

beam

emotional marketing





— топ-10 национального рейтинга
брендинговых компаний 2026

10+ лет опыта

культурные проекты

стратегии

креатив

PR

брендинг

коммуникационные кампании 360

bema!

1 премия



2 премии



6 премий



ADPASS

АКАР
АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ



участники профильных рейтингов



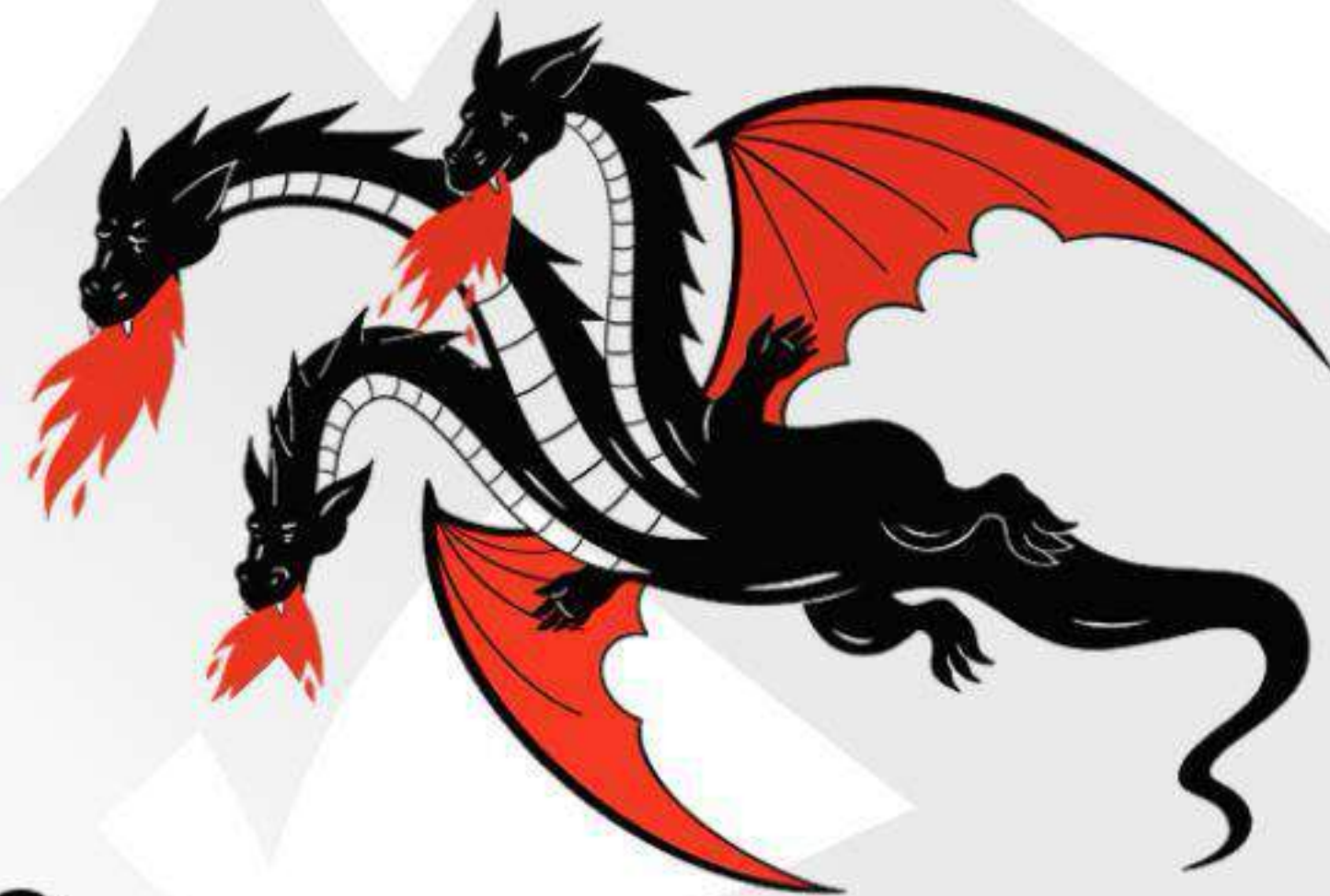
Our clients



short
list

ВЫСТАВКА ИЛИ-БЫЛИ

ШКОЛА
РУССКОЙ
СКАЗКИ



PR-кампания выставки Жили-Были: школа русской сказки



[Смотреть видео](#)



«Жили-Были: Школа русской сказки» — масштабная выставка в формате интерактивной школы, где русская сказка переосмысливается как культурный код и образовательный опыт. Мы разработали полную PR- и коммуникационную стратегию проекта, превратив выставку в медийное и массовое событие.



PR-кампания выставки Жили-Были: школа русской сказки

- Разработали многоканальную PR-стратегию для выставки;
- Аносировали арт зоной на ярмарке современного искусства Catalog;
- Провели закрытое открытие для инфлюенсеров, арт-сообщества, СМИ и медиа;
- Разработали спецпроекты и запустили коллаборации, а с ними посеы в соц. сетях (ЦДМ на Лубянке, Читай-город, Министерство культуры РФ);
- Реализовали мерч-коллекцию из 15 айтомов;
- Генерировали инфоповоды на протяжении всей работы выставки и продолжим это делать в летнем сезоне.

2

Раза продлевали
выставку

557

Публикаций

80 000

Посетителей
за три месяца

139 173 311

Охват PR-кампании





Триумф НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ



Трибувиа®
сенипруг

Client: BIOCAD

Лонч first-in-class препарата ТРИБУВИА®

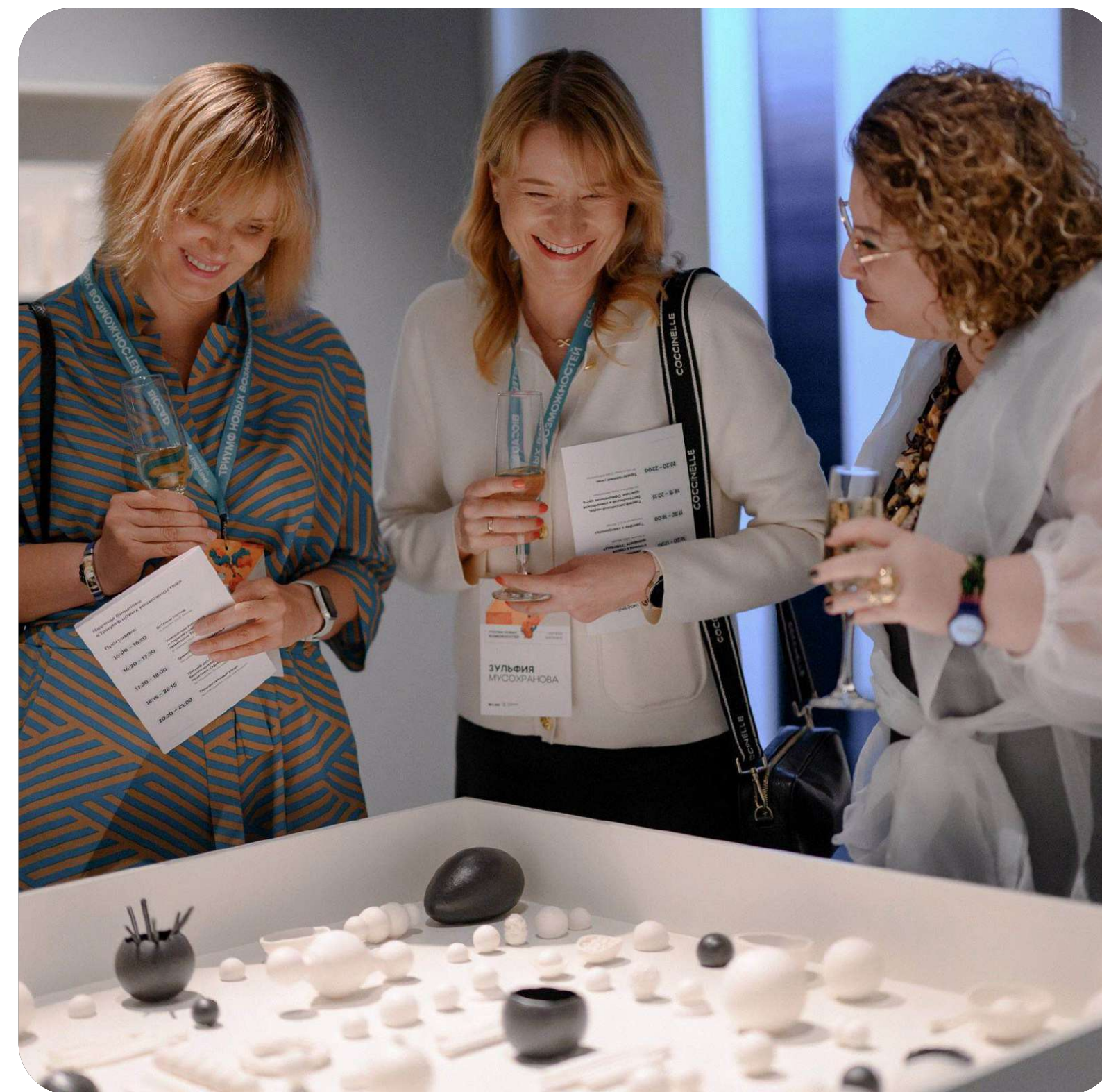
Т Р И Б У В И А®
(МНН сенипрутг)

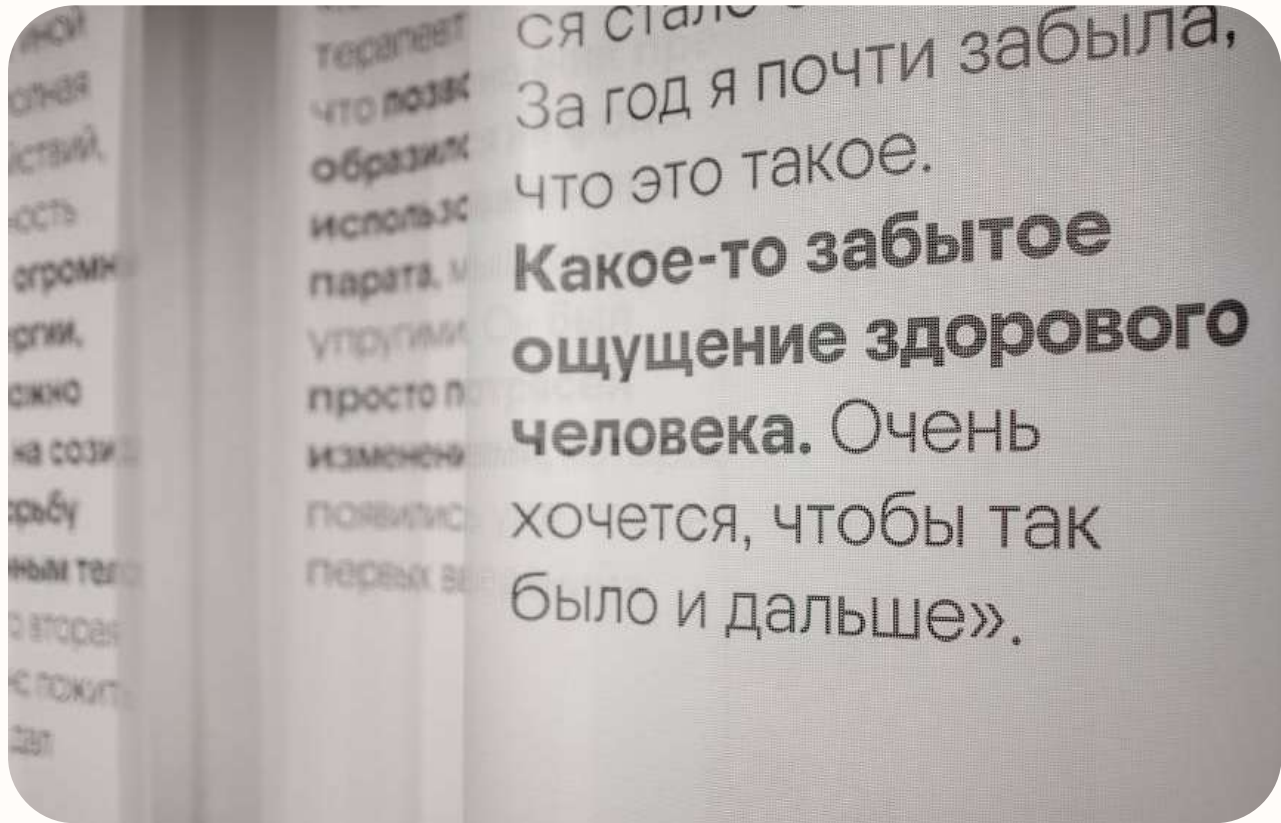
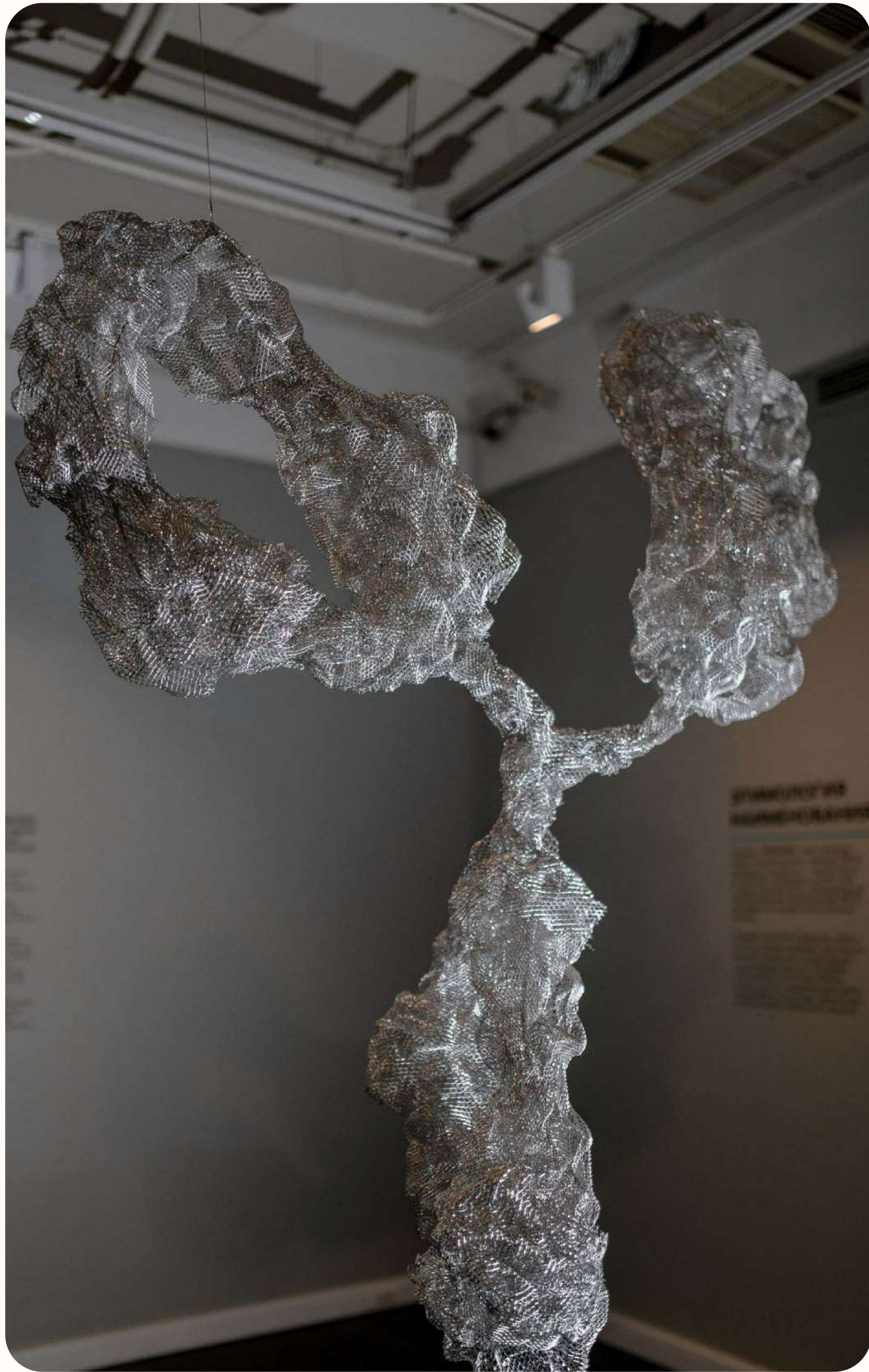
Мировая премьера first-in-class препарата Трибувиа®, который стал сенсацией в международном научном сообществе и открыл новые горизонты в терапии аутоиммунных заболеваний.

В рамках внешнего лонча была разработана концепция Научная Биеннале «Триумф новых возможностей», где ключевым акцентом стала интерактивная выставка в галерее «Триумф», рассказывающая гостям о пути препарата и чувствах пациентов с болезнью Бехтерева.

«Триумф»

Два этажа московской галереи «Триумф» были полностью посвящены препарату, а объекты современного искусства передавали истории пациентов, их ощущения и эмоции.





Триумф новых возможностей



— Событие объединило 150 ключевых KOL's со всей страны, создав глубокое погружение в инновации. Особую атмосферу лончу придал live ГЗК в научной части от актрисы БДТ Груши Петровской.

— Несмотря на вызовы — организация в июне, в разгар сезона событий, и всего три недели на подготовку — проект стал настоящим триумфом в событийном портфеле BIOCAD.

ТРИУМФ НОВЫХ
ВОЗМОЖНОСТЕЙ
НАУЧНАЯ БИЕННАЛЕ

ибувиа®
пруг

BICCAD

Смотреть видео проекта

место быть

первый в России
баланс-холл

Branding

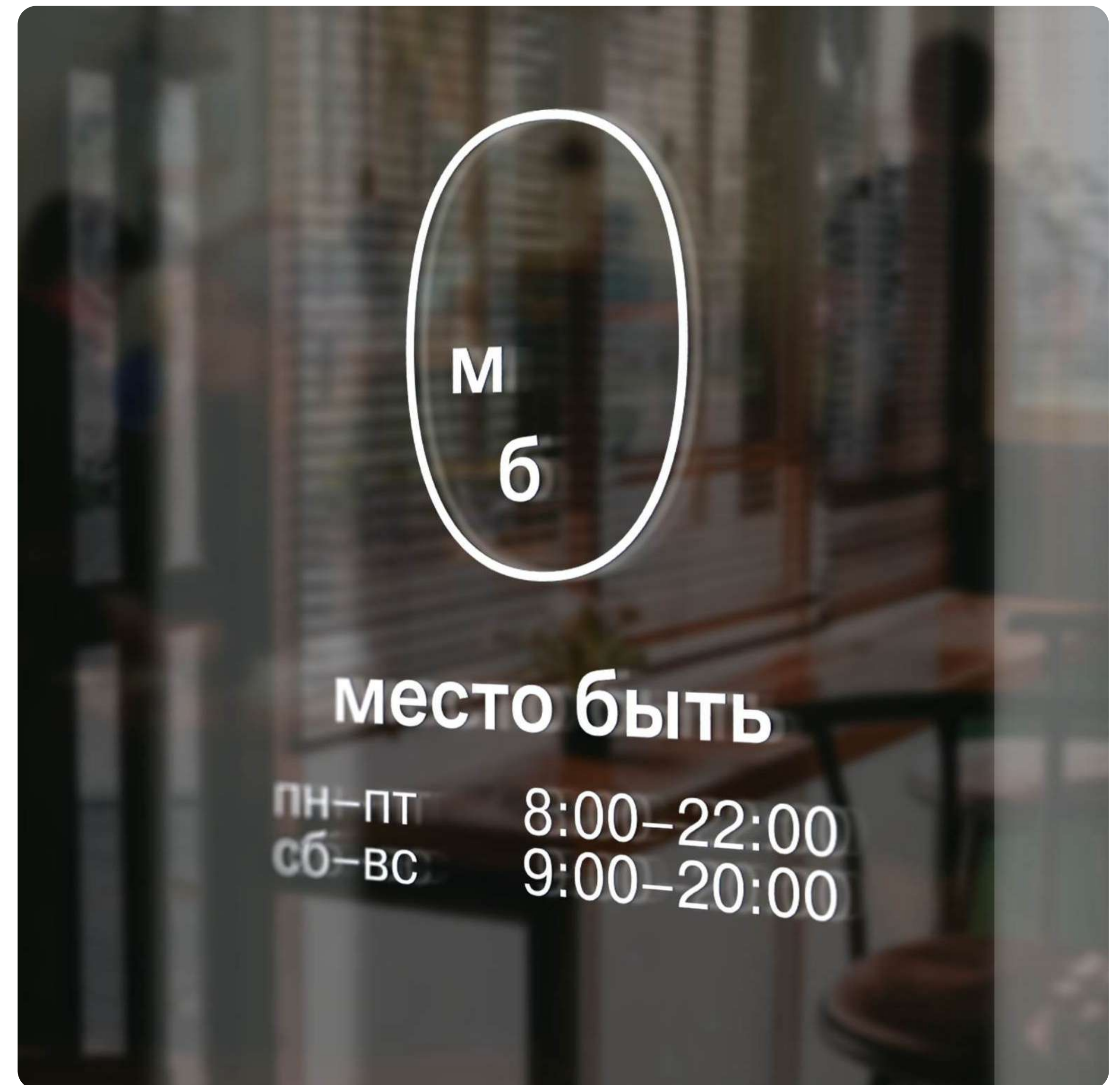
Package

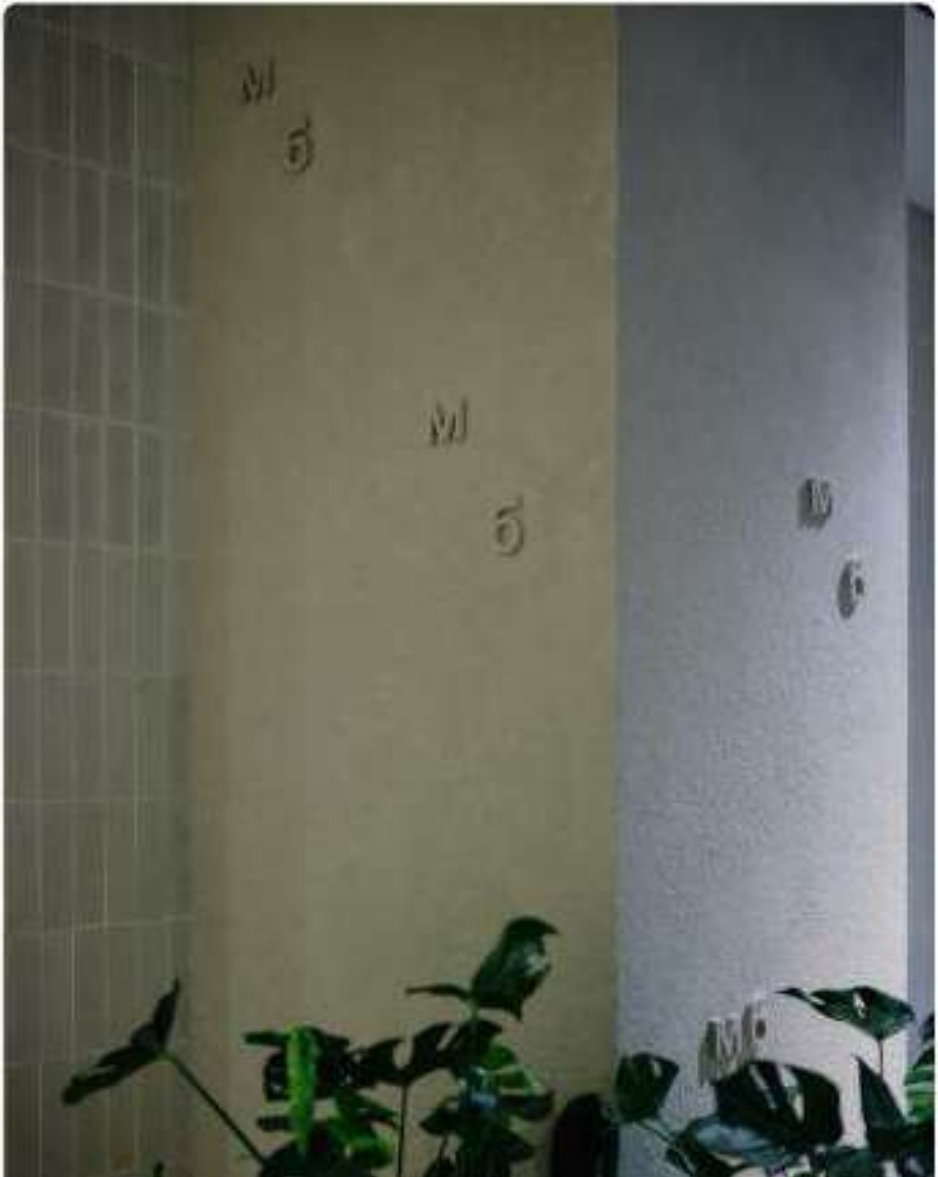
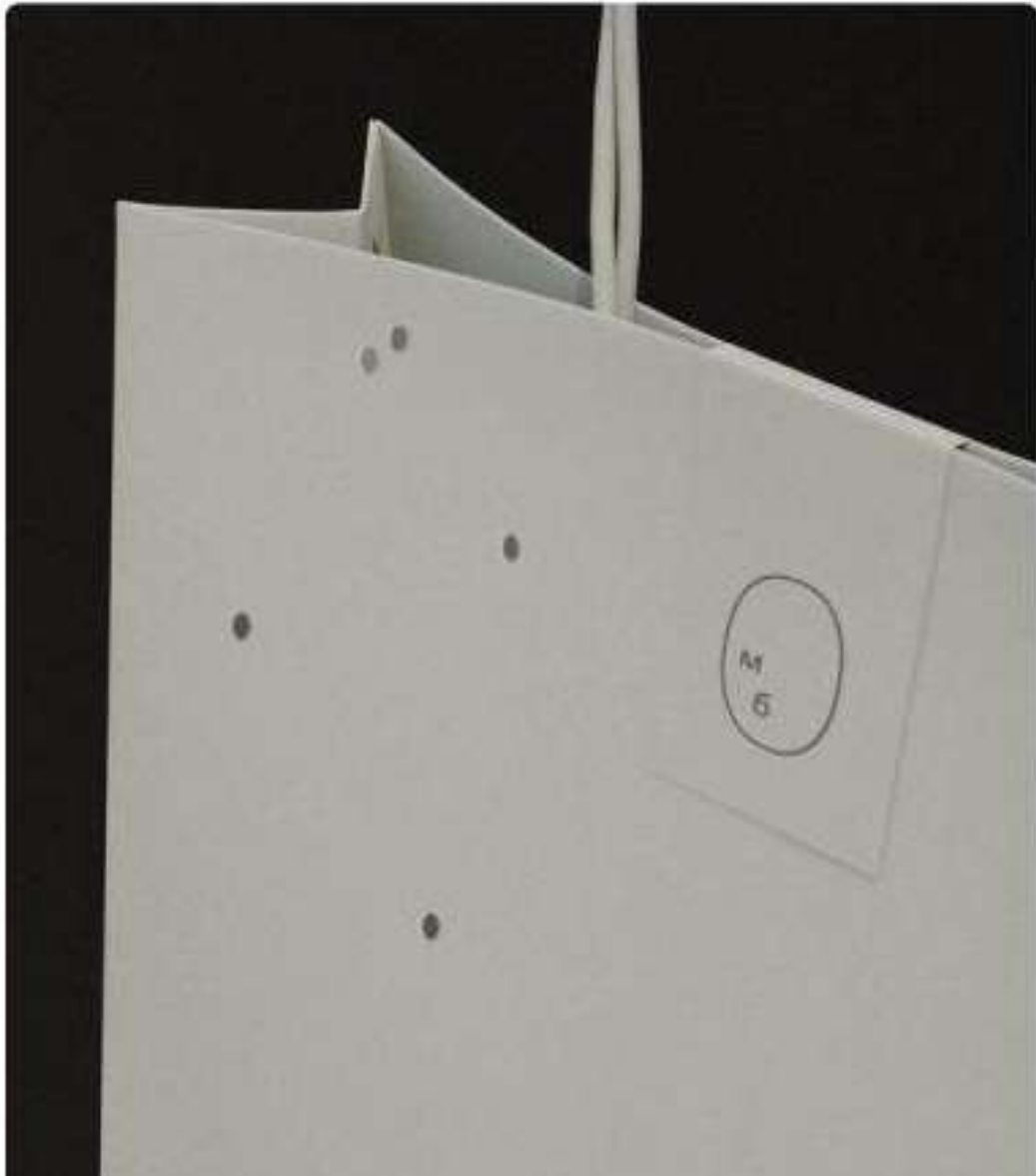
Wellness

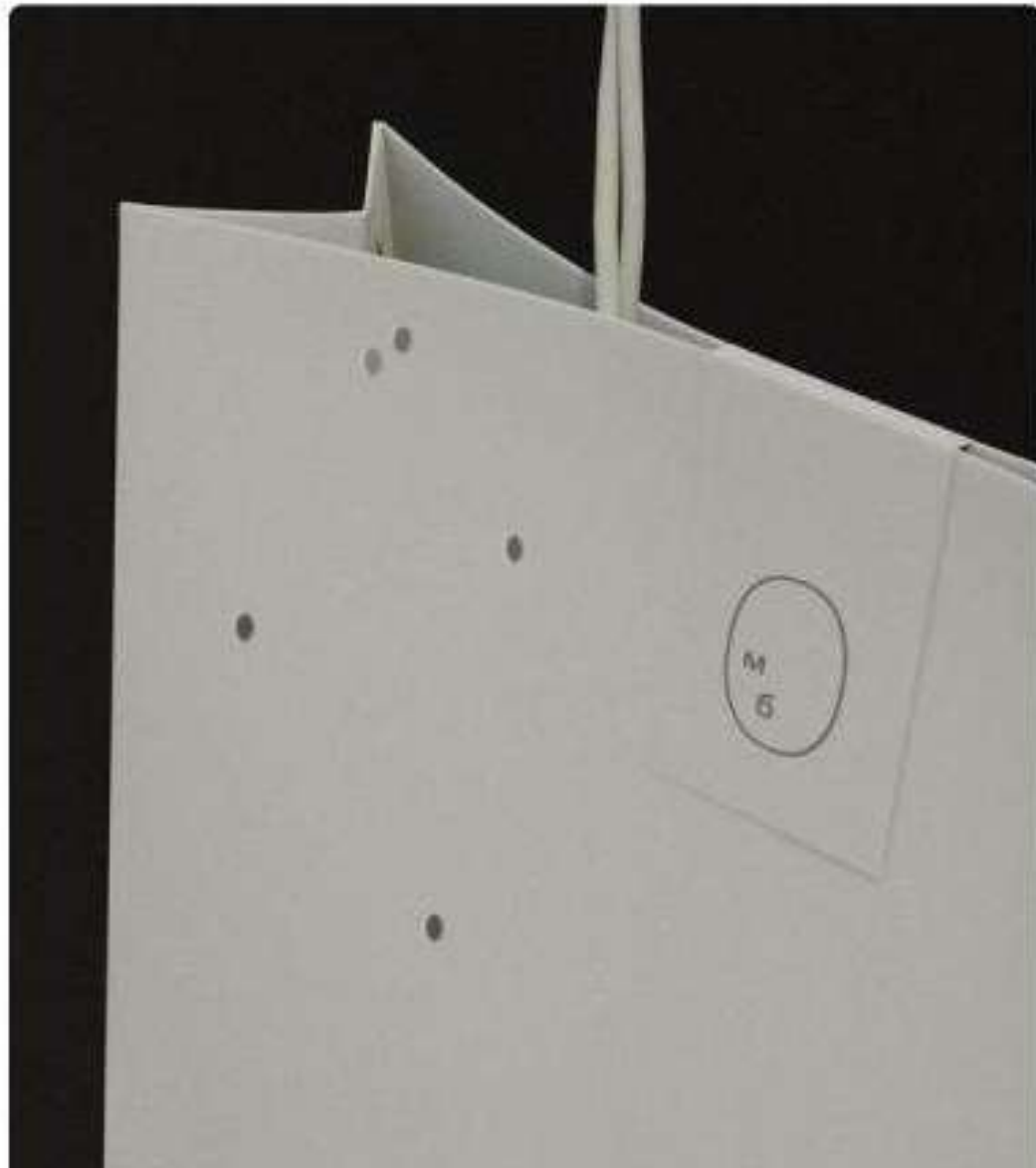
Столица как никогда славится своей спешкой,
в этом городе очень не хватает места, в котором
можно просто быть

Wellness-пространство «Место быть» создано
именно для этого. Это буквально ретрит в самом
центре Москвы.

Мы противопоставили идею хаоса месту, которое
становится порталом в мир баланса, где вы можете
остановиться, выдохнуть, привести мысли в порядок
и выйти чуть-чуть, но новым человеком.







beam

events



Client: MTC Live

Аудиоспектакль-вояж тайны карениной



Выставка, приуроченная к выходу сериала KION Тайны Карениной, становится порталом во вселенную романа Толстого, которую создал Павел Басинский.

Выставка-исследование. Выставка-бэкстейдж, развернутая в сторону диалога со зрителем и важнейшей темы выбора, который встает перед каждым из нас.

Задачи:

PR -стратегия



Спецпроекты и коллаборации



Production



PR-сопровождение

Influencer Marketing

За время работы выставки было разработано и реализовано 5 креативных коллабораций, нацеленных на увеличение числа посетителей выставки «Тайны Карениной» на Витебском вокзале, а также узнаваемость как выставки, так и бренда MTC Live.

Бренды-партнеры в портфеле проекта: Дом Книги, VOKZAL1853, Буквоед, Lou Lou, Yami Yami.



Что мы сделали в этот срок:

— Организация светского события по случаю открытия выставки с привлечением звездных гостей

— Обеспечение информационных партнеров

— Проведение PR-кампании запуска проекта

— Обеспечение событийной поддержки проекта с регулярными публикациями в СМИ

>15 000

Посетителей
за три месяца

1 985 480

PR value

230 700 000

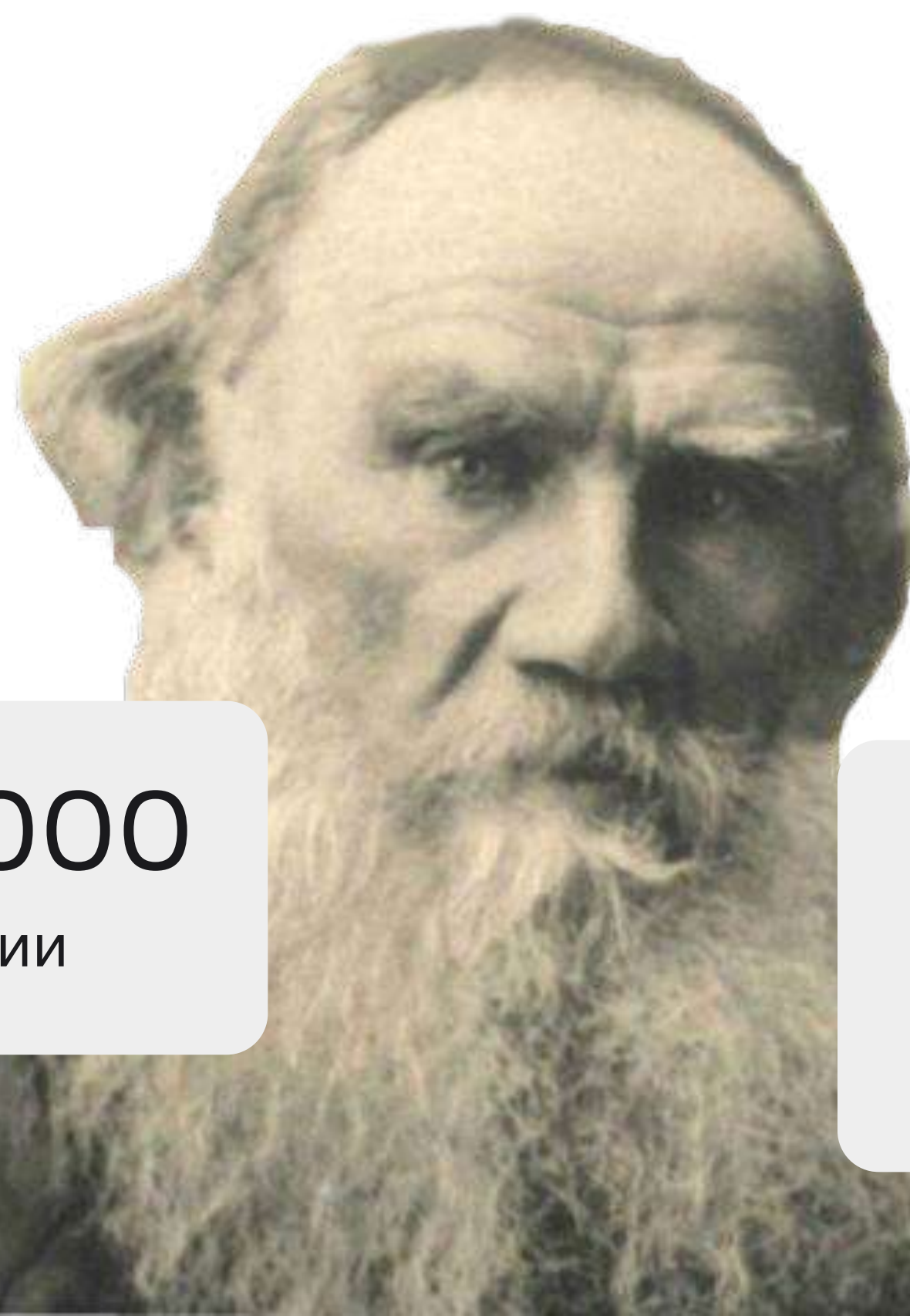
Охват PR-кампании

206

Публикаций
о проекте

7

Телевизионных
репортажей



АЭРОПОРТ ПУЛКОВО
санкт - петербург



Client: АО «Аэропорт Пулково»

Выставка к 100-летию гражданской авиации России

9 февраля 2023, в 100-летний юбилей гражданской авиации России, в здании бывшего терминала «Прибытие» Пулково-2 заработала выставка, охватывающая всю историю и будущее отечественной авиации.

Мы сделали торжественное открытие, а 5 месяцев до него занимались всем бэкстейджем — от исследования до дизайна, мерча и сайта.

Что мы сделали в этот срок:

— PR-стратегия, пресс-конференция, анонсирующая PR-кампания

— Анализ рынка, бенчмаркинг, фокус-группы и интервью с целевой аудиторией

— Коммуникационная и smm-стратегия, план рекламной кампании, партнеры

— Торжественное открытие выставки

— GR сопровождение и поддержка комитетов: весь визуал, сайт и мерч-коллекция

— Билетная модель и прогноз посещений

>200 гостей

На официальном
открытии

>146 млн

Охват PR-кампании

>7000

Посетителей в первую
неделю работы

340+

Публикаций СМИ



award
winner



Смотреть видео проекта

Мерч Коллекция

футболки



магнитик



открытка



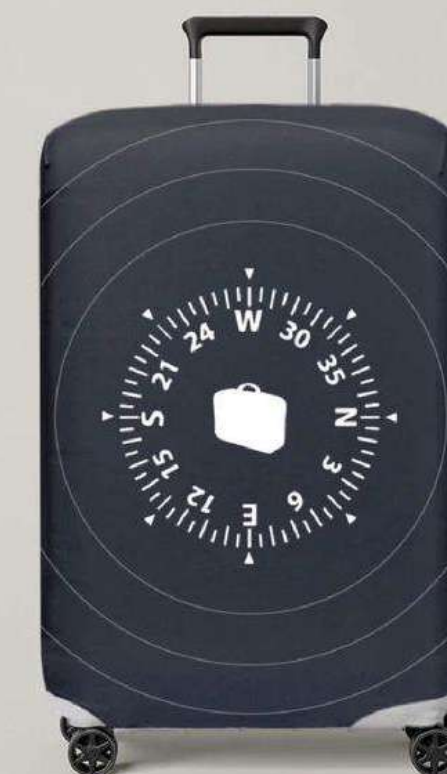
брелок



шоппер



чехол



Key visual





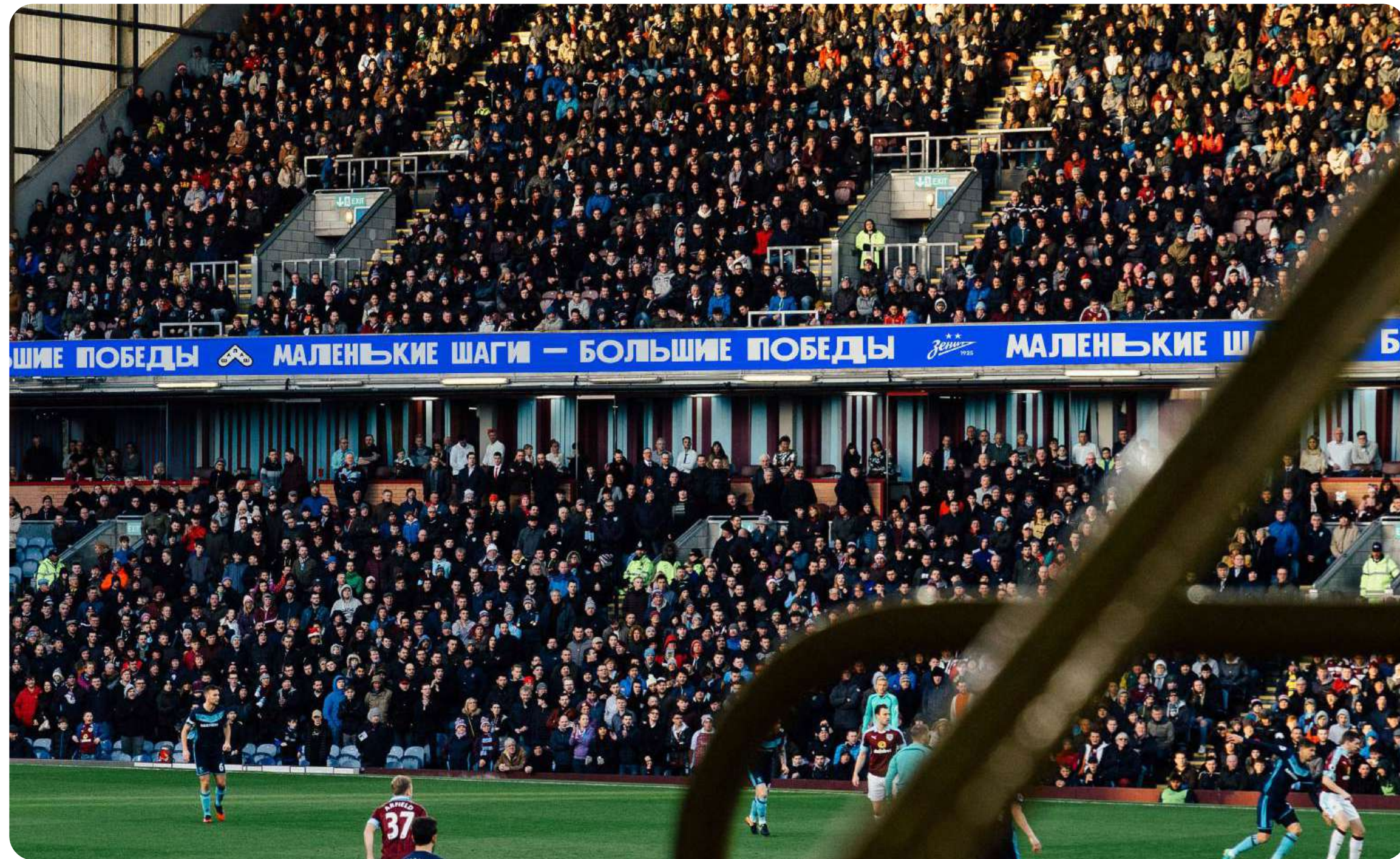
МАЛЕНЬКИЕ ШАГИ —

БОЛЬШИЕ ПОБЕДЫ



Client: Зенит

Маленькие шаги — большие победы

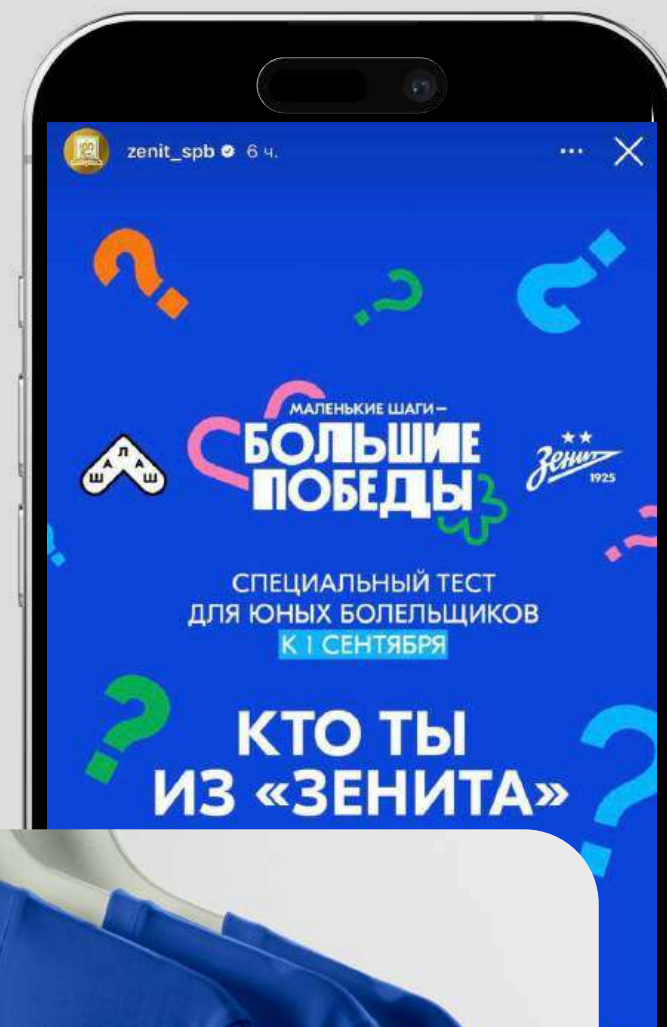


Спецпроект ФК Зенит и фонда «Шалаш» «Маленькие шаги — большие победы» призван рассказать болельщикам о том, что каждый успех состоит из множества важных составляющих, что за каждой победой — труд, поддержка, смелость и упорство.

Задачи:

Дизайн материалов
соц. сетей

Разработка key visual
спецпроекта



Дизайн, производство
фотозон



Дизайн мерча

Гости «Газпром Арены» смогли узнать, как футболисты справляются с трудностями, записать видеосообщение в поддержку любимой команды, примерить на себя всё то, из чего состоит успех, и получить сувенир, который будет поддерживать в любых начинаниях.



следует продолжение следует
продолжение следует продолжение
следует продолжение следует
продолжение следует продолжение
следует продолжение следует
продолжение следует продолжение

Орбита

+ \$ I № 2 % 4 5 6 7 8 9 ъ = !
↔ Й Ц У К Е Н Г Ш Щ З Х →
↓ Ф Ы В А П Р О Д Ж Э —
Я Ч М И Т Ь Ю Ё



ИЛСИРА®
левилимаб

Client: BIOCAD

Лонч нового оригинального препарата Илсира®

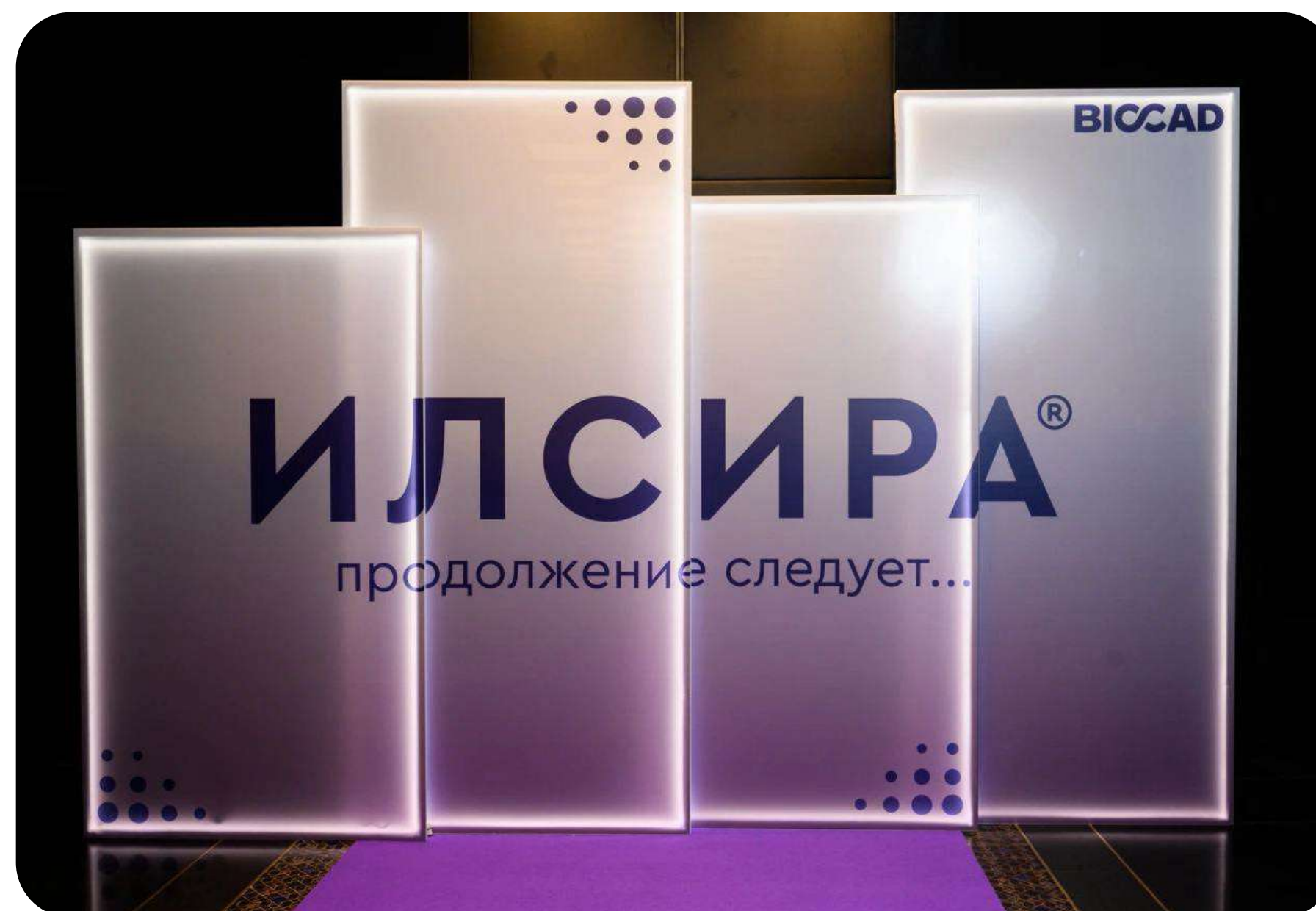
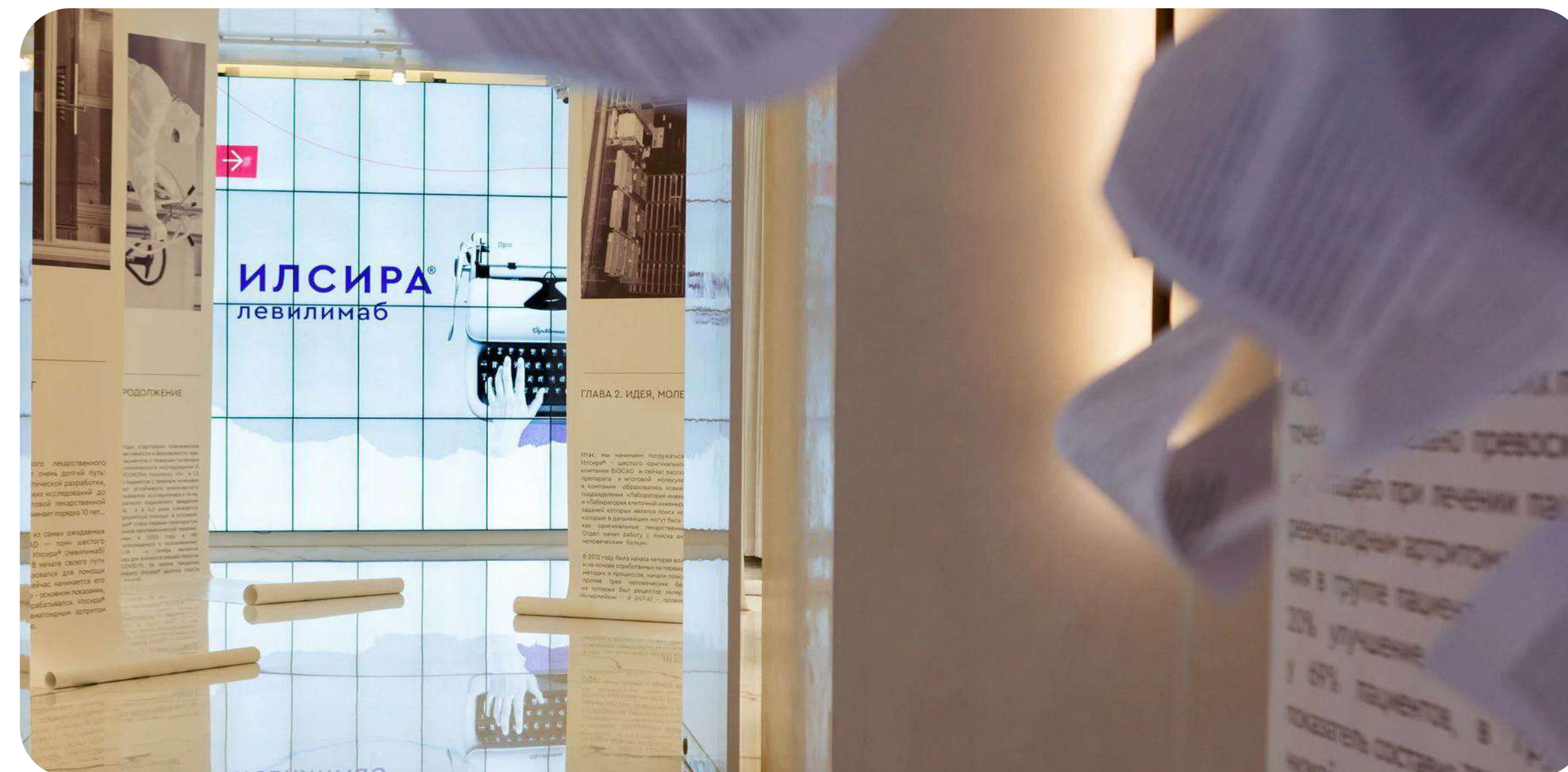


29 сентября 2022 состоялась презентация оригинального препарата Илсира® в показании ревматоидный артрит. Инновационный и запоминающийся формат мероприятия, участники со всей страны и уникальная креативная концепция, удостоенная сразу двух наград на «Событии года 2023»: 1 место в номинации Dark market и 2 место в номинации «Лучшая креативная идея мероприятия».

Задачи:

Разработка концепции мероприятия

Полная проработка программы мероприятия и менеджмент



Брендинг события.
Разработка motion-графики

Координация мероприятия
на площадке

Production

Результат:

144

Ревматолога
со всей страны



87

Метров
декораций



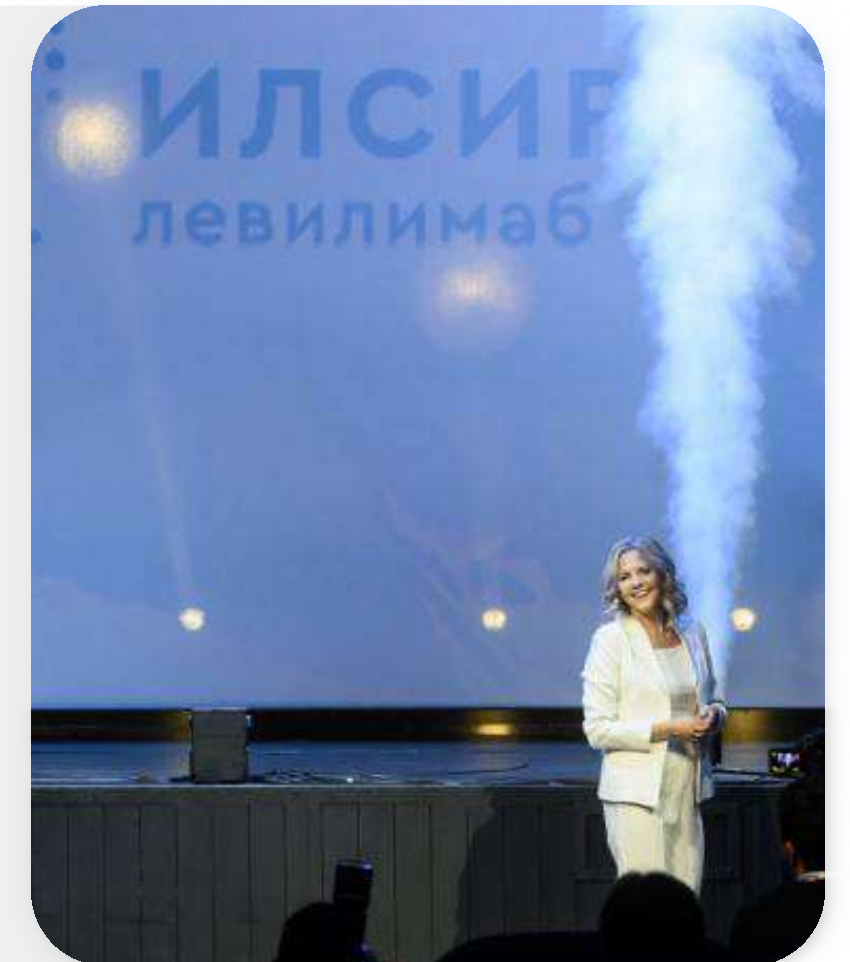
56

Минут графики
и видеоконтента



267

Позиций
технического
оборудования

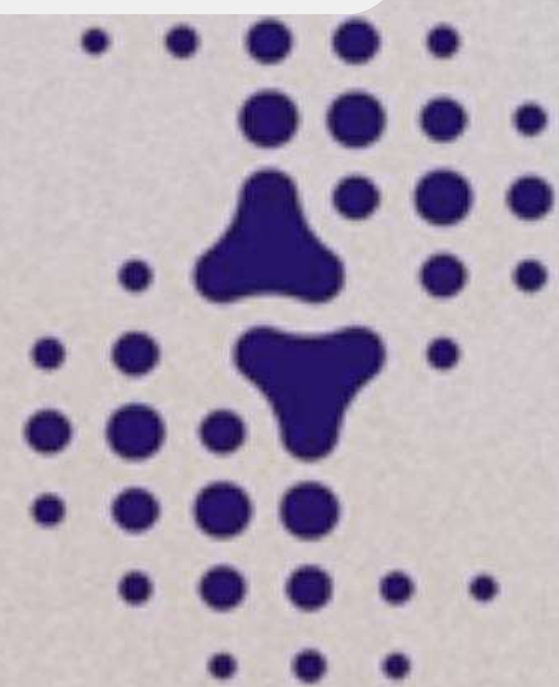




award
winner

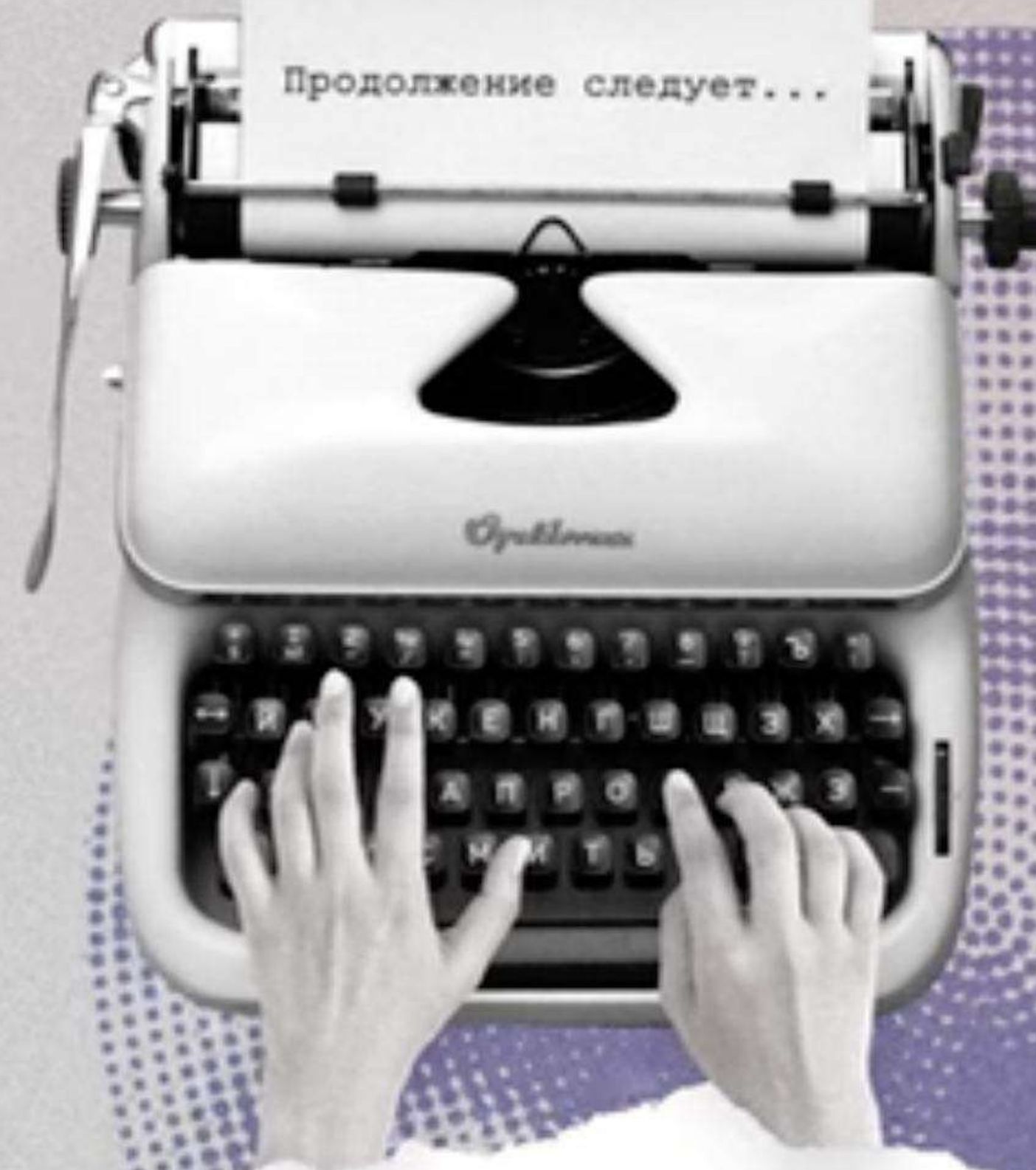


award
winner



ИЛСИРА®
левилимаб

[Смотреть видео проекта](#)





НЕ ТАКИМ АБ



- ИСЦЕЛЕНИЕ -



- ЭМПАТИЯ -

Мани ту...
неудачи и поражения
я память...
моментов...
и наяву, врон...
чувством сты...
тувством воз...
на прош...
глазами так отчужденно
кто-то нарочно выр...
того немысли...
авески сох...
Сто...
Там, за пределами опоры...
Приручить сумрак и холод...
делит...
отпи...

Client: BIOCAD

нетакимаб

Лонч препарата Эфлейра® «Освобождая себя»



Презентация нового оригинального
препарата Эфлейра® (нетакимаб)
от лидирующей российской
биотехнологической компании BIOCAD.

Задачи:



— Разработка креативной концепции презентации нового препарата Нетакимаб для сотрудников компании BIOCAD и специалистов в области дерматологии.

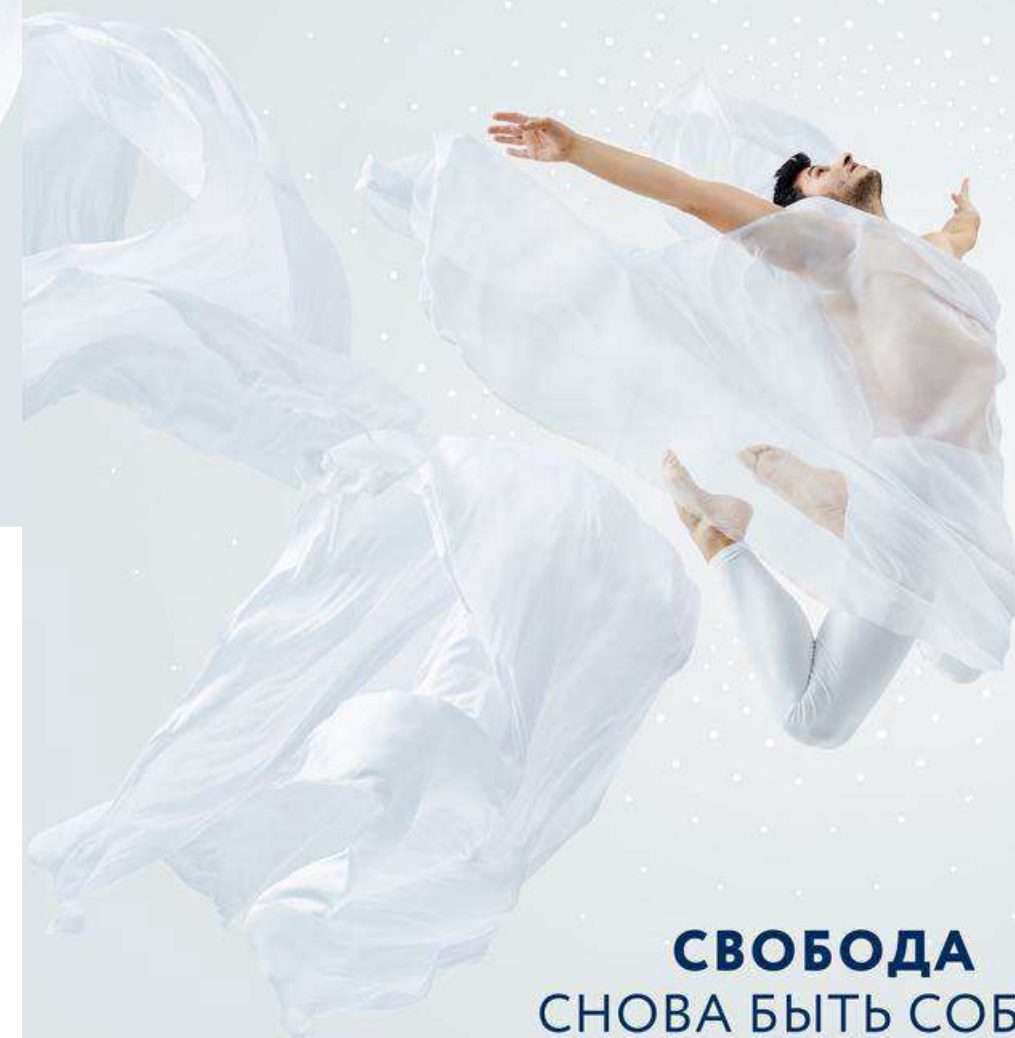
— Разработка всего визуального контента в рамках презентации нового продукта.

Мы решили провести лонч препарата в формате иммерсивного жанра, чтобы обеспечить тотальное погружение гостей события в проблематику заболеваний, в показании которых был зарегистрирован препарат: болезнь Бехтерева и тяжелые формы псориаза.



СВОБОДА
СНОВА БЫТЬ СОБОЙ

BIOCAD
Biotechnology Company



СВОБОДА
СНОВА БЫТЬ СОБОЙ

BIOCAD
Biotechnology Company

Научная часть события прошла в формате конференции TED. Зрители оказались «за кулисами» иммерсивного спектакля, чтобы узнать главные инсайты:

- Как создавалась молекула и ее уникальный механизм действия.
- Как препарат меняет подход к терапии и почему это важно для специалистов и пациентов.
- Какие стратегические цели стоят перед командой маркетинга и продаж.

A woman with blonde hair, Anastasia Timofeeva, is sitting at a piano. She is wearing a denim jacket over a light-colored top and a necklace. She is looking off to the side with a thoughtful expression. The background is dimly lit, showing a framed picture on the wall and some plants.

[Смотреть видео проекта](#)

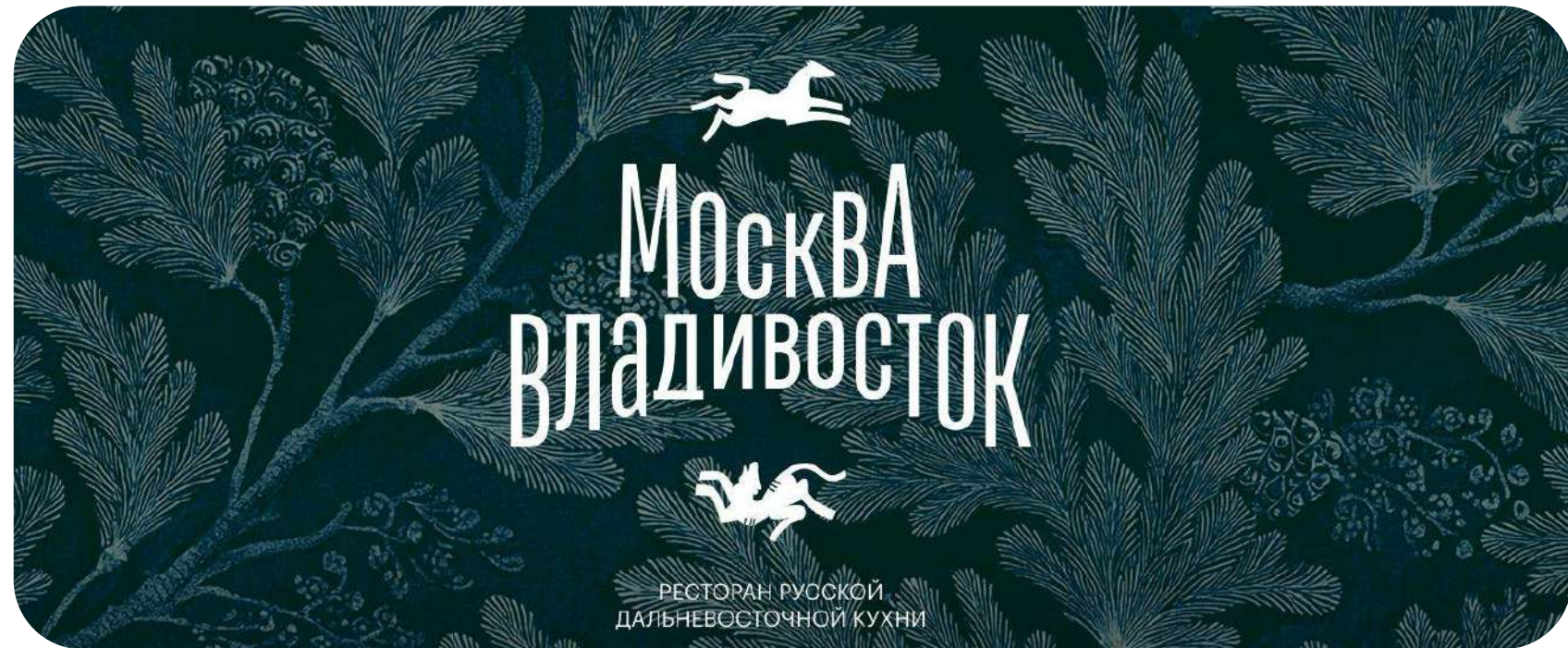
Анастасия Тимофеева
режиссёр, продюсер шоу

МОСКВА ВЛАДИВОСТОК



Семейный ресторан на каждый день с русской дальневосточной кухней. Проект появился в момент, когда представление о «русской кухне» меняется. Людям нужны живые, смелые, современные интерпретации, которые сохраняют русские корни, но говорят другим языком.





Мы предлагаем взгляд на Россию глазами Дальнего Востока. Это взгляд региона, который всегда был ближе к Пекину и Токио, чем к классическим представлениям о «русской гастрономии».

В основе «Москва–Владивосток» — два символа, взятые из официальных гербов страны. Лошадь — из герба Москвы, символ устойчивости, силы и традиции. Тигр — из герба Владивостока, символ Дальнего Востока, свободы, внимания и современного взгляда.

Мы соединяем их не случайно. Это взгляд на Россию не из центра, а с дальневосточного берега — спокойный, уверенный и немного ироничный. В этом взгляде нет конфликта между прошлым и настоящим, между русской кухней и новыми привычками. Здесь и кони целы, и тигры сыты.





25
RISCAD



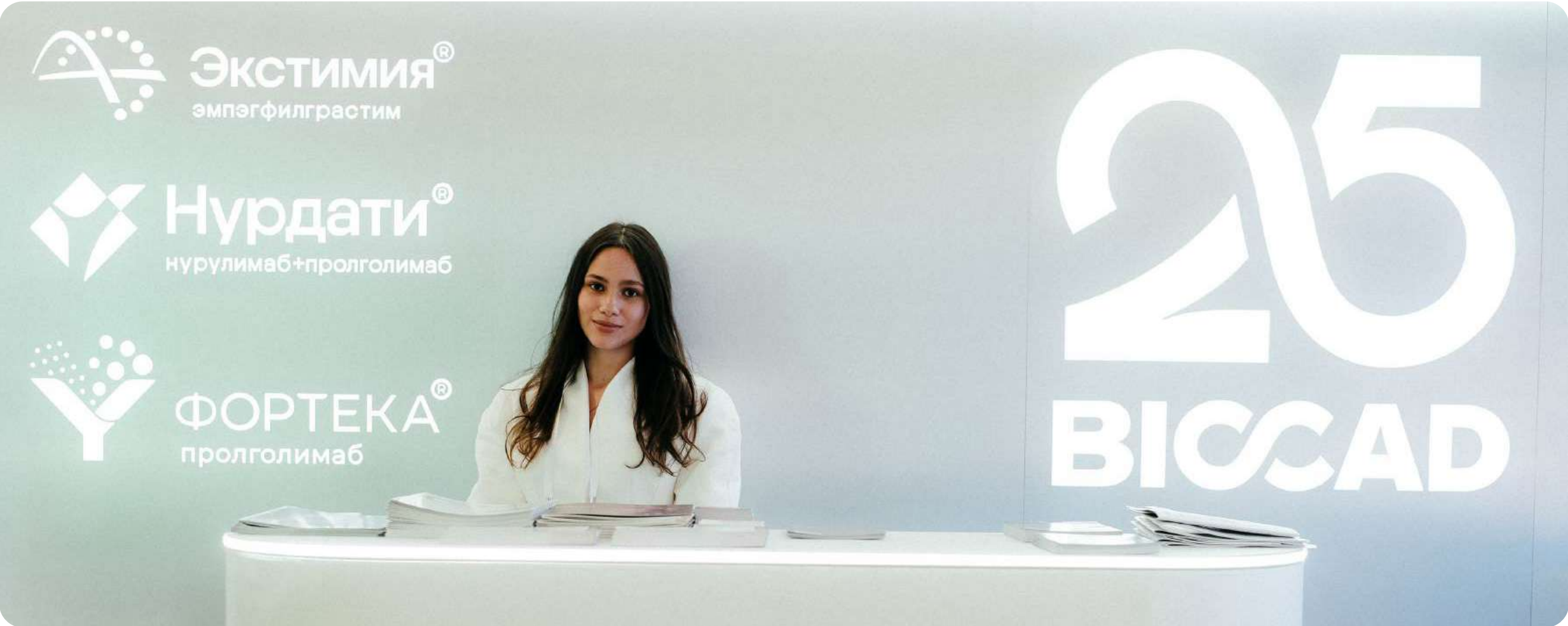
ПРИВЕТСТВУЕМ
ВАС

ЗАСТРОЙКА СТЕНДА BIOCAD В РАМКАХ ОНКО ФОРУМА «БЕЛЫЕ НОЧИ»

Client: BIOCAD



В этом году у нашего клиента, компании BIOCAD, юбилей – 25 лет. Наша задача была придумать стенд и концепцию, которая будет говорящей: транслировать ценности, смыслы бренда и не превращаться при этом в «просто красивую застройку».



ПИТРС camp

НАЗАД В БУДУЩЕЕ ТЕРАПИИ

Минск, апрель 26



BICCAD 25

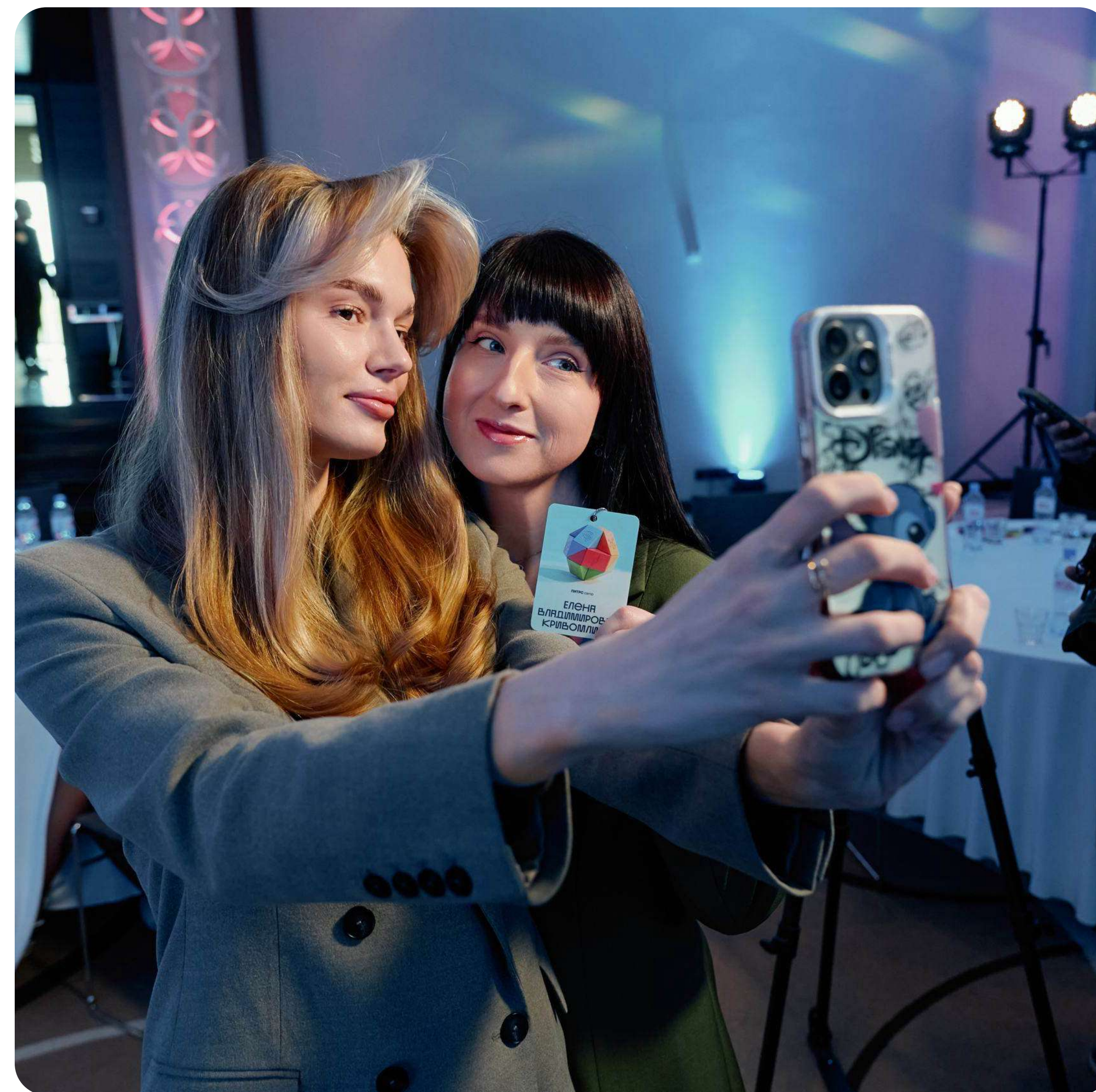


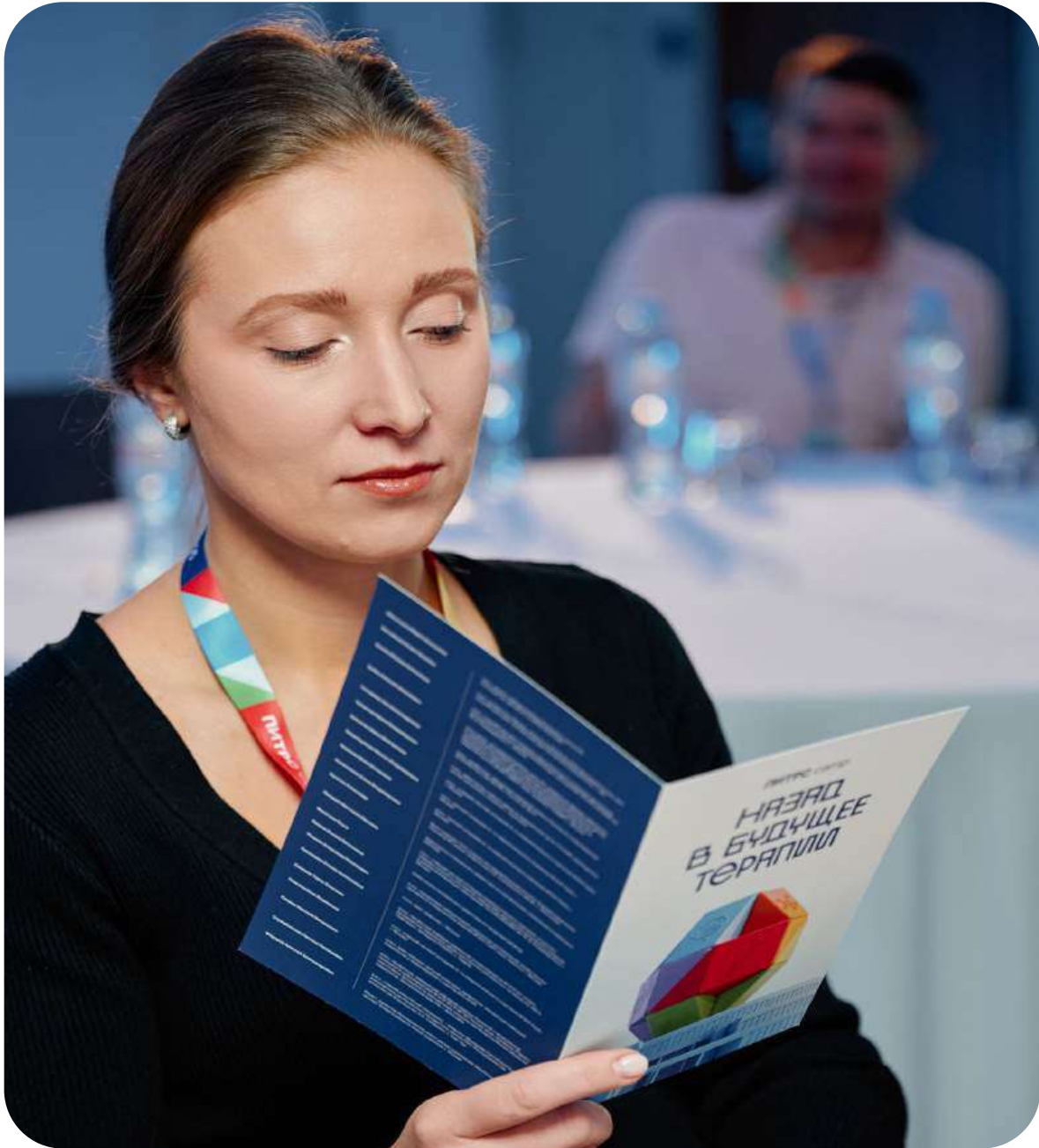
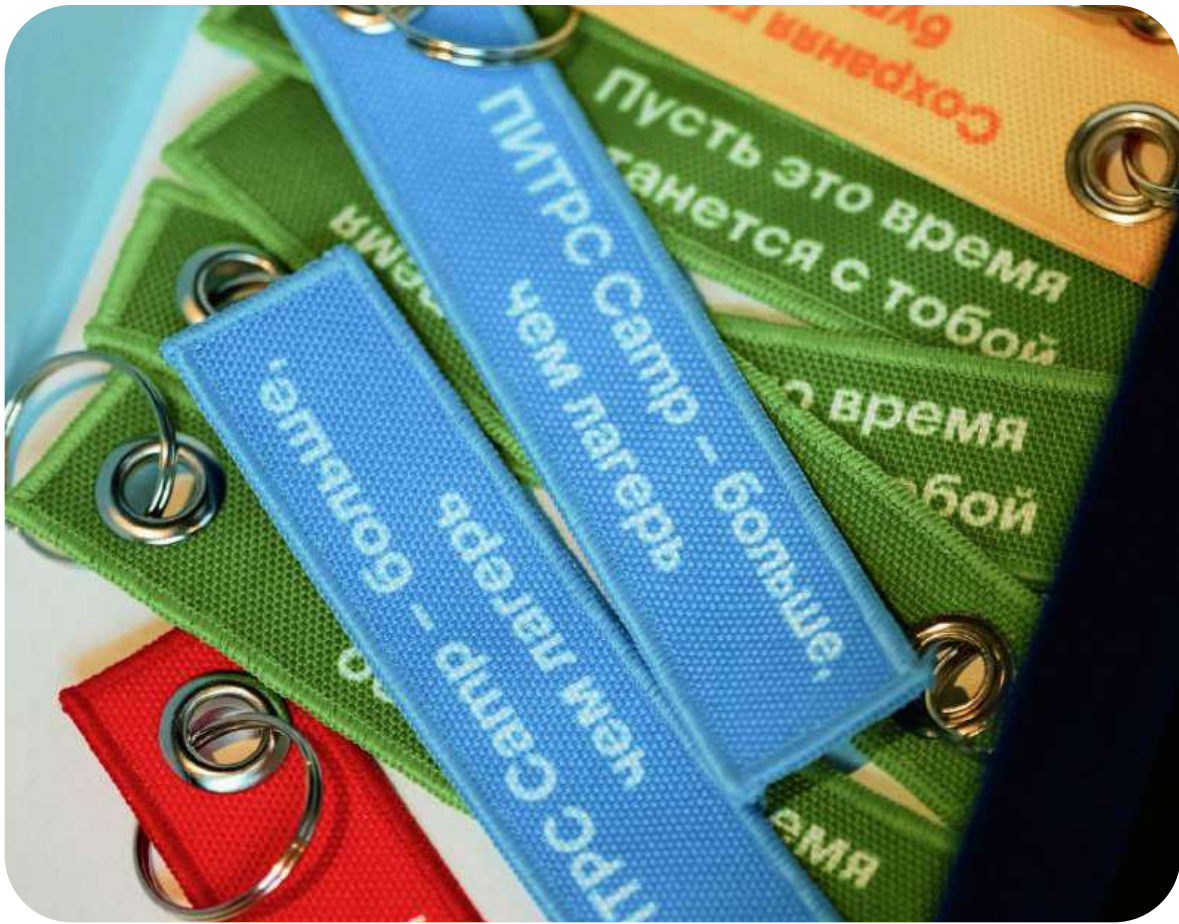
Client: BIOCAD

Питрс сатр. Назад в будущее терапии

ПИТРС сатр выходит на новый уровень и в 2026 году встречает участников в Минске — городе для спокойного и содержательного диалога о будущем терапии. Мы собрали экспертов, чтобы обсудить новое показание ОПТИКО, разобрать клинические кейсы и вновь погрузиться в уникальную атмосферу научного лагеря, объединяющего знания, опыт и профессиональное сообщество.

Для события была разработана креативная концепция «Назад в будущее терапии», в центре которой – идея движения вперёд через переосмысление накопленных знаний и клинической практики. В рамках проекта была создана коммуникационная система: фирменный стиль, оформление площадки, welcome rack, интерактивные механики вовлечения, концепция научной программы и вечернего гала ужина.







popméal

beam

Client: Popmeal

PopMeal — запуск healthy-проекта

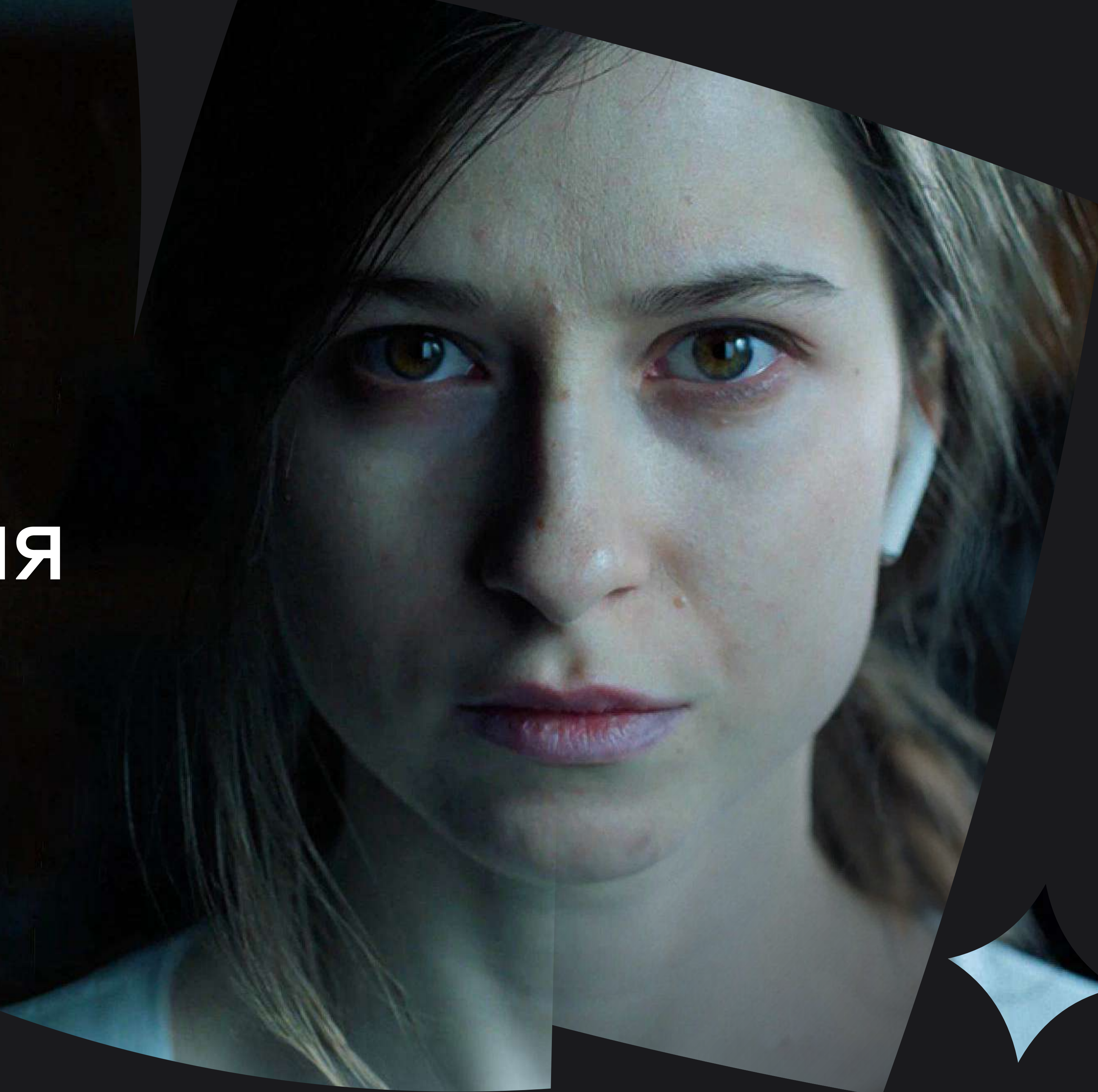
Про еду, после которой не грустно. Про вкус, лёгкость и настроение. Мы открыли новую точку притяжения на карте Санкт-Петербурга, пространство с полезной и вкусной едой, где ЗОЖ это нескучно.

Команда разработала полную стратегию и айдентику бренда, создала упаковку и визуальный стиль, а также обеспечила PR-сопровождение и продуманный запуск проекта с акцентом на lifestyle-коммуникацию и вовлечение аудитории.





Самоизоляция

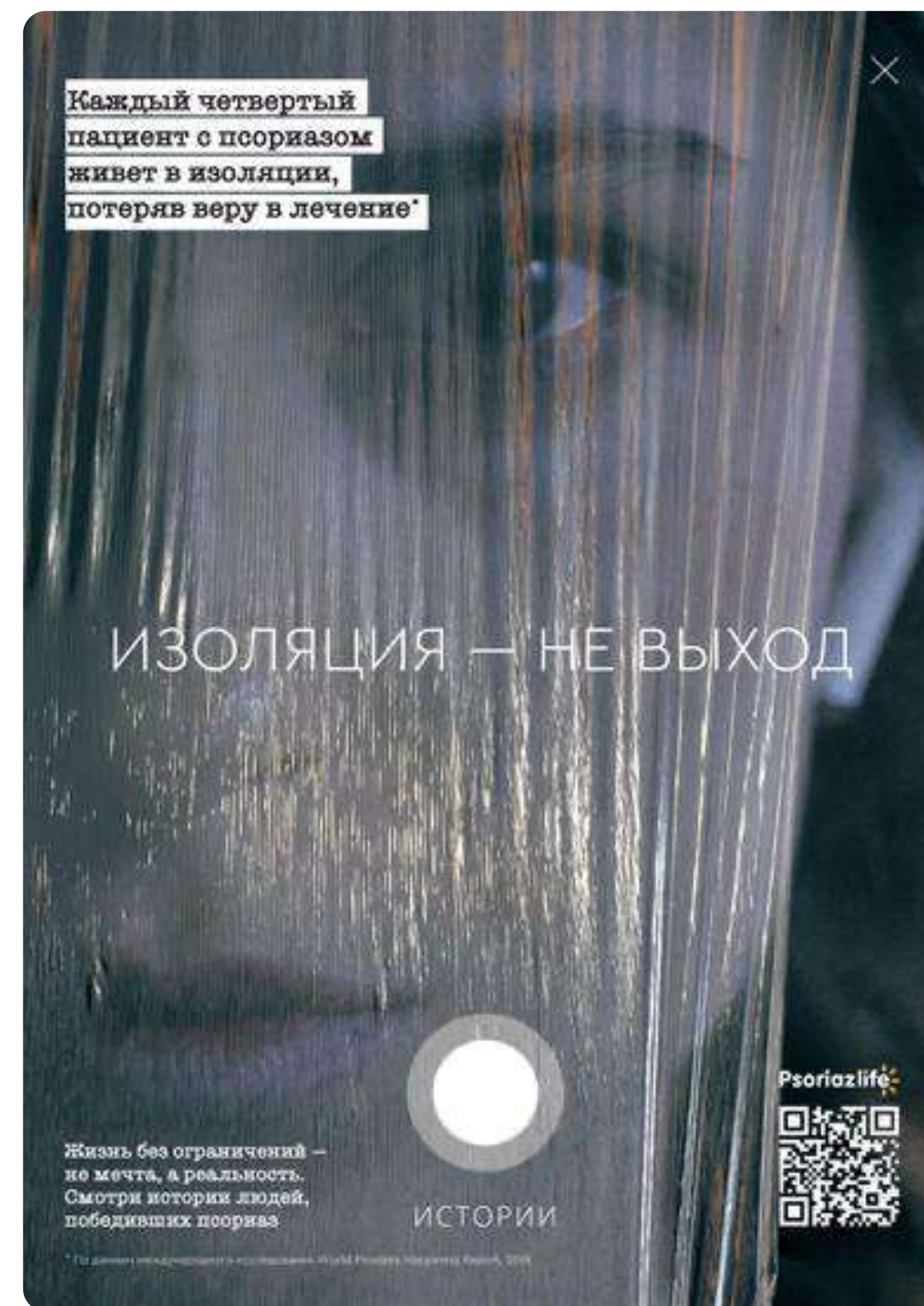
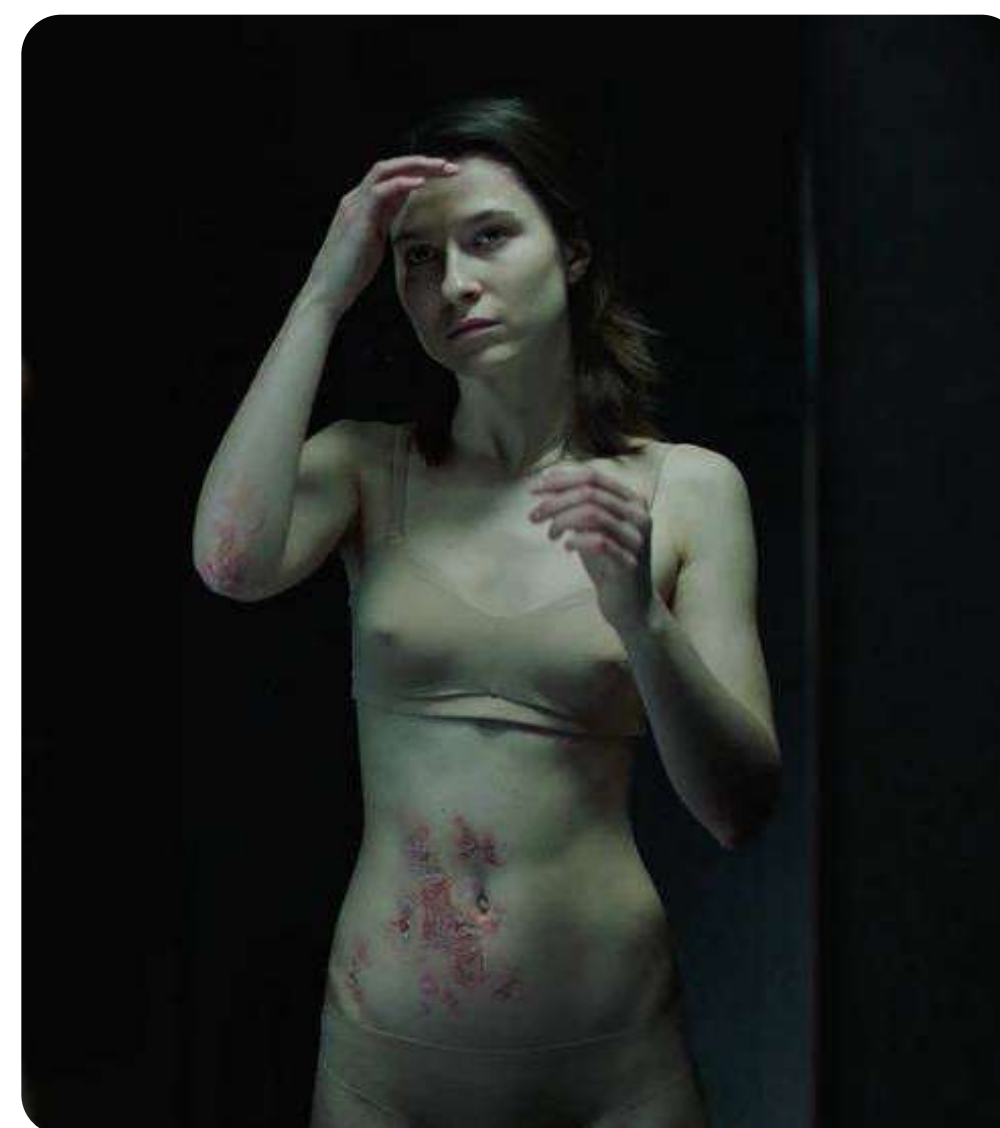


Разработка социального проекта
для портала psoriaz.life,
направленного на поддержку
людей с псориазом
и развенчивание мифов вокруг
этого заболевания



Задачи

- Провести awareness кампанию, направленную на широкую аудиторию
- Организовать горячую линию психологической поддержки для людей с псориазом и их близких
- Поделиться историями реальных людей, победивших псориаз



Спасибо!

contacts:

beamburo.com

info@beamburo.com

beam

events

