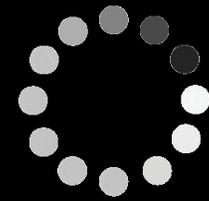


96



96 ●

# Креативное агентство для нового поколения

Мы помогаем брендам общаться  
с новым поколением.

# — Идеология

- Не говорите с людьми, говорите о людях.
- Без культуры нет ссылки. Без ссылок нет интереса.
- Потребительское время драгоценно. Будьте драгоценны с этим временем.
- Бренды должны не только сказать. У них должна быть цель.
- Во времена AdBlock мы верили в AdGift.
- Точки касания в изобилии. Итак, сделайте одну речь.
- Мы должны перейти от рассказывания историй к обмену историями.
- Вы должны знать свою историю, чтобы писать новые истории.
- Развлечения это ключ.

# — Процесс

a.

**Анализ данных.** Мы изучаем соответствующие культурные и социальные рычаги, чтобы определить инновационные, эффективные и устойчивые стратегии бренда.

d.

**Точки соприкосновения.** Хорошими историями всегда делятся. Мы постоянно изучаем наиболее эффективные пространства, где бренды могут взаимодействовать со своими потребителями

b.

**Рассказ и передача.** Мы верим в эффективность эмоций и развлечений. Наши кампании разрабатываются и оцениваются под прицелом потенциального обмена.

e.

**Медиа стратегия.** Наши эксперты предлагают нашим клиентам соответствующие стратегии распространения, которые всегда связаны с созданием и креативом.

c.

**Дизайн, технология.** Наша команда состоит из лучших специалистов в области дизайна и технологий, чтобы реагировать на новые проблемы бренда.

f.

**Влияние и PR.** Не бывает хороших историй без хорошего рассказчика. Мы работаем с каналами, которые лучшего всего подходят нашему клиенту.

# — Решения

О нас

## Сервис

- Digital-экосистема
- Дизайн мышление
- UX/UI
- Творческие данные
- Мобильные приложения

## Объем

- Digital инсталляции
- Онлайн в оффлайн
- Интерактивный рекламный щит
- Event маркетинг

## Сервис

- Бренд стратегия
- Интегрированные кампании
- SMM
- Дизайн
- Создание контента

Кейсы

Команда

# — Клиенты



О нас

Кейсы

Команда

# — Клиенты



О нас

Кейсы

Команда

## РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ ИНКЛЮЗИВНОГО ФЕСТИВАЛЯ

- Участие в конкурсе «Социальный франчайзинг» 2018 от лица компании [ай] LOVE ENGLISH
- По итогу идея проекта была высоко оценена жюри, но не заняла призового места.

### Задачи проекта:

- Разработка концепции фестиваля
- Описание ЦА и анализ рынка
- План вывода на рынок



# EDUTAINMENT

## ИНКЛЮЗИВНЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ

- Площадка, на которой, за определенную сумму размещаются компании из сферы образовательных услуг для детей, и другие компании, с целью взаимодействия с потенциальными клиентами путем проведения мастер-классов, соответствующих по тематике основной деятельности компании.
- ЦА: Родители и их дети в возрасте 4-15 лет, включая детей с инвалидностью и детей сирот.

# АртАкадемия

SMM продвижение

2016-2018 год

Ежемесячная разработка контент-плана

Создание графики

Понимание ЦА

Умение ее привлечь аудиторию и  
взаимодействовать с ней

Настройка рекламы, таргетинг

О нас

Кейсы

Команда

# Эксперт-Камень

Маркетинговое исследование

## Задачи:

- Компания занимается переработкой и созданием изделий из камня (надгробия, плиты)
- Компании необходимо увеличить выручку до 5 млн. руб.

## Результат:

На основе МИ было предложено:

- внедрить CRM систему, с помощью которой ни один клиент не потеряется
- на сайте создать больше призывов к действию (оставить номер и получить скидку)
- обучить менеджеров продажам (скрипты)
- протестировать лендинг на сбор лидов



# Space Pizza

- Brand Creation, начиная с создания самого предприятия
  - Самая стильная служба доставки пиццы\* \*\*

• Работа над созданием аккаунтов в социальных сетях  
 • Разработка программы продвижения на стадии рождения и т.д.

• Создание структуры организации  
 • Продвижение и развитие Brand Loyalty и т.д.

• Разработка Маркетинговой стратегии на ближайшие 3 года  
 • Стратегия роста  
 • Расширение рынка и т.д.

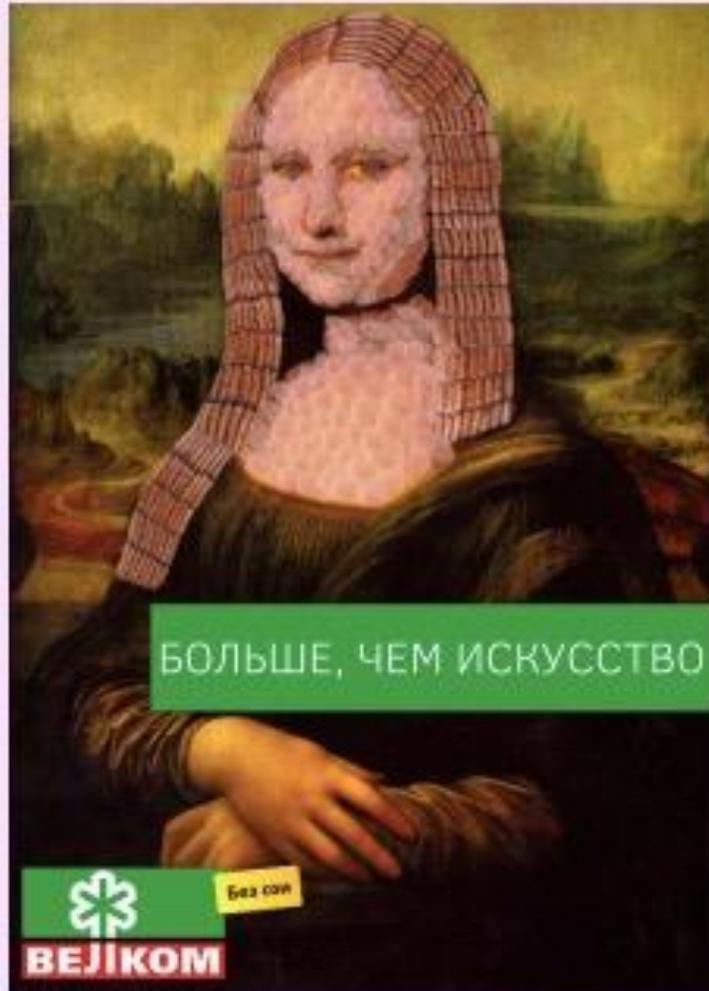
Это потом

Это очень потом

\*из еще не открывшихся  
 \*\*по скромному мнению нас-создателей

Этап открытия нового предприятия тоже тот еще кейс





На основе маркетингового исследования было выявлено, что ЦА, которую нужно достигнуть, находится в социальных сетях, ходит по кафе и ресторанам и занимается саморазвитием.

Компания должна присутствовать на сервисах по доставке еды и вести там активную деятельность, так как потенциальные заказчики чаще всего игнорируют привычные походы в магазины.

Необходимо генерировать качественный и уникальный контент. Для этого нужно регулярно обновлять контент план, следить за всеми инфоповодами и пользоваться ими. Также не следует использовать рекламу продукции в каждом посте, а быть полезным потребителю, создавать атмосферу дружелюбия и информативности.

О нас

Кейсы

Команда

менеджер  
агентства

*«Коротко о главном —  
будьте в теме, остальное  
приложится»*



дизайнер

*«Самое важное — никакого вдохновения не будет, пока вы не проникнитесь брендом, не прочувствуете его, пока он не станет вам «как свой».*



*«Без анализа нет  
стратегии. Без  
стратегии нет бизнеса.»*

аналити  
к



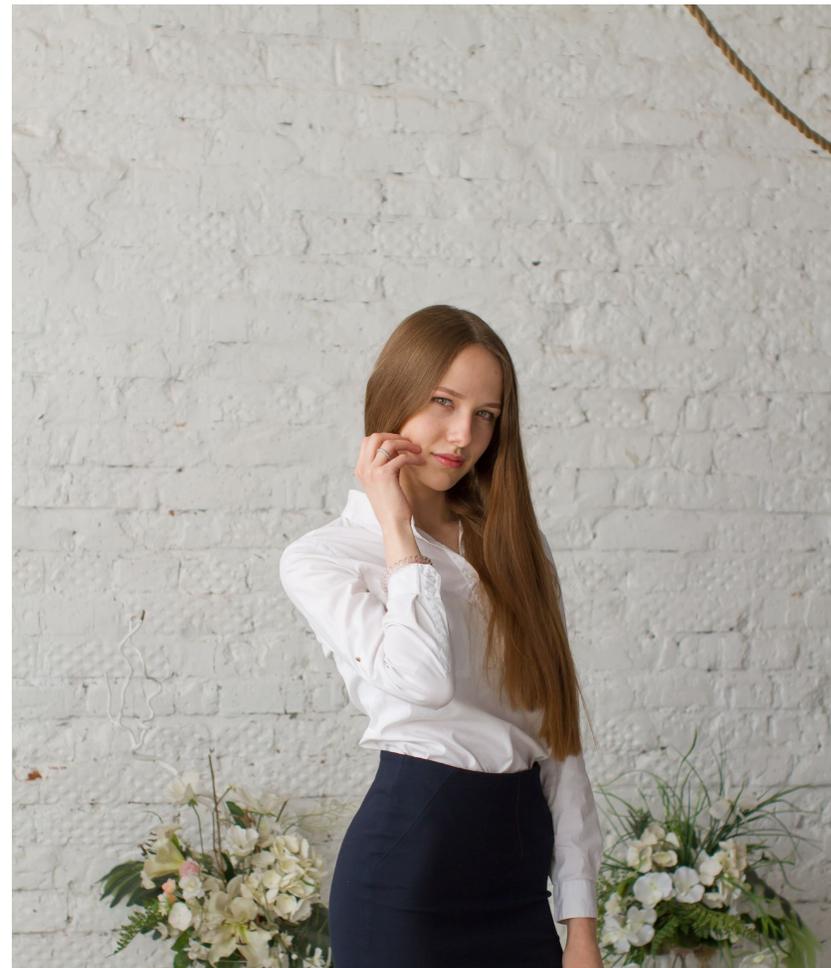
# *«Вырываю фразочки из контекста»*

копирайте  
р



*« В маркетинге – как на  
стройке. Без  
фундамента не будет  
сильного бренда.*

бренд  
билдер



Коман  
да

Кейс  
ы

О  
нас

Say hello: [hello@96spb.com](mailto:hello@96spb.com)

