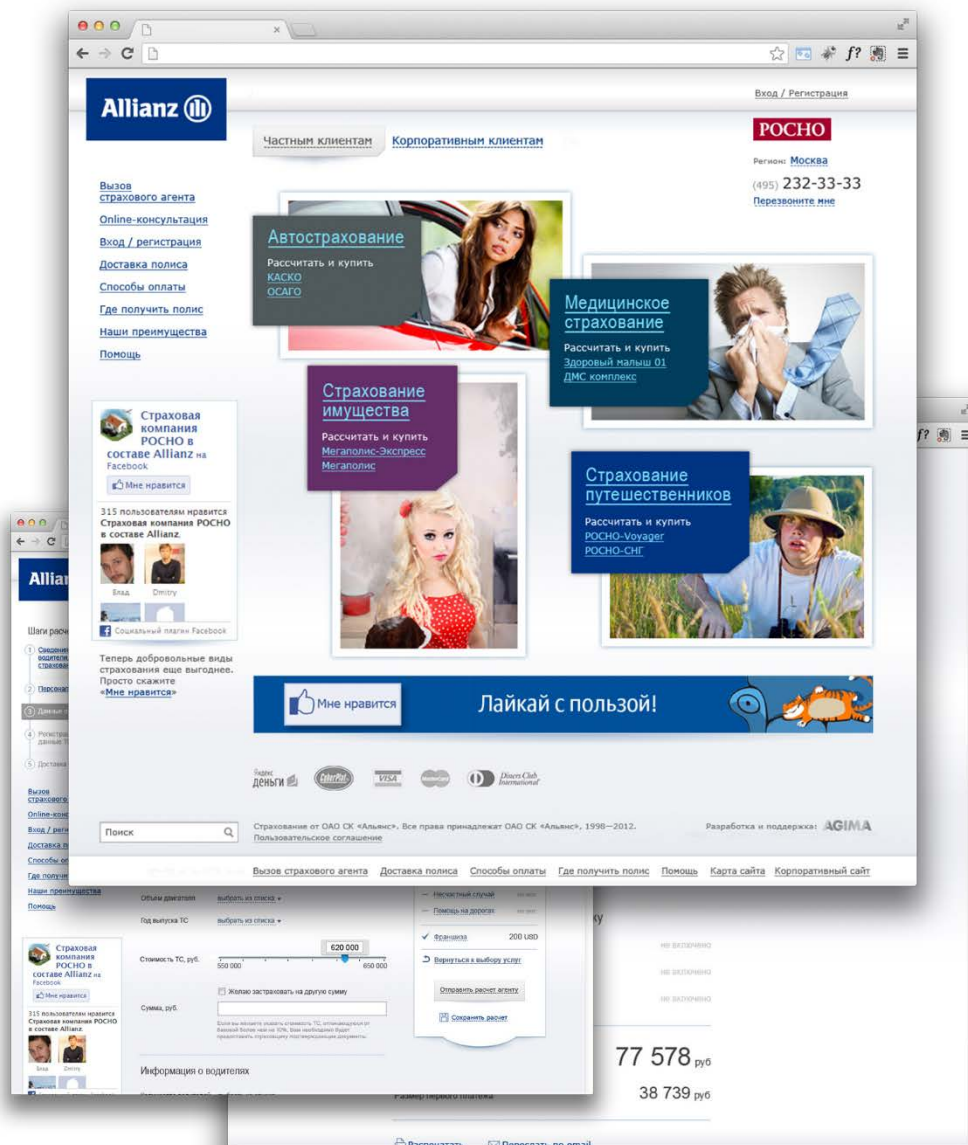
Увеличилась нагрузка на прямые продажи

19 300

Уникальных посетителей

9 534 000

Просмотров



Задача:

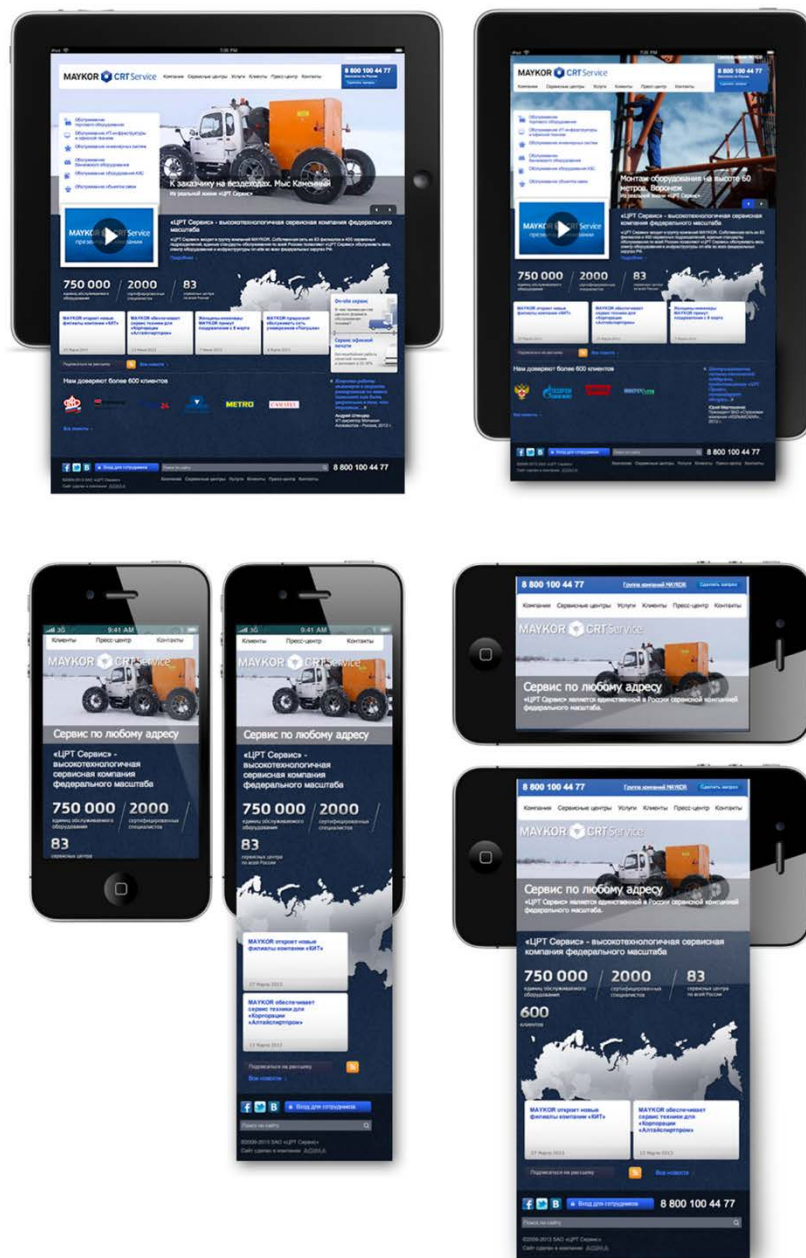
Разработка масштабного страхового интернет-магазина для компании Allianz РОСНО, для прямой продажи широкого спектра страховых продуктов частым лицам и корпоративным клиентам: автомобильное, медицинское, страхование имущества, страхование путешественников и др.

Решение:

На сайте реализована система онлайн-калькуляторов, позволяющая в режиме реального времени производить расчет стоимости и покупку любой страховой услуги. Возможности сайта позволяют клиенту внести оплату за рассчитанный страховой продукт любым удобным ему способом. Также на сайте реализован инновационный продукт еКваритра - покупка полиса, не выходя из дома.

Результат:

40	200	15
асинхронных калькуляторов	сотрудников работают в бэк-офисе магазина	комплексных отчетов
1-й	1-й	
дистанционно- продаваемый полис	онлайн сервис по урегулированию убытков	



MAYKOR CRT Service



Задача:

Разработать интернет позиционирование для компании «ЦРТ Сервис», входящей в группу MAYKOR, представить компанию масштабной, высокотехнологичной, отразить всероссийский охват.

Решение:

Для компании был создан уникальный корпоративный стиль, в котором выдержан весь сайт. Также, мы предложили инновационное решение и разработали сайт с использованием адаптивного веб-дизайна, решив проблему с отображением сайта на мобильных телефонах и планшетах без потери качества изображения и контента. Дизайн выгодно подчеркнул масштабность проекта, сделав рядовых сотрудников компании из регионов причастными к глобальному федеральному проекту.

Результат:

В феврале 2012 года был запущен первый в России сайт с адаптивным веб-дизайном — проект компании «ЦРТ Сервис», входящей в группу MAYKOR

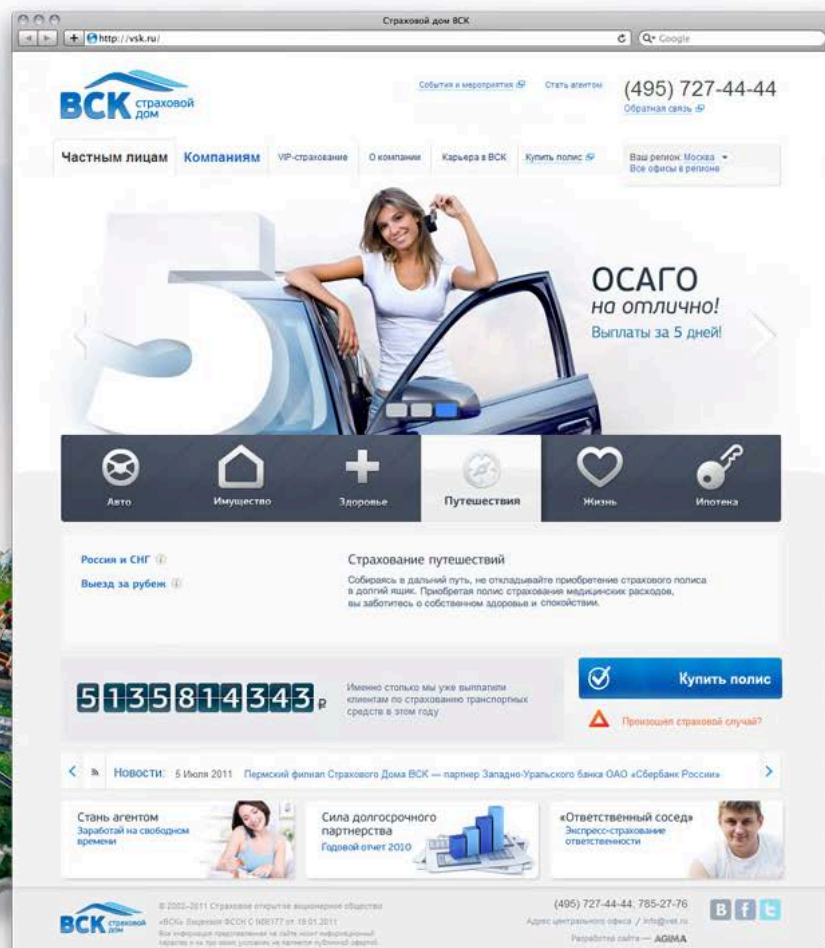


Задача:

В связи с отходом от названия «Военная Страховая Компания» нам было необходимо изменить образ страхового дома BSK в интернете, создав новый современный сайт.

Решение:

Была проделана огромная работа по визуализации страниц страховых программ, а под основные страховые программы были подготовлены рекламные баннеры, которые с помощью анимированного слайдера выводятся в соответствующих тематических разделах. Всего при разработке нового сайта BSK было подготовлено более 150 уникальных дизайн-макетов страниц.



2

online

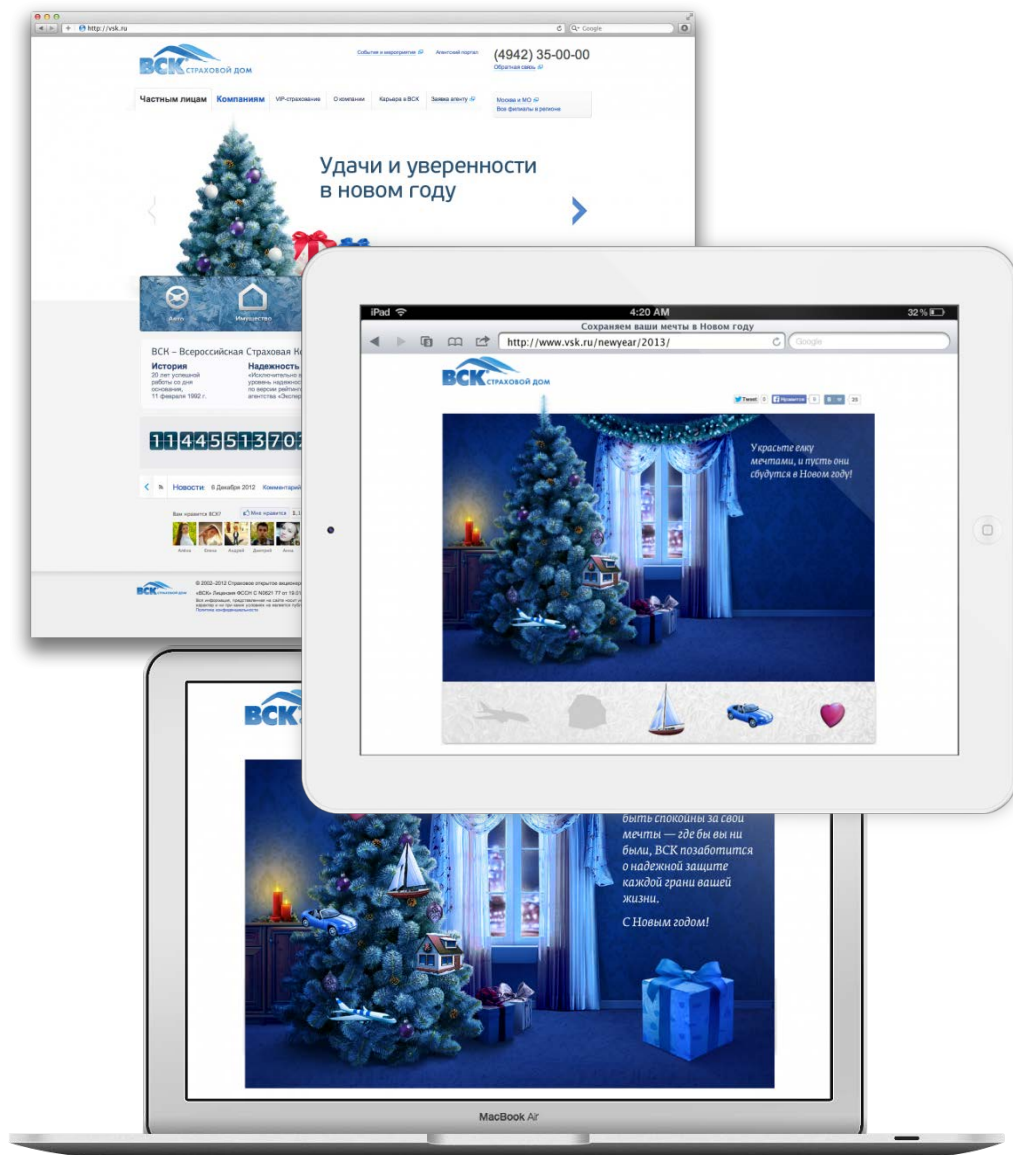
2012

Более 2-х лет
успешной дальней-
шей поддержки
проекта

Запускаются
онлайн продукты,
такие, как
полис ВЗР

Победа в двух
номинациях конкурса
«Золотой Сайт»
в 2012 году





Задача:

Создать интерактивную игру-открытку для поздравления сотрудников компании BSK с наступающим 2013 годом.

Решение:

Мы решили сделать праздничную игру с простым геймплеем. Посетителю предлагается перетащить на новогоднюю елку 5 игрушек, являющихся метафорами к популярным объектам страхования компании BSK. После этого пользователю выводится новогоднее поздравление. Открытку также можно опубликовать у себя в Твиттере, Вконтакте и Facebook.

Принимая во внимание популярность мобильных устройств мы решили отойти формата flash-открыток. Вместо этого праздничная игра была создана на основе технологий HTML5 CSS3 и JavaScript. Как результат, открытку можно не только посмотреть, но и перетащить пальцем игрушки на елку на любых современных планшетах и телефонах.

Спасибо!

ЗВОНИТЕ НАМ
+ 7 495 981-01-85

ПИШИТЕ НАМ
INFO@AGIMA.RU

НАШ АДРЕС
УЛ. ПЕТРОВКА Д. 19, СТР. 4

