



dir.bg

Dir.bg е първата интернет медия, както и най-популярният интернет бранд в страната. Информационните му източници достигат до аудитория от близо 6 милиона уникални потребители месечно, което отрежда на www.dir.bg водещото място като самостоятелна българска интернет марка.

ПАЗАР

Едва ли има по-бурно развиващ се сегмент на икономиката от пазара на интернет услуги. Интернет достига вече до над 3,2 милиона български потребители и заема сериозно място в медия микса на всяка амбициозна рекламна кампания. Огромният брой нови сайтове покрива изцяло всяка област от социалния, икономическия, културния и личния живот.

В това море от все повече възможности и идеи продължава да изтъква първата интернет медия и най-популярен интернет бранд – Dir.bg. Информационните му източници достигат до аудитория от близо 6 милиона уникални потребители месечно, което отрежда на www.dir.bg лидерското място като самостоятелна българска интернет марка.

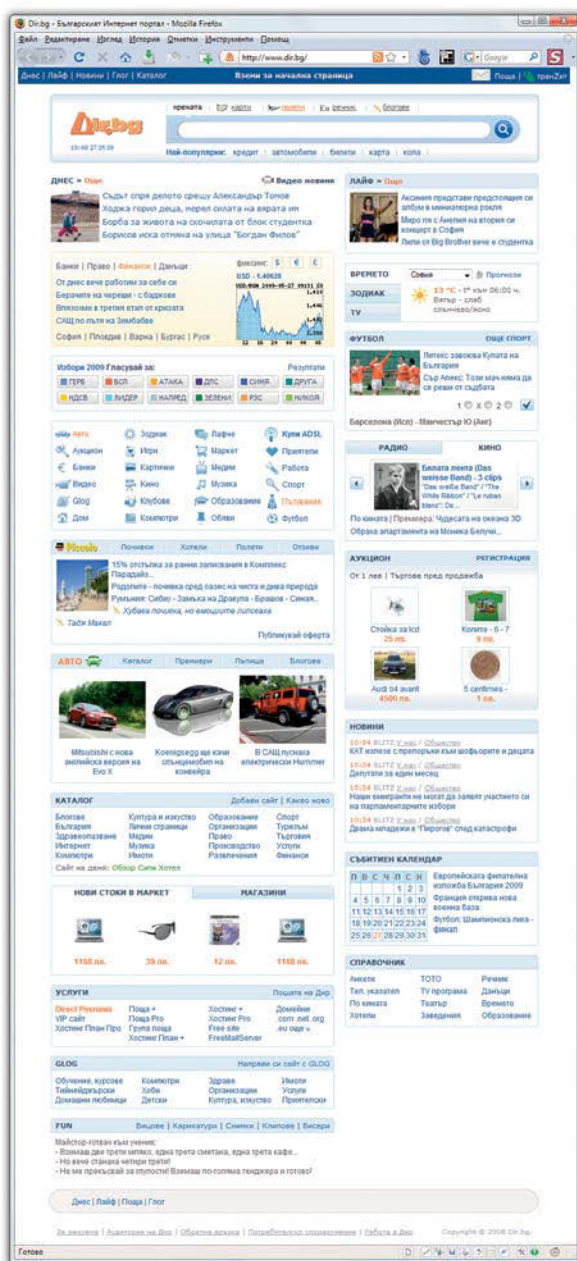
Dir.bg е не само най-големият портал на пазара. Новинарските му списания са вече най-търсеният информационен източник в страната, а комуникационните му услуги обхващат най-разнородна част от интернет потребителите. Търсещата система на Dir.bg – www.dir.bg, е първата българска търсачка за цялата bg мрежа и заема второ място след Google по брой на търсенията в България.

Dir.bg продължава да заема първото място и като най-голямата платформа в интернет за рекламодатели от всички категории и области с пазарен дял над 20% към края на 2008 година, като с новата си система Direct Advertising той развива изцяло нов сегмент в интернет рекламата за малкия и средния бизнес.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

Dir.bg изгради изцяло нова и динамична пазарна категория – национален интернет портал. Марката е разпознаваема от почти цялата интернет аудитория в България и българите в чужбина.

Въпреки мощта на световните гиганти, Dir.bg отвоюва широко публично признание на Premium медия: почти всички големи марки се рекламират и промотират на страниците му; порталът е търсен медиен партньор на много събития от културния живот на страната; известни чужди и български фирми кобрандират свои продукти и услуги с марката Dir.bg.



През 1999 г., заедно с ОББ, IBM и „Банк-сервиз“, порталът е удостоен със златен медал на Международния технически панаир в Пловдив за създаването на първата в България платформа за електронна търговия и плащания.

През март 2000 г. Dir.bg е признат от McKinsey and Co. за един от регките ефективни онлайн бизнеси в период, когато голям секторът преживява световен крах.

Най-голямото признание за марката обаче е лоялността на аудиторията. Независимо от големия мащаб и непрекъснато

му разрастване, порталът е с един от най-високите коефициенти на постоянна аудитория в страната и е начална страница на стотици хиляди персонални компютри.

ПРОДУКТЪТ

Dir.bg е национален хоризонтален web портал – отправната точка, вратата към цялото многообразие от информация, мнения, оферти, справки, личности, фирми. Той също така е съвкупност от системи за присъствие, изява, търговия, комуникация и бизнес в интернет. Порталът агрегира обществено значима и търсена информация в областта на бизнеса, финансите, спорта, културата, туризма, развлеченията. Каталогизира почти всички български сайтове в развита директорна структура и в модерна база за търсене.

Dir.bg предоставя съвременни комуникационни възможности на всеки потребител: електронна поща, сайт конструктор, социална мрежа по интереси, блог система, споделяне на лични снимки и видео, предоставя платформи за интегриране на интернет услуги.

Самостоятелно изградената рекламна система на портала дава възможност за публикуване на сложни рекламни форми и таргетиране във времеви сегменти и териториални зони по важни социални характеристики, според контекста и тематиката.

С потенциал си за достъп до широка и таргетирана аудитория и с гъвкавите си технически решения порталът е платформа за подпомагане на развитието на малкия и средния бизнес с нискобюджетни системи за хостинг, електронна поща, за ефективно присъствие в мрежата и популяризация.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

Най-често съвременното развитие се свързва с термина Web 2.0 – понятие, синтезирано в себе си активното участие на потребителите в мрежата във формирането и споделянето на съдържание. Финансовата криза обаче добави нови предизвикателства – все по-висока ефективност на web продуктите наред с все по-тясната им и прагматична насоченост.

Dir.bg влезе в Web 2.0 директно, с вече действащи свои сайтове и системи. Клубовите му, едни от най-популярните в българските интернет форуми, започнаха да прерастват в социални общности по интереси, като избегнаха едностранчивостта на сайтовете за запознанства или споделяне на снимки. В съзвучие с Web 2.0 старите сайтове trip и football се развиха в piccolo.dir.bg и corner.dir.bg. Първият, освен новите възможности за онлайн покупка на самолетни билети, добави секция за споделяне на потребителски отзиви със снимки и видео от хиляди места по света и от страната. Corner.dir.bg привлече потребителския интерес, давайки възможност за споделяне на собствени прогнози и коментари. Само за месеци двата сайта удвоиха аудиторията си.

Технологията за безплатно и самостоятелно конструиране на сайтове „Глог“ предостави възможности на потребителите да я използват както за развлекателни страници и блогове, така и за изграждане на професионални сайтове на фирми и организации.

На основата на системата си за пренос и съхраняване на файлове tranz.it и на търсачката DirI порталът започна да развива и възможности за създаване и споделяне на снимки, постове, видео, персонализация на интернет пространството.

Ново за българския интернет пазар е зараждането на реални възможности за електронна търговия. През последните две години рязко се увеличи използването на банкови карти, бурно развитие получи фирмите за доставка, все повече услуги използват онлайн възможностите за продажба и доставка. В условията на криза електронната търговия се възприема от все повече фирми като ефикасен и надежден канал за продажби.

В духа на тази тенденция Dir.bg доразви системата си за онлайн плащания, като добави нови нива на сигурност и оптимизира методите на плащания с банкови карти, спестявайки отегчителните регистрационни стъпки.

В последно време започна и обновяване на market.dir.bg – витрината на българската електронна търговия, като бе разширена гамата от услуги както за търговците на електронните магазини, така и за посетителите на сайта.

Нарастващият интерес към финансова информация стимулира пускането на секция „Финанси“ към banks.dir.bg, която ползва и информация от Reuters, с което сайтът се утвърди като най-популярното място в българския интернет за банкова и финансова информация.

Друга нова насока в развитието на съв-

ременните информационни технологии е процесът на конвергенция на интернет и мобилните телефони. Мобилният портал осигури възможности за търсене и важна справочна информация, интегрира и своето картово решение за уебкарти на България и големите градове с адреси и забележителности.

В края на 2008 г. стартира системата за промотиране на малкия и средния бизнес – „Директ“ (direct.dir.bg), в която като партньори се включиха и известни български сайтове. Системата даде възможност за пряко, т.е. без посредници, публикуване на текст и картинка и нейното контекстуално, тематично и зонално таргетиране. Само за броени месеци в период на икономическа криза системата стана популярна сред много малки и средни фирми със своето удобство, гъвкавост и икономичност.

ПРОМОЦИЯ

От самото си създаване до днес Dir.bg се стреми да заеме пазарна ниша не като продукт, а като категория. В това отношение пионерството – да бъдеш първи на пазара и да създадеш цял пазарен сегмент – е основна маркетингова стратегия на бранда.

Две прости, но ефективни маркетингови решения предизвикаха ефекта на снежната топка. Първият рамков дизайн създаде у потребителите усещането, че където и да отидат в интернет, Dir.bg остава тяхната „котва“, а първата в България програма за размяна на банери осигури присъствието му в почти всички появяващи се сайтове.

Неслучайно още в началото на съществуването си Dir.bg стана известен като българското Yahoo!. С www.dir.bg се тества качеството на интернет достъпа, а гумата „гури“ е нарицателно за използване на търсенето на Dir.bg.

Популярността на портала го превърна в предпочитан медиен партньор за обществени, бизнес и културни събития, конкурси и състезания.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Технократизъм с душа – това може да се каже за Dir.bg. Порталът е символ на потенциала на българската технологична мисъл и свободното медийно пространство. Затова сред ценностите на бранда са преди всичко иновационният и хай-тек дух, бързината, полезността и погредеността на информацията.

Факти, които не знаете за DIR.BG

От създаването си до днес потребителите са прочели около десет милиона страници на Dir.bg.

Порталът работи върху система от над 30 мощни сървъра.

В market.dir.bg са представени с описания и цени над 100 000 продукта.

Dir.bg е най-популярната медия през работния ден, с аудитория от над 300 000 души.

Средната възраст на служителите на компанията съвпада със средната възраст на потребителите на портала – 30 години.



1997

Започва съставянето на каталога на българските сайтове и DOS командата dir се превръща в парола за разпознаваемост.

1998

Първи договори за реклами с основните IT Вендори. Много преди появата на Google българите започват да дишат в българския интернет.

2000

Dir.bg подписва технологично споразумение с McKinsey and Co. за участие в международен интернет проект, което разширява потенциала му.

2002

Компанията пуска първата серия от платени услуги през интернет.

2003

Порталът включва две нови секции – „Днес“ и „Лайф“, които веднага печелят популярност.

2004

Стартира една от първите платформи за електронна търговия „Market“.

2005

Тръгва първата в България блог система „Глог“, която се превръща в най-динамично развиващата се част от Dir.bg.

2008

След тригодишни изследователски усилия стартира новата търсачка diri.bg, индексирала цялото българско интернет пространство.

2009

На основата на търсачката се реализира системата за популяризиране на малкия и средния бизнес Direct Advertising.