

Коммуникационная группа БАРКСТЕЛ

BEST OF PORTFOLIO 1999 - 2019

BARKSTEL
КОММУНИКАЦИОННАЯ ГРУППА

БАРКСТЕЛ

**это стратегия 100% нацеленности
на эффективность**

МЫ

Повышаем узнаваемость

Усиливаем позиции

Укрепляем статус

Завоевываем рынки

Поднимаем продажи

Боремся с конкурентами

Усиливаем лояльность

Увеличиваем рейтинги

Оптимизируем бюджеты

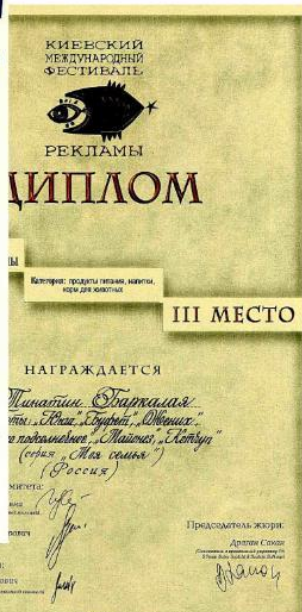
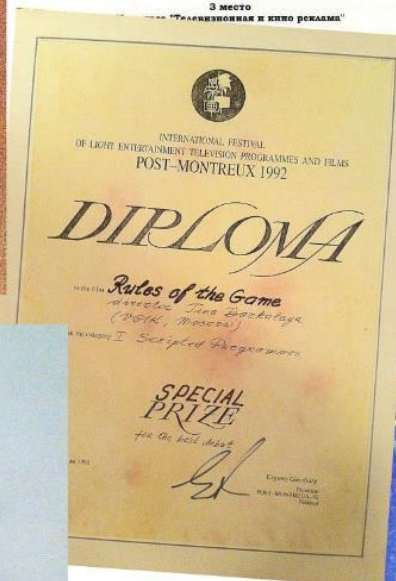
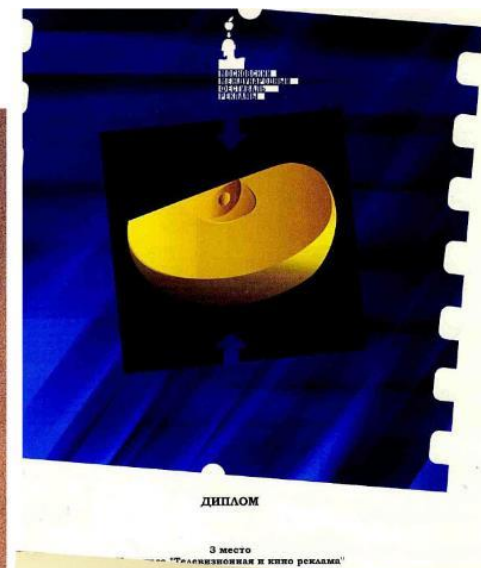
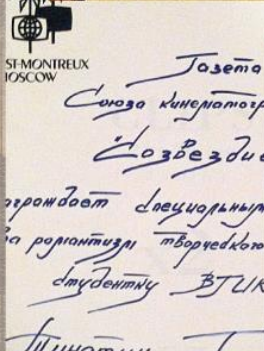
Структура Агентства



Наши цифры



Наши награды



DIAGEO

DIAGEO
ОАО «Дистрибуция
Роскош Виски»
Ул. Тимина 7
Квартал 1
С/п. 122
Тел.: +7 495 661 5200

Благодарственное письмо

Компания DIAGEO благодарит Коммуникационное агентство Barkstel за успешную, конструктивную и оперативную работу.

С 2008 по 2010 год Barkstel осуществляло PR-поддержку брендов компании DIAGEO, в число которых Johnnie Walker (Red Label, Black Label, Blue Label), Buchanan's и Grand Marnier.

За время работы были проведены уникальные по концепции и высокопрофессиональные по организации мероприятия: состоялась презентация фотопроекта «Johnnie Walker: Путь к успеху», разработаны новые подходы для позиционирования бренда в отрасли виски.

Особая благодарность агентству Barkstel за эксклюзивный доступ, за профессионализм, за своевременную реакцию на запросы, за оперативность, обязательность, за преданность своему делу, неустанный интерес к осуществлению новых проектов.

Сотрудничество с Barkstel открыло перед нашей компанией новые горизонты, благодаря грамотной, продуманной, оригинальной PR-кампании.

Premium Whiskey Portfolio Brand Manager
DIAGEO
Дмитрий Колосов



Рекомендательное письмо

Компания СК ТЭК Аглантерит РА Баркстел за успешную, конструктивную и усердную работу над проектом «ТЭК 2011».

За время работы были проведены уникальные по концепции и высокопрофессиональные по организации мероприятия. Мы высоко оценили, исполнительные навыки, исполнительность в реализации клиентской кампании, высокие компетенции, профессионализм, оперативность, обязательность, преданность своему делу, которые, обеспечили высокий уровень решения поставленных задач.

Генеральный директор

Климов Д.И.

Представительство в Москве
123317 Москва, Пресненский наб. 1/8
Бизнес-наб. Пятерочка, бокс Б, 22 этаж
Тел.: +7 (495) 542-8927
Факс: +7 (495) 542-8918

РЕКОМЕНДАТЕЛЬНОЕ ПИСЬМО



ТОШИБА КОНСьюМЕР МАРКЕТИНГ СИНГАПУР ПТЕ., ЛТД.
Продвинутости в Москве
123317 Москва, Пресненский наб. 1/8
Бизнес-наб. Пятерочка, бокс Б, 22 этаж
Тел.: +7 (495) 542-8927
Факс: +7 (495) 542-8918

Компания TOSHIBA уже пять лет успешно сотрудничает с Коммуникационным агентством Barkstel. Результатом сотрудничества стала серия рекламных роликов бренда TOSHIBA, размещенных на ТВ, а также рекламная кампания в различных изданиях, буклеты и многое другое.

Хотелось бы отметить комплексный подход к проекту, умение четко выполнять поставленные задачи, высокий профессионализм сотрудников Агентства Barkstel.

Мы высоко ценим яркий и оригинальный креатив, разрабатываемый Barkstel и качество его воплощения. Сотрудничество с агентством Barkstel позволило компании TOSHIBA успешно выполнять стратегически важные задачи.

Генеральный менеджер
Московский и производственный филиалы
Toshiba Consumer Marketing Singapore Pte. Ltd.



Тел.: +7 (495) 542-8927

СПАСИБО!

Ксения Тельмакская

Дорогая Ксения!

Поздравляем Вас с Новым годом и Рождеством!

Вместе с Вами мы делим общее дело – помогаем детям, которые в нас нуждаются. А сейчас наступит самое прекрасное, самое детское время в году – время ожидания. Благодаря Вам детские мечты стали реальностью и настоящим праздником! В эти праздники и в наступающем году мы желаем Вам исполнения всего самого заветного.

Мы желаем Вам в наступающем году сил, здоровья, успешных начинаний и радостных событий!

Искренне Ваши,

Лина Корзун

Чулпан Хаматова



ОАО «Аэроэкспресс»
Россия, 121000 Москва, область,
г. Москва, аэровокзал «Внуково»
Ю.Ю. Давыд. +7 (495) 748 80 52
www.aeroflot.ru

И/И _____ от _____
№ _____ от _____
С содержанием ООО «Аэроэкспресс» и
ООО «РА Баркстел»

Уважаемая Татьяна Отставная!

Компания «Аэроэкспресс» имеет положительный опыт сотрудничества с Рекламным Агентством «Баркстел».

Результатом сотрудничества стали яркие рекламные кампании 2010 года «Визитная карточка без ожидания» и закончивающаяся кампания 2012 года «Мне нравится», рассчитанная в первую очередь на пользователей социальных сетей.

На протяжении всего срока взаимодействия Рекламное Агентство «Баркстел» зарекомендовало себя как ответственный партнер, выполняющий поставленные задачи в срок и с высоким качеством.

«Аэроэкспресс» ценит Рекламное Агентство «Баркстел» за комплексный подход к проектам, высокий профессионализм сотрудников и оптимальные цены на предоставляемые услуги.

Коммерческий директор

Р.К. Акимов

Источники: Телек АА
Тел.: +7 (495) 748 80 52, 410.807



ОАО «МегаФон»
125070, Москва, Ул. Мясницкая, д. 10
Тел.: +7 (495) 200 00 00
Факс: +7 (495) 750 01 00
E-mail: megafon@megafon.ru
http://www.megafon.ru

САО «СвязьСеть» (ФНП) 125060, Москва
И/И: +7 (495) 201 00 00 / 7 50 01 00



Рекомендательное письмо

Компания «МегаФон» успешно сотрудничает с рекламным агентством Баркстел. Результатом сотрудничества стала подготовка и проведение корпоративного Празднования 23 февраля 2011 года.

Хотелось бы отметить комплексный подход к проекту, умение четко выполнять поставленные задачи, высокий профессионализм сотрудников Баркстел.

Мы высоко ценим яркий оригинальный креатив, разрабатываемый Баркстел, и качество его воплощения.

Уверены, сотрудничество с агентством Баркстел позволит любой компании успешно выполнить стратегически важные задачи.

С уважением,

Директор по связям
с общественностью ОАО «МегаФон»

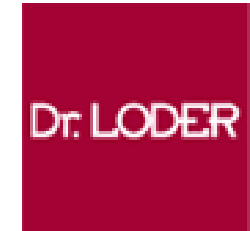
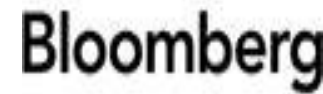
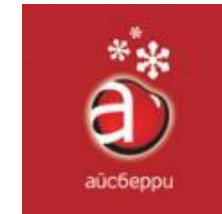
Петр Лидов



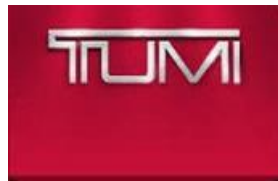
Наши Клиенты



Наши Клиенты



Бренды



"Братья Райд изменили отношения человека к небу, Маркс изменил отношения человека к деньгам, Фрейд изменил отношения человека к себе. Баркстел изменил отношение человека к рекламе..."

Из благодарственного письма Koiehiro Natsume
(Toshiba CIS), 2001 год, Москва

ATL / Creative

Video production

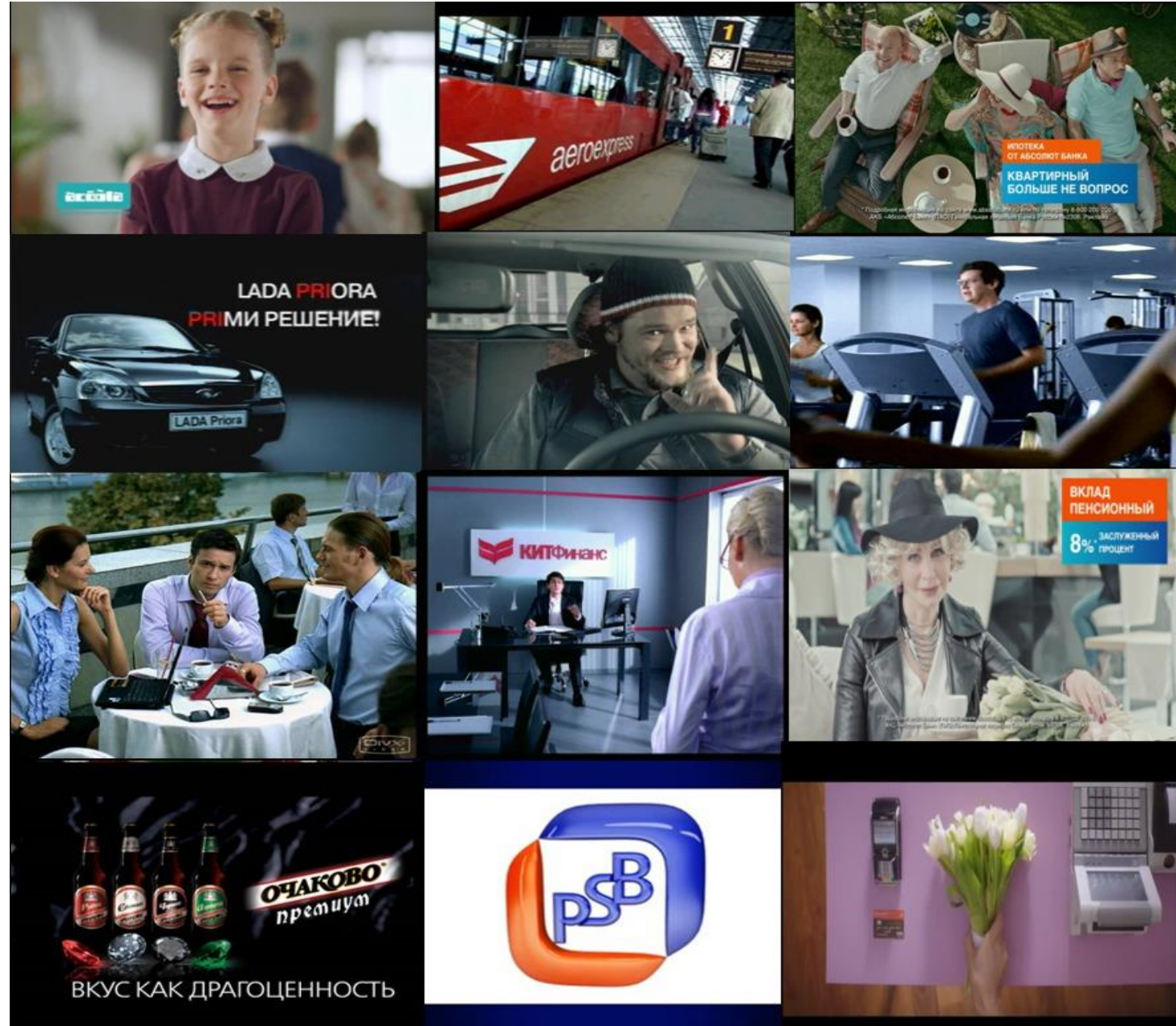
<https://yadi.sk/i/PG6CbBEss9jQ5>

Наш принцип

ЯРКИЙ КРЕАТИВ ЭКОНОМИТ
30% рекламного бюджета

Производство роликов

- Абсолют Банк
- Асоола
- Аэроэкспресс
- Автоваз
- Снежная Королева
- Минздрав
соцразвития
- Промсвязьбанк
- КИТ Финанс
- Toshiba
- Vitek
- Очаково
- Академия шоколада



Производство корпоративных фильмов



Производство видеоклипов

Лолита – «Судьба»

<https://www.youtube.com/watch?v=V0-5NpDwm0k&feature=share>

Лолита – «Раневская»

<https://www.youtube.com/watch?v=Ty4td83srUY&feature=youtu.be>

Nino Katamadze & Insight «Song Is All I Have»

<https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/162962dd428e9a6d?projector=1>

Валерий Сюткин «Осень кошка в рыжих сапогах»

<https://www.youtube.com/watch?v=1mv9ahA8kqM>



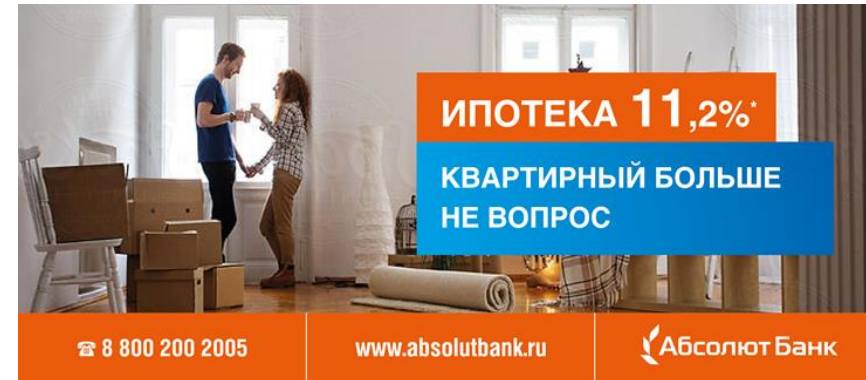
Абсолют банк. Ипотека и депозиты.

Задача

- Информирование ЦА об уникальных торговых предложениях по продуктовой линейке
- Поддержка лояльности уже существующих клиентов и акцентирование внимания у потенциальных клиентов
- Повышение узнаваемости Бренда

Реализация:

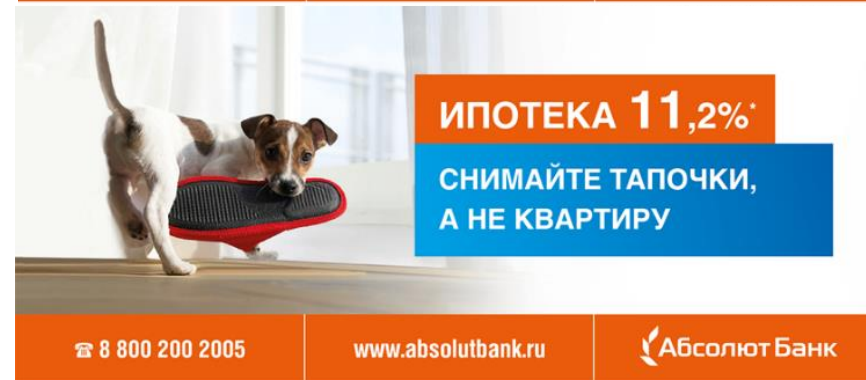
- Креативная концепция
- Создание и реализация дизайн-концепции для прессы и наружной рекламы и интернет



ИПОТЕКА 11,2%*

КВАРТИРНЫЙ БОЛЬШЕ
НЕ ВОПРОС

☎ 8 800 200 2005 www.absolutbank.ru Абсолют Банк



ИПОТЕКА 11,2%*

СНИМАЙТЕ ТАПОЧКИ,
А НЕ КВАРТИРУ

☎ 8 800 200 2005 www.absolutbank.ru Абсолют Банк

*Кредит на приобретение жилья в аккредитованном Банком объектах недвижимости у застройщика по программе государственного субсидирования на срок – до 30 лет. Ставка увеличивается на 4% годовых в случае отсутствия личного и титульного страхования и увеличивается на 0,25% в случае присоединения к договору коллективного ипотечного страхования. Сумма от 300 тыс. до 8 млн руб. в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге и Ленинградской области/3 млн руб. в остальных регионах действия настоящей программы. Первоначальный взнос – от 20% формируется за счет собственных средств, в т.ч. полученных из федерального бюджета, бюджетов субъектов РФ, местных бюджетов (при этом, в случае отсутствия Банка. Государственная поддержка предоставляется в форме субсидий в соответствии с Постановлением Правительства РФ № 220 от 13.03.2015г. АКБ «Абсолют Банк» (ПАО), Генеральная лицензия Банка России №2205. Реклама



ИПОТЕКА 11,2%*

НЕ В ТЕСНОТЕ
И НЕ В ОБИДЕ

☎ 8 800 200 2005 www.absolutbank.ru Абсолют Банк

*Кредит на приобретение жилья в аккредитованном Банком объектах недвижимости у застройщика по программе государственного субсидирования на срок – до 30 лет. Ставка увеличивается на 4% годовых в случае отсутствия личного и титульного страхования и увеличивается на 0,25% в случае присоединения к договору коллективного ипотечного страхования. Сумма от 300 тыс. до 8 млн руб. в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге и Ленинградской области/3 млн руб. в остальных регионах действия настоящей программы. Первоначальный взнос – от 20% формируется за счет собственных средств, в т.ч. полученных из федерального бюджета, бюджетов субъектов РФ, местных бюджетов (при этом, в случае отсутствия Банка. Государственная поддержка предоставляется в форме субсидий в соответствии с Постановлением Правительства РФ № 220 от 13.03.2015г. АКБ «Абсолют Банк» (ПАО), Генеральная лицензия Банка России №2205. Реклама

Абсолют банк. Рекламная кампания «Ипотека»



11,2%*

ИПОТЕКА

**НЕ В ТЕСНОТЕ
И НЕ В ОБИДЕ**

8 800 200 2005

www.absolutbank.ru

Абсолют Банк

*Кредит на приобретение жилья в аккредитованных Банком объектах недвижимости у застройщиков по программе государственного субсидирования на срок – до 30 лет. Ставка увеличивается на 4% годовых в случае отсутствия личного и титульного страхования и увеличивается на 0,25% в случае присоединения к договору коллективного ипотечного страхования. Сумма от 300 тыс. до 8 млн руб. в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге и Ленинградской области/3 млн руб. в остальных регионах действия настоящей программы. Первоначальный взнос – от 20% формируется за счет собственных средств, в т.ч. полученных из федерального бюджета, бюджетов субъектов РФ, местных бюджетов (при этом, в случае присутствия Банка. Государственная поддержка предоставляется в форме субсидий в соответствии с Постановлением Правительства РФ № 220 от 13.03.2015г. АКБ «Абсолют Банк» (ПАО). Генеральная лицензия Банка России №2306. Реклама

<https://yadi.sk/i/h6HQmUe53Ryd76>

Абсолют банк. Рекламная кампания «Новогодние Депозиты»

ВКЛАДЫ 9,75%

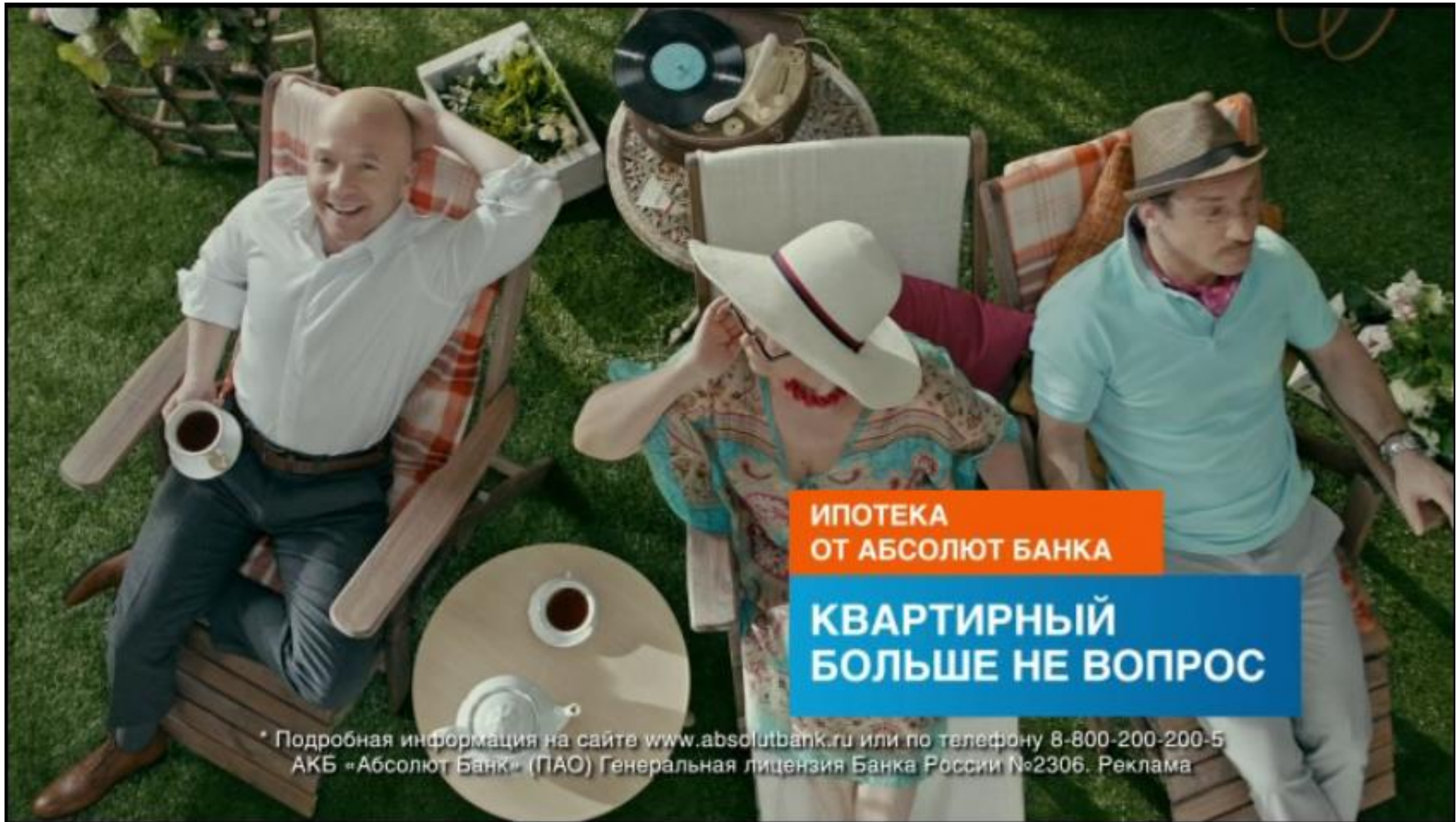
**ПРИ ОТКРЫТИИ
ДО 21 ЯНВАРЯ**



*ВКЛАД «АБСОЛЮТНЫЙ МАКСИМУМ +». ВАЛЮТА ВКЛАДА – РУБЛИ РФ. СТАВКА ПРИ СУММЕ ОТ 1 400 000 РУБЛЕЙ И ПРИ СРОКЕ ВКЛАДА 367 ДНЕЙ. ДЕЙСТВУЕТ АВТОМАТИЧЕСКАЯ ПРОЛОНГАЦИЯ ВКЛАДА В СООТВЕТСТВИИ С ТАБЛИЦЕЙ ПРОЦЕНТНЫХ СТАВОК ПО СРОЧНЫМ ВКЛАДАМ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В АКБ «АБСОЛЮТ БАНК» (ПАО), ДЕЙСТВУЮЩЕЙ НА ДАТУ ПРОЛОНГАЦИИ ДОГОВОРА ВКЛАДА. МАКСИМАЛЬНАЯ СУММА ВКЛАДА: БЕЗ ОГРАНИЧЕНИЙ. ПОПОЛНЕНИЕ И ОТЗЫВ ЧАСТИ ВКЛАДА НЕ ПРЕДУСМОТРЕНЫ. ВЫПЛАТА ПРОЦЕНТОВ В КОНЦЕ СРОКА ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА ВКЛАДА. ЛЬГОТНЫЕ УСЛОВИЯ ДОСРОЧНОГО РАСТОРЖЕНИЯ: ПРИ НАХОЖДЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ВО ВКЛАДЕ МЕНЕЕ 181 ДНЯ (ВКЛЮЧИТЕЛЬНО) ПРОЦЕНТЫ ВЫПЛАЧИВАЮТСЯ ПО СТАВКЕ «ДО ВОСТРЕБОВАНИЯ», БОЛЕЕ 181 ДНЯ В РАЗМЕРЕ 0,6 ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКИ ПО ВКЛАДУ, УСТАНОВЛЕННОЙ БАНКОМ НА ДАТУ ОТКРЫТИЯ/ПРОЛОНГАЦИИ ВКЛАДА. УСЛОВИЯ ВКЛАДА ДЕЙСТВИТЕЛЬНЫ В ПЕРИОД С 27.10.2016 ГОДА ВО ВСЕХ РЕГИОНАХ ПРИСУТСТВИЯ БАНКА. АКБ «АБСОЛЮТ БАНК» (ПАО). ГЕНЕРАЛЬНАЯ ЛИЦЕНЗИЯ БАНКА РОССИИ № 2306. РЕКЛАМА.

<https://yadi.sk/i/LgFxxUod3Rg5sb>

Абсолют банк. Рекламная кампания «Ипотека»

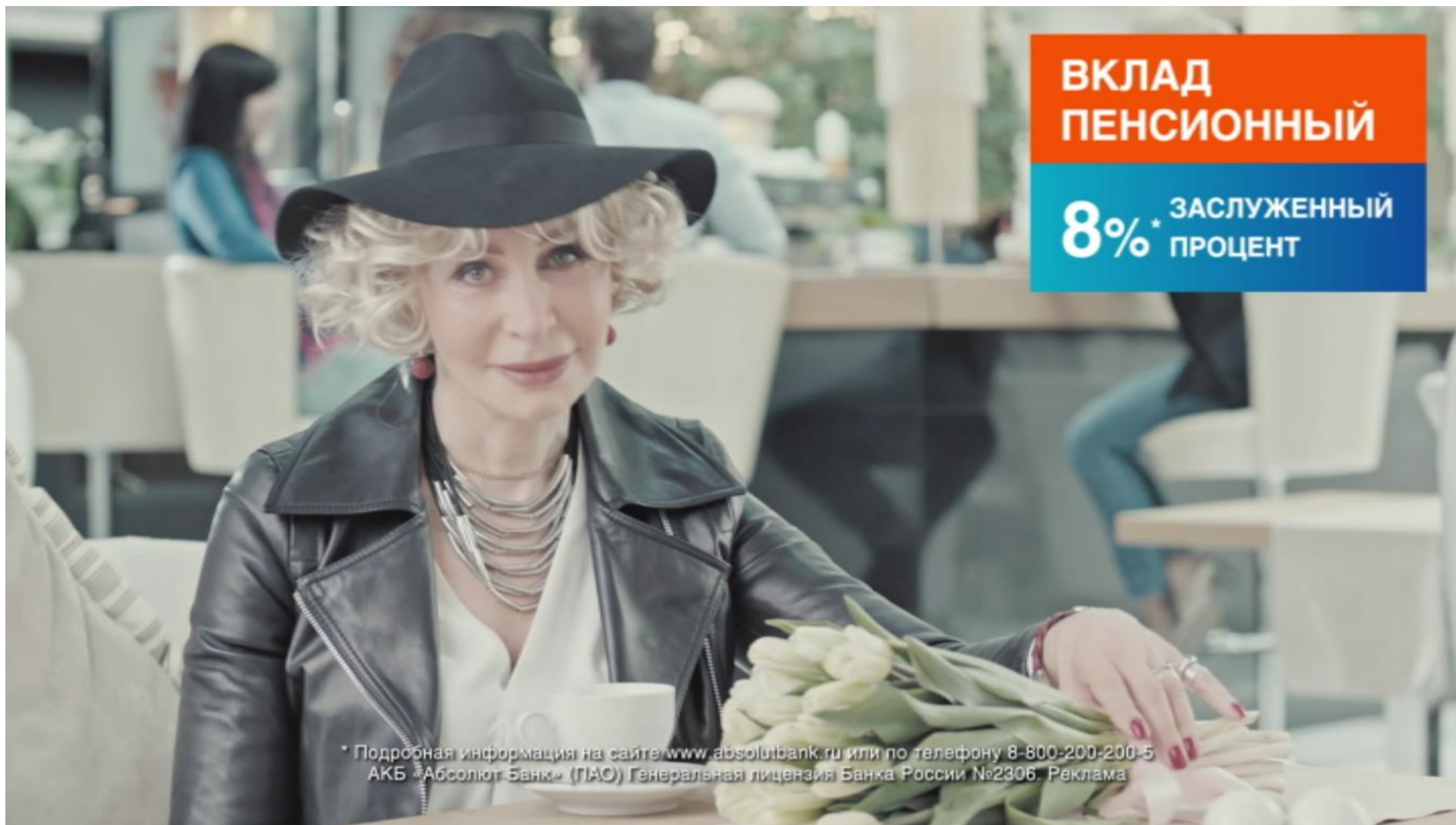


ИПОТЕКА
ОТ АБСОЛЮТ БАНКА

КВАРТИРНЫЙ
БОЛЬШЕ НЕ ВОПРОС

* Подробная информация на сайте www.absolutbank.ru или по телефону 8-800-200-200-5
АКБ «Абсолют Банк» (ПАО) Генеральная лицензия Банка России №2306. Реклама

Абсолют банк. Рекламная кампания «Пенсионные Депозиты»

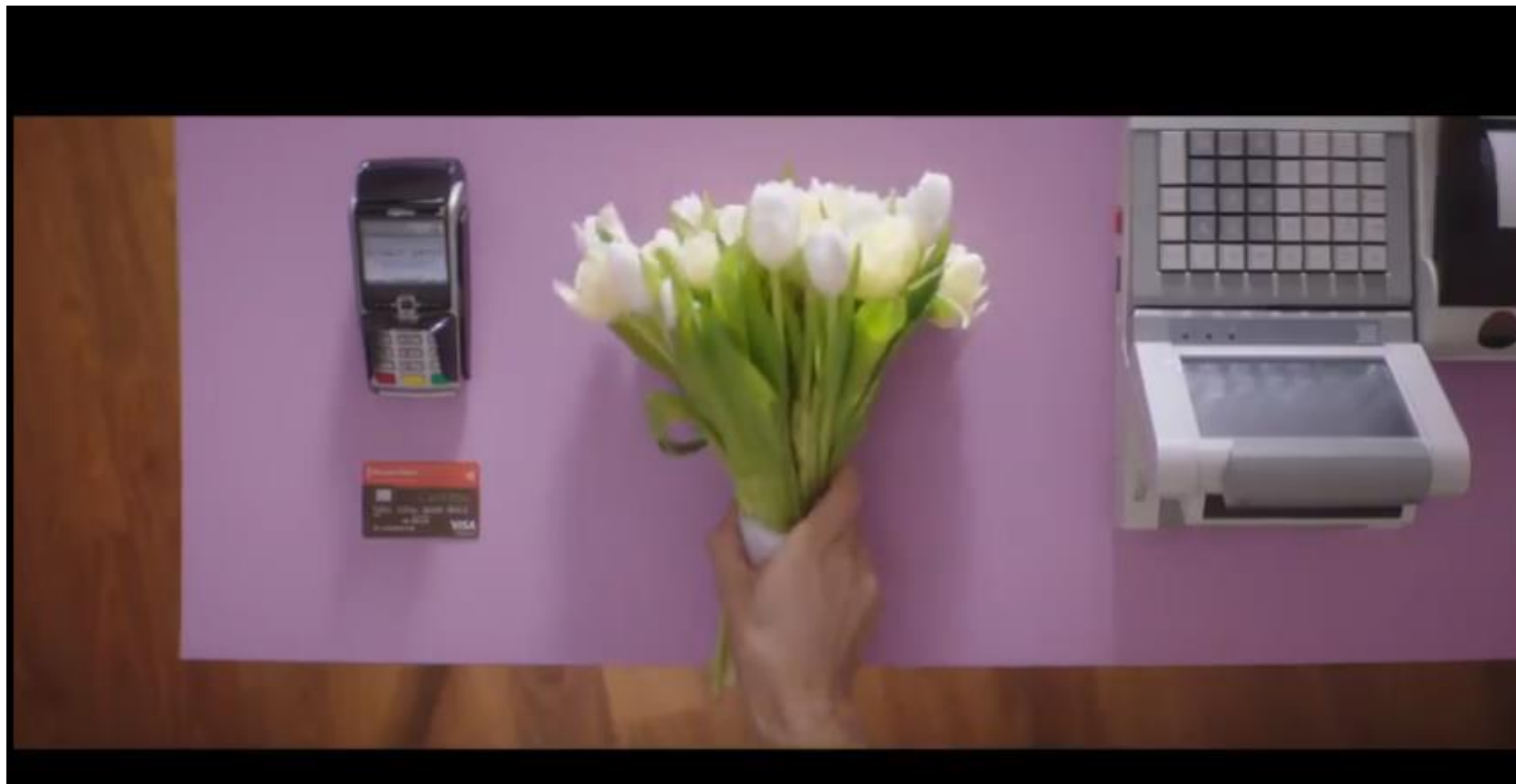


**ВКЛАД
ПЕНСИОННЫЙ**

8%* ЗАСЛУЖЕННЫЙ
ПРОЦЕНТ

* Подробная информация на сайте www.absolutbank.ru или по телефону 8-800-200-200-5
АКБ «Абсолют Банк» (ПАО) Генеральная лицензия Банка России №2306. Реклама

Абсолют банк. Рекламная кампания «Карта CashYou»



<https://yadi.sk/d/hTfvtm8H3Rwox6>

Военфильм. Ильинский рубеж



- Разработка фирменного стиля проекта
- Разработка дизайна сайта key-visual
- Видеопродакшен промо-материалов



Inwhite Medical

Задача:

- Создание концепции бренда стоматологической клиники премиум класса в Москве

Реализация:

- Анализ конкурентной среды
- Определение целевой аудитории и ее инсайтов
- Разработка коммуникационной стратегии
- Разработка названия, логотипа
- Разработка фирменного стиля



Академия шоколада

Задача:

- Увеличение известности
- Формирование лояльности
- Мотивация к покупке

Реализация:

- Разработка коммуникационной стратегии
- Разработка креативной концепции, генерального слогана
- Разработка упаковки
- Производство ТВ роликов



Мясницкий ряд

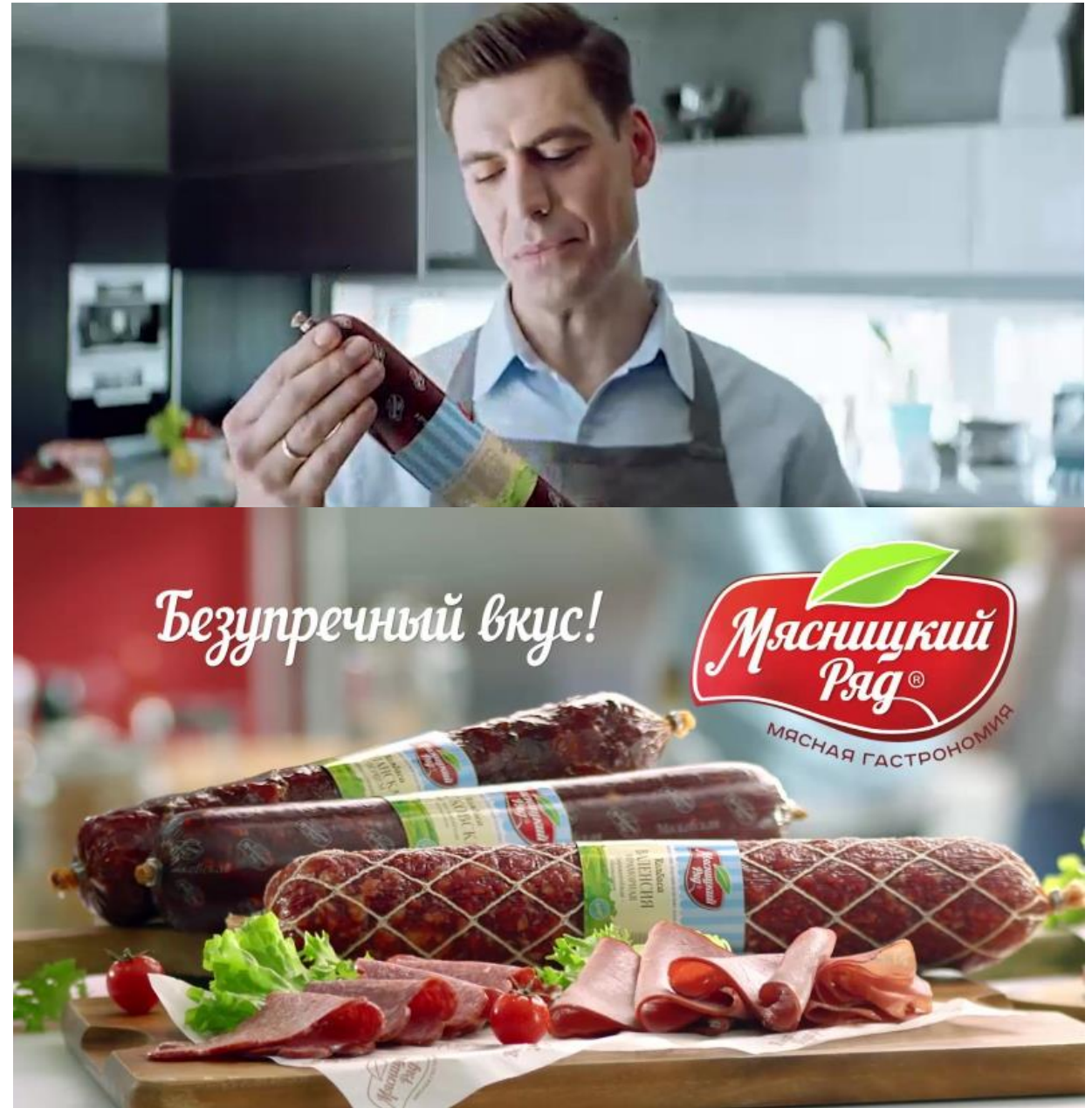
Задача:

- Увеличение известности
- Мотивация к покупке

Реализация:

- Разработка креативной концепции
- Разработка сценариев ТВ ролика
- Разработка коммуникационной стратегии
- Проведение маркетингового исследования
- Разработка дизайна упаковки

<https://www.youtube.com/watch?v=Dontf5bluol>



Ферма Роста. Правильное молоко.

Задача:

- Отобразить основные конкурентные преимущества
- Информирование целевой аудитории о расширении продуктовой линейки

Реализация:

- Разработка коммуникационной стратегии
- Разработка креативной концепции
- Разработка названия и дизайна упаковки
- Производство рекламного фильма с участием селебрити



Очаково

Задача:

- Построить известность и высокую идентичность оригинальных сортов «Очаково Премиум»: Светлое, Черное, Изумруд, Рубин

Реализация:

- Креативная концепция
- Производство ТВ роликов



Министерство культуры – создание маршрута «Русские Усадьбы»

Задача:

- Создание стратегии продвижения бренда
- Увеличение турпотока по усадьбам

Реализация:

- Разработка креативной концепции
- Разработка логотипа
- Разработка brand book



АСООЛА – сеть магазинов детской одежды

Задача:

- Повышение уровень знания бренда АСООЛА
- Формирование лояльности покупателей
- Формирование имиджа бренда с качественной, модной одеждой, которая нравится ребенку

Реализация:

- Разработка творческой концепции
- Производство серии рекламных роликов
- Производство корпоративного фильма
- Разработка дизайна POS материалов



<https://yadi.sk/i/nBpJgiA93SZrtZ>

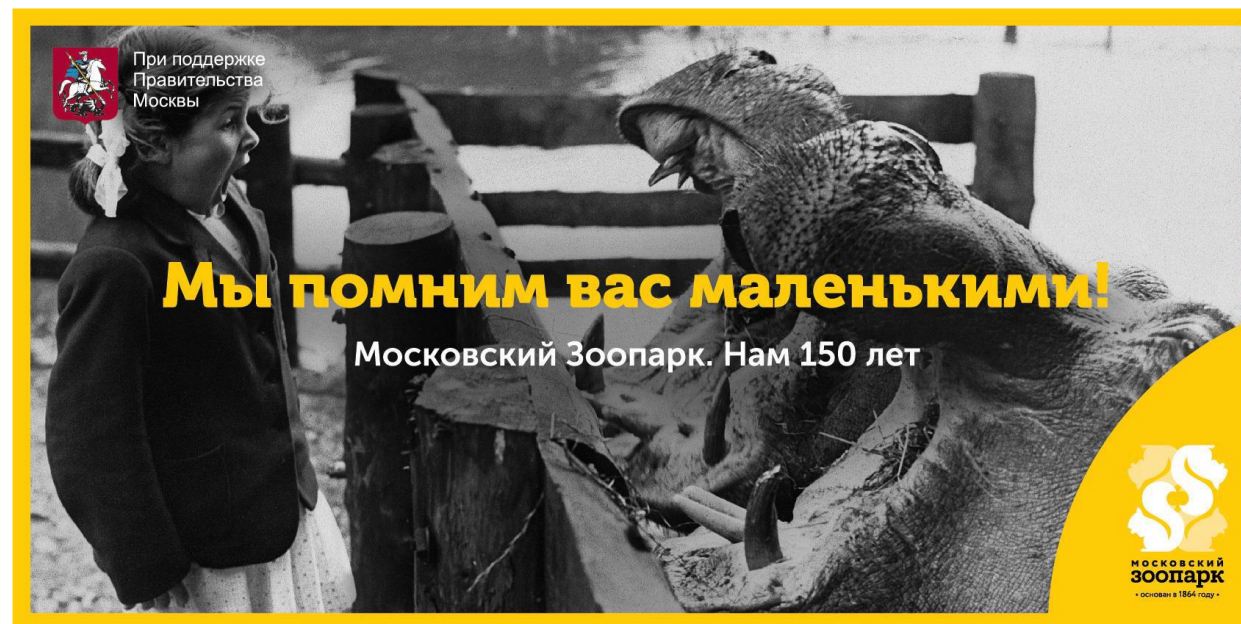
Юбилей Московского Зоопарка

Задача:

- Комплексная рекламная кампания, посвященная 150-летию Московского Зоопарка

Реализация:

- Разработка творческой концепции
- Размещение на наземном транспорте, сити-форматах, щитах 6x3



Barkli Residence

Задача:

- Увеличение известности
- Формирование лояльности
- Мотивация к покупке

Реализация:

- Разработка коммуникационной стратегии
- Разработка PR продвижения
- Разработка креативной концепции, генерального слогана
- Разработка дизайна макетов наружной рекламы, интернет баннеров и сценариев радиороликов



Аэроэкспресс



Максим Строгов
застрял на такси в пробке
и опоздал на свой рейс

Подбросишь
до
Лондона?

www.aeroexpress.ru
8 800 700 33 77 горячая линия
звонок по России с городских и мобильных телефонов бесплатный

В аэропорт без опозданий!

 **аэроэкспресс**

Аэроэкспресс

Задача:

- Отобразить основные конкурентные преимущества: Надежность и пунктуальность
- Донести до подавляющего большинства целевой аудитории (80-90%) рестайлинг бренда «Аэроэкспресс»

Реализация:

- Разработка коммуникационной стратегии
- Креативная концепция
- Производство рекламных роликов
- Создание и реализация дизайн – концепции для прессы и наружной рекламы



аэроэкспресс

Промсвязьбанк

Задача:

- Повышение уровня узнаваемости
- Усиление брендинга

Реализация:

- Разработка коммуникационной платформы
- Креативная концепция
- Производство рекламных роликов
- Создание и реализация дизайн- концепции для прессы и наружной рекламы
- Корректировка фирменного стиля



PSB Промсвязьбанк
МЫ С ВАМИ
ремонтируем

Кредит от 14,9%*

Круглосуточный Контакт-Центр: (495) 787 33 34 ■ www.psbank.ru

* Условия Акции распространяются на Заемщиков, подавших Анкету-Заявление и пакет документов на получение кредита в Банк в период с 1 октября по 15 декабря 2010 г. Кредит на указанных условиях предоставляется в рамках программы «Особые отношения» физическим лицам с минимальным доходом до вычета налогов — 70 000 рублей в месяц, являющимся работниками компаний, признанных Банком отвечающими его требованиям. Ставка 14,9% применяется для срока кредитования 1–12 месяцев, полная стоимость кредита при сроке 12 месяцев составляет 21,6% годовых. Сумма кредита — до 1 500 000 рублей (минимум 150 000 рублей). Комиссия за резервирование денежных средств для выдачи кредита — 2,5% от суммы кредита, минимум 2 500 рублей. Можно выбрать иной срок кредитования в пределах 60 месяцев. Возможные процентные ставки: 15,9%, 16,9%, 17,6%, 17,9%, 18,6%, 18,9%, 20,6%. Требования к Заемщику и предоставляемым им документам Вы можете узнать по телефону 8 800 555 20 20 (круглосуточно, звонок по России бесплатный), в офисах Банка и на сайте www.psbank.ru.
ОАО «Промсвязьбанк». Генеральная лицензия Банка России № 3251.

Автоваз

Задача:

- Задача: вывод на российский рынок новых моделей Lada Priora и Lada Kalina

Реализация:

- Разработка коммуникационной платформы
- Креативная концепция
- Производство рекламных роликов
- Создание и реализация дизайн – концепции для прессы и наружной рекламы
- BTL программа по продвижению тест драйва на 11 городов России



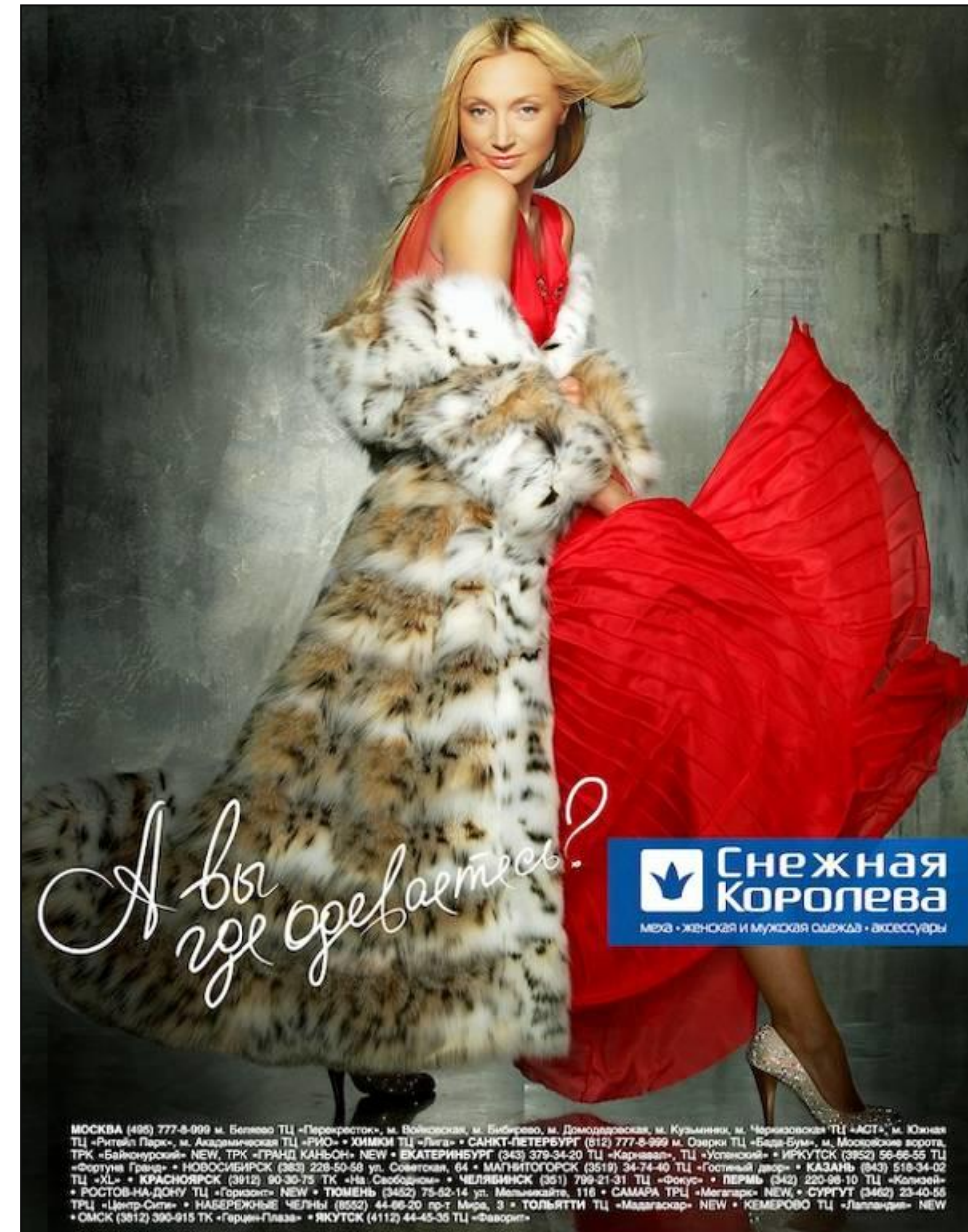
Снежная Королева

Задача:

- Репозиционирование сети магазинов «Снежная королева»

Реализация:

- Коммуникационная стратегия
- Креативная концепция
- Создание и реализация дизайн- концепции для прессы и наружной рекламы



МИНЗДРАВСОЦРАЗВИТИЯ

Задача:

- Формирование лояльности населения РФ к государственной программе развития добровольного донорства

Реализация:

- Креативная концепция
- Производство рекламных роликов



Toshiba

Задача:

- Представить новые модели холодильников Toshiba

Реализация:

- Разработка креативной концепции
- Производство рекламных роликов для регионального ТВ



Строймонтаж

Задача:

- Увеличение известности
- Формирование лояльности
- Мотивация к покупке

Реализация:

- Креативная концепция
- Создание и реализация дизайн - концепции для прессы и наружной рекламы

НЕТ РАЗВОДАМ!

ПРИЧИНОЙ
70%
РАЗВОДОВ
ЯВЛЯЮТСЯ
ЖИЛИЩНЫЕ
ПРОБЛЕМЫ

КВАРТИРЫ **721 1000**
И В ЖИЛОМ КОМПЛЕКСЕ
«КОРОНА»
И В ЖИЛОМ КОМПЛЕКСЕ
«ЗОЛОТЫЕ КЛЮЧИ»

корпорация
СТРОЙМОНТАЖ

Ребрендинг Строймонтаж / Mirax Group



Mirax Group/ Башня Федерация

Задача:

- Разработать провокационное сообщение, каждый раз притягивающее внимание аудитории. Башня "бросает вызов"
- Формирование лояльности
- Мотивация к покупке недвижимости

Реализация:

- Креативная концепция
- Создание и реализация дизайн - концепции для прессы и наружной рекламы



Стратегический маркетинг и коммуникации

Стратегический маркетинг и коммуникации



Межгосударственная Корпорация Развития

- Аудит брендингово-коммуникационного поля категории (крупные организации в области международного сотрудничества, глобально-ориентированные корпорации)
- Стратегическое глубинное интервью с президентом компании
- Проведение стратегического воркшопа с топ-менеджерами компании
- Подготовка стратегических гайдлайнов бренда:
 - миссию и ценности бренда
 - архитектура бренда
 - логика взаимодействия основного бренда и суб-брендов
 - имиджевые характеристики и тональность бренда



Абсолют банк

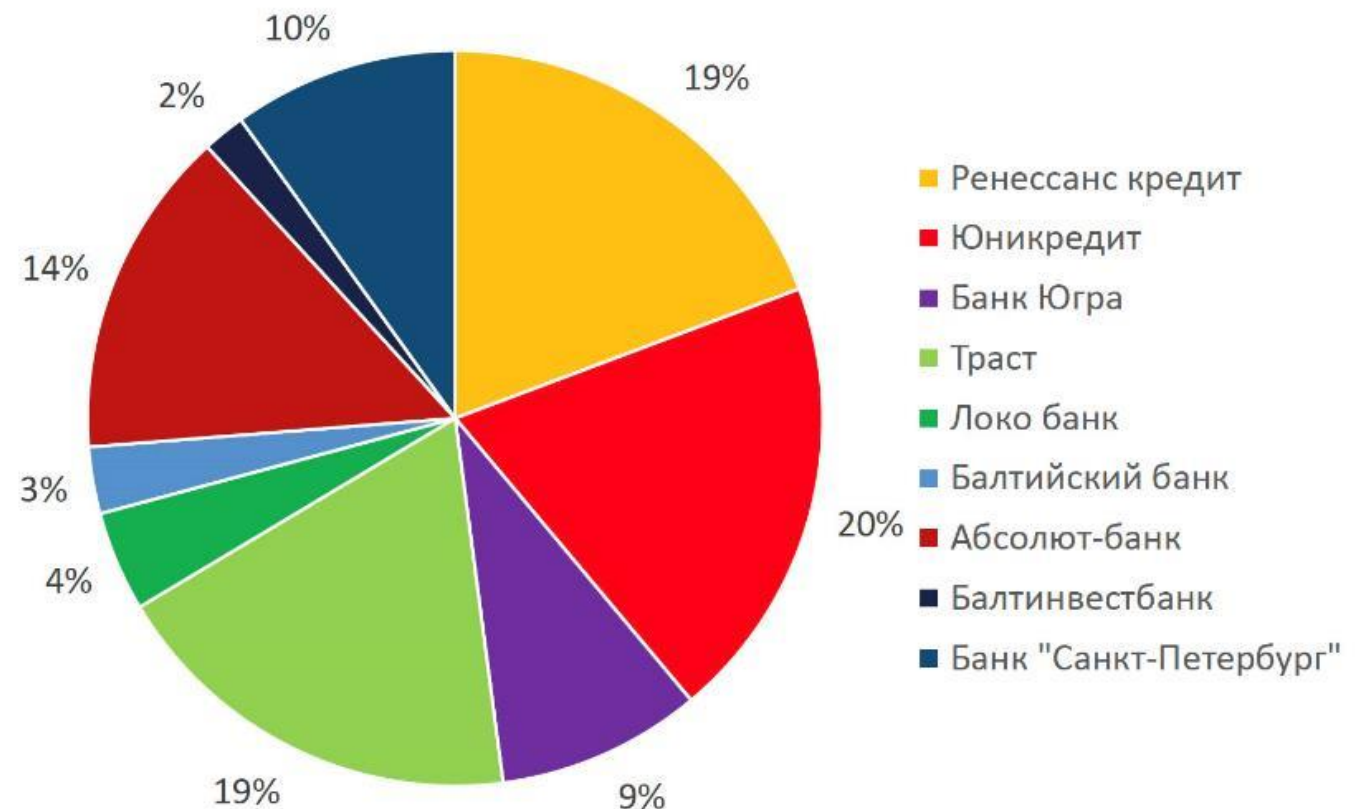
- Проведение личных интервью с топ - менеджерами банка
- Анализ продуктовых предложений и коммуникации банков-конкурентов за период 2014-2016 г.
- Разработка бренд платформы
- Разработка коммуникационной платформы



Балтинвестбанк

- Анализ продуктовых предложений и коммуникации банков-конкурентов за период 2014-2016 г.
- Проведение social listening (мониторинг информации о бренде в сети)
- Проведение личных интервью с топ - менеджерами банка
- Подготовка маркетинговой платформы для коммуникации

Соотношение количества упоминаний банков по России



Рублевский

- Создание концепции нового бренда премиум класса
- Анализ конкурентной среды
- Определение портрета потребителя и его инсайтов
- Разработка коммуникационной стратегии
- Разработка названия, логотипа



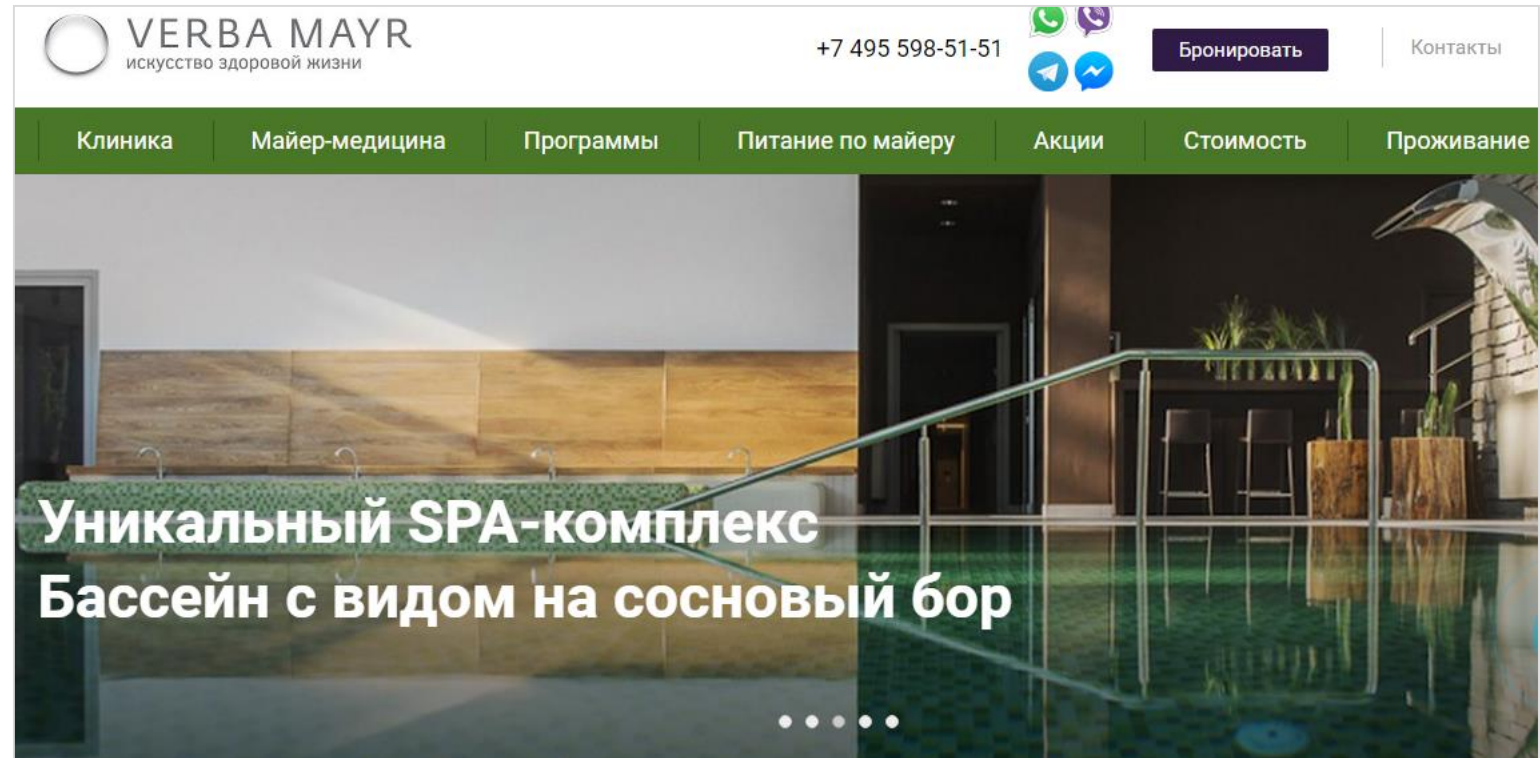
Inwhite Medical

- Проведение аудита «проекта продукта» возможностей Клиники:
 - анализ продуктовых предложений и основных сообщений в коммуникации клиник-конкурентов
 - анализ категорий услуг/сервисов конкурентов, используемые названия для категорий услуг
- Разработка бренда для клиники стоматологических услуг премиум класса:
 - 3D модель
 - Предпосылки для идеи бренда (инсайт клиента, дифференциация в конкурентной среде)
 - Позиционная идея бренда (USP), видение и ценности бренда
 - Воплощение идеи бренда в продукте на 3х уровнях (врачи-технологии-сервисы)



Verba Mayr

- Создание концепции бренда медицинского центра и spa-отеля класса люкс в Подмосковье
- Анализ международных трендов и кейсов
- Определение стратегического потребителя
- Создание уникальной дифференцирующей идеи для Бренда и определение конкурентных преимуществ
- Разработка коммуникационной стратегии



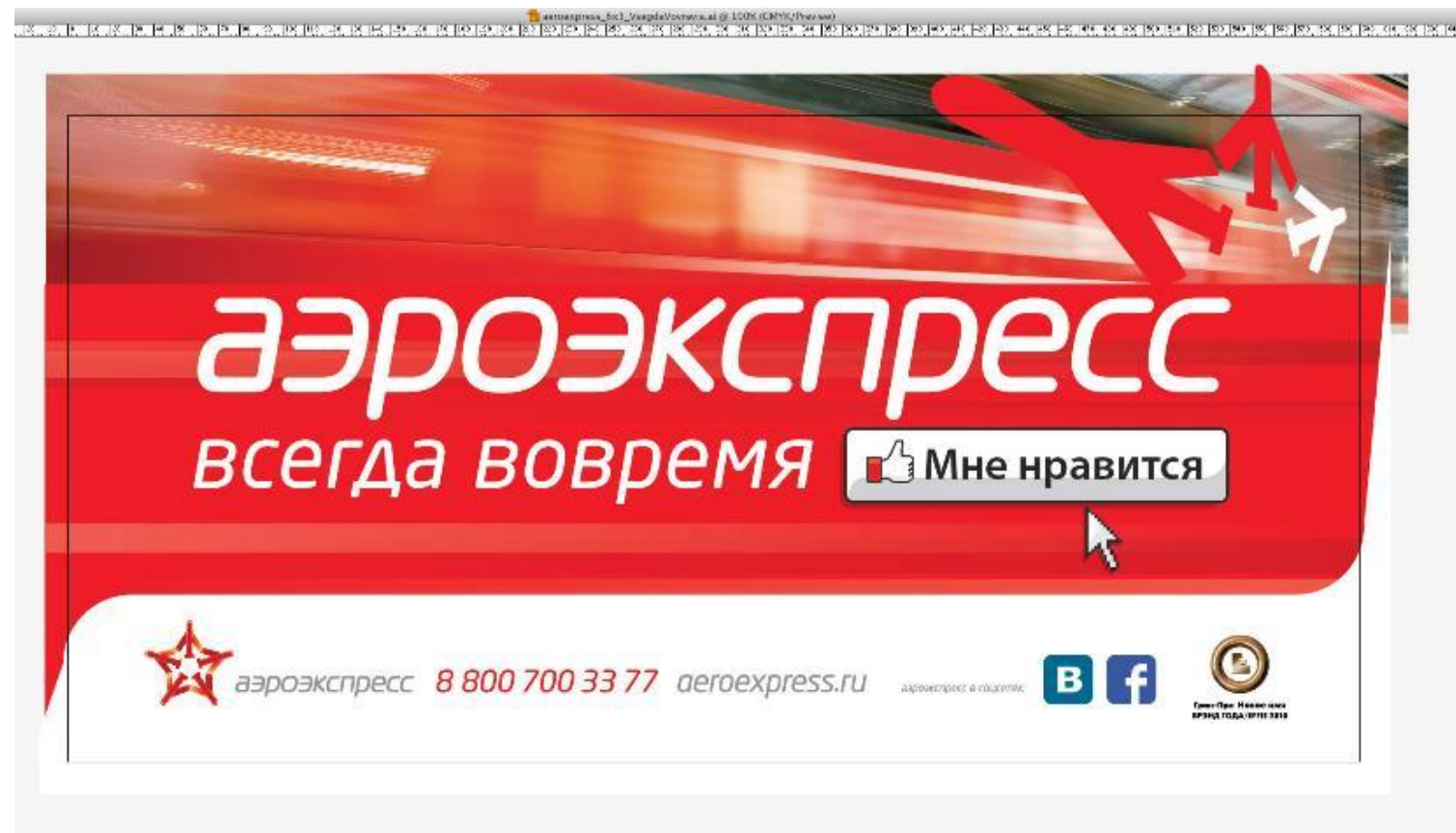
Barkli Residence

- Анализ продуктовых предложений и коммуникации конкурентов
- Определение Портрета потребителя
- Разработка карты позиционирования
- Разработка коммуникационной стратегии:
 - Создание уникальной дифференцирующей идеи для бренда и определение конкурентных преимуществ
 - Определение основных каналов коммуникации
 - Определение основных сообщений для каждого канала



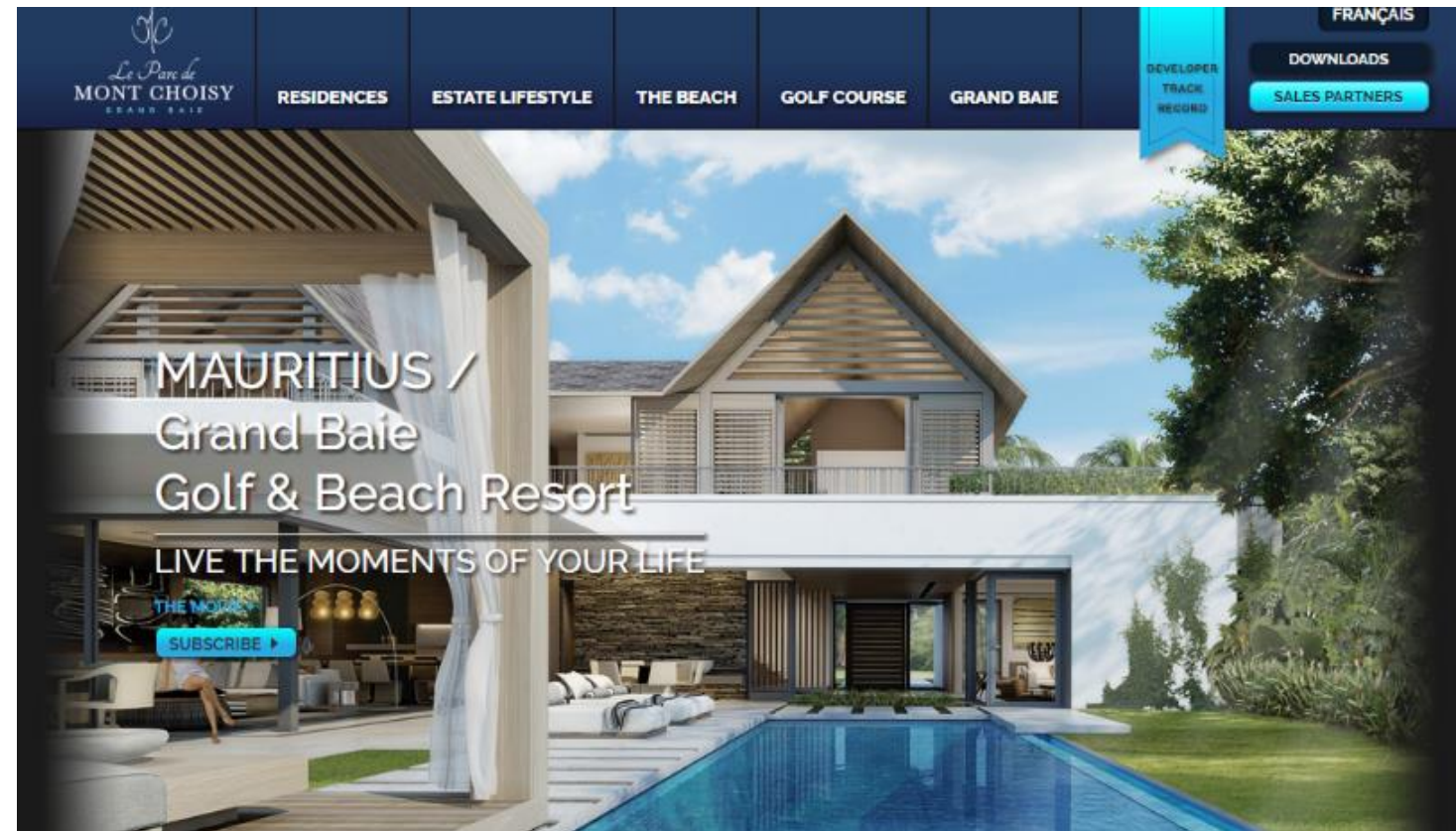
Аэроэкспресс

- Определение сегментов целевой аудитории и ее инсайтов
- Разработка карты позиционирования
- Разработка коммуникационной стратегии:
 - Создание уникальной дифференцирующей идеи для бренда и определение конкурентных преимуществ
 - Определение структуры и тональности рекламных сообщений
 - Определение основных каналов коммуникации



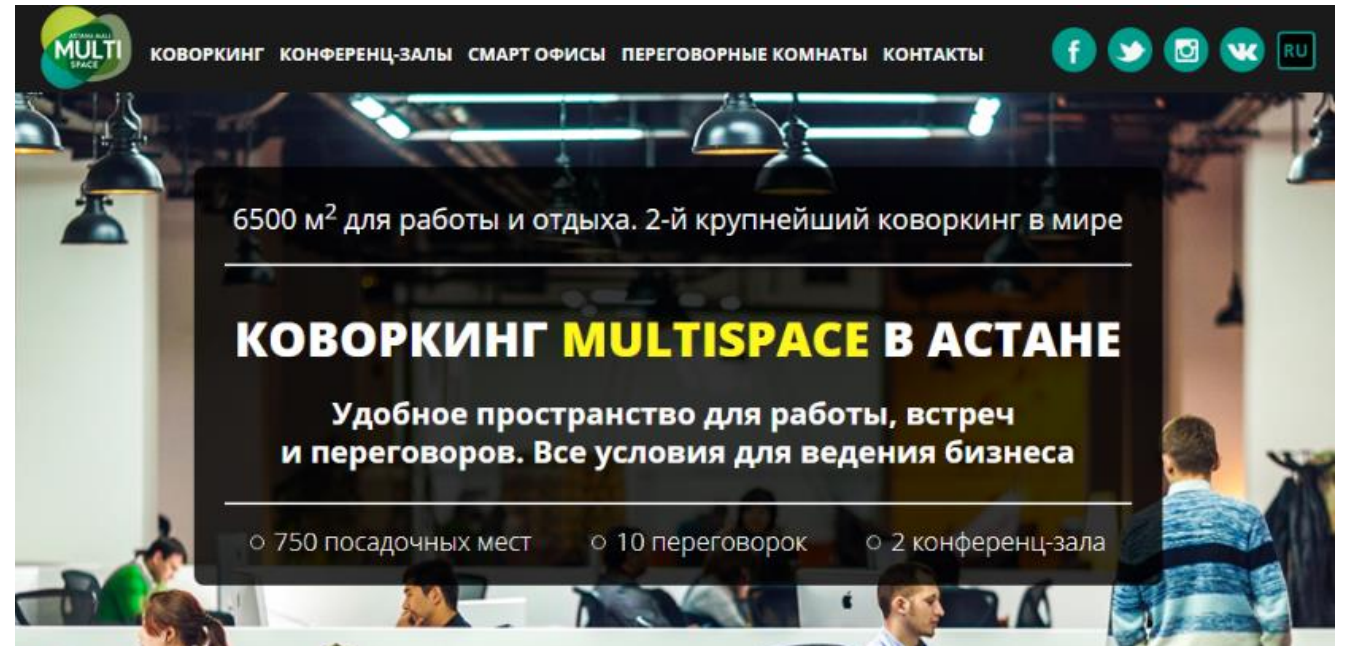
Mont Choisy le Parc

- Создание концепции бренда элитного жилого комплекса (остров Маврикий)
- Анализ конкурентной среды
- Определение сегментов целевой аудитории
- Создание уникальной дифференцирующей идеи и легенды для бренда
- Подготовка брифов для разработки айдентики бренда и рекламно-презентационных материалов



Multispace

- Создание концепции бренда коворкинга класса премиум (Казахстан)
- Анализ международных трендов и кейсов
- Определение инсайтов целевой аудитории
- Создание уникальной дифференцирующей идеи для Бренда и определение конкурентных преимуществ
- Подготовка брифов для разработки айдентики бренда и рекламно-презентационных материалов



Промсвязьбанк

- Разработка карты позиционирования
- Разработка коммуникационной платформы для двух бизнес направлений: «Розничный бизнес» и «Private Banking»
- Определение инсайтов потребителя
- Создание уникального коммуникационного сообщения
- Определение структуры и тональности рекламных сообщений



Промсвязьбанк
МЫ С ВАМИ
ремонтируем

Кредит от 15,9%

8 (800) 555-20-20
Звонок по России бесплатный
www.psbank.ru

Автоваз

- Анализ продуктовых предложений и коммуникации конкурентов за период 2006-2007 г.
- Определение целевой аудитории и ее инсайтов
- Создание уникальной дифференцирующей идеи для бренда и определение конкурентных преимуществ
- Разработка коммуникационной платформы для моделей Lada Kalina и Lada Priora



PR обслуживание

“Наша работа состоит в том, чтобы
«ОЖИВЛЯТЬ» мертвые факты.”

Уильям Бернбах

Благотворительный Фонд Илзе Лиэпа «Культура – детям»

- Разработка PR стратегии Фонда
- PR-сопровождение Первого Московского кадетского бала, конкурса - фестиваля «Волшебная туфелька», проекта «Театральные сказки Илзе Лиэпа», спектакля "Князь Владимир Красно Солнышко“, гала-спектакля «Лесная история» в Артеке



Благотворительный фонд «Илзе Лиепа» PR сопровождение спектакля "Князь Владимир Красно Солнышко"



PR-результат

- Общее количество публикаций – 107
- Эфирное время на телевидении – 50 минут
- Общее количество участников – 1 000

Благотворительный Фонд Илзе Лиэпа «Культура – детям» PR-сопровождение Первого Московского кадетского бала



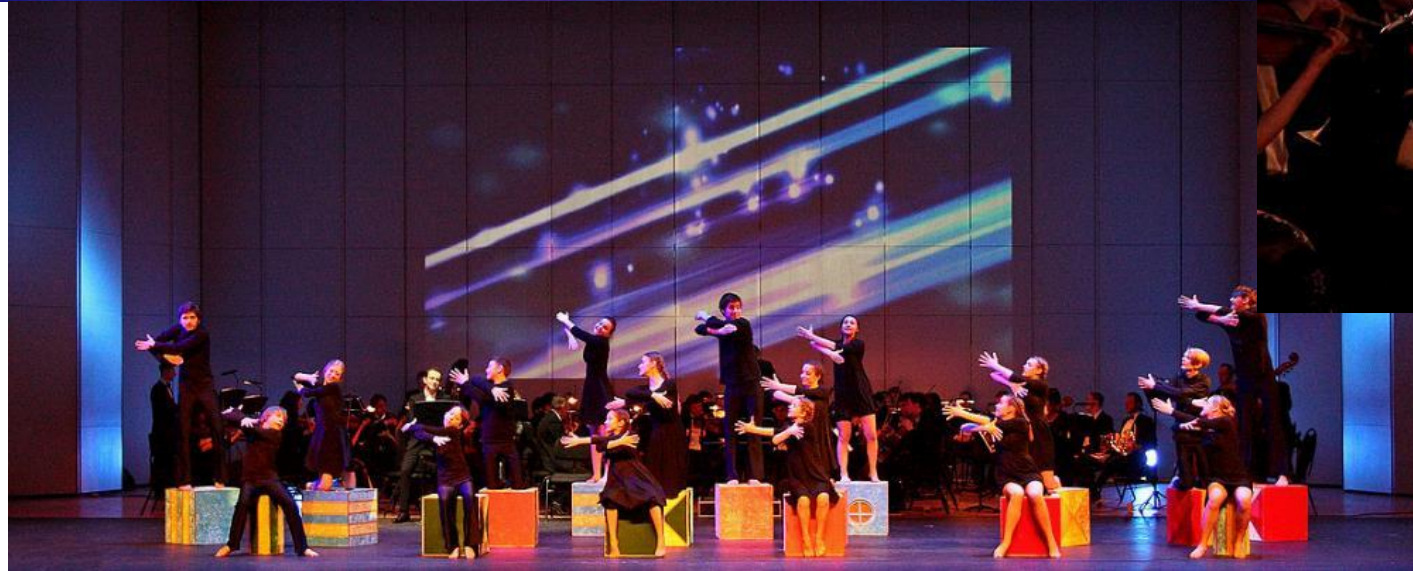
Благотворительный фонд «Илзе Лиепа» PR сопровождение гала-спектакля «Лесная история» в Артеке



PR-результат

- Общее количество публикаций – 65
- Эфирное время на телевидении – 29 минут
- Общее количество участников – 1 500

**Благотворительный Фонд Илзе Лиэпа «Культура – детям»-
PR-сопровождение проекта «Театральные сказки Илзе
Лиэпа: О Театре, чудесах и доброте»**



Благотворительный Фонд Илзе Лиела «Культура – детям»- PR-сопровождение конкурса-фестиваля «Волшебная туфелька»



Благотворительный Фонд Илзе Лиепа «Культура – детям»



PR-результат

- Общее количество публикаций – 180
- Эфирное время на телевидении – 47 минут
- Общее количество участников – 1 500

Образовательный проект «Кинопоэзия»

- PR и SMM продвижение проекта Анатолия Белого «Кинопоэзия»
- Создание информационных поводов
- Разработка идей для создания цикла фильмов



Абсолют банк

- Разработка PR стратегии для бизнес-направлений «Абсолют Частный банк» и «Корпоративный бизнес»
- PR и SMM продвижение
- Проведение медиа тренингов для спикеров банка
- Проведение и пресс сопровождение Клиентских мероприятий
- Организация и проведение бизнес-завтрака



Remy Cointreau

Работа с группами лояльности

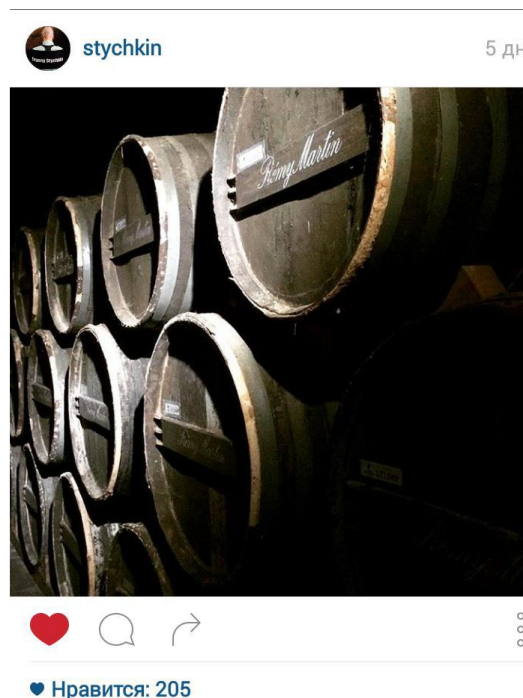


Создание пула селебритиз, лояльных бренду Remy Martin и Cointreau и повышение уровня их вовлеченности

Всего в проекты вовлечены 10 селебретиз. Полная база контактов Barkstel насчитывает более 80 медийных персон

Remy Cointreau

Организация деловых путешествий и пресс-туров



Организация поездки для участников проекта и бренд команды

Посещение глобального офиса и знакомство с представителями международной команды бренда, посещение производства, обучающие мастер - классы

Создание SMM платформы для Cointreau

Content split

Cointreau Style Posts

- Quotes
- Beauty and Fashion
- Art posts
- Traveling
- Mood

80 %
Cointreau Style Posts



Facebook promotion tools. Cross promo. Mechanics

- To choose popular and relevant community in Facebook (close audience, interests, topics)
- To create posts for the chosen community. Language, photos and texts should be in style of chosen community but don't contravene brands values.
- To publish post in chosen community with link to brand's community. Users will click and will link to the brand's community. If they like content they will follow brand's community.
- To count new followers

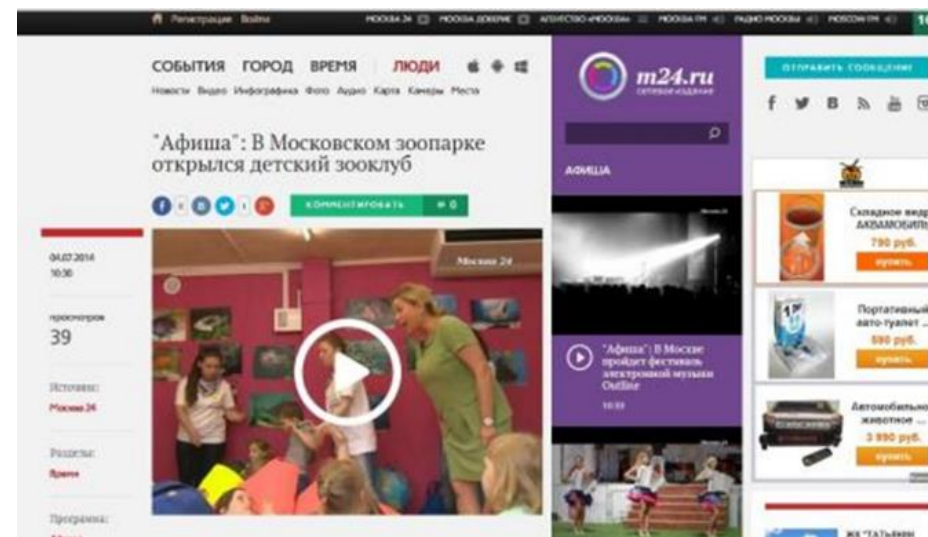


Анализ рынка по возможностям продвижения алкогольного бренда онлайн. Подбор релевантных активностей для достижения поставленных KPI

Разработка страниц в социальных сетях и контента для их наполнения

150-летний Юбилей Московского Зоопарка

- Разработка и реализация всего проекта «150 лет Московскому зоопарку»
- Проведение и пресс сопровождение мероприятий «Детский зооклуб», «Звездный патронаж», «Зоочтения».
- Ведение страниц в социальных сетях (facebook, vk, twitter, instagram)



150-летний Юбилей Московского Зоопарка - проведение и пресс сопровождение мероприятия «Зоочтения»



150-летний Юбилей Московского Зоопарка

PR-результаты

- Общее количество публикаций – 220
- Эфирное время на телевидении – 40 минут
- Англоязычное издание о современной российской культуре The Calvert Journal признало Instagram Московского зоопарка одним из 24 лучших российских инстаграмов
- Количество подписчиков Instagram за год увеличилось с 2000 до 11 000, Facebook – с 1000 до 4800, вконтакте – с 2500 до 6600.



КИТ Финанс PR кампания

Кого возьмет под контроль мегарегулятор?

Наталья Капинос

Мне нравится 5 | Share 3 | Tweet 12 | Код для блога



© Matthew Hollister

Всякую реформу логично начинать с обсуждения ее целесообразности: что изменится в лучшую сторону после введения новых правил и не станет ли, наоборот, хуже? Но беда всех российских реформ в одном – мы начинаем что-то менять, только когда работать постарому уже невозможно. Примерно то же самое происходит сейчас и с созданием мегарегулятора на финансовом рынке. «Лучше уж какие-то изменения. Хуже точно не будет» – примерно так рассуждают финансисты, обсуждая перспективы создания нового надзорного органа. И так, нужна ли рынку эта реформа?

Давайте разбираться.

Разговоры о необходимости создать на базе ЦБ и ФСФР одного, но авторитетного для всех мегарегулятора финансового рынка начались не вчера. И банки, и страховщики, и управляющие компании в принципе за: многих из участников рынка до сих пор удивляет, почему функции этих ведомств дублировались. Например, почему банки регистрируют эмиссию ценных бумаг в ЦБ, а небанковские финансовые организации – делают это в ФСФР. И потому идея построить систему надзора на единой платформе вполне оправдана – это позволит увидеть картину финансового рынка, что называется, в целом.

И вот она принимает реальные очертания. Открытое правительство уже рассмотрело четыре варианта реформы регулирования финансового рынка. Выбор, похоже, сделан: судя по последним данным, к 2016 году планируется ликвидировать Федеральную службу по финансовым рынкам (ФСФР) и вместо нее создать в составе Банка России Комитет по финансовой стабильности в небанковском секторе.

На данном этапе фокус проблемы сосредоточен на том, кому из «тяжеловесов» поручить ответственную миссию контроля. Но открытым остается вопрос: кто войдет в круг контролируемых мегарегулятором? Банки, биржевики, страховые компании, скорее всего, будут включены в этот круг по умолчанию, так как и сегодня они попадают в зону регулирования ЦБ и ФСФР.

А вот как быть с «бесконтрольными» – кредитными кооперативами, оценщиками, участниками рынка платежей? Какие права и обязанности определит для них новый регулятор? Этот вопрос живо волнует многих, так как отсутствие каких-то правил для таких неформальных учреждений создает непрозрачные условия на рынке и ставит те же банки в заведомо невыгодные условия

На мой взгляд, регулирование этих компаний должно осуществляться новым надзорным органом, а не по механизму саморегулирующихся организаций. Так мы сможем реализовать принцип «одного окна» в финансовом секторе: это будет удобно и для проверяющих, и для участников рынка. Вопрос: захотят ли эти «безнадзорные» организации в принципе попасть под чей-либо контроль? И вот здесь-то чиновникам необходимо, по-моему, проявить волю и решительность: только так и можно упорядочить финансовый рынок.

Полагаю, что пора положить конец волнению небольших финансовых компаний – я имею в виду прежде всего микрофинансовые организации и кредитные кооперативы. Дело в том, что они очень долго пользовались всеми «благами» безнадзорной деятельности. Что получили от этого люди? Кредиты в несколько сотен процентов годовых, коллекторы на дом и волну негатива, которая распространяется и на другие финансовые компании.

Главная > ПИФы > Статьи

Статья

Умные инвестиции: ПИФы облигаций как альтернатива депозитам

18 октября 2012



Несомненно, банковские депозиты все еще продолжают оставаться наиболее популярным инструментом среди жителей нашей страны. Но, вместе с тем, стоит отметить, что с каждым годом инвестиционная культура населения растет, что выражается в увеличении интереса к потенциально более доходным инструментам фондового рынка.

Выбирая классический банковский вклад, мы размещаем свои средства на определенный срок и под заранее известную процентную ставку, чаще всего незначительно превышающую уровень инфляции, и зачастую не сохраняющуюся в случае досрочного вывода денежных средств. Таким образом, депозит скорее можно рассматривать как инструмент сохранения своих средств, нежели их приумножения.

Приобретение инвестиционных паев дает возможность рассчитывать на получение потенциально более высокой доходности, чем той, что приносит традиционные банковские продукты. ПИФы акций являются потенциально более доходным, но в то же время и более рискованным инструментом, а вот ПИФы облигаций обладают минимальным уровнем риска и уровнем доходности, как правило, равным или незначительно превышающим доходности по банковским вкладам.

Основными преимуществами ПИФов облигаций перед депозитами является ликвидность этого инструмента. По данному параметру, безусловно, депозиты проигрывают облигациям. Если вы досрочно закрываете банковский вклад, как правило, накопленные проценты не выплачиваются. В ПИФе облигаций все накопленные проценты учитываются уже в рассчитываемой стоимости пая (ежедневно для открытых фондов, ежеквартально - для интервальных) и являются доходом пайщика в любой момент времени. Погасить (продать) пай открытого фонда по текущей стоимости и получить свои денежные средства можно в любой рабочий день. Информация о составе и структуре активов фонда является открытой, то есть каждый может ознакомиться с тем, в какие ценные бумаги и каких эмитентов инвестируются средства фонда.

«Скорее депозит можно назвать более традиционным способом размещения свободных денежных средств, нежели более простым. В настоящее время начать инвестировать посредством паевых инвестиционных фондов так же не составляет сложности. - Все, что для этого требуется, - посетить офис управляющей компании или ее агента и оформить заявку на приобретение пая. Минимальные суммы, как правило, являются доступными широкому кругу потенциальных инвесторов. Например, стать пайщиком ПИФов, находящихся под управлением ЗАО «Капитал Управление активами», можно, имея сумму, равную 10 тыс. руб.», - считает начальник отдела развития ПИФ ЗАО «Капитал Управление активами» Дарья Романова.

Во всем мире ПИФы облигаций выполняют свою задачу по сохранению и приращению средств населения. В развивающихся странах, к которым относится и Россия, процентные ставки по облигациям выше мировых, что связано, в том числе и с более высокими инфляционными ожиданиями.

«Западные инвесторы охотно покупают российские облигации крупных корпораций и государственные облигации РФ. В силу того, что управляющая компания ПИФов облигаций заинтересована в максимизации прибыли своих пайщиков, в долгосрочной перспективе можно рассчитывать на превышение доходности фондов облигаций над инфляцией и банковскими процентами. В купе с описанными выше преимуществами ПИФов облигаций по показателю ликвидности, данный инструмент занимает существенное место в сфере коллективного инвестирования и играет важную роль для целей сбережения и накопления капитала», - говорит, заместитель генерального директора по работе с физическими лицами «КИТ Финанс Инвестиционный банк», член правления Наталья Капинос.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что облигации являются долговым инструментом, в этом случае и банковский депозит является долгом банка перед вкладчиком, взятым на определенный срок под конкретный процент. Поэтому с точки зрения сохранности средств данные продукты можно считать почти идентичными. Однако возможность страхования вкладов для физических лиц, конечно, является значимым фактором в принятии решения. Здесь стоит понимать, что ПИФы облигаций – это инвестиционный продукт, которому свойственны как более высокие риски, так и более высокая альтернативная доходность. Поэтому вложения в ПИФы должны носить долгосрочный характер для того, чтобы нивелировать краткосрочные колебания в отрицательную сторону стоимости пая и получить максимально возможную доходность по данному виду инструмента.

РБК.Личные Финансы

Наталья Остроумова



29.10.2012 | Экономика
Анастасия Башкатова

Банковский сектор теряет качество активов



Эксперты агентства Moody's предсказывают российским банкам существенные потери.
Foto Reuters

млрд. долл. Прибыль банков за указанный период достигнет 46 млрд. долл., но для покрытия потерь этой суммы недостаточно. Причем в Moody's добавляют, что потом все эти факторы приведут к замедлению роста кредитования – менее чем до 15% в 2013 году с 20% в этом году.

Moody's сохранило негативный прогноз развития российской банковской системы. «Каждый пятый банк, покрываемый Moody's, имеет негативный прогноз», – пояснил Тартиманов. Никаких намеков на улучшение ситуации специалисты агентства не заметили. Они лишь добавили, что ситуация усугубляется увеличением в стране доли проблемных кредитов. К концу 2013 года эта доля составит 11% против сегодняшних 9%. Основная причина в том, что сейчас розница растет в четыре раза быстрее, чем доходы населения. Значит, не за горами потенциально возможное «банкротство» проблемных заемщиков.

Специалисты агентства указали на то, что инвесторы не желают вкладываться в российский банковский сектор и что стремительно растет зависимость банков от средств Центробанка. Так, по прогнозам Moody's, к концу 2013 года в пассивах банков объем средств Центробанка составит 10–15% против сегодняшних 7%. «Деньги Центробанка в основном короткие, а банки используют их для наращивания кредитного портфеля. Это увеличивает разрыв по срочности между активами и пассивами», – предупредил Тартиманов.

Большинство опрошенных «НГ» экспертов согласились с тем, что опасения иностранного рейтингового агентства оправданы. Правда, иногда Moody's все же сгущает краски, считают некоторые эксперты.

Замгендиректора «КИТ Финанс Премиум» Наталья Капинос считает, что наращивание рискованного кредитования при отсутствии длинных денег у российских банков – это тот путь, который уже прошли американские банки и пролозят некоторые европейские. «Бурный рост кредитного портфеля за последние два года привел к увеличению веса необеспеченных кредитов, что естественно несет в себе риски», – продолжает начальник управления Росбанка Владимир Кольчев. «Планы агентства по снижению рейтингов банков выглядят справедливо, но запоздало. И самое главное, что они не могут затравить лишь только банки, так как нисколько не затравят в первую очередь бюджетных показателей, от чего пострадает и суверенное качество», – отмечает портфельный управляющий Allianz Investments Маринна Ткаченко. – Одной из проблем российских банков после кризиса стало сокращение числа корпоративных заемщиков. Конкуренция в этом сегменте существенно усилилась, а наращивать портфель корпоративных кредитов стало почти невозможно. В итоге единственным доступным инструментом развития для банков стало увеличение доли более рискованного розничного кредитования.

«Проблема достаточности капиталов и качества активов – это очень популярная тема последние четыре года», – напоминает гендиректор Национального рейтингового агентства Виктор Четвериков. Сейчас короткие деньги ЦБ используются для финансирования кредитных портфелей банков, «в то время как здоровый рост кредитования должен опираться на рост депозитной базы», продолжает ведущий специалист банка «Интеркоммерц» Андрей Харинков.

Между тем часть экспертов не согласилась с доводами агентства. «Основная уязвимость по кредитному риску и портфелю ценных бумаг выглядит чересчур агрессивной для сценария небольшого замедления экономики», – считает, в частности, Владимир Кольчев. Эксперт уверен, что настоящие проблемы начнутся в случае более глубокого замедления экономики или рецессии, чем сейчас. «Но и на случай рецессии предусмотрены меры, разработанные еще во время антикризисной кампании 2009 года и готовые к применению сегодня. Например, рекапитализация банков с помощью облигаций федерального займа», – напоминает он. «Создается впечатление, что прогноз агентства основан на изначально пессимистичной оценке вариантов. Хотя в экономике действительно существуют признаки замедления, они пока не способствуют риску повальных неплатежей», – уверен начальник информационно-аналитического отдела «Лайф Капитал» Валерий Пивнев.

Председатель совета директоров «Гарлент Альфа» Павел Гагарин, в свою очередь, считает, что реальное количество выданных кредитов, наоборот, сокращается, а не растет, как считает Moody's. «За шесть месяцев текущего года объем выданных кредитов сократился примерно на 5–7%. Во многом это связано с естественной убыльностью предприятий, которым банки могут дать кредиты». Доля же проблемных кредитов сейчас, по оценкам эксперта, значительно выше, чем считает Moody's. «Восле не 9%, а значительно больше – около 20%. То, что их доля будет расти в следующем году – это факт. По моим оценкам, это число повысится до 30%».

Эксперты добавляли, что на самом деле банковская среда неоднородна, «самочувствие» у разных банков может сильно различаться, поэтому не стоит впадать в крайний пессимизм. «Есть банки с участием, которые довольно хорошо себя чувствуют, а есть средние банки, среди которых много проблемных». Как правило, в рейтинге Центробанка они находятся ниже 200-й строчки», – поясняет Павел Гагарин.

Если Moody's начнет снижать рейтинги российских банков, это, конечно, будет неприятная история для экономики РФ. Однако очень многие эксперты полагают, что последствия такого снижения никак нельзя назвать катастрофическими. Ведь в любом случае инвесторы будут опираться не только на сводку рейтинговых агентств, но и в большей степени на собственный анализ той или иной кредитной организации. Более того, вовсе не обязательно негативный прогноз по всей банковской системе в конечном итоге приведет к тому, что Moody's начнет снижать рейтинги российских банков без каких-либо видимых и существенных причин, резюмирует аналитик компании UFS IC Виктория Королева.

КИТ Финанс PR кампания



PR кампания по формированию положительного имиджа КИТ Финанс, а также по информационному продвижению пакета услуг «Премиальный»



Башня Федерация

Самый высокий открытый урок



На 62 этаже Башни Федерация – самого высокого здания России – прошел «живой урок истории, в котором приняли участие ученики Школы № 1239 с углубленным изучением английского языка.
Место проведения – Башня Федерация
Кол-во гостей – 150 чел.

Снежная королева



Павица Кристина Орбасайте, актриса Алена Хмельницкая, модель на показе

Телеведущие Елена Ищова и Екатерина Стриженова

Телеведущий Иван Ургант, певец Дима Билан и дизайнер Юлия Далакин

Приз от королевы

Все мы в детстве любили одевать кукол. Во взрослой жизни нам нечасто удается продемонстрировать свои дизайнерские таланты. Такую возможность предоставила компания «Снежная Королева», пригласив звездных моделей создать свой неповторимый образ для моделей на подиуме. В конкурсе приняли участие: Ульяна Цейглина, Фекла Толстая, Оксана Робин, Екатерина Стриженова, Татьяна Навка, Марика и другие знаменитости. Члены жюри, русские дизайнеры Алина Толкачева, Маша Цигаль, Андрей Шаров и Юлия Далакин, единодушно отдали свой голос Дарье Субботиной, которая и получила главный приз – пубу из соболя.



Фигуристка Татьяна Навка и писательница Оксана Робин

Виктор Марика, Мэриэлла Браун (Власки), телеведущая Дарья Субботина и анджей Лера Кудрявцова



Дарья Субботина, Дарья Субботина, Дарья Субботина, Дарья Субботина, Дарья Субботина, Дарья Субботина

Чувство стиля

На fashion-церемонии звезды шоу-бизнеса выступили в новом для себя качестве.

ЧТО в Новосибирске состоялось грандиозное шоу «Снежная Королева». Это мероприятие собрало множество знаменитостей. Как вы, наверное, знаете, на Fashion-бизнесе «Гала» «Снежная Королева» – это не только «Снежная Королева». Это мероприятие собрало множество знаменитостей. Лучшая «Снежная Королева» была Дарья Субботина. **КТО** Навка Татьяна, Навка Татьяна, Навка Татьяна, Навка Татьяна, Навка Татьяна. **СПЛЕТНИ** Слухи в Москве о том, что Дарья Субботина получила главный приз – пубу из соболя – стоили 110 000 долларов.

P.S. ТУСОВКА



DRESS CODE
В главном призовом конкурсе «Снежная Королева» представили модель коллекции Fashion-бизнеса «Снежная Королева» – это не только «Снежная Королева» это мероприятие собрало множество знаменитостей. Лучшая «Снежная Королева» была Дарья Субботина. **КТО** Навка Татьяна, Навка Татьяна, Навка Татьяна, Навка Татьяна, Навка Татьяна. **СПЛЕТНИ** Слухи в Москве о том, что Дарья Субботина получила главный приз – пубу из соболя – стоили 110 000 долларов.



Johnnie Walker



Путь к успеху

5 ноября Johnnie Walker представил проект «Путь к успеху», посвященный успешным героям современности. В основе проекта – работы одного из самых известных российских фотографов Владимира Глынина. Гостям предложили пройти лабиринт, в котором и была размещена экспозиция. Следуя указателям «Keep Walking», можно было по очереди увидеть фотографии всех тринадцати героев.



JOHNNIE WALKER: ПУТЬ К УСПЕХУ

Виски Johnnie Walker представил специальный проект «Путь к успеху», посвященный успешным героям современности. В основе проекта – работы одного из самых известных российских фотографов Владимира Глынина. Гостям предложили пройти лабиринт, в котором и была размещена экспозиция. Следуя указателям «Keep Walking», можно было по очереди увидеть фотографии всех тринадцати героев.



«Путь к успеху» от Johnnie Walker

Johnnie Walker представил свету масштабный проект – «Путь к успеху», в основу которого легла серия работ фотографа Владимира Глынина. На торжественном приеме герои проекта и ценители виски Johnnie Walker имели возможность дать свою интерпретацию слогану Keep Walking.

1. Светлана Захарова, Мирослава Дума, Владимир Глынин и Анна Бек
2. Энри Доллашвили и Елена Старостина
3. Александр Гафин
4. Виола и Валерий Сюткины
5. Кристьян Кремер
6. Ирина Гафина и Наталья Лучанинова
7. Юлиа Визагина, Владимир Глынин и Сани Сливцова



Nespresso



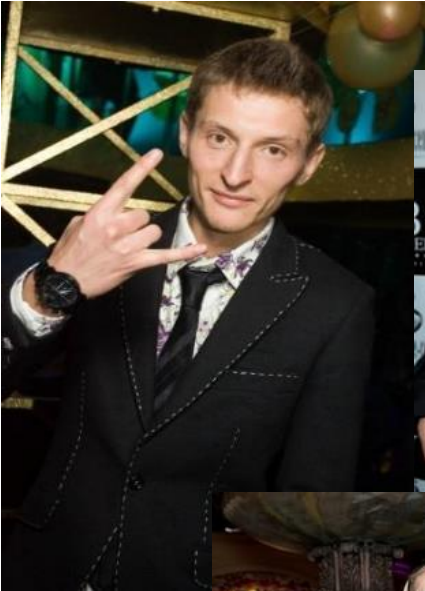
Новинский пассаж



Pokerstars



BEST OF EVENTS



Просветительские и культурные мероприятия

Благотворительный Фонд Илзе Лиела «Культура – детям» Первый Московский кадетский бал



Место проведения – Дом Пашкова, количество гостей – 800

Благотворительный Фонд Илзе Лиэпа «Культура – детям» «Театральные сказки Илзе Лиэпа: О Театре, чудесах и доброте»



Место проведения – Филармония - 2, количество гостей - 1 700

Благотворительный Фонд Илзе Лиэпа «Культура – детям» «Волшебная туфелька»



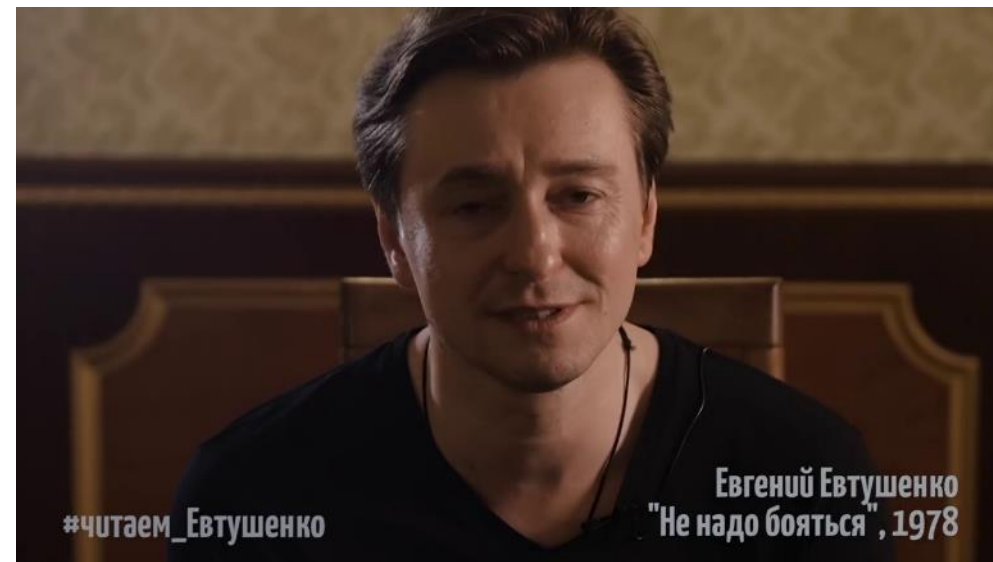
Место проведения – Театр Н.Г. Бабкиной, количество гостей – 1 700

Образовательный проект «Кинопоэзия»

- Организация премьер новых фильмов (дом музей Цветаевой) в рамках дня города
- Организация благотворительной акции ко Дню Защиты детей совместно с благотворительным фондом Константина Хабенского



Образовательный проект Кинопоэзия Интернет - акция «Читаем Евтушенко»



Образовательный проект Кинопоэзия «День рождения кинопоэзии»

- Организация мероприятия на Красной площади
- PR сопровождение мероприятия



Деловые мероприятия

Конференции

Абсолют банк

- Проведение и пресс сопровождение Клиентских мероприятий
- Организация и проведение бизнес-завтрака



Первый Всероссийский съезд директоров зоопарков



С 28 по 30 июня 2016 года в Москве прошел Первый Всероссийский съезд директоров зоопарков
Организация мероприятия, размещение участников съезда, организация развлекательной программы

Место проведения – отель Radisson Blu
Кол-во гостей – 200 чел.

Министерство Энергетики РФ

Серия мероприятий Отрасль ТЭК



С 13 по 17 июня 2011 года в Санкт-Петербурге в рамках Международного Экономического форума прошли мероприятия Минэнерго России «Отрасль. ТЭК-2011», где обсуждались наиболее важные вопросы развития ТЭК России.

Место проведения – Особняк Румянцева
Кол-во гостей – 1 500 чел.

Министерство Энергетики РФ

Серия мероприятий Отрасль ТЭК

PR-результат:

Общее кол-во публикаций – 513

Общая аудитория мероприятий – более 10 000 000
контактов

Эфирное время на телевидении – 125 минут



Зарубежнефть

Подготовка серии пресс-мероприятий, посвященных 45-летию компании



Башня Федерация

Пресс-мероприятия



Представители СМИ стали очевидцами процесса высотного строительства Восточной башни комплекса на высоте 245 метров. По завершении экскурсии был проведен пресс-ланч с управляющими партнерами проекта.

Место проведения – Башня Федерация, ресторан «Sixty»

Кол-во гостей – 100 чел.

Северсталь

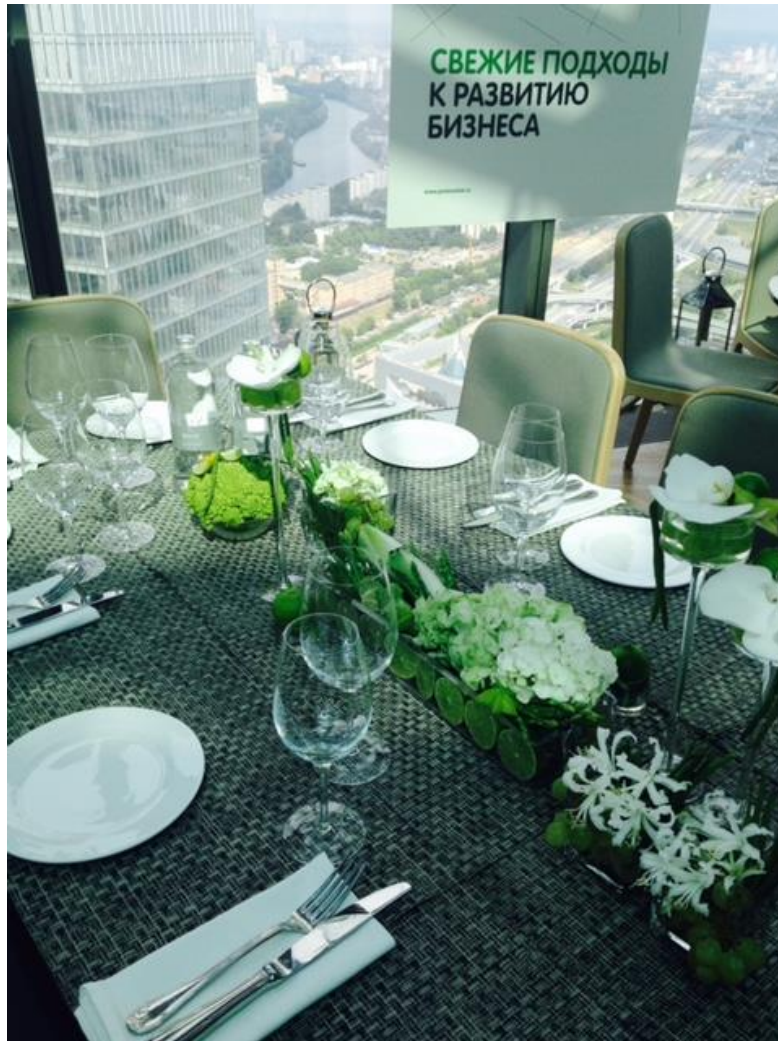
Мероприятие для топ-менеджмента & СМИ



Вниманию гостей была представлена развлекательная программа, во время деловой части журналисты ознакомились с результатами работы компании по итогам года.

Кол-во гостей – 100 чел.

X5 Retail Group



Организация пресс-завтрака, посвященной презентации новой концепции сети супермаркетов Перекресток Green

Корпоративные мероприятия

Корпоративное мероприятие 25-летие Абсолют Банка

Хэдлайнер – Comedy Woman

Ведущий – Вячеслав Манучаров

Количество гостей - 100



МКР. Корпоративный Новый год

Дата проведения – 23-24 декабря

Место проведения – Radisson Zavidovo

Special guests – Гарик Сукачев, Леонид Агутин

Кол-во гостей – 200 чел.



Абсолют Банк

Закрытое мероприятие для топ-100 VIP клиентов
Абсолют Банка

Дата проведения – 22 ноября 2017 г.

Место проведения – Ball room/ Soho
Special guests – Семен Слепаков, Группа Фрукты



МКР. Корпоративный Новый год

Дата проведения – 24 декабря 2016 г

Место проведения - Загородный клуб
Нахабино

Special guests: Сергей Белоголовцев,
Валерий Сюткин, Дискотека Авария

Кол-во гостей: 200



Абсолют Банк

Закрытое мероприятие VIP клиентов для 80 VIP Клиентов
Абсолют Банка

Дата проведения – 27 октября 2016 года

Место проведения – Ресторан ЦДЛ

Special guests: Михаил Жванецкий, Теона Контридзе



Корпоративное мероприятие 20-летие Абсолют Банка



Место проведения – ресторан Sixty.

Кол-во гостей – 150 чел.

FESCO

Корпоративное мероприятие



Место проведения - Амбер плаза.

Количество гостей – 800 человек

МегаФон

Корпоративное мероприятие 23 Февраля



Женская часть коллектива головного офиса компании «МегаФон» оригинально поздравила своих коллег – настоящих мужчин!

Место проведения: Кадашевская наб, 30
Кол-во гостей – 900 чел.

Билайн

Корпоративный вечер



Сотрудникам компании Билайн довелось принять участие в съемках музыкального клипа, выступив в роли режиссера, актеров и других членов съемочной группы.

Место проведения – Центр НаучФильм съемочный павильон.
Кол-во приглашенных гостей – 750 чел.

Росатом/ Атомредметзолото Корпоративное мероприятие



Организация настоящего КВН для сотрудников компании

Место проведения – клуб «Метелица».

Кол-во гостей – 1 200 чел.

Атомредметзолото

Корпоративное мероприятие



Церемония награждения лучших сотрудников компании с участием Comedy Club, групп «Звери», Патрисии Каас

Место проведения – Ritz Carlton. Кол-во гостей – 1 200 чел.



МОСКОМСПОРТ

Корпоративное мероприятие



В рамках корпоративного Нового года прошло вручение премии «Московский спорт».

Место проведения – Лужники.

Кол-во приглашенных гостей – 2 500 чел.

Внешэкономбанк Корпоративный Новый год



Количество приглашенных гостей – 1 500 чел

KNIGHT FRANK

Открытие нового жилого комплекса «Сосны», Николина Гора



Будущим жильцам 112-квартирного дома и их гостям довелось окунуться во времена НЭПа, атмосферу великой эпохи гламура 20-х годов, когда соседями по дому были галантные, с лоском одетые кавалеры в пенсне, дамы в шляпках и жемчужных ожерельях, а также выиграть настоящие драгоценности, спрятанные в одном из 112 стульев...

Эффективность – заключение нескольких контрактов на покупку апартаментов во время проведения мероприятия

Место проведения – Сосны, Николина Гора
Кол-во гостей – 650 чел.

Bloomberg

Открытие представительства компании в России



Место проведения – Московский офис телеканала Bloomberg.

Кол-во гостей – 500 чел.

Городские мероприятия

Серия мероприятий ВГТРК «ЯРКОЕ ЛЕТО»



Заказчик – Телекомпания ВГТРК



Серия масштабных городских мероприятий в 15 крупнейших городах России. Главные гости мероприятий – дети и их родители - стали участниками яркого театрализованного представления по мотивам известных мультфильмов.

Общее кол-во гостей – 2 500 чел

150-летний Юбилей Московского Зоопарка – городское мероприятие «Звездный патронаж»



Кол-во гостей – 3 000 чел.

150-летний Юбилей Московского Зоопарка - проведение серии городских мероприятий «Детский Зооклуб»



Кол-во гостей – 300 чел.



Светские мероприятия

"Реклама - самое увлекательное из того,
что можно делать, не раздеваясь."

Джерри Делла Фемина

Remy Cointreau

Организация промо-мероприятий



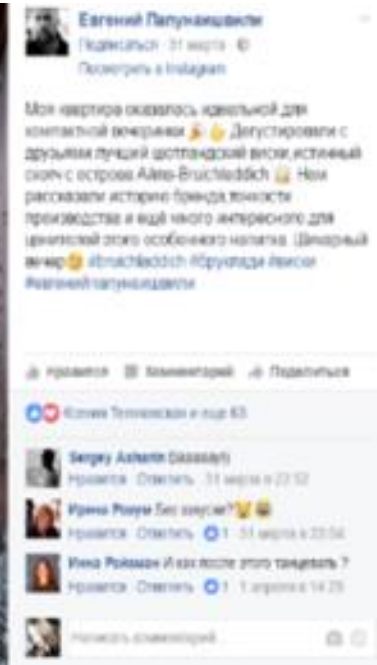
Разработка и организация серии промо-мероприятий совместно с блогерами для Cointreau.

Успешная адаптация глобальной концепции в России

В проекте приняли участие 7 топовых блогеров

Remy Cointreau

Организация частных вечеринок



Разработка и организация серии мероприятий совместно с селебрити и блогерами для бренда Bruichladdich.
В проекте приняли участие 3 медийные персоны и 5 блогеров.
Охват по итогу публикаций более 20 000 000

Remy Cointreau

Организация имиджевых мероприятий



Разработка и организация серии мероприятий совместно с селебрити и блогерами для Remy Martin.

Публикации в личных аккаунтах медийных персон.

Nespresso

Открытие первого в России Бутика и Кофе-бара



VIP-прием по случаю официального открытия первого в России эксклюзивного Бутика и Кофе-Бара NESPRESSO.

Special Guest Star – Дэрил Ханна.

Место проведения – бутик Nespresso на Петровке, after-party – Крыша Мира

Кол-во гостей – 450 чел.

Johnnie Walker

Перформанс «Путь к успеху»



Презентация специального проекта Johnnie Walker «Путь к успеху».
12 фотографий успешных героев современности, организация экспозиционного лабиринта, оригинальный перформанс
Фотограф – Владимир Глынин.
Специальный гость – Нино Катамадзе.

Место проведения – Арт-центр Ветошный, 13
Кол-во гостей – 700 чел.

150-летний Юбилей Московского Зоопарка - мероприятие «Зоочтения»



Кол-во гостей – 400 чел.

SHISEIDO



Торжественное открытие выставки
SHISEIDO \ 1872 – 2011 \ Империя
Красоты.

Место проведения - ГУМ
Кол-во гостей – 400 чел.

Вручение премии «Золотая Маска» и прием в честь лауреатов



Гостями вечера стали известные деятели культуры и искусства, а также представители бизнес-элиты.

Кол-во гостей – 1 500 чел.

Арт-проект «Время Настоящее и его герои»



Арт-проект Ренаты Литвиновой «Время Настоящее и его герои» стал одним из самых ярких арт-прецедентов и заметным культурным событием.

Место проведения – Новинский Пассаж.
Кол-во гостей – 400 чел.



«Время Настоящее и его герои»

Арт-проект Федора Бондарчука и Владимира Глынина



105 фотографий...
На них – 115 судеб,
115 авторских слепков
с лица
действительности.
Разные пути и разные
люди... Актеры,
режиссеры,
телеведущие,
музыканты, продюсеры,
политики,
бизнесмены...
Герои Времени
Настоящего.

Кол-во гостей – 1 500
чел.

Снежная Королева

Ежегодная церемония Dress Code



Компания «Снежная Королева» представила в Новинском Пассаже первую ежегодную fashion-церемонию DRESS CODE.

13 звездных участниц в формате модного показа представили оригинальные образы, соответствующие заданным Dress Code.

Место проведения – Новинский Пассаж

Кол-во гостей – 1 000 чел.

Бриллиантовая шпилька Всемирный День Блондинок



Первая, придуманная Баркстел, специальная премия для блондинок. Обладательницами бриллиантовых шпилек стали: Кристина Орбакайте, Юлия Чепалова, Светлана Светличная, Елена Корикова, Элла Памфилова, Нелли Кобзон, Ирина Скобцева, и другие.

Место проведения – Новинский Пассаж
Кол-во гостей – 750 чел.

Церемония вручения премии «СУПЕРБРЭНД»



Церемония вручения одной из самых престижных бизнес-премий “СУПЕРБРЭНД”, которая ежегодно вручается наиболее сильным российским брендам.

Кол-во гостей – 750 чел.

Благотворительные проекты

"РУССКИЕ СЕЗОНЫ. XXI ВЕК"



Организация концерта для Благотворительного фонда Мариса Лиепы при поддержке Министерства культуры РФ и Федерального агентства по культуре и кинематографии

Количество гостей – 800

«Рождественские ангелы» Благотворительный Проект



Специальный проект Новинского Пассажа в поддержку Фонда Чулпан Хаматовой и Дины Корзун «Подари жизнь», оказывающего помощь детям больным лейкемией.

Место проведения – Новинский Пассаж.
Кол-во гостей – 500 чел.

«Близко к сердцу» Специальный Благотворительный Проект



Специальный проект компании «Снежная Королева» в поддержку Фонда «Детские Сердца», оказывающий помощь детям с заболеваниями сердца и нервной системы

Место проведения – Новинский Пассаж.
Кол-во гостей – 600 чел.

«Радуга на ладошке» Специальный Благотворительный Проект



В Новинском Пассаже состоялся традиционный детский праздник «Радуга на ладошке», гостями которого стали воспитанники Мытищинского детского дома, а также известные актеры, музыканты и телеведущие с сыновьями и дочерьми

Кол-во гостей – 600 чел.

BARBIE. ВЗГЛЯД ИЗ РОССИИ

Благотворительный аукцион



На аукционе были представлены 43 Barbie в одежде от ведущих российских дизайнеров. Сумма, вырученная от продажи всех кукол, составила \$154 000. Эти средства перечислены в Федеральный центр детской гематологии.



Кол-во гостей – 600 чел.

”Не состязайтесь в творчестве со своим рекламным агентством. Зачем лаять, если дома уже есть собака?” 😊

Дэвид Огилви

Успех приходит с Barkstel!