

General Line!

эффективные рекламные решения
по региональным ценам

www.linia.biz

LOADING



ПРИВЕТ

GL

General Line!

креативное агентство

СОЗДАТЕЛИ

1

-ые в России

победители престижнейшего
фестиваля рекламы
Red Dot Design Awards
дважды за один год.

4

**-ые
по России**

в бренд-дизайне,
согласно рейтингам АКАР.

10

У НАС
В РУКАХ

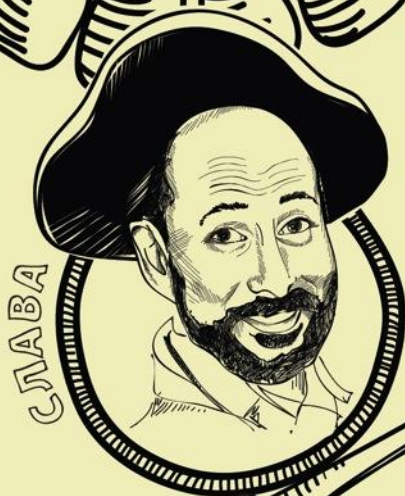
-КИ

дипломов победителей
и призеров
международных
фестивалей.

ШКОЛЫ!
Создающего
ДИЗАЙНА

Генерал

БРЕНДИНГ



В борьбе торговых марок, как и на поле боя -

НЕВОЗМОЖНО ДВИГАТЬСЯ ДАЛЬШЕ БЕЗ ЧЕТКОЙ СТРАТЕГИИ.

Без позиционирования компания движется наудачу
и никогда не сможет стать брендом.



РАЗРАБОТКА БРЕНД-ПЛАТФОРМЫ – ЭТО НАЧАЛО ВСЕГО,

без нее устойчивое развитие невозможно.

ЭТАП СОЗДАНИЯ БРЕНД-ПЛАТФОРМЫ

или формулирование

BIG IDEA

(идеи, на которой строится бренд)

включает в себя:

- анализ конкурентов
(их идей , концепций, реальной деятельности по бренд-строительству)
- поиск и отбор ниш с высоким потенциалом для вашей компании
- формулирование Big Idea (образ бренда, концепция позиционирования)
- создание концепции коммуникаций с вашей целевой аудиторией



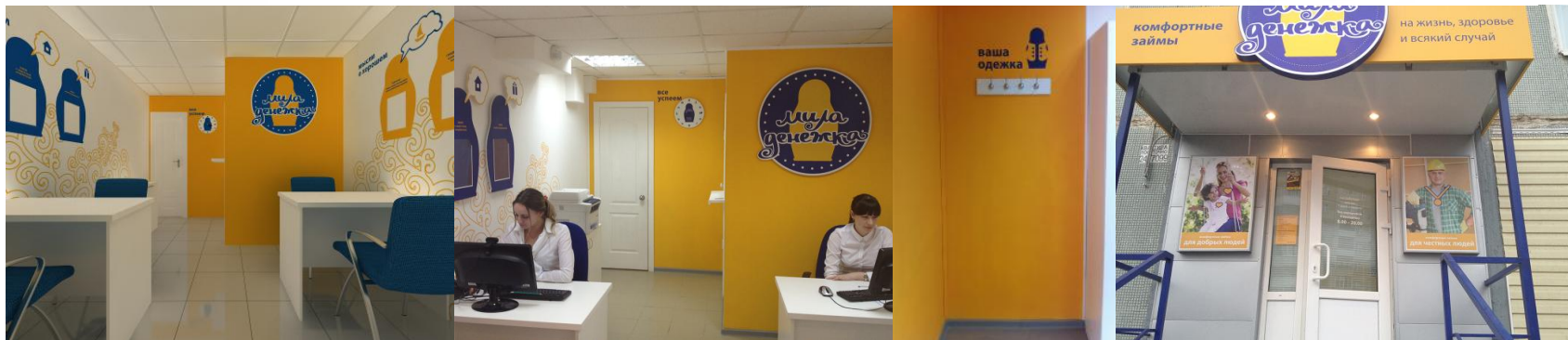
МЫ НЕ НОВИЧКИ В ЭТОЙ СФЕРЕ ○

Вот наше мини-портфолио.



Миладенежка

Бренд полностью разработан и выведен на рынок нашей компанией. Сейчас заказчик превратил свой небольшой бизнес в федеральную сеть микро-финансовых услуг.



Farbstein

Немецкая дотошность и внимание к мелочам – две константы, олицетворенные на различных элементах корпоративной айдентики. Сейчас компании приходится расширять производство – заявок так много, что исходных мощностей уже не хватает.



Доверенное лицо

Вначале было слово и люди, которые могут им управлять. Потом кофе, время, типографика. Нейминг и фирменный стиль - для PR-агентства, которому можно доверять.



Buy&Fly

Нейминг и живая айдентика для обувного магазина.
Всегда разная, как кокетка, заглянувшая за новой парой туфелек.

buy
обувной
магазин
&fly



весна



зима



лето



осень

Дружественный и приветливый образ бренда для всей семьи.



питьевая артезианская
газированная



Рома+Машка

Нежная графика для нежных продуктов, созданных для детей.
Распространяется через сеть аптек "IMPLOZIA".



Полезные зверята

Как выделиться на фоне товаров, предназначенных для детей, но продаваемых взрослым?

Взглянуть иначе на человека, принимающего решение о покупке.

Продать товар именно тем, для кого он предназначен. Детям.

Мы создали упаковку, которая может стать игрушкой и поселится в огромном выдуманном мире ребенка.



A decorative border consisting of a central dotted rectangle and two horizontal rows of hand-drawn, rounded, ribbed shapes on either side.

ЛОГО И СТИЛЬ

ЛОГОТИП И ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ –

основа коммуникаций с потребителем.

Уровень вашего фирменного стиля определяет стоимость ваших товаров и услуг, веру в их качество и влияет на удовольствие, полученное потребителем от покупки.

Наши работы по созданию логотипов и фирменных стилей высоко ценятся во всем мире.

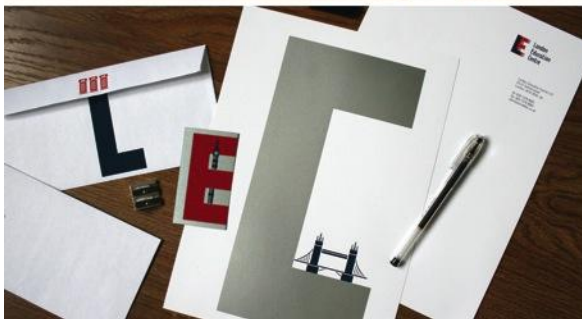
В 2012 г.

фирменный стиль London Education Centre победил на самом престижном в мире фестивале дизайна

RED DOT
DESIGN
AWARDS

Айдентика, созданная General Line! неоднократно побеждала и была отмечена в шорт-листах международных конкурсов.

Многокомпонентная айдентика для лондонского обучающего центра. Когда стираются границы между логотипом и фирменным стилем. Победитель Red Dot Design Awards 2012.





Дружба России и Японии в деловой документации.
Акцентная осень, атласные ленты и утонченный сад
камней в нестандартном логотипе.
Респект культурологам-консультантам.



Обновленный фирменный стиль для производителя керамогранитной плитки. Воплощение открытости и естественности бренда.

было

стало

GRASARO

ООО «САМРОЙ СТРОЙФАРФОР»
40130, Самарская обл., Волжский район, пос. Стройфарфор
http://www.grasaro.ru, e-mail: info@grasaro.ru
Тел: (848) 330-01-01

Иван Иванович Сидоренко
Менеджер по продажам

Название торговой марки GRASARO расшифровывается так:

GRA – гранит
SA – Север
RO – Россия

Идея запуска производства керамогранита зародилась на ООО «СамроЙ СтроЙфарфор» в 2002 году, в этот же период начинается проект по строительству завода. 26 февраля 2004 г. в производственной обстановке произошла стартовая первая линия по производству керамогранита формата 300x300 мм мощностью 1,7 млн кв.м/год. Все оборудование, линии, заводы, Б.О. доставлялись из Италии итальянскими производителями — SACMI. Самая передовая структура и является первым заводом такого типа в России с расширенной производств. в рамках этого проекта на линии, способной производить плитку большого формата — 600 мм, момент общей производственной мощности завода составляет — 10 млн кв.м/год.

Керамогранитный гранит (от итальянского — это роговиковый, каменно-керамическая керамика) — материал и в чрезвычайной степени высокопрочный глине (каополевый и др.) с добавлением ее минеральных пигментов-красителей, окисей различных металлов, родственных изделиям из фарфора, по технологии изготовления однородного объема, а по своим свойствам и красоте он сравним. История керамогранита берет свое начало в конце шестидесяти несколько лет этот материал приобрел широчайшее распространение. Керамогранит обладает исключительной неравномерностью (инвариантом перепада температуры до 400С), что обусловлено его низким водопоглощением и высокой плотностью материала. Материал со временем не меняет цвет, устойчив к воздействию кислот, щелочей, щелочей и экологически безопасен.

www.grasaro.ru

GRASARO

ООО «САМРОЙ СТРОЙФАРФОР»
40130, Самарская обл., Волжский район, пос. Стройфарфор
http://www.grasaro.ru, e-mail: info@grasaro.ru
Тел: (848) 330-01-01

Иван Иванович Сидоренко
Менеджер по продажам

Название торговой марки GRASARO расшифровывается так:

GRA – гранит
SA – Север
RO – Россия

Идея запуска производства керамогранита зародилась на ООО «СамроЙ СтроЙфарфор» в 2002 году, в этот же период начинается проект по строительству завода. 26 февраля 2004 г. в производственной обстановке произошла стартовая первая линия по производству керамогранита формата 300x300 мм мощностью 1,7 млн кв.м/год. Все оборудование, линии, заводы, Б.О. доставлялись из Италии итальянскими производителями — SACMI. Самая передовая структура и является первым заводом такого типа в России с расширенной производств. в рамках этого проекта на линии, способной производить плитку большого формата — 600 мм, момент общей производственной мощности завода составляет — 10 млн кв.м/год.

Керамогранитный гранит (от итальянского — это роговиковый, каменно-керамическая керамика) — материал и в чрезвычайной степени высокопрочный глине (каополевый и др.) с добавлением ее минеральных пигментов-красителей, окисей различных металлов, родственных изделиям из фарфора, по технологии изготовления однородного объема, а по своим свойствам и красоте он сравним. История керамогранита берет свое начало в конце шестидесяти несколько лет этот материал приобрел широчайшее распространение. Керамогранит обладает исключительной неравномерностью (инвариантом перепада температуры до 400С), что обусловлено его низким водопоглощением и высокой плотностью материала. Материал со временем не меняет цвет, устойчив к воздействию кислот, щелочей, щелочей и экологически безопасен.

Satin
КЕРАМИ
ГРАНИТ

GRASARO

www.grasaro.ru

Бескомпромиссные линии инженерных систем с дружелюбным бежевым.
Красота большого бизнеса.



ИДЕЯ И ТЕМА ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ
Секора МеталлоПласт www.metalloplast.ru



- радиаторы
- трубы
- трубные системы
- сварочная аппаратура
- канализация
- теплоизоляция
- инструменты

Монтаж, обслуживание, модернизация, канализация, электромонтажные работы
840 247 83 03

Центральный офис:

Симфер., 443041
Апрельбульварная, 40
СЦ Южная
840 247 83 03
info@metaloplast.ru
www.metalloplast.ru

ИДЕЯ И ТЕМА ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ
Секора МеталлоПласт www.metalloplast.ru
И.с.р.

Установка газопровода осуществляется согласно «Техническим правилам для газопроводов 1986» по нормам ДНВ-В-182/86. Соответственно с этим, для газопровода разрешается применять медные трубы по DIN 1788 и согласно Трудовому листу ЭНОВ СН 292. Трубопроводы могут быть напаяны, виденные и сваренные вручную. Для прокладки на земле или под землей используются трубы с дополнительной внешней антикоррозийной изоляцией (например ВЭСУР) устанавливаемой производителем труб, а также трубы с антикоррозийной защитой, если выполняется требованием DIN 30 672 для класса коррозии В. Относительно способа соединения действует норма Трудового листа ЭНОВ СН 2, которое запрещает использование инвентаризированной пайки – метал припой. Соединения труб разрешается только с использованием муфт и фитингов. Подписчики и требования, подробно изложены в разделе 2 информационного издания ДНТ 1305, относящиеся к трубам при сварке и приращению газосваркой. Для газопровода допускается соединение в одной системе различных металлов и материалов в любой последовательности, согласно ДНВ-В-182/86, поэтому можно игнорировать требования в параграфах 4.4 и 4.1.3. Не обязательно строго соблюдать все остальные замечания раздела 4.

3.4.2. Трубопроводы жидкого газа
Трубопроводы сжиженного газа для бытового назначения на 50 мбар должны отвечать требованиям «Технических правил для сжиженного газа 1986» ТНТ 1988, согласно которым разрешается использовать медные трубы соответствующие DIN 1788. Так же необходимо выполнять, технические требования 3.1.1. Для систем использования баллонов со сжиженным газом с рабочим давлением более 0,1 бар – действует правило ТНТ 300. Требования к процессу материала установлены в ВЭСУ, лист 410, согласно которому разрешается использовать трубы прочности F 37 со специальной маркировкой и указанием в сопроводительной инструкции от производителя области применения.

4. Проектирование, прокладка и ввод в эксплуатацию.

4.1. Броньера труба.
Установка газопровода осуществляется согласно «Техническим правилам для газопроводов 1986» по нормам ДНВ-В-182/86. Соответственно с этим, для газопровода разрешается применять медные трубы по DIN 1788 и согласно Трудовому листу ЭНОВ СН 292. Трубопроводы могут быть напаяны, виденные и сваренные вручную. Для прокладки на земле или под землей используются трубы с дополнительной внешней антикоррозийной изоляцией (например ВЭСУР) устанавливаемой производителем труб, а также трубы с антикоррозийной защитой, если выполняется требованием DIN 30 672 для класса коррозии В. Относительно способа соединения действует норма Трудового листа ЭНОВ СН 2, которое запрещает использование инвентаризированной пайки – метал припой. Соединения труб разрешается только с использованием муфт и фитингов. Подписчики и требования, подробно изложены в разделе 2 информационного издания ДНТ 1305, относящиеся к трубам при сварке и приращению газосваркой. Для газопровода допускается соединение в одной системе различных металлов и материалов в любой последовательности, согласно ДНВ-В-182/86, поэтому можно игнорировать требования в параграфах 4.4 и 4.1.3. Не обязательно строго соблюдать все остальные замечания раздела 4.

ИДЕЯ И ТЕМА ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ
Секора МеталлоПласт 443041 Апрельбульварная 40 СЦ Южная

ИДЕЯ И ТЕМА ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ

www.metalloplast.ru

Секора МеталлоПласт

Региональный филиал Симферополь
Симфер., 65004
Апрельбульварная, 41 СЦ Южная
840 247 83 03
info@metaloplast.ru
www.metalloplast.ru

Секора МеталлоПласт

Региональный филиал Южно-е
Симфер., 65004
Апрельбульварная, 41 СЦ Южная
840 247 83 03
info@metaloplast.ru
www.metalloplast.ru

ВОДОНАГРЕВАТЕЛИ

8 989

7 980

6 090

7 300

пока не продано

ПРОЧИЕ НУЖНОСТИ

3 190

136

2 100

800

НАУЧИМ ВСЕХУ (ЛИКБЕЗ)

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРИВЫЧНЫХ ВЕЩАХ

Многие из того, о чем мы сегодня говорим, вы видели на выставках в любой из магазинов Самары. Именно в это число и новую самарскую выставку системы металлопластиковых труб и фитингов «СамарТру».

Многие из того, о чем мы сегодня говорим, вы видели на выставках в любой из магазинов Самары. Именно в это число и новую самарскую выставку системы металлопластиковых труб и фитингов «СамарТру».

Самара Металло Пласт
вода и тепло от профессионалов

1 каталог-прайс
выпуск



ЦЕНТР РАСПРОДАЖ

СГОВОРЧИВЫЕ ПРОДАВЦЫ
ОТДАЮТ ТОВАР ПО ВАШЕЙ ЦЕНЕ!

247-63-03 www.metalloplast.ru



вода и тепло от профессионалов
Самара Металло Пласт
радиаторы
насосы
котлы
трубные системы

Дисконтная карта № 54321

САМАРА РИЯЛВАЛИП

Самара Металло Пласт
вода и тепло от профессионалов

Центральный офис:
Самара, ул. Арцыбушевская, 40, СЦ Объем (846) 247-63-03
Тольятти: ул. Мира, 140 (8482) 36-56-09

Самара Металло Пласт
вода и тепло от профессионалов

Центральный офис: Самара, ул. Арцыбушевская, 40,
СЦ Объем (846) 247-63-03
Тольятти: ул. Мира, 140 (8482) 36-56-09

КАВИТАЦИОННЫЙ ДЕТАЗАТОР!

Дисконтная карта № 54321

трубы МПТ, медные канализация фитинги, запорная и регулирующая арматура приборы отопления котельное оборудование, электрокотлы, бойлеры водонагреватели насосное оборудование профессиональный инструмент для

поставка | проектирование | монтаж

* Данная дисконтная карта является максимальной. Максимальный размер скидки по дисконтной карте составляет 25%.

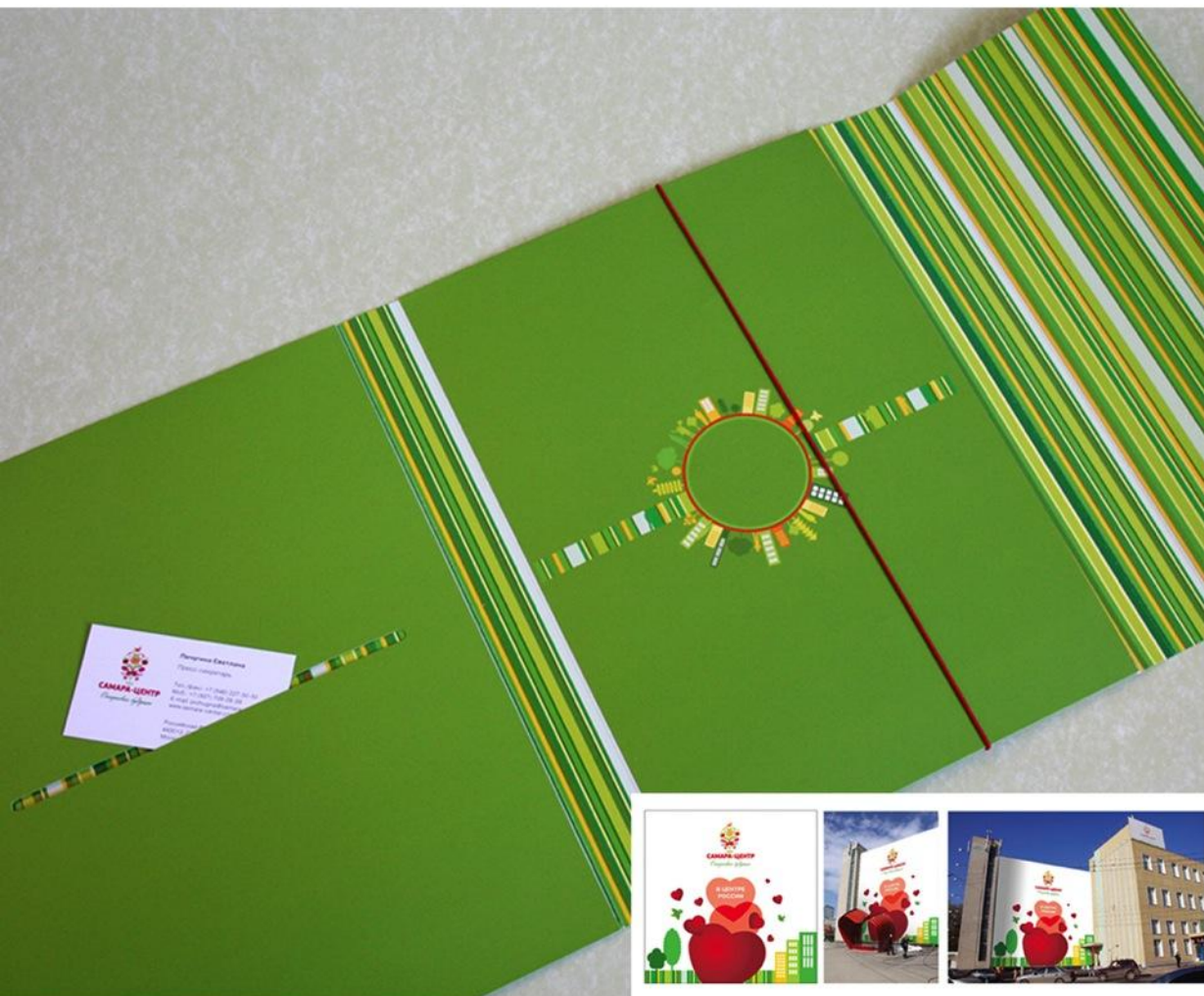
трубы МПТ, медные канализация фитинги, запорная и регулирующая арматура приборы отопления котельное оборудование, электрокотлы, бойлеры водонагреватели насосное оборудование профессиональный инструмент для

поставка | проектирование | монтаж

* Данная дисконтная карта является максимальной. Максимальный размер скидки по дисконтной карте составляет 25%.



В самом центре Самары - фирменный стиль для крупного делового центра.



A decorative graphic consisting of a central dotted rectangular border. Inside this border, the word "НЕЙМИНГ" is written in a bold, 3D block font. The word is flanked on both sides by a horizontal row of seven stylized, hand-drawn ovals, each containing horizontal hatching lines.

НЕЙМИНГ

ЭФФЕКТИВНЫЙ НЕЙМИНГ СОВМЕЩАЕТ 4 ПАРАМЕТРА:



- Новизна
- Запоминаемость
- Отсутствие негативных ассоциаций
- Преемственность ассоциаций, относящихся к бизнесу и целевой аудитории

**ПОТЕРЯЕТЕ ОДИН ИЗ ПАРАМЕТРОВ
И НАЗВАНИЕ НЕ БУДЕТ РАБОТАТЬ,**
сотрется из памяти вашей целевой аудитории.

Помните, не все названия, которые нравятся собственникам, могут понравиться вашим клиентам. Успех в нейминге определяет будущее вашей компании. Наш опыт включает создание нескольких десятков новых ТМ и нейминг более двух сотен различных продуктов и услуг.

Наше мини-портфолио вы видели в разделе «Брендинг»



УПАКОВКА

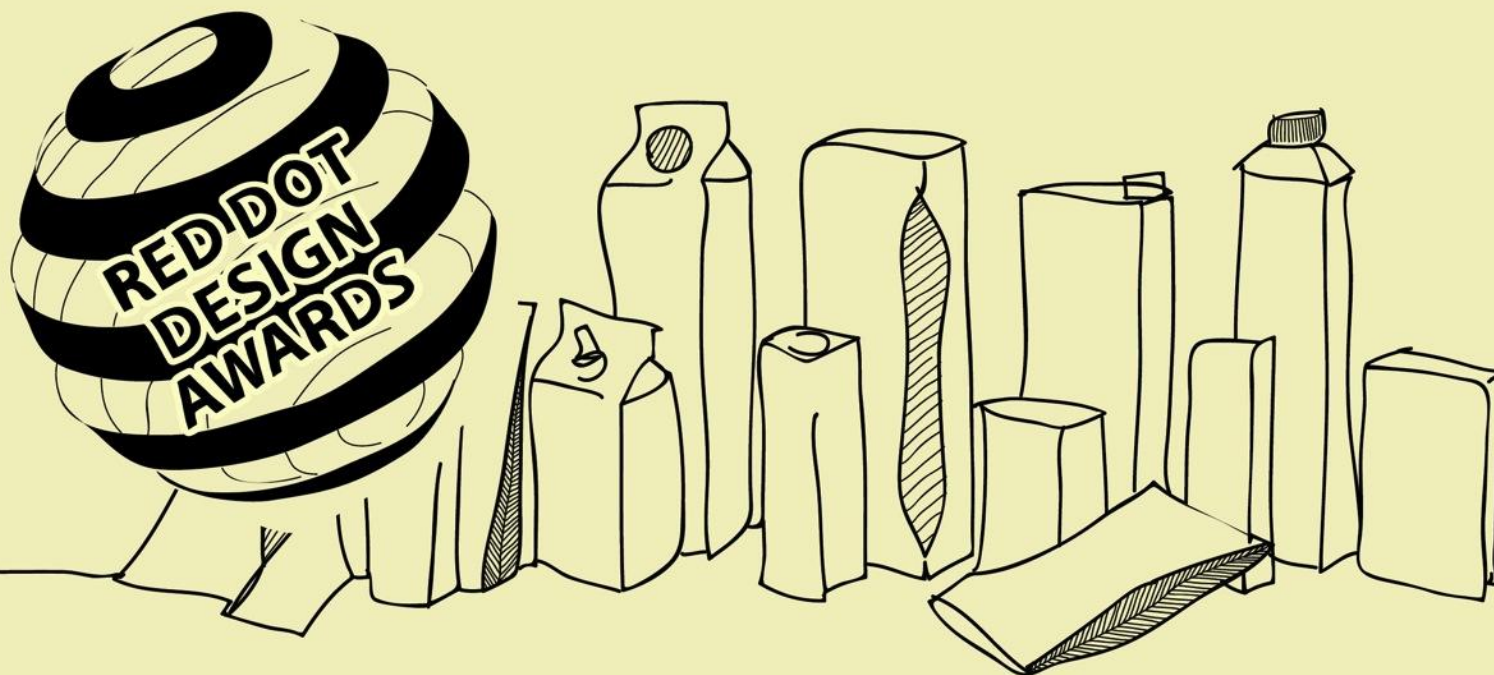
СОЗДАНИЕ УПАКОВКИ – ДЕЛО ОТВЕТСТВЕННОЕ,

ведь мы даем жизнь новым брендам и продуктам.

Мы работаем в этой сфере более 15 лет и неоднократно выигрывали международные конкурсы, входили в тройку призеров за лучшую упаковку.

Наш успех прошлого года – победа в 2012 году в конкурсе RED DOT Design Award. Вы можете быть уверены, что наши идеи и концепты соответствуют западным аналогам.

Наше мини-портфолио:

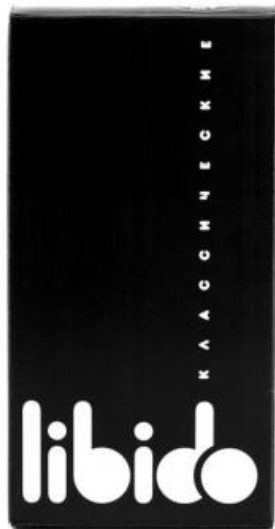


Шаманские орнаменты, закрученные так, что непонятно где верх, а где низ. Упаковка, которая сама по себе повод для покупки диска. Упаковка-чемпион - победитель Red Dot Design Awards 2012.



Libido

Энергия сексуального влечения в минималистском, утонченном дизайне. Два человека – два цвета. Ночь. Мужчина и женщина. Максимум либидо.



Нейминг и упаковка презервативов формата «эконом» для стахановцев: «Даешь пятилетку в три года!».



Нейминг и упаковка для серии средств по уходу за полостью рта.
Полезный гербарий из запасов аптекаря-травника.



green Story



Вначале было название: «Прилипайло». А оно уже продиктовало колоритную украинскую стилистику с ее ощущением веселья, беззаботного праздника и ясной жизненной позиции: «Эту неприятность мы переживем».



Костер, природа, шашлык и КОМАРЫ. Нейминг и упаковка для оружия против надоедливых кровопийц, эффективного в самом стане врага.



Sunflower

Разработка названия и упаковки серии продуктов для фанатов солнечных лучей.



sunflower



Нейминг и упаковка продукта, с которым худеть легко и безболезненно.
Новый продукт для сети аптек «Implozia».



Нейминг и упаковка, полная «по самый воротник» полезных минералов и витаминов, чтобы быть спортивным и энергичным.



Раритетный рояльный саунд со вкусом свежих фруктов.
Второй вариант упаковки для поющих соков от компании Вико.



ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН



АЛЛА



МИША



КОЛЯ



КСЮША



СВЕТА



- Мы не пишем 60-тым кеглем **«АКЦИЯ!»** и не красим текст в ядовито-желтый цвет, чтобы «было заметно».
- Мы не **«УМЕЩАЕМ»** текст, чтобы вошли 100 000 тем, и не используем шаблоны.
- Мы решаем вашу проблему: **целевая аудитория должна узнать то, что вы хотите до них донести и сделать то, что должна сделать.**
- Поэтому все подчинено цели - каждый элемент обоснован, из наших текстов «лишнее слово не выкинешь».

Два концепта брошюры для цементного магната.
Победа в тендере и победа над собой: бессонные ночи в изучении технологий применения тампонажного цемента прошли не зря.



Лаконичность линий и многотонность строительного опыта...



Эксклюзивный каталог сантехники премиум-класса.
Изящество в каждом развороте.



Стихи и графика на границе вкуса и китча.
Подарочное издание тысячным тиражом, обложка.



Стихи и графика на границе вкуса и китча.
Развороты.



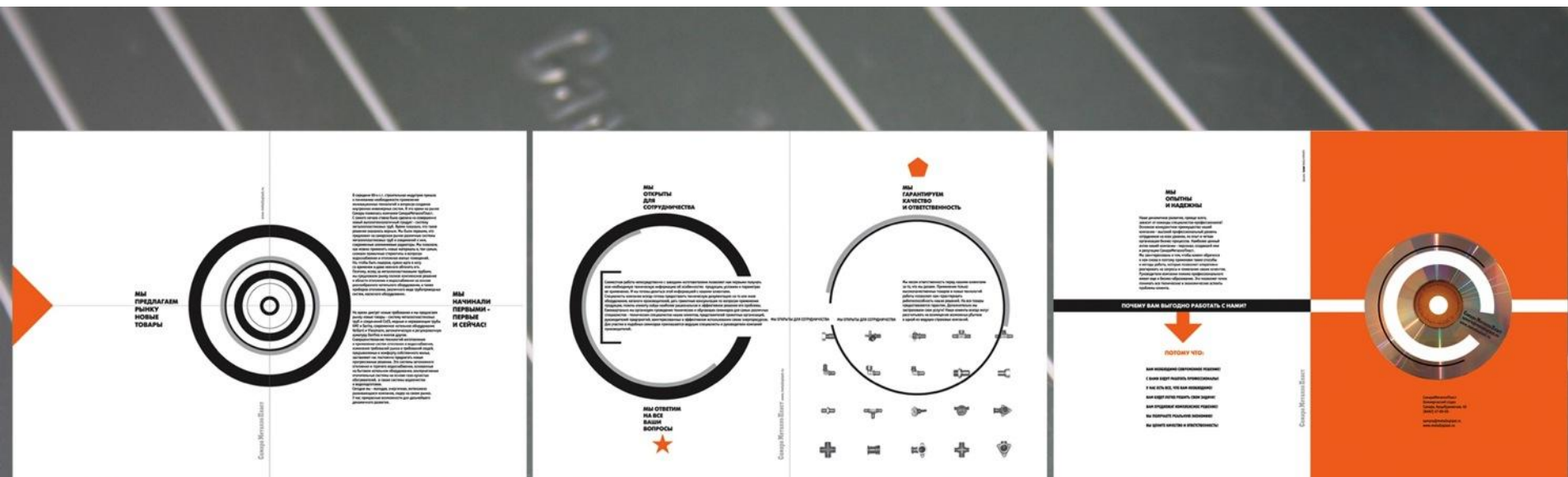
Познавательный буклет о вместительных шкафах-купе от «Aluma – Decor».



Внушительный каталог для по-настоящему мужского магазина



Уникальный дизайн каталога крупного холдинга.
Отражающая обложка и концептуальное графическое оформление.
Стильное издание для сильной компании.



ЗНАКИ ОТГЛ

ПОШТА

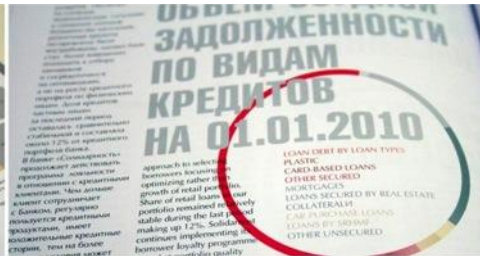
ГОДОВОЙ ОТЧЕТ

Так уж сложилось, что годовой отчет – документ обязательный, и, так или иначе, делать его нужно. Так почему бы не использовать все возможности и вынести мозг акционерам потрясающим дизайном и мощной концепцией подачи отчетных документов?

Оригинальный дизайн годового отчета – это возможность представить компанию в нужном ракурсе перед акционерами. Индивидуально оформленный комплект отчетных документов в их глазах станет доказательством ее успешного развития.



Инфографика в годовом отчете для самого солидарного банка.
 Прозрачность и информативность.



Деловой стиль в ярких летних цветах Мегафона.
Рабочее пространство, бережно сохраненное и зафиксированное,
чтобы рассказывать и вдохновлять.

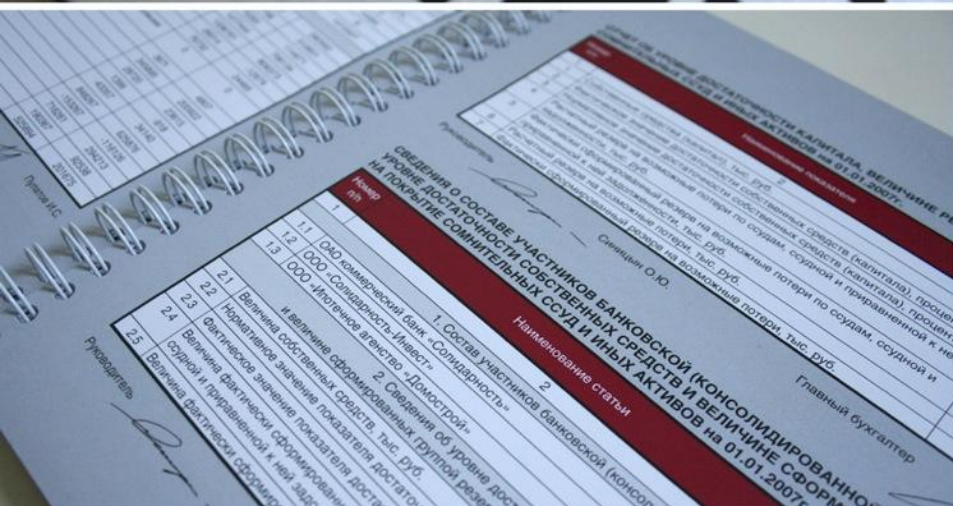


Отлаженные механизмы серьезного банка.

Работает как часы.

Вошел в сборник «Лучшие годовые корпоративные отчеты 2006» ИД Richard Cash Publishers.

Ежегодный конкурс «Singing Paper Award», организованный концерном FEDRIGONI (Италия). Золото.



Имитация архивной папки. Разные сорта бумаги как будто из разных эпох.
Милые артефакты. Историографическая верстка из архивов ВОТГК.

Качество работы подтверждено множеством побед на фестивалях рекламы, в частности:

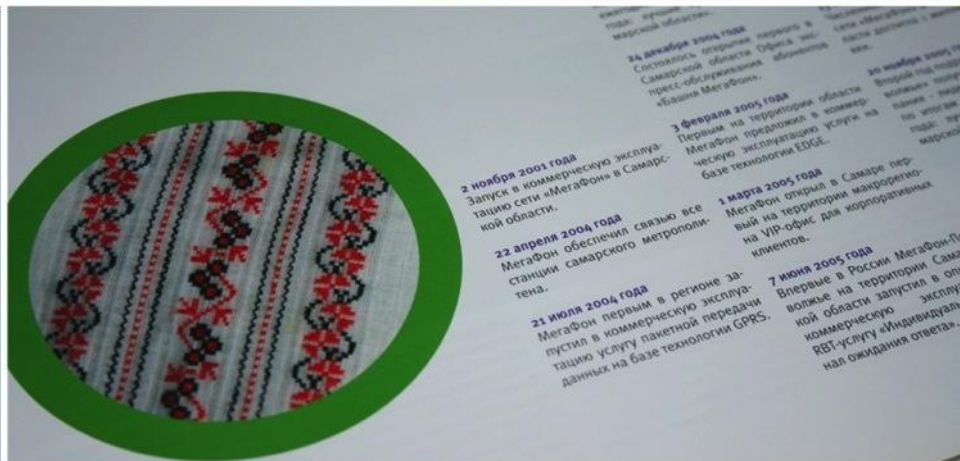
- 19-й фестиваль ММФР (Россия, Москва) Серебро
- Национальный фестиваль рекламы «Идея!» (Россия, Новосибирск) Shortlist
- Международный фестиваль рекламы AD-Stars 2011 (Корея, Бусан) Shortlist



Летопись «12 Звездных лет Мегафон. Республика Мордовия».



Они разные, но что-то объединяет их, позволяя звучать вместе. **General Line!** соединила народные мотивы в актуальный техно-бит. Послушайте этническую полифонию в годовом отчете Мегафон-Поволжье



Новая банковская группа - новые фирменные цвета.
Годовой отчет в новом, трехмерном виде.
Объем и значимость сухих банковских цифр.





КАЛЕНДАРИ


Это только кажется, что календарь - это сетка с цифрами и несколько картинок, чтобы заполнить пустоту.

И, благодаря этому заблуждению, многотысячные тиражи становятся унылой частью рутинного обмена полиграфической продукцией.

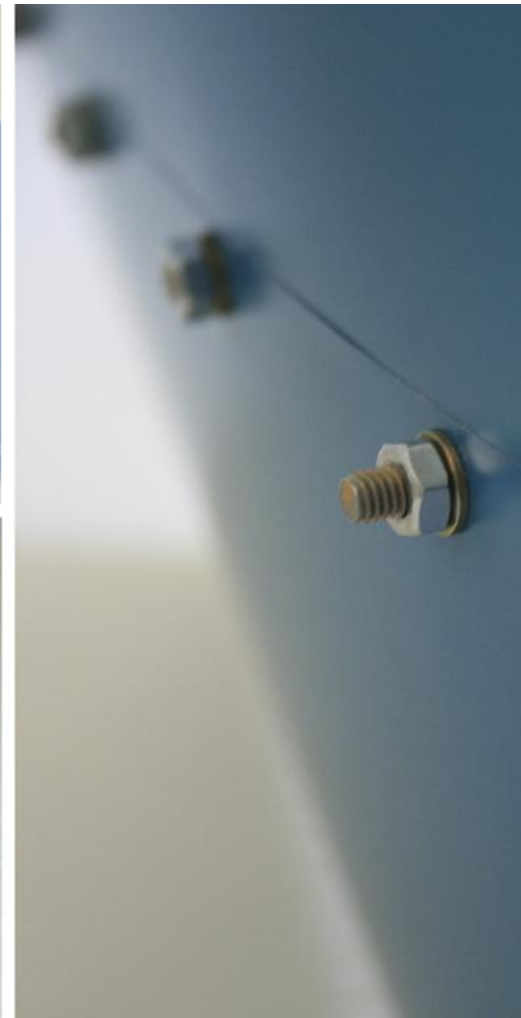
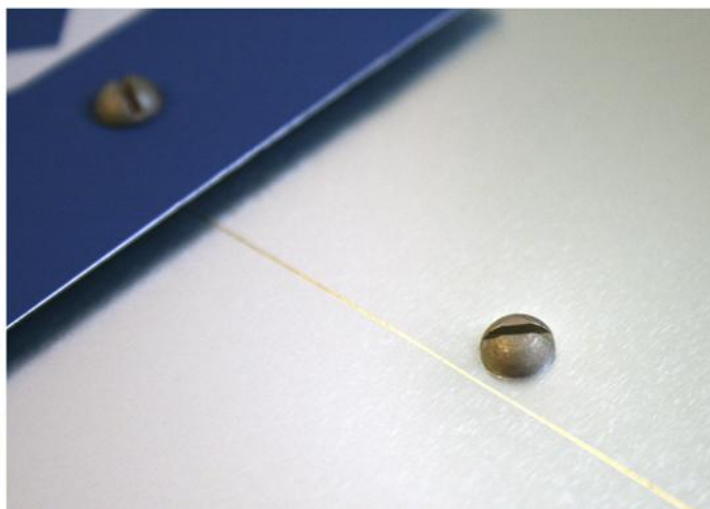
Мы в этом не участвуем!

НАША ЗАДАЧА:

сделать так, чтобы ваш календарь стал маленьким шедевром, который украсит офис вашего клиента.



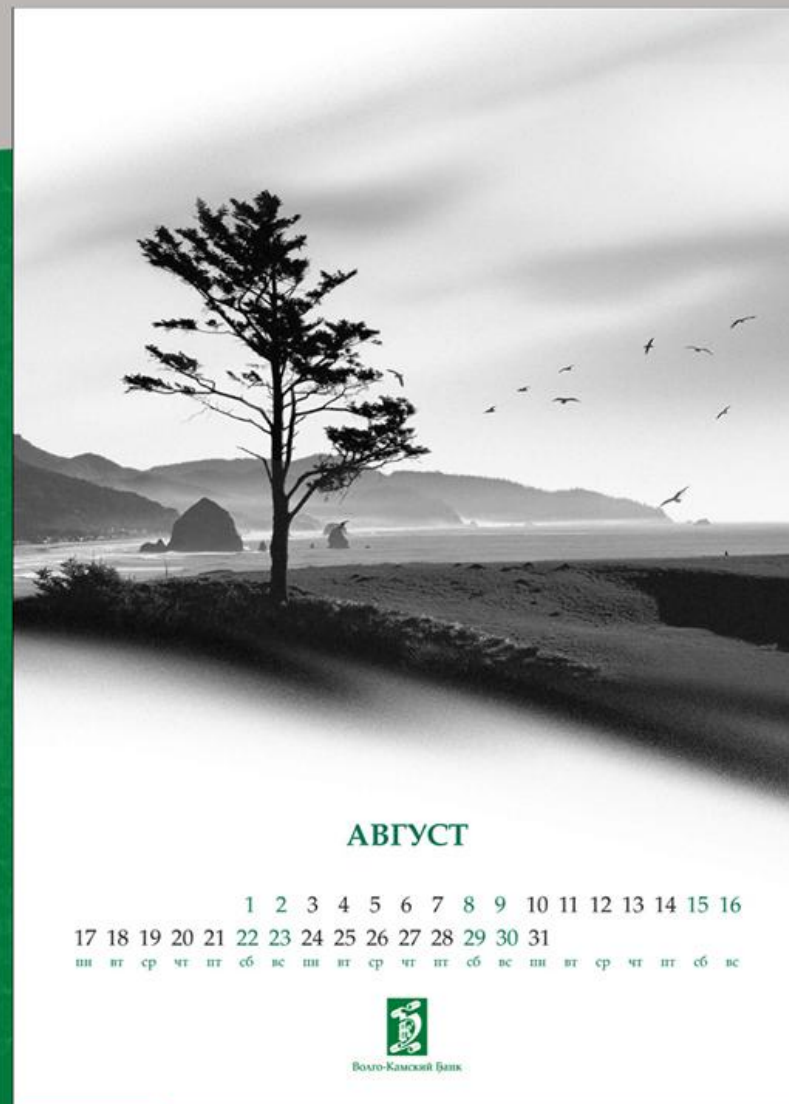
Настоящий металл в соединениях календаря для международного холдинга Alcoa.
Дизайн, уверенный в себе, как брусок холодной стали.



Дизайнерский картон и вшитые объемные иллюстрации разрушают стереотипы о том, каким может быть поздравление от строгой и мужественной компании.



Печать серебром и лоск неземных пейзажей .
Тонкая грань между сном и явью,
оформленная в бумаге
и пропитанная спокойствием.



АВГУСТ

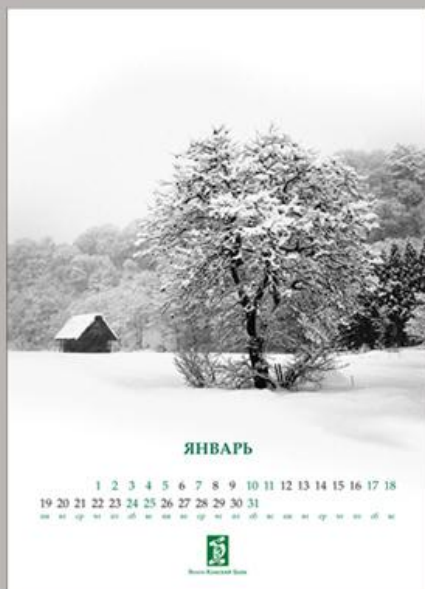
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16
17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
шн вт ср чт пт сб вс шн вт ср чт пт сб вс шн вт ср чт пт сб вс



Волго-Камский Банк



Волго-Камский Банк

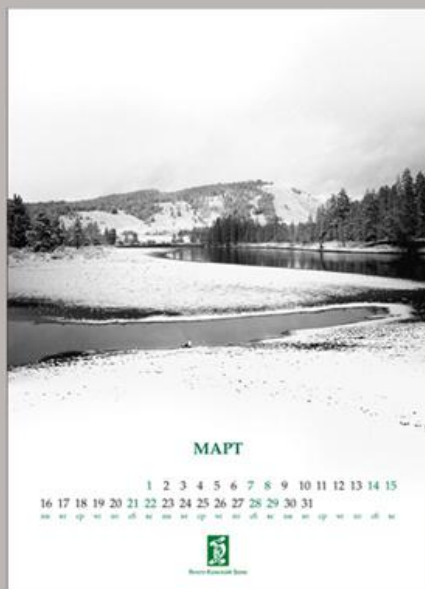


ЯНВАРЬ

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



Министерство природных ресурсов и экологии Республики Карелия

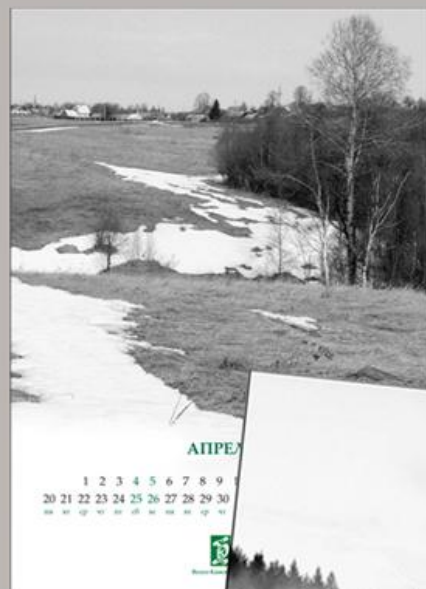


МАРТ

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



Министерство природных ресурсов и экологии Республики Карелия

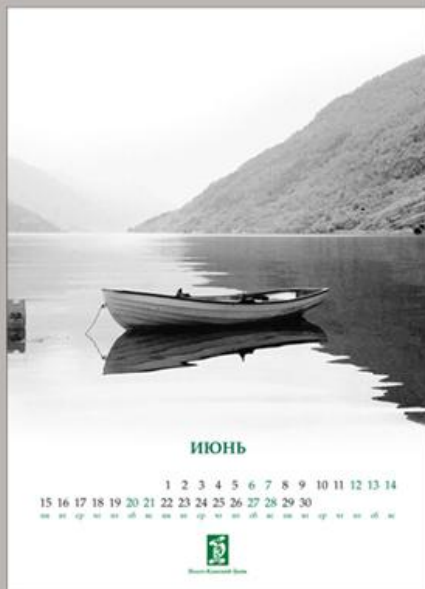


АПРЕЛЬ

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



Министерство природных ресурсов и экологии Республики Карелия



ИЮНЬ

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



Министерство природных ресурсов и экологии Республики Карелия



ОКТАБРЬ

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



Министерство природных ресурсов и экологии Республики Карелия



НОЯБРЬ

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

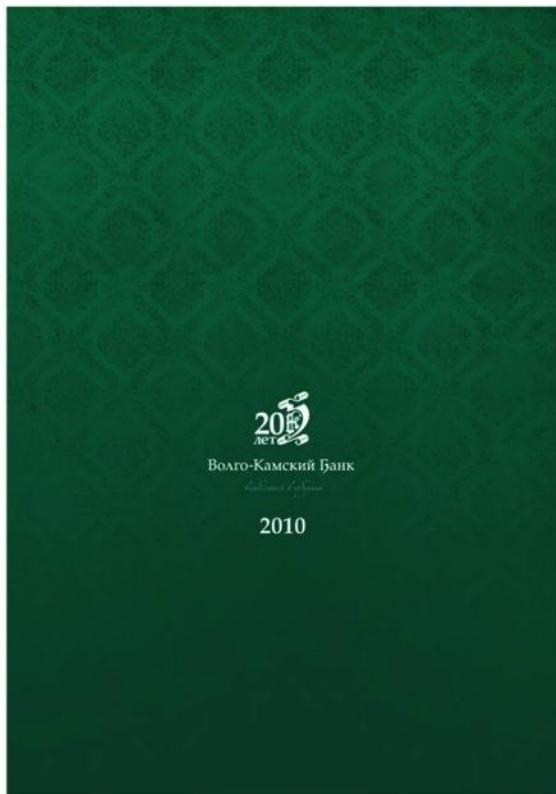


Министерство природных ресурсов и экологии Республики Карелия

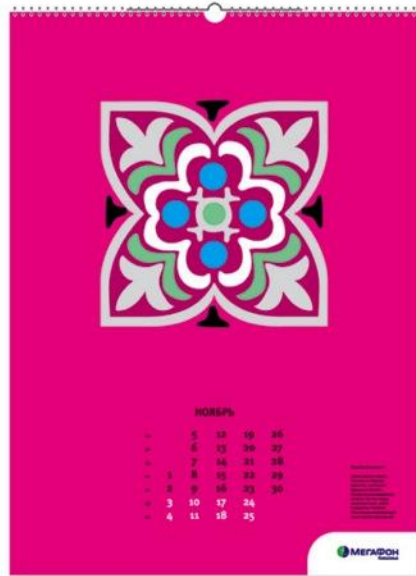
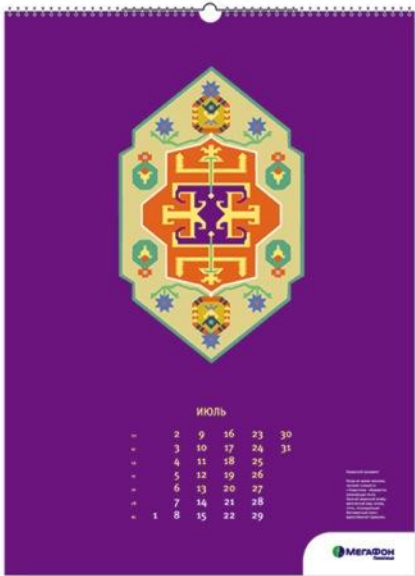
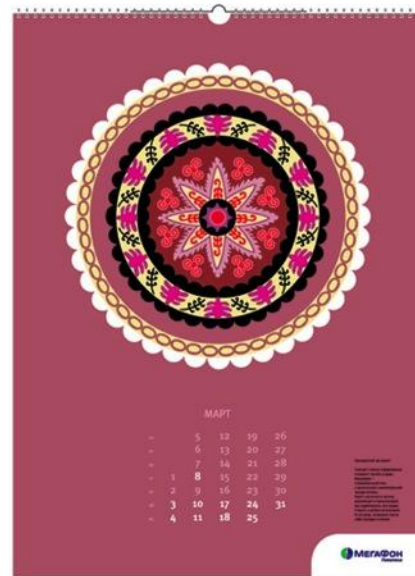
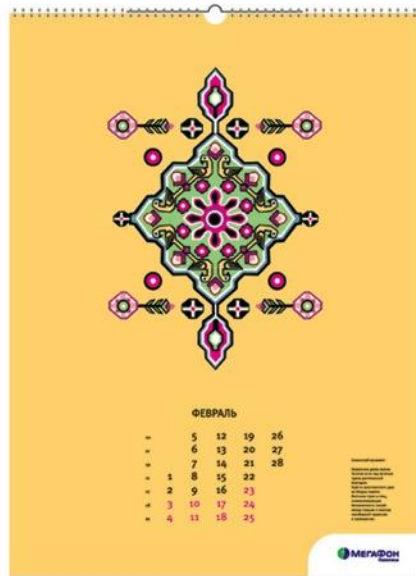
Работа для производителя декоративного бумажно-слоистого пластика.
Три вида печати, три вида материала.
Имитация трех составляющих продукта в квартальном календаре Arcobaleno.



Эстетика царской России и экзотика нашей дореволюционной родины.
 Время вспомнить прошлое на страницах нашего будущего.



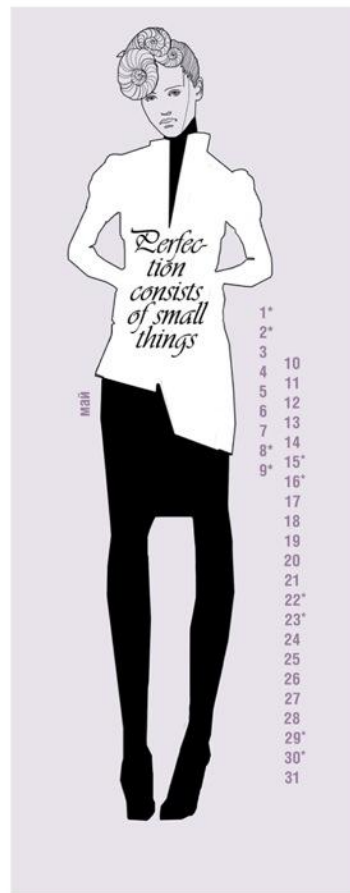
Что бывает, когда история стучится в дверь и просит напомнить о себе спустя годы?
 Настенный календарь с орнаментами народов Поволжья, населяющих зону работы сети МегаФон-Поволжье.



Календарь-табло для клиента, который делает дальние части нашей страны немножечко ближе. Проверяем время отправления и ни в коем случае не опаздываем.



Календарь для самих себя, чтобы дарить старым друзьям и знакомиться с новыми.
 Кокетство, как оно есть.



Календарь для клиента, который соединил артериями в единую систему нашу необъятную страну.
 Крупнейшая строительная компания в нефтегазовой и дорожно-строительной отраслях всегда там, где должна быть.



изображение напечатано на отдельном прозрачном листе



Наглядный пример, как должна выглядеть ровная стена.
А лучшее всегда познается в сравнении.



Воздушная фантазия в теплом небе. Объемная аппликация в динамике скорой доставки грузов.



ДЕКАБРЬ / DECEMBER 2012

НЕДЕЛЯ	ПОНЕДЕЛЬНИК	ВТОРНИК	СРЕДА	ЧЕТВЕРГ	ПЯТНИЦА	СУББОТА	ВОСКРЕСЕНЬЕ
48	26	27	28	29	30	1	2
49	3	4	5	6	7	8	9
50	10	11	12	13	14	15	16
51	17	18	19	20	21	22	23
52 ₁	24 ₃₁	25	26	27	28	29	30

ДЕЛОВОЙ И ЧАСТНЫЙ ТУРИЗМ (846) 27 09 777

ЯНВАРЬ / JANUARY 2013

НЕДЕЛЯ	ПОНЕДЕЛЬНИК	ВТОРНИК	СРЕДА	ЧЕТВЕРГ	ПЯТНИЦА	СУББОТА	ВОСКРЕСЕНЬЕ
1	31	1	2	3	4	5	6
2	7	8	9	10	11	12	13
3	14	15	16	17	18	19	20
4	21	22	23	24	25	26	27
5	28	29	30	31	1	2	3

КАССЫ ПРОДАЖИ АВИА И Ж/Д БИЛЕТОВ
Центральный офис (846) 27 09 777 круглосуточно

ФЕВРАЛЬ / FEBRUARY 2013

НЕДЕЛЯ	ПОНЕДЕЛЬНИК	ВТОРНИК	СРЕДА	ЧЕТВЕРГ	ПЯТНИЦА	СУББОТА	ВОСКРЕСЕНЬЕ
5	28	29	30	31	1	2	3
6	4	5	6	7	8	9	10
7	11	12	13	14	15	16	17
8	18	19	20	21	22	23	24
9	25	26	27	28	1	2	3

ГРУЗОПЕРЕВОЗКИ

ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫЕ
Центральный офис (846) 27 09 849
от филиалов (846) 969 01 85

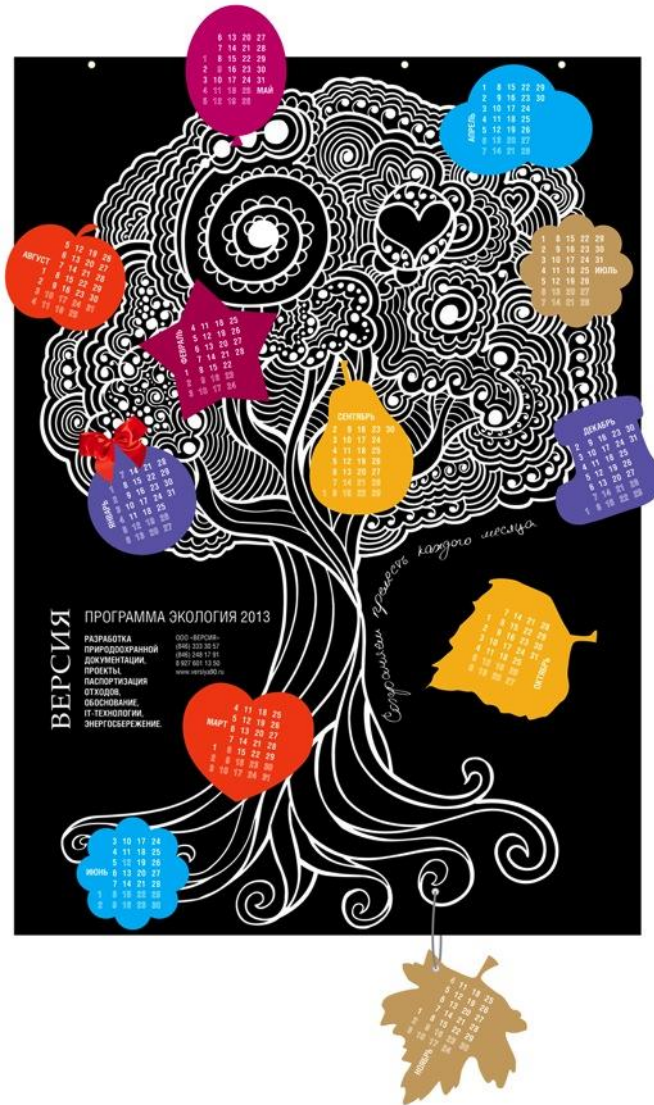
АВИАЦИОННЫЕ
Клиент-сервисы в интернете (846) 996 54 51

АВТОМОБИЛЬНЫЕ
Центральный офис (846) 207 44 75
Служба экспресс-доставки (846) 226 50 96

www.avitex.ru

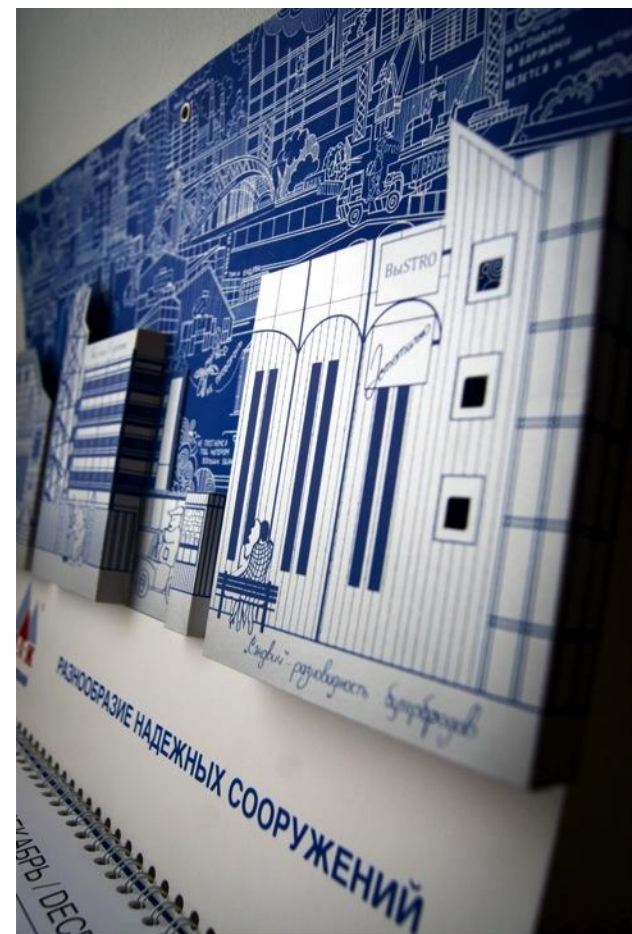


Экологический календарь для компании, которой не все равно. Дизайнерский картон и характерные аппликации для каждого месяца, чтобы совместить полезное с прекрасным.



Природа слишком хрупка, чтобы просто наслаждаться ее дарами и не возвращать ничего взамен.
Календарь, напоминающий о простом человеческом долге – заботиться о мире, в котором мы живем.





На верхнем постере изображено множество маленьких историй, не заметных с первого взгляда, но открывающихся внимательному глазу. Объемность и детализация, множество различных мелких элементов, дополняют общую картину.

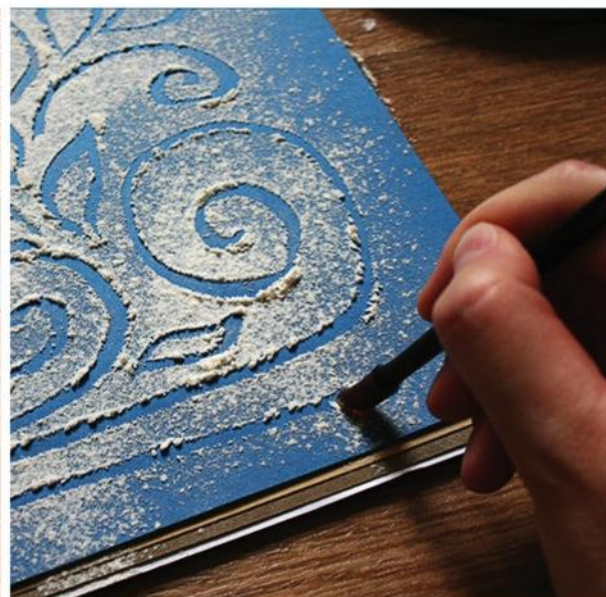
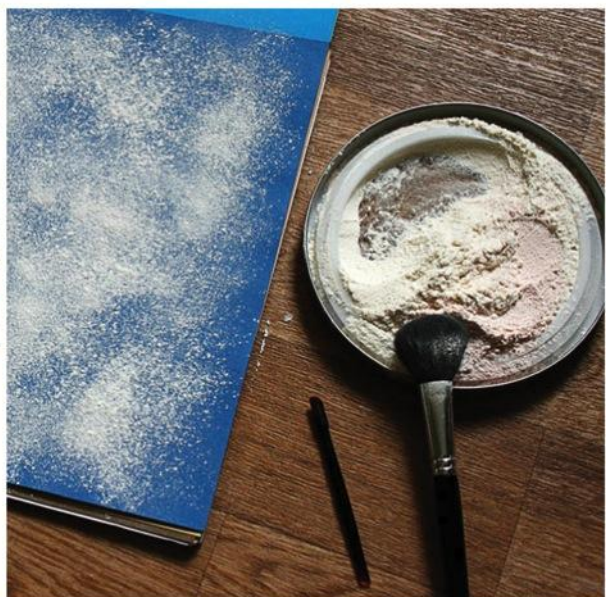
Нарисовать красивую эмоциональную иллюстрацию, подчеркивающую слоган «красота от природы», гипсом вместо краски.



ДЕКАБРЬ / DECEMBER 2012

пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс
48	26	27	28	29	30	1 2
49	3	4	5	6	7	8 9
50	10	11	12	13	14	15 16
51	17	18	19	20	21	22 23
52	24	25	26	27	28	29 30

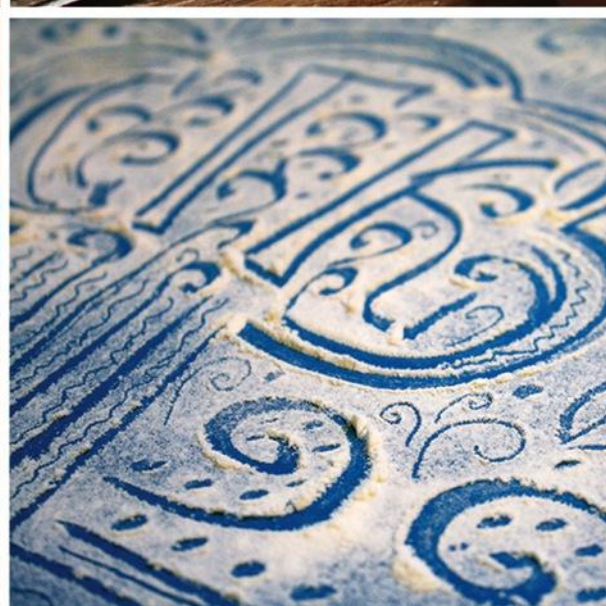
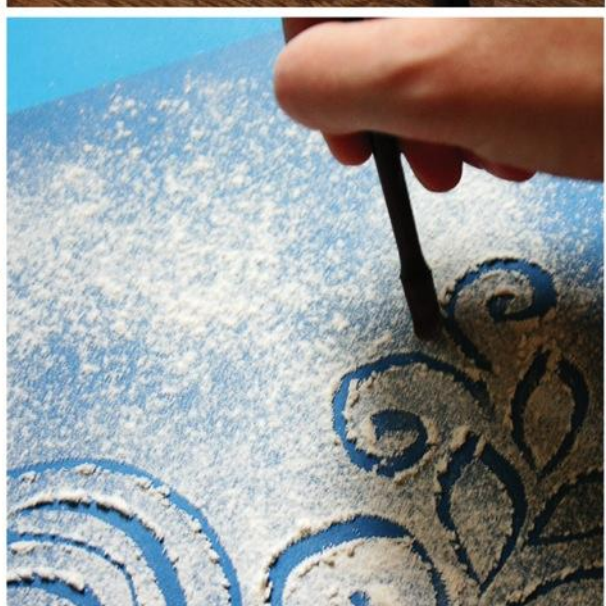
443052 г. Самара, ул. Береговая, 9



ЯНВАРЬ / JANUARY 2013

пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс
1	31	1	2	3	4	5 6
2	7	8	9	10	11	12 13
3	14	15	16	17	18	19 20
4	21	22	23	24	25	26 27
5	28	29	30	31	1	2 3

телефон/факс: (846) 955-14-22, 269-64-23 (отдел сбыта)



К Р А С О Т А О Т П Р И Р О Д Ы



РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ

Это насос, сердечный клапан, который качает кровь бизнеса, это пан или пропал, это да или нет продажам.

Вы знаете, какая часть бюджета расходуется эффективно? Как бы хороши не были ваши продажи, мы беремся увеличить конверсию и привести к вам новых клиентов.

Вот наши лучшие рекламные кампании и наши партнеры, которые, выбрав нас, не прогадали:

БУМАЖНЫЙ АЙФОН / МегаФон-Поволжье

Задача

В 2008 году в России начались продажи iPhone 3G. Компания МегаФон-Поволжье с целью стимулирования этих продаж разработала акцию «iPhone за sms». Кто больше пришлет sms за день, тот получит новый телефон. Перед нами стояла задача прорекламировать эту акцию и повысить активность участников.



Решение

В магазинах, торговых центрах, кинотеатрах и клубах города стали точно появляться «потерянные» сотовые телефоны. Прохожие и посетители в недоумении подбирали их и внимательно разглядывали. На самом деле это была бумажная имитация iPhone 3G, которая, визуально не отличаясь от оригинала, привлекала большое внимание окружающих. Прямо на «бумажном iPhone» размещалась информация об этой акции и призывы в ней участвовать.

Результат

Популярность акции «iPhone за SMS» значительно возросла. В дни раскладки в общественных местах бумажных айфонов количество sms от участников акции возросло на 180-200%.



ДЛЯ СВОИХ / Сотовый оператор СМАРТС

Задача

Сотовый оператор СМАРТС начал свою деятельность в начале 90-х годов с подключения первого абонента в Самарской области и к 2010 году зона покрытия сети распространилась на 15 регионов. Но, не смотря на многочисленные маркетинговые усилия оператор проигрывал «большой тройке», в том числе и по рекламным бюджетам. Когда они обратились в наше агентство, мы предложили им перестать гнаться за конкурентами и стараться быть похожими на них. Сколько бы они не тратили на наружную рекламу или телевидение, любой оператор из большой тройки разместит больше. Нам важно было найти главное отличие СМАРТСа и закрепить его в умах потребителей.

Решение

В течение трех месяцев была разработана новая коммуникационная платформа бренда, которая была основана на простом посыле «наши абоненты – это самые близкие нам люди, они - наша семья». Мы предложили оператору сократить стандартные рекламные поверхности, перейдя на качественно новый уровень общения с потребителем. Забота о своем абоненте стала проявляться не только в отличной связи, а в таких вещах – которые совершенно не связаны с телефонными разговорами. Главное чего мы хотели добиться – это вызвать благодарность у существующих абонентов и зависть потенциальных, так как их операторы не проявляют подобной заботы.

Результат

Сейчас эта концепция внедряется в 15-ти регионах России, и мы пока не можем говорить о результатах. Но важно, что благодаря цельной идеи и нестандартным рекламным поверхностям СМАРТС перестал быть безликим оператором с большого билборда.



Пора менять картридж / магазин «В РАСХОД!»

Задача

Крупный магазин расходных материалов для оргтехники поставил перед нашим агентством задачу: увеличить объемы продаж сменных картриджей за счет размещения в наружной рекламе.

Решение

Владельцы принтеров – особый класс людей, уставших от постоянных цветных и черно-белых сюрпризов. Эта реклама составлена на их сакральном языке.

Результат

Устойчивый рост продаж в 1,5 раза, пока действовала рекламная компания.



ЗДЕСЬ БЫЛ ФОРМАН / Самарский гипсовый комбинат

Задача

Самарский гипсовый комбинат создал новый продукт – сухие строительные смеси Forman. В задачи агентства входило вывести его на рынок.

Решение

Каналы продвижения: пресса, постеры в местах продаж, наружные рекламные конструкции. Нестандартная подача в прессе - рекламный материал был замаскирован под статьи «желтой прессы» с вызывающими заголовками.

Результат

Кампания создала лицо новому бренду, сделала его популярным. Сейчас продукцию Forman можно купить во всех специализированных магазинах России.



БЕЗ ЯГОД, ДА ПО ГРИБЫ/ IMPLOZIA

Задача:

Компания "IMPLOZIA" запустила новый продукт средств против комаров "ANTIBZZZ", нейминг и упаковку которому мы разработали ранее. И нам была поставлена задача провести малобюджетную промо-акцию с максимально возможным вовлечением аудитории.

Решение:

Летом 2012 года на Машрюковских озерах проходил фестиваль «Платформа 2012» (старый Грушинский фестиваль).

General Line! Решили воспользоваться этим и выбрали в качестве площадки проведения акции это мероприятие. Результатом изысканий стала интерактивная игра «Без ягод, да по грибы». Цель – собрать побольше грибов и получить за это призы – средства от комаров.

В пять утра по всей территории фестиваля сотрудники **General Line!** «рассаживали» грибы из плотного полилита. А днем открывался Специальный Пункт Приема Грибов, где отдыхающие могли обменять найденный ими грибы на самую нужную в условиях фестиваля на открытом воздухе вещь – средство от комаров "ANTIBZZZ".

Результат:

В результате точного попадания в целевую аудиторию и выбранной площадки проведения, весь запланированный объем раздатки был реализован значительно раньше запланированного. Бутылочки с "ANTIBZZZ" передавали из одних рук в другие, и через день об акции знал каждый и практически каждый из трех тысяч отдыхающих хоть раз, но воспользовался средством.



160 ЛЕТ САМАРСКОЙ ГУБЕРНИИ / Администрация Самарской области

Задача:

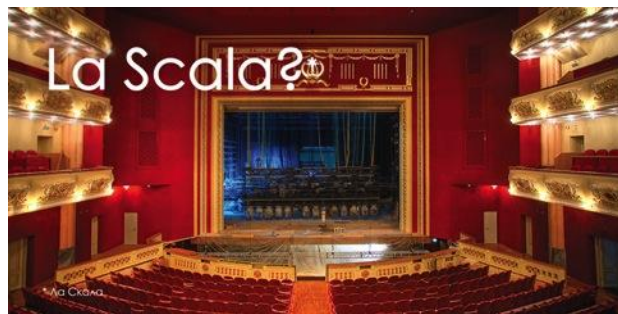
Разработать к 160-тилетию Самарской области имиджевую рекламную кампанию.

Решение:

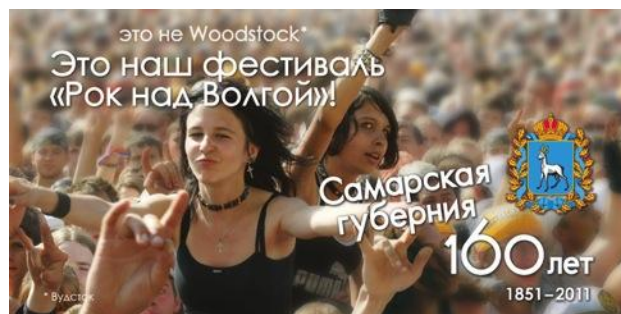
В один прекрасный день на щитах города Самары появились невероятно живописные фотографии. На ум сразу приходило, что это, наверное, заграница, ведь, как это возможно, что эта красота была у нас под боком? Но, тем не менее, через определенное время тизер был раскрыт. Все это – Самара.

Результат

Удивление. Это то чувство, которое испытывали люди, видевшие эти щиты. Никто не мог подумать, что такие растиражированные образы могут быть у нас в губернии.
+100500 к патриотизму.



160 ЛЕТ САМАРСКОЙ ГУБЕРНИИ / Администрация Самарской области



ИТОНГ-ХЕЛПЕР/ Ytong

Задача

Убедить целевую аудиторию выбирать YTONG® из всего ассортимента внешне идентичной продукции, не смотря на более высокую цену за 1м3. Сформировать у целевой аудитории четкое представление о бренде YTONG®, как о клиентоориентированном бренде. Использовать поддон YTONG, как символ идентификации бренда.

Решение:

На рынке большое количество производителей газобетона, но только YTONG® имеет уникальную комбинацию сервисов и продуктов, которые облегчают и ускоряют процесс строительства. Продвижение сервиса консультаций в купе с дружелюбными рекламными посылками.

Результат

Помимо увеличения обращений, удалось убедить аудиторию, что Ytong – бренд, который не просто продает свой товар, но и помогает его правильно и эффективно использовать. Ytong заботится о своих клиентах. Натюрлих!



Немецкая дотошность и внимание к мелочам, как две константы, заложенные в рекламном образе для бренда Farbstein.
Многообразие цвета форм.
Результат? Стремительный захват рынка, который происходит прямо сейчас.



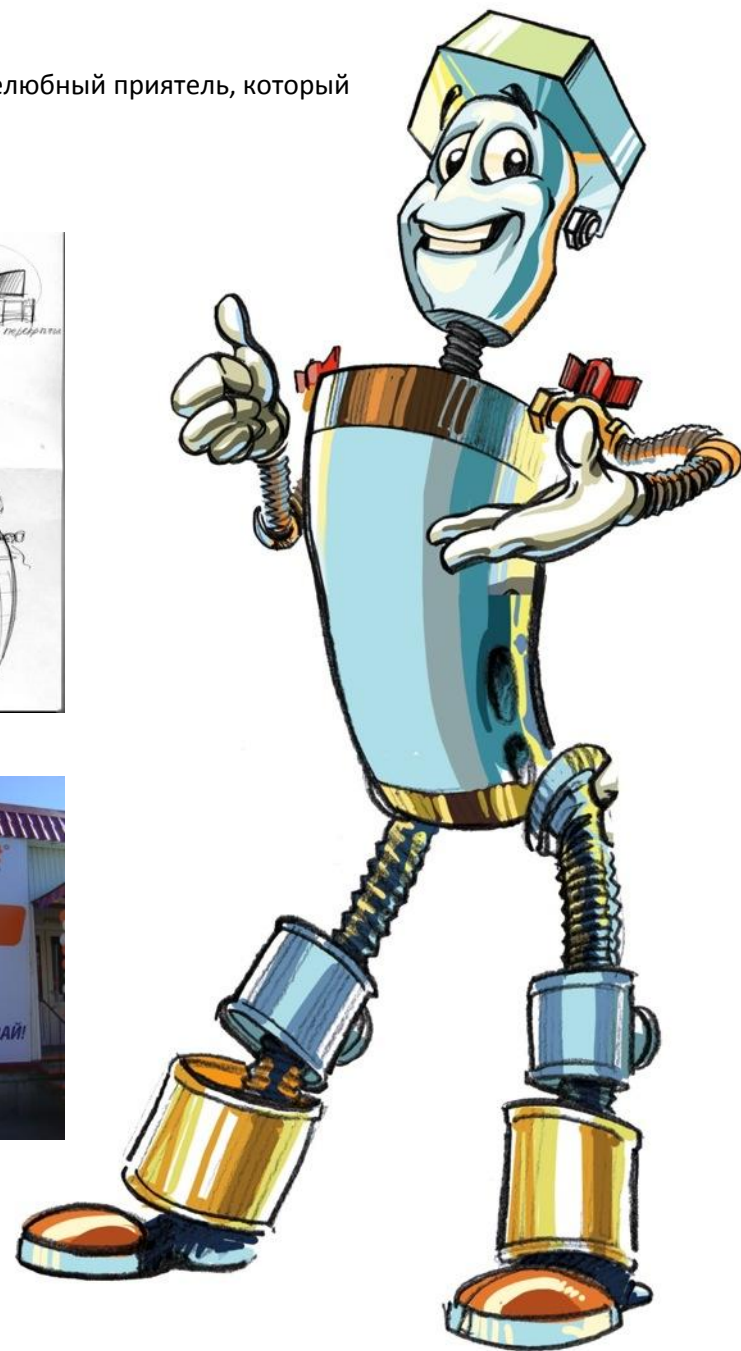
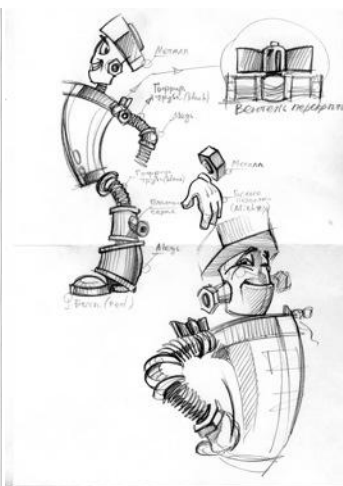
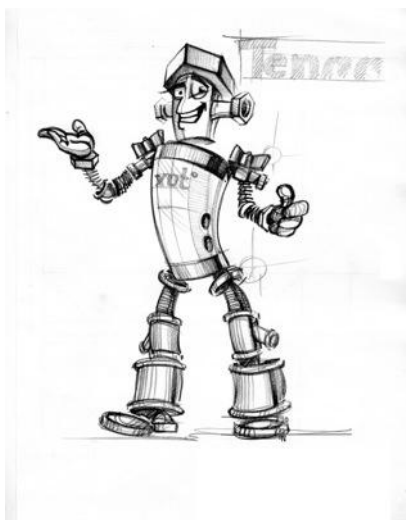
Френдли-образ для российской сети микрофинансовых услуг. На момент запуска в Казани было открыто 3 точки. Сейчас, спустя год их уже 9, не считая множества франшиз, купленных за это время в другие города.





**РЕКЛАМНЫЕ
ОБРАЗЫ**

Рекламный персонаж, сделанный из труб и крепежных материалов. Дружелюбный приятель, который плохого не посоветует.



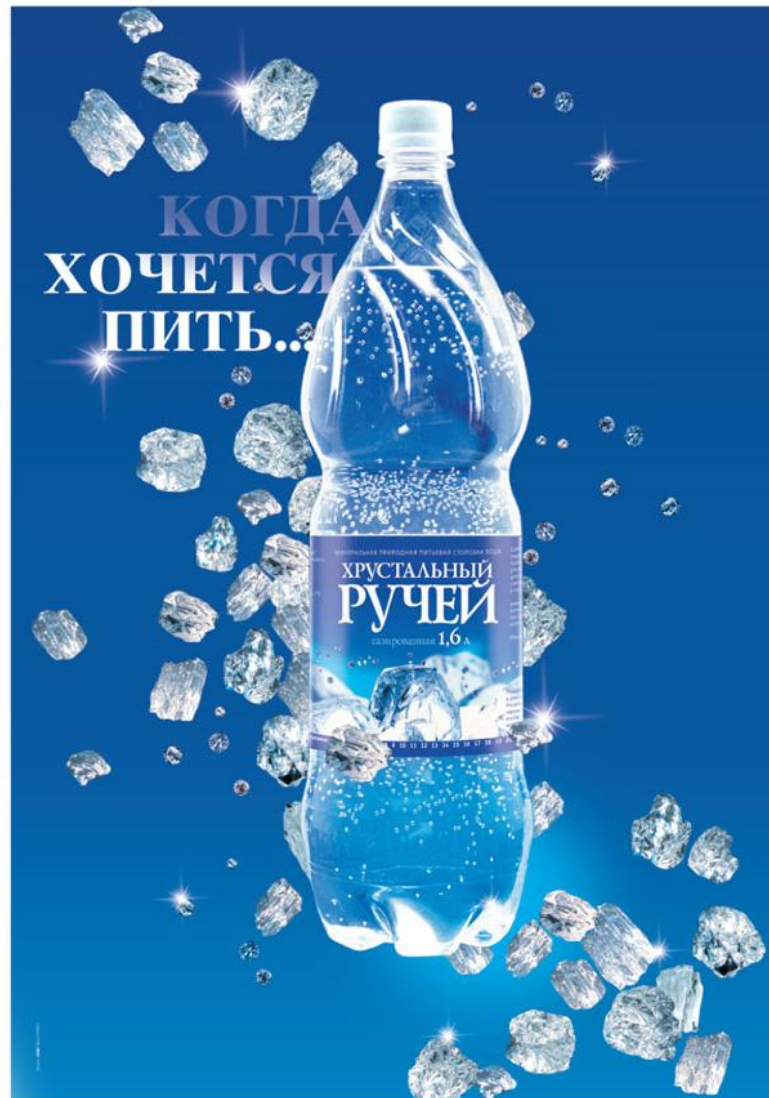
Образ, напоминающий ощущения, когда, вытирая запотевшее стекло, видишь что-то прекрасное.



Специально разработанные системы оконных профилей SOK-4 и SOK-5 обеспечивают высокий уровень звукоизоляции и защиты от шума. Благодаря современным технологиям, эти системы обеспечивают надежную защиту от холода и влаги, а также обеспечивают высокую степень безопасности. Благодаря своим уникальным свойствам, эти системы обеспечивают высокую степень безопасности и долговечности. Благодаря своим уникальным свойствам, эти системы обеспечивают высокую степень безопасности и долговечности.



Рекламный образ для минеральной воды. Свежесть и легкость в каждом глотке.



Композиционное решение и визуальная концепция для плакатов, баннеров и щитов и другой рекламной продукции компании Pramen.

Чешская республика, г. Прага, 5 Струлки, Амфорова 1906/102 15500, e-mail: info@pramentec.cz, www.pramentec.cz

ПОЧЕМУ ВЫБИРАЮТ PRAMEN:

- Специальная технология производства – клапан устойчив к коррозии и механическим воздействиям
- Содержание вредных примесей ниже установленных пределов
- Химический состав латуни CW617N обеспечивает максимальные эксплуатационные характеристики
- Длительный срок гарантии – 2 года
- Срок эксплуатации – до 50 лет

UNIVERSAL SYSTEM

Чешская республика, г. Прага, 5 Струлки, Амфорова 1906/102 15500, e-mail: info@pramentec.cz, www.pramentec.cz

ПРЕСС-ФИТИНГ
латунь, диаметр от 16 до 32, применяется: горячее и холодное водоснабжение, отопление.

РЕЗЬБОВОЙ ФИТИНГ
латунь, диаметр от 16 до 32, применяется: горячее и холодное водоснабжение, отопление.

ТРУБА МЕТАЛЛОПЛАСТИКОВАЯ
Pex-B-Al-Pex-B, диаметр от 16 до 32, применяется: горячее и холодное водоснабжение, отопление.

КУПИ. ПОСТАВЬ. ЗАБУДЬ.

UNIVERSAL SYSTEM

www.pramentec.cz **Теплохол®** ☎ 205-11-40

Брендинг

Разработка
бренд-стратегии
Нейминг
Логотип и
фирменный стиль
Брендбук
Ребрендинг

Креативные решения

Коммуникативные
стратегии
Целевые рекламные
и PR-кампании
Рекламные мероприятия
Слоганы
Визуальные образы
Уникальные методы
продвижения

Графический дизайн

Упаковка и этикетка
POS-материалы
Брошюра
Календарь
Открытка
Зхб

Копирайтинг

Рекламные тексты
Сценарии радиороликов
Тексты для буклетов,
годовых отчетов,
брошюр

Производство

Полиграфия

General Line! в ежегодных федеральных рейтингах, проводимых Ассоциацией коммуникативных агентств России (АКАР):

2013 – 4 место в сегменте «Бренд-дизайн»

2012 – 8 место в сегменте «Маркетинговые услуги»

2011 – ТОП 20 в сегменте «Бренд-дизайн»

НАГРАДЫ, КОТОРЫМИ ОТМЕЧЕНЫ РАБОТЫ ДЛЯ НАШИХ ЗАКАЗЧИКОВ:



Red Dot
Design Awards
2012



Golden Drum
2012



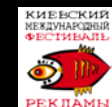
Golden Hammer
2012
2011



ADC&R
2012
2011



ММФР
2012
2011
2009
2006



КМФР
2012
2009



Белый квадрат
2012
2011



Идея!
2012
2011
2010



Золотой PROпеллер
2011



Direct Hit
2011



Ad Stars
2012
2011
2010

General Line!

**Эффективные рекламные решения
по региональным ценам**

Другие работы агентства вы можете посмотреть на сайте
www.linia.biz

ООО «Генеральная ЛИНИЯ»
Самара, 7 просека, проезд 12, дом 43

(846) 993 52 62

(846) 993 52 32

(846) 993 51 53

zakaz@linia.biz