Portfolio Proiect

Bursa Internațională a Moldovei

BIMx

În cadrul proiectului au fost livrate principalele elemente de poziționare și comunicare ale organizației: identitatea vizuală, platforma web oficială, strategia de comunicare pentru următorii doi ani și setul de mesaje-cheie.

Branding | UX/UI & Web | PR & Comunicare

Identitatea

Bursa Internațională a Moldovei

#1A1F70	#1DB0F0	#FFFFFF

În urma colaborării, a fost dezvoltat
un sistem unitar de comunicare și identitate
de brand, adaptat obiectivelor
și publicului-țintă BIMx.

- Elaborarea mesajelor-cheie
  și a tonului de comunicare.
- Crearea identității vizuale
  și a materialelor de comunicare.
- Dezvoltarea șabloanelor
  și vizualurilor pentru canalele social media.













Planificare strategică

Bursa Internațională a Moldovei

- Analiza pieței, a publicurilor-țintă și a principalilor competitori.
- Definirea direcțiilor strategice de comunicare pentru următorii doi ani.
- Elaborarea mesajelor-cheie și a tonului de comunicare al brandului.
- Dezvoltarea planului anual de marketing, cu obiective, canale și acțiuni prioritare.
- Identificarea oportunităților de promovare și creștere a notorietății organizației.

În baza cercetării de piață și a analizei mediului concurențial,a fost elaborat un cadru strategicde comunicare și marketing orientat spre consolidarea poziționării BIM pe piața din Republica Moldova și România.

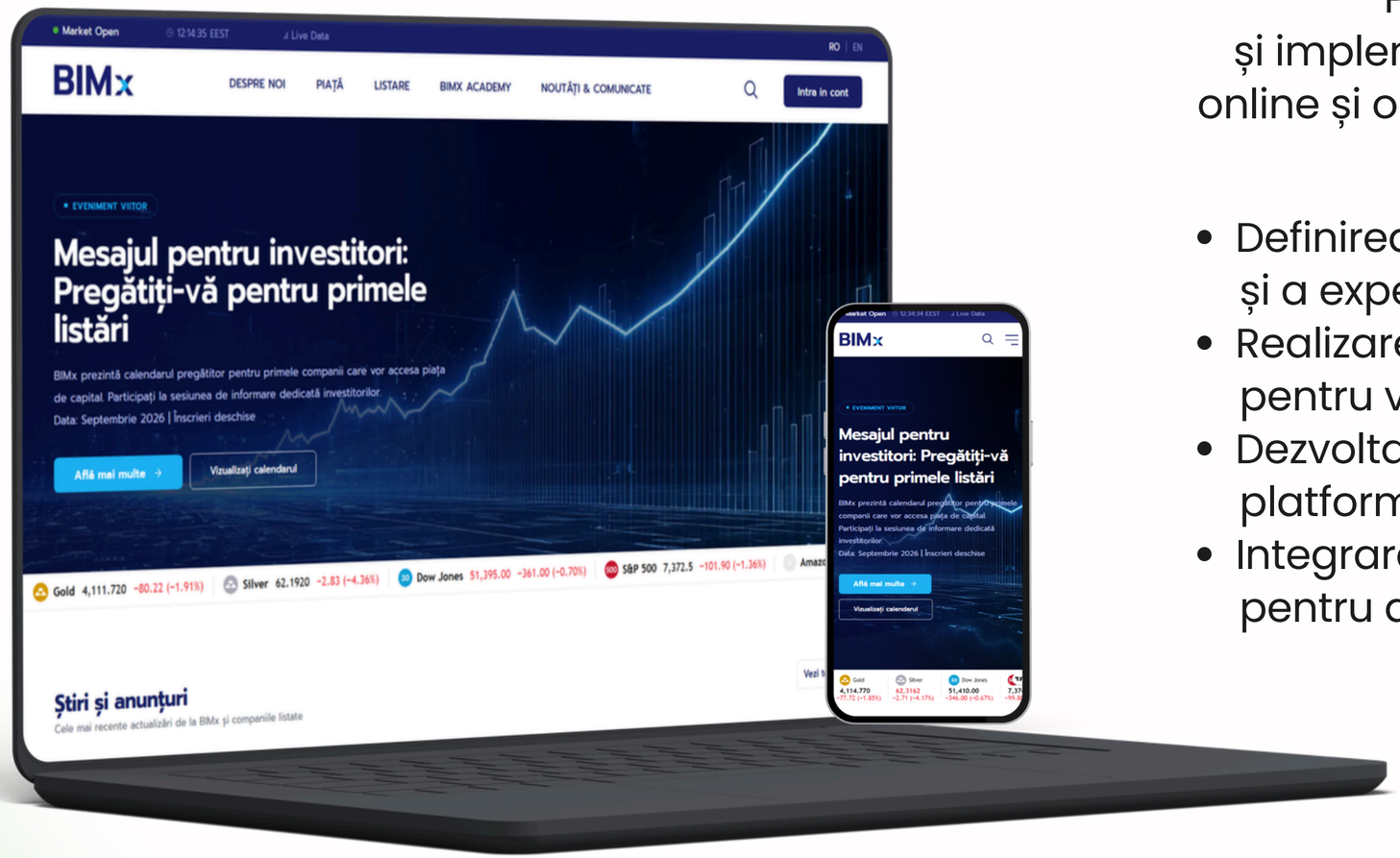






Platforma Digitală

Bursa Internațională a Moldovei



Platforma digitală a fost proiectată și implementată pentru a susține prezența online și obiectivele de comunicare ale BIMx.

- Definirea arhitecturii informaționale și a experienței utilizatorului.
- Realizarea designului web pentru versiunile desktop și mobile.
- Dezvoltarea, testarea și implementarea platformei web.
- Integrarea CMS-ului și instruirea echipei pentru administrarea site-ului

https://bimx.md/

Conceptul de lansare

Bursa Internațională a Moldovei

Pentru susținerea lansării oficiale a BIM,
a fost dezvoltat un concept de activare care să asigure vizibilitatea brandului și implicarea publicului relevant încă din etapa premergătoare lansării.

- Elaborarea conceptului și scenariului lansării.
- Dezvoltarea campaniei teaser pentru promovare.
- Stabilirea mesajelor, canalelor și materialelor de comunicare.
- Definirea promovării înainte, în timpul și după lansare.
- Crearea instrumentelor de comunicare pentru atragerea participanților și promovarea inițiativei.

