

Презентация подготовлена  
для компании «ЧЕТРА»

**НЕБО**  
АГЕНТСТВО ГРУППЫ ТАЙВАС

# Структура презентации

1. О нас
2. Примеры работ

# О нас

- «Небо» – это креативное и стратегическое рекламное агентство, которое открылось в Санкт-Петербурге в апреле 2004 года.
- «Небо» является частью Taivas Group – ведущего международного коммуникационного концерна.
- Мы помогаем брендам наших клиентов становиться сильнее за счет разработки правильных стратегических решений и креативных идей
- «Небо» маленькое, но БОЛЬШОЕ агентство.
  - Нас 20 человек
  - Все ключевые позиции занимают люди с опытом работы в сетевых агентствах
  - Мы используем опыт и инструменты сетевых агентств, но гораздо быстрее и эффективнее
- Небо – агентство номер 1 в Санкт-Петербурге и входит в топ 15 по России (по версии АКАР)



Мы гостеприимны и всегда рады  
приветствовать  
Вас в нашем офисе 😊

# Награды

С 2005-2010  
Небо  
завоевало  
более 50  
наград

Небо входит в  
топ 15 самых  
награждаемы  
х агентств в  
России.



# Некоторые клиенты

- Валио (Viola, Valiojogurtti, Zero Lactose, масло Valio)
- Атрия Россия (Пит-Продукт, КампоМос)
- Кондитерская фабрика Крупской (Пекарь)
- Балтимор
- Хлебный Дом
- Орими Трейд (Greenfield, TESS, Принцесса Канди, Жокей)
- Перно-Рикар Русь (Jameson, Ballantines)
- Целинная Фабрика Деликатесов (Казахстан)
- Равиолли
- Альфа-Банк
- Мегафон (Санкт-Петербург, Поволжье)
- Национальный Банк Trust
- ... И многие другие



Примеры брендинговых и креативных кампаний



**Клиент:** Pernod-Ricard Rouss

**Задача:** продвижение бренда в он-трейде и офф-трейде, приуроченное ко Дню Святого Патрика. День Святого Патрика – то событие, с которым ассоциируется и которое отмечает Jameson по всему миру. В основном сообщении необходимо отразить «дух» пятничной вечеринки для менеджеров как основной ЦА.

**Описание кампании:** Основная идея отражает призыв «оторваться» по полной в этот день. И пусть все знают, что «по сравнению с тобой Патрик – святой!»

**Основные носители:** материалы для он-трейда и офф-трейда

**Результат:** кампания стартовала в начале марта 2010.



# ПО СРАВНЕНИЮ С ТОБОЙ ПАТРИК – СВЯТОЙ!



ЗАКАЖИ 2 ПОРЦИИ JAMESON  
И УЧАСТВУЙ В РОЗЫГРЫШЕ ПРИЗОВ

17 МАРТА 2011 ДЕНЬ СВЯТОГО ПАТРИКА



ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ  
АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ЗДОРОВЬЮ

*Ballantine's*<sup>®</sup>

**Клиент:** Pernod-Ricard Rouss

**Задача:** разработать идею для анонсирования главного приза акции, проводимой Ballantines.

**Основные носители:** POS-материалы для он-трейда и офф-трейда

**Результат:** кампания стартовала весной 2010 года.

*Ballantine's*

**ЖИВИ ПО СВОИМ МЕРКАМ**

КУПИ BALLANTINE'S И ВЫИГРАЙ  
ГЛАВНЫЙ ПРИЗ – ЭЛЕГАНТНЫЙ  
КОСТЮМ, СШИТЫЙ  
ПО ИНДИВИДУАЛЬНОМУ  
ЗАКАЗУ ИЗВЕСТНЫМ  
АНГЛИЙСКИМ ПОРТНЫМ



*Ballantine's*  
LEAVE AN IMPRESSION

КЛАССИЧЕСКИЙ ШОТЛАНДСКИЙ  
ВИСКИ ДЛЯ ТЕХ, КТО СОЗДАЕТ  
СВОЙ СОБСТВЕННЫЙ СТИЛЬ

ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ  
АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ЗДОРОВЬЮ



Для Национального Банка Траст агентство Небо создало креативную концепцию и адаптировала ее для использования в наружной рекламе, прессе, сети Интернет.

**ТРАСТ – ОН КАК Я,  
ТОЛЬКО БАНК!**

**ВКЛАДЫ: СТАВКИ ВЫРОСЛИ**

**КРЕДИТЫ: СКИДКА – 50%**

НАЦИОНАЛЬНЫЙ БАНК **ТРАСТ**

WWW.TRUST.RU  
(812) 326-39-39

**TRUST**®

Брюс Уиллис



### **Задача:**

- Укрепить имидж «Хлебного дома» как лидирующего бренда в Петербурге, выделить зонтичный бренд как гарант качества всех продуктов.

### **Стратегия:**

- Систематизировать упаковку, выделив при этом присутствие зонтичного бренда.
- Обновить фирменный стиль.
- Запустить имиджевую рекламу, задача которой – подчеркнуть лидерство «Хлебного дома» и близость ценностей бренда потребителям.

### **Каналы коммуникации:**

- Упаковка (более 70 позиций).
- Корпоративные документы.
- Внутренняя коммуникация.
- Внешняя коммуникация (ТВ, метро, POS).

# Восприятие бренда «Хлебный Дом»

Вчера



Потребитель

Сегодня



# Хлебный Дом - новая система упаковки

Mass products



Coffee breads



Added value



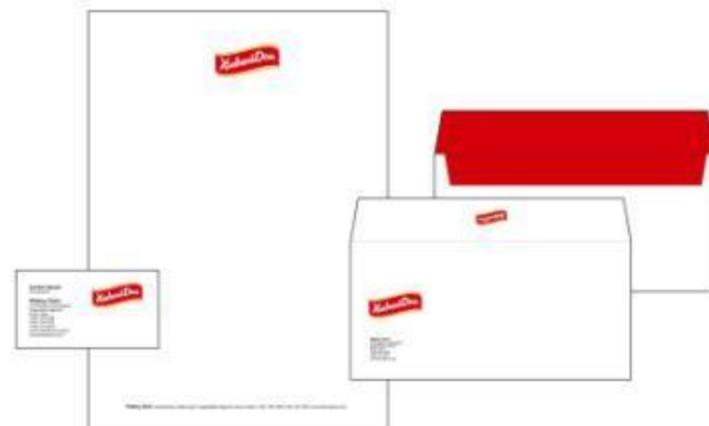
Plain long shelf



Added value long shelf



# Хлебный Дом - новый фирменный СТИЛЬ



# ТВ-ролик



ТВ-ролик можно посмотреть здесь:

[http://www.youtube.com/watch?v=nu49q3rqrWg&feature=channel\\_video\\_title](http://www.youtube.com/watch?v=nu49q3rqrWg&feature=channel_video_title)

# Результаты кампании

- Спонтанная известность марки «Хлебный Дом» выросла в период с марта по май 2005 года с 27% до 40% (Каравай с 25% до 27%), наведенная известность соответственно у ХД выросла с 81% до 85%.
- Потребительский опрос показал, что «Хлебный Дом» является безусловным лидером среди производителей хлебобулочных изделий в Петербурге.



**Клиент:** Атриа Россия

**Задача:** провести ребрендинг, включая полную смену системы упаковок и фирменного стиля. Вызвать доверие к бренду. Создать общественный резонанс.

**Описание кампании:** полномасштабная TTL-кампания. На первом этапе была запущена наружная реклама, рассказывающая об изменении логотипа, упаковки и качественных изменениях в кампании. На втором – в эфир вышел телевизионный ролик, а на наружной рекламе появились суперклоузапы продуктов с акцентами на содержании мяса. Размещение % мяса на упаковке вызвало большую дискуссию в обществе.

Основные носители: ТВ, 2 волны наружной рекламы, интернет, пресса.

# Первая волна наружной рекламы



**У НАС ПРОИЗОШЛА ЦЕПОЧКА ПРЕОБРАЗОВАНИЙ**  
Мы вернули сосискам «Коктейль» прежний вкус



Вкусная честная еда

**МЫ ПОНИМАЕМ В КОЛБАСНЫХ НАРЕЗКАХ**  
Нашу новую упаковку легко открыть, легко закрыть



Вкусная честная еда

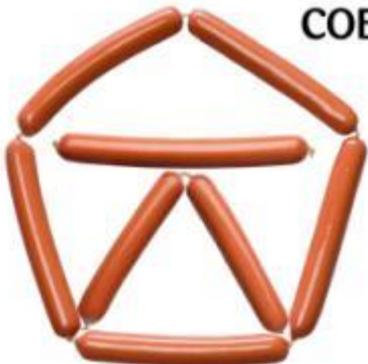


**МЫ ЗАДАЛИ СЕБЕ НОВУЮ ПЛАНКУ**  
Мы увеличили содержание мяса в продуктах и заявили об этом на упаковке



Вкусная честная еда

**СОБЛЮДЕНИЕ КАЧЕСТВА – ЭТО ХОРОШИЙ ЗНАК**  
Мы усилили контроль качества



Вкусная честная еда

# Вторая волна наружной рекламы



# Новая система упаковки



# POS материалы



Вкусная честная еда

Мы увеличили содержание мяса в продуктах и заявили об этом на упаковке



КамноМос

колбаса сырокопченая Брауншвейгская

не менее 98% МЯСА



\*использована доля высшего и первого сорта мяса в данном продукте в соответствии с требованиями ГОСТ Р 54427-2005

# Веб-сайт



Вкусная честная еда

Контакты

О компании

Вакансии



сосиски



сардельки



вареные колбасы



полукопченые колбасы



деликатесы



сырокопченые колбасы

КампоМос

не менее  
**98%**  
МЯСА

колбаса сырокопченая  
Брауншвейгер



Телефон "горячей линии": 8-800-100-05-60, звонок бесплатный.

# Сайт «Клуб Мясозависимых»

**ОПАСНАЯ ЗОНА ОПАСНАЯ ЗОНА ОПАСНАЯ ЗОНА**

**МЯСОЗАВИСИМОСТЬ**

**345 845 657 942**  
**97% жителей Земли мясозависимые!**

Мясозависимость — зависимость от мяса и мясных продуктов (колбасы, сосиски, сарделки). Встречается у 90-97 % людей на земле.

Известно, что мясозависимости больше подвержены мужчины. Именно у них чаще встречается самая тяжёлая форма мясозависимости — потребность в ежедневном употреблении мяса или продуктов из мяса.

**Это надо знать!**

- **КАК ЖИТЬ С МЯСОЗАВИСИМЫМ?**
- **ЧТО ДЕЛАТЬ ЕСЛИ ВАШ НУЖ МЯСОЗАВИСИМ?**
- **СОВЕТЫ МЯСОЗАВИСИМЫМ**
- **ИСТОРИИ МЯСОЗАВИСИМЫХ**

**КАРНОЗАВИСИМЫЙ**  
34 года  
В зависимости уже 7 лет, просидел лечение в течение 2 лет

**КАРНОЗАВИСИМЫЙ**  
34 года  
В зависимости уже 7 лет, просидел лечение в течение 2 лет

**КАРНОЗАВИСИМЫЙ**  
34 года  
В зависимости уже 7 лет, просидел лечение в течение 2 лет

**КАРНОЗАВИСИМЫЙ**  
34 года  
В зависимости уже 7 лет, просидел лечение в течение 2 лет

**КАРНОЗАВИСИМЫЙ**  
34 года  
В зависимости уже 7 лет, просидел лечение в течение 2 лет

**КАРНОЗАВИСИМЫЙ**  
34 года  
В зависимости уже 7 лет, просидел лечение в течение 2 лет

**ПОСЛЕДНИЕ СЛУХИ**

Арсений, 54 года      семья Кривоных      Антонина Михайловна, 87 лет

**ОПАСНАЯ ЗОНА ОПАСНАЯ ЗОНА ОПАСНАЯ ЗОНА**

Пародия на сайты для анонимных алкоголиков или нарко-зависимых, дающий людям советы как можно выявить Мясозависимость, вылечить её. Предлагает людям оставить на сайте свои истории о мясозависимости.

# ТВ-ролик



ТВ-ролик можно посмотреть здесь:

[http://www.youtube.com/watch?v=4wJ8BBhZCjQ&feature=channel\\_video\\_title](http://www.youtube.com/watch?v=4wJ8BBhZCjQ&feature=channel_video_title)



**Клиент:** Пит-Продукт

**Задачи ребрендинга:**

- Создать и поддержать имидж бренда Пит-Продукт как лидера в среднеценовом сегменте.
- Усилить в восприятии бренда характеристики «современный» и «качественный».

**Осуществленные проекты:**

- Новый фирменный стиль.
- Новая стратегия упаковки (120 SKU).
- Коммуникационная стратегия.
- Имиджевая кампания.
- Кампания по запуску многократно закрывающейся упаковки.

# Тактическая рекламная кампания



**Пит-Продукт**  
Когда еда – в радость.

## «Аппетитная пора»



Режьте толще,  
ешьте больше!

с 15 по 28 ноября  
**АКЦИЯ -30%**

Реклама



**Пит-Продукт**  
Когда еда – в радость.

## Кусочков больше! Так положено!



## +20% бесплатно

с 1 ноября по 31 декабря 2008 года

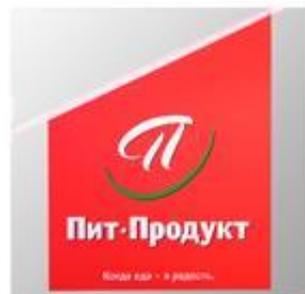
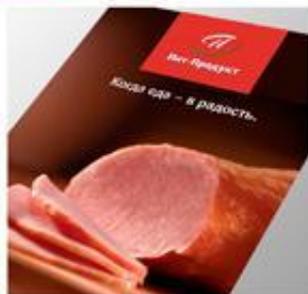
В акции участвуют деликатесы и ветчины, отмеченные специальным знаком.



**Пит-Продукт**

Когда еда - в радость.

# Новый фирменный стиль





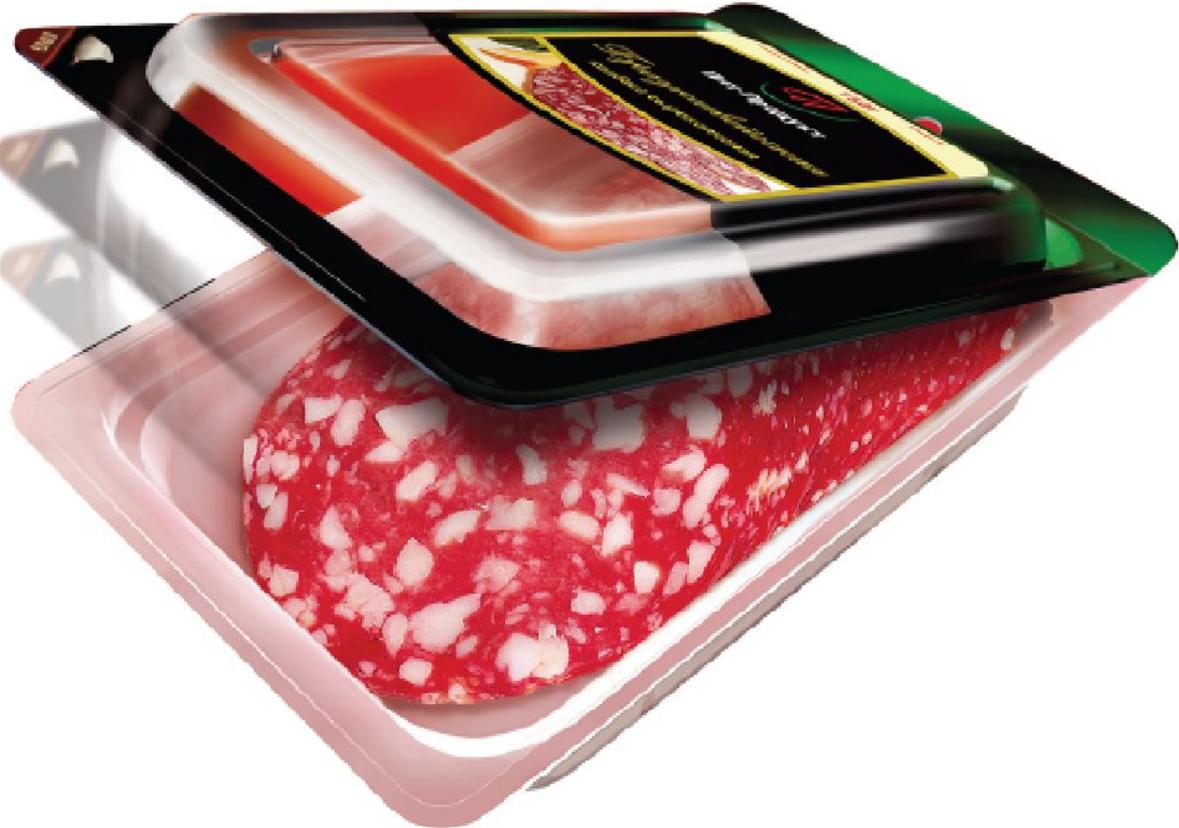
**Пит-Продукт**

Когда еда - в радость.

# Новая упаковка



**НЕБО**  
СЕРВИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ



# Имиджевая рекламная кампания – ТВ



Посмотреть ролик можно здесь:

<http://www.youtube.com/watch?v=xV2sx9b23lw>



**Клиент:** Балтимор

**Задача:** В связи с активностью конкурентов создать креативную концепцию, которая поддержит лидирующие позиции бренда на национальном уровне и донесет базовую ценность - «Томатность продукта». Основное сообщение **«Балтимор — самый томатный кетчуп»**.

Дополнительные требования к ролику — выделяться из из клаттера продуктовых роликов конкурентов, сообщающих о «томатности» своих кетчупов, и сохранить стилистику предыдущих продуктовых роликов бренда

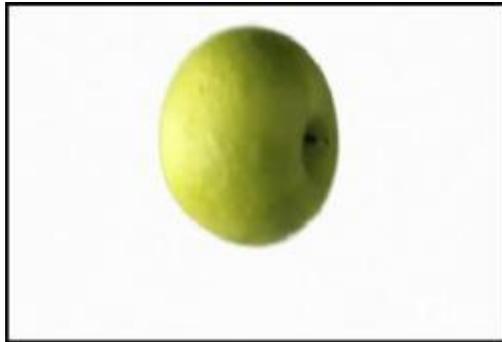
**Описание кампании:** Основная идея концепции **«В наших кетчупах так много томатов, что яблоку негде упасть»**

Основные носители: ТВ, POSM

**Результат:** Рекламный ролик «Яблоко» для кетчупов поддержал известность бренда и был отмечен как **«Лучший ролик российского эфира»** в апреле 2008 года, стал лидером рейтинга «Addvalue» в номинации «Стратегический ход».

По результатам тестов потребители запомнили ролик, правильно считали сообщение, положительно оценили кампанию

# ТВ-ролик



ТВ-ролик можно посмотреть здесь:

[http://www.youtube.com/watch?v=CuhdigjYe\\_I&feature=channel\\_video\\_title](http://www.youtube.com/watch?v=CuhdigjYe_I&feature=channel_video_title)



**Клиент:** Орими Трейд

**Задача:** Создание концепции имиджевой рекламы для перезапуска чая Greenfield. Необходимо было подчеркнуть премиальность бренда и поддержать позиционирование марки: «изысканная релаксация»

**Описание кампании:** Чай позволяет побыть наедине с собой, собраться с мыслями, одновременно и расслабиться, и собраться. Именно поэтому чай Greenfield «Не меняет мир, меняет настроение»

**Основные носители:** ТВ, пресса, POSM

**Результат:** Ролик ротировался в эфире в течение двух с половиной лет как наиболее успешный. Слоган «Не меняет мир, меняет настроение» используется для продвижения бренда до сих пор.

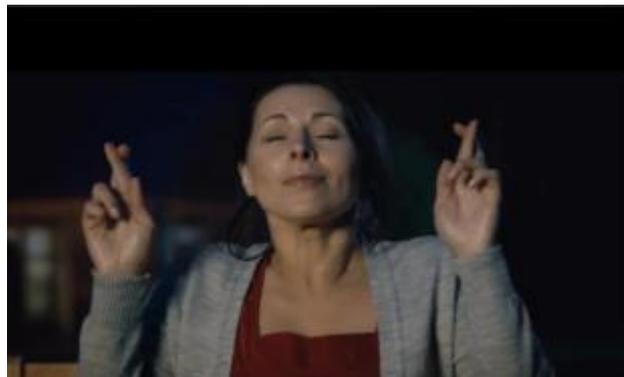
# ТВ-ролик



ТВ-ролик можно посмотреть здесь:

[http://www.youtube.com/watch?v=hkr4CzwWPMA&feature=channel\\_video\\_title](http://www.youtube.com/watch?v=hkr4CzwWPMA&feature=channel_video_title)

# Ин-пэк промо «Принцессы Нури». ТВ-ролик



ТВ-ролик можно посмотреть здесь:  
[http://www.nebo-ra.net/?page\\_id=208](http://www.nebo-ra.net/?page_id=208)



**Клиент:** Valio

**Задача:** **имиджевая кампания** для йогуртов Валио, которая должна поддержать основные объемы продаж и подчеркнуть тот факт, что все продукты компании (включая йогурты) созданы в Финляндии из натуральных и чистых ингредиентов.

**Описание кампании:** идея «**Из любви к молоку**» выражает главное, что фермеры Валио вкладывают в молоко и йогурты – они любят свое дело и стремятся сделать его максимально хорошо.

Основные носители: **ТВ, наружная реклама, пресса**

**Результат:** Продажи йогуртов **выросли более чем на 50%.**

# Антикризисная кампания для продукции Валио

Задача кампании – рассказать о доступности продукции Валио, несмотря на кризис



The advertisement is split into two main sections. On the left, a close-up photograph of three brown and white cows looking towards the camera against a clear blue sky. In the top left corner of this section is the Valio logo, which consists of a stylized 'V' made of four squares above the word 'VALIO' in white capital letters on a dark blue background. On the right, a bright yellow tub of Oltermanni butter is centered. The tub has the Valio logo and the brand name 'Oltermanni' printed on it. Below the tub, the text 'ведь наши коровы не разбираются в экономике.' is written in white, bold, sans-serif font.

**Наши продукты  
остаются доступными,**

**ведь наши коровы  
не разбираются в экономике.**

# Кампания для йогуртов Валио

Задача кампании – рассказать о продуктовых преимуществах йогуртов Валио, подчеркнуть натуральность продукта



ФИННЫ ТОЖЕ ЛЮБЯТ ПОЕСТЬ НА НОЧЬ.



ПОЭТОМУ В ЙОГУРТАХ ВАЛИО  
СОДЕРЖАНИЕ ЖИРА ВСЕГО 0.1% И 2%.

[www.valio.spb.ru](http://www.valio.spb.ru)

Пресс-фото: Валерий Сидорович



В ФИНСКИХ ЛЕСАХ НЕ РАСТУТ КОНСЕРВАНТЫ.



ВОТ ПОЧЕМУ ИХ НЕТ И В ЙОГУРТАХ ВАЛИО.

[www.valio.spb.ru](http://www.valio.spb.ru)

Пресс-фото: Валерий Сидорович



ФИННЫ - БОЛЬШИЕ ОРИГИНАЛЫ.



ПОЭТОМУ У ЙОГУРТОВ ВАЛИО  
УНИКАЛЬНЫЕ ВКУСЫ:  
ЧЕРНИКА, ПЕЧЕНОЕ ЯБЛОКО, БРУСНИКА.

[www.valio.spb.ru](http://www.valio.spb.ru)

Пресс-фото: Валерий Сидорович

# ТВ-ролик



ТВ-ролик можно посмотреть здесь:

[http://www.youtube.com/watch?v=sFu69Crn7z0&feature=channel\\_video\\_title](http://www.youtube.com/watch?v=sFu69Crn7z0&feature=channel_video_title)



  
VALIO

**НАМ НЕ СТЫДНО  
СМОТРЕТЬ КОРОВАМ В ГЛАЗА,**



**ВЕДЬ В НАШИХ ЙОГУРТАХ  
НЕТ КОНСЕРВАНТОВ.**



VALIO



*До ухи далеко, а VIOLA близко!*



Бери да ешь!



VALIO



**До шашлыка далеко, а VIOLA близко!**

**Бери да ешь!**

# Кампания для новых вкусов Виолы



Кампания была настолько успешной, что Валио решили продолжить её в 2010г.



Если  
вы здесь...

**VIOLA**  
БУДЕТ ОЧЕНЬ  
КСТАТИ!





Если  
вы здесь...

**VIOLA**  
БУДЕТ ОЧЕНЬ  
**КСТАТИ!**



ПОЗДРАВЛЯЕМ С НОВЫМ ГОДОМ!  
ЖЕЛАЕМ ВСЕГО САМОГО VALIO!



VALIO — ЛУЧШЕЕ.  
ПО-ФИНСКИ.



Реклама



**Клиент:** Мегафон Северо-Запад

**Задача:** разработать креативную концепцию по продвижению новой тарифной опции «Безлимитное общение». Основное предложение – говори 2 месяца бесплатно при подключении данной опции.

**Описание кампании:** Основная идея основывалась на известных запоминающихся забавных персонажах – птичках а-ля Pixar, которых «безлимитка» стимулирует к непрерывному общению.

**Основные носители:** ТВ, outdoor, радио.

**Результат:** Кампания стартовала 1 февраля 2010. По результатам февраля продажи превысили плановые (по отзыву клиента).

# Наружная реклама

**САДИСЬ  
НА МЕГА-БЕЗЛИМИТКУ!**

**2** Говори  
месяца  
**бесплатно!**

При подключении опции  
«Безлимитное общение»

 **0206**

Успей до 31 марта!

2 месяца нетарифицируемых исходящих вызовов  
внутри сети Северо-Западного филиала ОАО «МегаФон»  
без абонентской платы.  
Стоимость подключения опции 150 рублей, включая НДС.

Перед подключением узнайте существенную информацию  
в офисах продаж и обслуживания и на сайте [www.megaфон.ru](http://www.megaфон.ru)

 **МЕГАФОН**  
Будущее зависит от тебя



# ТВ-ролик



ТВ-ролик можно посмотреть здесь:

[http://www.youtube.com/watch?v=iGWvTRmjON8&feature=channel\\_video\\_title](http://www.youtube.com/watch?v=iGWvTRmjON8&feature=channel_video_title)



**Клиент:** Мегафон Поволжье

**Задача:** создать креатив для продвижения 3G-модема от Мегафон вне крупных городов областей и республик Поволжья.

**Описание кампании:** основной целевой аудиторией, которой была адресована кампания, стали люди, которые раньше не были вовлечены в онлайн-жизнь. Подключение Интернета казалось им делом слишком хлопотным, а выгоды от пользования – непонятными.

**Результат:** в результате появилась серия роликов «Новички», рассказывающая о том, что изменить свою жизнь с помощью Интернета так же просто, как и подключить сам Интернет

# ТВ-ролик



ТВ-ролик можно посмотреть здесь:

[http://www.youtube.com/watch?v=baFUD9Ea0q8&feature=channel\\_video\\_title](http://www.youtube.com/watch?v=baFUD9Ea0q8&feature=channel_video_title)

# ТВ-ролик



ТВ-ролик можно посмотреть здесь:

[http://www.youtube.com/watch?v=Qbh3Er7CxR4&feature=channel\\_video\\_title](http://www.youtube.com/watch?v=Qbh3Er7CxR4&feature=channel_video_title)

# ТВ-ролик



ТВ-ролик можно посмотреть здесь:

[http://www.youtube.com/watch?v=ow2X-WVwQXg&feature=channel\\_video\\_title](http://www.youtube.com/watch?v=ow2X-WVwQXg&feature=channel_video_title)

# ТВ-ролик



ТВ-ролик можно посмотреть здесь:

[http://www.youtube.com/watch?v=Qbh3Er7CxR4&feature=channel\\_video\\_title](http://www.youtube.com/watch?v=Qbh3Er7CxR4&feature=channel_video_title)



**Альфа·Банк**

В рамках сотрудничества с Альфа-Банком мы создали несколько тактических кампаний, а также разработали концепции для коммуникации «cross-promotion» проектов



...ну а плеер начинается с кроссовка!



Плати картой **Альфа-Банка**  
и получай **бонусы** на технику в **М.видео**

**М.видео**  
mvideo.ru

**БОНУС**

(495) 777-777-5 www.mvideo-bonus.ru

**A**

**Альфа-Банк**

(495) 78-888-78 www.alfabank.ru

# Корпоративные правила для сотрудников



— Руки вверх!  
Это ограбление!

— Добро пожаловать! Мы рады видеть вас в Альфа-Банке! Пожалуйста успокойтесь, я вас выслушаю и мы обязательно решим проблему.

**Спокойствие, только спокойствие!**  
БУДЬТЕ ОСОБЕННО ВНИМАТЕЛЬНЫ ПРИ РАБОТЕ С КОНФЛИКТНЫМИ КЛИЕНТАМИ. ПОСТАРАЙТЕСЬ ВЫЯСНИТЬ СУТЬ ДЕЛА, ОТДЕЛЯЯ ПРОБЛЕМУ ОТ ЭМОЦИЙ.

## 5 АЛЬФА-СТАНДАРТОВ:

- точность и оперативность
- вежливость и уважение
- бизнес глазами клиента
- удобство и комфорт
- прозрачность и ясность



— Дай поиграть, моя мама в очереди!

— Ты что здесь не знаешь, а очередь очередь моей очереди Альфа-Банка? Покупки денег и кредитов с детьми здесь обслуживают все очереди.

Есть клиенты, которых мы **никогда не хотим заставлять ждать.** Не забывайте, что главные клиенты и клиентов с детьми мы обслуживаем в первую очередь.

- 5 АЛЬФА-СТАНДАРТОВ:**
- точность и оперативность
  - вежливость и уважение
  - бизнес глазами клиента
  - удобство и комфорт
  - прозрачность и ясность



Доро пожаловать в Альфа-Банк. Нам очень приятно, что вы снова хотите воспользоваться услугами нашего банка.

Спасибо, но я в очереди уже три часа.

**Приветствие на опережение.** НЕЖДА В ОТВЕТЕНИЕ ВООДУ КЛИЕНТ, ТО ПОВЕДЕНИЕ ЕГО ТЕПЕЛЬ.

- 5 АЛЬФА-СТАНДАРТОВ:**
- точность и оперативность
  - вежливость и уважение
  - бизнес глазами клиента
  - удобство и комфорт
  - прозрачность и ясность



Спасибо! Вы все время вежливы и уважлив. Обязательно посетую Альфа-Банк своей мамой.

А как же друг!

**Пусть говорят!** ПОЖАЛУЙТЕ С КЛИЕНТОМ ТАК, ЧТОБЫ ОН ПОНИМАЛ ВАШУ ПОЗИЦИЮ И НАС СВОИМ ДРУГОМ.

- 5 АЛЬФА-СТАНДАРТОВ:**
- точность и оперативность
  - вежливость и уважение
  - бизнес глазами клиента
  - удобство и комфорт
  - прозрачность и ясность



— Молодой человек, ваша очередь. Вы ждете?

— Почему очередь вы, а не мой клиент? — стараться не надо.

**Пожалуйста, подкадите!** СТАРАЙТЕСЬ ОТВЕТИТЬ КЛИЕНТУ ВПЕРЕДИ ДРУГОЙ В ВАШЕЙ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ ВЫСТУПИТЬ И ПОДКАДИТЬ ВЫСТУПИТЬ.

- 5 АЛЬФА-СТАНДАРТОВ:**
- точность и оперативность
  - вежливость и уважение
  - бизнес глазами клиента
  - удобство и комфорт
  - прозрачность и ясность





- Клиент: ТКТ
- Задачи:
  - **запуск брендов** «Твое ТВ» в 2005г., «Твой Интернет» в 2006г.
  - **имиджевые и тактические рекламные кампании** 2005-2009гг.
- **Описание кампаний:** Кампании были основаны на ярких и интересных идеях. Были сняты серия роликов «белая комната» (Твое ТВ) и «ручка» (Твой Интернет), «Качок» (Твой Интернет). Проведены TTL кампании «Если бы все было так быстро как «Твой Интернет» и «Жаль, что не все так быстро как «Твой Интернет». Проведено множество сезонных тактических кампаний.
- Основные носители: ТВ, наружная реклама, пресса, Интернет, B2B-рассылка
- **Результат: При небольшом медиа-бюджете кампании были заметными и запоминающимися.**
- Рекламные кампании 2005-2007гг. сделали бренд «Твое ТВ» первым по спонтанной известности в 2008 (82% в 2008г. по сравнению с 6% в 2005г. - Санкт-Петербург, исследования Gallup), оставив позади главного конкурента - НТВ. Многие из работ для «ТвоеТВ» завоевали награды на российских и международных фестивалях рекламы.
- Бренд «Твой Интернет», запущенный в 2006г., занял 2-е место среди Интернет-провайдеров в Санкт-Петербурге в 2008г.

# Рекламная кампания ТВОЕ ТВ (2008)



## Серия роликов «Белая комната»

[http://www.youtube.com/watch?v=oNN7o3csOTQ&feature=channel\\_video\\_title](http://www.youtube.com/watch?v=oNN7o3csOTQ&feature=channel_video_title)

[http://www.youtube.com/watch?v=DBJ6jP0Vec4&feature=channel\\_video\\_title](http://www.youtube.com/watch?v=DBJ6jP0Vec4&feature=channel_video_title)

[http://www.youtube.com/watch?v=TcqX5NkfSfo&feature=channel\\_video\\_title](http://www.youtube.com/watch?v=TcqX5NkfSfo&feature=channel_video_title)

# Пример тактической рекламной кампании

**krak-s-p-eks-f-eks**

Есть вещи, которые выгодно дополняют друг друга!

**тВОЙ интернет** **тВОЕ ТВ** **тВОЙ телефон**

Цифровые навальные технологии

**ЛЕТОМ БЕСПЛАТНО!**  
336 34 34

Политика на предоставление услуг: предоставление доступа по запросу в 3D-формате и мобильные приложения. © Все права защищены. Интернет-сервисы предоставляются исключительно в рамках сотрудничества с оператором связи. Предоставление доступа по запросу в 3D-формате осуществляется, если оператор связи поддерживает данную технологию. Предоставление доступа по запросу в 3D-формате осуществляется, если оператор связи поддерживает данную технологию. Предоставление доступа по запросу в 3D-формате осуществляется, если оператор связи поддерживает данную технологию.

**ВЕРА-НАДЕЖДА-ЛЮБОВЬ**

Есть вещи, которые выгодно дополняют друг друга!

**тВОЙ интернет** **тВОЕ ТВ** **тВОЙ телефон**

Цифровые навальные технологии

**ЛЕТОМ БЕСПЛАТНО!**  
336 34 34

**МИР-ДРУЖБА-ЖИЗНЬ**

Есть вещи, которые выгодно дополняют друг друга!

**тВОЙ интернет** **тВОЕ ТВ** **тВОЙ телефон**

Цифровые навальные технологии

**ЛЕТОМ БЕСПЛАТНО!**  
336 34 34

**КАМЕНЬ НОЖНИЦЫ БУМАГА**

Есть вещи, которые выгодно дополняют друг друга!

**тВОЙ интернет** **тВОЕ ТВ** **тВОЙ телефон**

Цифровые навальные технологии

**ЛЕТОМ БЕСПЛАТНО!**  
336 34 34

**90-60-90**

Есть вещи, которые выгодно дополняют друг друга!

**тВОЙ интернет** **тВОЕ ТВ** **тВОЙ телефон**

Цифровые навальные технологии

**ЛЕТОМ БЕСПЛАТНО!**  
336 34 34

**УХО-ГОРЛО-НОС**

Есть вещи, которые выгодно дополняют друг друга!

**тВОЙ интернет** **тВОЕ ТВ** **тВОЙ телефон**

Цифровые навальные технологии

**ЛЕТОМ БЕСПЛАТНО!**  
336 34 34

# Пример тактической рекламной кампании



**ТВОЙ**   
ИНТЕРНЕТ

**БЕЗЛИМИТКА**  
**290** руб./мес.

**Жаль, что не все так быстро,  
как «Твой Интернет»**

т.336 34 34  
WWW.TVOE.TV

The main advertisement shows a traffic jam on a city street. In the foreground, five white geese are walking across the road, blocking the cars. In the background, a red car, a motorcycle, and a silver car are stuck in traffic. A man in a light blue shirt stands by the silver car. The license plate of the silver car is M 804 AX 95. The advertisement includes the 'ТВОЙ Интернет' logo, the offer 'БЕЗЛИМИТКА 290 руб./мес.', a yellow banner with the slogan 'Жаль, что не все так быстро, как «Твой Интернет»', and contact information 'т.336 34 34' and 'WWW.TVOE.TV'.



**ТВОЙ**   
ИНТЕРНЕТ

**БЕЗЛИМИТКА**  
**290** руб./мес.

**Жаль, что не все так быстро,  
как «Твой Интернет»**

т.336 34 34  
WWW.TVOE.TV

This advertisement shows a woman in a white t-shirt and grey shorts sitting on a gym machine, looking bored. The background is a gym with various equipment. The advertisement includes the 'ТВОЙ Интернет' logo, the offer 'БЕЗЛИМИТКА 290 руб./мес.', a yellow banner with the slogan 'Жаль, что не все так быстро, как «Твой Интернет»', and contact information 'т.336 34 34' and 'WWW.TVOE.TV'.



**ТВОЙ**   
ИНТЕРНЕТ

подключение\*  
**8** руб.

**Жаль, что не все так быстро,  
как «Твой Интернет»**

т.336 34 34  
WWW.TVOE.TV

This advertisement shows a man in a white shirt sitting on a bench in a clothing store, looking bored. In the background, a woman is looking at clothes on a rack. The advertisement includes the 'ТВОЙ Интернет' logo, the offer 'подключение\* 8 руб.', a yellow banner with the slogan 'Жаль, что не все так быстро, как «Твой Интернет»', and contact information 'т.336 34 34' and 'WWW.TVOE.TV'.



**Клиент:** Равиолло

**Задача:** в октябре 2010 года компания «Равиоли» расширила ассортимент пельменей «Снежная страна». В новых пельменях «Снежная страна» представлены новые вкусы, продукт также отличается формой и упаковкой.

Новая «Снежная страна» позиционируется в сегменте middle up.

Основными задачами при создании креатива для рекламной кампании были максимальное привлечение внимания, фокусировка на новом виде пельменя и упаковке.

**Основные носители:** щиты 3x6 и плакаты в метрополитене



**КТО НА НОВЕНЬКОГО?**

НОВЫЙ ВКУС  
НОВАЯ ФОРМА



Реклама. Товар сертифицирован

# ДОНСКОЙ ТАБАК

**Клиент:** Донской табак (Ростов-на-Дону)

**Бренд:** Diablo

**Задача:** Создать креативную концепцию, которая отражает позиционирование бренда Diablo: стремление к необычному, таинственному во вкусе и внешней среде, сформировать имидж стильного, дорогого, качественного продукта.  
Стимулировать пробную покупку и рост продаж.

**Описание кампании:** В «Небе» родилась идея для создания авантюрного фото-романа о мире тайного общества Diablo. Семь макетов последовательно рассказывают историю о путешествии Агента D, лицо которого остается всегда скрытым, на таинственный остров, где хранится древний артефакт (маска) тайного общества Diablo.

Каналы коммуникации: пресса, POS, интернет и BTL.

После часа по Премьеру.  
Ален Д поводит регистрацию  
братства Diablo с особым  
присмотром Вероники Сала.

**ПУТЬ К ТАЙНАМ БРАТСТВА DIABLO**  
[www.diablo.com](http://www.diablo.com)

МИНЗДРАВ РОССИИ ПРЕДУПРЕЖДАЕТ:  
КУРЕНИЕ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

Позвони. \*Мастной коридор братства.  
Южное направление.  
Курсы - остров Diablo в Океане.

**ПУТЬ К ТАЙНАМ БРАТСТВА DIABLO**  
[www.diablo.com](http://www.diablo.com)

МИНЗДРАВ РОССИИ ПРЕДУПРЕЖДАЕТ:  
КУРЕНИЕ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

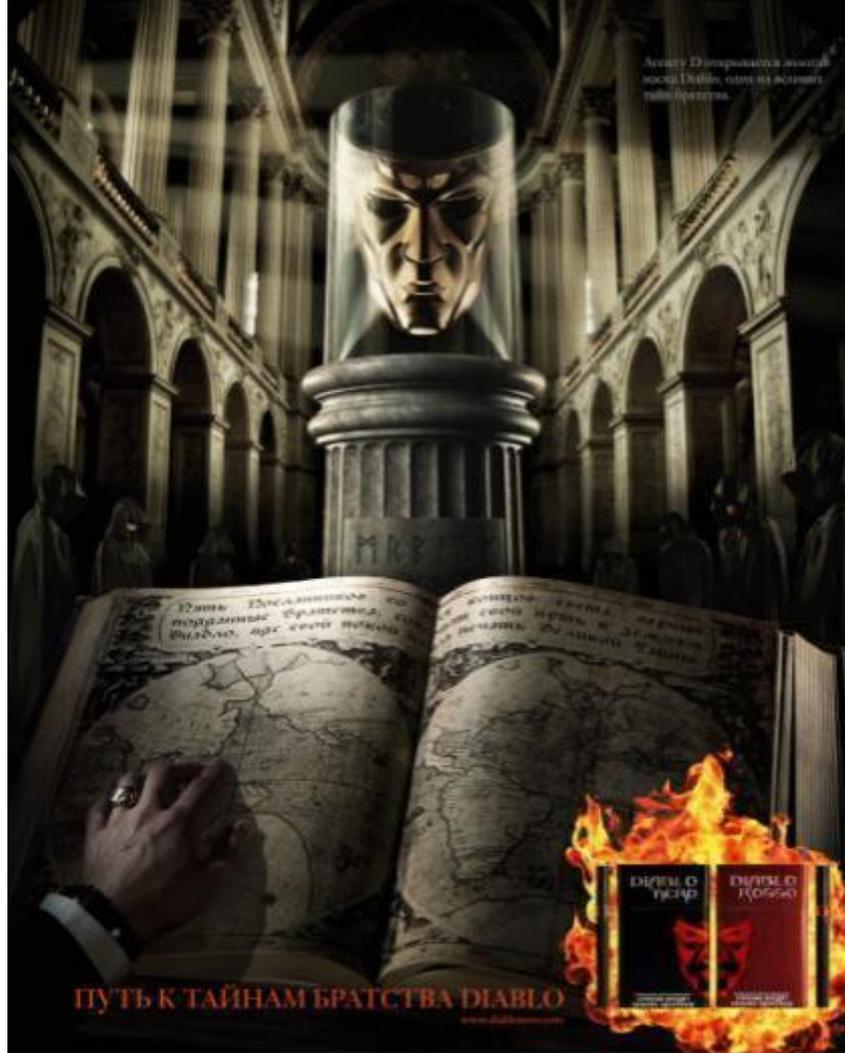
Часть миссии по Гринвичу. Агент D на борту частного самолета готовится приступить к поиску в детерминном острове Diablo.



ПУТЬ К ТАЙНАМ БРАТСТВА DIAVLO  
[www.diablo.com](http://www.diablo.com)

МИНЗДРАВ РОССИИ ПРЕДУПРЕЖДАЕТ:  
КУРЕНИЕ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

Агенту D поручается начать поиск Diablo, найти на острове тайны Братства.



ПУТЬ К ТАЙНАМ БРАТСТВА DIAVLO  
[www.diablo.com](http://www.diablo.com)

МИНЗДРАВ РОССИИ ПРЕДУПРЕЖДАЕТ:  
КУРЕНИЕ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ



# Свяжитесь с нами!

Телефон: +7 812 320-20-33  
+7 921 745-81-70  
[gtsvetkov@nebo-ra.ru](mailto:gtsvetkov@nebo-ra.ru)  
[www.nebo-ra.ru](http://www.nebo-ra.ru)