



**BIOSPHERE**  
corporation

**We create value**

**Креатив делает  
бренд дороже.**

Или нет?

**Опыт «Биосферы»**



**Боженька!**

**Нехай люди помітять  
мій бренд!**



# А ВЫ КТО?



**Лидер** на рынке household & hygiene в Украине с 3 брендами в топ-100 самых дорогих в стране



**Экспортёр** с именем. Мы отправляем **Фрекен БОК**, **Smile**, **Novita**, **Selpak** и **Vortex** в плавание даже в Африку и Бразилию.



Главный поставщик **away-from-home** и **private label**



**5** современных **заводов**, в т.ч. в ЕС



Более  
**1000000** единиц продукции  
производится ежедневно!  
продается ежедневно!





**BIOSPHERE**  
corporation



# Зачем нам, прости Господи, креатив?!

**Журналист** получает +/- **12 релизов** в день.  
Пользователь **Facebook** видит +/- **60 постов** в день.  
Запоминается 1 релиз и 1 пост.

По исследованию **HBR**, 10 из 10 мировых лидеров **NPS** получили оценку **90+** по шкале креативности.

Стоимость бренда на **2,7%** складывается из узнаваемости и **share of voice (MQ)**.



# Как меряется **СТОИМОСТЬ** бренда в США

и причём здесь креатив

$$V = Fc * (Iq * Gq * Tq * Cq * Mq) * Uid$$

что в переводе на человеческий  
означает:

V – Стоимость бренда

Fc – Композитный финансовый показатель

Iq – Инвестиционный коэффициент

Gq – Географический коэффициент

Tq – Технологический коэффициент

Cq – Конкурентный коэффициент

Mq – Коэффициент медиарезонанса и репутационный индекс

Uid – Коэффициент уникального идентификатора бренда



---

---

# Что мы называем креативом?

Когда ты выделяешься

Когда ты создаёшь эмоцию

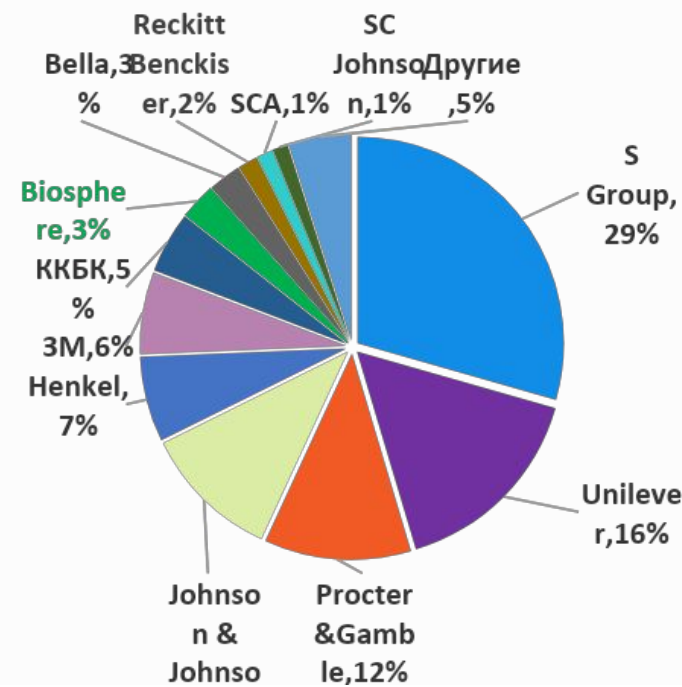
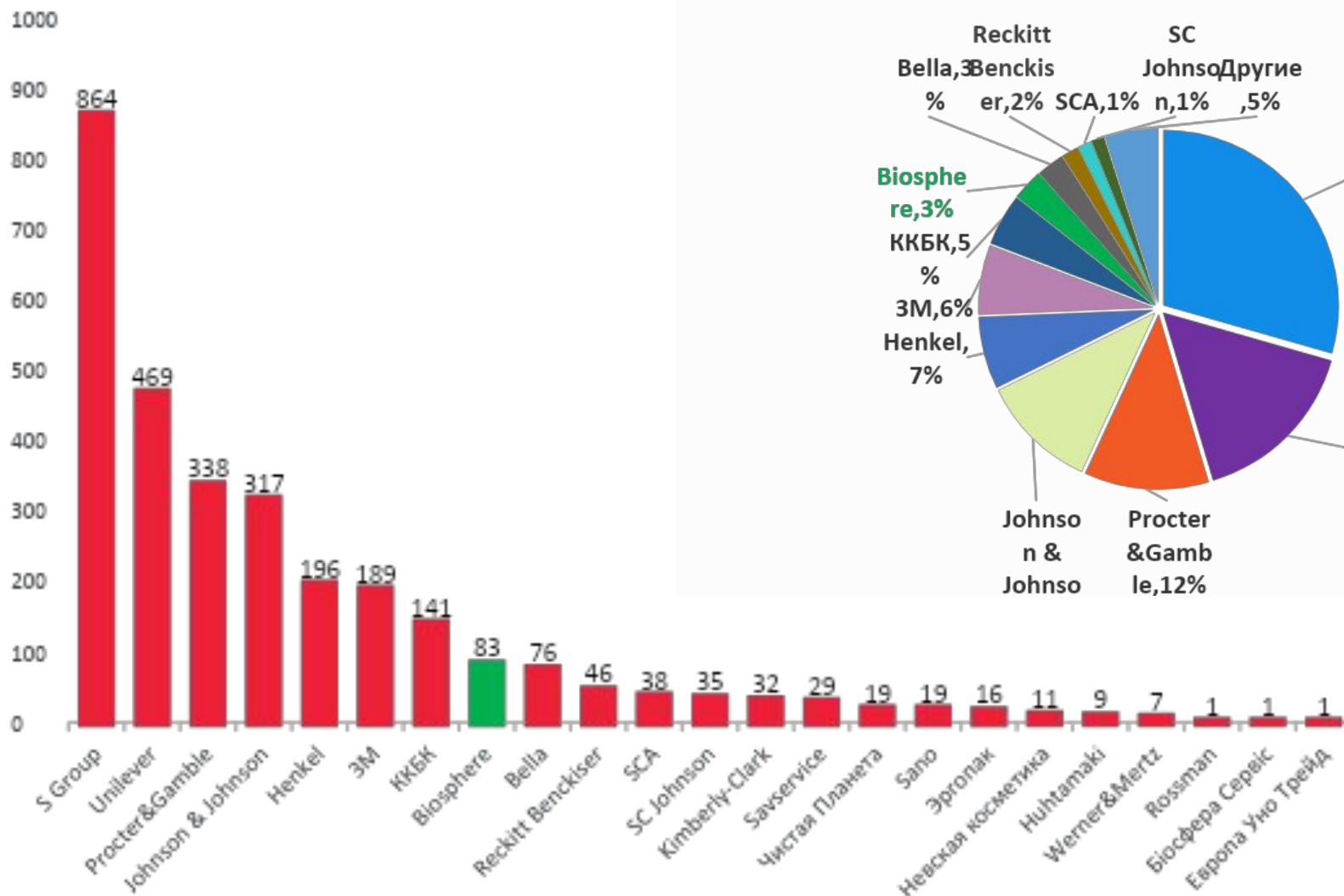
---

---





# Откуда мы стартовали



Share of voice

\*количество публикаций с упоминанием бренда за 6 месяцев 2017 года

# ВЕКТОР СТРАТЕГИИ

## Общие цели корпорации

ЧЕГО ХОТИМ ДОСТИЧЬ КАК БИЗНЕС

**BIOSPHERE**  
corporation



- Рост стоимости бренда на 50% через 5 лет
- Топ-10 лучших работодателей FMCG в Украине через 5 лет
- Рост долей рынка во всех направлениях бизнеса
- Выведение на рынок новых продуктов в новых нишах

## Общие цели коммуникаций

ЧЕГО ХОТИМ ДОСТИЧЬ ДЛЯ БИЗНЕСА

- Лидер по медиарезонансу в русскоязычном инфополе
- Увеличить общую стоимость бренда за счёт инновационных коммуникационных решений и генерации уникальных инфоповодов
- Обеспечить безупречную репутацию бизнеса по всей географии присутствия (RepAudit)
- Оказать PR-поддержку новым продуктам и подстегнуть их продажи
- Вывести имидж работодателя на уровень лидера рынка в сегменте



# ДОСТИЖЕНИЕ ЦЕЛЕЙ

**1**  
За счёт увеличения  
узнаваемости бренда

**3**  
За счёт внутренних коммуникаций,  
увеличивающих вовлечённость

**2**  
За счёт создания  
эмоциональной привязанности  
к бренду и продуктам

**4**  
За счёт увеличения  
медиаприсутствия  
и медийных активностей

**5**  
За счёт систематических  
уникальных мероприятий,  
повышающих лояльность  
и узнаваемость

**РЕПУТАЦИЯ**

**УЗНАВАЕМОСТЬ**

**СИЛА БРЕНДА  
И БРЕНДОВ**

# Давать ЭМОЦИИ и ВЫДЕЛЯТЬСЯ

✓ **BrandDynamics:** выигрывают бренды, создавшие **эмоциональную связь с потребителем.**

✓ Минутка науки:

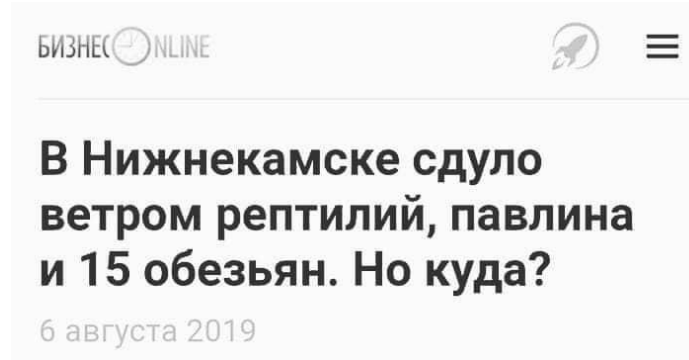
MPT показывает, что при оценке продукта в мозгу «зажигаются» **лимбические** функции (зоны чувств, памяти и оценочных суждений), тогда как **аналитические** зоны мозга не стимулируются  
Иными словами: решение о покупке **эмоционально**, а не рационально.



# А значит...

- ✓ ... раз уж решения принимаются на основании **эмоций** и чувств, в **эмоции** и должны целиться коммуникации.
- ✓ Никаких холодных факт-релизов, скучных конференций и обезличенных соцсетей.

## 1. Дай сочный заголовок



MC.TODAY

Как «Биосфера» продает миллион товаров в день и вдохновляет 2800 сотрудников брат...

# А значит...

## 2. Добавь юмора



# А значит...

## 3. Сделай WOW: эффект неожиданности решает



A man with curly hair, wearing a white shirt, is shown from the chest up, with his hand to his chin in a thinking pose. Behind him is a large, semi-transparent yellow clock face with grey tick marks. The background is a solid orange color. Various icons are scattered around: a diamond, a heart, a star, and a speech bubble. The text 'Event' is written in a large, bold, teal font across the middle of the image.

**Event**

**markt**



# Яркие проекты дают больше

- ✓ Резонанса
- ✓ Внимания к бренду
- ✓ Вовлечённости
- ✓ Роста потребления



97 ярких ивентов за год

416 публикаций

+4 позиции в рейтинге MQ (перед P&G, Henkel, J&J, Unilever)

A person's hands are held open in a gesture of offering or support, framed by a circular border. The background is a warm, golden-yellow color with decorative white horizontal lines. The text 'KCO' is prominently displayed in the center of the hands.

**KCO**



# Аудитория и её активация





# Что делать, если да?

Можно забронировать  
место на кладбище  
логотипчиков?



**Бренд своим  
проявлением  
должен решить  
задачу или  
потребность  
аудитории в  
комфорте**

---

---

**Аудитория  
должна  
пережить  
ПОЗИТИВНЫЕ  
ЭМОЦИИ С  
БРЕНДОМ ВО  
ВРЕМЯ ИВЕНТА**

---

---



# Мусор как ресурс



**5,5 млн пакетов для мусора** мы изготавливаем в месяц



**100%** этих пакетов содержат рециклинговую гранулу



Рециклинговый завод «Биосферы» – **самый** большой в стране



**800 000 кг** ПЭ перерабатывается в месяц (**540 кг за время этой презентации**)



# Sustainability Marathon

- ✓ 27 публикаций в СМИ и соцсетях
- ✓ Скачок резонанса на +3 позиции в MV и +2 в MQ





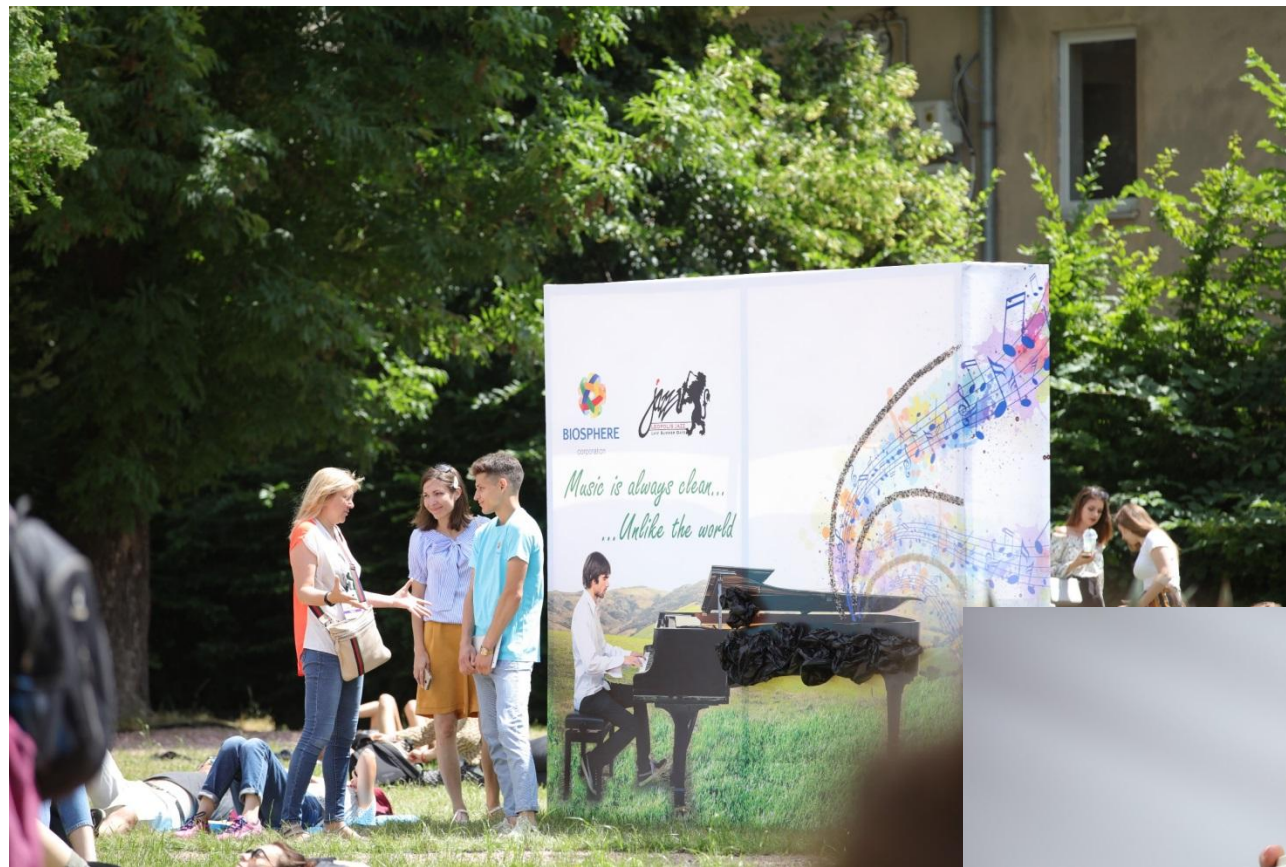
# Leopolis Jazz & Jazz on the Dnieper

- ✓ **6** креативных зон
- ✓ **280 000** человек аудитория
- ✓ **31** публикация в СМИ
- ✓ **212** репостов в соцсетях



# The Recycling Rhapsody

- ✓ **Рециклинг** под звуки джаза
- ✓ **Арт-объект** из гранул и пакетов
- ✓ **Только рециклинговые пакеты** в рамках фестиваля
- ✓ **15000+** людей охват акции за 4 дня



# Go green

- 🌿 bio-based (не менее чем на 40% состоят из сырья, полученного из возобновляемых источников природного происхождения, в том числе кукурузного крахмала);
- 🌿 OK-compost (срок компостирования составляет 6 месяцев при специальных условиях для компоста);
- 🌿 biodegradable (пакеты полностью биоразлагаемые).



- ✓ **+4000 упоминаний, 99% позитивных**
- ✓ **63 СМИ, с охватом в 45 тыс. людей.**
- ✓ **Бюджет в СМИ: 0 грн.**



# Plogging

Я що должен за кем-то мусор собірать??

# ПЛОГГІНГ

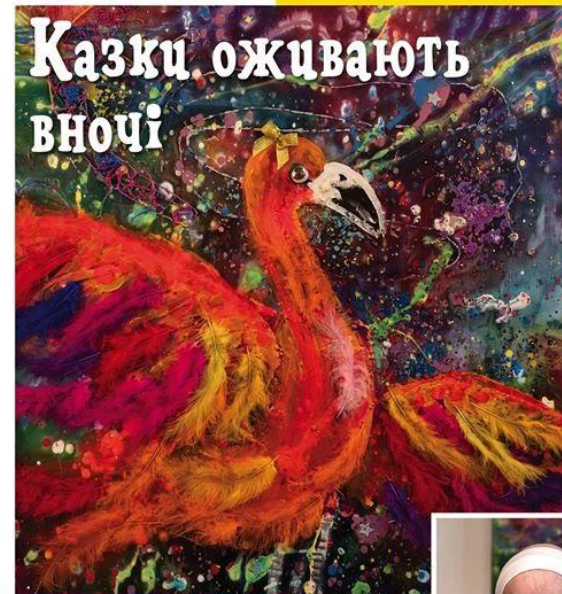
- ✓ **Вперше** в Україні!
- ✓ **94** публікації за **6** забегів



- ✓ **200+** учасників в **3** містах
- ✓ **2 тонни** отсортированного мусора

# Виставка-аукцион «Казки оживають вночі»

- ✓ Более 60 упоминаний в СМИ и соцсетях



19 грудня

Український дім, 5 поверх, вхід вільний  
Початок аукціону о 14:00

Художня виставка та аукціон  
творів унікальної  
Ірини Химич (9 років)



# Внутренний креатив



pr | Шевченко Александр

MidWeek News



Добрый вечер, «Биосфера»!

В нашем случае выражение «Среда – это маленькая пятница» радует не только потому, что приближаются выходные. Старт Всемирного экономического форума, «безаличный» прорыв в Украине, создание альянса по ликвидации полимерных отходов, выбор лучших маркетинг-ресурсов от MMR.ua и лучших украинских агропроектов Германии, яркие ребрендинги 2018 и список номинаций Oscar 2019 – об этом читайте в нашем традиционном еженедельном обзоре.

Вчера в Давосе стартовал Всемирный экономический форум, который собрал 3000 делегатов из 114 стран с целью поговорить о глобальной экономике, проблеме эмигрантов, социальном неравенстве, изменении климата и кибербезопасности. В этом году Давос посетит далеко не весь политический бомонд: Дональд Трамп (не) решает ситуацию с шатдауном, Тереза Мэй (не) решает проблему с зависшим Brexit, Эммануэль Макрон продолжает мучиться из-за протестов «жёлтых жилетов». Не прилетел и китайский лидер Си Цзиньпин.

Предваряя открытие форума, МВФ понизил прогноз по темпам роста мирового ВВП в 2019 г с 3,7% до 3,5%. В целом МВФ ожидает снижение роста развитых экономик с 2,3% до 2,0% в 2019 году, а развивающихся экономик – с 4,6% до 4,5%.



Уникальность проекта в том, что для **5-минутного** чтения **1000** сотрудников команда изучает **50+ новостей** из **25 источников**, проводит их обсуждение и переосмысление, чтобы подать **в едином стиле**, с юмором и в доступной форме.

✓ Более **креативная** подача даёт **+15%** к прочтению

✓ **Вовлечение** сотрудников = органический рост апологетов бренда

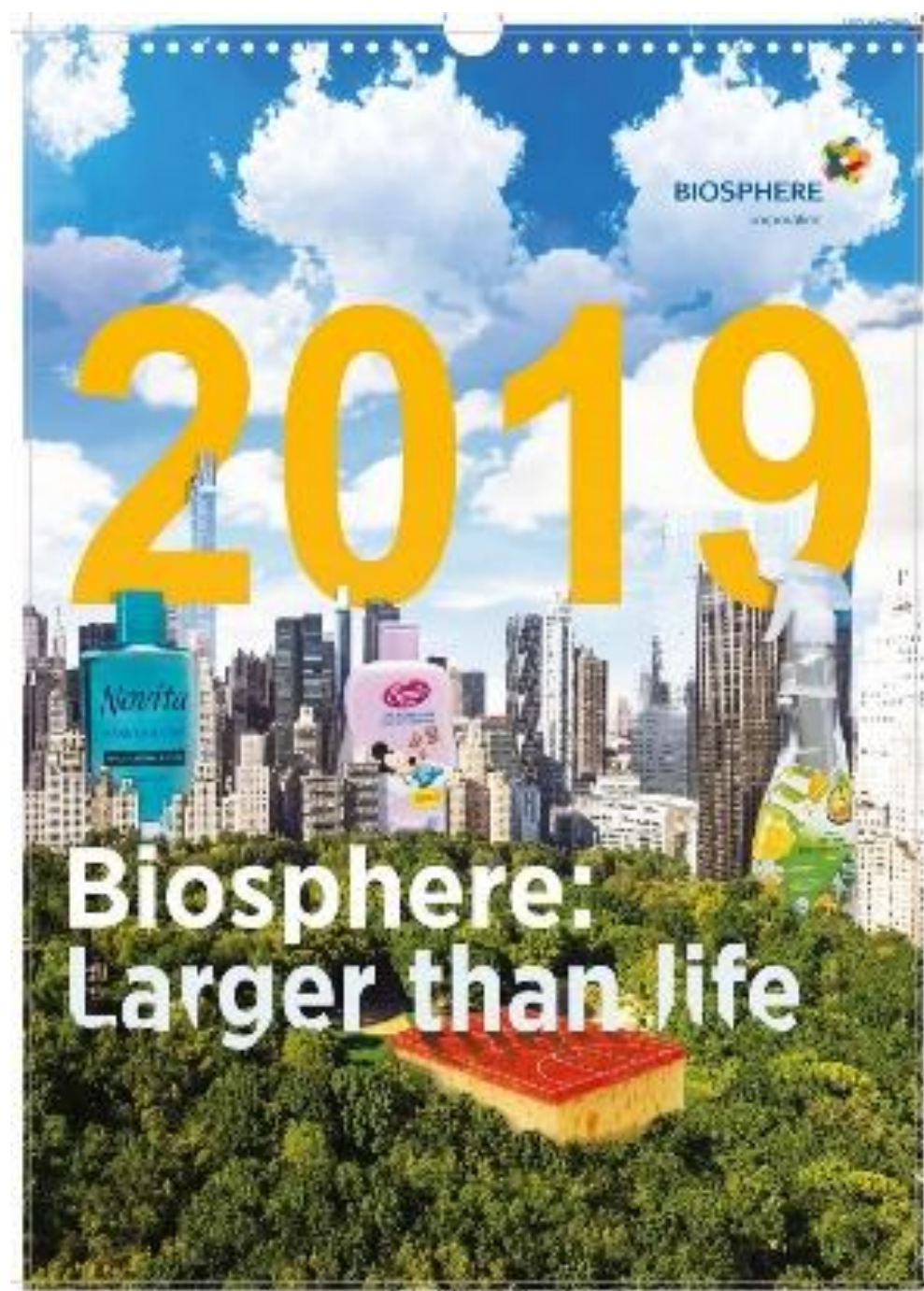
# Презентация новинок





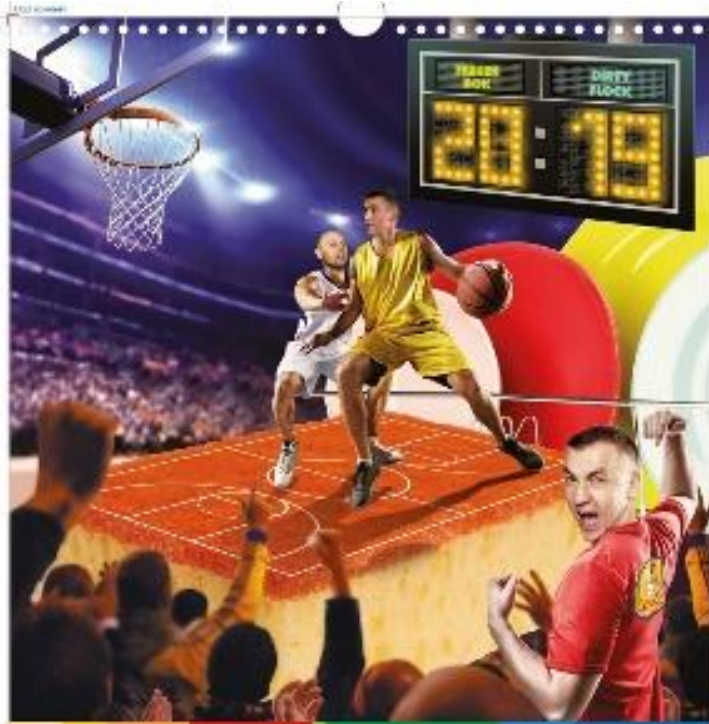
# Календарь 2019

- ✓ 64 дня работы, 4 дня фотосессий в 4 городах
- ✓ 38 актёров из 3 стран
- ✓ Кропотливая работа команды дизайнеров Vitamin B.A., 3D-моделирование
- ✓ Идея, философия, кастинг, контроль съёмки пост-продакшн – **in-house**
- ✓ 96 участников кастинга
- ✓ Настроение **на весь год**
- ✓ 1 награда АКМУ



# Календарь 2019

Biosphere: Larger than Life



APRIL / КВІТЕНЬ / АПРЕЛЬ

СР	СБ	СК
1	2	3
4	5	6
7	8	9
10	11	12
13	14	15
16	17	18
19	20	21
22	23	24
25	26	27
28	29	30
1	2	3
4	5	

**BIOSPHERE**  
LARGER THAN LIFE

Biosphere:  
larger than life

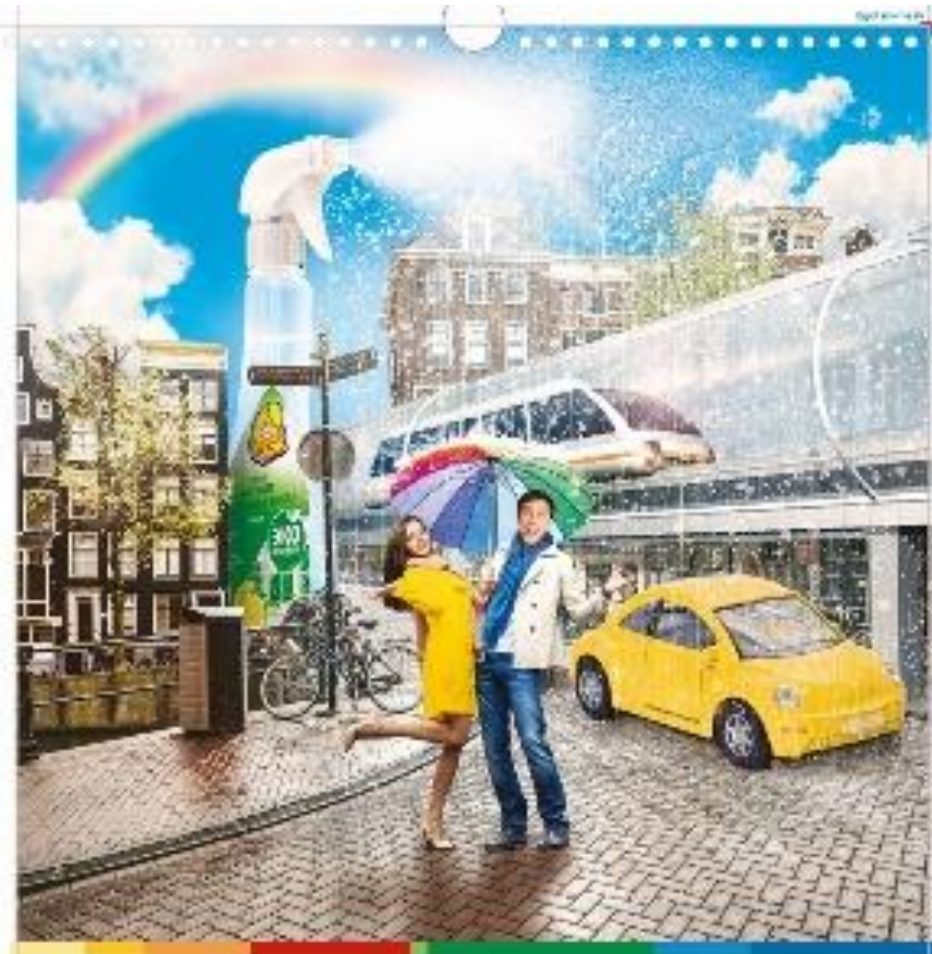


MARCH / БЕРЕЗЕНЬ / МАРТ

СР	СБ	СК
25	26	27
28	1	2
3	4	5
6	7	8
9	10	11
12	13	14
15	16	17
18	19	20
21	22	23
24	25	26
27	28	29
30	31	

**BIOSPHERE**  
LARGER THAN LIFE

Biosphere:  
larger than life



NOVEMBER / ЛИСТОПАД / НОЯБРЬ

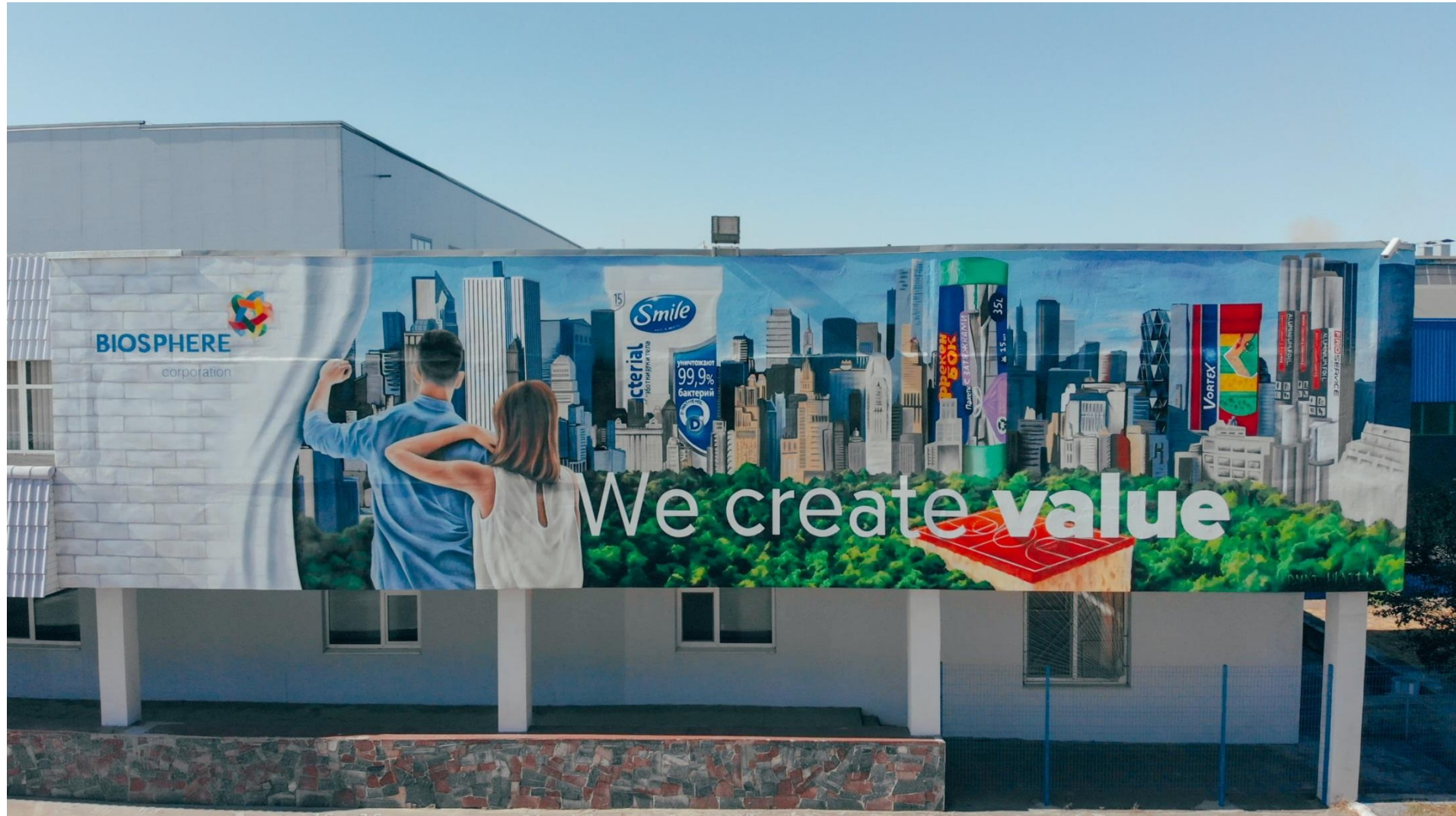
СР	СБ	СК
28	29	30
1	2	3
4	5	6
7	8	9
10	11	12
13	14	15
16	17	18
19	20	21
22	23	24
25	26	27
28	29	30
1		

**BIOSPHERE**  
LARGER THAN LIFE

Biosphere:  
larger than life

we create value

...и эта философия прижилась не только на календаре 😊



# Календарь 2020

**JANUARY**

MO	TU	WE	TH	FR	SA	SU
☺ 1		1	2	3	4	5
☺ 2	6	7	8	9	10	11 12
☺ 3	13	14	15	16	17	18 19
☺ 4	20	21	22	23	24	25 26
☺ 5	27	28	29	30	31	

**Selpak**  
Selpak Toilet Paper in Stone Age

**July**

mo	tu	we	th	fr	sa	su
☺ 27		1	2	3	4	5
☺ 28	6	7	8	9	10	11 12
☺ 29	13	14	15	16	17	18 19
☺ 30	20	21	22	23	24	25 26
☺ 31	27	28	29	30	31	

**Flop kit**  
Like it pet-care goods in the hands of royal musketeers

**Философия** корпоративного календаря 2020: Сквозь эпохи проходят лишь по-настоящему важные, ценные и проверенные временем вещи. Дружба. Вера в добро. Любовь к родителям. Плетение бус из ракушек.

Продукция «Биосферы» выдержала испытание относительно небольшим (по историческим меркам) отрезком времени в 22 года, но мы уверены, что она прижилась бы в абсолютно каждой эпохе развития человечества.

**DECEMBER**

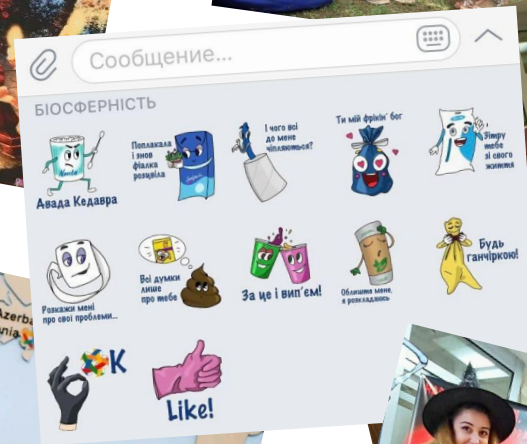
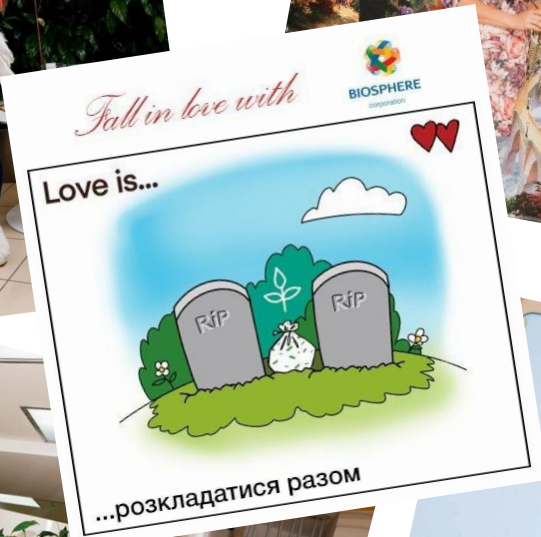
MO	TU	WE	TH	FR	SA	SU
☺ 49		1	2	3	4	5 6
☺ 50	7	8	9	10	11	12 13
☺ 51	14	15	16	17	18	19 20
☺ 52	21	22	23	24	25	26 27
☺ 53	28	29	30	31		

**BIOSPHERE FACTORY ON THE MOON IS GETTING OFFICIALLY APPROVED BY CEO**

# Внутренний креатив



# Внутренние активности



---

---

# И что в итоге?

---

---

А шо, єслі не  
получітсья?

---

---



## ТРАДИЦИОННЫЕ МЕДИА

- ✓ **Количество публикаций:** 391 (7% общерыночного показателя)
- ✓ **Potential Reach (online):** 284 тыс. визитов (5 % общерыночного)
- ✓ **Позитив:** 50% (+8% к среднему по рынку)
- ✓ **Негатив:** 0% (-14% к среднему по рынку)
- ✓ **Media Visibility:** 1 070 (+49% к среднему по рынку)
- ✓ **Media Quality:** 2,7 (+71% к среднему по рынку).

## СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА

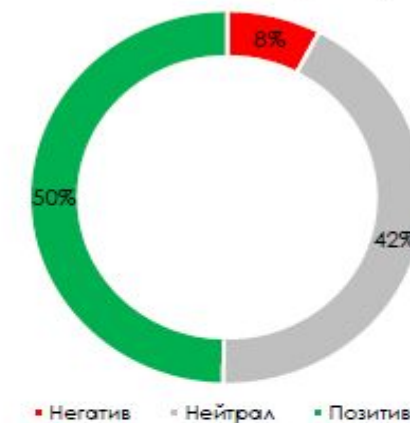
- ✓ **Количество сообщений:** 12 871
- ✓ **Позитив:** 84%



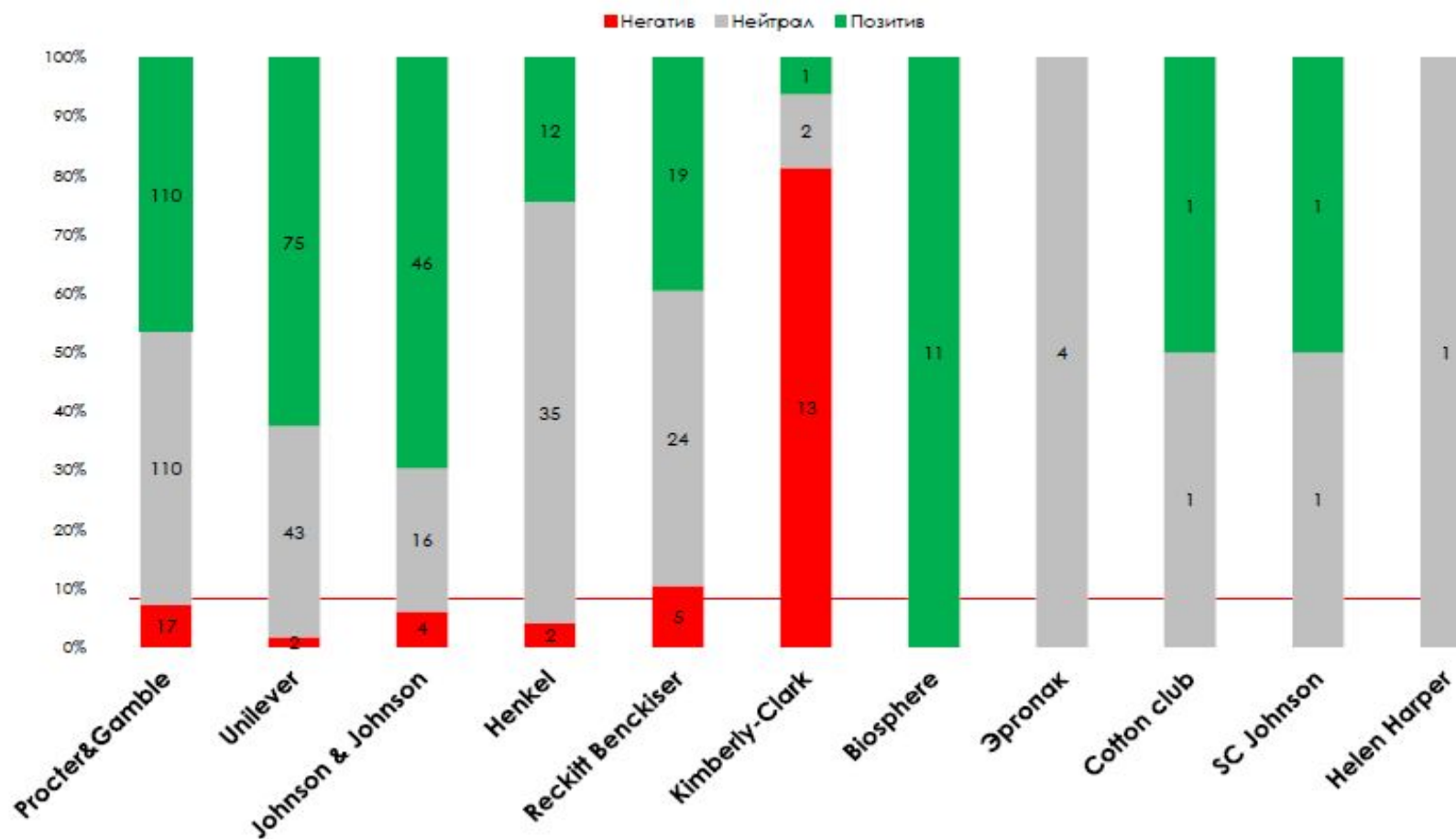
## КОМПАНИИ

## ТОНАЛЬНОСТЬ

Тональность по рынку



MARKET  
BENCHMARK



## Стратегия прироста стоимости бренда на:



- повышении доли **инфополя** и **медиарезонанса** до **+20%** в год;
- вхождении в **рейтинги ведущих брендов** («Новое время», «Деньги» и т.д.);
- укреплении статуса «Биосферы» и её спикеров как **лидеров мнений** за счёт создания **собственных коммуникативных площадок** и активного использования **общественных платформ**;
- создания **эмоциональной привязки** сотрудников, партнёров и клиентов к бренду не как к товару, а как к ценности за счёт комплексного подхода к имиджу работодателя и позиционированию бренда для потребителя

**ПОЗВОЛИТ УВЕЛИЧИТЬ СТОИМОСТЬ БРЕНДА НА 10%**



**BIOSPHERE**  
corporation

**We create value**

**Креатив делает  
бренд дороже.**