

be all

bright!

GROUP

продюсерский
центр
маркетинговых
коммуникаций

be all **bright!**
GROUP

это место встречи и эффективного взаимодействия творцов, экспериментаторов и экспертов для генерации и воплощения идей, создания новой экспертизы и раскрытия возможностей

готовность услышать и вера в то, что будешь услышан, способность включиться сходу в проект, вовлечь в свое дело нужных людей, умение зажигаться и зажигать — в этом мы видим основу нашей работы и это то, что нас отличает от других

be all **bright!**
GROUP

национальный член **Ассоциации
Коммуникационных Агентств России
(АКАР)**

финалист международной маркетинговой
премии **Effie Awards 2022**

пятикратный призер маркетинговой
премии **Серебряный Меркурий 2022**

ЧТО МЫ УМЕЕМ



CREATIVE & PRODUCTION

Коммуникационные стратегии
Креатив и дизайн
TV/ OLV production
Content production



CONSUMER MARKETING

NCP
Tailor made promo
Сэмплинги/ Дегустации
Консультанты
Программы лояльности



TRADE MARKETING

Программы лояльности
Shop-in-Shop
Brand Ambassadors
Аудиты



EVENT MARKETING

B2B events
B2C events
PR events
Corporate events



INTERACTIVE EXPERIENCE

Performance marketing
Influence marketing
Кибер спорт
Gaming
Спец проекты
Интеграции в он-лайн концерты и мероприятия



PR MARKETING

Аудит
PR стратегия
СМИ
SMM
Контент
Мероприятия



DIGITAL MARKETING

Лендинги и сайты
SMM / ORM
E-com
Аналитика
Медиа продвижение

И НАМ ДОВЕРЯЮТ

AIRFRANCE



Microsoft

GIVENCHY



PHILIPS



M.вудео

xiaomi

ЭЛЬДОРАДО.RU




DIOR



SAMSUNG



PANDORA



CONSUMER MARKETING

мы разработаем для вас NCP-кампанию или Tailor Made Promo с привлечением селебрити, лидеров мнений и партнёров.

мы уверены, что по итогу перевыполним все KPIs!

знаем на собственном опыте. смотрите наши кейсы :)

ВДОХНОВЛЯЙСЯ ПУТЕШЕСТВИЯМИ ВМЕСТЕ С OFF! БЕЗ КОМАРОВ

Мы осуществили коллаборацию бренда OFF с фильмом киностудии «Дисней» «Круиз по Джунглям». Разработали KV и призовой фонд в соответствии с его тематикой.

Несмотря на отсутствие кастомизации удалось заинтересовать в проведении акции 6 торговых сетей за счёт разработанной креативной идеи, простой механики участия и уникального призового фонда. При небольшом бюджете на медиа-размещение был получен высокий охват аудитории за счёт грамотно подобранных площадок и инструментов, а также релевантных блогеров. «Дисней Россия» бесплатно разместил информацию об акции в Instagram и FB



> 11 млн

ОХВАТ КАМПАНИИ

>35 тыс

УНИКАЛЬНЫХ
ПЕРЕХОДОВ НА САЙТ

>5,5 тыс

РЕГИСТРАЦИЙ ЧЕКОВ

0,74 р.

CPU

GLADE. МАЛЕНЬКИЕ РАДОСТИ ДЛЯ БОЛЬШИХ ПОБЕД

Для представления новогодней лимитированной коллекции Glade в качестве селебрити была выбрана Камила Валиева. Был создан эмоционально вовлекающий сайт и подобраны охватные блогеры (до 5500 подписчиков), которые получили креативные боксы с лимитированной коллекцией Glade и рассказали об этом в своих сторис и постах. Акция также поддерживалась рекламными баннерами и POSM.

Нам удалось эмоционально вовлечь аудиторию бренда и увеличить долю рынка.

The screenshot shows a promotional website for Glade. At the top, there is a navigation menu with links: "Как принять участие", "Призы", "Победители", "Правила", and "Личный кабинет". The main heading reads "МАЛЕНЬКИЕ РАДОСТИ для БОЛЬШИХ ПОБЕД" with a subtext "С ЗИМНЕЙ КОЛЛЕКЦИЕЙ АРОМАТОВ GLADE®". On the right, a photo of Camilla Vалиева is displayed with a gold medal icon labeled "КАМИЛА ВАЛИЕВА". Below her is a blue button with the text "Участвовать". In the center, there is a collection of Glade products including candles and scented oils in various scents like "PINE WONDERLAND", "BEERRY WINTER LIPS", "SNOWY WOODS", and "ROSY AIR". The background is a blue, snowy theme with falling snowflakes.

>600 тыс

ОХВАТ КАМПАНИИ

>100 тыс

ПОСЕЩЕНИЙ САЙТА

>4,5 тыс

РЕГИСТРАЦИЙ ЧЕКОВ

GLADE. МАЛЕНЬКИЕ РАДОСТИ ДЛЯ БОЛЬШИХ ПОБЕД

Необходимо было разработать механику семплинга в ритейле в условиях пандемии и ограниченного бюджета.

Нам удалось совместить стимулирование продаж сменного блока «Туалетный утенок» и семплинг «Дисков чистоты». При покупке двух этих продуктов вместе покупатель регистрировал чек на сайте и получал 100% кешбэк за «Диски чистоты».

Также мы предложили участникам оставлять отзывы в соцсетях и получить шанс выиграть один из ценных призов.

Для анонса акции мы привлекли 39 блоггеров в Instagram и YouTube



>4,4 млн

ОХВАТ КАМПАНИИ

>783 тыс

ОБЩИЙ ОХВАТ
В СОЦСЕТЯХ

>25 тыс

СЭМПЛОВ ДИСКОВ
ЧИСТОТЫ

> 9,3 тыс

УНИКАЛЬНЫХ
ПЕРЕХОДОВ НА САЙТ

A woman with glasses is holding a smartphone. The image is overlaid with a semi-transparent blue and red geometric shape. The text 'INTERACTIVE EXPERIENCE & DIGITAL MARKETING' is written in large, white, bold, sans-serif capital letters across the left side of the image.

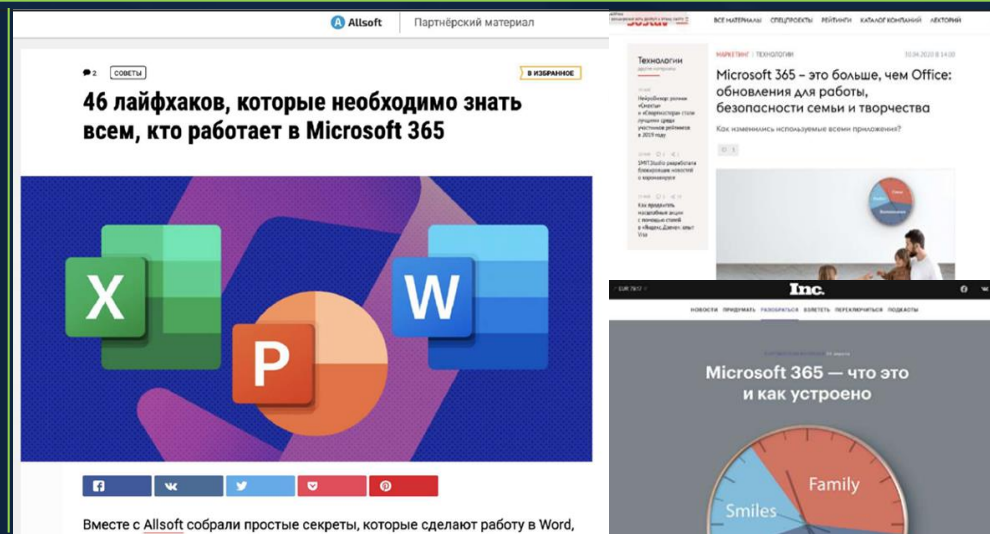
INTERACTIVE EXPERIENCE & DIGITAL MARKETING

с помощью инструментом Performance и Influence Marketing повысим уровень осведомлённости о ваших брендах и продукции, привлечём аудиторию на сайты и/или группы в соцсетях, простимулируем участие в активностях и приведём к покупке.

MICROSOFT 365 LAUNCH

В рамках ограниченного бюджета было необходимо спродюссировать максимальный охват аудитории и рассказать о новом приложении Microsoft 365.

Мы разработали кастомизированный контент для баннерной медийной кампании и поддержки на каналах YouTube и Instagram; разместили публикации и реализовали спецпроекты для 30 онлайн-площадок (Inc Russia, Sostav.ru, Лайфхакер и др.)



155 тыс

УНИКАЛЬНЫХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ

1,25 млн

ОБЩАЯ АУДИТОРИЯ
БЛОГЕРОВ

GLADE. NEW YEAR

Необходимо было рассказать к Новому году о новой лимитированной коллекции Glade и простимулировать её продажи в Instagram и на сайте.

Мы разработали вовлекающие активности и конкурсы, которые реализовали на сайте и Instagram, создали контент и обеспечили SMM-поддержку, а также запустили промо в Instagram с генерацией трафика на сайт.



>148,6 тыс

УНИКАЛЬНЫХ ПЕРЕХОДОВ

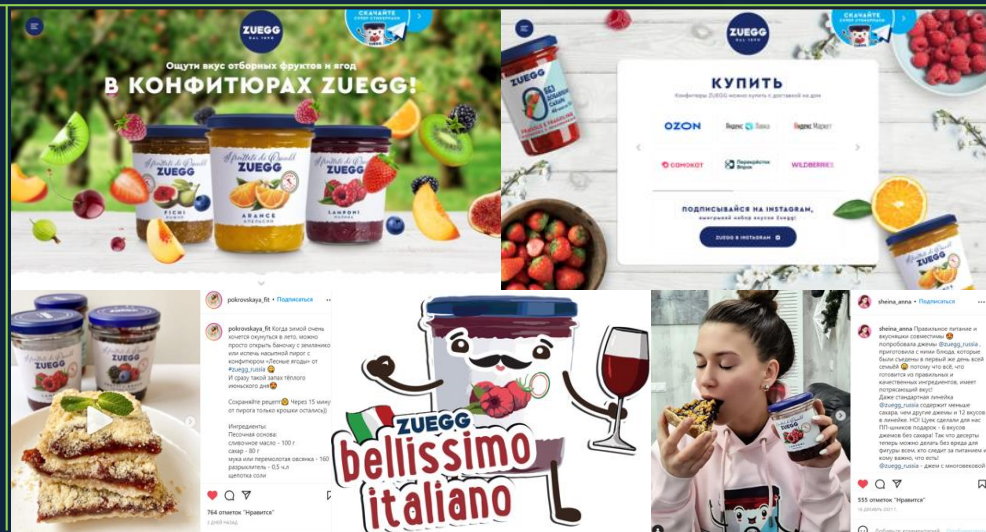
1,4 тыс

участников промо

ZUEGG

Перед нами была поставлена задача повысить узнаваемость бренда.

Мы разработали сайт с привлекательным анимированным дизайном, создали брендированный стикерпак для Telegram, привлекли охватных блогеров (200 тыс+) и использовали SuperGeo+ размещение рекламы в приложениях смартфонов.



>40 тыс

ЛАЙКОВ

>600 тыс

ПРОСМОТРОВ

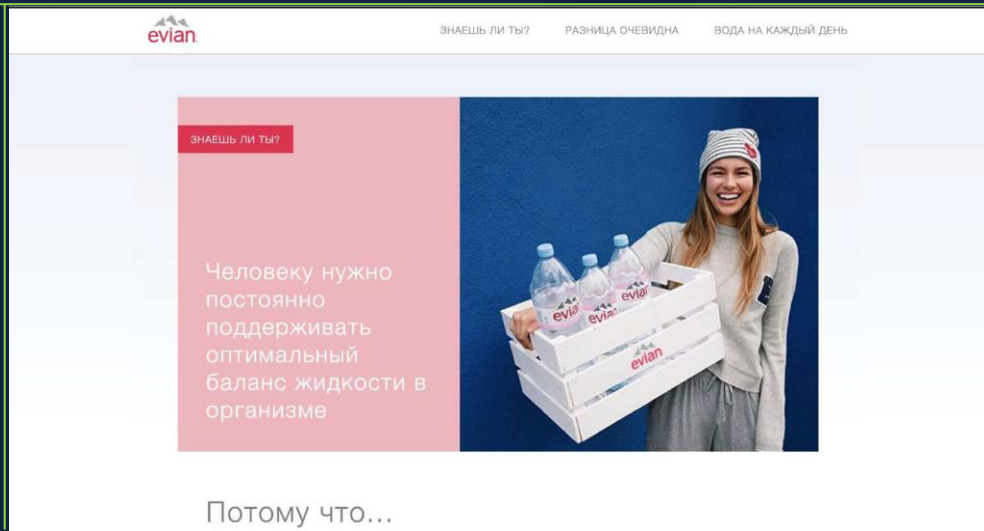
>40тыс

ПЕРЕХОДОВ НА САЙТ

EVIAN PURITY

При ограниченном бюджете необходимо было организовать digital-поддержку бренда EVIAN в рамках имиджевой кампании «PURITY SUMMER».

Мы разработали обучающий портал evian-purity.ru и провели таргетированную Social Media поддержку, реализовав продвижение в Instagram среди релевантных нано- и микро-блогеров.



>4,2 млн

ЛАЙКОВ

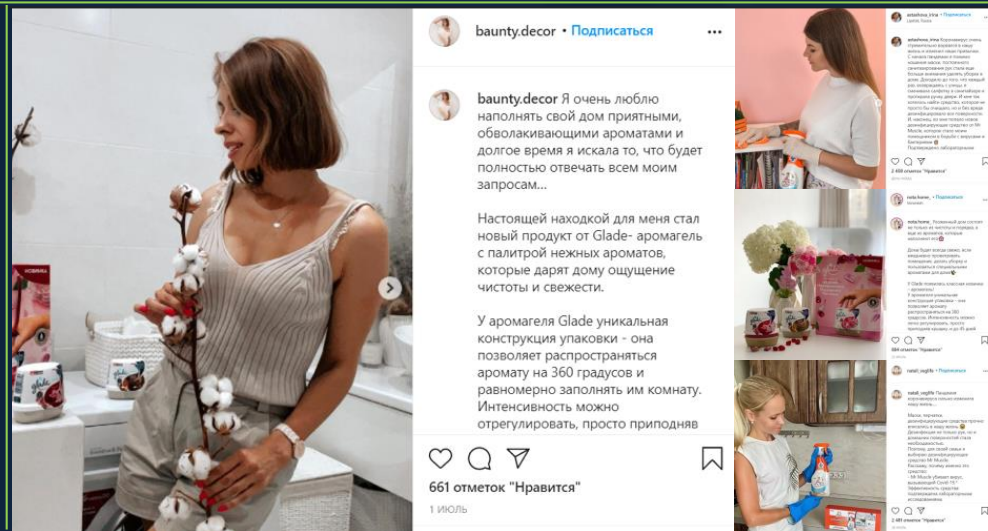
>7,8 тыс

ПЕРЕХОДОВ НА САЙТ

SC JOHNSON БЛОГЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА

В период пандемии перед нами была поставлена задача digital-продвижения для брендов OFF!, Glade и Mr. Muscle.

Мы выбрали и выстроили работу с большим количеством охватных нано- и микро-блогеров (до 300К подписчиков) и реализовали рассылку гифт-боксов для обзоров.



50%

ОПТИМИЗАЦИЯ БЮДЖЕТОВ

130-150%

ВЫПОЛНЕНИЕ ПЛАНА
ПО ОХВАТАМ

EVENT MARKETING & INTERACTIVE EXPERIENCE

The background of the entire image is a dark, atmospheric photograph of a crowd at an event, with bright spotlights creating a bokeh effect. A large, semi-transparent pink circle is positioned in the center-right, overlapping the crowd. Inside this circle, a band is performing on a stage, with one member playing a guitar. The overall mood is energetic and modern.

мы интегрируем ваши бренды в актуальные мероприятия или выставки.

вовлечём аудиторию при помощи современных инструментов Event & Games Marketing.

СТУДИЯ ELECTROLUX ДЛЯ АКТИВНЫХ ЛЮДЕЙ

На курорте Роза Хутор мы создали развлекательную студию, где можно было постирать и посушить свою горнолыжную экипировку и другую одежду, используя технику Electrolux, и убедиться на собственном опыте, как просто ухаживать за разными типами тканей, минимизируя вред для экологии.



+70%

РОСТ ПРОДАЖ

+48%

РОСТ АТТРИБУТОВ
БРЕНДА

>1 млн

ВИЗУАЛЬНЫХ
КОНТАКТОВ

>4,7 млн

ОХВАТ В СОЦИАЛЬНЫХ
СЕТЯХ

>1,5 тыс

ПОСТОВ В
БЛАГОДАРНЫХ ГОСТЕЙ

М.ВИДЕО И AMD

Идея интеграции брендов М.ВИДЕО и AMD на ВДНХ разработана за неделю, а затем реализована, оперативно согласовав детали со всеми участниками.

Мы создали уникальную интерактивную игру с дополненной реальностью, в которой погрузили посетителей зоны в мир компьютеров изнутри и продемонстрировали работу процессора AMD.

Застроили интерактивный стенд и привлекли в качестве партнёра Samocat Sharing. Осуществили масштабную офлайн- и онлайн-поддержку



>350 тыс

УВИДЕЛИ АКТИВАЦИЮ
OFFLINE НА ВДНХ

>30 тыс

СТАЛИ ГОСТЯМИ
ПРОМОСТЕНДА

>16,3 тыс

ЗАРЕГИСТРИРОВАЛИ
СЬ НА САЙТЕ АКЦИИ

>2,5 тыс

УЧАСТНИКОВ
ПОЛУЧИЛИ ПРИЗЫ

ЭЛЬДОРАДО И AMD: НА ПИКЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Перед нами стояла задача нестандартным способом рассказать аудитории о процессорах AMD и привлечь её на сайт.

Благодаря эксклюзивным условиям работы мы забрендировали 40% поверхности Роза Хутор на зимний сезон, включая трассу «Олимпия», построили брендированную тубинг-зону для семейного отдыха и провели промо с регистрацией на посадочной странице компании и розыгрышем призов.



>1,1 млн

ОХВАТ КАМПАНИИ

1,5%

КОНВЕРСИЯ НА
САЙТЕ ПРИ ПЛАНЕ
0,8%

>15,5 тыс

ПОСЕТИЛИ САЙТ

>6,7 тыс

ЗАРЕГИСТРИРОВАЛИСЬ

43%

КОНВЕРСИЯ

AMD ШЕРЕМЕТЬЕВО

Мы разработали конструктив и контентное наполнение, а также договорились с аэропортом Шереметьево об установлении интерактивного стенда на 2 месяца в чистой зоне на максимальном пересечении пассажиропотоков.

Посетители аэропорта могли с помощью AR попасть во вселенную Ryzen, где перед ними раскрывались важные особенности и показатели процессоров Ryzen. Используя VR Graffiti они могли в виртуальной реальности нарисовать свой авторский логотип AMD Ryzen

Также мы предлагали гостям сыграть в веселую игру «Реактивный процессор» используя свой мобильный телефон.



>3,3 млн

ОХВАТ КАМПАНИИ

>166 тыс

ПРИНЯЛИ УЧАСТИЕ
В АКТИВАЦИИ

>43,9 тыс

ЗАРЕГИСТРИРОВАЛИСЬ
НА САЙТЕ

ARMELLE

Мы разработали креативную идею и сценарий ежегодной двухдневной конференции для сотрудников компании Armell “Всегда говори ДА”, привлекли медийного бизнес-тренера Гандапас Радислава и реализовали ее «под ключ». Нам удалось эмоционально зарядить всех гостей мероприятия и направить на достижение амбициозных целей компании



>1 200

ГОСТЕЙ



РОЛИК

XIAOMI

Мы организовали мероприятие, посвященное выходу на рынок нового Xiaomi Mi11 в магазине «Мегафон» в ТЦ Колумбус. Нами были разработаны оформление магазина и сценарий мероприятия, приглашены celebrities. С учетом действующих эпидемиологических ограничений агентством была предложена и внедрена эффективная механика регистрации посетителей для входа в магазин.

В результате мы сгенерили дополнительный трафик и увеличили посещаемость магазина (с учетом эпидемиологических ограничений), повысив интерес к нему у аудитории.



4000+

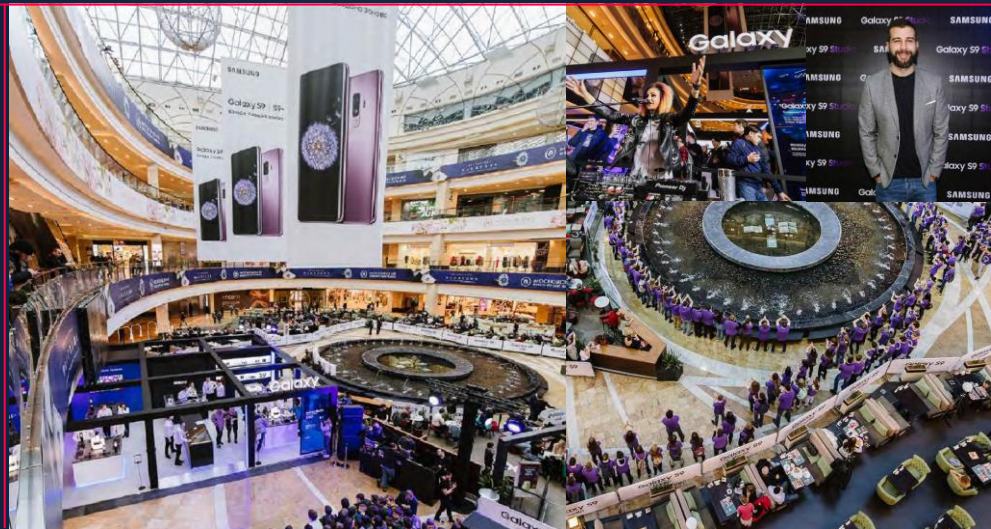
КОНТАКТОВ

SAMSUNG

Мы разработали креативную идею и наполнение открытия студии Samsung Galaxy S9 в ТРЦ Афимолл Сити, оформили и забрендировали площадку, разработав нестандартные конструктивы, подобрали и организовали выступления артистов, придумали и прорежиссировали флешмоб, реализовали мероприятие «под кдюч».

Более 1 000 гостей в день мероприятия

Специальные гости мероприятия Olivia Krash, Иван Ургант, Ханна (Блэк Стар)



1000+

КОНТАКТОВ



Olivia Krash



Иван Ургант



Ханна (Блэк Стар)

СПЕЦИАЛЬНЫЕ ГОСТИ МЕРОПРИЯТИЯ

ELECTROLUX НА CES

Для компании Electrolux (бренды Electrolux / AEG) мы разработали концепцию участия в формате лектория и сценарного плана, организовали партнерское участие на выставке CES и реализовали мероприятие «под ключ».



2500+

ПОСЕТИТЕЛЕЙ СТЕНДА

АГРО-АЛЬЯНС. ПРОДЭКСПО 2022

Для компании «Агро-альянс» для участия в выставке мы разработали привлекательный дизайн для выставочного стенда, провели вовлекающие активности, застроили стенд и реализовали проект «под ключ».



4800+

ПОСЕТИТЕЛЕЙ СТЕНДА

A woman with long dark hair is smiling, her face partially visible at the top of the frame. She is holding a blue fabric heart shape with both hands in front of her chest. The background is a dark, muted blue. The text is overlaid on the image.

SOCIAL RESPONSIBILITY CAMPAIGNS

мы являемся социально
ответственной компанией,
поэтому активно поддерживаем
и помогаем нашим клиентам
реализовывать различные
социальные проекты.

также мы готовы привлечь
партнёров, заинтересованных в
коллоборациях.

ELECTROLUX. ПОДАРИ ДЕТЯМ ФУТБОЛЬНУЮ СЕМЬЮ

В преддверии Чемпионата Мира по футболу FIFA 2018 клиентом было принято решение провести благотворительную акцию от бренда Electrolux

Мы разработали креативную идею и реализовали акцию «Подари детям футбольную семью!».

Для создания контента мы привлекли звёзд российского футбола, благотворительный фонд «Арифметика Добра» (www.a-dobra.ru) и ЛДФЛ «Футбол без границ» (www.ldfl.ru)

ПОДАРИ ДЕТЯМ ФУТБОЛЬНУЮ СЕМЬЮ



БЛАГОТВОРИТЕЛЬНАЯ АКЦИЯ
ПРИ ПОКУПKE ТЕХНИКИ* ELECTROLUX С 1 ПО 30 ИЮНЯ 2018 ГОДА ЧАСТЬ СРЕДСТВ ОТ ПОКУПКИ ПЕРЕЧИСЛЯЕТСЯ В ФОНД «АРИФМЕТИКА ДОБРА» ДЛЯ СОЗДАНИЯ ФУТБОЛЬНЫХ КОМАНД В ДЕТСКИХ ДОМАХ РОССИИ.

ДЕТОВЫЙ ШАГ АКЦИОНАЯ ПОВЕРЕННОСТЬ ПОСКОБЛЕННАЯ МАШИНА



Electrolux АРИФМЕТИКА ДОБРА



>1 000 000р.

СОБРАНО СРЕДСТВ

сделан шаг на повышение вовлечённости
в спорт детей из детских домов России:
закуплена форма и футбольная атрибутика.

ПЕТРОВАКС ФАРМ

Вместе с клиентом в период пандемии мы поддержали врачей, работающих в красной зоне ковидных госпиталей по всей России и запустили среди врачей онлайн-флешмоб.

В качестве медийных лиц мы пригласили в студию Анну Семенович и Сергея Жигунова.

Также нами была проведена PR-кампания в поддержку данной активности.





В РИТМЕ ДЫХАНИЯ



25
ноября
в 19:00 (МСК)

Дыхание — это жизнь. Все же сейчас — ритмичное повторение и повторение ритмичной до смерти. Физик Фидо — это самый важный в жизни человек. Кто-то должен быть счастливым и безбедным.

Создать жизнь, образ на радиостанции ритмично сложная работа.

И мы приглашаем Вас, зрителей, которые помогут поддержать всех врачей в красной зоне, на онлайн-трансляции, чтобы Вы не остались.

[СМОТРЕТЬ ТРАНСЛЯЦИЮ](#) [ДОБАВИТЬ В КАБОБЛОК](#)

500

ПРИВЛЕЧЁННЫХ К
ФЛЕШМОБУ ВРАЧЕЙ



РОЛИК

ELECTROLUX И WRF

Мы разработали коммуникационную стратегию и позиционирование Sony Extra Bass для gen Z, выделили бренд среди конкурентов и сместили фокус потребителя с JBL на бренд Sony за счет привлечения в качестве brand ambassador известного певца Feduk.

Совместно с продюсером артиста разработали сценарий органичной интеграции продукции в музыкальные клипы артиста, такие как “Album Sampler” и “Амазонка”.

Создали контент для продвижения в диджитал и соц сетях, промо постов, лендинга сайтов и витрин ТЦ.



be all

bright!

GROUP

мы уверены, что наше с вами
сотрудничество поможет повысить
уровень знания вашего бренда, укрепить
лояльность покупателей и увеличить
продажи онлайн и оффлайн

WHAT ABOUT MEETING?
CEO // ПАВЕЛ КУДРЯВЦЕВ

pk@beallbright.com

be all

bright!

GROUP