

The background features a dark blue field with several overlapping, semi-transparent geometric shapes in a lighter blue shade. These shapes are primarily triangles and quadrilaterals, creating a layered, architectural effect. The word "index" is centered in the middle of the composition.

index

ЭКО-ПЛЯЖ МАГНИТ & GARNIER

Запросить у Оксаны
ссылку на ролик

ЗАДАЧА:

Поддержать ответственное потребление и внести весомый вклад в решение проблемы пластикового загрязнения.

РЕШЕНИЕ:

Разработали эксклюзивную креативную промо-кампанию с экологической повесткой для ритейлера «Магнит», которая состояла из 2-х блоков: -Taylor Made промо в сети Магнит: - Эко активации на пляже

БОЛЬШЕ КРАСИВЫХ ЭКОПРИВЫЧЕК С МАГНИТ И GARNIER



ПОМОГИ ОЧИСТИТЬ ТЕРРИТОРИЮ НА ЮГЕ РОССИИ:
2P С КАЖДОЙ ПОКУПКИ GARNIER ИДУТ НА ОЧИСТКУ ПЛЯЖА ОТ ПЛАСТИКА

- КУПИ GARNIER С КАРТОЙ МАГНИТ
- ПОДЕЛИСЬ СВОЕЙ КРАСИВОЙ ЭКОПРИВЫЧКОЙ НА САЙТЕ [love.garnier.ru/eco](#)
- И ВЫИГРАЙ ПРИЗЫ!

ВЫИГРАЙ СУПЕРПРИЗ — СЕМЕЙНУЮ ПОЕЗДКУ НА МОРЕ И ДРУГИЕ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫЕ ПРИЗЫ

ГARNIER Quality First VEGAN 100% PLASTIC FREE



>2000
ЧЕЛОВЕК ПРИНЯЛИ
УЧАСТИЕ В СБОРЕ
МУСОРА

1600
РОЗДАНЫХ
ПОДАРОКОВ

>575
ТЫСЯЧ УНИКАЛЬНЫХ
ПОКУПАТЕЛЕЙ

>5000
ПОСЕТИТЕЛЕЙ ПЛЯЖА

>273
ТВОРЧЕСКИХ
РАБОТ НА САЙТЕ

>350
КГ СОБРАННОГО
МУСОРА НА ПЛЯЖЕ

>680
ТЫСЯЧ ЧЕКОВ
С ПОКУПКОЙ

ЗАДАЧА:

Интеграция бренда «Магнит» в фестиваль «Вкусы России» в Парке Горького в 2022 году и на Манежной площади в 2023 г.

РЕШЕНИЕ:

Интеграция бренда в статусе партнера городского мероприятия – фестиваль «Вкусы России» с брендированным домиком, в котором осуществляются продажи и проходят мастер-классы. В сжатые сроки были разработаны механики активностей, оформление корнера и реализовано «под ключ».

Спустя год «Магнит» вернулся с запросом на повторную реализацию мероприятия в той же концепции, но уже на 10-ти дневном фестивале на Манежной площади.

4,5 МЛН

КОЛИЧЕСТВО
УЧАСТНИКОВ
ФЕСТИВАЛЯ

БОЛЕЕ

3 500

РЕЗУЛЬТАТИВНЫХ
КОНТАКТОВ



ЦЕЛИ:

Поддержание имиджа и повышение узнаваемости торговой сети Магнит в новом формате.

ЗАДАЧИ:

Разработать концепт открытия магазина Магнит в новом формате. Проведение моментальной лотереи и розыгрыша призов за покупки.



8 000

КУПОНОВ

было выдано при покупке для участия в розыгрыше

>300

призов

розыграно в моментальной лотерее

30

призов

было роздано в день главного розыгрыша

>500

кружек

чая было роздано в день открытия магазина

ЗАДАЧА:

Разработать концепцию Кубка билайна по гоночным регатам в партнерстве с «Силой Ветра» на сезон 2023 года.

РЕШЕНИЕ:

Нами было предложено оформление гонок и активности для гостей, которые останутся на суше. Продакшен был реализован под ключ и все активности используются во всех городах.



7
ГОРОДОВ

383
УЧАСТНИКА ГОНОК

>3000
ГОСТЕЙ

>156
млн. общий рг-охват

ЗАДАЧА:

Отметить день города вместе с жителями. Вовлечь аудиторию в коммуникацию с брендом, рассказать про приложение Самокат и мотивировать на его установку. Дать попробовать безалкогольные коктейли на основе СТМ.

РЕШЕНИЕ:

Была разработана яркая бренд-зона, а также продуманы различные активности с подарками. Также посетители могли продегустировать коктейли на основе СТМ.



МЕРОПРИЯТИЕ
ПОСЕТИЛО

~1 МЛН. ГОСТЕЙ

БОЛЕЕ

100 000

ГОСТЕЙ БРЕНД ЗОНЫ

910

ЧЕЛОВЕК ПОПРОБОВАЛИ
КОКТЕЙЛИ НА ОСНОВЕ
НАПИТКОВ СТМ
ОТ САМОКАТ

ЗАДАЧА:

Проведение BTL-активности в поддержку Федеральной рекламной кампании сервиса СБП.

РЕШЕНИЕ:

Организация работы стенда, где любой желающий мог купить кофе за 1 рубль, воспользовавшись оплатой по QR-коду. Что наглядно позволило продемонстрировать простоту и удобство СБП.



2

НАГРАДЫ:
СЕРЕБРЯНЫЙ МЕРКУРИЙ,
ЭФФИ

63 332

КОНТАКТОВ

14

ИНТЕГРАЦИЙ В
МЕРОПРИЯТИЯ

ЗАДАЧА:

Увеличение количества установок приложения Самокат, первых и повторных заказов, отстаивание имиджевых позиций

РЕШЕНИЕ:

Яркая бренд зона в парках, на которой в игровой механике потребителям помогли с установкой приложения / выдавали промо код на скидку и угощали продукцией СТМ



> 24 ТЫС
КОНТАКТОВ

20
ГОРОДОВ

> 4 ТЫС
ЗАКАЗОВ

ЗАДАЧА:

Доработать и реализовать креативное оформление зон на катке в Парке им. Горького в сезон 2022-2023 для бренда байлан.

РЕШЕНИЕ:

Совместно с клиентом была разработана концепция оформления и в крайне сжатые сроки в горячий сезон было реализовано оформление трех зон – «ёлка с шаром» у входа на каток, «световая аллея» и зона фудкорта.

2,5
МЕСЯЦА
РАЗМЕЩЕНИЯ

>450 ТЫС.
ПОСЕТИТЕЛЕЙ ЗА СЕЗОН

-20°
ТЕМПЕРАТУРА ВОЗДУХА
ВО ВРЕМЯ МОНТАЖА



ЗАДАЧА:

Имиджевая интеграция «Мир» x СБП в павильоне «Умные финансы» на ВДНХ

РЕШЕНИЕ:

Разработана концепция с большим количеством ярких активностей: обучение и турнир по быстрым шахматам, игра по узнаванию кричалок команд КХЛ и награждение победителей, тематическая игра в крестики/нолики, яркое оформление детской зоны, фотозона и паблик-ток с известным футболистом.

Москва



ВЫДАННЫХ
ПОДАРКОВ*