

● **PRIOR**

CREDENTIALS

**RE
O
R
E
O**

CREDENTIALS

МЫ

собрались вместе в 1993 году.
Сделали много ярких проектов,
обрели много новых друзей.
Сохранив главный принцип:
мы — это всегда команда,
в которой каждый знает,
что такое

**ПРАВИЛЬНО
РАССТАВЛЕННЫЕ
ПРИОРИТЕТЫ.**

ВЫ

можете узнать о нас больше — на сайте prior.ru или при нашей встрече. Решить с нашей помощью любую задачу по коммуникации вашего бренда, от локальной кампании до глобальной стратегии. Оценить в деле наши знания, опыт и

КРЕАТИВНЫЙ ПОДХОД.

ОНИ

стали нашими клиентами.
И не только: многие стали
друзьями, с которыми мы
поддерживаем

ДОЛГИЕ И ВЫГОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ.

BSGV

parmalat

sopharma

Miele

Panasonic

Queisser

metabo

Microsoft

SONY

STADA

DAIKIN

Dr. Oetker

Pioneer

HONDA

Seagate

SUZUKI

Tarkett

VELUX

BASF

BITTNER

INTERNATIONAL PAPER

JTI

dyson

TEVA

Credit EuropeBank

PRIOR

ВСЕ

знают, как сделать лучше

**МЫ ДЕЛАЕМ КАЖДЫЙ
РАЗ ЛУЧШЕ, ЧЕМ
ПРЕЖДЕ.**

СТРАТЕГИЯ.

Коммуникационная, медийная, креативная. Аналитика и аудит

МЕДИА.

Медиапланирование и медиабаинг: телевидение, пресса, радио, наружная реклама, интернет.

DIGITAL.

Медиа, SMM, CRM, контекстная реклама, спецпроекты, блоггеры, производство: LP, баннеров, видеорекламы и другого контента.

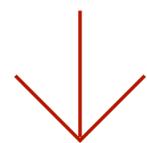
BTL.

Мерчандайзинг, промо-акции, ивент-маркетинг.

CREATIVE & PRODUCTON.

Креатив для ТВ, Прессы, Радио, ООН, Интернета. Производство аудио-видео, печатной продукции, POSM.

MEDIA



Медиапланирование
и медиабаинг:

**ТЕЛЕВИДЕНИЕ, ПРЕССА,
РАДИО, НАРУЖНАЯ
РЕКЛАМА, ИНТЕРНЕТ.**



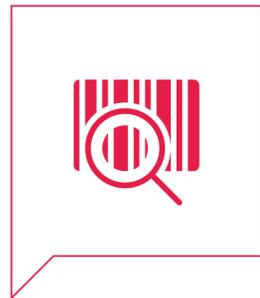
СТРАТЕГИЯ И МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ.

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЕ КОМПАНИИ

ПРОДУКТОВАЯ

СТРАТЕГИЯ.

ВЫБОР МЕДИАКАНАЛОВ



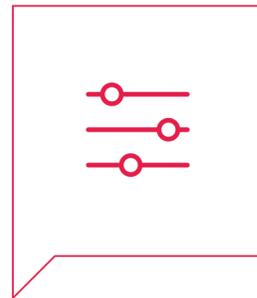
АНАЛИЗ РЫНКА

- Построение матрицы BCG по категориям
- Выбор локомотивных препаратов для продвижения



ОПРЕДЕЛЕНИЕ БЮДЖЕТА

- Рекламные инвестиции в каждой категории
- Продажи в упаковках каждой категории
- Определение конверсии рекламных инвестиций



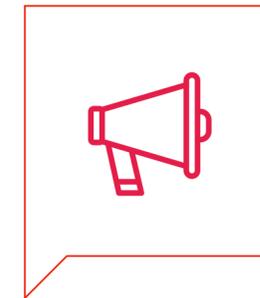
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ДОЛИ БЮДЖЕТА НА КАЖДЫЙ ЛОКОМОТИВНЫЙ ПРЕПАРАТ

- Размер ЦА
- Доля локомотива в общем портфеле
- Прирост продаж
- Конкурентный шум
- Задачи



ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПЕРИОДА КАМПАНИИ С УЧЕТОМ СЕЗОННОСТИ

- Пики продаж
- Рекламная активность конкурентов
- Сезонные коэффициенты



ВЫБОР МЕДИАКАНАЛОВ

Медиастратегия

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЕ КОМПАНИИ

ПРОДУКТОВАЯ

СТРАТЕГИЯ.

РЕЗУЛЬТАТ ЗА ДВА ФЛАЙТА В ТЕЧЕНИЕ ГОДА

ПРОДУКТ:

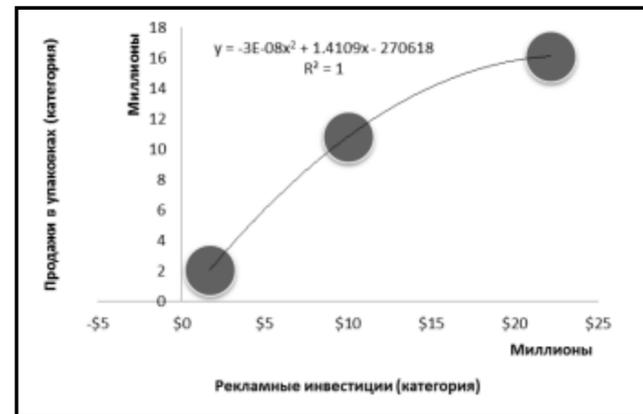
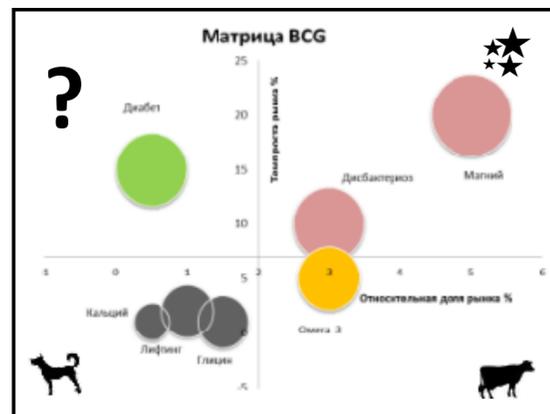
Линейка препаратов
Доппельгерц

ЗАДАЧА:

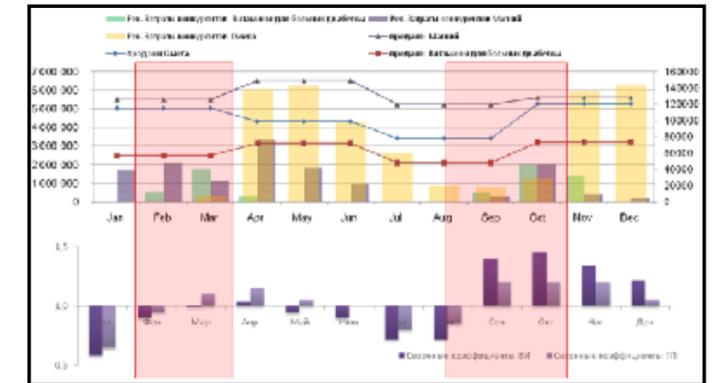
- Увеличить знание бренда
Доппельгерц
- Выполнить план продаж

РЕШЕНИЕ:

Продуктовая стратегия:
продвижение бренда через
локомотивные препараты



Препарата	Омега - 3	Диабет	Магний
% ЦА от населения	11%	2%	15%
Доля в портфеле	32%	9%	3%
Прирост продаж (год к году)	78%	50%	29%
Конкурентный шум (0 - лидер, 5 - догоняющий бренд)	0	1	5
Задачи	Поддержка	Поддержка	Вывод на рынок
Индекс бренда	2.61	1.73	3.66
Доля Бюджета	33%	22%	46%



ЛОКОМОТИВЫ:

- Магнийсодержащие препараты
- Омега-3
- Диабет

БЮДЖЕТ
\$7,5 млн

БЮДЖЕТЫ:

- Магний – 46%
- Омега-3 – 33%
- Диабет – 22%

СЕЗОН:

Весна и Осень

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЕ КОМПАНИИ ПРОДУКТОВАЯ СТРАТЕГИЯ.

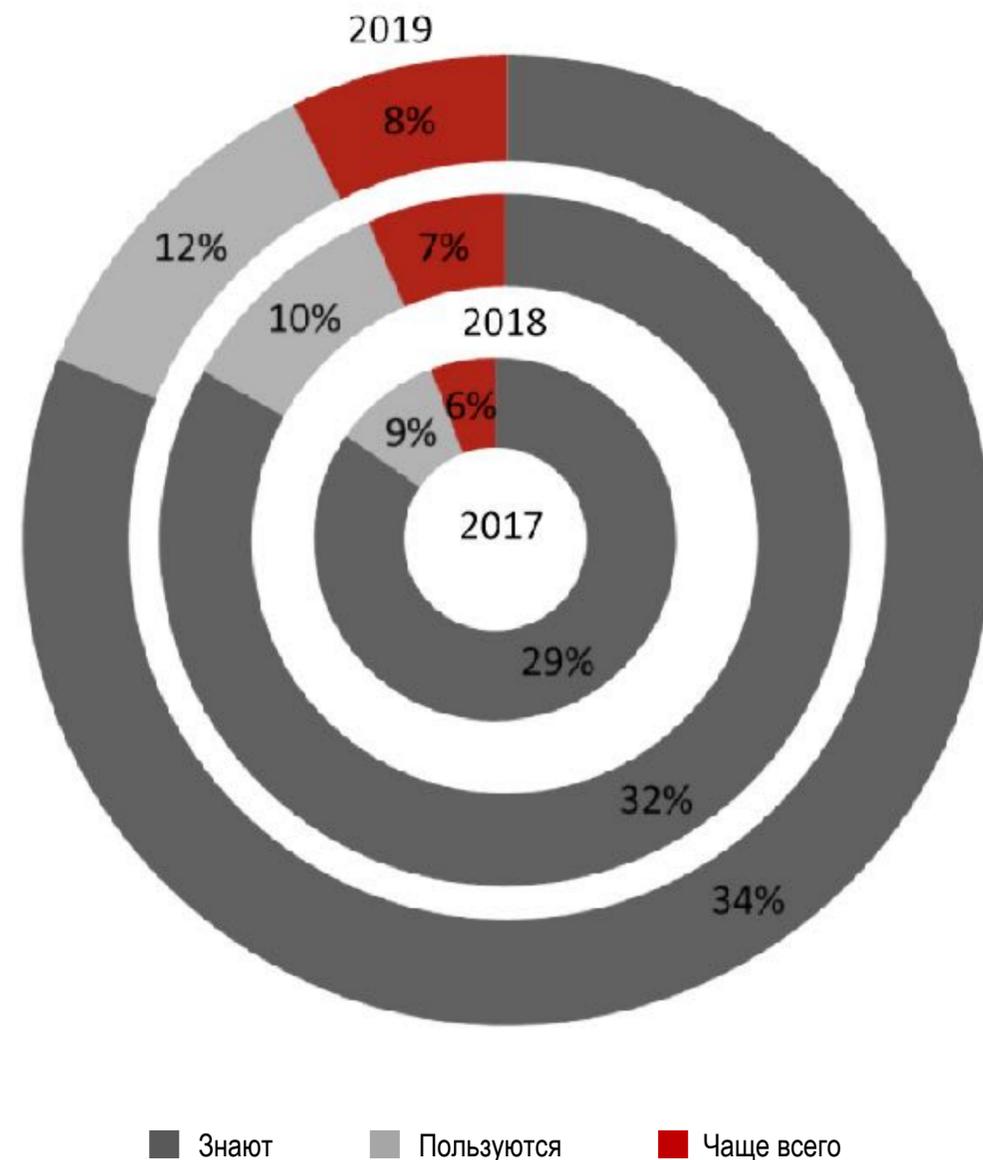
РЕЗУЛЬТАТ ЗА ДВА ФЛАЙТА В ТЕЧЕНИЕ ГОДА

ПРОДУКТ:
Линейка препаратов
Доппельгерц

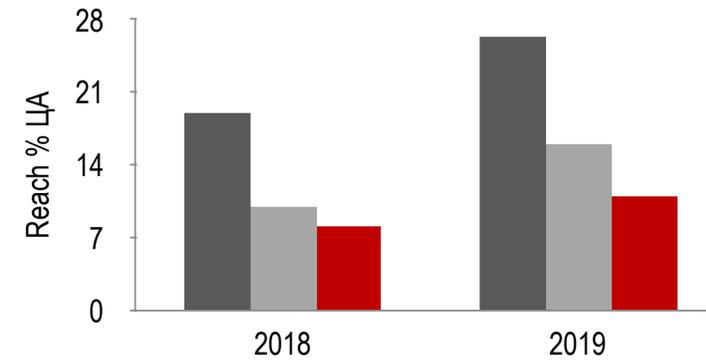
ЗАДАЧА:

- Увеличить знание бренда
Доппельгерц
- Выполнить план продаж

РЕШЕНИЕ:
Продуктовая стратегия:
продвижение бренда через
локомотивные препараты

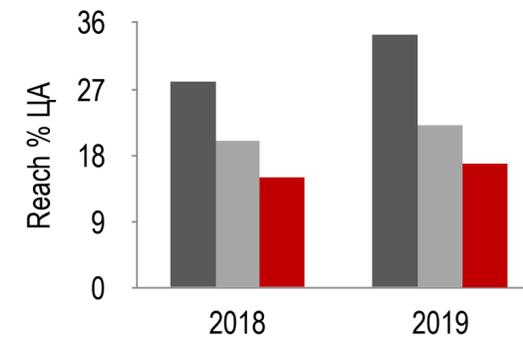


ДОППЕЛЬГЕРЦ (СЕРИЯ МАГНИЙ)



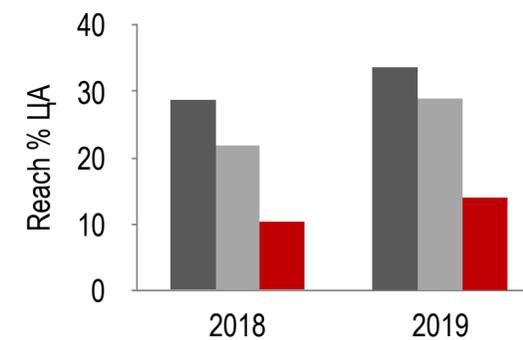
39%

ДОППЕЛЬГЕРЦ АКТИВ
ОМЕГА3



23%

ДОППЕЛЬГЕРЦ АКТИВ
ВИТАМИНЫ ДЛЯ
БОЛЬНЫХ САХАРНЫМ
ДИАБЕТОМ



17%



ТАКТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ НА ТВ.

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЕ КОМПАНИИ



ВЫБОР ТАКТИКИ РАЗМЕЩЕНИЯ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕЙ ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМОСТЬ БРЕНДОВ



ПОДДЕРЖКА
ПРОДАЖ В СЕЗОН,
РЕПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

РЕШЕНИЕ

Прямое размещение,
усиление спонсорским
проектом



ПОСТРОЕНИЕ ЗНАНИЯ,
ФОРМИРОВАНИЕ
ЛОЯЛЬНОСТИ

РЕШЕНИЕ

Спонсорство



ЗАПУСК
НОВОГО ПРОДУКТА

РЕШЕНИЕ

Прямое размещение



УВЕЛИЧЕНИЕ
ПРОДАЖ В СЕЗОН,
ИМИДЖ

РЕШЕНИЕ

Прямое размещение,
усиление спонсорским
проектом

РЕШЕНИЕ ДЛЯ ВСЕГО ПОРТФЕЛЯ

МАКСИМАЛЬНАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ

ПРОДУКТ:

Линейка препаратов
Омега Биттнер

ЗАДАЧА:

- Афлубин – Поддержка продаж в сезон, репозиционирование
- Лактацид – Построение знания, формирование лояльности
- Физиомер – Запуск продукта
- Превалин – Увеличение продаж в сезон, имидж

Управление бюджетом
между препаратами

РЕШЕНИЕ:

Продвижение на ТВ, используя
разный инструментарий
Объединение бюджетов

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЕ КОМПАНИИ

ВЫБОР ТАКТИКИ РАЗМЕЩЕНИЯ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕЙ ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМОСТЬ БРЕНДОВ



ТАКТИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ

ПРОДУКТ:

Линейка препаратов
Омега Биттнер

ЗАДАЧА:

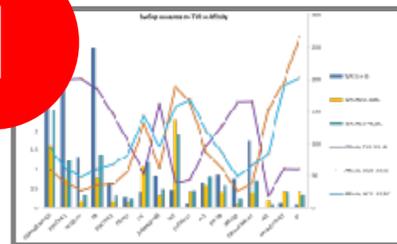
- Афлубин – Поддержка продаж в сезон, репозиционирование
- Лактацид – Построение знания, формирование лояльности
- Физиомер – Запуск продукта
- Превалин – Увеличение продаж в сезон, имидж

Управление бюджетом
между препаратами

РЕШЕНИЕ:

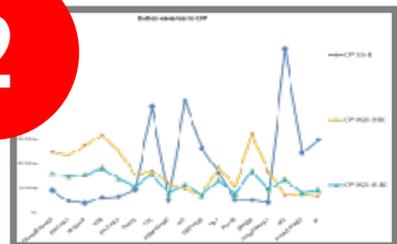
Продвижение на ТВ, используя
разный инструментарий
Объединение бюджетов

1



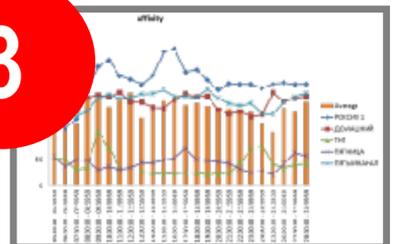
ВЫБОР КАНАЛОВ
медиа показатели:
TVR, Affinity

2



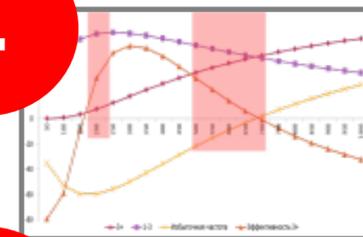
ВЫБОР КАНАЛОВ
стоимостные показатели:
CRR

3



Определение возможности
плавающего размещения

4



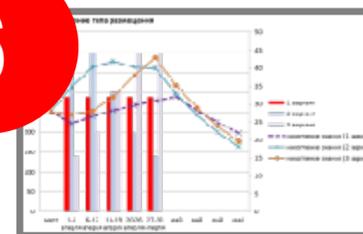
Определение веса
кампании в целом
и недельных весов

5



Определение
оптимального веса TRP
на каждый канал

6



Определение типа
размещения и структуры
флайта

ЦИФРЫ И РАСЧЕТЫ – ОСНОВА МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЕ КОМПАНИИ

ВЫБОР ТАКТИКИ РАЗМЕЩЕНИЯ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕЙ ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМОСТЬ БРЕНДОВ



ПРОДУКТ:

Линейка препаратов
Омега Биттнер

ЗАДАЧА:

- Афлубин – Поддержка продаж в сезон, репозиционирование
- Лактацид – Построение знания, формирование лояльности
- Физиомер – Запуск продукта
- Превалин – Увеличение продаж в сезон, имидж

Управление бюджетом
между препаратами

РЕШЕНИЕ:

Продвижение на ТВ, используя
разный инструментарий
Объединение бюджетов



ЦА Женщины 20-35,
доход средний и выше



ЦА Женщины 20-35,
доход средний и выше

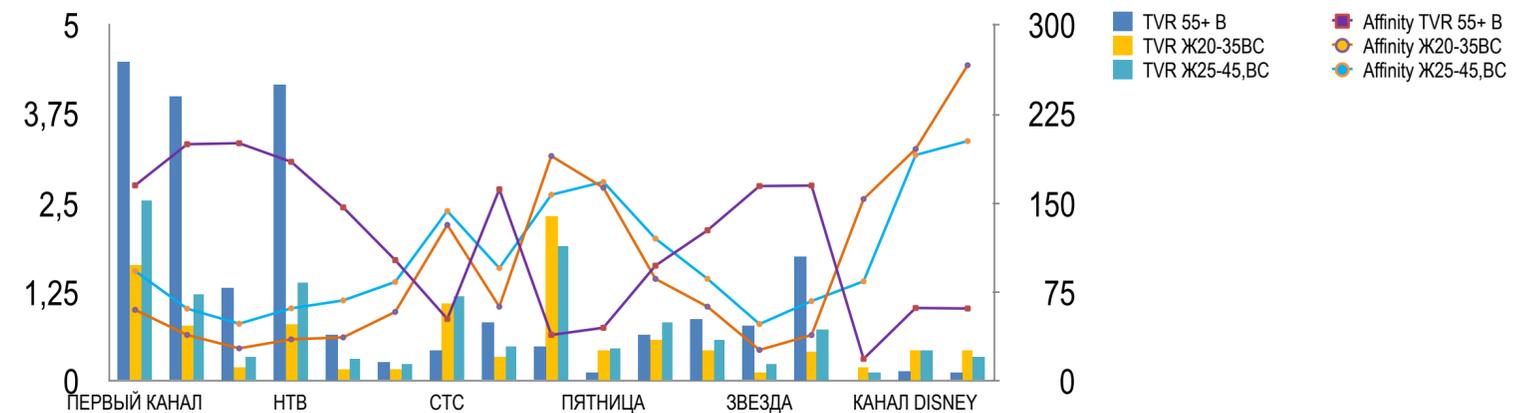


ЦА Женщины 25-45,
доход средний и выше

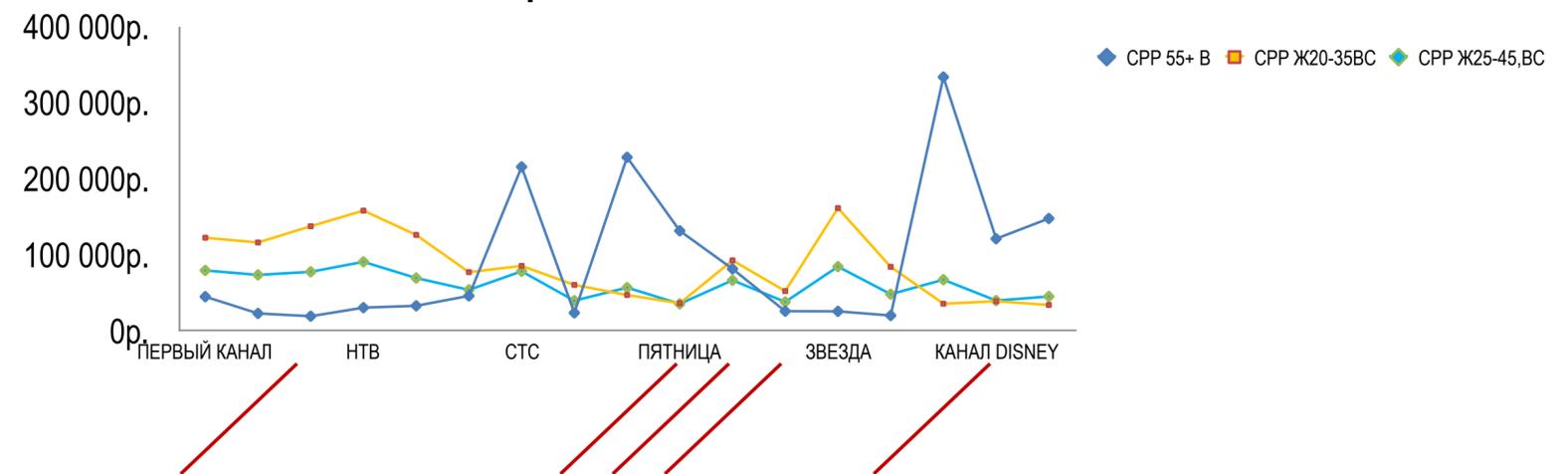


ЦА Все 55+,
доход средний и ниже

РАЗНЫЕ АУДИТОРИИ – ОДНО РЕШЕНИЕ!



Выбор каналов по СРР



ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЕ КОМПАНИИ



ВЫБОР ТАКТИКИ РАЗМЕЩЕНИЯ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕЙ ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМОСТЬ БРЕНДОВ



ЦА Все 55+, доход
средний и ниже

ЦА Женщины 25-45,
доход средний и выше

ЦА Женщины 20-35,
доход средний и выше

ЦА Женщины 20-35,
доход средний и выше

РАЗНЫЕ АУДИТОРИИ – ОДНО РЕШЕНИЕ!

ТНТ
ПЯТНИЦА

ТНТ
ПЯТНИЦА

ТНТ
ПЯТНИЦА
ДОМАШНИЙ
ПЯТЫЙ КАНАЛ

РОССИЯ 1
ДОМАШНИЙ
ПЯТЫЙ КАНАЛ

ВЫБОР КАНАЛОВ ПОЗВОЛИЛ УПРАВЛЯТЬ БЮДЖЕТАМИ МЕЖДУ ПРЕПАРАТАМИ

ПРОДУКТ:

Линейка препаратов
Омега Биттнер

ЗАДАЧА:

- Афлубин – Поддержка продаж в сезон, репозиционирование
- Лактацид – Построение знания, формирование лояльности
- Физиомер – Запуск продукта
- Превалин – Увеличение продаж в сезон, имидж

Управление бюджетом
между препаратами

РЕШЕНИЕ:

Продвижение на ТВ, используя
разные инструментарий
Объединение бюджетов

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЕ КОМПАНИИ

ВЫБОР ТАКТИКИ РАЗМЕЩЕНИЯ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕЙ ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМОСТЬ БРЕНДОВ



ПРОДУКТ:

Линейка препаратов
Омега Биттнер

ЗАДАЧА:

- Афлубин – Поддержка продаж в сезон, репозиционирование
- Лактацид – Построение знания, формирование лояльности
- Физиомер – Запуск продукта
- Превалин – Увеличение продаж в сезон, имидж

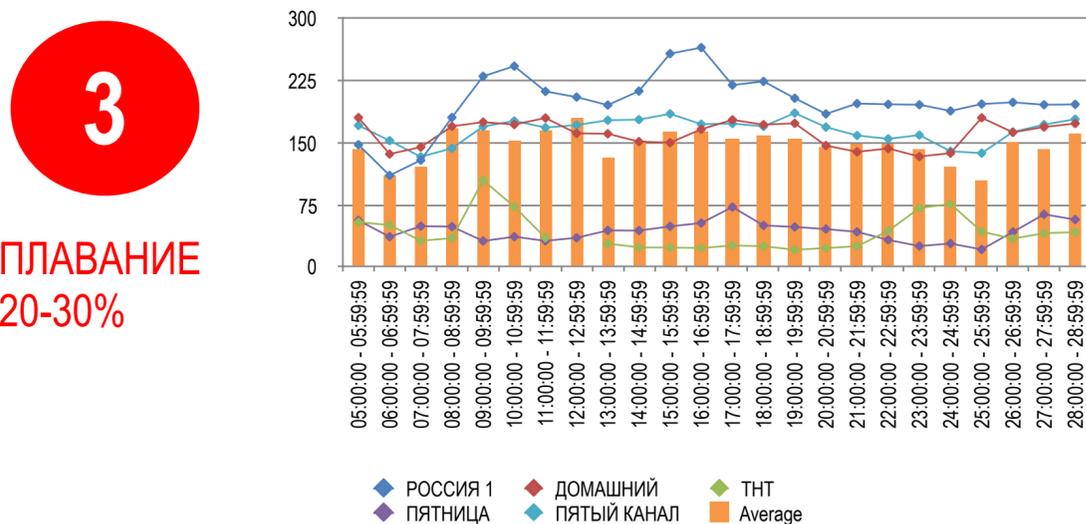
Управление бюджетом
между препаратами

РЕШЕНИЕ:

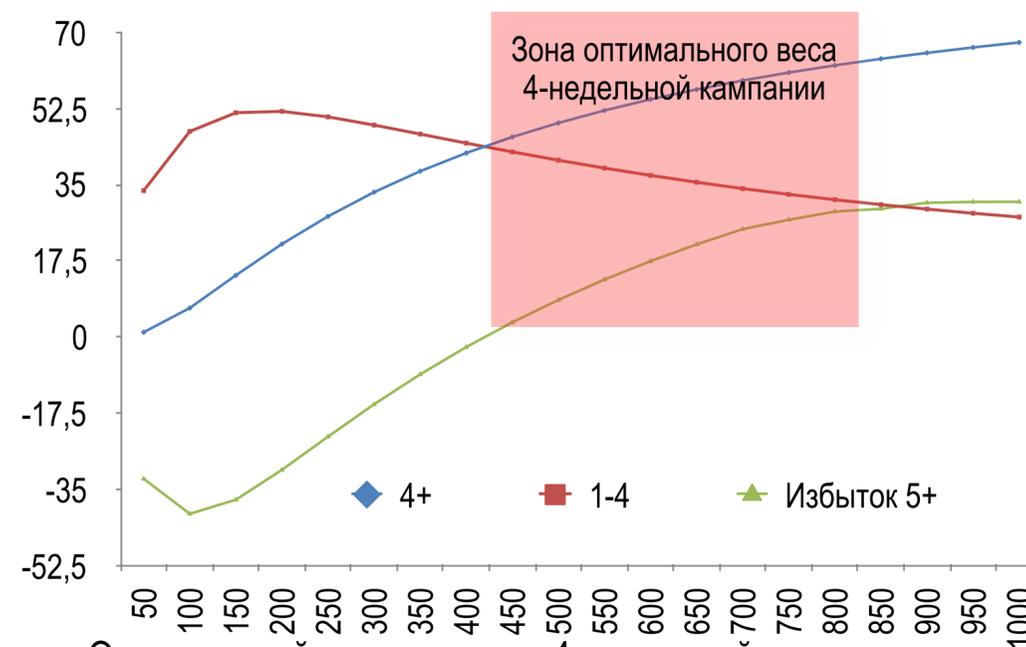
Продвижение на ТВ, используя
разный инструментарий
Объединение бюджетов



Доля плавления зависит от колебаний Affinity в течение дня



4



Оптимальный медиавес для 4-недельной кампании в диапазоне 450-800 TRPs = 500

НЕ НАДО ПОКУПАТЬ ЛИШНЕЕ

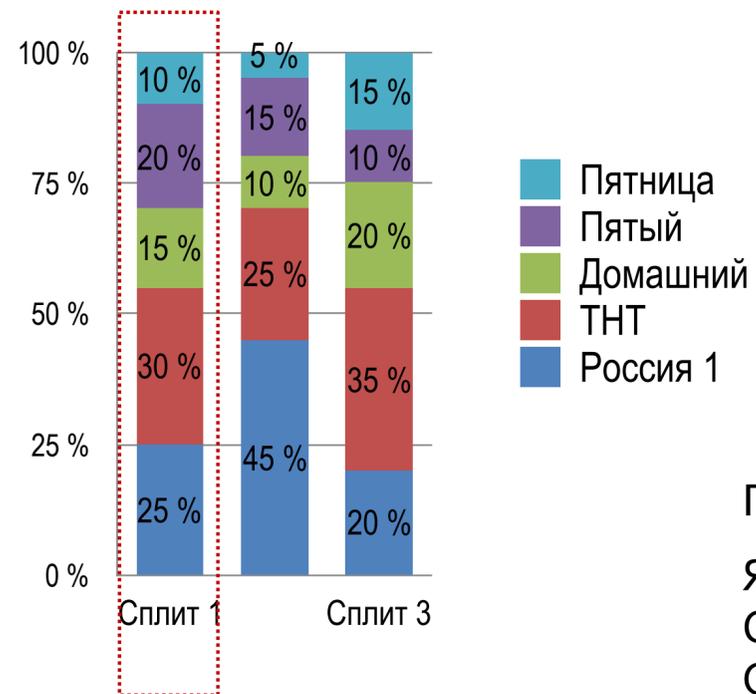
ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЕ КОМПАНИИ



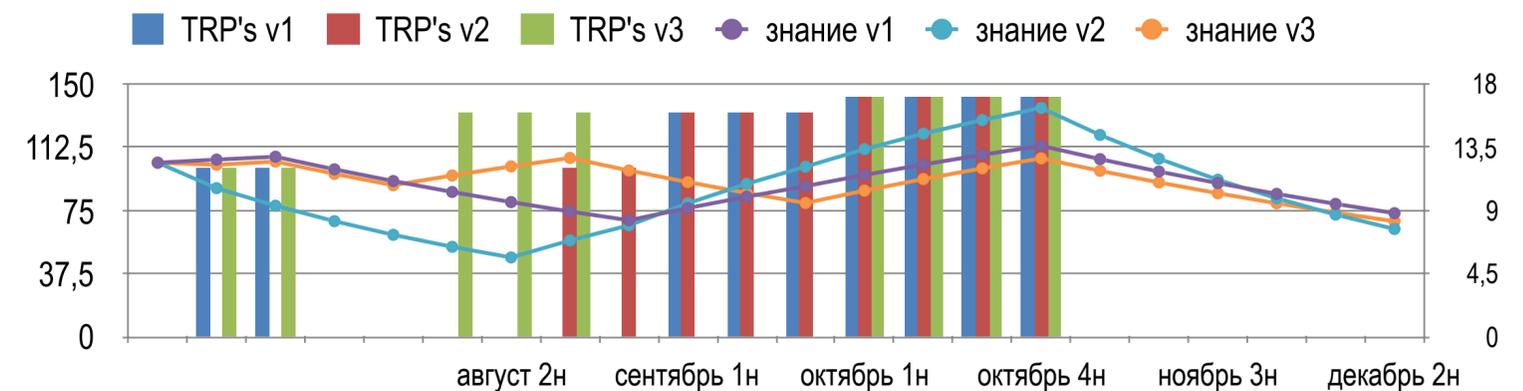
ВЫБОР ТАКТИКИ РАЗМЕЩЕНИЯ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕЙ ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМОСТЬ БРЕНДОВ



5 ОПРЕДЕЛЕНИЕ
ОПТИМАЛЬНОГО
ВЕСА TRP НА КАЖДЫЙ КАНАЛ



6 ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТИПА РАЗМЕЩЕНИЯ
И СТРУКТУРЫ ФЛАЙТА



ПЕРВЫЙ ВАРИАНТ:

Январь 2 недели спонсорства = 200TRP
Сентябрь 3 недели = 400
Октябрь 4 недели = 570

**ЛУЧШЕ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ
НАКОПЛЕНИЯ ЗНАНИЯ
НА 5% - 7%**

ПРОДУКТ:

Линейка препаратов
Омега Биттнер

ЗАДАЧА:

- Афлубин – Поддержка продаж в сезон, репозиционирование
- Лактацид – Построение знания, формирование лояльности
- Физиомер – Запуск продукта
- Превалин – Увеличение продаж в сезон, имидж

Управление бюджетом
между препаратами

РЕШЕНИЕ:

Продвижение на ТВ, используя
разный инструментарий
Объединение бюджетов

ОПТИМИЗИРОВАТЬ МОЖНО БЕСКОНЕЧНО, НО ВСЕГДА БУДЕТ ОДНО ВЕРНОЕ РЕШЕНИЕ

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЕ КОМПАНИИ



ВЫБОР ТАКТИКИ РАЗМЕЩЕНИЯ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕЙ ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМОСТЬ БРЕНДОВ



ПОДДЕРЖКА
ПРОДАЖ В СЕЗОН,
РЕПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

РЕШЕНИЕ

ПРЯМОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ,
УСИЛЕНИЕ СПОНСОРСКИМ
ПРОЕКТОМ



ПОСТРОЕНИЕ ЗНАНИЯ,
ФОРМИРОВАНИЕ
ЛОЯЛЬНОСТИ

РЕШЕНИЕ

СПОНСОРСТВО



ЗАПУСК
НОВОГО ПРОДУКТА

РЕШЕНИЕ

ПРЯМОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ



УВЕЛИЧЕНИЕ
ПРОДАЖ В СЕЗОН,
ИМИДЖ

РЕШЕНИЕ

ПРЯМОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ,
УСИЛЕНИЕ СПОНСОРСКИМ
ПРОЕКТОМ

ОПТИМИЗАЦИЯ И РЕЗУЛЬТАТ

ПРОДУКТ:

Линейка препаратов
Омега Биттнер

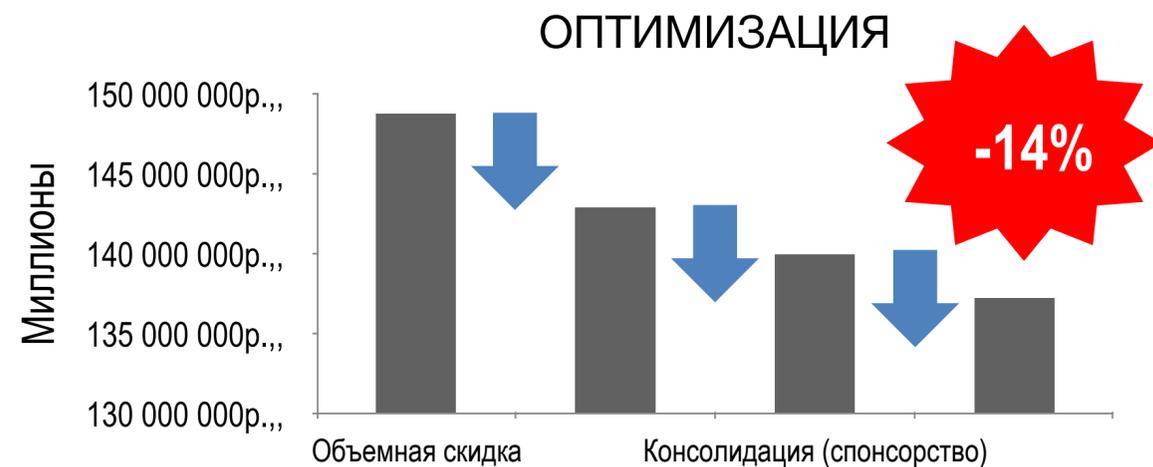
ЗАДАЧА:

- Афлубин – Поддержка продаж в сезон, репозиционирование
- Лактацид – Построение знания, формирование лояльности
- Физиомер – Запуск продукта
- Превалин – Увеличение продаж в сезон, имидж

Управление бюджетом
между препаратами

РЕШЕНИЕ:

Продвижение на ТВ, используя
разную инструментарию
Объединение бюджетов



КЛИЕНТ:

Dunkin Donuts

БРЕНД:

Dunkin Donuts, сеть кофеен

ЗАДАЧА:

Увеличение количества вечернего посещения кофеен на 60% в течение 6 месяцев с начала коммуникации. Стимулировать пробную и повторную покупку продукта. Изменения времени потребления – увеличить утреннее потребление продукта

РЕШЕНИЕ:

Разработка позиционирования бренда, определение ЦА и использование четкого таргетирования коммуникации на ЦА. Использование каналов коммуникации релевантных медиапотреблению ЦА. Использование в коммуникации свойства бренда и время потребления продукта



КЛИЕНТ:

Family Room

БРЕНД:

Family Room

ЗАДАЧА:

Построить широкий охват ЦА посредством стратегического планирования ТВ кампании, Обеспечить рост знания бренда

РЕШЕНИЕ:

Годовое планирование кампании.
«Ручное» размещение ТВ роликов на релевантных интересам целевой аудитории ТВ-каналах:
Домашний, Рен-ТВ, Россия24, Че, Пятница



**КЛИЕНТ:**

Line

БРЕНД:

Line

ЗАДАЧА:

Вывод на Российский рынок приложения для смартфонов, Популяризация бренда и формирования лояльности к нему. В течение 1 года получить 3 млн загрузок из России

РЕШЕНИЕ:

Использовать охватные каналы коммуникации, с возможностью показать как пользоваться приложением

РЕЗУЛЬТАТ:

5.5 млн скачиваний по истечении одного года коммуникации



КЛИЕНТ:

Omega Bittner

БРЕНД:

Афлубин, Лактацид, Физиомер, Превалин

ЗАДАЧА:

Афлубин – поддержка продаж в сезон, репозиционирование.

Лактацид – построение знания, формирование лояльности.

Физиомер – запуск продукта.

Превалин –увеличение продаж в сезон, имидж.

Стратегическое планирование годовой РК для коммуникации всех препаратов

РЕШЕНИЕ:

Продвижение на ТВ, используя разный инструментарий

Объединение бюджетов. Выбор тактики размещения, обеспечивающее взаимодействие брендов.

РЕЗУЛЬТАТ:

Оптимизация бюджета 15 %, рост знания 50%



<https://www.youtube.com/watch?v=mwNqO4733rc&feature=youtu.be>

КЛИЕНТ:

Dyson

БРЕНД:

Dyson

ЗАДАЧА:

Медиастратегия. Медиапланирование.
Медиабаинг (ТВ, пресса, кинотеатры, Indoor,
радио). Креатив.

РЕШЕНИЕ:

Компания Dyson придерживалась традиционной для своей категории стратегии размещения с телевизионной активностью в весенний (февраль-апрель) и осенний (август-октябрь) период. При этом медиабюджет кампании был ниже, чем у основных конкурентов – лидеров категории.

Необходимо было провести заметную кампанию с реальным эффектом в продажах. Неожиданно для всех активно выступить в период, который обычно считался «мертвым»: январь. Самый дешевый с точки зрения уровня сезонных наценок, этот период вместе с тем большинством рекламодателей воспринимался как бесперспективный.

РЕЗУЛЬТАТ:

Перевыполнение плана (Через два года основные конкуренты последовали за Dyson и тоже стали активно размещаться в январе.



КЛИЕНТ:

КАО

БРЕНД:

Merries

ЗАДАЧА:

Запуск бренда. Рост знания и донесение до целевой аудитории информации о продукте и его преимуществах

РЕШЕНИЕ:

Стратегическое планирование медийных кампаний. Адаптация японских креативных материалов для российской аудитории
Размещение в релевантных ЦА медиа-каналах – пресса и интернет.
Использование в размещении формата «адверториал» и статья в популярных изданиях для мам.

РЕЗУЛЬТАТ: рост знания 37%

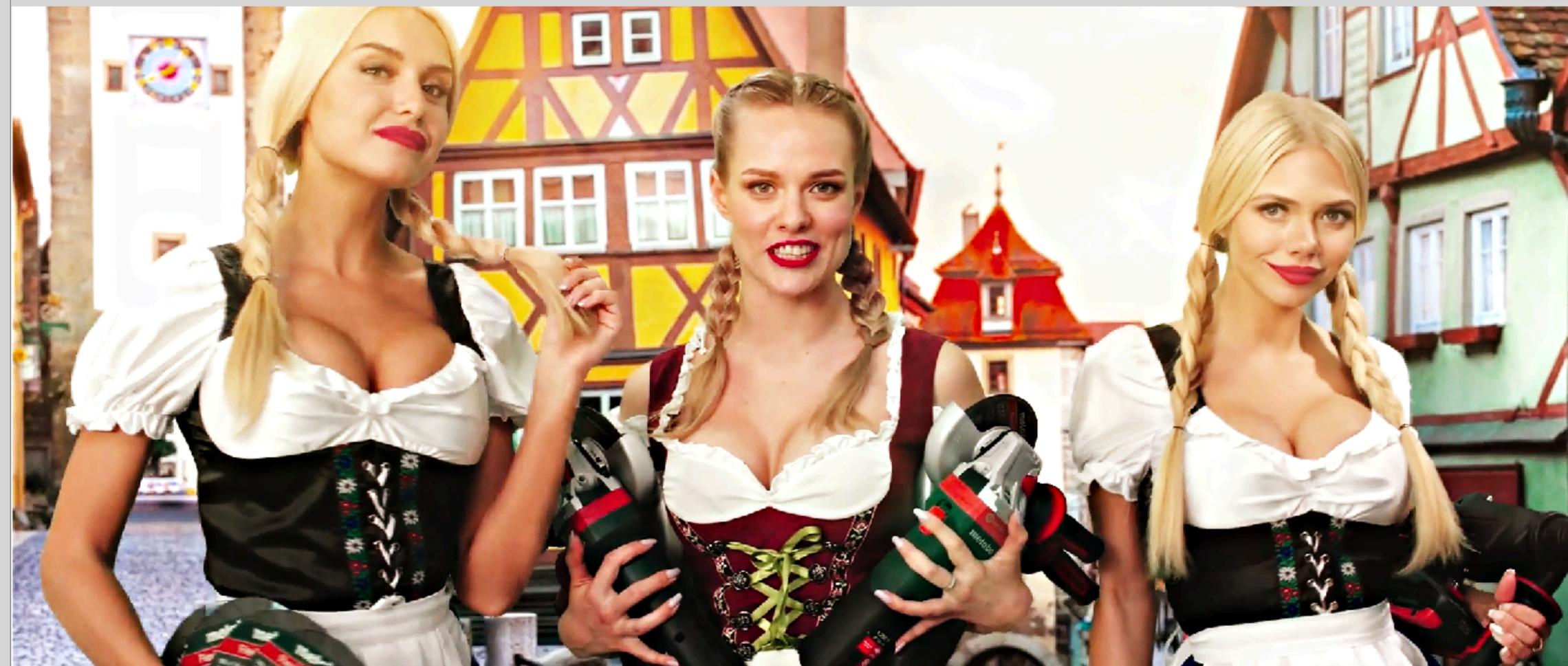
КЛИЕНТ:
МЕТАВО

БРЕНД:
МЕТАВО

ЗАДАЧА:
Стимулирование продаж

РЕШЕНИЕ:
Промо-сайт, баннеры, видеоролик. Промо:
Купить любую УШМ Metabo,
зарегистрироваться на сайте Metabo-promo.ru,
загрузить фото чека покупки УШМ,
участвовать в творческом конкурсе, получить
шанс отправиться в Германию на Октоберфест
или получить один из 10 аккумуляторных
инструментов в подарок

РЕЗУЛЬТАТ:
152% конверсия траффика при регистрации
на сайте, 125% конверсия траффика при
покупке аукционной продукции, 199%
перевыполнение плана по показам,
276% перевыполнение плана по переходам на
сайт. Ролик на YouTube посмотрело около 5
млн зрителей.



<https://youtu.be/-CU0Heewfeo>

КЛИЕНТ:

МЕТАВО

БРЕНД:

МЕТАВО

ЗАДАЧА:

Максимальный охват при минимальном бюджете

РЕШЕНИЕ:

Вирусный ролик, продвигающий болгарки Metabo, где мужчина распиливает неправильно припаркованный автомобиль, в первый же день покорила не только российский, но и мировой интернет. Его репостили в ведущих международных развлекательных пабликах, топовые блоггеры делали на него обзоры, ролик попал в хроники теленовостей, его показывали на ведущих российских и зарубежных ТВ каналах. И пусть мир знает, как паркуются у нас в Бескудниково!

РЕЗУЛЬТАТ:

Ролик на YouTube посмотрело около 3 млн зрителей.



https://www.youtube.com/watch?v=E3qk8tx-q_4

КЛИЕНТ:
МЕТАВО

БРЕНД:
МЕТАВО

ЗАДАЧА:
Анонс акции

РЕШЕНИЕ:
Для продвижение акции от Метабо были использованы инструменты, позволяющие найти высоко заинтересованных покупателей и работников строй-индустрии:
Контекст: продвижение в поиске и в сетях по ключевым словам. Ретаргетинг и look-alike на посетителей сайта: для акции был создан индивидуальный лендинг, где можно было ознакомиться с линейкой предлагаемых инструментов, преимуществами, стоимостью, узнать где можно купить и выбрать адрес ближайшего дилера.

РЕЗУЛЬТАТ:
KPI кампании – количество посетителей, интересовавшихся «где купить»/дилерами. В течение рекламной кампании был достигнут высокий показатель конверсии – 17,47% (17 777 интересовавшихся дилерами и «где купить»)



<https://youtu.be/xr75o5apVol>

КЛИЕНТ:

Sopharma Group

БРЕНД:

Табекс

ЗАДАЧА:

Поддержка продаж на падающем рынке препаратов при резком росте продаж у конкурента

РЕШЕНИЕ:

Разработка стратегии «голубой океан», точечное таргетирование на ЦА и усиление коммуникации через креатив. Отстраивание от конкурента: присутствие в тех медиа и инструментах, где нет конкурента. Коммуникация на уровне решения проблем, а не на общем уровне ЗОЖа. Прямая спутниковая реклама (единые рекламные каналы).

ТВ-кампания на федеральных каналах Че, Пятница и Супер + на мужском рекламном канале, Discovery, TLC

Точечное таргетирование: использование инструментов, позволяющих таргетироваться на тех, кто сейчас бросает курить. Контекст, Programmatic с использованием данных онлайн аптек, Youtube с таргетированием по ключевым словам и тематике видео, Репутационный менеджмент, Социальные сети с таргетированием по группам/ключевым словам / обсуждениям, Веб-аптеки с таргетингом на конкурентов и поиск

Креатив: отсечение мало заинтересованной аудитории через обращение в креативе «Решил бросить курить?»

Для поддержания знания в кампании были задействованы ТОП-блогеры, которые бросали или сейчас бросают курить.

РЕЗУЛЬТАТ:

Рост продаж препарата +30% KPI кампании: посещения сайта и просмотры рекламного видео Переходы на сайт: план 335 074/факт 400 642. Просмотры видео: план 5 098 528/факт 6 266 324. Рост знания на 15% Более 300 000 лайков, комментариев и репостов.

**ТАБЕКС®****PRIOR**

КЛИЕНТ:

Tarkett

БРЕНД:

Tarkett линолеум

ЗАДАЧА:

Повышение уровня продаж и лояльности к ТМ в целом. Информирование потребителя о свойствах продукта. Переключение внимания потребителя с марок конкурентов. Инициирование покупки

РЕШЕНИЕ:

Увеличение показателя Brand Awareness «Линолеум Tarkett» у целевой аудитории. В конечном итоге необходимо добиться результата: «Если линолеум – то Tarkett». Информирование ЦА о свойствах продукта, основные характеристики линолеума Tarkett: разнообразие дизайнов, экологическая безопасность (сертификат «Зеленый листок»), великолепные эксплуатационные характеристики, инновационные продукты, доступность в торговых точках (уровень дистрибуции более 85%).

Размещение на ТВ: Прямая спутниковая реклама (Триколор) ТНТ, ТВ-3, Пятница, Русский Роман, Русский Бестселлер, Кинопоказ, СТС, РенТВ, Мама, Авто+, Кинопоказ Драма, Комедийное, Любимое, Романтичное, Мужское, Телепутешествия, Техно24
Сериал о жизни молодой семьи. 5 роликов за 2 года

РЕЗУЛЬТАТ:

ТВ – показатели превысили запланированные
Интернет: CR – 85%.



<https://youtu.be/iRMZG-MEYjo>

КЛИЕНТ:

О'Кей

БРЕНД:

О'Кей

ЗАДАЧА:

Увеличение знания, Привлечение новых клиентов,
Удержание существующих клиентов, Противодействие
усилиям конкурентов по переманиванию клиентов.
46 городов – в каждом свои цели и задачи

РЕШЕНИЕ:

Прямая региональная реклама: около 50 городов с
постоянной сменой креативов. Сегментирование
городов на группы. Определение задач по группам
городов, Постановка медиазадач по сегментам, Знание
бренда в каждом городе, конвертация знания рекламы в
потребление, динамика трафика, оценка потенциала
трафика, количество конкурентов, продолжительность
присутствия в регионах. ЗРЕЛЫЕ (минимизация затрат,
поддержка знания бренда) РАСТУЩИЕ (инвестирование,
увеличение знания бренда) БЕСПОКОЯЩИЕ (развитие,
увеличение знания бренда) ТРУДНЫЕ (поддержка,
увеличение частоты покупок)

РЕЗУЛЬТАТ: Увеличение знания на 15%

Увеличение реакции на рекламу (пришли в магазин
после рекламы) +24% Оптимизация (экономия
стоимости контакта) 11%



КЛИЕНТ:

О'Кей

БРЕНД:

О'Кей

ЗАДАЧА:

ООН. Расчет оптимального количества поверхностей в городах присутствия О'Кей для разных типов магазинов

РЕШЕНИЕ:

Использовать потребительское поведение – как далеко человек поедет в магазин из своего района. Для расчета учитываются такие параметры: общее население города, площадь города, плотность чел./км², средний рейтинг щита города, количество магазинов в городе (ГМ и СМ)

РЕЗУЛЬТАТ:

Необходимое и достаточное количество щитов на каждый магазин –13 щитов. Раз в 2 недели перемонтаж всех щитов в 97 городах и населенных пунктах по 235 подрядчикам



КЛИЕНТ:

Materia Medica

БРЕНД:

Materia Medica

ЗАДАЧА:

Знание – продажи. Продуктовые стратегии.

РЕШЕНИЕ:

Выбор радиостанций с учетом задач, целевой аудитории каждого препарата и оптимизация сделки: цена/качество/холдинг/регионы распространения. «Love Radio», «Русское Радио», «Детское Радио», «Радио России», «Радио Шансон», «Маяк», «Эхо Москвы», «Вести FM», «Авторadio», «Наше Радио», «Дорожное Радио».

Количество контактов – 35 млн (охват 1+ - 4,5 млн)

Количество контактов – 145 млн (охват 1+ - 8 млн)

Количество контактов – 110 млн (охват 1+ - 8 млн)

Количество контактов – 70 млн (охват 1+ - 7 млн)

Количество контактов – 90 млн (охват 1+ - 8,5 млн)

География – РФ

Препарат для лечения и профилактики простуды и гриппа у детей.

«Русское Радио», «LOVE Радио»

Разработка программы под клиента – вопросы родителям в прямом эфире по школьной программе.

Ролики-анонсы проекта, открывающий и закрывающий лайнер клиента, 1,5 минутный розыгрыш в прямом эфире. «Детское Радио» – спецпроект «Если хочешь быть здоров», 3-минутные сюжеты с использованием историй о профилактике заболеваний от лица фирменного пингвиненка Джека (без упоминания клиента), упоминание клиента только в анонсе и имиджевых роликах.



КЛИЕНТ:
QUEISSER PHARMA

БРЕНД: Doppelherz Active

ЗАДАЧА:

Рост продаж категорий, давно присутствующих на рынке, в условиях ограниченного бюджета. Лонч нового продукта - наращивание знания и формирование лояльности в препарату. Сложности: высококонкурентная категория и труднодоступная целевая аудитория: активные работающие молодые женщины.

РЕШЕНИЕ:

Продуктовая стратегия: продвижение бренда через локомотивные препараты. Клиент представляет на российском рынке более 70 продуктов различной направленности: лекарственные препараты, витаминно-минеральные комплексы, средства гигиены и т.п. Каждый год рекламируется широкая линейка продукции с самыми разными маркетинговыми задачами: лонч, поддержка, репозиционирование, рост продаж, рост лояльных потребителей и т.п. Для всех этих задач агентство реализует рекламные кампании: классическую рекламу на федеральном, региональном, тематическом и спутниковом ТВ, а также спонсорские проекты. Прямая национальная, региональная и спутниковая реклама. Спонсорские проекты - каналы «Ю» («Посольство красоты», спец ID-канала, «Папочки и мамочки»), «Пятница» («Мир наизнанку», «Мейкаперы», «Утро Пятницы», спецпроект с А.Левадной), «ТВ3» («Понарошку»)

РЕЗУЛЬТАТ:

Рост продаж категории, давно присутствующих на рынке в условиях ограниченного бюджета, рост знания с 46% до 56%. Медидавление в ключевых регионах в 2 раза выше



<https://youtu.be/VaATGgDV2DE>

КЛИЕНТ:
ELEGANZZA

БРЕНД: ELEGANZZA

ЗАДАЧА:
Повышение лояльности аудитории

РЕШЕНИЕ:
Интеграция в один из самых рейтинговых make-over проектов – «Снимите это немедленно». Реализуемые опции - вручение подарка и специальная сцена - позволили максимально подробно донести до аудитории все преимущества бренда. Специальные сцены – в магазинах бренда с экспертом от рекламодателя.

РЕЗУЛЬТАТ:
В итоге кампании рекламу увидели в Москве около 1,7 млн девушек и в Санкт-Петербурге около 0,45 млн девушек. Рекламная кампания характеризуется высокой частотой контакта целевой аудитории с рекламным сообщением. 20% целевой аудитории в Москве и 16% в Санкт-Петербурге увидели рекламные ролики Eleganza более 7 раз. Средняя частота контакта составила 8 и 10 раз, соответственно. В Яндекс-Запросах рост запросов по бренду за период кампании - на 41%.



КЛИЕНТ:

DNS

БРЕНД:

Samsung, Huawei, Honor, HP

ЗАДАЧА:

Увеличение продаж. Поддержка определенных брендов, трафик оффлайн

РЕШЕНИЕ:

Прямая региональная реклама в городах ЦФО и СЗФО: «Первый», «Пятый», «Пятница», «Россия 1», «ТНТ», «СТС», «ТНТ-4», «НТВ», «ТВ-3», «Че», «Москва24», «360». Размещение баннерной рекламы в сети Интернет.

РЕЗУЛЬТАТ:

Увеличение трафика оффлайн - 10%
Увеличение продаж онлайн – 23%



КЛИЕНТ:
ONDULINE

БРЕНД:
ONDULINE

ЗАДАЧА:
рост продаж, отстройка от конкурентов,
поддержка региональных дилеров

РЕШЕНИЕ:
Прямая федеральная реклама (оптимизация за
счет орбитальных блоков), прямая региональная
реклама, спонсорские интеграции на
«РенТВ» («Ремонт по-честному») и
«НТВ» («Дачный ответ»)

РЕЗУЛЬТАТ:
Поддержка продаж в "высокий сезон" во всех
ключевых регионах в условиях возрастающей
активности конкурентов, повышение лояльности
к бренду при сохранении по-прежнему высокого
уровня знания.



КЛИЕНТ:

Dr. Wolff

БРЕНД:

Альпексин

ЗАДАЧА:

Вывод на рынок, сложный дорогой продукт

РЕШЕНИЕ:

Прямая региональная реклама: «СТС», «ТНТ», «Россия1», «РенТВ», «Матч», «2x2», «Звезда», «Первый», «НТВ», «Москва24»

РЕЗУЛЬТАТ:

Лонч. Рост продаж на 123%.



КЛИЕНТ:

Panasonic

БРЕНД:

Panasonic. Элементы питания

ЗАДАЧА:

Рост продаж. Повышение лояльности к бренду.

РЕШЕНИЕ:

Международная промо-кампания в Интернет совместно с брендом Angry Birds. Размещение в сети Интернет в России и других странах (СНГ и не только).

РЕЗУЛЬТАТ:

23 страны – участницы. Россия курирует промо в Украине, Казахстане, Белоруси и Грузии.



Panasonic



КЛИЕНТ:

Panasonic

БРЕНД:

Panasonic

ЗАДАЧА:

Panasonic 100 лет. Информирование о событиях. Повышение лояльности к бренду.

РЕШЕНИЕ:

Разработка онлайн игры «Век инноваций»
Интернет и радио-размещение в поддержку.

РЕЗУЛЬТАТ:

Более 100 тысяч участников игры
Более 3 000 победителей
Призы и пополнение базы CRM на 40%.
Главный приз – поездка в Японию на 2-их.





КЛИЕНТ:

Крошка Картошка

БРЕНД:

Крошка картошка / Кока Кола

ЗАДАЧА:

Ко-промо Кока Кола и Крошка Картошка

Обеспечить охватную навигацию к кафе

- Интернет
- ООН

РЕШЕНИЕ:

БОЛЕЕ 270 ТОЧЕК ПО ВСЕЙ РОССИИ И СНГ

РЕЗУЛЬТАТ:

Увеличение траффика в точки продаж на 30%





CREATIVE



TVC

Клиент Panasonic

Бренд A500 action camera

Название «The Largest CALLIGRAPHY ARTWORK in the WORLD»

Задача Рост знания бренда среди ЦА, Стимулирование продаж



Воплощение Проект побил все рекорды по сложности и масштабу. Известный художник-каллиграф Покрас Лампас вместе с командой Smokin' Heroes на крыше фабрики Красный Октябрь в Москве создали крупнейшее каллиграфическое произведение в России. Роспись заняла площадь в 1625 кв. метров, потребовала почти тонну краски и 2 дня напряженной работы. Текст посвящен моментам вдохновения в творчестве

Медиа TVC

www.youtube.com/watch?v=iM7GOg2qxO0

Panasonic

Клиент Panasonic

Бренд HX-A1 Camera, Lumix GH4

Название «Extreme 49er sailing boat ride»

Задача Рост знания бренда среди ЦА, Стимулирование продаж



Воплощение Парусные гонки - настоящий простор для новой экшен-камеры Panasonic. Свежий ветер, азарт, адреналин и, конечно, море – море отличных кадров

Медиа TVC

www.youtube.com/watch?time_continue=110&v=PxiXqvGD8KY

PRIOR

Panasonic

Клиент Panasonic

Бренд LUMIX action camera

Название «Съемка в Кении»

Задача Рост знания бренда среди ЦА, Стимулирование продаж



Воплощение Прекрасный повод отвлечься на 7 минут от городской суеты и насладиться сказочной красотой природы Кении! Нам его подарили Сергей Васильев и фотокамера Lumix DMC-GH3HEE-K

Медиа TVC

www.youtube.com/watch?v=p32f4ls52Rg

PRIOR

Клиент Panasonic

Бренд Healthy Cube

Название «Все, что мы сделали...»

Задача Рост знания бренда среди ЦА, Стимулирование продаж



Воплощение Для продвижения инновационной печи Healthy Cube было снято 10 рекламных роликов-рецептов для Youtube. В каждом – сочные краски, динамичный монтаж и четкий алгоритм приготовления блюда, который легко считывается и сопровождается титрами.

Медиа TVC

www.youtube.com/watch?v=2csYerXBb-Y

www.youtube.com/watch?v=obCM8QMhzF8

www.youtube.com/watch?v=A6QzSzwShMU



Клиент Metabo

Бренд Metabo

Название Раскрути Метабо

Задача Стимулирование продаж, промо-кампания

metabo
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ НЕМЕЦКИЙ ИНСТРУМЕНТ



Воплощение Промо-акция, итоги которой многократно превысили все прогнозные показатели эффективности. Простая формула успеха: купи лучший немецкий электроинструмент для профессионалов – и поезжай на главный немецкий фестиваль. Для мужиков. «Раскрути МЕТАБО на Октоберфест!»

Медиа TVC, POSM, Web

<https://youtu.be/-CU0Heewfeo>

PRIOR

Клиент Metabo

Бренд BS-18Li

Название Руки соскучились по настоящему инструменту

Задача Стимулирование продаж



Воплощение История, которая должна была стать целой серией коротких скетчей о тоске настоящего мастера – по «настоящему» инструменту. Какому именно? Разумеется, МЕТАБО!

Медиа Вирусный ролик на YouTube

Клиент Metabo

Бренд Metabo

Название Безумная парковка

Задача Стимулирование продаж



Воплощение Вирусный ролик, продвигающий болгарки Metabo, где мужчина распиливает неправильно припаркованный автомобиль, в первый же день покорила не только российский, но и мировой интернет. Его репостили в ведущих международных развлекательных пабликах, топовые блогеры делали на него обзоры, ролик попал в хроники теленовостей, его показывали на ведущих российских и зарубежных ТВ каналах. И пусть мир знает, как паркуются у нас в Бескудниково!

Медиа Вирусный ролик на YouTube

https://www.youtube.com/watch?v=E3qk8tx-q_4



Клиент Tarkett

Бренд Tarkett

Название Уникальное ощущение пола

Задача Стимулирование продаж

Tarkett



 **Tarkett**

УНИКАЛЬНОЕ ОЩУЩЕНИЕ ПОЛА

Воплощение Отношения полов – сложная штука. Кому-то даже бывает сложно определиться со своим полом, и тогда на помощь приходит Таркет. Линолеум Таркет – вот сильный пол!

Медиа TVC

<https://youtu.be/IRMZG-MEYjo>

 **PRIOR**

Клиент Точка красоты

Бренд Точка красоты

Название Красота – это просто

Задача Стимулирование продаж



Воплощение Красота – это просто! 490!» – основной слоган рекламной кампании, подчеркивающий простоту, качество и доступность бренда для потребителя. Клиент спросил нас тогда: «Что же теперь нам цену на стрижки не менять из-за такого слогана?» Ну, почему же, ответили мы, пожалуйста: «Красота – это просто! 590! 690! И так далее...

Медиа TVC

https://youtu.be/e_f1R7EIMml

Клиент O'Key

Бренд O'Key

Название «Битва волчков»

Задача Стимулирование продаж



Воплощение «Битва волчков» – космически популярная промо-акция, проходившая в сети гипермаркетов Океу.

Ни один инопланетный «волчок» не пострадал, ни один ребенок не устоял.

Медиа TVC

<https://youtu.be/v3E-AGiqn38>

О'КЕЙ

Клиент О'Key

Бренд О'Key

Название «Опережая желания»

Задача Стимулирование продаж



Воплощение Промо-акция, проходившая в сети гипермаркетов Окей воплотилась в серии коротких роликов о снижении цены на популярные продукты и выигрышем популярных персонажей

Медиа TVC

<https://www.youtube.com/watch?v=jeZcBITOEA1>

<https://www.youtube.com/watch?v=PBNAIS8INy8>

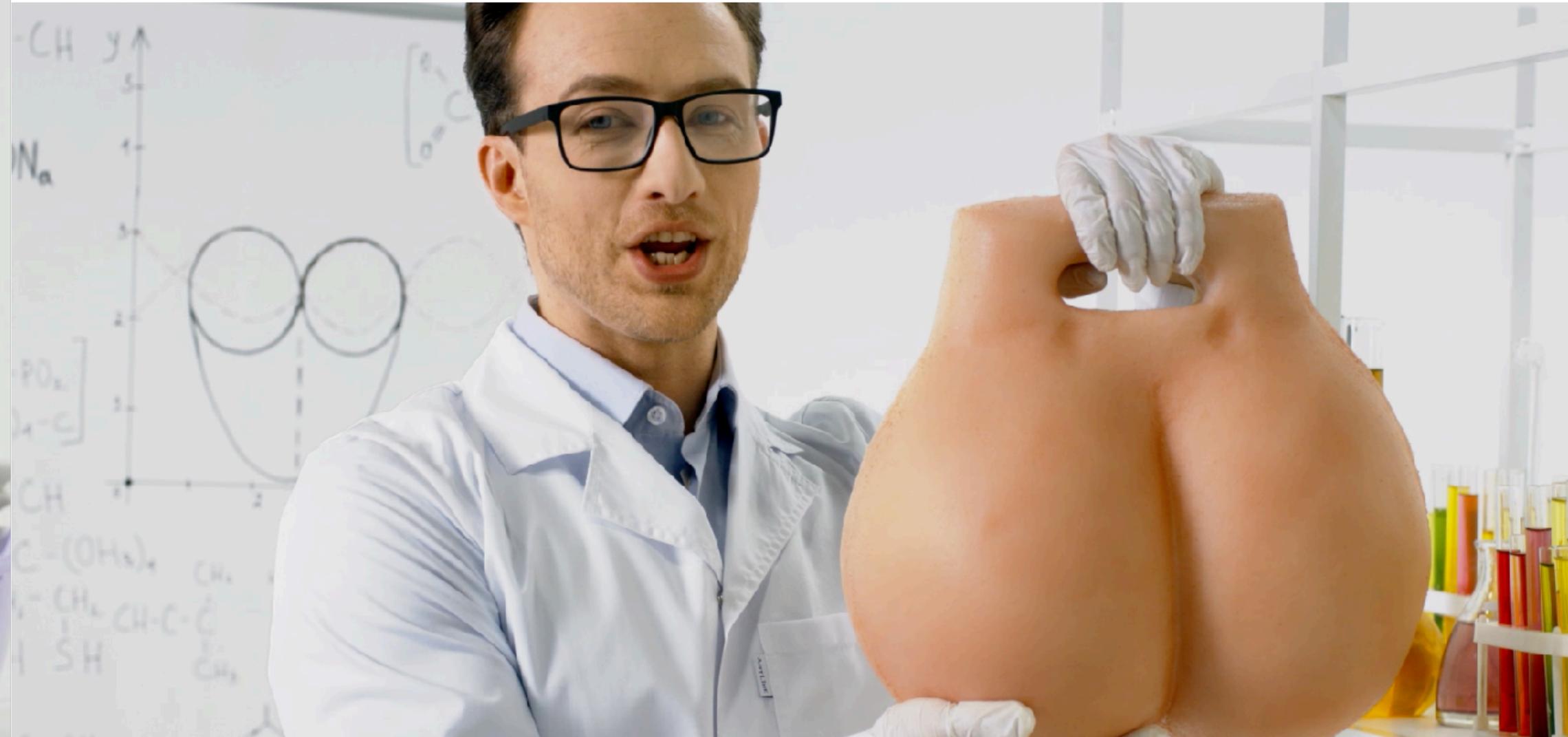
PRIOR

Клиент Алкой

Бренд Прокто Herbs

Название Сидячая ванночка

Задача Стимулирование продаж



Воплощение Что еще, кроме журнала и яиц можно опустить в воду, чтобы продемонстрировать качество товара? Прокто Herbs отвечают на этот вопрос в новом видеоролике сидячих ванночек от геморроя. В первый же день видео собрало более полумиллиона просмотров. И собрало бы больше, если бы YouTube не поставил на ролик возрастной ценз. Так что рекомендуем убрать детей от экранов!

Медиа Вирусный ролик на YouTube

https://youtu.be/0vZnzvsdA_4



Клиент Алвоген Фарма

Бренд Афлубин

Название Выздоровливайте быстрее

Задача Стимулирование продаж

Alvogen

Афлубин®



Воплощение Альтернативная реальность – это не всегда что-то из мира научной фантастики. Возможно, это просто другой ход привычных событий, инициированный своевременным вмешательством. И правильно выбранным средством, ускоряющим выздоровление от простуды и гриппа

Медиа TVC

<https://youtu.be/zbdISr8JwVw>

PRIOR



Клиент Самсон Фарма

Бренд Превалин

Название Чтобы потом не лечить аллергию

Задача Стимулирование продаж



Prevalin

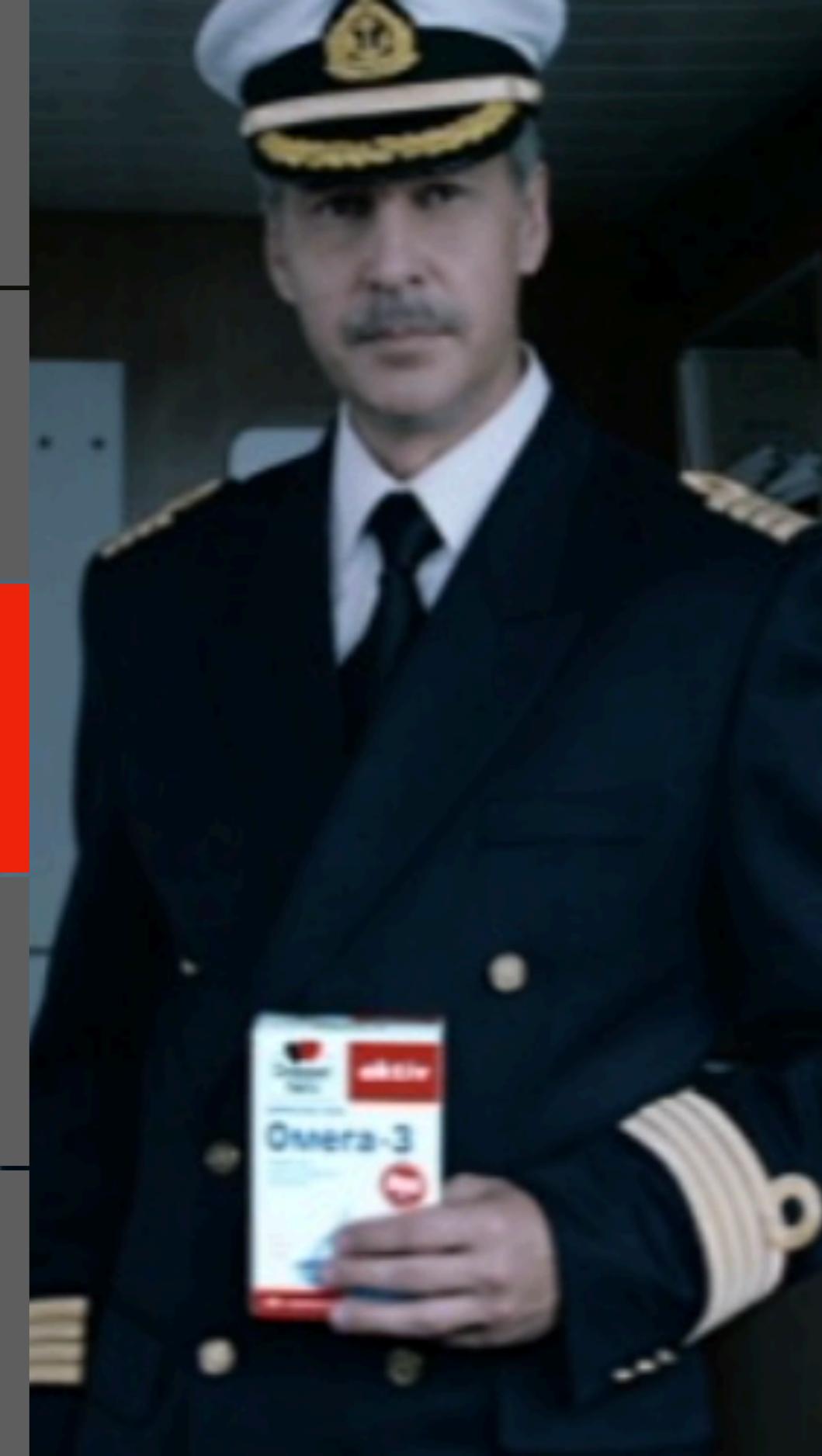


Воплощение В отличие от коммуникации конкурентов, Превалин делает акцент не на устранении симптомов аллергии, а на предотвращении болезни посредством исключения контакта с аллергенами

Медиа TVC

<https://youtu.be/rZnkqTBM0T4>





Клиент Queisser Pharma

Бренд DoppelHerz Omega 3

Название Чистые сосуды – здоровое сердце

Задача Стимулирование продаж



Воплощение Эта формула, пожалуй, не нуждается в доказательствах. Но может быть дополнена полезной информацией. О том, как помогает сохранить чистоту сосудов оригинальный рыбный жир, который содержится в каждой маленькой капсуле DoppelHerz Omega 3

Медиа TVC

<https://youtu.be/8ivD-mOYa9E>

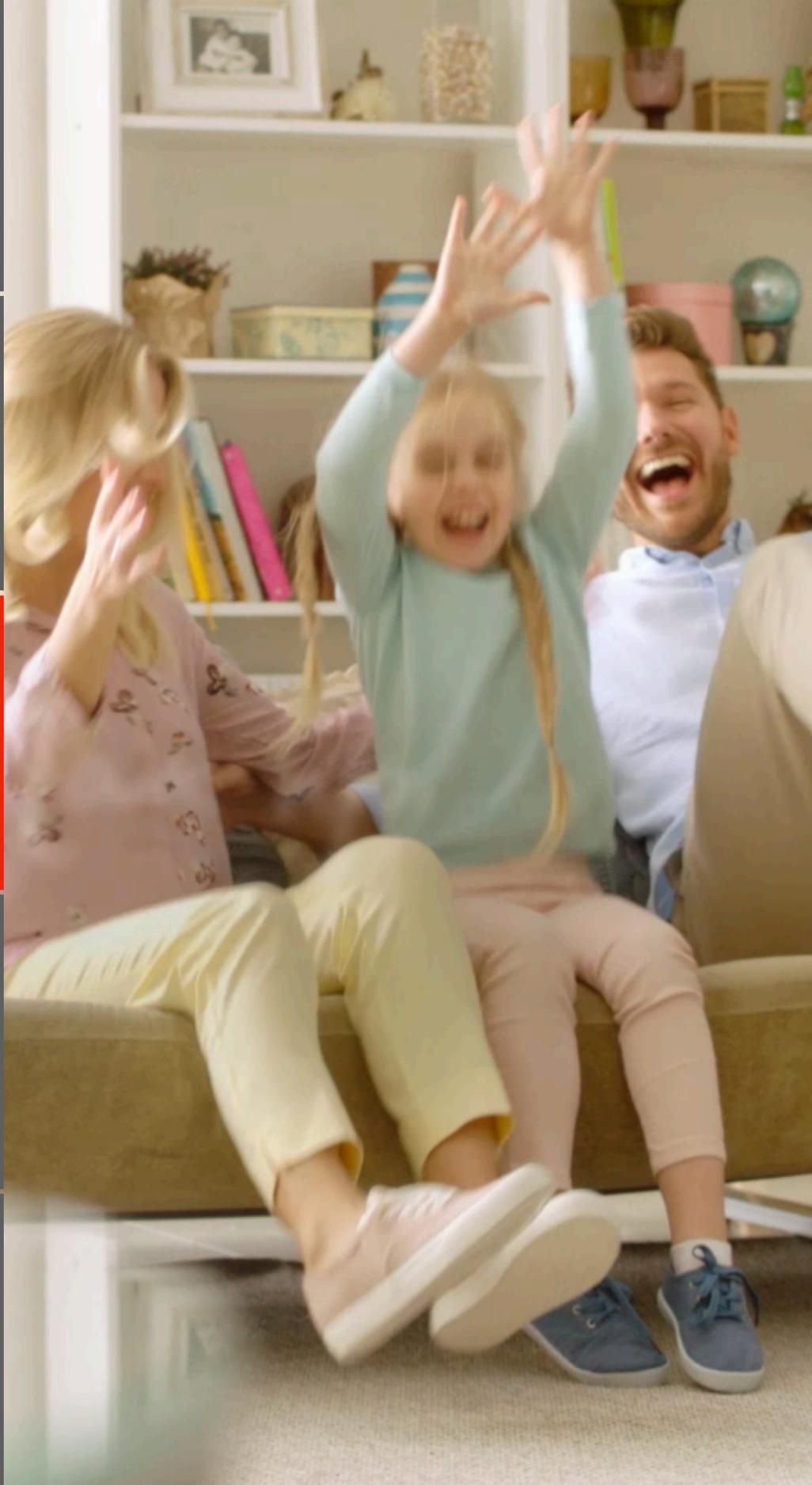
Клиент Queisser Pharma

Бренд DoppelHerz A-Zn

Название Так просто жить по-настоящему

Задача Стимулирование продаж

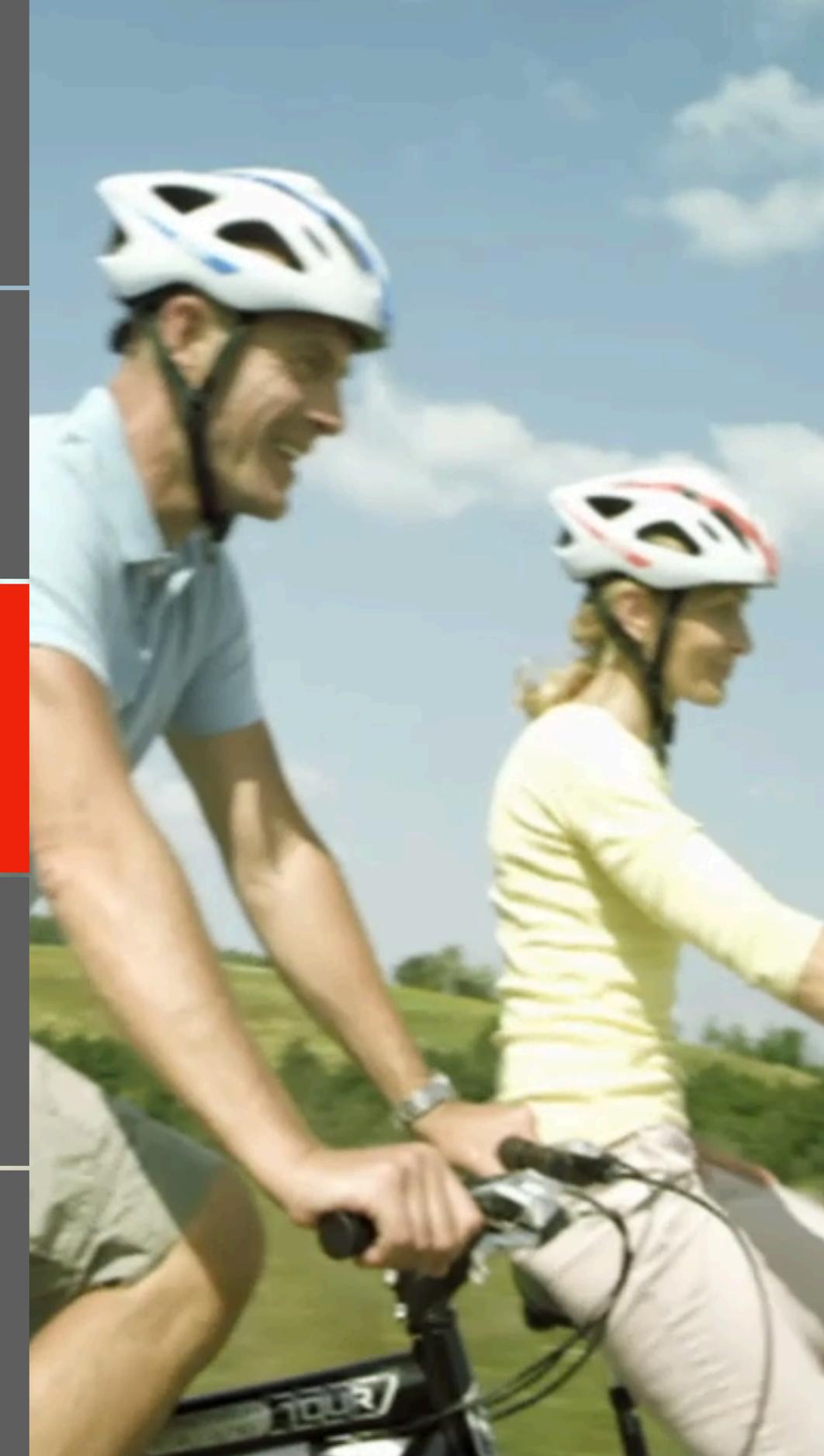
Queisser
PHARMA



Воплощение Легкие правила активной, настоящей, наполненной радостью жизни. Не просто набор коротких мотивирующих импульсов-установок, но и практически готовый рецепт. Ведь в его составе есть очень важный компонент – витаминный комплекс Д Doppelherz от А до Цинка, с которым так просто жить по-настоящему!

Медиа TVC

<https://youtu.be/VaATGgDV2DE>



Клиент Queisser Pharma

Бренд DoppelHerz Mg

Название Наполните энергией каждый день.

Задача Стимулирование продаж

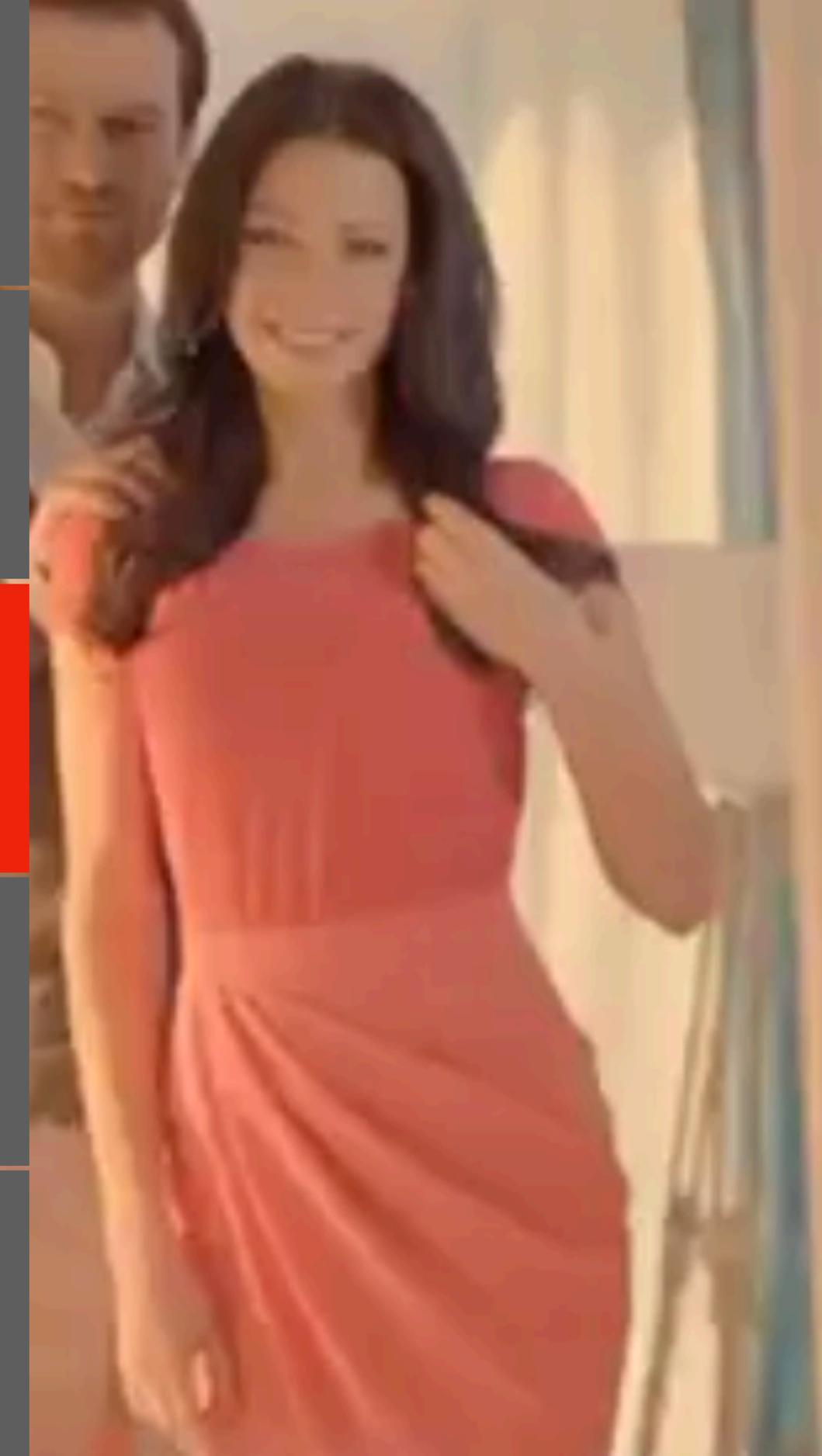


Воплощение Как вы думаете, чего можно добиться, если день за днем делать что-то полезное... для сердца? Например, не забывать о магнии, который ему необходим. Варианты возможны самые разные. Несомненно одно: сердце вам скажет «спасибо». А вас впереди ждет множество новых побед!

Медиа TVC

<https://youtu.be/2Dlx-4v1deA>





Клиент Queisser Pharma

Бренд DoppelHerz Beauty

Название Красота, которая заметна

Задача Стимулирование продаж



Воплощение В чем заключается красота женщины? Среди множества ответов на этот вопрос, каждый из которых по-своему верен, не нужно искать один единственный. Ведь все составляющие идеального женского образа важны, а главное – достижимы. С линейкой средств Доппельгерц Бьюти

Медиа TVC

<https://youtu.be/Ah2Pqk0L79A>

Клиент Queisser Pharma

Бренд DoppelHerz Activ Kinder

Название «Марта и Ганц» О детях забота – наша работа

Задача Стимулирование продаж

Queisser
PHARMA

Doppel
herz®



Воплощение Забавные истории из жизни мальчика Ганса и девочки Марты, персонажей с упаковок детской линейки витаминов DoppelHerz Activ Kinder. В каждой из них – короткий рассказ о пользе витаминов для здоровья и развития каждого ребенка.

Медиа TVC

<https://youtu.be/iey8tCFOpSI>

PRIOR



Клиент Omega Bittner

Бренд Lactacyd

Название «Битва волчков»

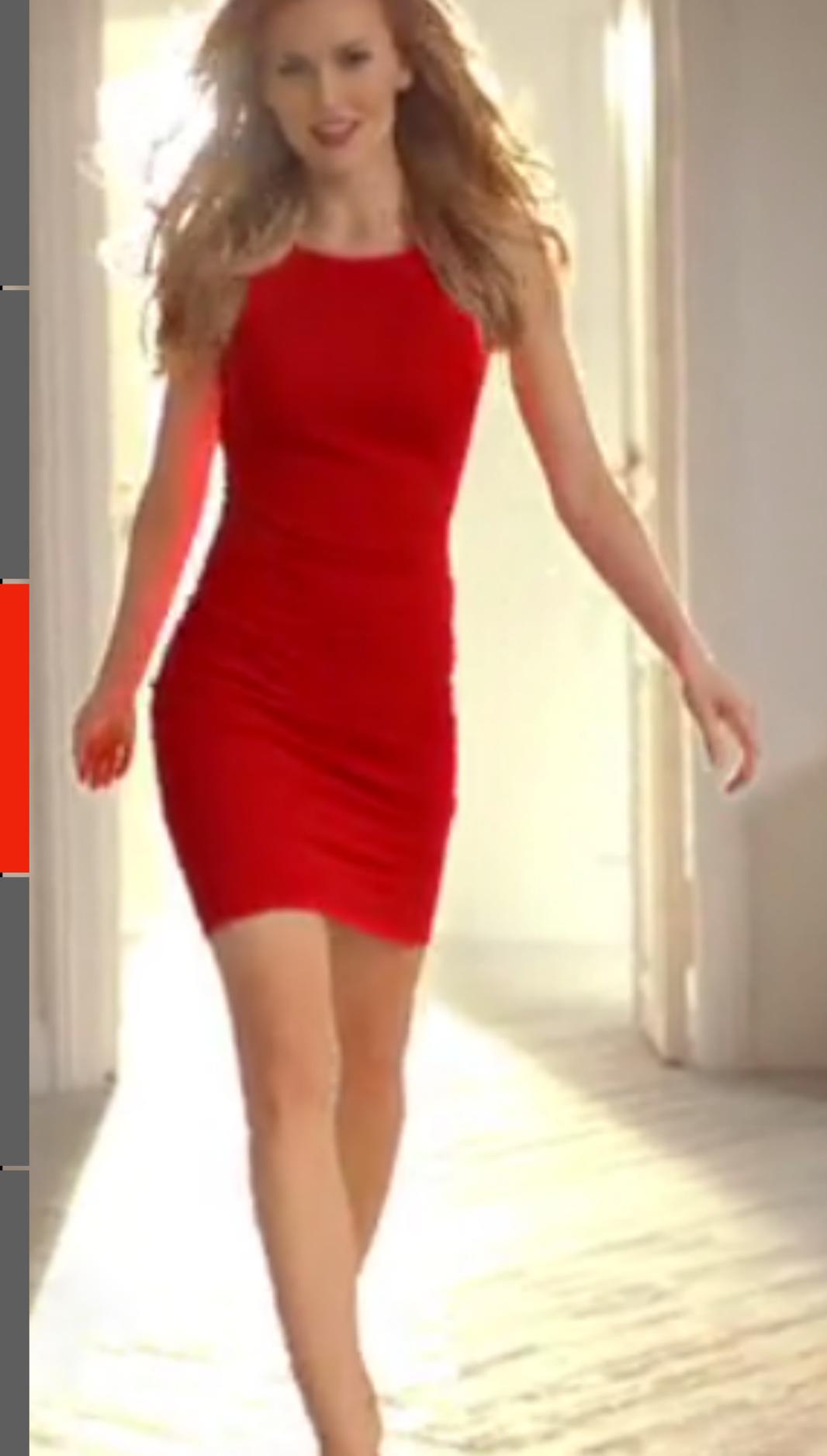
Задача Стимулирование продаж

LACTACYD®



Воплощение Когда симптомов несколько, а средство одно, бывает сложно найти баланс. Тем интереснее получаются удачные находки, особенно яркие метафоры. И теперь мы знаем не только о том, «откуда ноги растут» у нашей проблемы, но и что с этим нужно делать.

Медиа TVC



Клиент Omega Bittner

Бренд XL-S MEDICAL

Название Для снижения и удержания веса

Задача Стимулирование продаж

XL-S MEDICAL



Воплощение XL-S MEDICAL – инновационное средство из Германии для снижения и удержания веса. Принцип действия XL-S MEDICAL заключается в тройном эффекте запатентованного комплекса Литрамин (Litramine), которое позволяет увеличить эффективность диеты в 3 раза

Медиа TVC

<https://youtu.be/C81f1ZpYPTe>

Клиент Materia Medica
Бренд Materia Medica
Название Видеоквест
Задача Стимулирование продаж



Воплощение На волне популярности различных квестов обучающие семинары для врачей от компании Матеріа Медика во многих городах проходили в этом увлекательном интерактивном формате. Знакомьтесь: замечательная ведущая этих встреч – Милена Гландышева и ее экстравагантные помощники
Медиа Вирусное видео, Спецпроект



Клиент DrOetker

Бренд Feliciano

Название О чем плачут «пицценосцы»

Задача Стимулирование продаж



Воплощение Вопрос в течение нескольких дней подогревал интерес интернет сообщества. Ровно до той поры, когда вслед за роликом-тизером появилось продолжение-разоблачение, подсказавшее ответ: зачем ждать доставку пиццы, если можно с минимальными усилиями приготовить настоящую пиццу от Dr. Oetker гораздо быстрее?

Медиа TVC

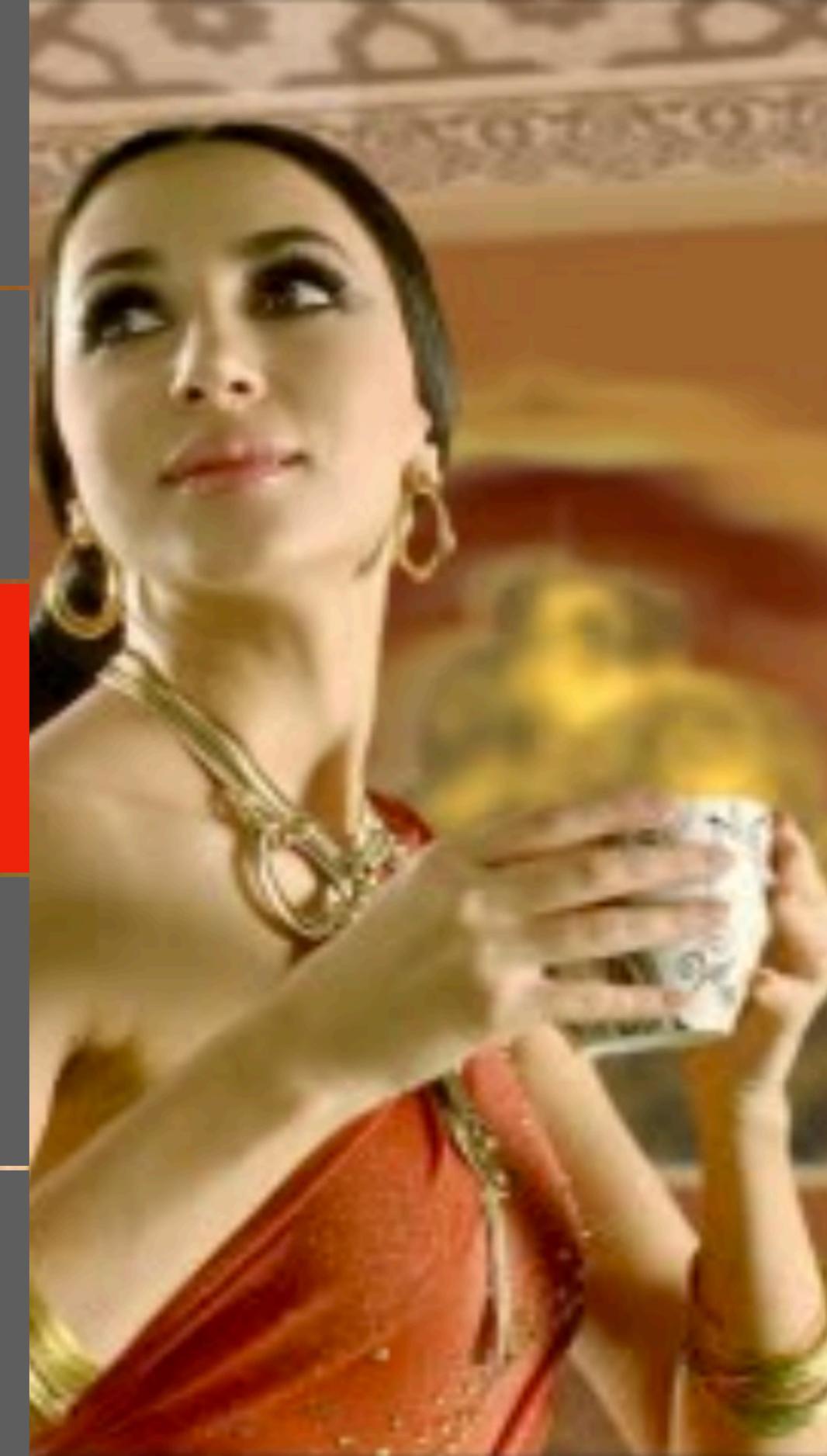
<https://youtu.be/Yo1QMupKHic>

Клиент ALOKOZAY

Бренд ALOKOZAY

Название ALOKOZAY – цейлонский чай. «Весь Цейлон в чашке чая Alokozay»

Задача Стимулирование продаж



Воплощение Певица Зара, новое лицо торговой марки чая Алокозай, прекрасно справилась с ролью индийской принцессы. А значит, кому как не ей знать о волшебном вкусе и аромате настоящего цейлонского чая? «Весь Цейлон в чашке чая Alokozay» - попробуйте и убедитесь!

Медиа TVC

www.youtube.com/watch?v=b30b4BBw1R0

Клиент Dymov
Бренд Dymov
Название Колбасье
Задача Стимулирование продаж



Воплощение Новая премиальная линейка мясных продуктов от популярного производителя в буквальном смысле воплотилась в статусный образ «Месье Колбасье» - безупречного джентльмена и безусловного гурмана. А непреходящая бабочка стала обязательным элементом не только новых упаковок, но и всех материалов коммуникации.

Медиа TVC



CREATIVE



PRINTS

Клиент Panasonic

Бренд Wonders

Название Волшебство инноваций

Задача Рост знания бренда среди ЦА,
Стимулирование продаж

Panasonic

Wonders!
by Panasonic

Panasonic

sochi.ru 2014

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПОСТАВЩИК

* Волшебство инноваций

Кондиционер CS-HE

Стиральная машина NA-106VCSWRU

Холодильник NR-F555

Wonders!
by Panasonic

Panasonic

sochi.ru 2014

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПОСТАВЩИК

* Волшебство инноваций

Кофемолка NC-ZA1

Мисоруба MA-L6150C

Мельница SR-ME181

Холодильник SD-ZB2502

Wonders!
by Panasonic

sochi.ru 2014

Panasonic
ВСЕМИРНЫЙ ПАРТНЕР

* Волшебство инноваций

Наушники SD-NC200

Воспроизводитель A100-GSM-0

Цифровой фотоаппарат Lumix DMC-ZS16

Смартфон SD-20100

Wonders!
by Panasonic

sochi.ru 2014

Panasonic
ВСЕМИРНЫЙ ПАРТНЕР

* Волшебство инноваций

Smart VIERA 4K TX-LR63WT600

Воплощение Являясь бесменным партнером Олимпийских игр на протяжении многих десятилетий, Panasonic на Сочинских играх 2014 года представлял «Волшебство инноваций» – и в ярком свете звезд мирового спорта, и с участием отечественных гуров кулинарии.

Медиа ООП

Клиент Panasonic

Бренд Wonders

Название Волшебство инноваций

Задача Рост знания бренда среди ЦА,
Стимулирование продаж

Panasonic



Воплощение Являясь бесменным партнером Олимпийских игр на протяжении многих десятилетий, Panasonic на Сочинских играх 2014 года представлял «Волшебство инноваций» – и в ярком свете звезд мирового спорта, и с участием отечественных гуров кулинарии.

Медиа ООИ

PRIOR

Клиент Panasonic

Бренд Воздухоочиститель

Название Микробы детям не игрушка

Задача Стимулирование продаж

Воплощение Они такие милые и так похожи на детские игрушки! Но это только видимость, и хорошо, что воздухоочиститель Panasonic этим не проведешь: 99.9 % из них будут обезврежены.

Медиа Пресса



Новые воздухоочистители Panasonic

МИКРОБЫ ДЕТЯМ НЕ ИГРУШКА!

Panasonic

Panasonic

ОБЕЗВРЕЖИВАЕТ 99,9% ВИРУСОВ И БАКТЕРИЙ*!

- nanoe** Уникальная технология, которая защищает Ваше здоровье и сохраняет красоту.
- ECONAVI** Экологичный режим работы активирует устройство, только когда это необходимо.
- МЕСА СПЕКСИВ** Очищает комнатную среду путем мощного всасывания воздуха, в том числе в 30 см, от пола – то есть там, где обычно играют дети.
- Humidification** Обеспечивает наиболее комфортный уровень влажности воздуха.

* В соответствии с данными Исследовательского центра окружающей среды Кигасаги.

www.panasonic.com

Информационный центр Panasonic для Москвы (495) 725-05-55,
для регионов РФ 8-800-200-21-00 (звонок бесплатный).
На правах рекламы ООО «Панасоник Рус» – уполномоченного представителя компании Panasonic Corporation Ltd. на территории России.



Воздухоочистители
Panasonic



PRIOR

Клиент Panasonic

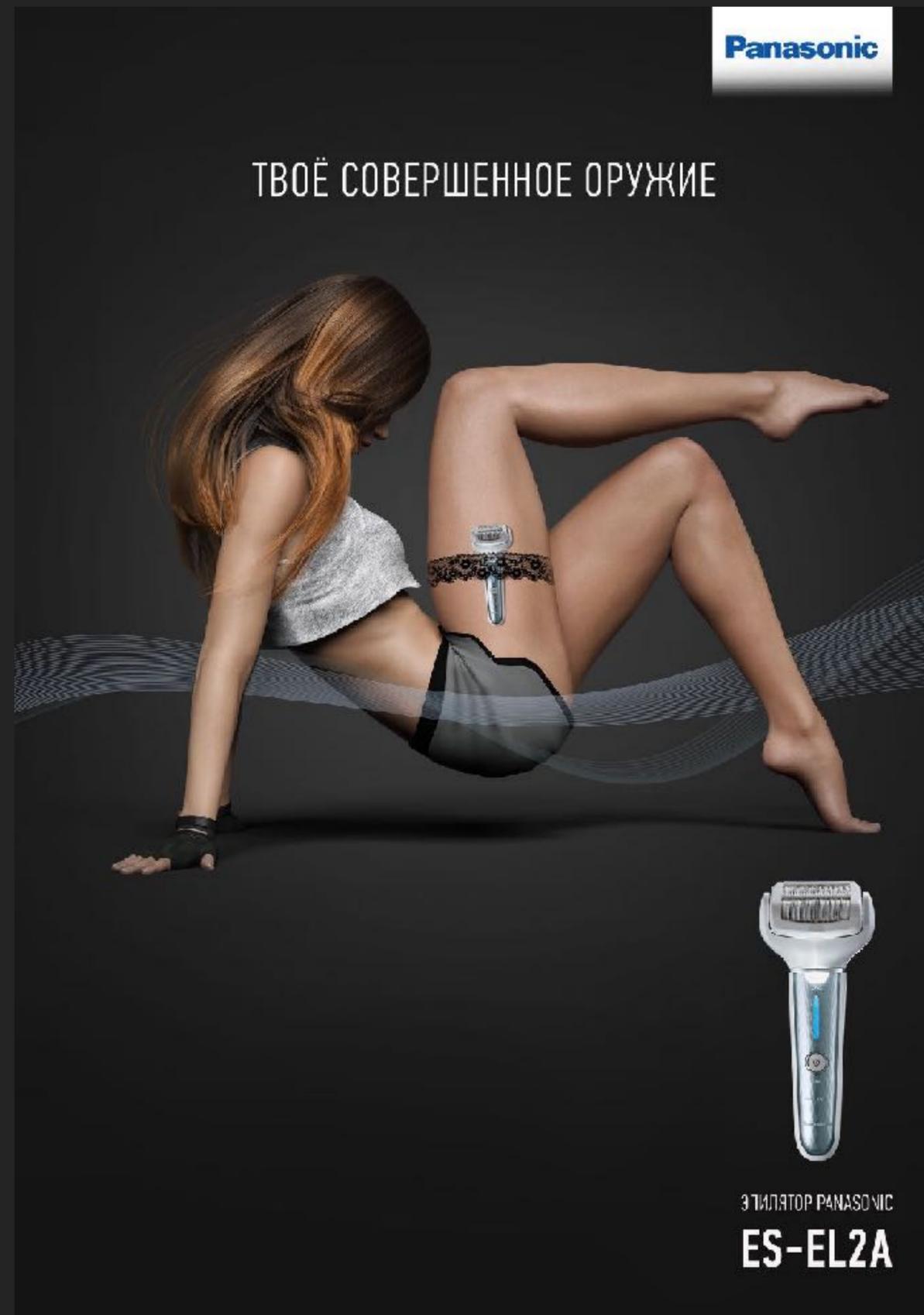
Бренд Эпиляторы ES-EL2A

Название «Твоё совершенное оружие»

Задача Стимулирование продаж

Воплощение В этой «гонке вооружений» проигравших нет. А побеждаешь – и покоряешь всех – разумеется, ты. Просто возьми в руки новый эпилятор от Panasonic. Твое новое, совершенное оружие..

Медиа Пресса



The advertisement features a woman in a dynamic, athletic pose against a dark background. She is wearing a silver crop top and black shorts. A Panasonic epilator is attached to her leg with a black lace garter. The text 'ТВОЁ СОВЕРШЕННОЕ ОРУЖИЕ' is centered above her. In the top right corner of the ad is the Panasonic logo. Below the woman, a close-up of the epilator is shown. At the bottom right of the ad, the text reads 'ЭПИЛЯТОР PANASONIC ES-EL2A'.

Panasonic

PRIOR

Клиент Panasonic

Бренд Panasonic Beauty

Название «Открой сезон мини», «Прикосновение нежности»

Задача Стимулирование продаж

Воплощение В этой «гонке вооружений» проигравших нет. А побеждаешь – и покоряешь всех – разумеется, ты. Просто возьми в руки новый эпилятор от Panasonic. Твое новое, совершенное оружие..

Медиа Пресса

Panasonic



Panasonic

МЫ ♥ МИНИ!

Открой сезон мини с новым эпилятором от Panasonic!

- 48 пинцетов не пропустят ни одного волоска
- Наклонная плавающая головка поворачивает каждый изгиб тела
- Функция влажной эпиляции с пеной обеспечивает бережное отношение к коже
- LED-подсветка для идеального результата при любом освещении
- Накладка для ухода за стопами ног – аппаратный педикюр в домашних условиях!

ПОДАРОЧНАЯ КАРТА КАЖДОМУ ПОКУПАТЕЛЮ
с суммой покупки от 500 руб.
или от 100 руб. в сети СЕТЕК

Эпиляторы Panasonic серии ED

www.panasonic.ru
Информационный центр Panasonic для Москвы (495) 725-05-65, для регионов РФ 8-800-200-21-00 (звонок бесплатный).
На правах рекламы ООО «Панасоник Рус» – уполномоченного представителя компании Panasonic Corporation Ltd. на территории России.



Panasonic
ideas for life

ЭПИЛЯТОР PANASONIC. ПРИКОСНОВЕНИЕ НЕЖНОСТИ

Что нового может быть в привычной эпиляции? Безболезненность, эффективность, скорость. Новый эпилятор Panasonic подарит незабываемые ощущения нежности. Благодаря технологии wet & dry' эпилятором можно пользоваться прямо в душе, а специальная LED-подсветка не позволит пропустить даже самые незаметные волоски. Каждая линия неповторимого дизайна воплощает легкость, красоту и женственность. Эпилятор Panasonic EG-WD94 – лучший подарок для себя любимой.

Panasonic Beauty

www.panasonic.ru
Информационный центр Panasonic для Москвы (495) 725-05-65, для регионов РФ 8-800-200-21-00 (звонок бесплатный).
На правах рекламы ООО «Панасоник Рус» – уполномоченного представителя компании Panasonic Corporation Ltd. на территории России.
* Технология сухой и влажной эпиляции

PRIOR

Клиент Panasonic

Бренд RP-HD5, RP-BTD5, RP-BTD10

Название «Для тех, кто слышит больше»

Задача Стимулирование продаж

Panasonic

Панasonic

ДЛЯ ТЕХ, КТО СЛЫШИТ БОЛЬШЕ



ЗДЕСЬ Wi Fi БЕСКОЛЫМЫЙ

НОВЫЕ НАУШНИКИ С РАСШИРЕННЫМ ДИАПАЗОНОМ ВОЗМОЖНОСТЕЙ



RP-HD5 RP-BTD5 RP-BTD10



RP-HD10

www.panasonic.com eplaza.panasonic.ru/headphones

Наушники с Wi-Fi: RP-HD5, RP-BTD5, RP-BTD10. Для заказа: 8 (800) 200-20-20. Доставка: Москва, СПб, Екатеринбург, Новосибирск, Красноярск, Владивосток, Хабаровск, Иркутск, Челябинск, Самара, Саратов, Пенза, Ульяновск, Пермь, Нижний Новгород, Волгоград, Ростов-на-Дону, Краснодар, Ставрополь, Магнитогорск, Челябинск, Омск, Кемерово, Новокузнецк, Новоуральск, Свердловск, Тюмень, Ханты-Мансийск, Якутск, Владивосток, Хабаровск, Иркутск, Челябинск, Самара, Саратов, Пенза, Ульяновск, Пермь, Нижний Новгород, Волгоград, Ростов-на-Дону, Краснодар, Ставрополь, Магнитогорск, Челябинск, Омск, Кемерово, Новокузнецк, Новоуральск, Свердловск, Тюмень, Ханты-Мансийск, Якутск.

Панasonic

ДЛЯ ТЕХ, КТО СЛЫШИТ БОЛЬШЕ



ЗДЕСЬ Wi Fi БЕСКОЛЫМЫЙ

НОВЫЕ НАУШНИКИ С РАСШИРЕННЫМ ДИАПАЗОНОМ ВОЗМОЖНОСТЕЙ



RP-HD5 RP-BTD5 RP-BTD10



RP-HD10

www.panasonic.com eplaza.panasonic.ru/headphones

Наушники с Wi-Fi: RP-HD5, RP-BTD5, RP-BTD10. Для заказа: 8 (800) 200-20-20. Доставка: Москва, СПб, Екатеринбург, Новосибирск, Красноярск, Владивосток, Хабаровск, Иркутск, Челябинск, Самара, Саратов, Пенза, Ульяновск, Пермь, Нижний Новгород, Волгоград, Ростов-на-Дону, Краснодар, Ставрополь, Магнитогорск, Челябинск, Омск, Кемерово, Новокузнецк, Новоуральск, Свердловск, Тюмень, Ханты-Мансийск, Якутск.

Воплощение Расширенный диапазон возможностей наушников – это определенно не для всех. Скорее, для самых-самых: продвинутых, внимательных, восприимчивых. Для тех, кто хочет лучшего. Тех, кто слышит больше.

Медиа Пресса

Клиент Panasonic

Бренд UC

Название «Дайте мне UC-платформу,
и я переверну мир»

Задача Стимулирование продаж

Воплощение «Мы все глядим в Наполеоны...» Или Архимеды. Но по-настоящему перевернуть мир удастся далеко не каждому. И уж точно этого не сделать без правильного инструмента. Для современного бизнеса такой инструмент в сфере коммуникаций – UC-платформа от Panasonic

Медиа Пресса



Panasonic
BUSINESS

**ДАЙТЕ МНЕ UC-ПЛАТФОРМУ,
И Я ПЕРЕВЕРНУ МИР**

**Унифицированные коммуникации.
Передовые технологии. Оптимизация расходов**

UC-платформа KX-NSX – это переворот в представлении о традиционных офисных коммуникациях от Panasonic. Современные IP-технологии и все необходимые сервисы позволят сотруднику работать из любой точки мира.

- Высокая надежность системы за счет «горячего» резервирования
- Возможность подключения до 2000 IP-абонентов
- Поддержка всех существующих коммуникационных сервисов

Мы создаем платформу для вашего бизнеса, чтобы вы перевернули этот мир!

**UC-платформа KX-NSX2000/1000
SIP-видеотелефон KX-HDV430.**

ПЯТЬ ЛЕТ ГАРАНТИИ
5

www.panasonic.com b2b.panasonic.ru

Информационный Центр Panasonic для Москвы 8-495-725-05-05, для регионов РФ 8-800-200-21-00 (бесплатный)
Настройка решений ООО «ПрайорИнформ» – официальный партнер и производитель решений Panasonic Corporation Ltd на территории России

Panasonic

PRIOR

Клиент Panasonic

Бренд Dect

Название ««Позвони на ключи», «Вдохновляет на стильные решения», «Бабушка, а зачем...»

Задача Стимулирование продаж

Panasonic

Panasonic

ПОЗВОНИ НА КЛЮЧИ!

Новый Panasonic DECT помогает быстро найти нужный предмет в бумажной или цифровой коллекции. Просто приложите телефон к нужному предмету — и вы всегда не потеряете!

- Дистанция связи до 100 м (в помещении)
- Удобная клавиша вызова
- Индикатор зарядки батареи

Упаковка:
 DECT телефон KX-TG7851RUH, зарядное устройство, аккумулятор, инструкция по эксплуатации, гарантийный талон.

DECT телефон KX-TG7851RUH

Not in the World

Panasonic

ВДОХНОВЛЯЕТ НА СТИЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ

Начните планировать новый интерьер со стильной серии телефонов от Panasonic.

Новая серия DECT-телефонов KX-PW120 от Panasonic вдохновляет на творческие решения. Благодаря стильному дизайну, удобной клавише вызова, индикатору зарядки батареи, а также удобной клавише вызова, вы сможете легко управлять своим телефоном. Серия KX-PW120 — это стиль, который идеально подходит для вашего дома.

DECT телефоны KX-PW120 и KX-PW120

DECT Решения для дома

Panasonic

Бабушка, а зачем тебе такие большие кнопки?

Чтобы легче было тебе звонить, внученька!

Panasonic DECT KX-TGE510RUS. Хорошо видно, прекрасно слышно

Новый DECT телефон KX-TGE510RUS от Panasonic имеет большие кнопки, которые легко нажимать. Благодаря большому экрану, вы сможете легко увидеть время, дату, уровень заряда батареи и многое другое. Серия KX-TGE510RUS — это стиль, который идеально подходит для вашего дома.

- Большие кнопки
- 14 функций
- 14 функций
- Высокая надежность
- Совместим со стационарной сетью

Panasonic DECT KX-TGE510

Воплощение Panasonic – признанный лидер в разработке решений для DECT-телефонии. И каждое из таких решений находит свое оригинальное воплощение в каждой новой коммуникации.

Медиа Пресса

Клиент Panasonic

Бренд ES-LV51, ES-SL41

Название «Моё правило – играть чисто», «Моё правило – быть верным своему стилю»

Задача Стимулирование продаж

Воплощение Кодекс правил для настоящих мужчин. И для каждого из них – отличное и наглядное подкрепление в виде новой бритвы от Panasonic, с которой так легко следовать всем этим правилам. Профессионалы рекомендуют!

Медиа Пресса

Panasonic

Официальный спонсор ХК «Локомотив» (Ярославль)

Panasonic
ideas for life

МОЕ ПРАВИЛО – ИГРАТЬ ЧИСТО

КАЛЮЖНЫЙ А. КАПИТАН КОМАНДЫ ХК «ЛОКОМОТИВ» (ЯРОСЛАВЛЬ)

- 5 сеток обеспечивают большую зону охвата, быстрое бритье и бережное обращение с кожей
- Сухое или влажное бритье
- Линейный двигатель 14 000 об/мин. Постоянная мощность на протяжении всего сеанса бритья.
- Мультиподвижная бреющая головка
- Сверхострые лезвия с 30-градусной заточкой делают кожу гладкой одним главным движением

Купи бритву **Получи подарок!**

www.panasonic.ru
www.5idees.panasonic.ru

5 СЕТОК

Электробритва
Panasonic ES-LV61

Официальный спонсор ХК «Локомотив» (Ярославль)

Panasonic
ideas for life

МОЕ ПРАВИЛО – БЫТЬ ВЕРНЫМ СВОЕМУ СТИЛЮ

ФЛАД М. ЗАЩИТНИК ХК «ЛОКОМОТИВ» (ЯРОСЛАВЛЬ)

Panasonic Beauty

www.firstshaver.panasonic.ru
www.panasonic.ru

Электробритва
Panasonic ES-SL41

Клиент Panasonic

Бренд ES-LV61

Название «Пять элементов безупречного бритья»

Задача Стимулирование продаж

Воплощение Кодекс правил для настоящих мужчин. И для каждого из них – отличное и наглядное подкрепление в виде новой бритвы от Panasonic, с которой так легко следовать всем этим правилам. Профессионалы рекомендуют!

Медиа Пресса

Panasonic

Panasonic
ideas for life

5 сеток Японские технологии

Panasonic ES-LV61
Пять элементов безупречного бритья

Первая в мире электрическая бритва с пятью сетками – это новый уровень качества и скорости бритья. Ваша кожа становится безупречно гладкой за считанные минуты. Сверхострая заточка лезвий под углом в 30°, мощный линейный двигатель и мультиподвижная головка не оставляют щетине ни малейшего шанса. Возможность как влажного, так и сухого бритья удовлетворит самые взыскательные вкусы. Бритва Panasonic ES-LV61 – японские инновации в стиле лучших традиций.

Мощный линейный двигатель 14000 об/мин

Сверхострые лезвия с заточкой 30°

Мультиподвижная бреющая головка

www.panasonic.ru
Информационный Центр Panasonic для Москвы (495) 725-05-65, для регионов РФ 8-800-200-21-00 (звонок бесплатный)
"Лидерам рекламы ООО «Лидерлайн.Ру» – уникальному и эксклюзивному представителю компании Panasonic, Сафари-Групп, на территории России.

PRIOR

Клиент Panasonic

Бренд ER-GD60

Название «Стиль создаёт легенду»

Задача Стимулирование продаж

Panasonic



СТИЛЬ СОЗДАЕТ
ЛЕГЕНДУ

УЧАСТВУЙ В КОНКУРСЕ
ОТ PANASONIC
И СТАНЬ ЗВЕЗДОЙ!

При поддержке
ПЕРСОНА
ШКОЛА СТИЛИСТОВ

Panasonic
for Professionals

Воплощение Промо-кампания для новой бритвы

Медиа Интернет

PRIOR

Клиент PIONEER

Бренд MVH-190UB

Название «Рождённый звучать»

Задача Стимулирование продаж

Воплощение В последнее время бренд сфокусировался на производстве и продвижении автомобильных аудиосистем и компонентов. Нетривиальная задача по формулированию предложения для четырех разных ЦА была решена в общем визуальном ключе и с единым бренд-слоганом. Если вы хотите, чтобы ваш автомобиль действительно «звучал», выбирайте PIONEER

Медиа ООН, Пресса

Pioneer
Рожденный звучать

СИЛА В НАДЕЖНОСТИ!

Надежность проверенных решений
Наслаждайтесь любимым контентом на большом 6,2-дюймовом сенсорном экране Clear Type прямо на приборной панели вашего автомобиля. Возьмите свою цифровую коллекцию музыки и видео с собой в дорогу. MVH-AV290BT воспроизводит аудио/видео практически с любого источника. Будь то портативный музыкальный проигрыватель или последний iPhone. Кроме того, этот автомобильный цифровой мультимедийный ресивер имеет встроенный Bluetooth-модуль, что позволяет прослушивать музыку без проводов или совершать телефонные вызовы. Акустические системы серии TS-A с прекрасными техническими характеристиками обеспечивают мощный звук, а также обладают современным дизайном.

MVH-AV290BT

TS-A6933IS

Pioneer
Рожденный звучать

НАСТОЯЩИЙ ДРАЙВ!

Реальная сила звука
Модель MVH-190UB создана специально для цифровой музыки и современных носителей информации. К ней можно подключить смартфон на Android, а также другие устройства через USB порт или дополнительный AUX-вход на фронтальной панели. При этом Вы можете одновременно слушать любимую музыку и заряжать аккумулятор телефона. Вы также можете настроить на одну из 24 предустановленных FM радиостанций, чтобы получить ещё больше музыкального контента. TS-G1331 это умный и доступный решение чтобы сделать звук в вашем автомобиле ещё лучше. Эта 17см 3-полосная коаксиальная акустическая система номинальной мощностью до 40 Ватт и максимальной выходной мощностью 250 Ватт.

MVH-190UB

TS-G1331

Клиент PIONEER

Бренд PRS-D800, DEX-P99RS

Название «Рождённый звучать»

Задача Стимулирование продаж

Воплощение В последнее время бренд сфокусировался на производстве и продвижении автомобильных аудиосистем и компонентов. Нетривиальная задача по формулированию предложения для четырех разных ЦА была решена в общем визуальном ключе и с единым бренд-слоганом. Если вы хотите, чтобы ваш автомобиль действительно «звучал», выбирайте PIONEER

Медиа ООН, Пресса

Pioneer
Рождённый звучать

android auto
AppRadio MODE
Bluetooth
compatible
iPhone
Apple CarPlay

APPGRADE IT!*

SPH-DA120
TS-1675V2

Теря новый гаджет для автомобиля
Преподательный, выполненный в форм-факторе DIN CE-расширитель FH-X750BT имеет достаточно места для расширенного сенсорного дисплея, а также для крупного регулятора громкости и шести кнопок предварительной настройки, так что вы можете сразу же выбрать любимую FM-станцию и много другое.

Pioneer
Рождённый звучать

ГОСПОДСТВО ЗВУКА!

PRS-D800
DEX-P99RS

Совершенное качество звука
Наши компоненты серии Reference завоевали репутацию лучшей автомобильной аудиосистемы с широкими функциональными возможностями. И все это благодаря тому, что она остается системой, которую выбирают ценители высококлассного звука. DEX-P99RS предлагает вам удивительный по чистоте и естественности звук. Имея интегрированную 4-стороннюю цифровую обработку сигнала (DSP) с автоматической синхронизацией и автоматическим эквалайзером, система предлагает непревзойденное качество.

Клиент Miele

Бренд Up Top

Название «Забудьте про обычную уборку»

Задача Стимулирование продаж

Воплощение Чистота, простота, красота. Или лучше так: строгость, изящность, гармония – вот что отличает визуальные креативные решения для этого премиального бренда. И это полностью отвечает имиджу техники с его логотипом – стильной, надежной, безупречной.

Медиа Пресса

Miele

Чистая красота.
Вне времени.

Техника по уходу за бельем от Miele.
Время не оставляет на ней следов.
Как и на Ваших вещах.

miele.ru

Miele
ВСЕ ОСТАЛЬНОЕ – КОМПРОМИСС

Что Вас привлекает
в технике Миле?

Впечатляющий дизайн или
её новые возможности?
Знаете только Вы.

Свежеиспечённый хлеб, ароматный
латте макиато, запечённая цыпленок
рождественская индейка?
Новая линия встраиваемой техники
Miele G 5000.

miele.ru

Miele
ВСЕ ОСТАЛЬНОЕ – КОМПРОМИСС

Клиент Daikin

Бренд Daikin

Название «Естественный комфорт от Daikin»

Задача Стимулирование продаж

DAIKIN
КОНДИЦИОНЕРЫ

Охлаждение

Увлажнение

Очищение

Вентиляция

Естественный **комфорт** от Daikin

www.daikin.ru

Воплощение Как показать сразу четыре функции одной климатической системы? Да так, чтобы было понятно и не скучно? Например, так: минимум слов, максимум приятных глазу женских образов. Кондиционеры DAIKIN столь же приятны в общении и просты в использовании. Остается лишь наслаждаться...

Медиа ООН

Клиент Sony

Бренд Sony Android TV

Название «Для тех, кто понимает»

Задача Стимулирование продаж

SONY

SONY

Android TV™ для тех, кто понимает



Полегче с целями

СЕЙЧАС
УМРУ –
И НА РАБОТУ!

BRAVIA поможет

Ваш умный телевизор стал еще умнее. Вспомните все возможности вашего телефона или планшета, которыми вы часто пользуетесь. Теперь вы можете получить еще больше удовольствия от их использования в большом формате на телевизорах BRAVIA.

BRAVIA androidtv

BRAVIA теперь с Android TV™



www.sony.net www.android.com/tv



SONY

Android TV™ для тех, кто понимает



Полегче на поворотах

ТАК Я
ДО РАБОТЫ
НЕ ДОЕДУ!

BRAVIA поможет

Ваш умный телевизор стал еще умнее. Вспомните все возможности вашего телефона или планшета, которыми вы часто пользуетесь. Теперь вы можете получить еще больше удовольствия от их использования в большом формате на телевизорах BRAVIA.

BRAVIA androidtv

BRAVIA теперь с Android TV™



www.sony.net www.android.com/tv



Воплощение Для тех, кто понимает, долгие объяснения излишни. Для тех, кто хочет получить готовое решение с Android TV в комплекте с проверенными технологиями лидера, выбор очевиден: новые SONY Bravia

Медиа Пресса

PRIOR

Клиент Sony

Бренд Sony Android TV

Название «Для тех, кто понимает»

Задача Стимулирование продаж

SONY

SONY

Android TV™ для тех, кто понимает



А Я ЕЩЕ
БОЛЬШЕ
ХОЧУ!!

Смелее с запросами

BRAVIA покажет

Ваш умный телевизор стал еще умнее. Вспомните все возможности вашего телефона или планшета, которыми вы часто пользуетесь. Теперь вы можете получить еще больше удовольствия от их использования в большом формате на телевизорах BRAVIA.



BRAVIA android.tv

BRAVIA теперь с Android TV™

Googlecast
READY

www.sony.net www.android.com/tv/

SONY

Android TV™ для тех, кто понимает



БОЛЬШОГО
ЙОДУ
СМОТРЕТЬ
ЖЕЛАНИЕ
ИМЕЮ!

Смелее с запросами

BRAVIA покажет

Ваш умный телевизор стал еще умнее. Вспомните все возможности вашего телефона или планшета, которыми вы часто пользуетесь. Теперь вы можете получить еще больше удовольствия от их использования в большом формате на телевизорах BRAVIA.



BRAVIA android.tv

BRAVIA теперь с Android TV™

Googlecast
READY

www.sony.net www.android.com/tv/

Воплощение Для тех, кто понимает, долгие объяснения излишни. Для тех, кто хочет получить готовое решение с Android TV в комплекте с проверенными технологиями лидера, выбор очевиден: новые SONY Bravia

Медиа Пресса

Клиент SUZUKI

Бренд Grand Vitara

Название «Природа твоей силы»

Задача Стимулирование продаж

SUZUKI



GRAND VITARA

Новый Grand Vitara
3.2 в вашу пользу!

Дорога это испытание, но не для Suzuki Grand Vitara. Он создан, чтобы побеждать. Мощност и восхитительная динамика делают каждую поездку бескомпромиссной победой. Открой счет своих побед, вместе с новым Suzuki Grand Vitara 3,2 л!

SUZUKI Way of Life!



GRAND VITARA

Новый Grand Vitara с двигателем 3.2.
Природа твоей силы

Мощность, которую дает вам новый двигатель Grand Vitara 3.2, ломает мнение о том, что этот автомобиль создан только для города. Новая система удержания автомобиля при старте и система автоматического контроля устойчивости на сцепке позволяют чувствовать комфортно на любом бездорожье. С новым Grand Vitara 3.2 природа становится гораздо ближе к тебе.

SUZUKI Way of Life!

Воплощение Появление новой модификации легендарной модели VITARA стало действительно знаковым событием и для компании SUZUKI, и для всех поклонников марки. Еще бы, ведь автомобили этого бренда традиционно считались исключительно микролитражными. А здесь – новый двигатель объемом 3.2 литра, достойный седана бизнес-класса или серьезного внедорожника! Природа этой силы еще не изучена, и самое время обернуть ее в свою пользу.

Медиа Пресса

Клиент Honda

Бренд Honda Crosstour

Название «Когда в планах не только бизнес»

Задача Стимулирование продаж

Воплощение Имиджевая кампания была направлена на демонстрацию не только яркой автомобильной истории бренда, но и его богатейшего опыта в других категориях: от самолетостроения и разработки гоночных автомобилей до строительства катеров и яхт.

Медиа Пресса

CROSSTOUR 2014

HONDA
The Power of Dreams



КОГДА В ПЛАНАХ НЕ ТОЛЬКО БИЗНЕС



Honda Crosstour – это представитель нового вида автомобилей для современной жизни в городе. Комфорт и элегантный вид бизнес-класса сочетаются с мощной динамикой городского кроссовера, которую вы ощутите, оказавшись за рулем этого автомобиля. А благодаря 205 мм дорожному просвету вы перестанете замечать препятствия на своем пути и покорите любые дороги в городе и за его пределами.

Реклама

от 1 664 000* р.



8-800-555-77-11
звонок по России бесплатный



www.honda.co.ru
www.facebook.com/HondaRussia

* Рекомендуемая розничная цена на автомобиль HONDA CROSSTOUR в комплектации 2.4 Executive (Экзекьютив) 5AT с цветом кузова «металлик» (доплата за цвет перламутр 6000 руб.), при покупке до 30 апреля 2014 г. вкл. Включает автомобиль и доставку.

PRIOR

Клиент ЛитРес

Бренд ЛитРес

Название Впечатления продолжают

Задача Стимулирование продаж

ЛитРес:

Мне нравится, что вы больны...

Марина Цветаева



ЛитРес: ВПЕЧАТЛЕНИЯ
ПРОДОЛЖАЮТСЯ

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН ЭЛЕКТРОННЫХ КНИГ №1

Я встретил вас – и всё...

Фёдор Тютчев



ЛитРес: ВПЕЧАТЛЕНИЯ
ПРОДОЛЖАЮТСЯ

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН ЭЛЕКТРОННЫХ КНИГ №1

Воплощение Крупнейший онлайн-магазин электронных книг не повторяет прописные истины о пользе чтения. Он предлагает... включиться в игру. И даже почувствовать себя одним из тех великих, чьи строчки мы знаем наизусть, придумав к ним собственное продолжение. Ну а тем, кто хотел бы легко и быстро получить доступ практически ко всем произведениям и в полном их объеме, достаточно стать пользователем специального приложения ЛитРес.

Медиа Пресса

Клиент ЛитРес

Бренд ЛитРес

Название Впечатления продолжают

Задача Стимулирование продаж

ЛитРес:

Родила царица в ночь не то...

Александр Пушкин

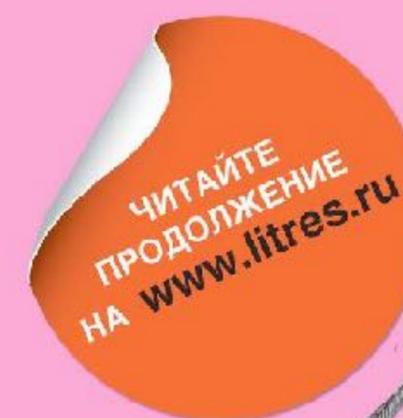


ЛитРес: ВПЕЧАТЛЕНИЯ
ПРОДОЛЖАЮТСЯ

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН ЭЛЕКТРОННЫХ КНИГ №1

Вдруг из маминой из спальни,
кривоногий и хромой,
выбегает...

Корней Чуковский



ЛитРес: ВПЕЧАТЛЕНИЯ
ПРОДОЛЖАЮТСЯ

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН ЭЛЕКТРОННЫХ КНИГ №1

Воплощение Крупнейший онлайн-магазин электронных книг не повторяет прописные истины о пользе чтения. Он предлагает... включиться в игру. И даже почувствовать себя одним из тех великих, чьи строчки мы знаем наизусть, придумав к ним собственное продолжение. Ну а тем, кто хотел бы легко и быстро получить доступ практически ко всем произведениям и в полном их объеме, достаточно стать пользователем специального приложения ЛитРес.

Медиа Пресса

Клиент ONDULINE

Бренд ONDULINE

Название Легко!

Задача Стимулирование продаж

onduline

КРЫША, КОТОРАЯ НЕ ТЕЧЕТ?

ЛЕГКО!

Ондулин[®]

www.onduline.ru 8 800 333-13-20

The advertisement features a man in a black wetsuit and diving mask, looking surprised. A red banner at the top asks 'КРЫША, КОТОРАЯ НЕ ТЕЧЕТ?' (Roof that doesn't leak?). A thought bubble below it says 'ЛЕГКО!' (Easy!). The Onduline logo and contact information are at the bottom.

Воплощение Короткие и точные, как прицельный выстрел, сообщения об основных преимуществах современного кровельного материала, представленные в наиболее лаконичном формате традиционной рекламы – ООН

Медиа ООН

НОВАЯ КРЫША ПОВЕРХ СТАРОЙ?

ЛЕГКО!

Ондулин[®]

www.onduline.ru 8 800 333-13-20

The advertisement features an elderly woman with a skeptical expression. A red banner at the top asks 'НОВАЯ КРЫША ПОВЕРХ СТАРОЙ?' (New roof over the old one?). A thought bubble below it says 'ЛЕГКО!' (Easy!). The Onduline logo and contact information are at the bottom.

БЕСШУМНАЯ КРЫША?

ЛЕГКО!

Ондулин[®]

www.onduline.ru 8 800 333-13-20

The advertisement features a man holding his hand to his ear, looking attentive. A red banner at the top asks 'БЕСШУМНАЯ КРЫША?' (Silent roof?). A thought bubble below it says 'ЛЕГКО!' (Easy!). The Onduline logo and contact information are at the bottom.

Клиент Самсон Фарма

Бренд Превалин

Название Чтобы потом не лечить аллергию

Задача Стимулирование продаж

Воплощение В отличие от коммуникации конкурентов, Превалин делает акцент не на устранении симптомов аллергии, а на предотвращении болезни посредством исключения контакта с аллергенами

Медиа Пресса

Превалин. Чтобы потом не лечить аллергию!

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

prevalin.ru



Клиент Omega Bittner

Бренд XL-S MEDICAL

Название Для снижения и удержания веса

Задача Стимулирование продаж

Воплощение XL-S MEDICAL – инновационное средство из Германии для снижения и удержания веса. Принцип действия XL-S MEDICAL заключается в тройном эффекте запатентованного комплекса Литрамин (Litramine), которое позволяет увеличить эффективность диеты в 3 раза

Медиа Пресса

ЭТО ПРОРЫВ!
ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К СНИЖЕНИЮ
И УДЕРЖАНИЮ ВЕСА

НОВИНКА
XL-S MEDICAL
ДЛЯ СНИЖЕНИЯ И УДЕРЖАНИЯ ВЕСА

• ЭФФЕКТИВНО
СНИЖАЕТ ЛИШНИЙ
ВЕС

- 1 Блокирует усвоение жира
- 2 Снижает чувство голода
- 3 Улучшает пищеварение

• УДЕРЖИВАЕТ
ВЕС НА НУЖНОМ
УРОВНЕ

XL-S MEDICAL
Блокатор жиров
ДЛЯ СНИЖЕНИЯ И КОНТРОЛЯ
КОЛЕБАТЕЛЬНОЙ МАССЫ ТЕЛА

СРЕДСТВО ДЛЯ СНИЖЕНИЯ ВЕСА
№1
В ЕВРОПЕ*

* согласно уровню продаж на рынке средств
для снижения веса за 2010, 2011, 2012 по данным
маркетингового агентства IMS

СОГР RU 27.99.11.003.2.040599.08.11 от 04.08.2011

www.xl-s.ru

OMEGA PHARMA

PRIOR

Клиент Stada

Бренд Fungoterbin

Название Не узнаёте собственные ноги из-за грибка?

Задача Стимулирование продаж



НЕ УЗНАЕТЕ
СОБСТВЕННЫЕ
НОГИ ИЗ-ЗА
ГРИБКА?

ФУНГОТЕРБИН® НЕО
ТЕРБИНАДИН КАРВАМАЦ
ПРОТИВОГРИБКОВЫЙ ПРЕПАРАТ
ГЛУБОКОГО ДЕЙСТВИЯ

СМЯГЧАЕТ, ОТШЕЛУШИВАЕТ, БОРЕТСЯ С ГРИБКОМ!

ИНТЕРЕСА ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ ПЕРЕД ПРИМЕНЕНИЕМ ОБЯЗАТЕЛЬНО
С ИЛИ ОБРАТИТЕСЬ К СПЕЦИАЛИСТУ ИЛИ ПОЛУЧИТЕ КОНСУЛЬТАЦИЮ ОТ СПЕЦИАЛИСТА

BARCODE STADA

НЕ УЗНАЕТЕ
СОБСТВЕННЫЕ
НОГИ ИЗ-ЗА
ГРИБКА?

ФУНГОТЕРБИН® НЕО
ТЕРБИНАДИН КАРВАМАЦ
ПРОТИВОГРИБКОВЫЙ ПРЕПАРАТ
ГЛУБОКОГО ДЕЙСТВИЯ

СМЯГЧАЕТ, ОТШЕЛУШИВАЕТ, БОРЕТСЯ С ГРИБКОМ!

ИНТЕРЕСА ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ ПЕРЕД ПРИМЕНЕНИЕМ ОБЯЗАТЕЛЬНО
С ИЛИ ОБРАТИТЕСЬ К СПЕЦИАЛИСТУ ИЛИ ПОЛУЧИТЕ КОНСУЛЬТАЦИЮ ОТ СПЕЦИАЛИСТА

BARCODE STADA

НЕ УЗНАЕТЕ
СОБСТВЕННЫЕ
НОГИ ИЗ-ЗА
ГРИБКА?

ФУНГОТЕРБИН® НЕО
ТЕРБИНАДИН КАРВАМАЦ
ПРОТИВОГРИБКОВЫЙ ПРЕПАРАТ
ГЛУБОКОГО ДЕЙСТВИЯ

СМЯГЧАЕТ, ОТШЕЛУШИВАЕТ, БОРЕТСЯ С ГРИБКОМ!

ИНТЕРЕСА ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ ПЕРЕД ПРИМЕНЕНИЕМ ОБЯЗАТЕЛЬНО
С ИЛИ ОБРАТИТЕСЬ К СПЕЦИАЛИСТУ ИЛИ ПОЛУЧИТЕ КОНСУЛЬТАЦИЮ ОТ СПЕЦИАЛИСТА

BARCODE STADA

Воплощение Красиво и увлекательно – о неприятном, но преодолимом. Ведь мы же не медицинская энциклопедия, в самом деле, поэтому даже «страшный» грибок вполне может стать произведением боди-арта. Кстати, в исполнении признанного мастера жанра Гуидо Даниэле.

Медиа Пресса



Клиент Stada

Бренд Proctosan

Название Геморрой – это не игра!

Задача Стимулирование продаж

Воплощение Препарат ориентирован на мужчин, поэтому вновь о «больном»: о... футболе. Эта близкая многим из них тема позволяет донести до потребителя главное: Проктозан содержит 4 активных компонента для быстрого устранения всех симптомов геморроя. Значит, грядет победа: «4:0 в пользу Проктозан!».

Медиа Пресса



Геморрой – это не игра!



**В ПОЛЬЗУ
ПРОКТОЗАН®**



- 1:0** Содержит 4 активных компонента.
- 2:0** Воздействует на все симптомы геморроя:
 - ✓ способствует устранению боли и воспаления;
 - ✓ оказывает заживляющее и подсушивающее действие.
- 3:0** Удобен в применении: всего 2 раза в сутки*.
- 4:0** Выпускается в форме суппозитория и мази.

П №014932/01 П №01439/02. * Проктозан суппозитории применяются 2-3 раза в день.

STADA
С.Р.О.

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. ОЗНАКОМЬТЕСЬ С ИНСТРУКЦИЕЙ
ИЛИ ПРОКОНСУЛЬТИРУЙТЕСЬ СО СПЕЦИАЛИСТОМ.

STADA

PRIOR

Клиент Bayer

Бренд Skinoren

Название Выбери свою роль!

Задача Стимулирование продаж

Воплощение Жить в состоянии постоянного страха, не зная, когда на лице появится новый прыщик, или быть хозяйкой своей жизни и играть по своим собственным правилам? Скинорен Гель поможет сделать правильный выбор.

Медиа Пресса



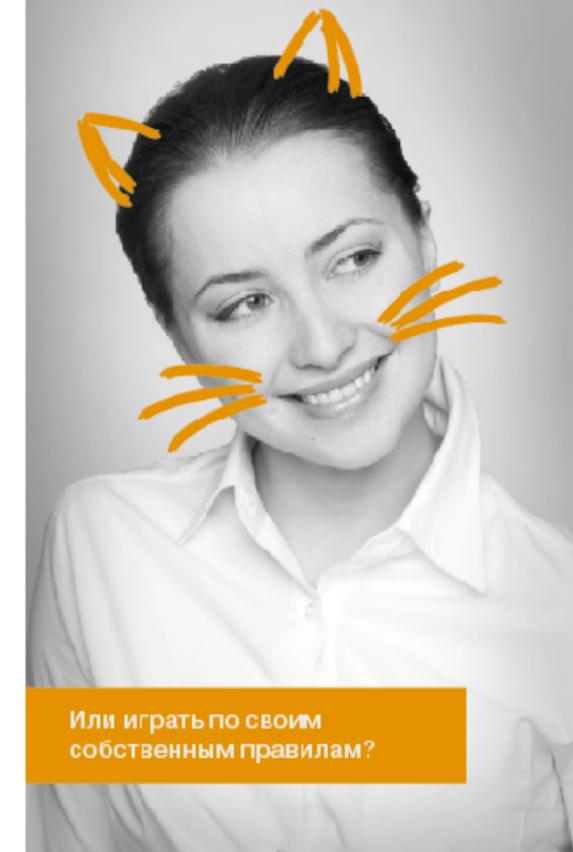
ПЕРЕД ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПРЕПАРАТА ОЗНАКОМЬТЕСЬ С ИНСТРУКЦИЕЙ ПО ПРИМЕНЕНИЮ

Быть серой мышкой?



Зависеть от капризов
проблемной кожи?

Или дерзкой кошкой?



Или играть по своим
собственным правилам?

ВЫБЕРИ СВОЮ РОЛЬ!

ПОДАРИ СЕБЕ УВЕРЕННОСТЬ, А КОЖЕ - ЧИСТОТУ И СВЕЖЕСТЬ

Лечебный препарат Скинорен Гель способствует оздоровлению проблемной кожи и при регулярном применении помогает устранить прыщи и угревую сыпь. Не оставляет жирного блеска. Может наноситься под макияж.

- Помогает снять воспаления
- Открывает закупоренные поры
- Предотвращает появление прыщей
- Матирует кожу и выравнивает цвет лица
- Делает кожу более гладкой и совершенной



INTENDIS www.skinoren.ru

СКИНОРЕН® ГЕЛЬ

Регистрационный номер: № П N0 14589/02

PRIOR

Клиент Actavis

Бренд Troxevasin

Название Носите юбки!

Задача Стимулирование продаж



Обручись с красотой

Троксевазин - это безопасное и эффективное решение проблемы варикозного расширения вен

Троксевазин - это комплексный подход к решению проблемы варикозного расширения вен. Применяется при отеках и воспалениях, помогает избежать от боли и тяжести ног. Максимально снижает повышенную проницаемость вен, улучшает микроциркуляцию крови в сосудах. Снимает воспаление и улучшает дренаж лимфы. Троксевазин - Троксевазин. Ухаживает за вашими ножками

Троксевазин - комплексный подход к решению проблемы варикозного расширения вен. Применяется при отеках и воспалениях, помогает избежать от боли и тяжести ног. Максимально снижает повышенную проницаемость вен, улучшает микроциркуляцию крови в сосудах. Снимает воспаление и улучшает дренаж лимфы. Троксевазин - Троксевазин. Ухаживает за вашими ножками

Внимательно ознакомьтесь с противопоказаниями в инструкции по применению

Троксевазин - комплексный подход к решению проблемы варикозного расширения вен. Применяется при отеках и воспалениях, помогает избежать от боли и тяжести ног. Максимально снижает повышенную проницаемость вен, улучшает микроциркуляцию крови в сосудах. Снимает воспаление и улучшает дренаж лимфы. Троксевазин - Троксевазин. Ухаживает за вашими ножками

Внимательно ознакомьтесь с противопоказаниями в инструкции по применению

Воплощение Что такое Троксевазин? Прежде всего, это ножки. Красивые женские ножки. Такие, за которыми ухаживают. Во всех смыслах.

Медиа Пресса

Клиент Actavis

Бренд Troxevasin

Название Носите юбки!

Задача Стимулирование продаж

Воплощение Что такое Троксевазин? Прежде всего, это ножки. Красивые женские ножки. Такие, за которыми ухаживают. Во всех смыслах.

Медиа Пресса

actavis

Носите юбки



Троксевазин - комплексный подход к решению проблемы варикозного расширения вен

Уменьшает отеки и воспаление, избавляет от боли и тяжести в ногах

Устраняет косметические дефекты в виде сосудистых звездочек и сеточек

Совместное применение геля и капсул усиливает действие Троксевазина

Троксевазин. Ухаживает за вашими ножками.

Внимательно ознакомьтесь с противопоказаниями в инструкции по применению

PRIOR

Клиент Actavis

Бренд Альмагель

Название Без вопросов

Задача Стимулирование продаж

Воплощение У каждой проблемы – свое решение. А если решения из одной линейки, то и проблемы можно поставить в ряд. Или просто задать правильные вопросы. Изжога? Боль? Вздутие? На каждый случай – свой Алмагель. И вопросов больше не будет.

Медиа Пресса



Проблемы с желудком проявляются по-разному – изжога, боль, вздутие...
Алмагель предлагает серию препаратов, каждый из которых направлен на решение конкретной проблемы.
Каждой проблеме – свое решение!

ИЗЖОГА И ВЗДУТИЕ

Алмагель®
Системная Альмагель мягко обволакивает пищевод и желудок, защищает от агрессивных факторов, устраняет изжогу и боль. Эффект наступает через 3-5 минут и длится до 2 часов. Применяется при изжоге и боли в желудке.

Алмагель® А
Системная Альмагель А мягко обволакивает пищевод и желудок, защищает от агрессивных факторов, устраняет изжогу и боль. Дополнительный компонент Бензокаин усиливает обезболивающий эффект препарата. Эффект наступает через 3-5 минут и длится до 2 часов. Применяется при изжоге и выраженной боли в желудке.

Алмагель® Нео
Системная Альмагель Нео мягко обволакивает пищевод и желудок, защищает от агрессивных факторов, устраняет изжогу и боль. Дополнительный компонент Симетикон разрушает пузырьки газа в кишечнике. Эффект наступает через 3-5 минут и длится до 2 часов. Применяется при изжоге и боли в желудке, сопровождающейся вздутием живота.

В РОССИИ С 1973 ГОДА
Алмагель

Реклама

Без вопросов

Препараты серии Алмагель. При изжоге, боли и вздутии

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМО ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ.

Алмагель – РУ № 01012742/01 от 24.03.2010, Алмагель А – РУ № П N012741/01 от 26.02.2010, Алмагель Нео – РУ № П N013319/01 от 18.08.2009



Клиент МатериaМедика

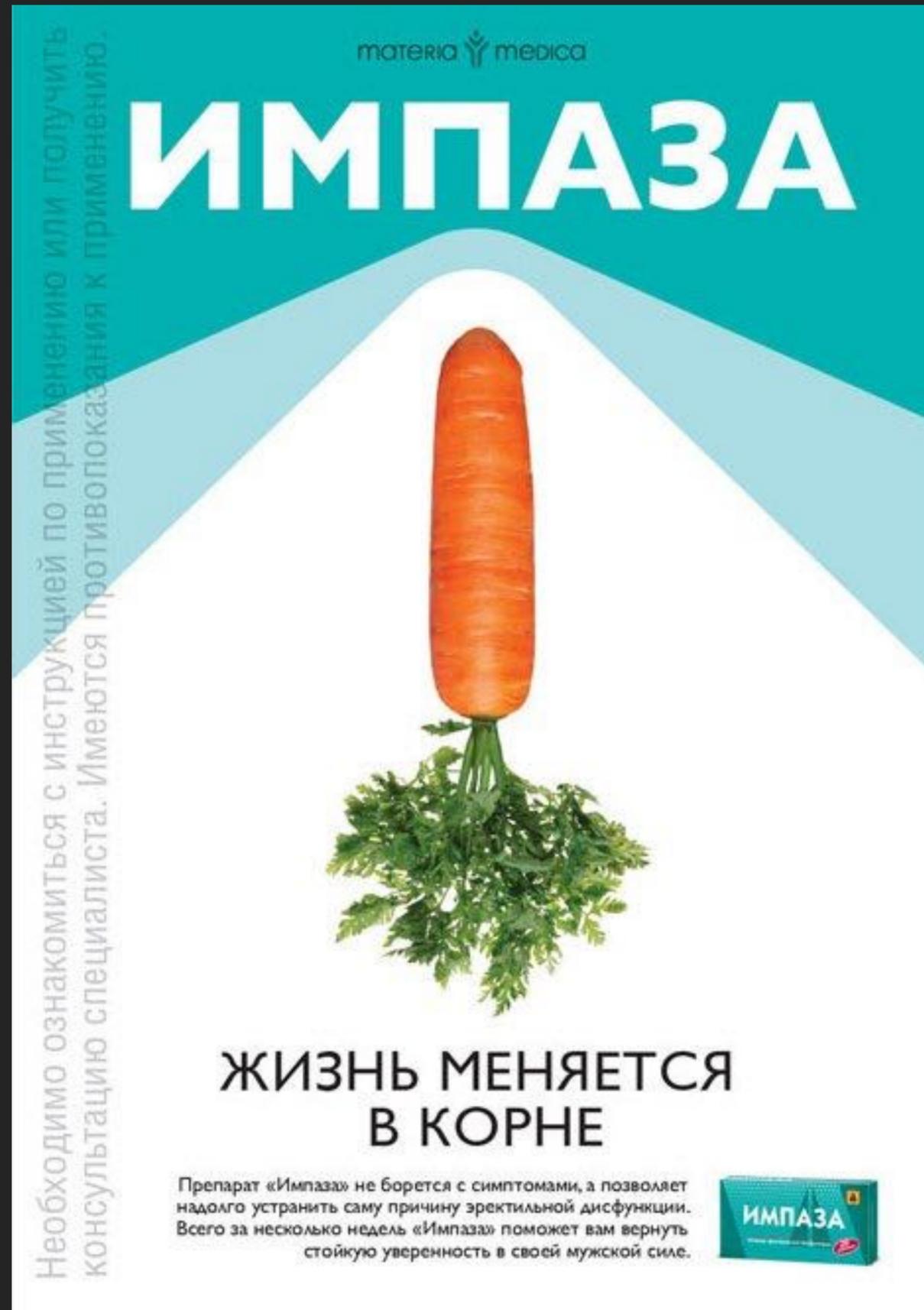
Бренд ИМПАЗА

Название Жизнь меняется в корне

Задача Стимулирование продаж

Воплощение Морковка – настолько популярный эвфемизм, что дополнительные комментарии здесь, пожалуй, излишни. Корнеплод направлен вверх – значит, жизнь удалась. Или, как минимум, уж точно изменилась к лучшему. «Креатив года» по версии ИД «Коммерсантъ».

Медиа Пресса



Необходимо ознакомиться с инструкцией по применению или получить консультацию специалиста. Имеются противопоказания к применению.

materia medica

ИМПАЗА



ЖИЗНЬ МЕНЯЕТСЯ В КОРНЕ

Препарат «Импаз» не борется с симптомами, а позволяет надолго устранить саму причину эректильной дисфункции. Всего за несколько недель «Импаз» поможет вам вернуть стойкую уверенность в своей мужской силе.



Клиент Ralf Ringer

Бренд Ralf Ringer

Название Знаем толк

Задача Стимулирование продаж

RALF
RINGER

Ralf
RINGER
ПУТЬ ОТКРЫТ!

НАСТОЯЩИЙ
КАПИТАН
ПОНИМАЕТ
В ЛОДОЧКАХ



WWW.RALF.RU 8 800-200-10-11



Ralf
RINGER
ПУТЬ ОТКРЫТ!

НАСТОЯЩИЙ
ДЖЕНТЕЛЬМЕН
ЗНАЕТ ТОЛК
В ОКСФОРДАХ



WWW.RALF.RU 8 800-200-10-11



Воплощение Когда известный бренд мужской обуви впервые запустил новую коллекцию, для женщин, надо было достойно и уверенно сообщить об этом миру. И возникла целая серия образов «настоящего эксперта», brutальных, романтических или игривых, в каждом из которых нашла свое воплощение одна из граней легендарного «мужского начала».

Медиа Пресса

Клиент Ralf Ringer

Бренд Ralf Ringer

Название Знаем толк

Задача Стимулирование продаж

Воплощение Когда известный бренд мужской обуви впервые запустил новую коллекцию, для женщин, надо было достойно и уверенно сообщить об этом миру. И возникла целая серия образов «настоящего эксперта», brutальных, романтических или игривых, в каждом из которых нашла свое воплощение одна из граней легендарного «мужского начала».

Медиа Пресса

RALF
RINGER

Ralf
RINGER
ПУТЬ ОТКРЫТ!

НАСТОЯЩИЙ
ОХОТНИК
ЗНАЕТ ТОЛК
В МОКАСИНАХ



WWW.RALF.RU 8 800-200-10-11

Ralf
RINGER
ПУТЬ ОТКРЫТ!

ВЕРНЫЙ СПУТНИК
ЗНАЕТ ТОЛК
В ПРАВИЛЬНЫХ
БОТИНКАХ



WWW.RALF.RU 8 800-200-10-11

Клиент International Paper

Бренд SvetoCopy

Название «Идеально белое в абсолютно чёрном»

Задача Запуск новой премиальной линейки бумаги

Воплощение Запуск новой линейки премиальной бумаги для офиса SvetoCopy Premium – в чёрной упаковке

Медиа Пресса

INTERNATIONAL  PAPER



 PRIOR

Клиент Metabo

Бренд Metabo

Название Раскрути Метабо

Задача Промо-кампания

Воплощение Промо-акция, итоги которой многократно превысили все прогнозные показатели эффективности. Простая формула успеха: купи лучший немецкий электроинструмент для профессионалов – и поезжай на главный немецкий фестиваль. Для мужиков. «Раскрути МЕТАБО на Октоберфест!»

Медиа Пресса



РАСКРУТИ МЕТАБО!

При покупке любой УШМ Метабо с 00 июня по 31 августа 2019 г вы получаете гарантированный подарок – комплект из 25 отрезных кругов для УШМ, а так же шанс дополнительно получить один из 10 аккумуляторных инструментов Метабо или поездку на Октоберфест в Германию!



ПОДРОБНЫЕ УСЛОВИЯ
ПОЛУЧЕНИЯ ПОДАРКОВ

WWW.METABO.PROMO.RU

metabo

PROFESSIONAL POWER TOOL SOLUTIONS

metabo
PROFESSIONAL POWER TOOL SOLUTIONS

PRIOR

Клиент Телетрейд
Бренд Телетрейд
Название Куй с кризисом
Задача Промо-кампания

Воплощение Известная своим агрессивным продвижением компания ТЕЛЕТРЕЙД обращается к амбициозным, активным молодым людям, ищущим новые способы реализации своих финансовых планов и готовым к смелым экспериментам. Казалось бы, о каких рискованных проектах может идти речь, когда на дворе – кризис? Но многие гуру маркетинга утверждают, что зарабатывать можно и в таких условиях. Кризис, говоришь? Ну и куй с ним – свои новые капиталы!

Медиа Пресса



КУЙ С КРИЗИСОМ

ДЕЛАЙ ДЕНЬГИ

TeleTrade
ЭКСПЕРТ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu

TeleTrade

PRIOR

Клиент Ингосстрах

Бренд Ингосстрах

Название Главное – наши чувства

Задача Промо-кампания

ИНГОССТРАХ
Ingosstrakh



ИНГОССТРАХ
Ingosstrakh
Ингосстрах платит. Всегда.

Главное –
наши **чувства**,
об остальном позаботится
Ингосстрах.

Тел: (095) 234-0644 e-mail: info@ingos.ru www.ingos.ru



 **Страхование транспортных операторов**

Управление страхования транспортных операторов ОСАО «Ингосстрах»
127994, Россия, г. Москва, ул. Лесная, 41
Тел.: 8 (495) 234-36-14
Факс.: 8 (495) 234-36-00
E-mail: toperators@ingos.ru

РЕКЛАМА

ОСАО «Ингосстрах» Лицензия: Российская Федерация С №022877
*С 01.01.2014 г. вступил в силу новый закон об ОСАГО.



60 лет

ИНГОССТРАХ
Ingosstrakh
ИНГОССТРАХ ПЛАТИТ. ВСЕГДА.*

ЕДИНЫЙ ТЕЛЕФОН
8 (495) 956 5555

www.ingos.ru

Воплощение Так легко привыкать к хорошему, когда это – еще и выгодные предложения от Ингосстраха.

Медиа Пресса



Мерчандайзинг,
промо-акции, ивент-
маркетинг

BTL

КЛИЕНТ:

Metabo

БРЕНД:

Metabo

НАЗВАНИЕ:

Metabo Мерчандайзинг

ЗАДАЧА:

Повышение продаж. Соблюдение выкладки продукции. Увеличение доли полки.

РЕШЕНИЕ:

Организация работы продавцов-консультантов с функцией мерчандайзинга в ОБИ, Леруа Мерлен по всей РФ. Длительность проекта с 2014 года по н.в.

РЕЗУЛЬТАТ:

Ежемесячный прирост продаж на 10%



КЛИЕНТ:

Microsoft

БРЕНД:

Microsoft Windows, XBox

НАЗВАНИЕ:

Бренд-консультанты Microsoft

ЗАДАЧА:

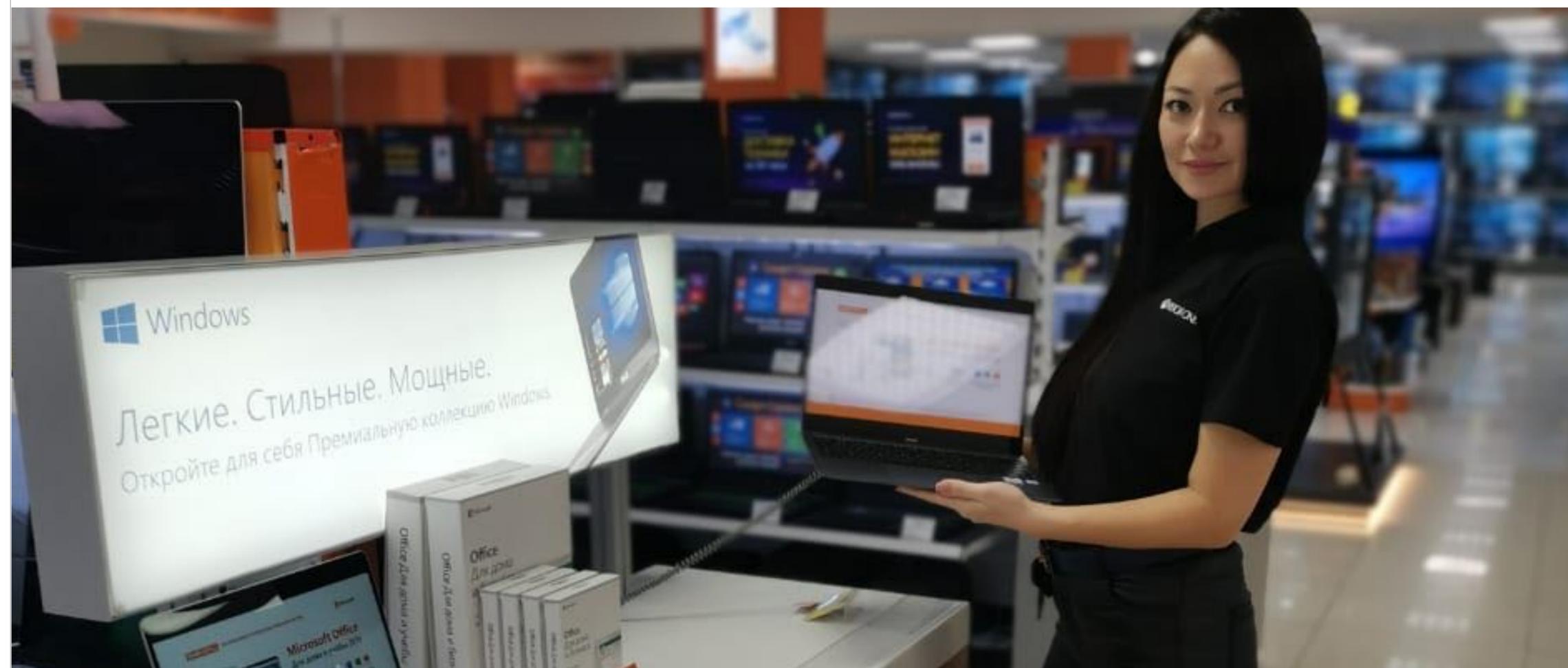
Увеличение продаж ПО Microsoft (федеральный ритейл). Увеличение продаж аксессуаров Microsoft. Установка Windows demo на ПК и ноутбуки. Мерчандайзинг.

РЕШЕНИЕ:

50 бренд-амбассадоров в 30 городах РФ. Сотрудничество с сетями MediaMarkt, М.Видео, Эльдorado, DNS а так же региональная розница.

РЕЗУЛЬТАТ:

Среднемесячный прирост продаж на 20%



КЛИЕНТ:

БК Сервис

БРЕНД:

Grace

НАЗВАНИЕ:

Чай Grace!

ЗАДАЧА:

Увеличение продаж

РЕШЕНИЕ:

Организация работы консультантов в сетях продаж. Обучение консультантов по продуктам и ассортименту.

РЕЗУЛЬТАТ:

Бюджет кампании 1 428 838 руб. 74 568 контактов за 14 недель. 31,41 р. стоимость контакта (CPC). 10 264 пачек продано за период кампании. 45 497 эффективных контактов.



КЛИЕНТ:

Johnson & Johnson

БРЕНД:

Acuvue Oasys

НАЗВАНИЕ:

Тест-драйв ACUVUE в салонах оптики «Оптик Сити»

ЗАДАЧА:

Презентация новых линз Acuvue потребителям

РЕШЕНИЕ:

Бесплатный тест-драйв линз

РЕЗУЛЬТАТ:

Перевыполнения плана по покупке линз по результатам промо-акции на 24%



EVENT

КЛИЕНТ:

Pioneer

БРЕНД:

Pioneer

НАЗВАНИЕ:

Акустические системы Pioneer

ЗАДАЧА:

Интеграция Pioneer в Всероссийское соревнованию по дрифту.

РЕШЕНИЕ:

Организация работы промо-моделей.
Проведения конкурса в социальных сетях.
Награждения победителей автомобильной акустикой.

РЕЗУЛЬТАТ:

Участие в 4х гоночных мероприятиях в городах Москва, Екатеринбург и Нижний Новгород
2150 качественных контактов в результате всей промо-акции. Более 450 фото с хештегом мероприятия в разных соц.сетях.

Panasonic



<https://www.youtube.com/watch?v=WTQq0iJUNE>

● PRIOR

EVENT

КЛИЕНТ:

Panasonic

БРЕНД:

Viera, Lumix

НАЗВАНИЕ:

Panasonic Convention 2012

ЗАДАЧА:

Организация ежегодной выставки со СМИ и дилерами Panasonic в Крокус ЭКСПО.

РЕШЕНИЕ:

Проведения мероприятия «под ключ». Производство демо-стендов, работа промо-персонала (хостес, фотографы), организация логистики дилеров из регионов. Проведения церемонии награждения Lumi Awards, организация гала-ужина.

РЕЗУЛЬТАТ:

Проведение пресс-конференции - более 150 посетителей. Проведение конференции с дилерами - более 300 посетителей. Организация двух гала-ужинов для партнеров и VIP-дилеров. Участие более 30 артистов: Ледовое шоу, талисманы Зимних Олимпийских игр 2014 и т.д.

Panasonic



PRIOR

EVENT

Panasonic

КЛИЕНТ:

Panasonic

БРЕНД:

Viera, Lumix

НАЗВАНИЕ:

Panasonic Convention 2012

ЗАДАЧА:

Организация ежегодной выставки со СМИ и дилерами Panasonic в Крокус ЭКСПО.

РЕШЕНИЕ:

Проведения мероприятия «под ключ». Производство демо-стендов, работа промо-персонала (хостес, фотографы), организация логистики дилеров из регионов. Проведения церемонии награждения Lumi Awards, организация гала-ужина.

РЕЗУЛЬТАТ:

Проведение пресс-конференции - более 150 посетителей. Проведение конференции с дилерами - более 300 посетителей. Организация двух гала-ужинов для партнеров и VIP-дилеров. Участие более 30 артистов: Ледовое шоу, талисманы Зимних Олимпийских игр 2014 и т.д



КЛИЕНТ:

Panasonic

БРЕНД:

Viera

НАЗВАНИЕ:

Презентация телевизора Panasonic Smart Viera

ЗАДАЧА:

Организация презентации телевизора Panasonic Smart Viera

РЕШЕНИЕ:

Светское мероприятие для журналистов, селебрити и VIP-клиентов в Maxim Bar.

РЕЗУЛЬТАТ:

Рост знания бренда. Увеличение лояльности к бренду. Материалы по мероприятию были опубликованы более чем в 30 изданиях. Рост продаж Panasonic Smart Viera на 50% в течение следующего месяца.



КЛИЕНТ:

Indesit

БРЕНД:

Hotpoint Ariston

НАЗВАНИЕ:

Празднование 20-летия Indesit в России с дилерами

ЗАДАЧА:

Презентация новой продуктовой линейки Hotpoint Ariston. Формирование положительного образа компании и бренда.

РЕШЕНИЕ:

Мероприятие в Arena Moscow. Официальная часть – итоги работы за 20 лет, награждения дилеров. Выставка – презентация новой линейки, демонстрация продукции. Развлекательная программа – банкетная и танцевальная часть.

РЕЗУЛЬТАТ:

Выступление резидентов Comedy Club, Ёлки и сотрудничество с ведущим Александром Анатольевичем. Hotpoint Brand Zone - представлено более 15 SKU техники с демонстрацией



КЛИЕНТ:

Оргкомитет Сочи

БРЕНД:

Лицензионные товары Сочи-2014

НАЗВАНИЕ:

Дом Книги и Оргкомитет Сочи-2014

ЗАДАЧА:

Привлечь внимание к лицензированной продукции Сочи-2014. Заинтересовать потребителя. Простимулировать к покупке.

РЕШЕНИЕ:

Разработка концепции проведения мероприятия «День СОЧИ-2014» в рамках фестиваля «Снова в Школу» в МДК. Разработка сценарного планарного плана. Реализация мероприятия.

РЕЗУЛЬТАТ:

Количество розданных POSm: листовки – 550 шт., флажки – 500 шт. Количество покупателей, посетивших МДК – 10 000 человек



КЛИЕНТ:

Оргкомитет Сочи

БРЕНД:

Новые продукты Panasonic в категориях Home Appliance, Beauty Care и Lumix

НАЗВАНИЕ:

Презентация продуктов Panasonic в г. Сочи

ЗАДАЧА:

Привлечение внимания в факту спонсорства Олимпиады в Сочи-2014. Формирование положительного образа бренда.

РЕШЕНИЕ:

Мероприятие для дилеров в г. Сочи, гостиница Radisson Blue. Сотрудничество с «лицом бренда» Александром Селезневим. Интеграция бренда в олимпийскую тематику. Организация demo зон с продуктами компании

РЕЗУЛЬТАТ:

Количество гостей - 312 + СМИ. 143 упоминания в СМИ о мероприятии



EVENT

Panasonic

КЛИЕНТ:

Panasonic

БРЕНД:

Триммер Panasonic

НАЗВАНИЕ:

Стиль создает Легенду

ЗАДАЧА:

Презентация новой продукции среди профессиональных стилистов

РЕШЕНИЕ:

Организация online конкурса среди профессионалов. Организация и проведение финального мероприятия с церемонией награждения. Привлечение СМИ, бьюти-блогеров. Мастер-класс от топ-стилиста Виктории Жариновой

РЕЗУЛЬТАТ:

132 участника конкурса из них 10 победителей
Присутствие 30 представителей СМИ, а так же бьюти-блогеров, fashion-фотографов на финальном мероприятии. Упоминание о конкурсе и мероприятии более чем на 50 тематических сайтах



EVENT

metabo
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ НЕМЕЦКИЙ ИНСТРУМЕНТ

КЛИЕНТ:

МЕТАВО

БРЕНД:

МЕТАВО

НАЗВАНИЕ:

Дилерская конференция в рамках выставки Mitex

ЗАДАЧА:

Презентация новой линейки новых продуктов в рамках выставки Mitex

РЕШЕНИЕ:

Организация промо-зоны Metabo на выставке
Привлечение кейтеринга. Проведение развлекательного мероприятия по результатам выставки с дилерами. Прогулка по Москве-реке на лайнере River Palace с выступлением артистов: Моральный кодекс, Александр Ф.Скляр, Crossroadz и т.д.

РЕЗУЛЬТАТ:

Ежегодное проведение выставки с 2010 года



ВСЁ

это и многое другое – это ПРИОР,
агентство мультиканального маркетинга
и правильных приоритетов

**ВАШ БУДУЩИЙ ПАРТНЁР,
ЕСЛИ ВЫ ОБРАТИТЕСЬ СЮДА.**

