



**ГРУППА АГЕНТСТВ №1  
НА РЫНКЕ КОНТЕНТНОГО  
МАРКЕТИНГА**



**КОНТЕКСТ**

**СОЗДАТЕЛИ КОНТЕНТА  
ЕЖЕДНЕВНО  
КОНКУРИРУЮТ  
ЗА ВНИМАНИЕ  
ПОТРЕБИТЕЛЯ**

**НАША МИССИЯ**

**ПОДНЯТЬ УРОВЕНЬ  
КОНТЕНТА БРЕНДОВ**



**И СДЕЛАТЬ ЕГО  
ИНТЕРЕСНЫМ  
ДЛЯ ЛЮДЕЙ**

## ЧТО ДЕЛАЕМ

# JAMI

Strategy & Creative  
SMM  
Branding  
Media  
Production

# LUP

Influencer Marketing  
Special Projects  
Analytics Platform & Bot

# SPORT

Спортивный маркетинг  
на базе партнерства  
с ГПМ

# ЭНЕРГИЯ

ORM  
Reputation management 360

# VOVA FAMILY

Metaverse Marketing  
AR&VR Production

**ПОДХОД**



**СТРАТЕГИЯ**

**КРЕАТИВ**

**ПРОИЗВОДСТВО**

**ПРОДВИЖЕНИЕ**

**РЕПУТАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

**АНАЛИТИКА РЕЗУЛЬТАТОВ**

**ЗАКРЫВАЕМ  
ПОТРЕБНОСТИ БРЕНДОВ  
НА КАЖДОМ ЭТАПЕ  
РАБОТЫ С КОНТЕНТОМ**



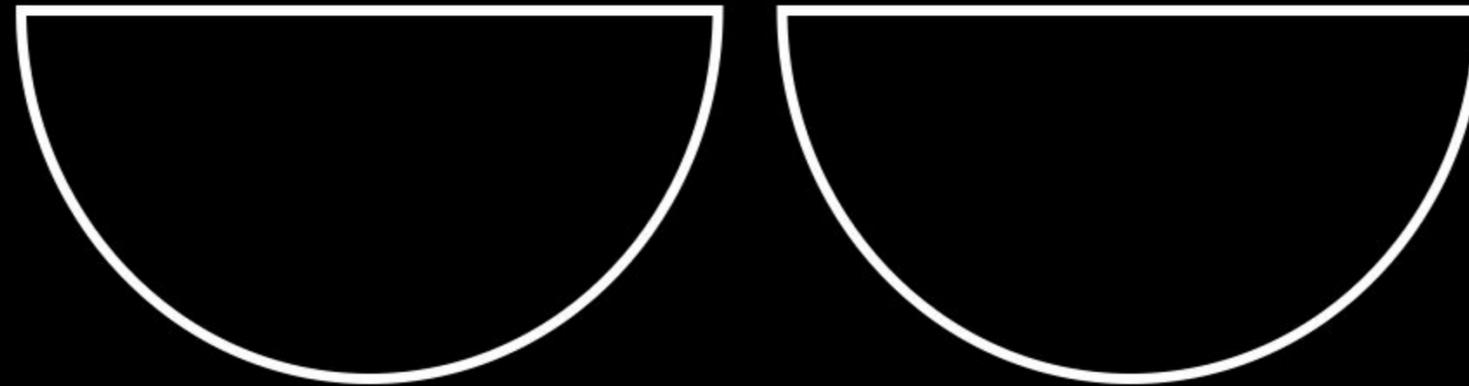
**КАК МЫ РАБОТАЕМ**

**ВОЗМОЖНОСТИ**

+280 профильных экспертов  
в команде inhouse

**ЭКСПЕРТИЗА**

Доступ к уникальным  
форматам продвижения  
по лучшей цене



**ТЕХНОЛОГИИ**

Постоянный поиск и разработка  
инновационных инструментов для глубокой  
аналитики, оптимизации процессов

**КЛИЕНТСКИЙ  
ОПЫТ**

Гибкий подход в режиме единого  
окна, или работе с отдельными  
агентствами группы

## НАШИ ЦЕННОСТИ

**ÖPENNESS**

Открыто и честно  
выражаем свои мысли

**DEŪVELOPMENT**

Постоянно  
саморазвиваемся

**EXCELLENČE**

Умножаем ответственность  
на качество работы



**ЭКСПЕРТОВ В КОМАНДЕ**

РЕЙТИНГИ 

**TOP 1**  
**ADINDEX 2024**

по знанию в категории  
influencer marketing

**TOP 1**  
**ADINDEX 2024**

команда в категории  
спецпроекты и нестандарты

**TOP 4**  
**ADINDEX 2024**

интегральный рейтинг:  
SMM/ PR/ SERM

**TOP 4**  
**RUWARD 2024**

кубковый рейтинг:  
лучшие SMM-агентства

# ФЕСТИВАЛИ 2024

## E+ AWARDS

4 серебра, 5 бронзы

## СЕРЕБРЯНЫЙ МЕРКУРИЙ

4 серебра, 5 бронзы,  
1 шорт-лист

## WOW AWARDS

2 бронзы, 1 шорт-лист

## RED APPLE

2 золота, 2 серебра, 1 бронза, 4  
шорт-листа + агентство года в  
категории МЕДИА

## PERSPECTU M AWARDS

2 золота, 1 серебро, 2 бронзы

## ADCR

Шорт-лист

## TAGLINE

1 серебро, 2 бронзы,  
4 шорт-листа

## МИКС РОССИЯ

1 серебро, 2 шорт-листа

## G8

Шорт-лист

# **ЈАМІ**

**ЛИДИРУЮЩЕЕ**  
**DIGITAL & SOCIAL**  
**АГЕНТСТВО**

**SOCIAL**

—

**COMMUNITY MANAGEMENT**

—

**CREATIVE & SPECIAL PROJECTS**

—

**PRODUCTION**

—

**MEDIA & STRATEGY**

# ЭКСПЕРТИЗА

telecom

TELE2

 билайн

 МЕГАФОН

auto

 LEXUS

 TANK

 GEELY

 LADA







 ŠKODA

Gett 

electronics

SIEMENS

SAMSUNG

 BOSCH



AVENT

 HUAWEI

PHILIPS

beauty

LANCÔME  
PARIS

GARNIER

VICHY  
LABORATOIRES

SEPHORA

CLARINS

YVES SAINT LAURENT



BIODERMA  
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

LA ROCHE POSAY  
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

GIORGIO ARMANI

FMCG

Libero®



Coca-Cola

Greenfield®

Bonduelle



# ЭКСПЕРТИЗА

finance

McKinsey  
& Company

BCG BOSTON  
CONSULTING  
GROUP

ВТБ

VISA

МИР

СБЕР  
СТРАХОВАНИЕ

СКБ > банк

делобанк

citi

pharm

NOVARTIS

Bayer

alvils  
brand management

gsk

Otrivin®

GALDERMA  
EST. 1981

GR

СТО  
ЛОТО

ПОЧТА  
РОССИИ

ВДНХ

IT&Tech

Google

Yappy

others

FORMA

PANDORA

HILDING  
ANDERS

O°STIN

askona

QUELLE.

spirits

OLMECA  
TEQUILA

BECHEROVKA®

КЛИЕНТЫ

СЕЙЧАС



КЕЙСЫ



# GREENFIELD

## ЗАДАЧА

Greenfield – премиальный бренд компании Orimi Trade лидера в категории чая и кофе. Перед агентством стояла задача: пересмотреть подход к ведению сообщества бренда в соцсетях. Повысить вовлеченность, ценность контента, и найти новое прочтение территории бренда «гармония с собой и с природой».

## РЕЗУЛЬТАТ

**X5 РАЗ**

**X9 РАЗ**

## РЕШЕНИЕ

JAMI развивает бренд в соцсетях уже 3 года. За это время Greenfield стал вдохновляющим «блогером», который помогает подписчикам обретать гармонию, обретая себя. Уникальные контент и спецпроекты Greenfield вовлекают, помогают обрести осознанность и вдохновляют на позитивные эмоции, повышая лояльность к бренду.

Оригинальный визуальный стиль бренда в соцсетях стал бенчмарком в своей категории. Агентство проводит сложные ежемесячные фотосессии с различными ингредиентами чая, а запуск каждой коллекцией поддерживается ярким продуктовым OLV.

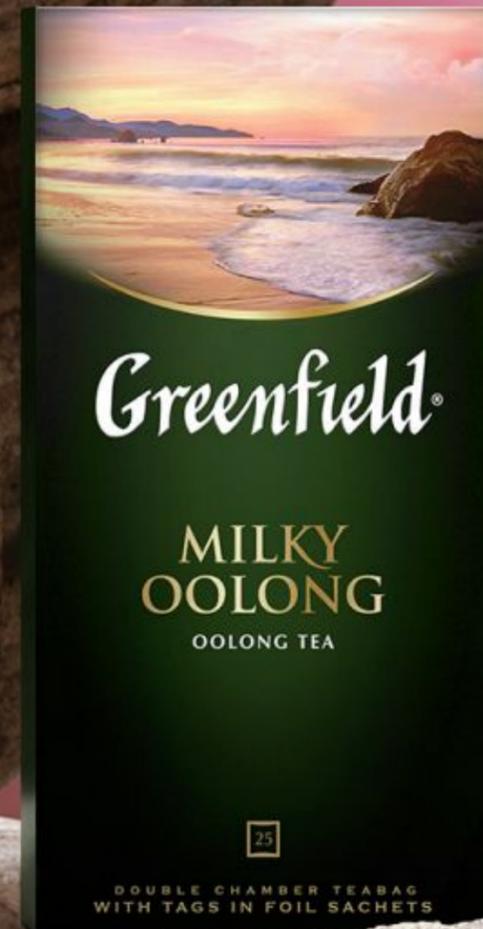
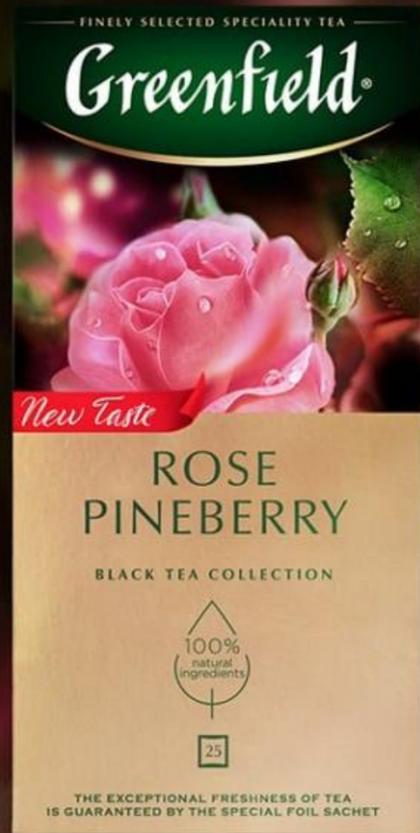
увеличен показатель IR во VK  
(с 0,49% до 2,63%)

увеличен IR в Instagram  
(с 0,6 до 5,7%)





Greenfield







— АТМОСФЕРА ГАРМОНИИ —

# FORMA / REPUBLIC

## ЗАДАЧА

Компания Forma — премиальный бренд ПИКа, самого крупного и быстрорастущего девелопера не только в России, но и в Европе. Цель коммуникации — создать привлекательный и уникальный образ будущего пространства Republic, премиального квартала на Пресне. Соединив в сознании аудитории историю места, стиль жизни и архитектуру мирового класса.

## РЕЗУЛЬТАТ

**2,9 млн.**

**34,2%**

**10:48 мин.**

## РЕШЕНИЕ

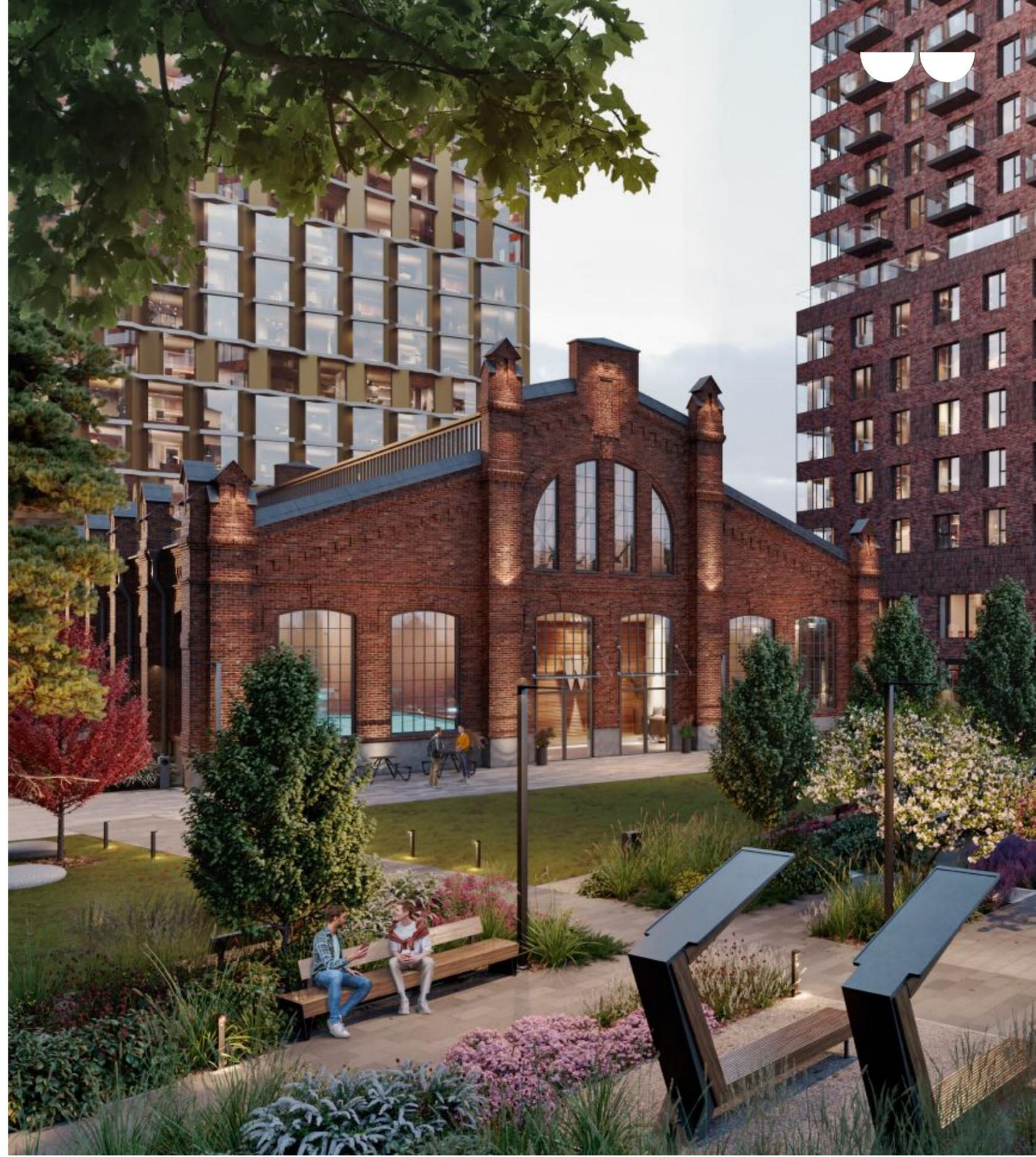
JAMI выиграло тендер, раскрыв ценность премиального квартала и района Пресня в b2c и b2b контентных стримах. Захватывающий контент в соцсетях помог открыть Пресню заново: её vibe, истории, архитектуру и стиль жизни будущих резидентов Republic. Были предложены громкие спецпроекты и блогерские интеграции, которые сработали как на охват, так и на лидогенерацию.

Для всего контента Republic был разработан уникальный визуальный гайд, в рамках которого проведены фото и видеосъемки. Уникальный стиль квартала стал ориентиром для других проектов ПИКа и всей категории девелоперов.

общий охват 3 социальных сетей Republic за 8 месяцев

средний показатель ER

среднее время на сайте Republic (переходы с постов)





# FORMA / PORTLAND, FORST, SOUL, MOMENTS

JAMI разработало уникальный визуальный стиль контента для квартала Republic и предложило ряд необычных спецпроектов, которые сработали на все этапы маркетинговой воронки. В результате агентство получило ретейнер на бренд Forma и креативное сопровождение всех кварталов: Forst, Portland, SOUL и Moments.

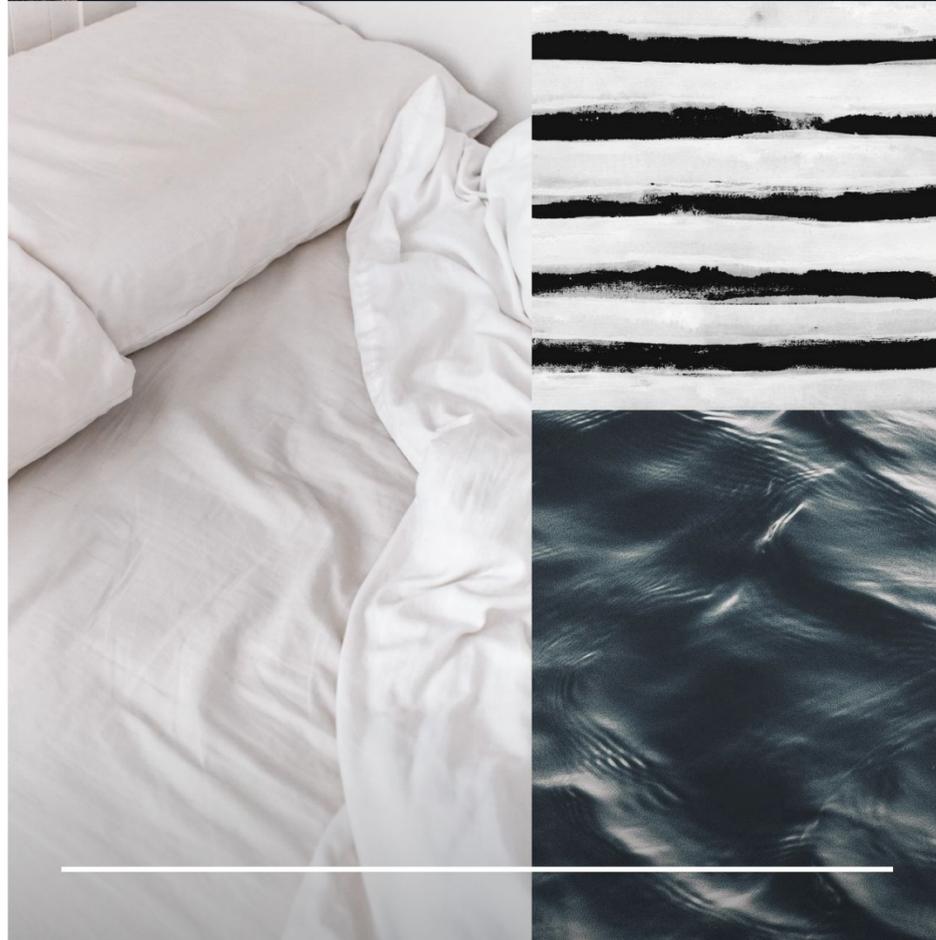
**2**  
очереди

по **4**  
корпуса

**АРХИТЕКТУРА**

от **15**  
до **29**  
этажей

на территории  
**> 400 ГА**



## ЖИЗНЬ НА ПОБЕРЕЖЬЕ

#новыеоткрытияPortland



# BONDUELLE

## ЗАДАЧА

Раскрыть миссию бренда Bonduelle в нестандартном для категории контенте. Чтобы вдохновлять людей расширять свой рацион растительного питания ради их собственного благополучия и здоровья планеты.

## РЕШЕНИЕ

В сообществах был создан невероятный визуальный мир бренда в виде ярких, вовлекающих фото, видео и стопмоушен. За полгода было проведено 8 съемок, где в интересных сюжетах мы вкусно рассказали о ценностях и атрибутах бренда.

## РЕЗУЛЬТАТ

**+40%**

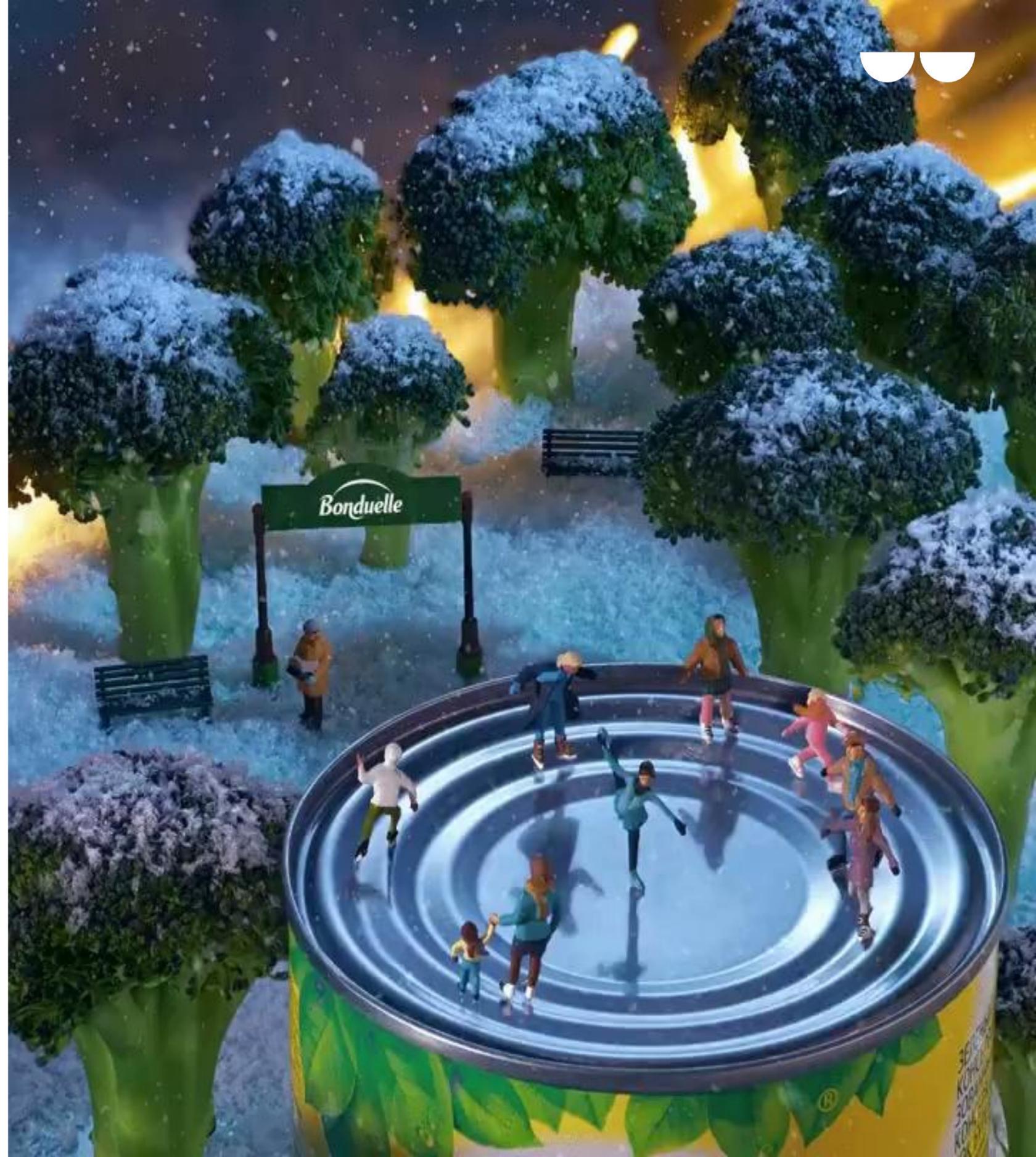
прирост аудитории  
в VK за год

**3,90%**

средний ERR канала в Telegram

**5 100 000**

суммарный охват публикаций  
VK с августа по декабрь 2022



# Сливочный суп с шампиньонами и беконом из индейки

🕒 20 минут

📊 154 ккал / 100 г





# СПЕЦПРОЕКТ. ФАНАТЫ ПУТЕШЕСТВИЙ

## ЗАДАЧИ

1. Активировать сотрудничество с ФК «Спартак-Москва» и донести до широкой ЦА статус партнёрства в категории путешествий.
2. Максимизировать охват аудитории, используя виральную идею и эмоциональную историю от лица бренда.
3. Поддержать знание о бренде MTC Travel в период отсутствия больших коммуникационных активностей.

## РЕШЕНИЕ

В серии роликов, снятых в документальном стиле, мы рассказали о том, как MTC Travel воплощает мечты о ярких и необычных путешествиях! Нашими героями стали пёс Спартак из Челябинска и его хозяин. MTC Travel организовал комфортное путешествие для всей семьи, а команда JAMI сняла его от и до. Публикации о путешествии сопровождалась посевами в СМИ и телеграм-каналах, вызывая живой отклик аудитории и волну органических публикаций (53% – объем публикаций без инвестиций). Это позволило не только привлечь внимание болельщиков ФК «Спартак-Москва», но и показать, что с питомцами удобно путешествовать с сервисом MTC.

## РЕЗУЛЬТАТ

БОЛЕЕ  
**6,8 МЛН**

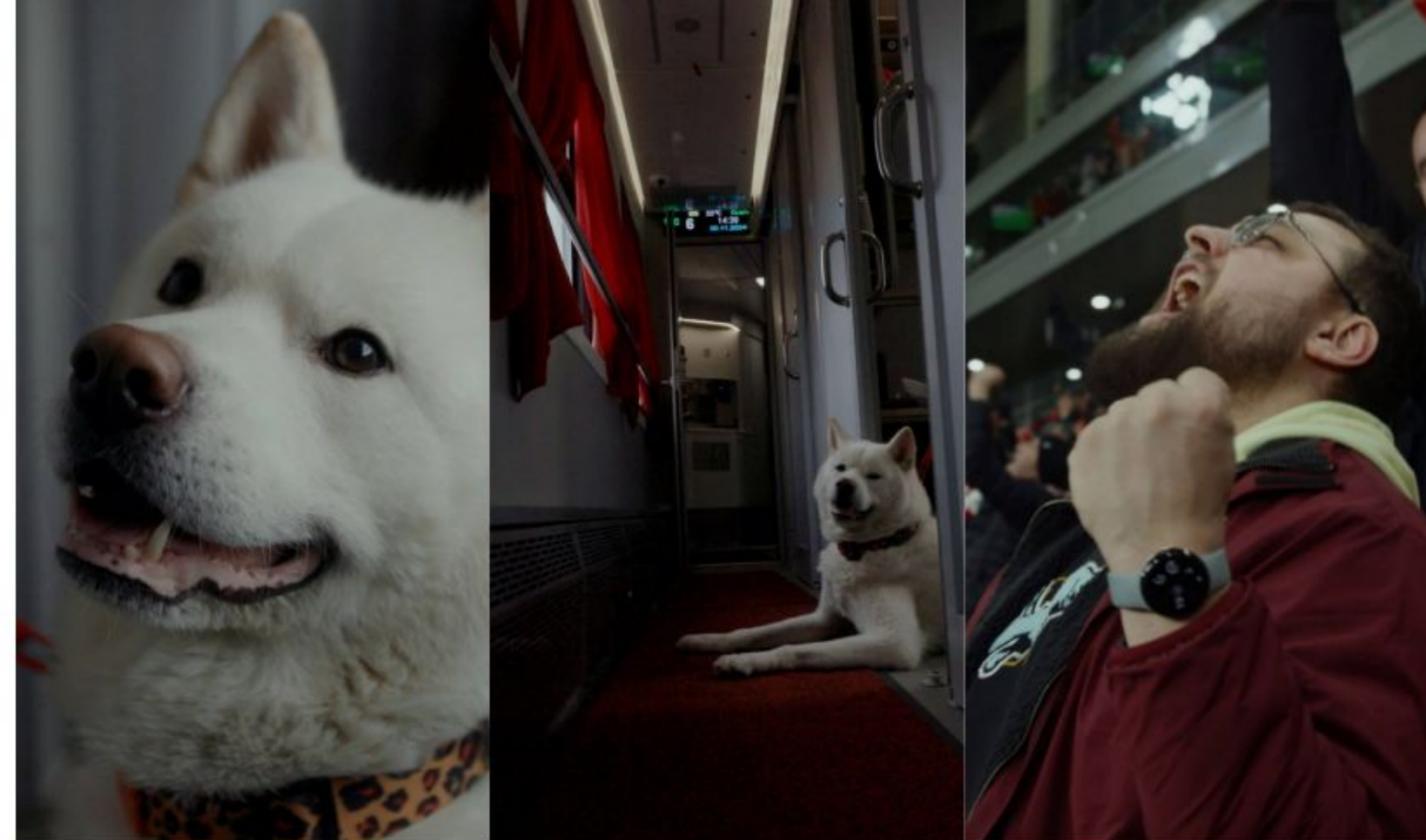
**0%**

**+400%**

охват в целевых сегментах  
(PR + SMM)

негативных реакций

темпы прироста подписчиков в соцсетях



# LUP

ЭКОСИСТЕМА РЕШЕНИЙ  
ДЛЯ БИЗНЕСА В СФЕРЕ  
INFLUENCER MARKETING

РЕАЛИЗАЦИЯ КАМПАНИЙ

—

КРЕАТИВ & СТРАТЕГИЯ

—

ПЛАТФОРМА, БОТ & АНАЛИТИКА

# ЭКСПЕРТИЗА

FMCG



beauty



finance



electronics



retailers



wear



# ЭКСПЕРТИЗА

pharm



SANDOZ

marketplaces



OZON



IT&Tech

Яндекс



Yappy



STEREO  
& VIDEO

fast food



airlines



Lufthansa



others



VOLVO

ПЯТ  
НИЦА!



СОЮЗ  
МУЛЬТ  
ФИЛЬМ



КЛИЕНТЫ

СЕЙЧАС

МЕГА  
МАРКЕТ

 СБЕР

 GROUPE  
SEB

 HUAWEI

 Unilever

Ak Bars  
Bank  


OZON

 билайн

HONOR



 САМОКАТ

MEGA<sup>®</sup>

VIVIENNE SABÓ  
PARIS

BANILA CO

 PREMIER

sela  
moms & monsters

СОЮЗ  
МУЛЬТ  
ФИЛЬМ

 ВТБ

ПЯТ  
НИЦА!



 МТС БАНК

КЕЙСЫ



# СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ. МЕГА ПРОТИВ БУЛЛИНГА

## ЗАДАЧА

Привлечь внимание к проблеме буллинга и рассказать о способах толерантного взаимодействия в обществе

## РЕШЕНИЕ

Команда МЕГА Екатеринбург запустила социальную программу «МЕГА против буллинга» — открыла лекторий, в котором специалисты по психологической помощи учили подростков распознавать буллинг и разрешать конфликты. Чтобы вдохновить подростков на честный диалог, МЕГА совместно с агентством LUP выпустили поддерживающий ролик с инфлюенсерами. Герои рассказали, за какие черты их высмеивали и как им удалось трансформировать свои «слабости» в силу. В ролике приняли участие диджей Карина Истомина, блогер Артем Евтушенко, телеведущая и музыкант Дина Марахонова, концертный организатор и основатель промогруппы «СТАЯ» Иван Гулидов и профессиональная баскетболистка Дарья Яловая.

## РЕЗУЛЬТАТ

**1,5 млн**

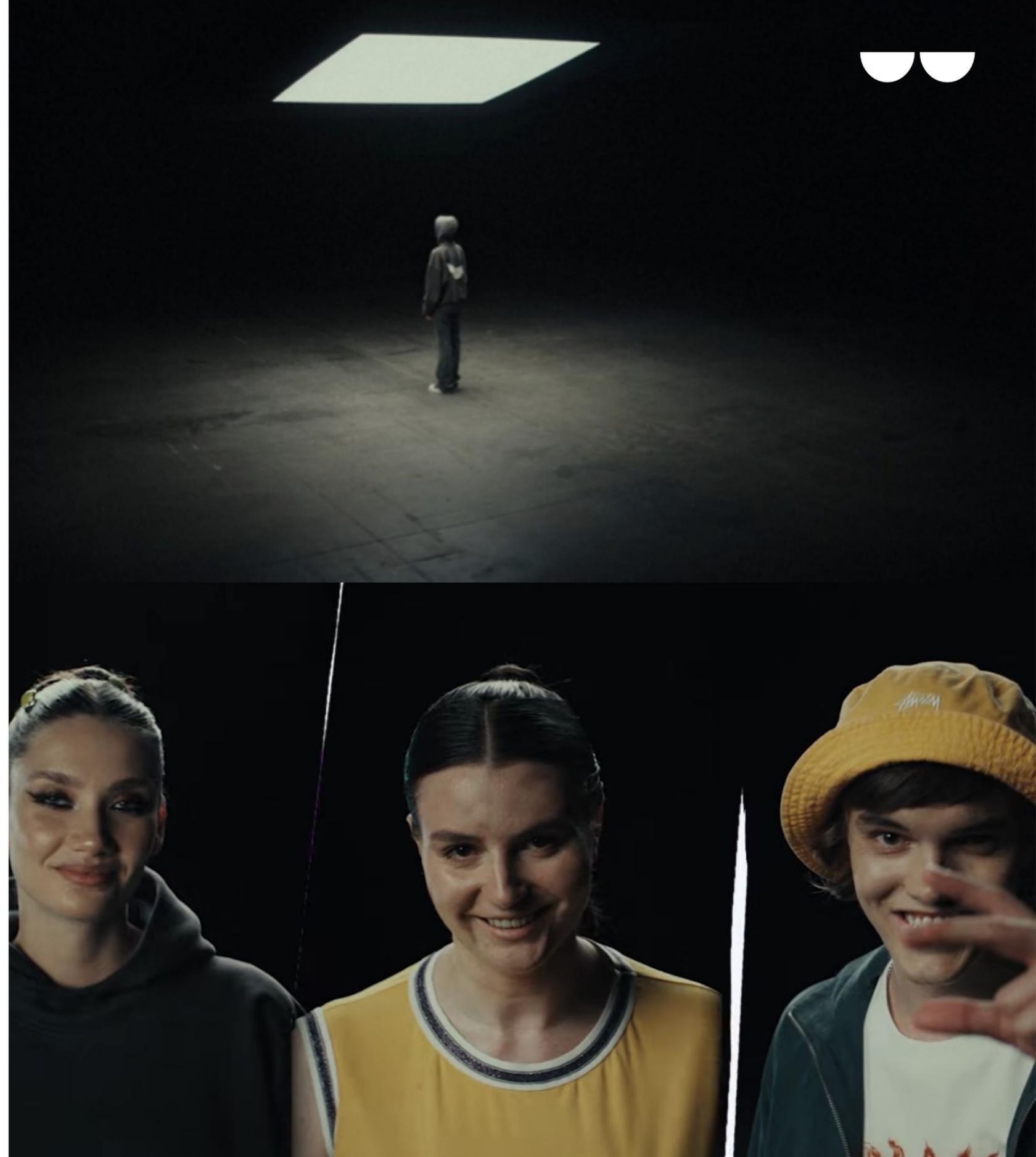
**255**

**1 500**

охват анонсирования проекта

человек посетили лекции

человек получили мерч



# СПЕЦПРОЕКТ МЕГАМАРКЕТ

## ЗАДАЧА

Создать первое в России шоу-распродажу с блогерами в ТВ-эфире. Привлечь как можно большее количество зрителей к просмотру шоу и участию в интерактивных механиках.

## РЕШЕНИЕ

LUP привлекло к съёмкам шоу шесть звёздных блогеров — Ида Галич, Юлия Гаврилина, Карина Нигай, Ян Топлес, Галина Боб и Владимир Селиванов. Герои отправились на «Ценовыжимательный завод», где, проходя испытания, добывали скидки для зрителей. В конце каждого испытания блогеры презентовали товары, а зрители приобретали их, используя разблокированную скидку.

Эфир анонсировался в социальных сетях у героев шоу, в TG-каналах и VK-сообществах.

## РЕЗУЛЬТАТ

**7,5 млн**

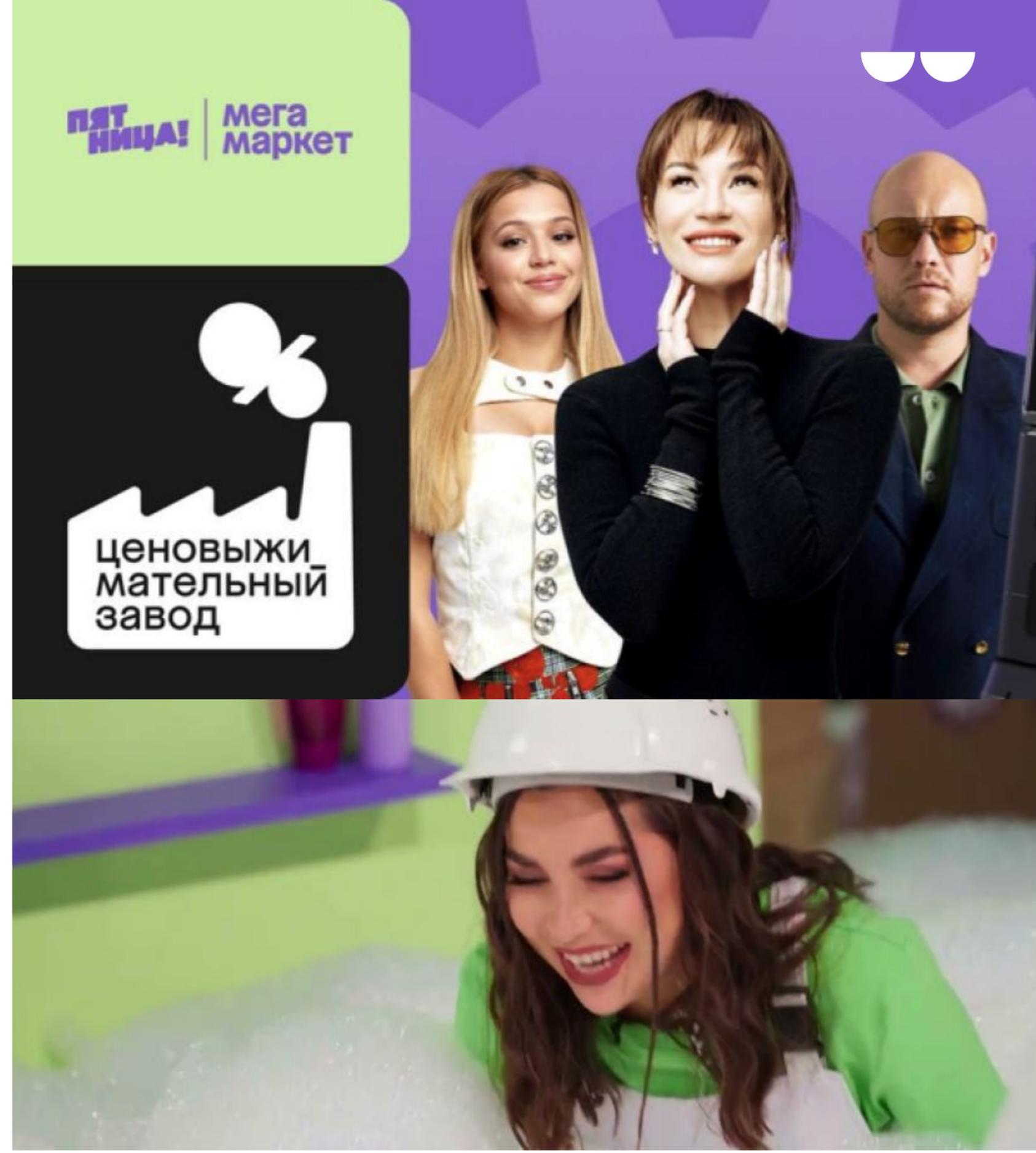
**2,3 млн**

более  
**100 тыс.**

охват размещений в собственных медиа блогеров, каналах в Telegram и VK-сообществах

уникальных зрителей эфира

сканирований QR-кода во время эфира



# СПЕЦПРОЕКТ. КИБЕРБИТВА С МОШЕННИКАМИ

## ЗАДАЧИ

Сформировать образ билайна как безопасного оператора и донести ключевое сообщение продукта Моя Безопасность — виртуальный помощник, который предупреждает о нежелательных звонках прямо на экране смартфона, блокирует спам и даже сам отвечает на звонки, записывает разговор и отправляет аудио прямо в приложении.

## РЕШЕНИЕ

Для реализации проекта мы решили выпустить ролик на канале самого медийного true-crime инфлюенсера и популярной журналистки — Саши Сулим. Для участия в ролике Саша пригласила пострадавших от кибермошенников людей, которые рассказали свои истории, а также обсудила с экспертами основные схемы мошенничества: с какими триггерами работают преступники, кто становится жертвами и как сервис Моя Безопасность от билайна помогает оградить себя и своих близких от мошенников. Разобраться, почему жертвы до последнего скрывают всё от родных и как работает мозг человека в моменты эмоционального вовлечения, помогла клинический психолог Евгения Смоленская. А о том, откуда взялся феномен телефонного и онлайн мошенничества и как можно обезопасить себя и своих близких, рассказал директор по управлению уровнем фрода в билайне.

## РЕЗУЛЬТАТ

**24,1 МЛН**

контактов с аудиторией

**+5,7 ПП**

рост атрибута  
безопасности билайна

**0,22%**

CTR ролика, что в 10 раз выше среднего показателя по YouTube (0,02%)



# VOVA FAMILY

АГЕНТСТВО

МЕТАМАРКЕТИНГА

## **РАЗРАБОТКА AR**

SOCIAL MEDIA, WEBAR

---

## **РАЗРАБОТКА METAVERSE**

ROBLOX, MINECRAFT, DECENTRALAND, SPATIAL, WEBGL

---

## **ПРОДВИЖЕНИЕ METAVERSE**

# ЭКСПЕРТИЗА

telecom



TV



IT&Tech



finance



beauty



# ЭКСПЕРТИЗА

FMCG

ИНДИ  ЛАЙТ

Rich<sup>®</sup>

auto

 АТОМ

others

GARAGE

PEOPLE TALK

 Delivery Club

# ТИНЬКОФФ ИНВЕСТИЦИИ

## ДЕНЬ РОЖДЕНИЯ СЕТИ «ПУЛЬС» И ПЕРВЫЙ КОНЦЕРТ ШУФУТИНСКОГО В МЕТАВСЕЛЕННОЙ / DECENTRALAND

### ЗАДАЧА

Ярко отметить юбилей социальной сети для инвесторов «Пультс» + привлечь внимание пользователей крипто к бренду «Тинькофф Инвестиции».

### РЕШЕНИЕ

Первый в истории концерт российского артиста в метавселенной « Михаил Шуфутинский в Decentraland 3 сентября».

### РЕЗУЛЬТАТ

**10 000**

**25 мин**

**ПРЕМИИ**

локацию посетило больше  
10000 человек за 2 дня

среднее вовлечение пользователей  
в рекламные активации

1. Золото на Событие Года — Онлайн мероприятие года — 2023
2. Бронза на Silver Mercury — «Best innovative campaign» — 2023



# АТОМ

## ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПЕРВОГО РОССИЙСКОГО ЭЛЕКТРОКАРА АТОМ / MINECRAFT

### ЗАДАЧА

Презентация электромобиля Атом в новом канале коммуникации с конкурсной механикой.

- Нестандартно представить новый бренд и его ценности;
- заявить о себе среди молодой аудитории;
- донести свои идеологические ценности: не идти проторенными путями, с нуля подойти к задаче сделать машину для активных городских жителей и с самого начала взаимодействовать и вести открытый диалог с современным поколением.

### РЕЗУЛЬТАТ

**24 млн**

**1 591**

**18 мин**

**ПРЕМИИ**

### РЕШЕНИЕ

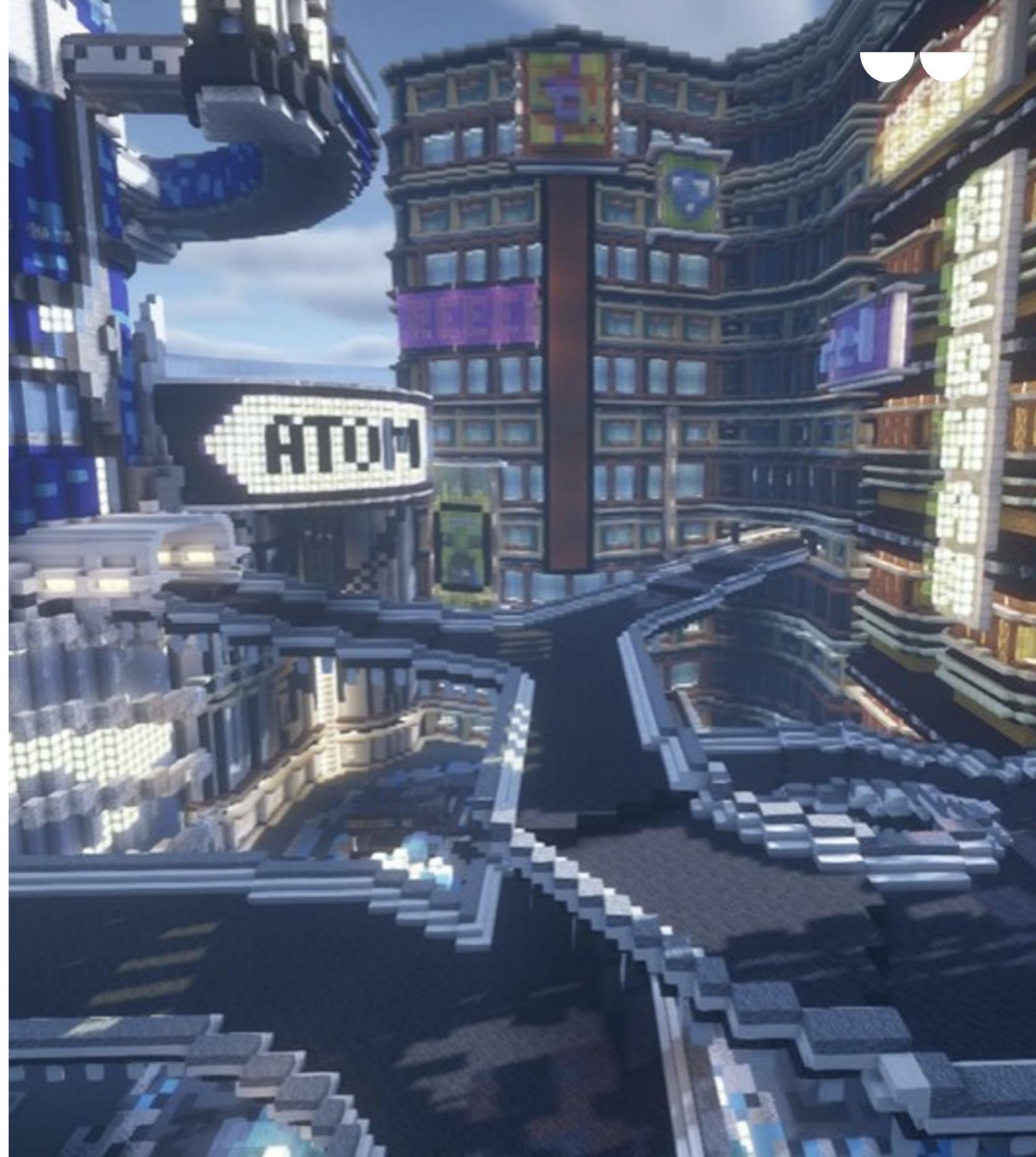
Ядром кампании стал футуристичный город Атомвиль в Minecraft, а главной активностью — строительный конкурс с главным призом — электромобилем Атом, где каждый желающий мог представить свой концепт идеального электрокара будущего.

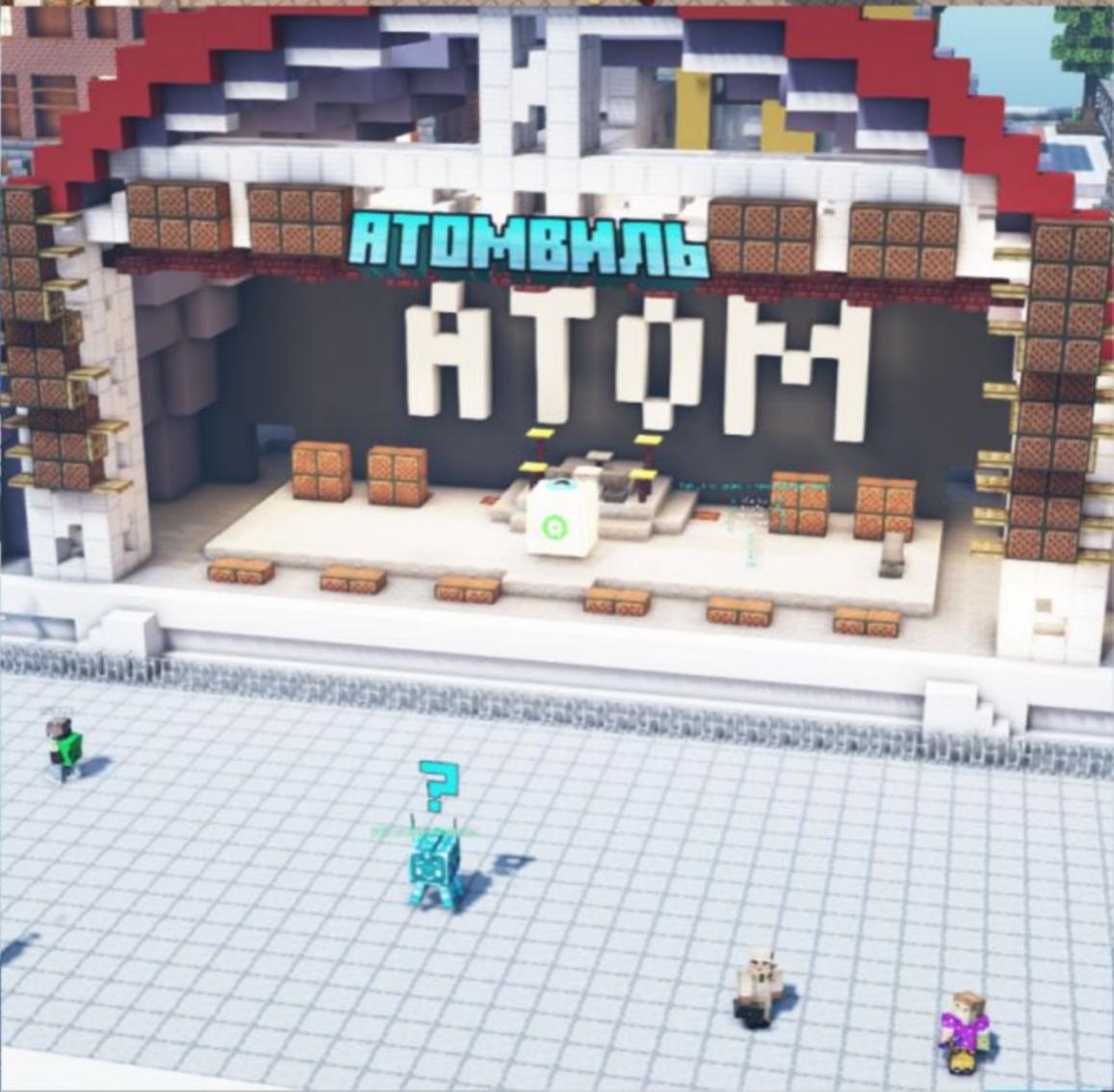
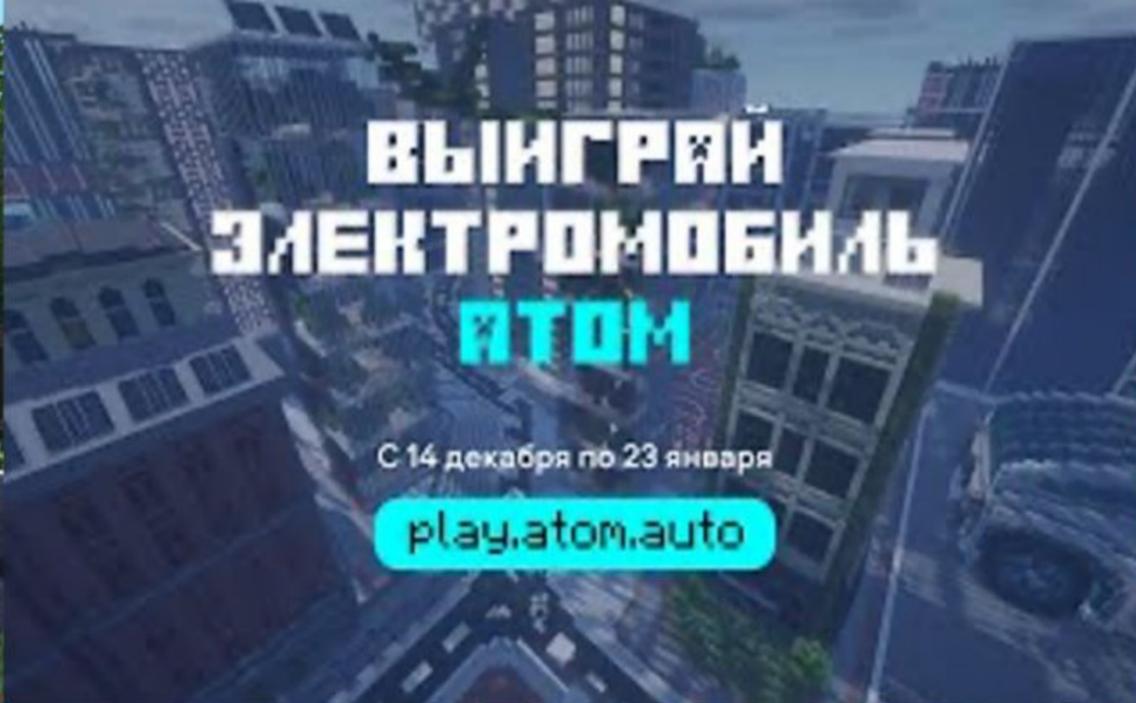
суммарная аудитория  
анонсирования проекта

созданных электромобилей

среднее время пребывания пользователей в мире

1. Серебро Silver Mercury «Best PR campaign with non-standart tool» — 2023
2. Бронза Red Apple Creative «Новая реальность» — 2023
3. Серебро Микс Россия «Best of Use Gaming» — 2023 / CREATIVE USE/ CREATIVE TOOLS/
4. Бронза Микс Россия «Innovative Creative Technologies» — 2023 / CREATIVE USE/ CREATIVE TOOLS/





# БИЛАЙН

## БИЛЕНД / ROBLOX

### ЗАДАЧА

Привлечение детской аудитории, знакомство с продуктами бренда через «апперов».

### РЕЗУЛЬТАТ

**613 000**

**758 000**

**7 мин**

**ПРЕМИИ**

### РЕШЕНИЕ

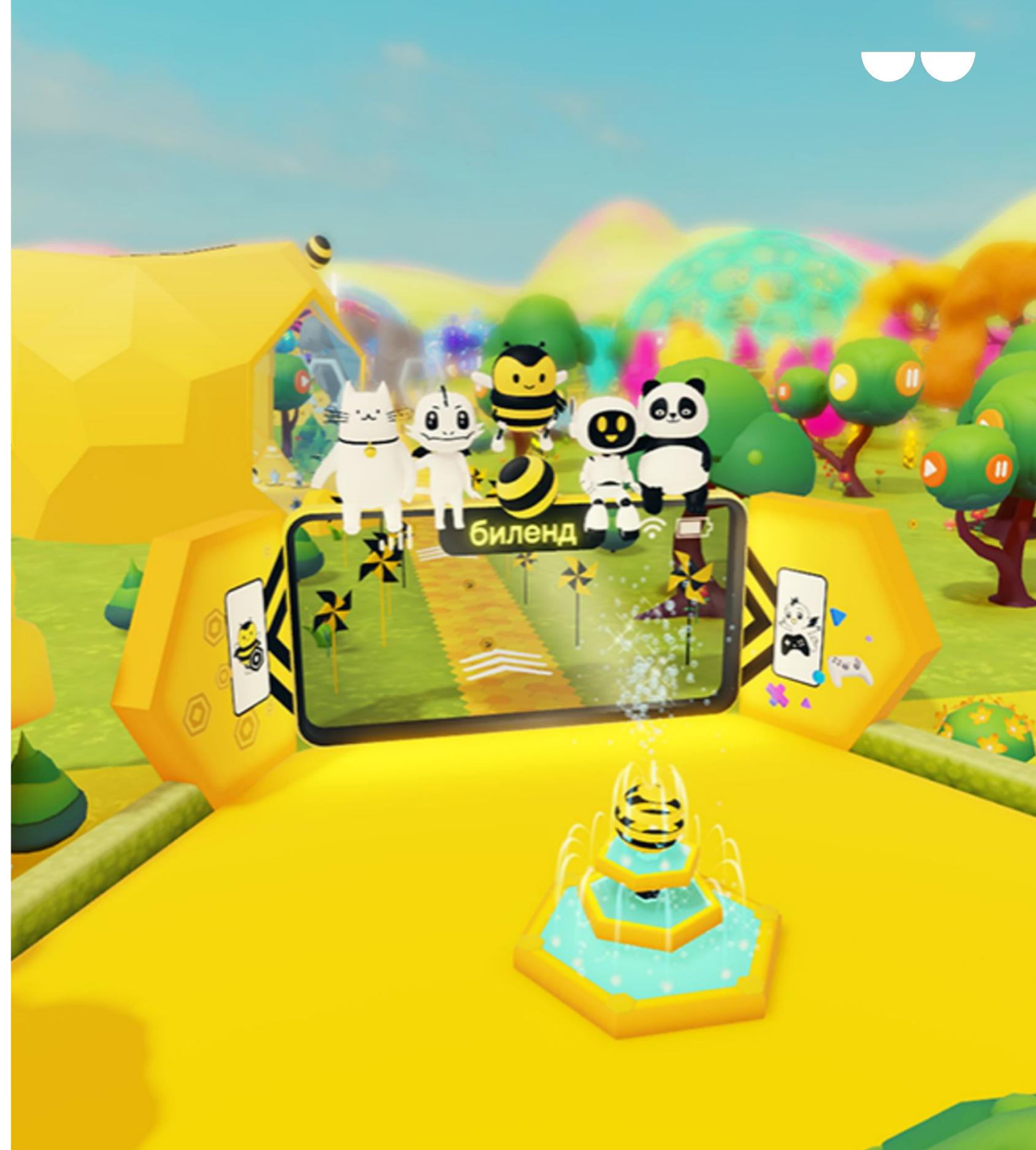
Разработка брендового мира БИЛЕНД в Roblox с фокусом на формировании лояльности и позитивного отношения через игровые механики. Его жителями стали mascots бренда — апперы. С помощью 10 разных игр они рассказывали детям об особенностях ведущего продукта бренда, Тарифа UP (АП), в котором каждый из апперов отражает тот или иной пакет услуг.

за время поддержки проекта в мир зашли 613 000 + уникалов, которые совершали в среднем по три визита в неделю

игровых сессий

В среднем, игроки проводят в Roblox пять минут. В «Биленде» — семь!

Золото на МИКК РОССИЯ / Marketing Communications / DIGITAL MEDIA CAMPAIGNS / New Media





# СОЮЗМУЛЬТФИЛЬМ

## ПРОСТОКВАШИНО / ROBLOX

### ЗАДАЧА

Создание виртуального мира по мотивам легендарного мультфильма.

### РЕШЕНИЕ

Создали виртуальный мир, с множеством квестов с отсылками к новому Простоквашино. Задания с основными персонажами мультсериала, в которых пользователь поближе познакомится с персонажами: Почтальоном Печкиным, Матроскиным, Шариком. Выполняя задания, пользователи выигрывали UGC-мерч, который навсегда остается у игрока на платформе.

### РЕЗУЛЬТАТ

**600 000**

**1,8 млн**

**10%**

**3 000**

уникальных пользователей за первый месяц

количество визитов с момента запуска проекта

процент игроков, которые возвращались в игру после первой сессии

UGC было реализовано: Гаврюша, свитер с Матроскиным и шапка Шайлушая





Играть

Пригласить друзей



# METAVVERSE. SELA В ROBLOX

## ЗАДАЧИ

1. Выйти в новый канал коммуникации, где можно показать современность и прогрессивность бренда;
2. Увеличить уровень вовлеченности в игровой форме;
3. Повысить узнаваемость бренда в семейном сегменте;
4. Сделать это нативно, без доминирования рекламы.

## РЕЗУЛЬТАТ

**700 K**

**43+ K**

**92%**

## РЕШЕНИЕ

Мы создали в Roblox новый развлекательный мир SELA, где нативно адаптировали элементы айдентики бренда в игровую среду, знакомую пользователям. Здесь игроки могут «примерить» на себя роли монстров и мам, выполнять задания, активировать дополнительные способности и зарабатывать валюту, которую могут потратить на скины в виде футболок из новой AR-коллекции SELA или лимитированные UGC-товары, которые можно продавать на маркетплейсе Roblox. В AR коллекцию вошли 9 айтемов с дополненной реальностью, которые были интегрированы на платформу Letary. Общее число открытий анимаций на платформе Letary за 1,5 месяца составило более 20 000 раз. А за весь период с момента релиза открытие анимаций превысило число продаж футболок вдвое

посещений мира SELA

количество игровых сессий в день, превышая показатель для ТОП-10 000 миров на платформе

лучший рейтинг по соотношению лайков и дизлайков для российских коммерческих игр



# ЭНЕРГИЯ

## УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ

### **ORM 360**

Контроль репутации бренда в каждом узле с помощью репутационных дисциплин (SERM, RPM, ORM и т.д.) и уникальных инструментов

---

### **МЕТРИКА DEXR**

Динамическая оценка упоминаний, увеличивающая эффективность ORM инструментов. Помогает не тратить бюджеты наших клиентов на неэффективные действия.

**Кейсы под NDA**



**THNX**