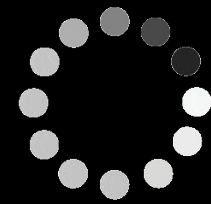


96



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

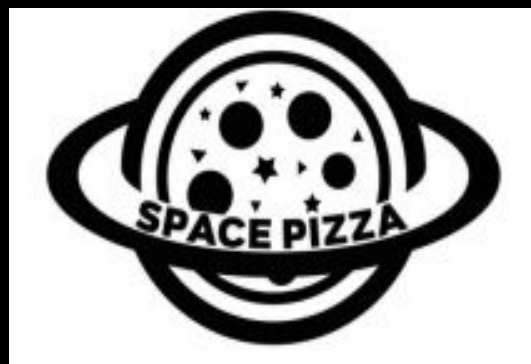


О нас

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.

Это потом

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

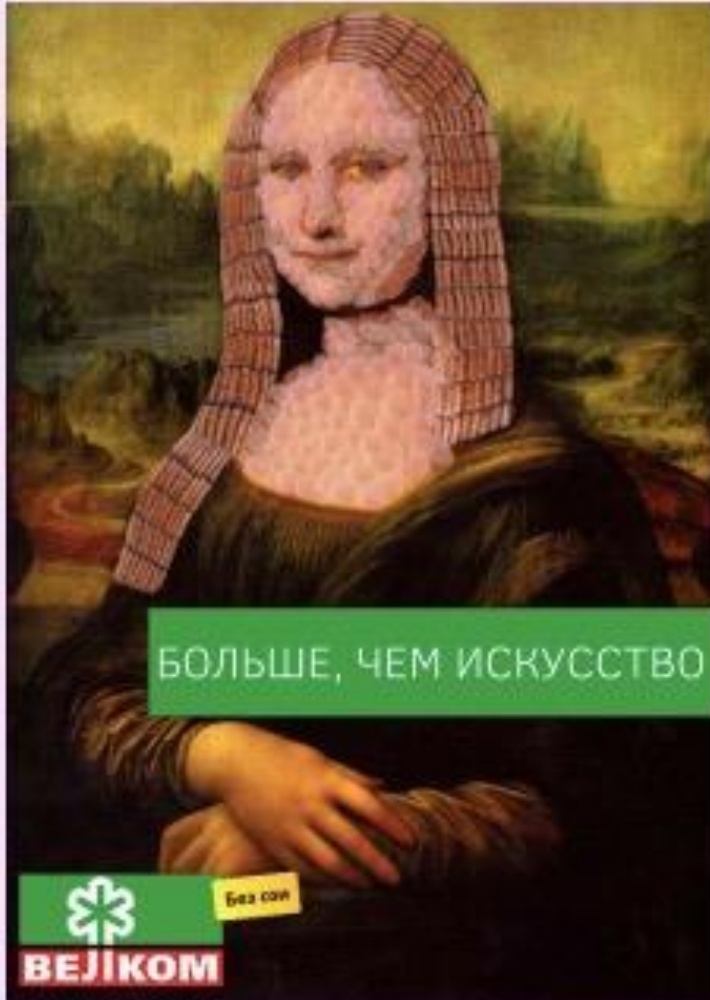
Это очень потом

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

- *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

