



*Мы с теми,
кто делает мир,
лучше!*



Приятны завершённые труды.
Одиссей

О группе

Вначале был ФОМ. И основной его работой были социологические исследования. Со временем компания росла, взрослела, училась... и расширялась наша деятельность. Журнал «Социальная реальность» и книгоиздание, базовая кафедра в НИУ ВШЭ и преподавание, интернет-редакция и проект «ФОМ-MEDIA», некоммерческая деятельность, проведение конференций, активная социология и краудсорсинг — всем этим нашим активностям стало тесно в рамках одного ФОМа, и постепенно компания выросла в группу ФОМ®.

ФОМ® — группа коммерческих и некоммерческих компаний



Коммерческая деятельность

Некоммерческая деятельность

Институт Фонда Общественное мнение

Социологические и маркетинговые
исследования, методические разработки



Адрес Москва, переулок Капранова, 3
Телефон +7 (495) 745-87-65
Почта fom@fom.ru
Сайт www.fom.ru

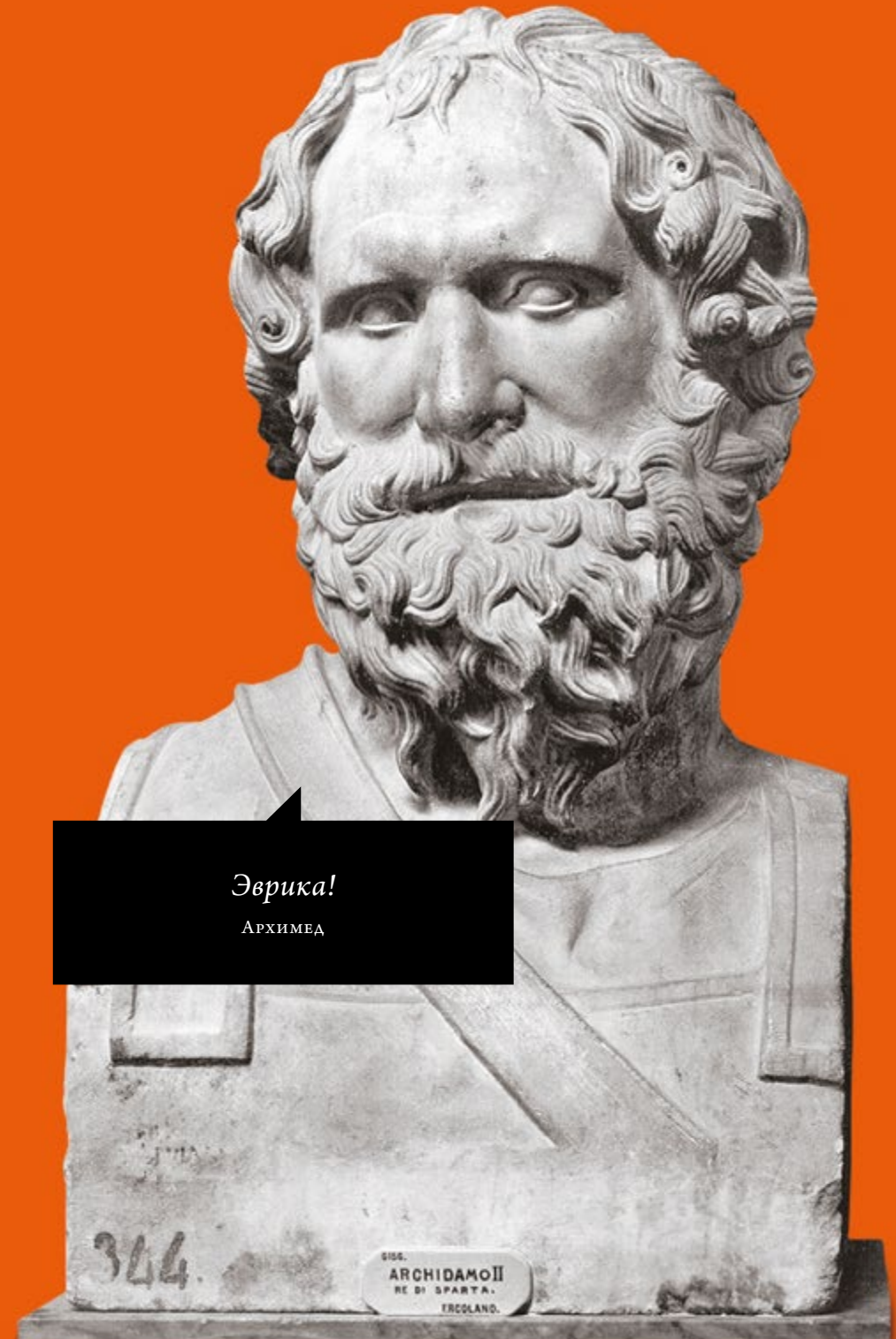


Институт Фонда «Общественное мнение»

Социологические и маркетинговые
исследования, методические разработки



Адрес Москва, переулок Капранова, 3
Телефон +7 (495) 745-87-65
Почта fom@fom.ru
Сайт www.fom.ru



инФОМ специализируется на проведении социологических и маркетинговых исследований. Наш опыт работы — почти четверть века. Профессионализм и компетентность — главные принципы компании. Мы гордимся тем, что отвечаем за результаты своей работы, будь то небольшая фокус-группа или масштабный опрос во всех регионах страны.

Профессионализм, компетентность и опыт — именно за это нас ценят.

Костяк команды инФОМ — это люди, работающие в ФОМе с его основания, выстроившие эту компанию своим профессиональным трудом. От нас редко уходят сотрудники, зато приходят — часто, поэтому у нас много молодежи, яркой и талантливой. А объединяет нас всех — людей разных поколений, интересов, взглядов — любовь к своей работе, желание расти и открывать что-то новое. В каждом нашем проекте, инициативном

или сделанном под заказ, мы стараемся совершить маленькое открытие, найти что-то небанальное. Ведь исследования — это прекрасный инструмент для познания мира.

Достижения

Пять лет подряд — лучшая исследовательская организация года по результатам опросов профессионального сообщества, который проводит Ассоциация региональных исследовательских центров (Группа «7/89»).

Многочисленные благодарности от клиентов, в том числе от Общественной палаты и от всех российских президентов: Б. Ельцина, Д. Медведева, В. Путина.

Победители конкурсов социологических прогнозов ЦИК:
— выборы в Государственную думу РФ-2007;
— выборы президента РФ-2008;
— выборы президента РФ-2012.

Лауреат
Премии Рунета

Проектирование и реализация исследований

Богатый опыт позволяет нам проводить социологические и маркетинговые исследования любого типа и масштаба. Мы используем как традиционные, годами отлаженные технологии, так и инновационные разработки, в том числе наши собственные. Все ресурсы компании настроены на то, чтобы максимально быстро и качественно получить полную и точную информацию, необходимую клиенту для принятия решений.

Эксклюзивные продукты инФОМ



ФОМнибус

Еженедельный опрос населения, проводится уже **14 лет**

Выборка: 1500 / 3000 человек еженедельно, репрезентирует население РФ в возрасте от 18 лет и старше.

Метод: опрос по месту жительства респондента методом личного интервью (face-to-face).

География: 44 региона РФ, 100 населенных пунктов (города и села).

Уникальная скорость — 9 дней от составления анкеты до получения результатов.



МегаФОМ

Одновременный опрос населения в целом по стране и в регионах РФ, проводится уже **10 лет**

Выборка:

- **500–800** человек в каждом регионе, репрезентирует население региона;
- **56 900** человек по РФ в целом, репрезентирует население страны.

Метод: опрос по месту жительства респондента методом личного интервью (face-to-face).

География: 79 регионов, где проживает 96% населения России.

Минимальная статистическая погрешность по РФ — 1%.

Продукты



Количественные исследования

- Опросы по месту жительства методом личного интервью (face-to-face)
- Телефонные опросы
- Онлайн-опросы
- Холл-тесты
- Уличные опросы / exit-polls
- Тайный покупатель / посетитель
- Аудит

Качественные исследования

- Традиционные фокус-группы и все виды интервью
- Онлайн-группы, онлайн-интервью
- Этнография и наблюдения: социально-антропологические экспедиции (эксклюзив инФОМ), визиты с сопровождением
- Онлайн-видеоконференции

Кабинетные исследования

- Информационные и продуктовые обзоры
- Вторичный анализ данных

Анализ данных, прогнозирование, консалтинг

Вызовы современному бизнесу и государственному управлению сегодня требуют не только надежных и оперативных данных о состоянии дел в той или иной сфере, но и профессиональных интерпретаций результатов исследований и рекомендаций. Мы предлагаем своим клиентам углубленный анализ данных, различные варианты прогнозирования на основе исследований, а также консалтинговые услуги.

Собственные методики

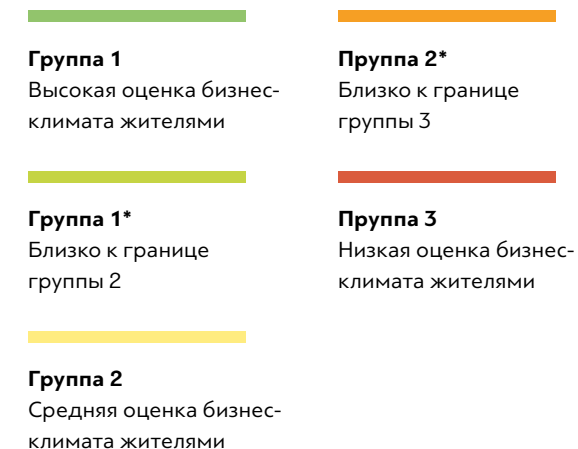
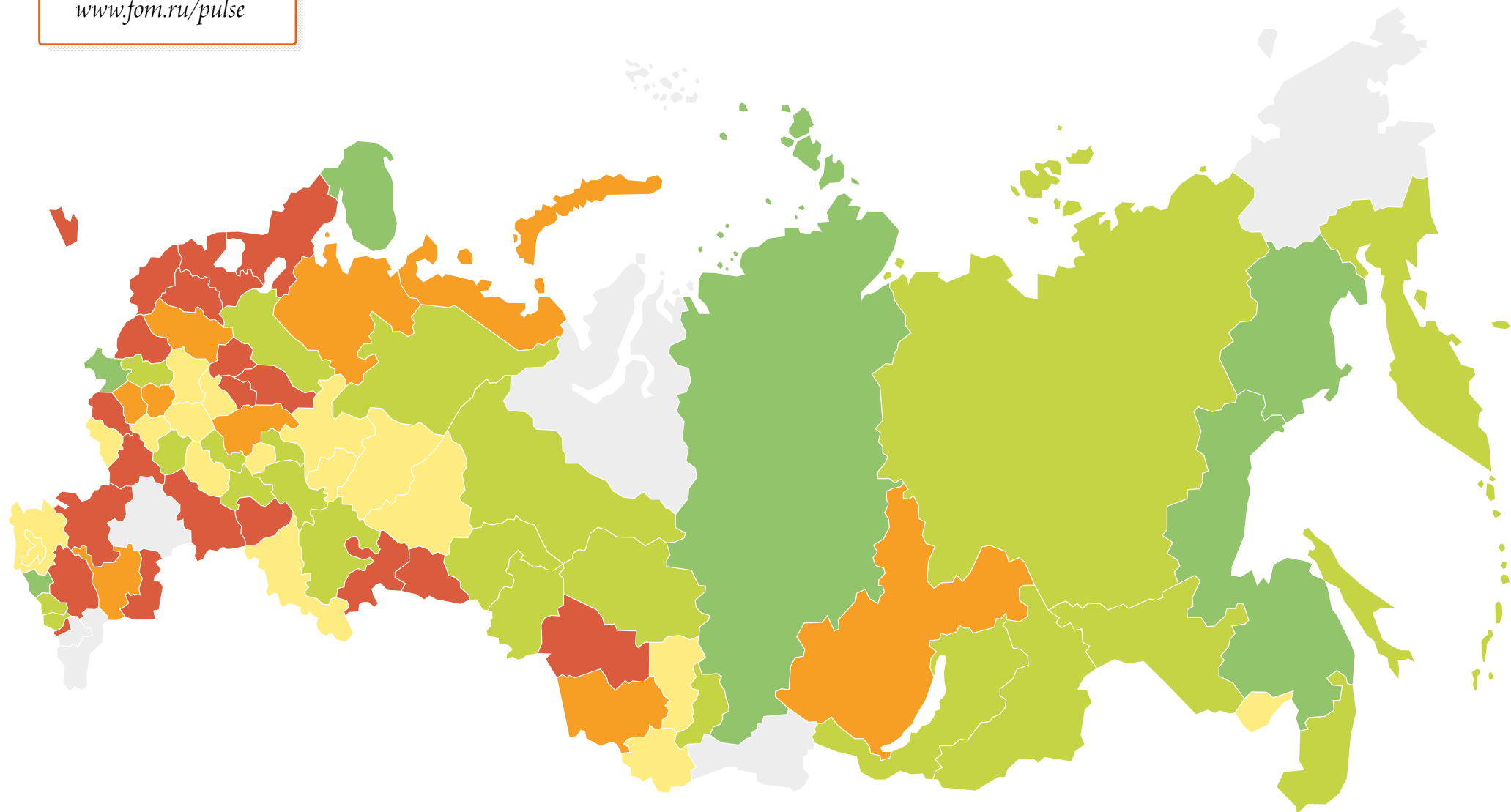
- Анализа данных, в том числе различные способы сегментаций и типологизаций
- Прогнозирования результатов выборов
- Построения социологических индексов
- Расчетов индикаторов состояния региональных финансовых рынков
- Оценки потенциала развития рынков и бизнес-климата в регионах

Информационные продукты

- Информационные материалы по результатам опросов населения на сайте www.fom.ru на самые разные темы (рейтинги политиков, покупки в интернете, инновации, бизнес и т.п.)
- Электронные и печатные аналитические бюллетени, отчеты
- Dashboards и инфографика по результатам исследований

Рейтинг регионов РФ по состоянию бизнес-климата.
 Основан на результатах опроса МегаФОН, проведенного
 в 75 регионах РФ.

www.fom.ru/pulse



При опросе были выделены люди, имеющие какое-либо отношение к бизнесу, хотя бы через родственников и знакомых. Им были заданы вопросы о том, благоприятны ли в регионе условия для развития бизнеса, способствуют ли этому региональные власти, растет ли число людей, занимающихся бизнесом.

Кроме того, всем опрашиваемым задавался вопрос, приносит ли им развитие бизнеса больше пользы или больше вреда. По итогам опроса был рассчитан Индекс бизнес-климата в регионе, отражающий то, насколько благоприятные условия для развития

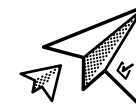
бизнеса сформировались в регионе.

Все регионы были сегментированы на 3 зоны в зависимости от значений Индекса. Благоприятный бизнес-климат смогли создать у себя 28 российских регионов, во вторую группу со средними результатами попали 26 регионов, и в группу «отстающих» помещен 21 регион РФ.

«Пульс бизнеса» является совместным проектом агентства ИТАР-ТАСС, Агентства стратегических инициатив и Фонда «Общественное мнение».

Измерение инфляционных ожиданий и потребительских настроений населения

Портфолио

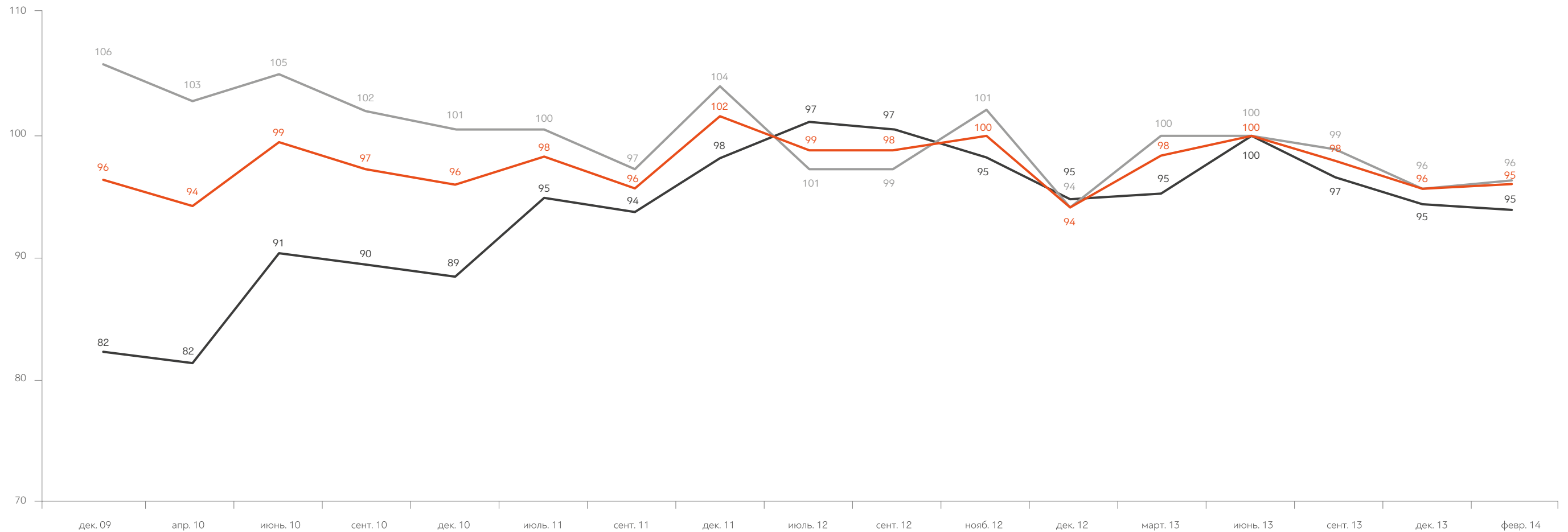


ФОМнибус

Индекс потребительских настроений россиян: динамика в 2009-2014 году.

— Индекс потребительских настроений (ИПН)
— Индекс ожиданий
— Индекс текущего состояния

Данные в пунктах



Основные темы

- Оценки населением текущей и ожидания будущей инфляции в месячном, квартальном и годовом горизонте
- Адаптация к инфляции
- Потребительские настроения, в том числе Индекс потребительских настроений, планируемые и совершенные покупки
- Установки и практики в отношении сбережений и кредитов
- Оценки и ожидания в отношении экономики страны

www.fom.ru/Ekonomika

Проект осуществляется по заказу Банка России с 2009 года, проведено уже 17 волн исследования.

Параметры исследования: ежеквартальные опросы населения по репрезентативной общерос-

сийской выборке 2000 человек, фокус-группы и интервью — для изучения мотивации и факторов финансового и потребительского поведения россиян, методические разработки.



Региональные исследования

Комплексные социологические исследования в регионах с целью изучения социальной ситуации по индикаторам, важнейшим для системы управления.

Возможность получить детальную информацию о любом регионе и сопоставить ее с данными по стране в целом и по регионам-соседям.

- 📍 Республика Карелия, 📍 Свердловская,
- 📍 Томская, 📍 Омская, 📍 Челябинская,
- 📍 Саратовская, 📍 Самарская, 📍 Нижегородская,
- 📍 Воронежская, 📍 Ярославская, 📍 Иркутская,
- 📍 Ростовская, 📍 Тверская, 📍 Курганская,
- 📍 Волгоградская, 📍 Ярославская, 📍 Магаданская,
- 📍 Липецкая, 📍 Тульская, 📍 Псковская, 📍 Московская области,
- 📍 Удмуртская Республика, 📍 Республика Татарстан,
- 📍 Республика Хакасия, 📍 Хабаровский край,
- 📍 Приморский край, 📍 Камчатский край,
- 📍 Южно-Сахалинск, 📍 Иркутск.

Тренды исследовательской отрасли в 2014 году — методические разработки в сфере digital-технологий исследований.

Новые технологии — например, онлайн-панели или опросы с планшетами — уже широко используются в исследованиях. Но у них есть ограничения и недостатки по сравнению с методами традиционными: онлайн-опросы по панели респондентов пока не могут предоставить репрезентативные данные.

В онлайн-фокус-группе дискуссия проходит по иным правилам, чем в обычной. Поэтому в 2014 году основной акцент в отрасли будет делаться на совершенствовании методик новых технологий исследований.



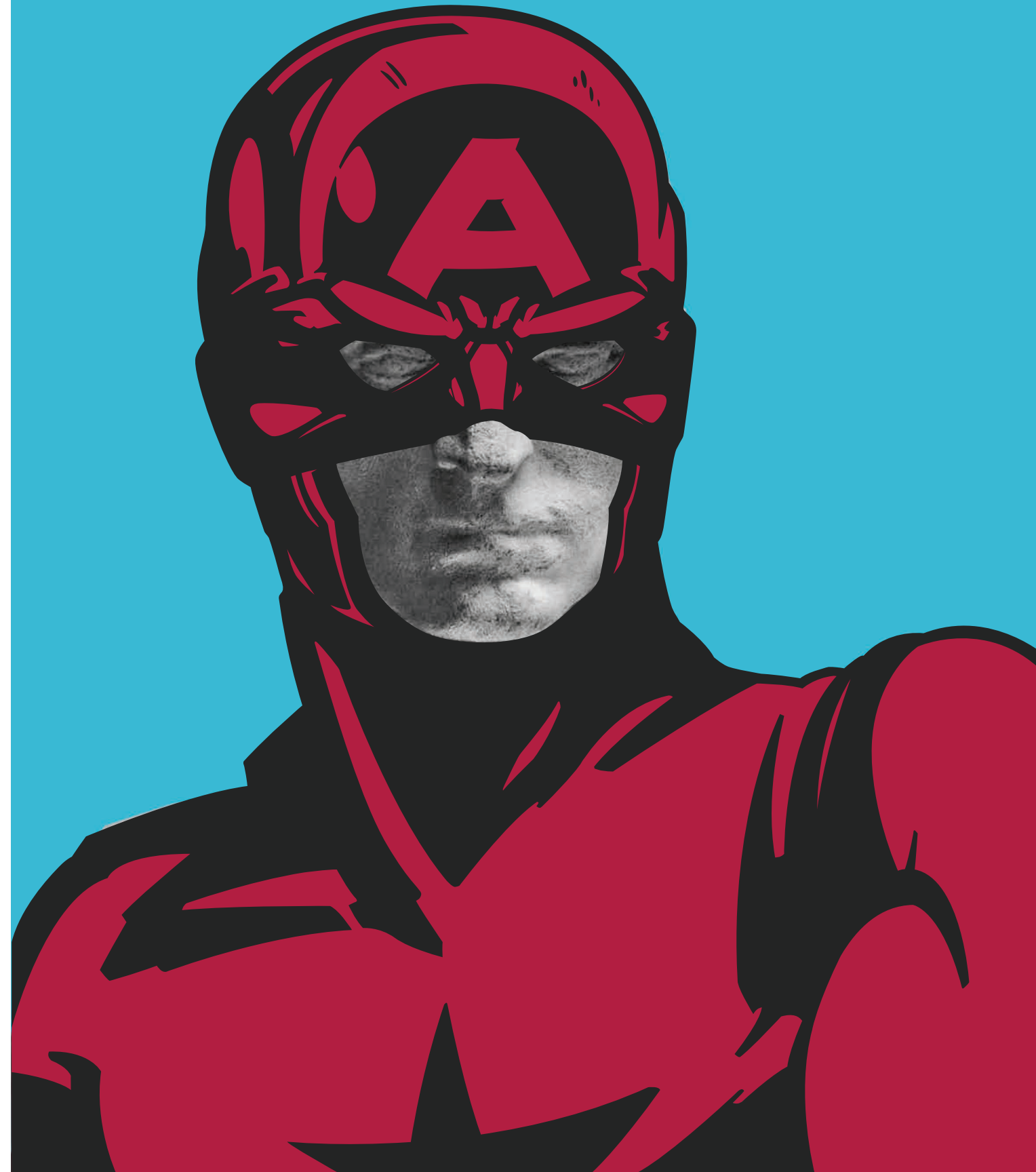
Людмила Преснякова
Ведущий специалист инФОМ

Общероссийский общественный фонд «Общественное мнение»

Социологические исследования,
методические разработки, просветительские
издания и программы



Адрес	Москва, переулок Капранова, 3
Телефон	+7 (495) 745-87-65
Почта	fom@fom.ru
Сайт	www.fom.ru



Общероссийский общественный фонд «Общественное мнение»

Социологические исследования,
методические разработки, просветительские
издания и программы



Адрес	Москва, переулок Капранова, 3
Телефон	+7 (495) 745-87-65
Почта	fom@fom.ru
Сайт	www.fom.ru

*Вдобавок я же и огонь
доставил им.*

ПРОМЕТЕЙ



Группа ФОМ выросла из Фонда «Общественное мнение». Сегодня ФОМ — это независимая некоммерческая организация, реализующая как заказные, так и инициативные исследования. Главная тема инициативных исследований ФОМ — изучение культуры гражданского участия в современном российском обществе (проект ФОМ-СОЦ). Фонд «Общественное мнение» ведет издательскую деятельность. В 2014 году запущен научно-просветительский проект ФОМ-ЛАБС - Лабораториум социологических проектов и коммуникаций.

ФОМ



Достижения

Многочисленные благодарности и грамоты от клиентов.

Издательская программа, в том числе выпуск в 2006–2008 годах журнала «Социальная реальность» (<http://corp.fom.ru/socreal>).

Публикация и широкое признание результатов исследований о гражданском обществе в России.

Многочисленные победы в конкурсах президентских грантов.

Исследовательские проекты

Продукты



Инициативные исследования в социальной сфере (добровольчество, благотворительность, факторы развития городов и городской культуры) на основе результатов опросов общественного мнения

- Разработка новых методик
- Информационно-аналитические материалы
- Креативные продукты (видеоролики, инфографика, нестандартные социологические мероприятия)
- Тематические круглые столы, публичные презентации, комментарии для СМИ

Исследование базовых индикаторов общественного мнения и их публичное представление

- Разработка методологии
- Анализ данных опросов инФОМ
- Выпуск информационно-аналитических продуктов (индексы, тесты, аналитические отчеты)

Образовательные проекты



Образовательно-просветительская деятельность

- Учебные курсы «Менеджмент социологических проектов», «Публичная речь для социологов», «Визуализация социологических данных», «Аналитические работы в исследованиях общественного мнения»
- Лекции, мастер-классы, презентации



В центре внимания проекта ФОМ-СОЦ — культура гражданского участия в современном российском обществе: от активности по месту жительства до руководства масштабными проектами в социальной сфере, от инициатив в малых городах и селах до массовых акций в городах-миллионниках.

www.soc.fom.ru

Мы ищем ответы на многие вопросы. С чего начинается неравнодушие в нашем обществе? Является ли солидарность разделяемой всеми ценностью? Что помогает рождаться и расти глобальным гражданским инициативам и просто житейским гражданским практикам? Кто такие волонтеры и активисты, какие барьеры они встречают на своем пути, каковы их модели решения проблем и взаимодействия с другими участниками социальной сферы?

В рамках проекта ФОМ-СОЦ разработаны обобщенные показатели, с помощью которых мы измеряем в режиме

мониторинга те или иные аспекты гражданского участия: индексы гражданского климата, гражданского поведения, благотворительной помощи детям, счастья.

Цель исследований ФОМ-СОЦ — отслеживать динамику процессов становления гражданского общества в России и популяризировать результаты исследований. Мы открыты к общению и рады обратной связи.



ФОМ-ЛАБС

Миссия ФОМ-ЛАБС — «расширить сознание» современного социолога, предложить ему новые возможности, новый язык и новые инструменты для профессиональной самореализации.



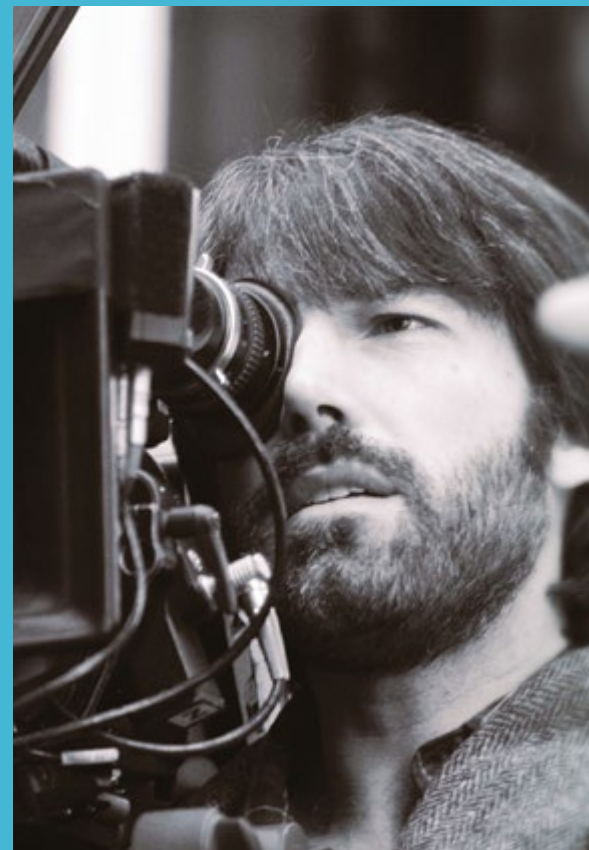
Концепция ФОМ-ЛАБС предполагает поиск точек пересечения между социологией и бизнесом, социологией и гражданской активностью, социологией и театром, социологией и кинематографом, социологией и фотографией, социологией и журналистикой. Другими словами, наша цель — «социализация социологов» через расширение и осовременивание рамок социологической деятельности.

ФОМ-ЛАБС — это проект, ориентированный на получение практических навыков.

Портфолио



Образовательные проекты



Ознакомительные кафедры ФОМ-ЛАБС

- Социологические методы и проекты
- Визуализация социологических данных
- Публичная речь социолога
- Публичный текст социолога

Участником ФОМ-ЛАБС может стать не только студент, но и любой исследователь. ФОМ-ЛАБС предлагает возможность как очного посещения курсов, так и дистанционного участия.

Все курсы организуются в режиме вебинара, видеозаписи выкладываются в интернет.



Клиенты

- *Администрация президента РФ*
- *Министерство экономического развития РФ*
- *политическая партия «Единая Россия»*
- *Министерство регионального развития РФ*
- *Общественная палата РФ*
- *НИУ ВШЭ*

краудФОМ

Активная социология



Адрес Москва, переулок Капранова, 3
Телефон +7 (495) 745 89 08
Почта mail@fomgorod.com
Сайт www.fomgorod.com

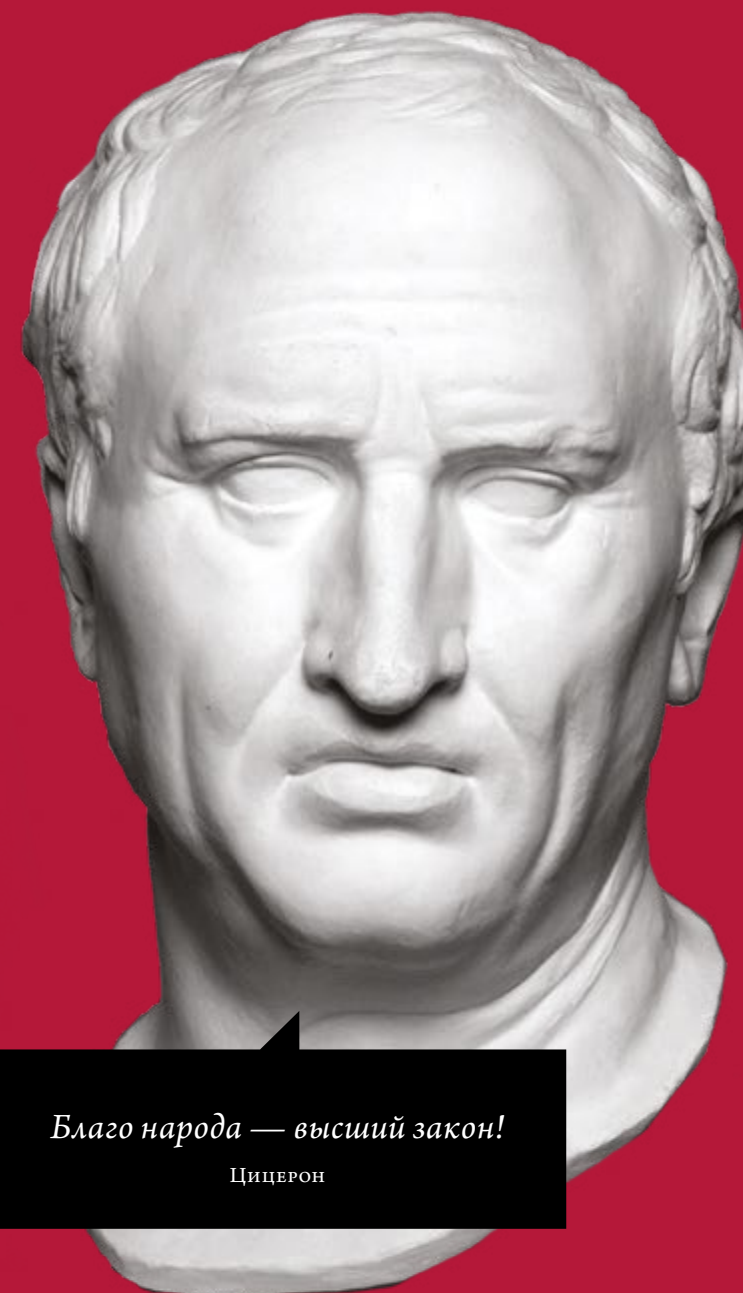


краудФОМ

Активная социология



Адрес Москва, переулок Капранова, 3
Телефон +7 (495) 745 89 08
Почта mail@fomgorod.com
Сайт www.fomgorod.com

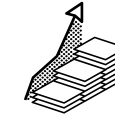
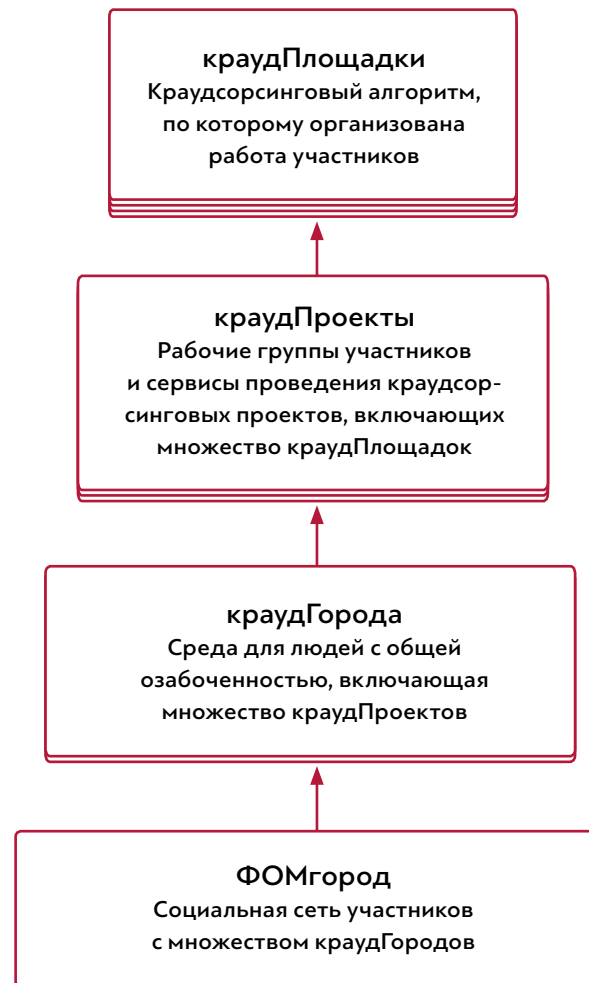


Благо народа — высший закон!
ЦИЦЕРОН

ФОМГород

Формирование в социальной сети сообществ и организация работы участников на основе принципов краудсорсинга.

краудФОМ



ФОМГород для Партнера — развитие краудГорода

- Вовлечение и удержание персонала или любой другой целевой группы
- Поиск талантов по компетенциям внутри компании и за ее пределами
- Система отношений с корпоративными клиентами
- Узнаваемость и позиционирование
- Финансовая прибыль через долевое участие в развитии



ФОМГород для Клиента — реализация краудПроекта

- Улучшение продуктов и услуг
- Проведение конкурсов
- Бизнес-советы
- Образование и обмен опытом
- Лучшие участники проекта



ФОМГород для Заказчика — реализация краудПлощадки

- Решение конкретной задачи силами участников краудПроекта



ФОМГород для Рекламодателя — аудитория

- Размещение рекламы в сообществах

Краудсорсинг в сообществах — одно из направлений краудсорсинга, основанное на важных особенностях

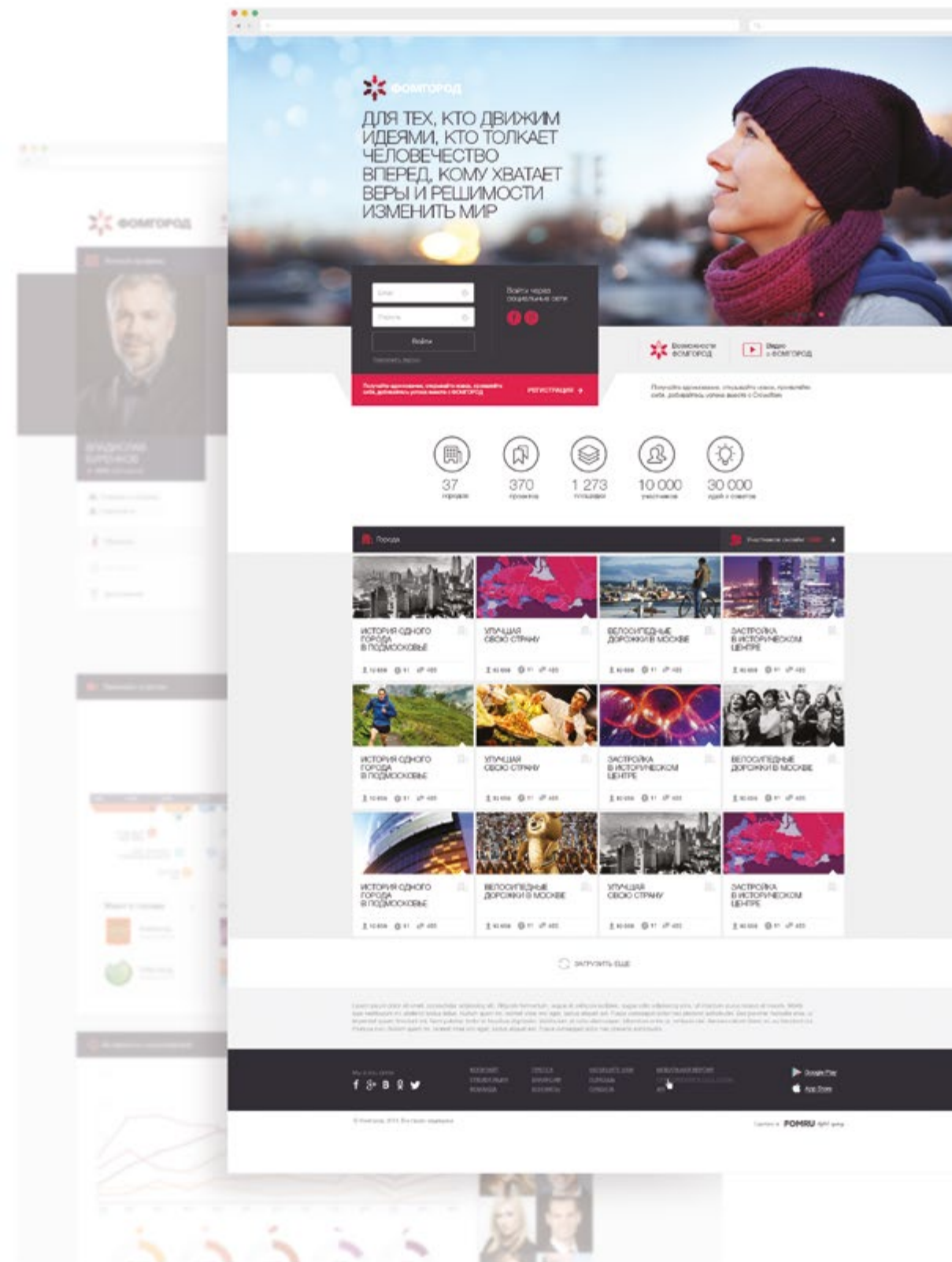
1. Есть некоторая общая озабоченность участников, создающая общность и, как следствие, сообщество.
2. Есть некоторая задача, поставленная перед сообществом и связанная с общей озабоченностью.
3. Участники общаются, работают над задачей и дают свои решения.
4. Участники оценивают решения других участников.
5. На основе взаимных оценок происходит отбор лучших решений и селекция лучших участников.
6. Активность участников обусловлена общей озабоченностью и мотивами достижения, самореализации, соревновательности.

Реализацию методологии обеспечивает программно-методическая платформа ФОМГород™, которая состоит из четырех взаимодополняющих сред

- Среда коммуникаций: общение в социальной сети
- Проектная среда: работа и успех в проектах
- Мотивирующая среда: накопление и конвертация успехов
- Социальная среда: дружелюбность и поддержка участников

Основные компоненты платформы

- краудСпейс™ — обеспечивает сервисы социальной сети
- краудПроект™ — обеспечивает инструменты создания и поддержки соревновательных краудсорсинговых площадок, сервисы для удаленной работы участников, систему рейтингов и наград
- сетеФОМ™ — обеспечивает возможности проведения профессиональных опросов и накопление данных в личных профилях участников
- вируФОМ® — обеспечивает возможности привлечения и вовлечения пользователей по принципу «снежного кома»



Типы краудсорсинговых проектов

Продукты

Компания краудФОМ развивает методологию ФОМГород для выполнения проектов краудсорсинга в сообществах. ФОМГород позволяет реализовывать краудсорсинговые проекты различных типов

краудАкселерация

Наметить и определить направления развития → стартапа, проекта, бизнеса, системы...

краудСоветы

Собрать идеи, советы, предложения для улучшения → продукта, услуги, проекта, бизнеса...

краудКонкурсы

Собрать и выбрать лучшие заявки на → проекты, продукты, компании, достижения...

краудПоиск

Найти и отобрать объекты инвестиций в → разработки, проекты, стартапы, бизнесы...

краудКоллекции

Собрать и систематизировать предметы → тексты, фотокопии, фотографии, видео, музыка...

краудВыставка

Собрать и отобрать экспонаты → показа, продвижения, продажи...

краудМедиа

Процесс генерации и селекции сообщений о → событиях, людях, интересном, полезном...

краудНаучение

Передать знания опытных людей в виде учебных курсов → студентам, молодым, начинающим, желающим...

краудПромо

Собрать и отобрать существенные похвалы о → сайте, системе, продукте, услуге...

краудТестинг

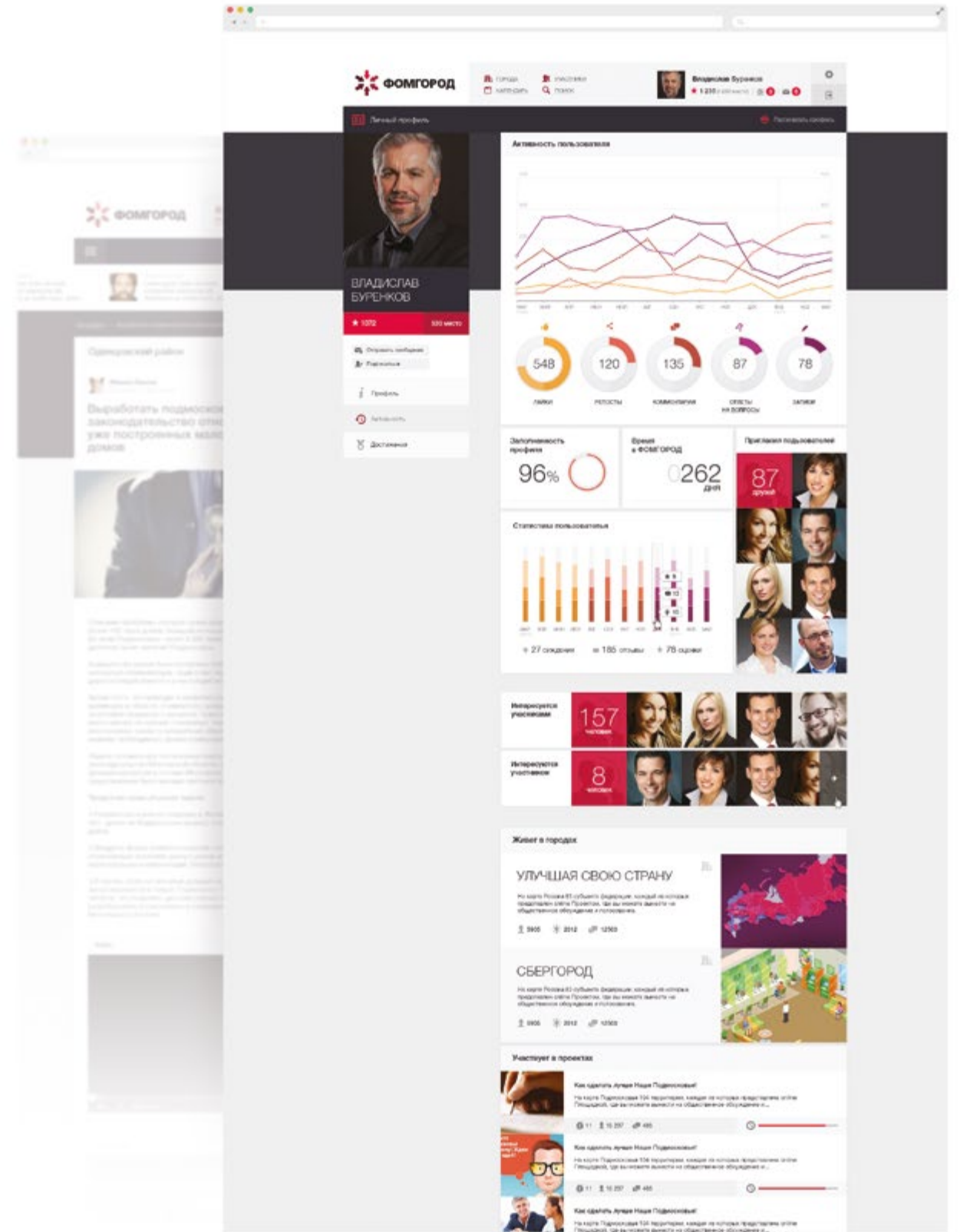
Собрать и отобрать существенные претензии к → сайту, системе, продукту, услуге...

краудАналитика

Собрать мнения и раскрыть сущности → явлений, процессов, проблем, трендов...

краудЭкспертиза

Раскрыть и выявить характеристики → спроса, аудитории, проблемы, тренда...



«Как сделать лучше Наше Подмосковье!»

Портфолио

Краудсорсинговый проект, запущенный совместно с губернатором Московской области А. Воробьевым, целью которого было определение самых важных задач районов Подмосковья. В рамках проекта жители получили уникальную возможность напрямую донести актуальные задачи своих районов и населенных пунктов до представителей власти. Работали 104 онлайн-площадки (каждая представляла административно-территориальную единицу Подмосковья), где участники – обычные люди – выносили на обсуждение и голосование самые актуальные задачи и предлагали варианты их решения.



Как это работает?

- Каждый выбирает район Подмосковья
- Называет три важные задачи
- Предлагает свои решения
- Голосует за задачи других пользователей

Проект предусматривает награды для участников

- Членство в Команде Подмосковья (работа над реализацией проектов по улучшению своего района)
- Участие в итоговой конференции (награждение лучших участников проекта, встреча с идеологами проекта, знакомство с людьми для обмена опытом и мнениями в решении общих проблем)
- Завтрак с А. Воробьевым (неформальное общение с Губернатором и возможность поделиться своими идеями, и получить ответы на интересующие вопросы)
- Проекты победителей берут на рассмотрение соответствующие представители власти, в зависимости от компетенции чиновника (участники-победители принимают непосредственное участие в ее реализации)

Результаты проекта

- Социальный капитал — Люди**
 - Более 5000 участников, более 50000 посещений
- Репутационный капитал — PR**
 - Публикации в федеральных СМИ — более 150
 - Пресс-конференция федерального уровня
 - Церемония награждения победителей
 - Мультимедийный отчет
- Интеллектуальный капитал — Содержание**
 - Тысячи идей
 - Топ лучших идей
 - Аналитический отчет



По состоянию на 31 марта, 2014



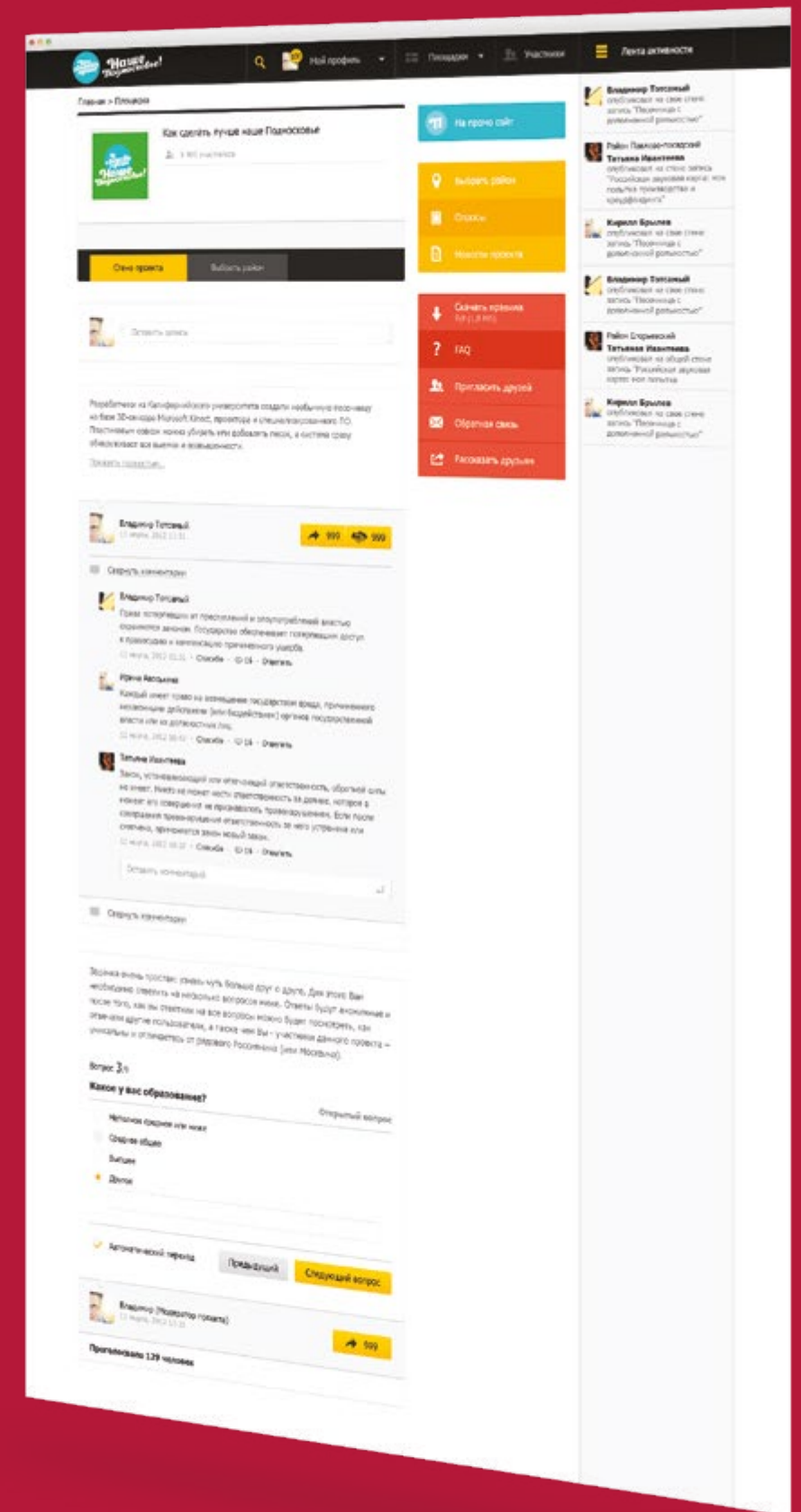
Участников
5 914



Задач
3 082



Комментариев
1 095



Участники проекта: кто они?

онлайн-опрос

53%

мужчины

67%

моложе 35 лет

73%

высшее образование,
аспирантура

33%

бизнесмены,
руководители

33%

специалисты

Участники проекта: почему участвуют?

онлайн-опрос

71%

Я живу в Подмосковье,
здесь мой дом

19%

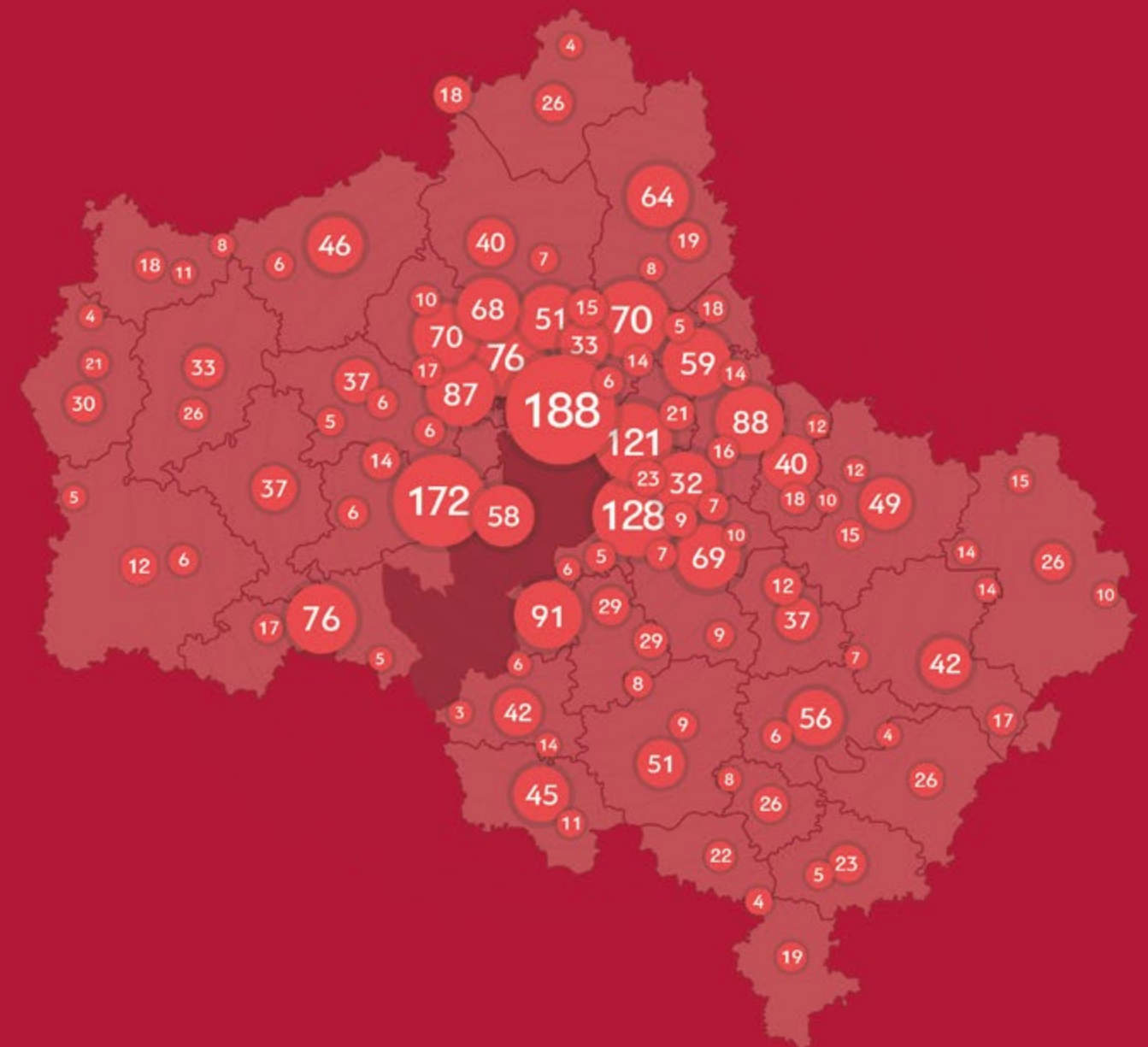
Мне интересна тема, хочу
участвовать в обсуждении важных
для меня вопросов

6%

Я живу в Москве, но
отдыхаю в Подмосковье,
здесь моя дача

Карта проекта

Рейтинг территориальных площадок
по количеству задач



Внутренний краудсорсинговый проект Группы ФОМ®, целью которого было улучшение бизнес-процессов компании. В компании работают около 200 человек, каждый из которых может предложить свои идеи и решения.

Итоги нашей работы

15 ноября — 17 декабря 2012 года

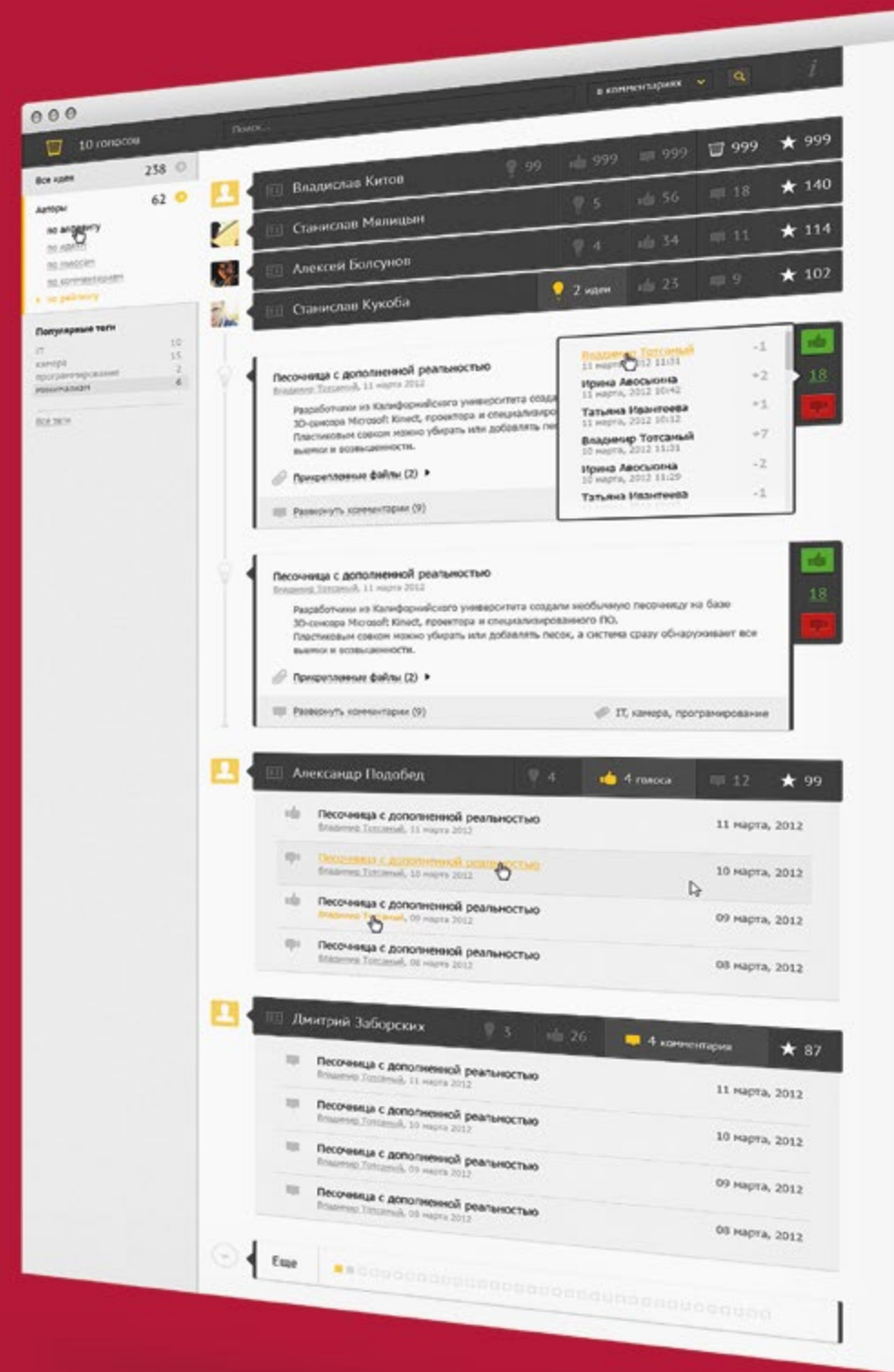


Уникальность

Открытый доступ к идеям и высказываниям каждого сотрудника компании. У коллег есть возможность генерить общие идеи и выдвигать на обсуждение различные решения по улучшению работы.

Как это работает?

- Каждый сотрудник выбирает проблему
- Выдвигает неограниченное количество идей и решений
- Голосует за задачи своих коллег



ФОМру

Digital-агентство

FOMRU
digital agency

Адрес	Москва, переулок Капранова, 3
Телефон	+7 (495) 745 89 08
Почта	mail@fomru.ru
Сайт	www.fomru.ru

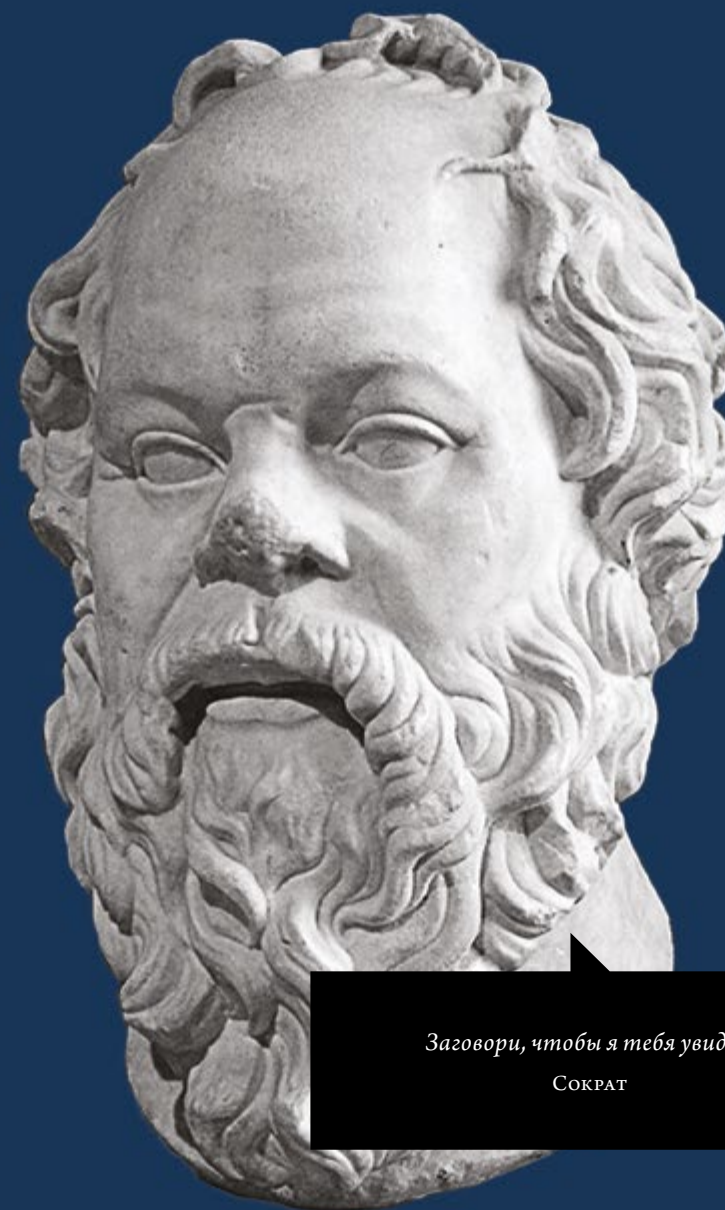


ФОМру

Digital-агентство

FOMRU
digital agency

Адрес Москва, переулок Капранова, 3
Телефон +7 (495) 745 89 08
Почта mail@fomru.ru
Сайт www.fomru.ru



Заговори, чтобы я тебя увидел.

СОКРАТ

ФОМру – команда, которая сложилась в ходе запуска медийного проекта ФОМ MEDIA, и теперь это больше, чем интернет-редакция. Команду ФОМру объединяют общие принципы, визуальная культура и стремление проникать в суть вещей. В ней работают люди, которые получают удовольствие и эмоциональный заряд от создания сильных новых решений. Люди, которым не все равно, которые не терпят «поточковый креатив» и халтуру. Добросовестность в работе – главный принцип компании.

ФОМру

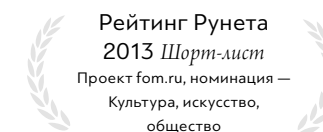
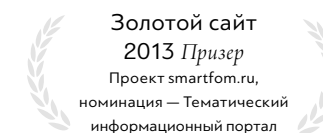
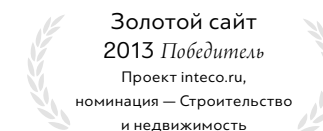
Клиенты



Единственное, что мы делаем серьезно, — это свою работу

- 3 года работы
- Крепкая штатная команда
- Международные проекты в портфолио

Достижения

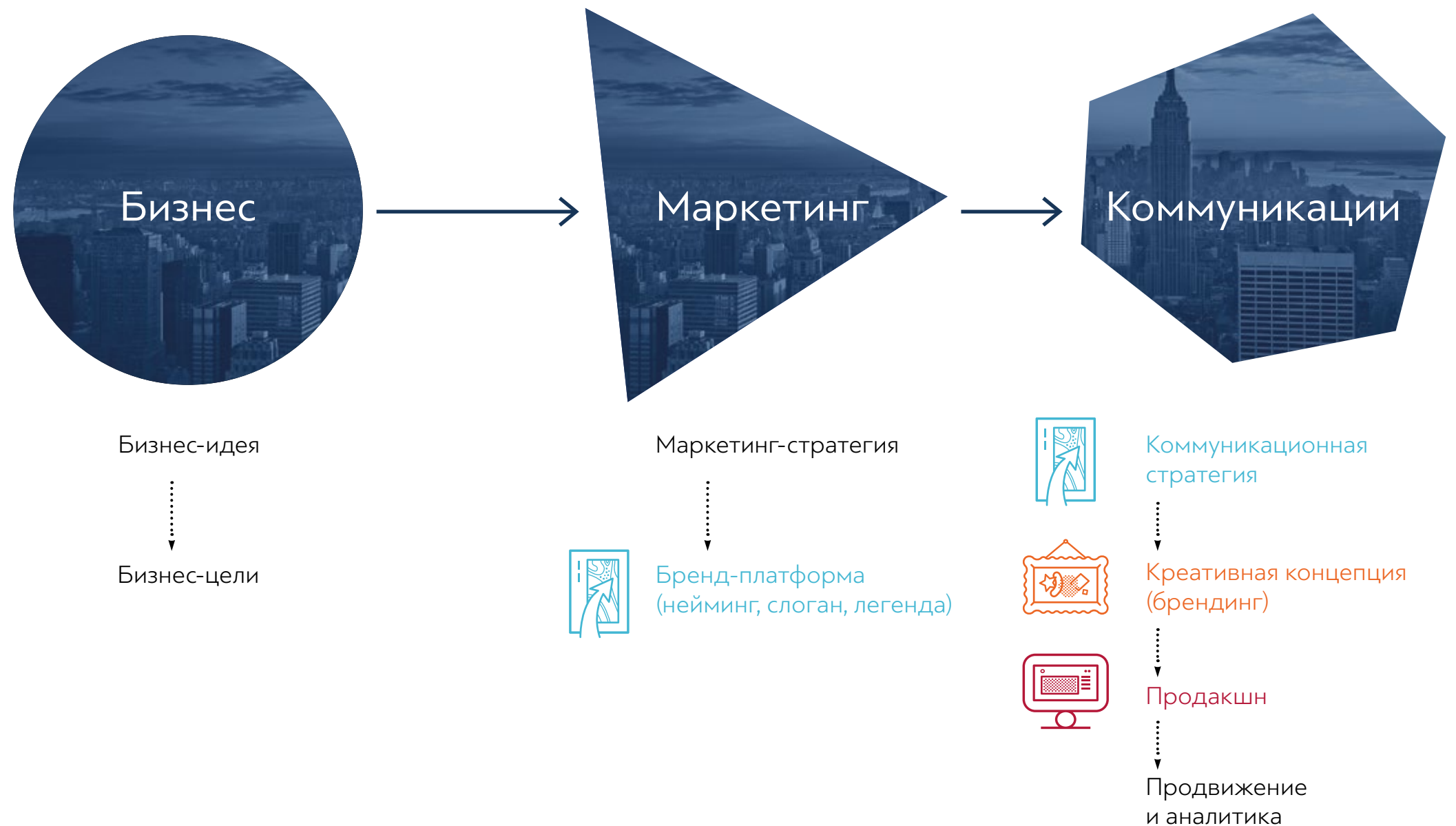


Создание эффективных коммуникационных решений основано на четком видении бизнес-целей, маркетинговых задач и понимании целевых потребительских групп.

Многолетний исследовательский опыт, видение современных социальных трендов и практикум экспертов фонда «Общественной мнение» дают возможность системно изучать целевую аудиторию и конструировать социальные антропологические модели. На базе полученных данных и спроектированной модели целевой аудитории мы разрабатываем стратегию коммуникаций бренда.

Уникальная междисциплинарная экспертиза ФОМру на стыке социологии, рекламы и современных информационных технологий делает результат коммуникаций предсказуемым и управляемым.

Наше место в развитии вашего бизнеса



Стратегия

Разработка платформы бренда и стратегии внешних коммуникаций на базе социологических исследований и построенной антропологии целевой аудитории.

Креатив

Помощь в составлении креативного брифа, разработка креативной концепции и фирменного стиля.

Продакшн

Разработка рекламных материалов и технологических решений.



Стратегия

Создание эффективных коммуникационных решений основано на четком видении бизнес-целей и понимании задач потребителя. Профессиональный исследовательский опыт, социологический практикум, проведение фокус-групп и глубинных интервью, знание целевой группы и современных тенденций позволят нам раскрыть ваш бренд по-новому. Наш опыт и знания помогут найти лучший способ воздействия на вашего потребителя и выстроить с ним долгосрочные отношения.



Креатив

Ядром для каждого коммуникационного решения служит творческая идея, которая раскрывается в ее дизайне. Сильные небанальные идеи – это результат правильной работы механизмов управления творческим процессом. В разработке идей одинаково важны содержание и форма. Добиваться такого сбалансированного результата позволяет работа в креативных парах – копирайтер и арт-директор.

Продукты

Услуги направления

Бренд-платформа

- Анализ темы и рынка
- Анализ целевой аудитории
- Преимущества
- Ценности и атрибуты бренда
- Нейминг и слоган
- Легенда

Коммуникационная стратегия

- Анализ темы и рынка
- Анализ целевой аудитории
- Коммуникационные задачи
- Каналы коммуникаций с привязкой к ЦА
- Схема активаций с привязкой к коммуникационным задачам
- KPI
- Коммуникационный план (календарь и смета)

Услуги направления

- Креативный бриф
- Креативная концепция
- Брендинг



Продакшн

В штате компании работают высококлассные специалисты по всем продакшн-направлениям. Благодаря им, а также отлаженным бизнес-процессам мы эффективно и в срок выполняем даже самые масштабные проекты. Менеджеры проектов имеют опыт координации международных команд исполнителей и легко входят в контакт с подрядчиками клиента. Наши креативные и технологические решения не раз получали позитивные личные отзывы первых лиц компаний-клиентов и удостоивались признания в digital-индустрии.

Услуги направления

- Видеодизайн
- Полиграфия
- Инфографика
- Интерактивные презентации
- Сайты
- Мобильные приложения
- Приложения для социальных сетей
- Внутренние системы и интранеты

Коммуникационная социология — фундамент внешних коммуникаций бренда

ФОМру

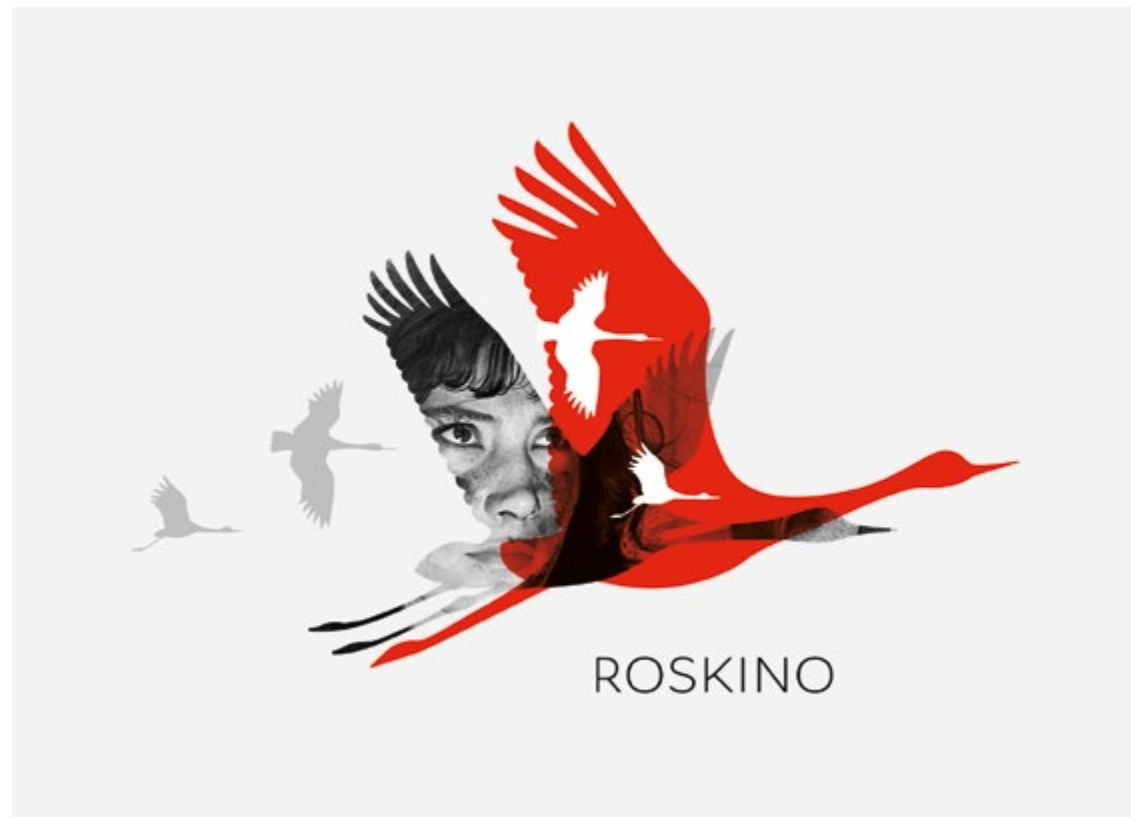
- Digital — это мощный канал маркетинговых коммуникаций, не уступающий традиционному ATL-комплексу (наружная реклама, пресса, радио, ТВ)
 - 2013 год — 57% россиян старше 18 лет пользуются интернетом хотя бы раз в месяц (ФОМ)
 - 2020 год — 85% россиян старше 18 лет будут пользоваться интернетом хотя бы раз в месяц («Эксперт»)
- Рынок интернет-рекламы и цифрового маркетинга растет в среднем на 50% в год
 - 2012 год — объем digital-рынка составил 85 млрд руб (РАЭК)
- Технологии поменяли поведение человека, изменились методы и каналы коммуникации с ним
- Рекламные «ковровые бомбардировки» больше не эффективны, они уступили место стратегиям, выстраивающим долгосрочные отношения с потребителем
- Коммуникационные группы и сетевые агентства не успевают перестраиваться за технологиями и меняющимся поведением людей
- Информационные технологии меняются быстрее, чем успевают выходить учебники по их использованию, поэтому реальный опыт стал важнее теории
- В коммуникациях успешно работают те, кто вырос вместе с этими коммуникациями



Кирилл Брылёв
Генеральный директор ФОМру



Логотип «Роскино»





ПРОДАКШН

Сайт международного архитектурного конкурса «Парк Ходынское поле»

www.park-khodynka.com



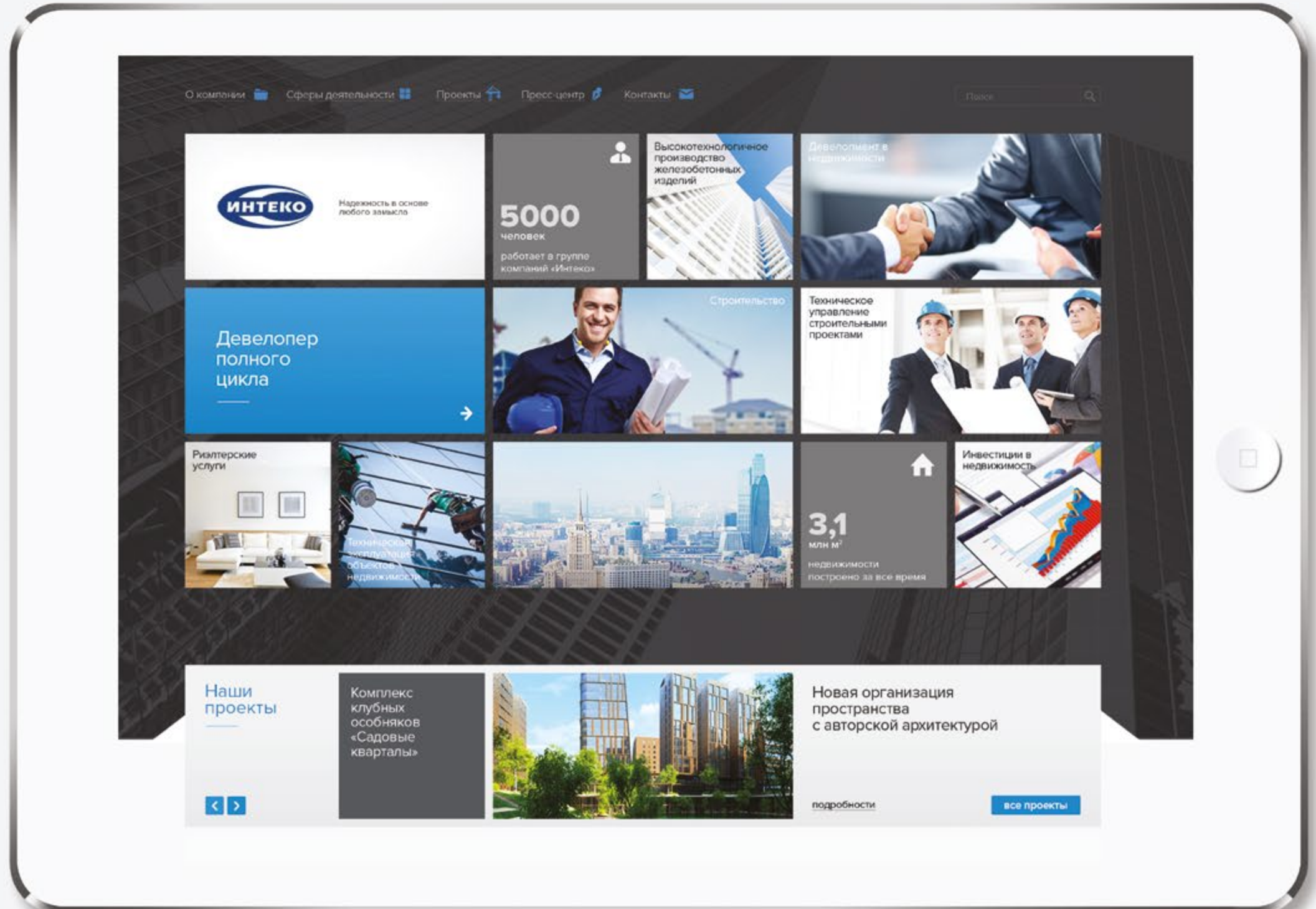
Портфолио



ПРОДАКШН

Сайт группы компаний ИНТЕКО

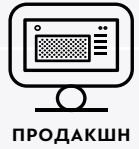
www.inteco.ru





Видеозаставка для стенда
Фонда «Сколково»
на международной
конференции в Бостоне





Сайт проекта
«Как сделать лучше
Наше Подмосковье»

www.smartfom.ru





Россия, Москва, пер. Капранова, 3
тел.: (+7 495) 745-87-65
факс: (+7 495) 745-89-03
fom@fom.ru

www.fom.ru