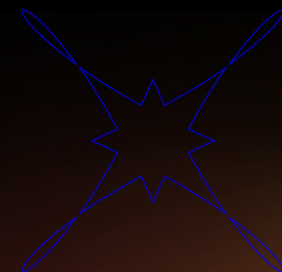
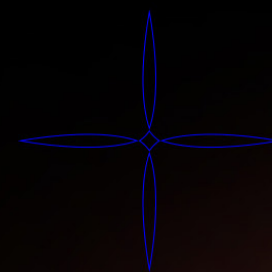
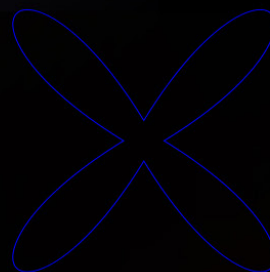
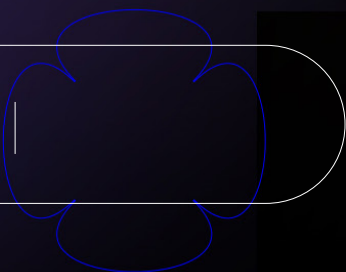
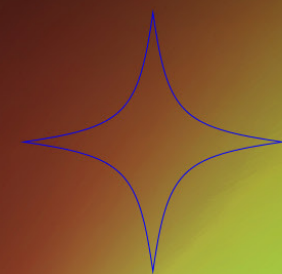
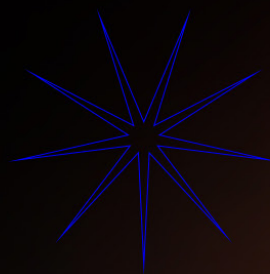
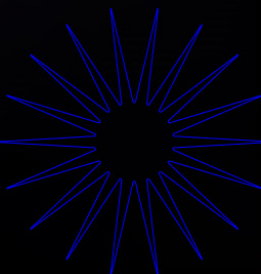


презентация агентства |



VIRUS





КТО МЫ?

агентство virus.digital

**Эффективно решаем
задачи государства
и компаний в digital.**

Уже 9 лет успешно ↘



строим знание и увеличиваем охваты



пишем стратегии и реализуем их



изменяем отношение и рассказываем истории

почему мы?

Награды ↴



Лучшее Social Media для государства

2020-2021, 2018, 2017, 2016



Лучшая кампания для медиа / СМИ

2020-2021



Лучший государственный сайт

2019



Лучшая промоактивация

2019

Репутация ↴



27 место «Репутационный маркетинг в цифровой среде (ORM)» по версии Ruward

2021



22 место в рейтинге SMM-агентств по версии Tagline

2019



32 место в рейтинге ТОП-100 SMM-агентств по версии Ruward

2019



ТОП 20 лучших PR-агентств России по версии PPAP

2016

🔍 что мы делаем?

Аналитика и Стратегия ↘



Анализируем рынки, конкурентов, категории и тренды, сегментируем ЦА, формируем измеримые омниканальные стратегии.

Инфлюенсеры ↘



Точно знаем с кем, где, как и почему стоит работать в 2022 году.

Креатив и спецпроекты ↘



Создаем яркие идеи, реализуем креатив и вовлекающие механики.

Адаптивные сайты ↘



Разрабатываем корпоративные сайты, промолендинги и индивидуальные онлайн-платформы для решения поставленных задач.

SMM ↘



Говорим с аудиторией на одном языке, адаптируем TOV, создаем ситуационный контент и работающие активации. Повышаем ER.

Digital-продвижение ↘



Строим охваты медийными (и не только) инструментами. Привлекаем трафик и генерируем лидов.

Digital PR в онлайн-СМИ и блогах ↘



Подбираем площадки, производим контент, размещаем в СМИ и продвигаем информационные сообщения до целевой аудитории.

Управление репутацией ↘



Планомерная работа на онлайн-площадках с ЦА для корректировки информационного поля

🔍 мы улучшаем и оптимизируем

УВЕЛИЧИВАЕМ

охваты

УСИЛИВАЕМ

вовлеченность

УЛУЧШАЕМ

доставку сообщений

ПОВЫШАЕМ

конверсии

ДРАЙВИМ

бренд метрики

СНИЖАЕМ

затраты на цифровые активности

СОКРАЩАЕМ

время вывода на рынок

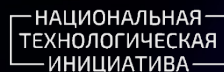
ОПТИМИЗИРУЕМ

затраты на маркетинговые коммуникации

🔍 **мы создаем проекты для государства, международных и российских брендов**



Государственные проекты ↘



КОМИТЕТ
ПО МОЛОДЕЖНОЙ
ПОЛИТИКЕ РФ

20.35
УНИВЕРСИТЕТ



Международные бренды ↘



Российские бренды ↘



🔍 Наш экосистемный подход

Задача клиента

Коммуникационный бриф
Аналитика / Стратегия

Креативный бриф
BigIdea / Креатив + активации

Каналы коммуникации

Спецпроекты

Таргетированная реклама

Инфлюенсеры

Digital PR

Social media

Promo landing

OLV

ORM / SERM



Кейсы

кейс ↘

Информационная поддержка
и создание онлайн-платформы
Нацфинала 2020

WORLDSKILLS RUSSIA



Tagline (серебро):

Разработали онлайн-платформу
чемпионата WorldSkills
и замотивировали школьников
смотреть трансляции соревнования

Текущая ситуация:

WorldSkills – движение с крупнейшими профессиональными соревнованиями во всем мире, которое сравнивают с Олимпиадой или Чемпионатом мира по футболу.

Чемпионат мира
по профессиональному
мастерству Worldskills
проходит каждые 2 года.

85

стран

1300

участников
в национальных
сборных

98

профессиональных
дисциплин

В период ограничений 2020 года
необходимо провести финал
Чемпионата WorldSkills Russia
и привлечь аудиторию.

Это самый крупный
в мировой истории чемпионат
с 2800 конкурсантами
и 130 компетенциями.



Задача клиента:

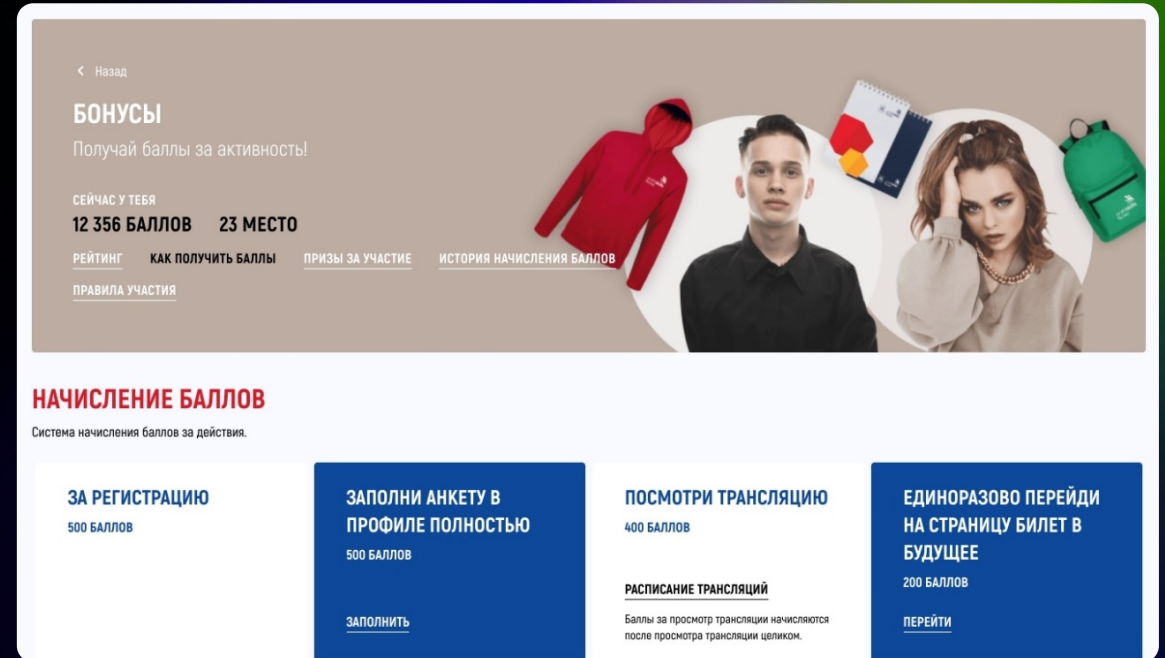
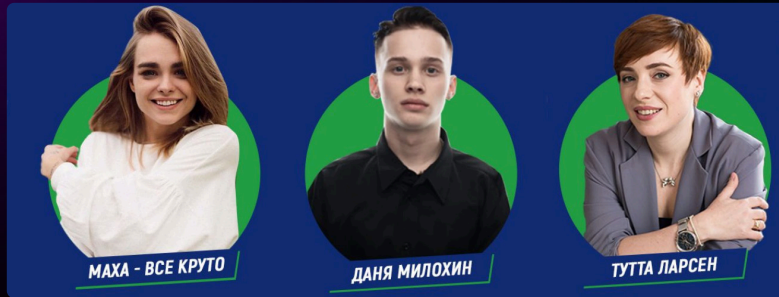
Охват и вовлечение
молодой аудитории
к трансляциям
чемпионата в новой
информационной среде.

Организаторы:

Минпросвещения
РФ, Союз «Молодые
профессионалы», АНО
АСИ и Правительство
Кузбасса.

Информационная поддержка
и создание онлайн-платформы
Нацфинала 2020

WORLDSKILLS RUSSIA



Предложенное решение:

Создание унифицированной онлайн-платформы WSR Online для проведения трансляций и активностей с мотивационной накопительной балльной системой

Охватная анонсирующая промокампания трансляций чемпионата, таргетированная на подростков 11–17 лет

Запуск челленджей с популярными блогерами

Продвижение прямых эфиров в момент трансляции

Создание чат-бота и интерактивной афиши ВК

Информационная поддержка
и создание онлайн-платформы
Нацфинала 2020

WORLDSKILLS RUSSIA



Полученный результат:

Создана и протестирована «в бою» цифровая платформа **WSR.online**, также собраны в CRM данные о ее пользователях и их активности.

21 М

пользова-
телей

30

блогерских
интеграций

27 К

участников
челленджей

160 К

посещений
сайта

18,5 К

регистраций

7 М

просмотров
трансляций

WORLDSKILLS RUSSIA: БИЛЕТ В БУДУЩЕЕ

Обычно школьники не могут определиться с будущей профессией. WorldSkills Russia решили привлечь внимание подростков к будущей профориентации в рамках национального проекта «Образование»

Задача:

- 1 Помочь подросткам с выбором профессии, раскрыть свою «суперсилу».
- 2 Повысить знание о проекте и вовлечь пользователей.

Предложенное решение:

Охватное продвижение сайта «Билет в будущее» среди молодежи на релевантных им площадках в TikTok и Instagram через блогеров:

Клава Кока

Артур Бабич

Аня Покров

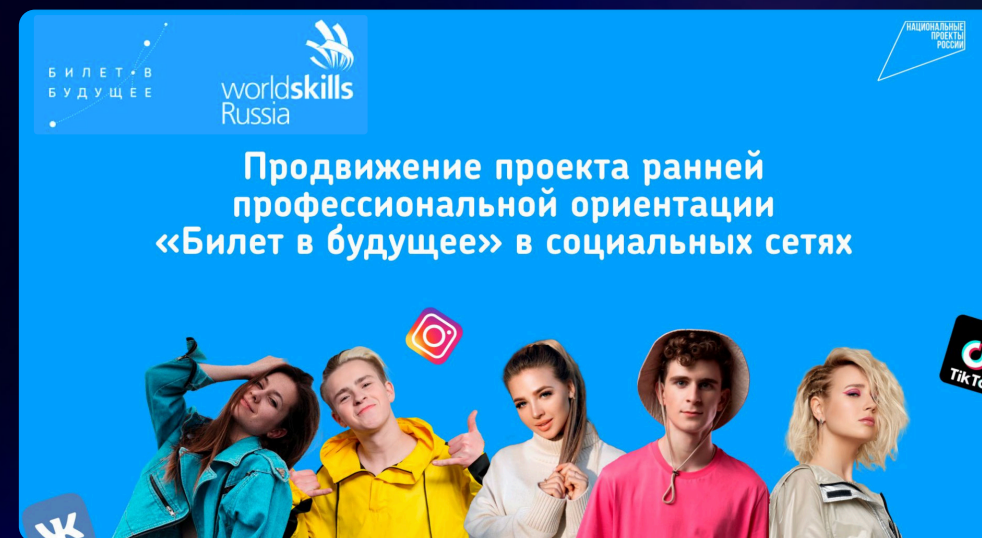
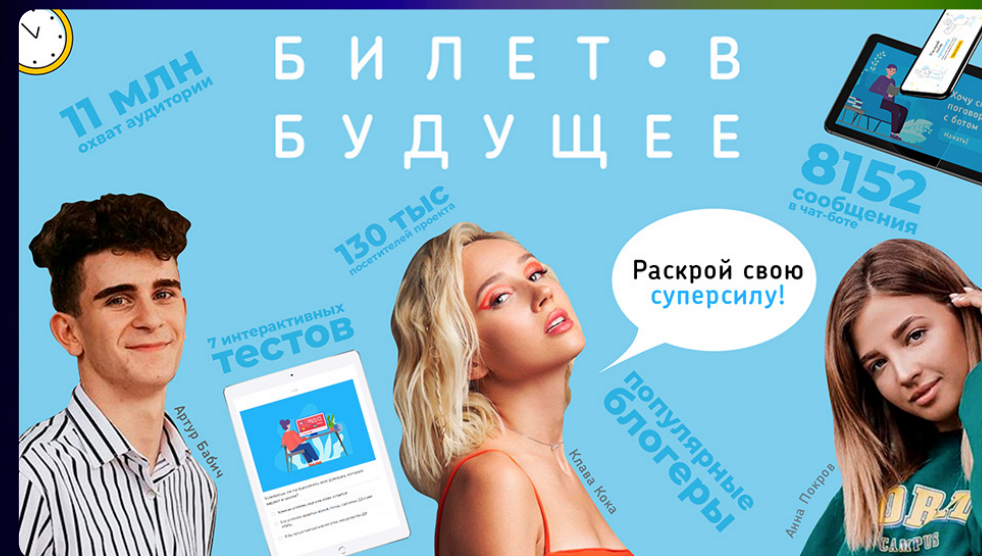
Никита Златоуст

Аня Протасова

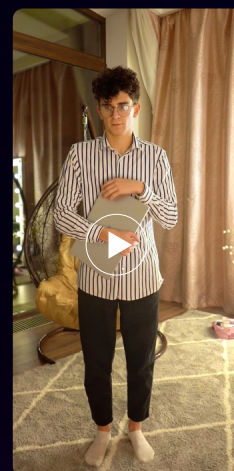
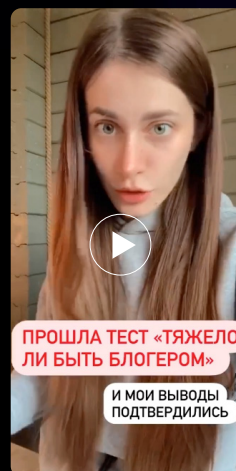
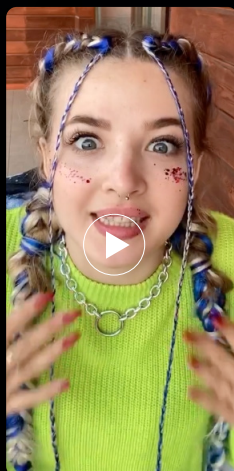
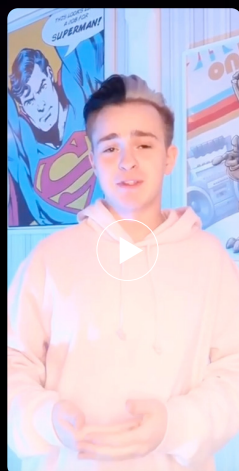
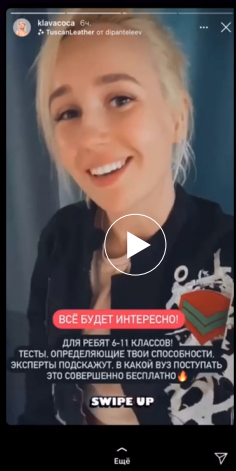
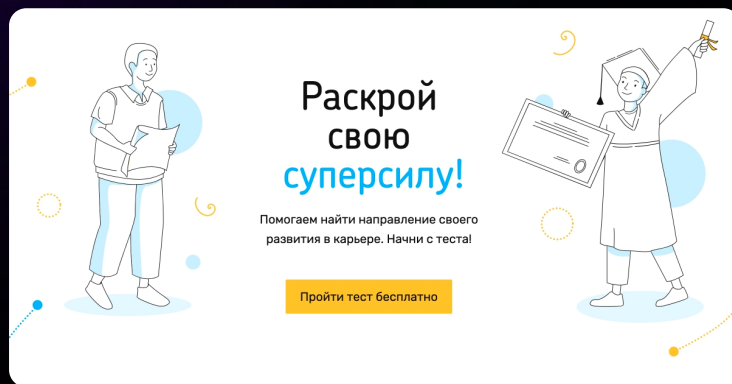
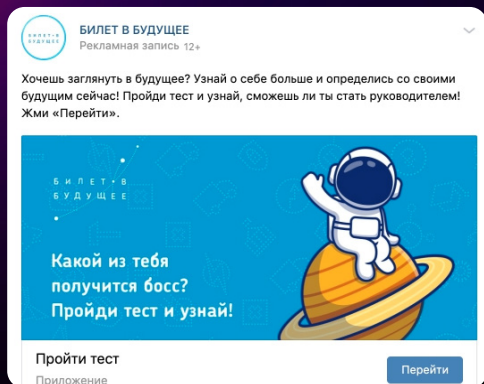
Суммарный охват блогеров около

27 М
подписчиков

Продвижение проекта через таргетированные промо-публикации в IG, VK, OK, интерактивные тесты и чат-бот VK.



WORLDSKILLS RUSSIA: БИЛЕТ В БУДУЩЕЕ



Результат:

Мы успешно продемонстрировали, как важно говорить на одном языке с молодежью в социальных сетях, чтобы вовлечь их в серьезный профориентационный проект.

> 11 М
охваченных
пользователей

> 200 К
охваченных
пользователей
рекламой тестов
Вконтакте

> 130 К
посетителей
сайта проекта
«Билет
в будущее»

> 8 К
сообщений
в чат-боте
Вконтакте

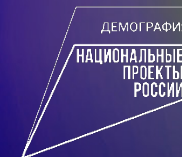
~ 1,5 К
прохождений
тестов Вконтакте

О проекте:

> 1,5 М
российских
школьников
из 79 регионов РФ
зарегистрировались
на проекте «Билет
в будущее»

400 К
прошли полный
цикл и получили
рекомендации
по построению
образовательной
траектории

СОДЕЙСТВИЕ ЗАНЯТОСТИ НАЦПРОЕКТА «ДЕМОГРАФИЯ»



Государство в рамках национального проекта «Демография» подготовило программу профессиональной переподготовки граждан в рамках проекта «Содействие занятости».



Задача:

①

Рассказать людям, которые остались без работы или хотят сменить сферу деятельности, о возможностях бесплатно обучиться и получить профессию с помощью государства.

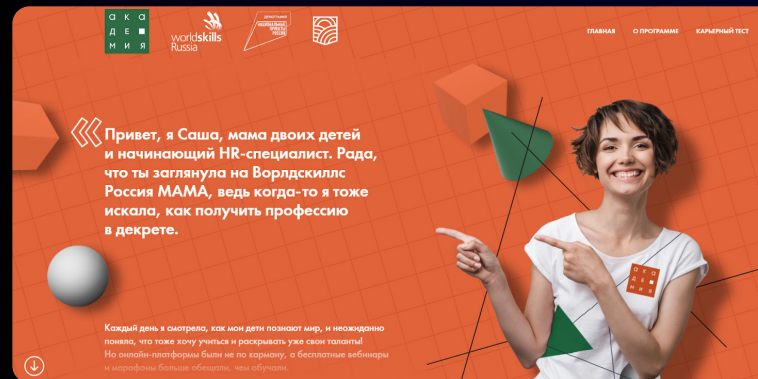
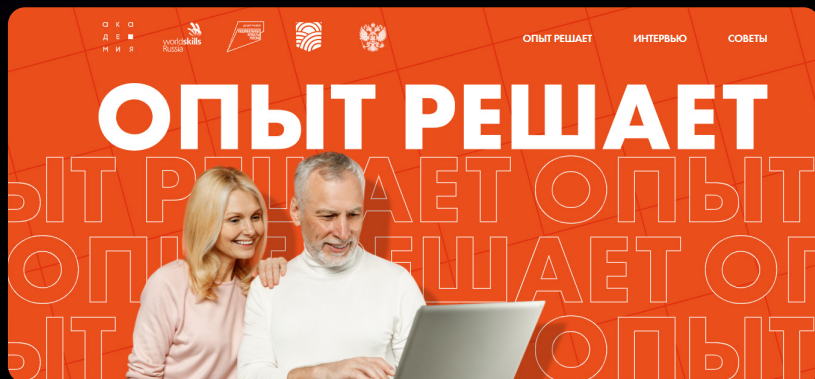
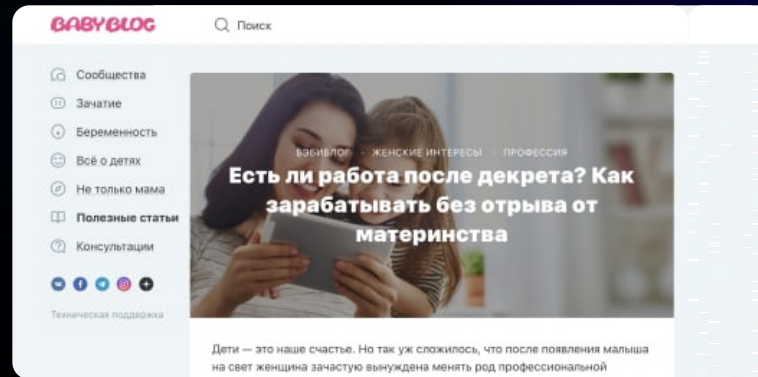
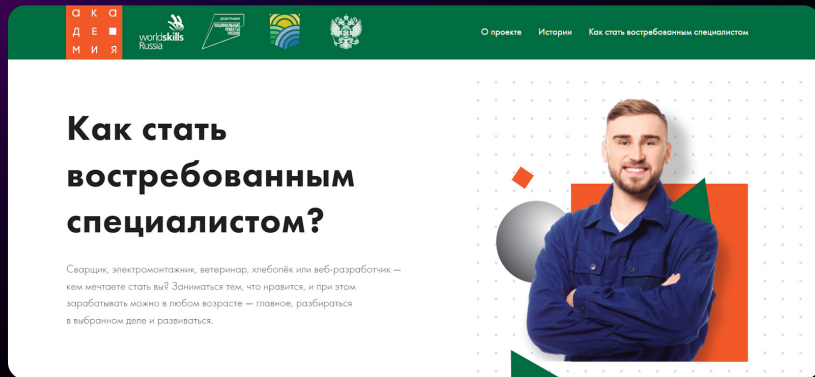
②

Донести информационные сообщения следующим группам целевой аудитории: женщины в декрете, мамы детей дошкольного возраста, люди предпенсионного и пенсионного возраста, безработные.

③

Увеличение знания об операторе программы «Содействие занятости» Ворлдскиллс Россия

СОДЕЙСТВИЕ ЗАНЯТОСТИ НАЦПРОЕКТА «ДЕМОГРАФИЯ»



Предложенное решение:

Изучение проблем и потребностей целевых групп

Построение стратегии донесения ключевого сообщения до целевой аудитории

Разработка лендинга с информацией о программе и возможностью оставить заявку на обучение.

Создание и проведение 3-х креативных спецпроектов, персонализированных под каждую целевую группу проекта.

Широкое медиапродвижение спецпроектов в каналах ВК, Facebook, Instagram, MyTarget, TikTok.

Нативная интеграция в популярном онлайн-ресурсе babyblog, а также медийное продвижение.

СОДЕЙСТВИЕ ЗАНЯТОСТИ НАЦПРОЕКТА «ДЕМОГРАФИЯ»

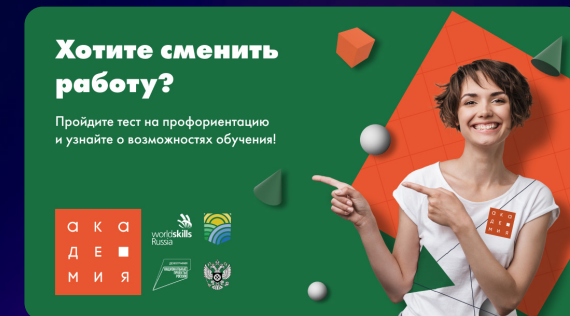
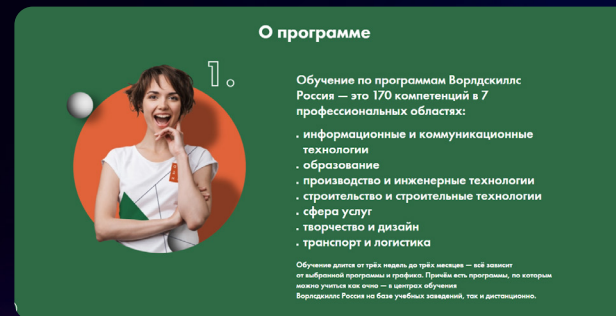
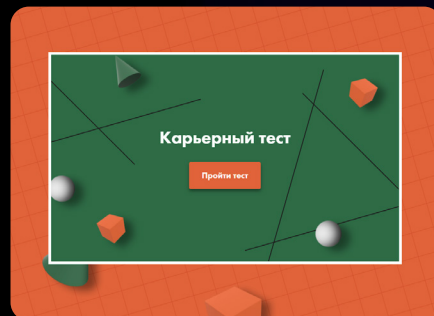
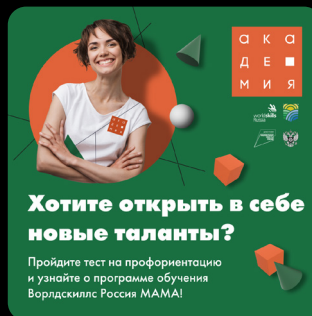
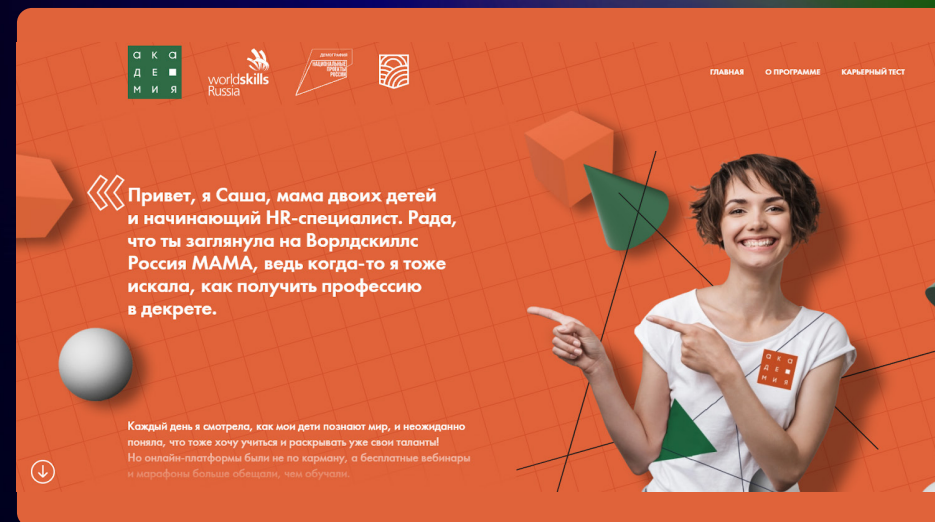
СПЕЦПРОЕКТ «ВОРЛДСКИЛЛС МАМА» ↘

В спецпроекте для мам мы предложили использовать девушку-маскота.

Она была не прилизанная и идеальная, а максимально живая как визуально, так и словесно. Мама двоих детей и профессиональный HR Саша — та самая подруга, чьим словам можно доверять.

Она рассказывает о программе через призму своего опыта и предлагает карьерный тест, который должен помочь пользовательницам понять, кто они и чего хотят.

Все вопросы теста связаны с детьми и интересами мам, а сама Саша одета в фирменную футболку проекта.



СОДЕЙСТВИЕ ЗАНЯТОСТИ НАЦПРОЕКТА «ДЕМОГРАФИЯ»

СПЕЦПРОЕКТ «ПОИСК РАБОТЫ В ИСТОРИЯХ» ↘

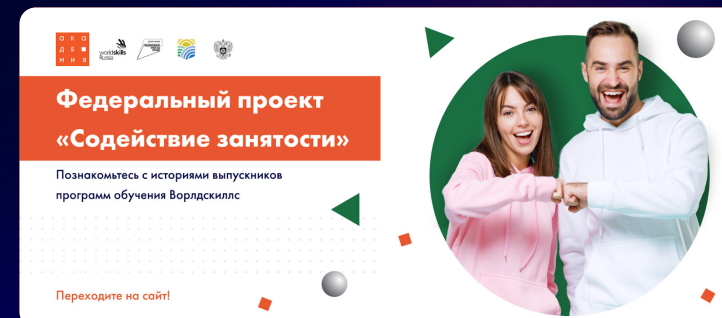
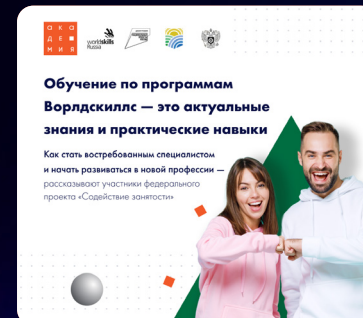
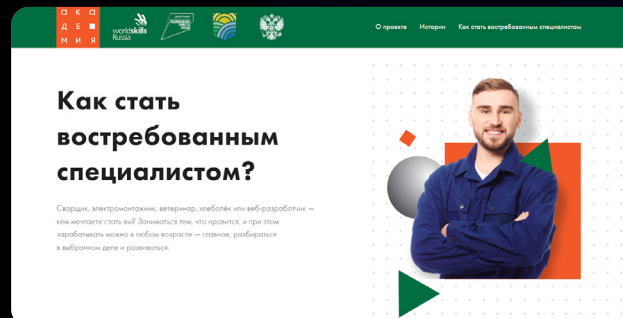
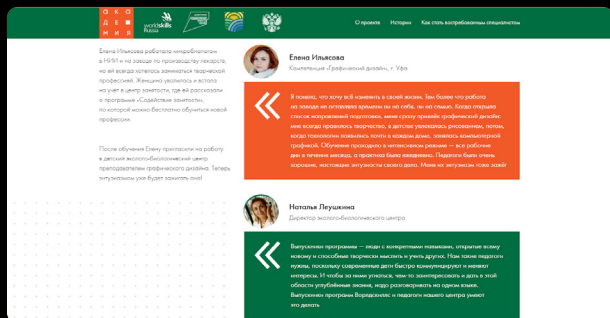
Второй спецпроект был тоже непростой задачей, так как охватывал все слои аудитории, которые вообще могли быть. Ищущие работу граждане — это слишком размытое понятие.

Мы задумались, что объединяет соседку по дому, мастера маникюра и преподавателя в колледже, мимо которого наш дизайнер проходит каждый день? Что может привлечь каждого из них?

Ответ оказался прост — живые истории героев, прошедших переобучение, а также их коллег или работодателей.

Такой наглядный пример: какие действия можно предпринять, куда прийти и чего в итоге достичь, закончив программу.

А чтобы помочь будущим выпускникам определиться с карьерными возможностями, мы подготовили чек-лист в формате бэкстейджа: что уже сделали выпускники и что нужно будет сделать тому, кто решит переобучиться.



Елена Ильясова

Компетенция «Графический дизайн», г. Уфа



Я поняла, что хочу всё изменить в своей жизни. Тем более что работа на заводе не оставляла времени ни на себя, ни на семью. Когда открыла список направлений подготовки, меня сразу привлек графический дизайн: мне всегда нравилось творчество, в детстве увлекалась рисованием, потом, когда технологии появились почти в каждом доме, занялась компьютерной графикой. Обучение проходило в интенсивном режиме — все рабочие дни в течение месяца, а практика была ежедневно. Педагоги были очень хорошие, настоящие энтузиасты своего дела. Меня их энтузиазм тоже зажёг



Наталья Леушкина

Директор эколого-биологического центра



Выпускники программы — люди с конкретными навыками, открытые всему новому и способные творчески мыслить и учить других. Нам такие педагоги нужны, поскольку современные дети быстро коммуницируют и меняют интересы. И чтобы за ними угнаться, чем-то заинтересовать и дать в этой области углублённые знания, надо разговаривать на одном языке. Выпускники программ Ворлдскиллс и педагоги нашего центра умеют это делать

СОДЕЙСТВИЕ ЗАНЯТОСТИ НАЦПРОЕКТА «ДЕМОГРАФИЯ»

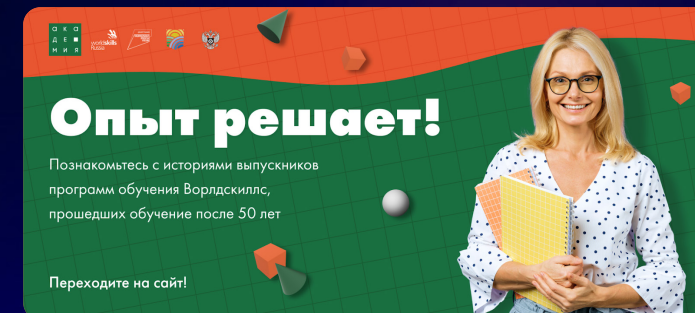
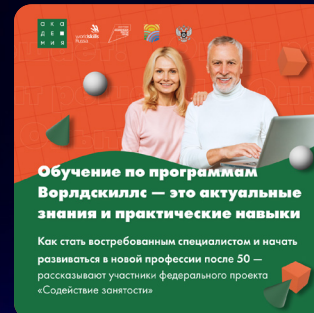
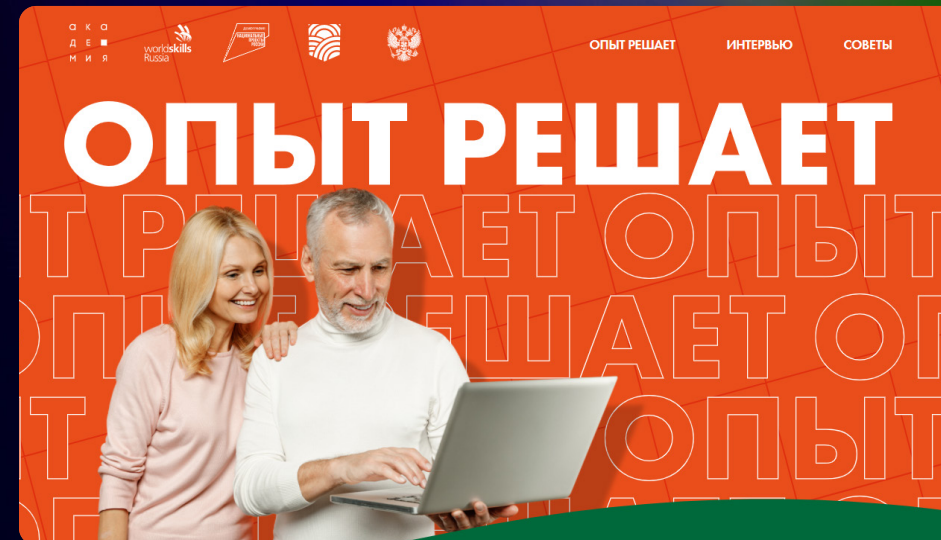
СПЕЦПРОЕКТ «ОПЫТ РЕШАЕТ!» ↘

Спецпроект для активных и целеустремлённых людей, чьим единственным недостатком в глазах работодателя, увы, является возраст, который занимает отдельное место в нашем сердце.

Мы решили показать (и напомнить себе), что жизнь не заканчивается ни в 30, ни в 50! Отсюда появились вдохновляющие цитаты от мэтров труда и узнаваемый образ Королёва.

В этом спецпроекте одной из трудностей было отсутствие живых фотографий, чтобы иллюстрировать прямую речь героев. Но трудности — это повод для нестандартного подхода, так появились анимодзи и диалоги-комиксы.

А поскольку старшее поколение ценит не только красивую картинку, но ещё и практический подход, мы дополнили страницу советами для развития карьеры в современном мире. Ведь проходить собеседование у молодого HR-специалиста гораздо продуктивнее по новой системе, а не по той, что была 20 лет назад.



кейс ↘

Продвижение онлайн-интенсива
по искусственному интеллекту
и анализу данных

АРХИПЕЛАГ 20.35

Архипелаг 20.35 – один из крупнейших образовательных интенсивов, который сочетает в себе акселерацию проекта, обучение команд и представление проектов инвесторам.

Проект помогает создавать и развивать стартапы в области AI-технологий.

Проводится при поддержке Правительства Москвы и Санкт-Петербурга, Агентства Инноваций г. Москвы, АСИ, Сколково.

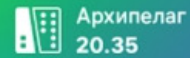
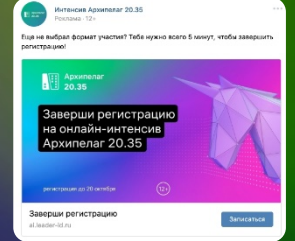
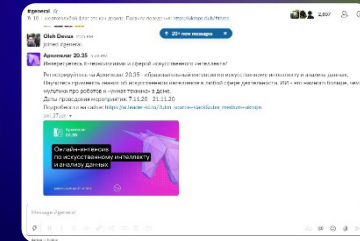
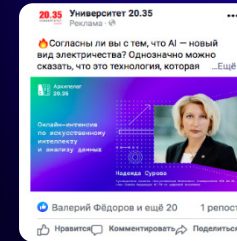
Задача:

Привлечь на онлайн-интенсив Архипелаг 20.35 очень узкую целевую аудиторию – 1000 команд, и участников с проектами в области AI.



Tagline
(бронза):

Лучшая кампания для медиа / СМИ
Tagline Awards 2020–2021



20.35
УНИВЕРСИТЕТ ИТИ

ФОНД СОДЕЙСТВИЯ
ИННОВАЦИЯМ

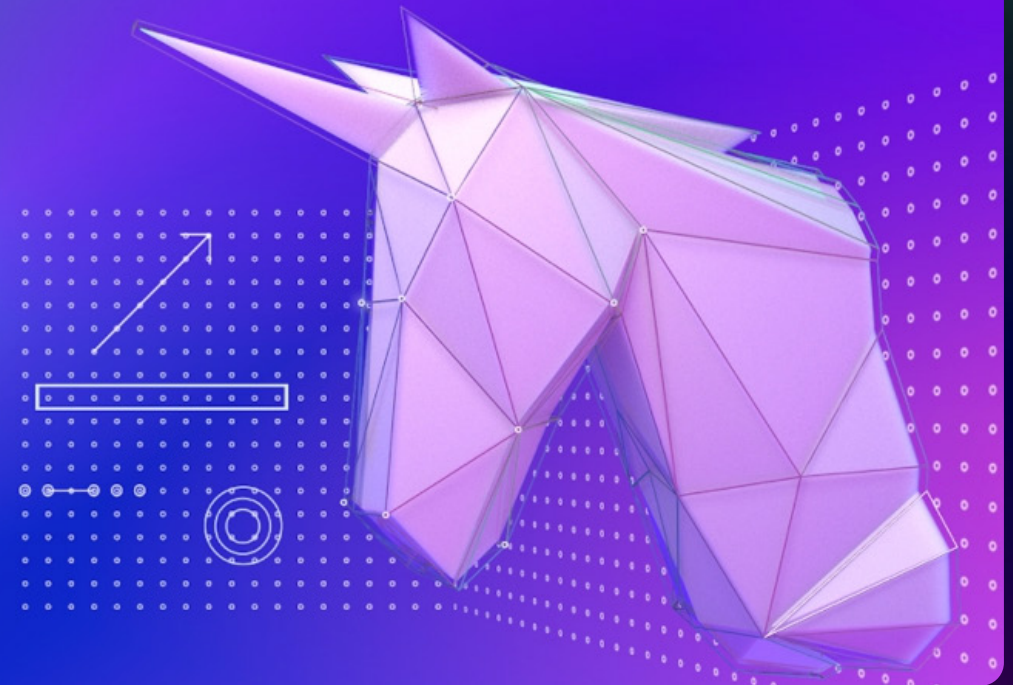
Платформа ИТИ

АГЕНТСТВО
СТРАТЕГИЧЕСКИХ
ИННОВАЦИЙ

Skynet
Сколково

Кружковое
движение

Продвижение
образовательного интенсива
Архипелаг 20.35
в digital



Продвижение онлайн-интенсива по искусственному интеллекту и анализу данных

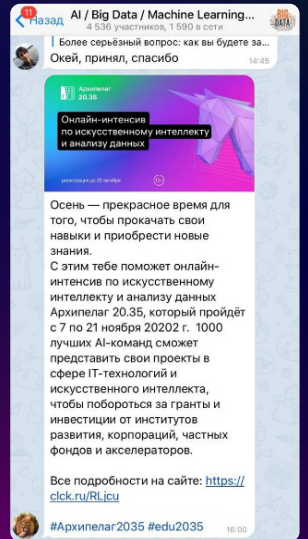
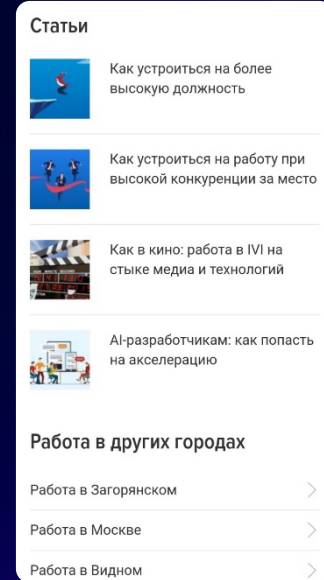
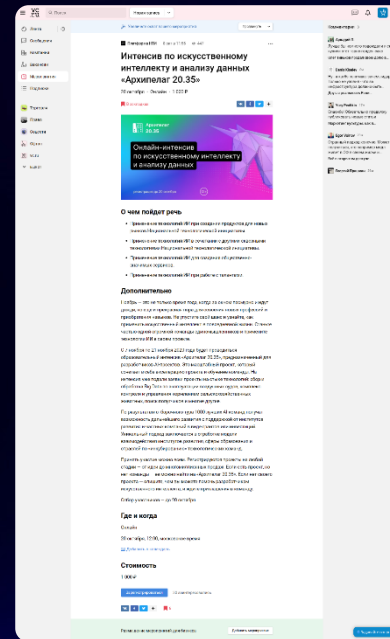
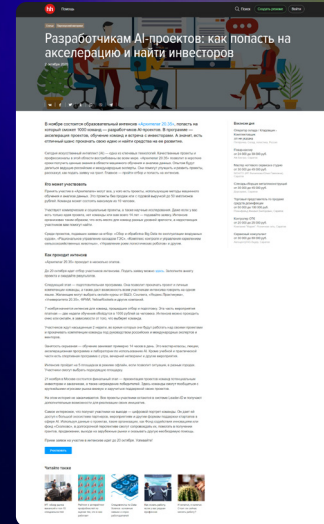
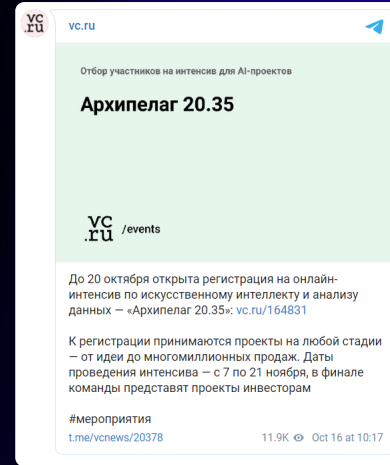
АРХИПЕЛАГ 20.35

Предложенное решение:

- 1 Сегментирование ЦА по медиапотреблению и охватная мультиканальная коммуникация
- 2 Аналитика и апдейт текущего сайта для повышения конверсии
- 3 Таргетированная кампания VK, FB, Instagram
- 4 Нативные интеграции в нишевых СМИ, сообществах Telegram, VK, FB и Slack
- 5 Специальные проекты на популярных площадках: habr, hh.ru, vc.ru
- 6 Серия публикаций и платное продвижение в Яндекс.Дзен

Результат:

> 355 М	> 1,5 М	> 800 К
показов рекламных объявлений	охвата публикаций в сообществах клиента	охват публикаций на Яндекс.Дзен
> 100 К	> 4,5 К	> 370
переходов на сайт проекта	переходов с e-mail рассылок	участников привлечено напрямую с рекламных систем
> 200	> 135	> 75
рекламных объявлений задействовано	продвинутых публикаций	интеграций в сообщества
Оптимизация сайта и рост конверсии	Совместно с Платформой НТИ привлечено	
> 5 раз	> 1000 команд в области AI-технологий	



кейс ↘

Опросы узких групп граждан во Вконтакте

АСИ 2021

В РФ существуют группы жителей, наиболее чувствительных к социальной защите. Необходимо выявить наиболее проблемные места и исправить их.

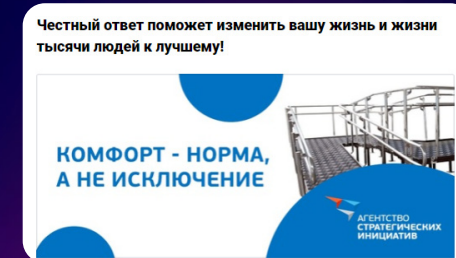
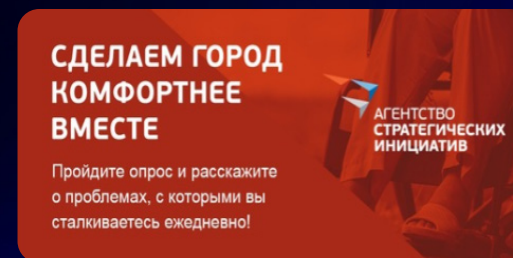
Нужен сбор мнения населения субъектов Российской Федерации относительно качества предоставляемых государственных услуг, учитывая специфику профильной целевой аудитории.

Задача:

Провести опрос специальных групп граждан и выявить проблематику

Предложенное решение:

- 1 Сегментировать специальные группы граждан и провести онлайн-анкетирование (с учетом проблематики)
- 2 Охватить заданные профили целевой аудитории таргетированным продвижением Вконтакте



Опросы узких групп граждан во ВКонтакте

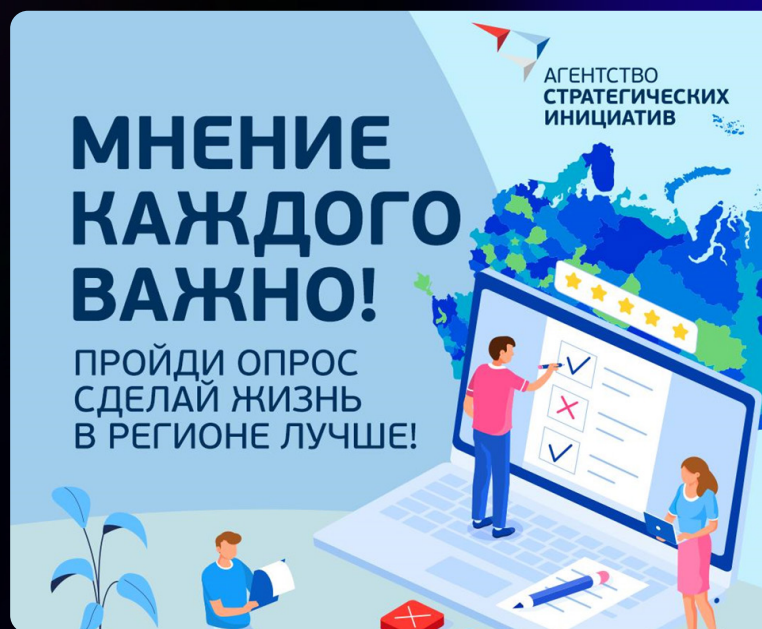
АСИ 2021

1 Поделить аудиторию на 9 групп

- ↳ Люди с ограниченными возможностями здоровья и/или инвалиды
- ↳ Люди старшего поколения (60+)
- ↳ Люди, потерявшие работу и вставшие на учет в службе занятости
- ↳ Семьи, обратившиеся за получением социальных услуг
- ↳ Женщины с детьми в возрасте до 3 лет
- ↳ Люди, получившие среднее профессиональное образование
- ↳ Медицинский персонал
- ↳ Педагоги/воспитатели дошкольных образовательных учреждений и педагоги общеобразовательных учреждений
- ↳ Персонал учреждений социальной защиты

2 Создать персонализированные креативы под каждую группу с тонкими настройками таргетинга.

3 Запустить рекламную кампанию ВК и в режиме реального времени оптимизировать результаты.



Результат:

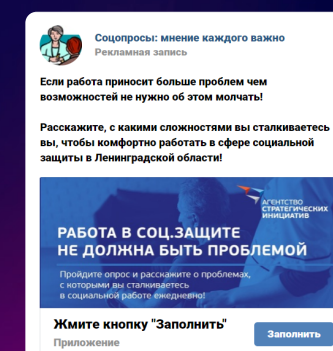
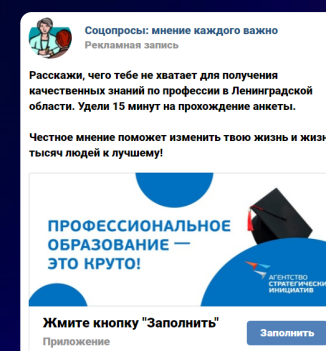
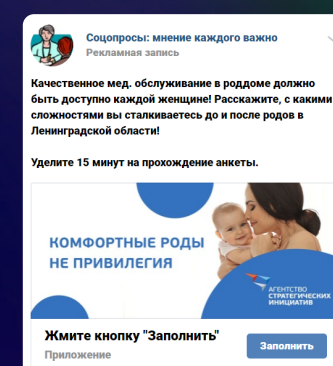
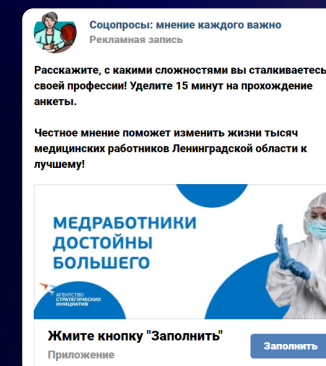
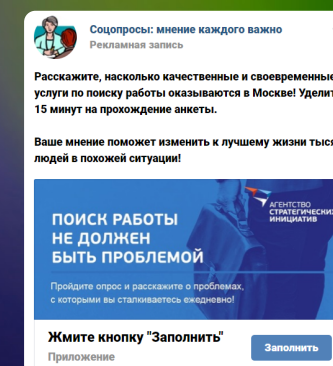
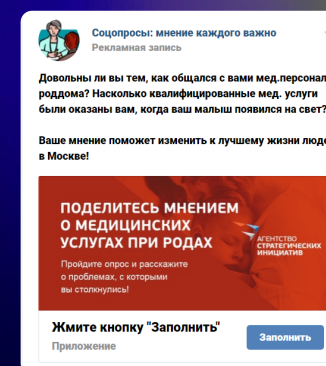
Нам удалось в короткие сроки и с минимальными затратами опросить очень узкую аудиторию о своих проблемах, с которыми они встречаются практически ежедневно.

всего за 14 дней собрали **> 1300** полностью заполненных анкет

тем самым почти на **35 %** превысили KPI

процент заполнения анкет от общего количества составил **57.18%**

всего незаполненных анкет насчитывалось **1010 шт.**



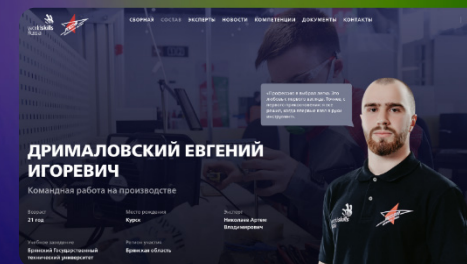
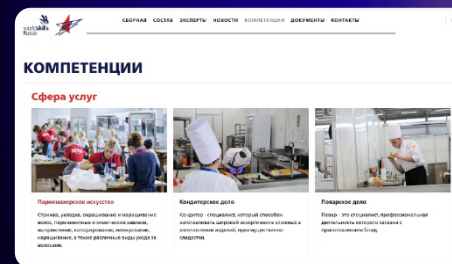
Промоподдержка Чемпионата Мира по профессиональному мастерству

WORLD SKILLS 2019 KAZAN



Tagline (серебро):

Лучший государственный сайт
Tagline Awards 2019



WorldSkills – движение с крупнейшими профессиональными соревнованиями во всем мире. Чемпионат мира WorldSkills проходил в 2019 году в Казани.

Задача:

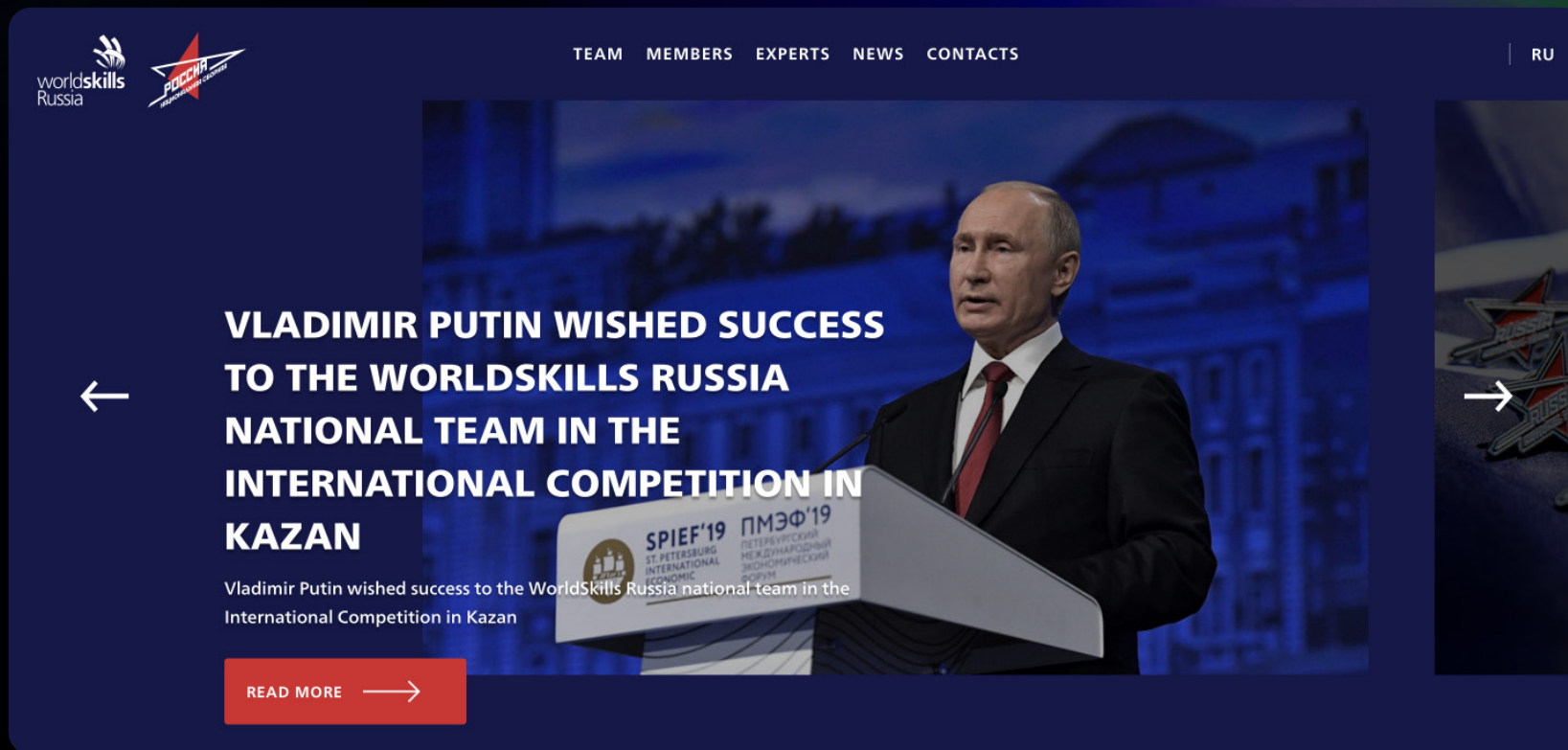
Увеличить знание о событии через digital коммуникацию в условиях ограниченных сроков.

Предложенное решение:

Создание официального сайта национальной сборной WorldSkills Russia с полными профайлами участников сборной и бекстейджем соревнований.

[видео-кейс](#)

[сайт](#)



кейс ↘

Промоподдержка Чемпионата Мира по профессиональному мастерству

WORLDSKILLS 2019 KAZAN

Запуск спецпроекта поддержки Российской сборной «Пожелание на удачу» с мотивационным призовым фондом и персональными пожеланиями от участников.

Медиапродвижение и ретаргетинг на ключевые аудиторные сегменты. Интеграция материалов в Social Media и профильные комьюнити.

Результат:

> 15 M

таргетированных показов медиа-материалов

> 50

рекламных интеграций в профильных сообществах

> 9 M

охваченных пользователей

Промоподдержка Чемпионата по профессиональному мастерству

WORLD SKILLS HITECH



Tagline (бронза):

Лучшая промоактивация

Tagline Awards 2019

Чемпионат профессионального мастерства WorldSkills Hi-Tech является самым масштабным в России соревнованием среди крупнейших российских компаний

Задача:

- 1 Привлечение внимания молодой ЦА 11-17 лет к чемпионату WorldSkills Hi-Tech
- 2 Увеличение знания о партнерах чемпионата: Росатом, Сибур, Ростех и ОАК

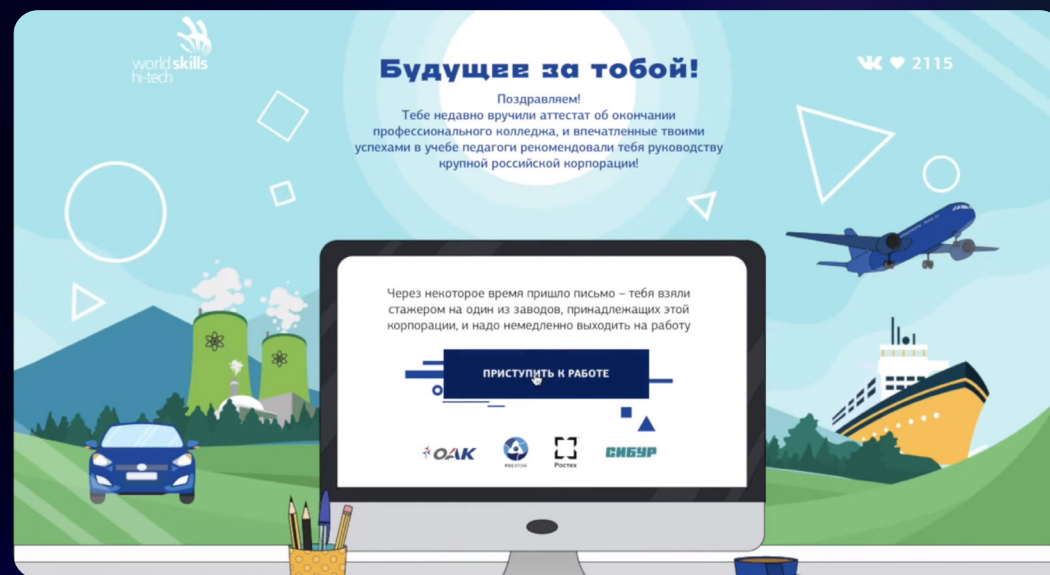
Предложенное решение:

Создание и запуск релевантного молодежи промоквеста «Будущее за тобой», демонстрируя перспективы развития профессий и рассказывая параллельно про партнеров проекта

Проведение мотивационного конкурса с целью повышения вирального распространения спецпроекта.

Продвижение проекта через таргетированную рекламу, интеграций в группах и у блогеров

[видео-кейс](#)



кейс ↘

Промоподдержка Чемпионата
по профессиональному мастерству

WORLDSKILLS HITECH

Результат:

Мы рассказали тысячам представителей молодой аудитории в соц.сетях про роль профессий будущего и рассказали про партнеров мероприятия

> 60

интеграций в крупных сообществах и аккаунтах блогеров

> 23 M

контактов с целевой аудиторией

> 700 K

охваченных пользователей

> 2 K

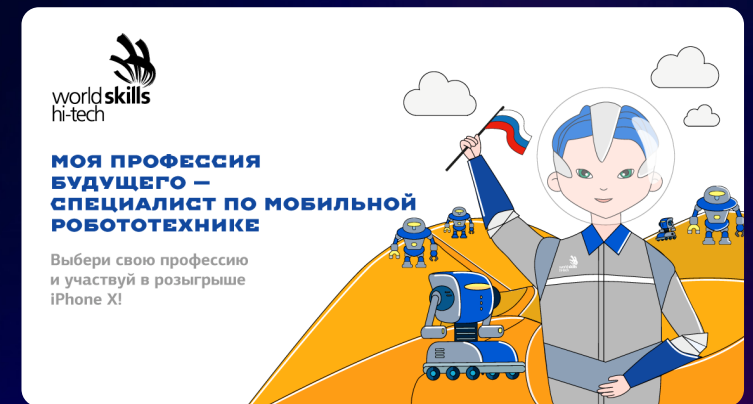
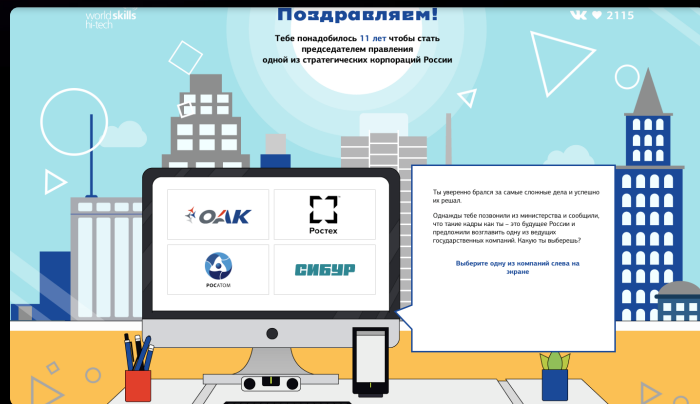
человек приняло участие в конкурсе

> 200

положительных действий на каждую публикацию в сообществе WorldSkills: лайки, комментарии, репосты

СОТНИ

ПОЗИТИВНЫХ комментариев



кейс ↘

Разработали международный сайт
и рассказали о чемпионате

EUROSKILLS ST PETERSBURG 2023

Euroskills – самый масштабный чемпионат Европы по профессиональному мастерству. Euroskills 2023 планировали проводить в Санкт-Петербурге.

Задача:

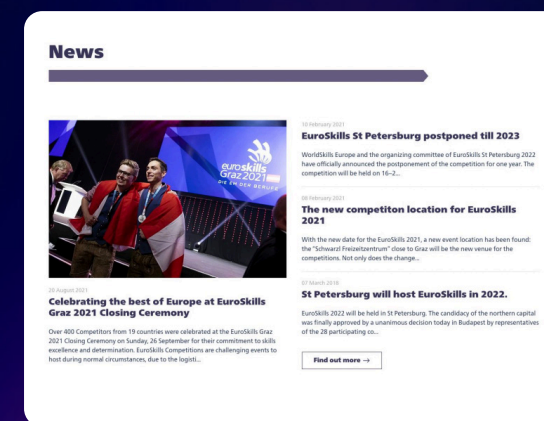
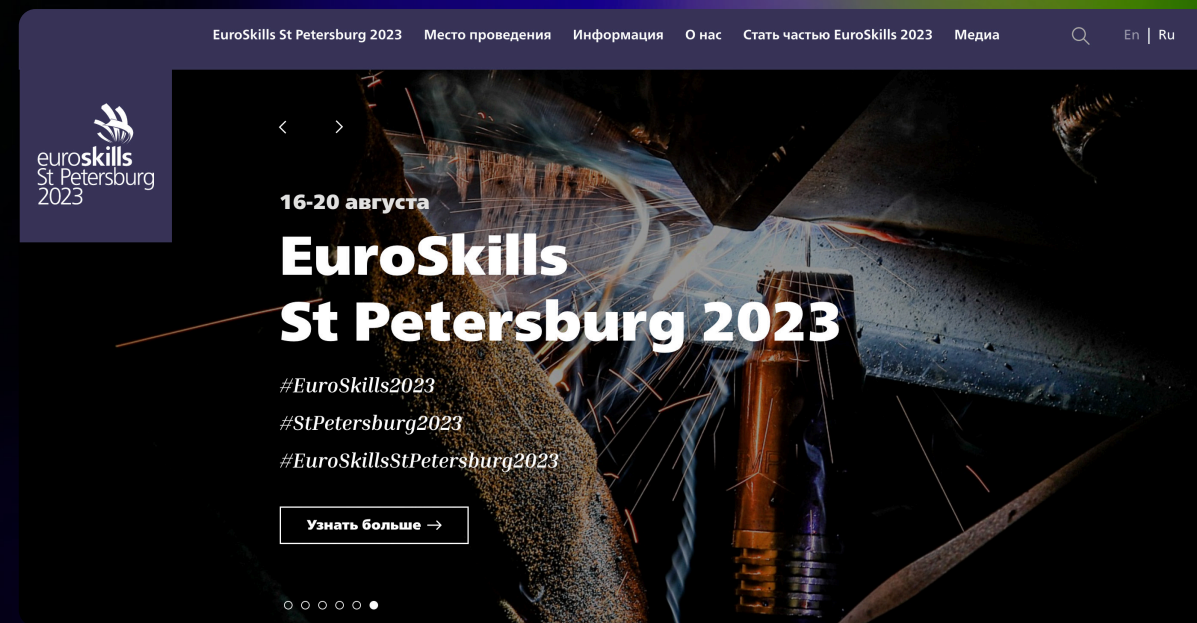
Увеличение знания о чемпионате и продвижение города Санкт-Петербург преимущественно у молодой аудитории.

Предложенное решение:

Разработка международного сайта EuroSkills 2023

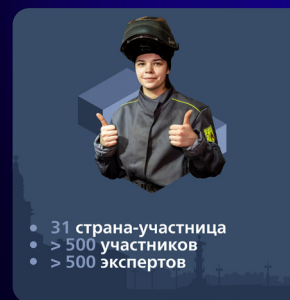
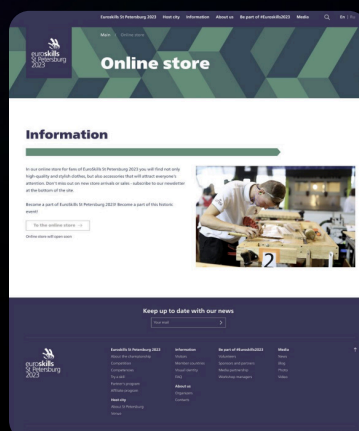
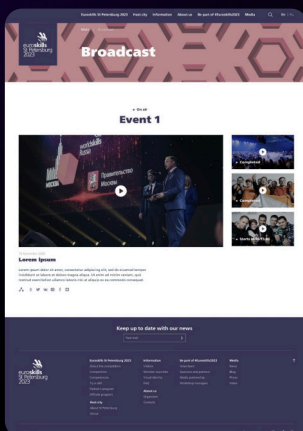
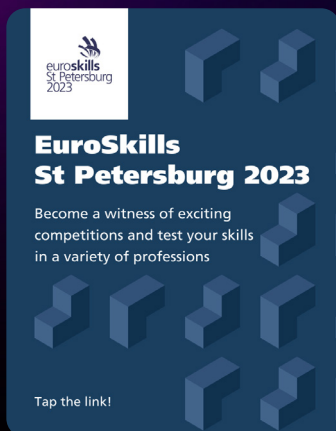
SEO, контекстное и таргетированное продвижение онлайн-площадки чемпионата на русскоязычную и англоязычную аудиторию.

Создание инфографики о чемпионате и продвижение в крупных каналах мессенджера Telegram.



Разработали международный сайт и рассказали о чемпионате

EUROSKILLS ST PETERSBURG 2023



Результат:

Разработан международный digital hub проекта EuroSkills 2023 с E-com функционалом, возможностью видеотрансляций соревнований и полноценной CMS системой.

Произведена SEO-оптимизация сайта и продвижение по целевым запросам в Яндекс и Google.

Увеличен медийный охват сайта с помощью контекстно-медийной сети Google и РСЯ в Яндекс.

Инфографика о чемпионате интегрирована в крупных каналах Telegram.

Свыше 45 000 000 охваченных Российских и иностранных пользователей суммарно в соц.сетях ВКонтакте, Facebook, Instagram, TikTok.

WORLDSKILLS / КУБОК РАЦИОНАЛИЗАТОРОВ

Задача:

Построить знание о движении рационализаторов среди профессиональной аудитории и вдохновить принять участие в Марафоне рационализаторов.

Предложенное решение:

Создание спецпроекта с информацией о самих рационализаторах и специальным интерактивным тестом.

Тест определял, обладает ли пользователь качествами рационализатора, а также представлял информацию о том, как развить свои навыки.

[ссылка на сайт](#)

WORLDSKILLS / КУБОК РАЦИОНАЛИЗАТОРОВ



Охватное таргетированное продвижение спецпроекта в каналах **Вконтакте, MyTarget, Instagram, TikTok** на 3 группы целевой аудитории проекта:

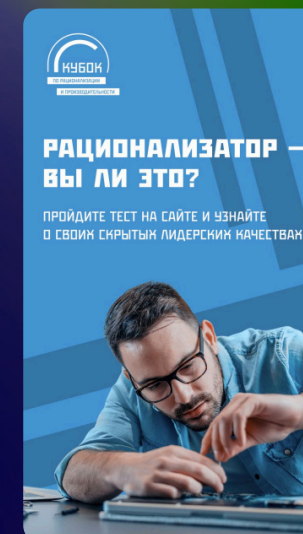
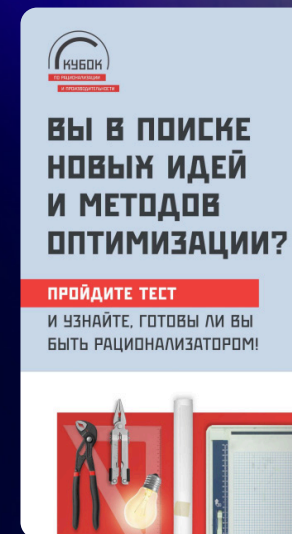
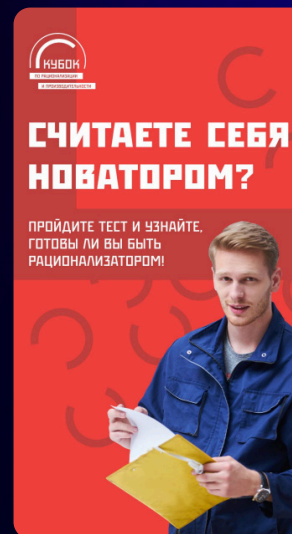
Сотрудники предприятий в возрасте от 18 до 50 лет

Молодые люди, заинтересованные в профориентации и рационализации производства в возрасте от 16 до 30 лет

Сообщество Ворлдскиллс Россия в социальных сетях

Результат:

> 22 800 000 охваченных пользователей



ВЫВОД НА РЫНОК НОВОЙ ЛИНЕЙКИ ЙОГУРТОВ EPICA

Задача:

Ehrmann выпустил новую линейку продуктов EPICA.

Вывести на рынок и увеличить знание о новой линейке питьевых йогуртов Epica.

Предложенное решение:

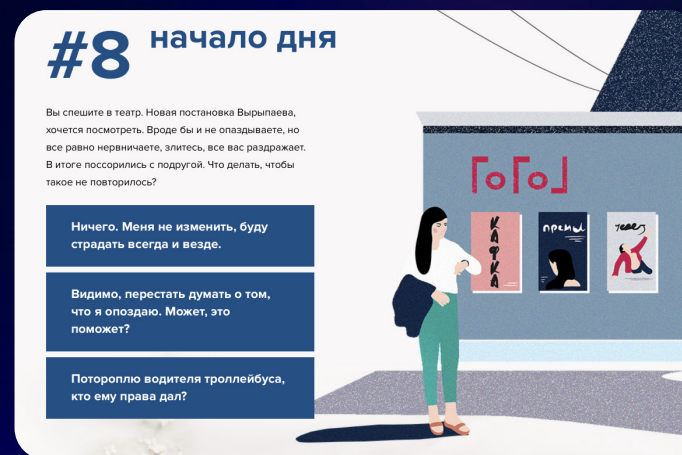
- ↳ Проведение специального проекта на популярном ресурсе The Village.
- ↳ Разработан специальный проект на популярном ресурсе The Village с креативной идеей и механикой с последующим посевом в социальных сетях ВКонтакте, Facebook и в Instagram-аккаунтах популярных блогеров.
- ↳ Проведение интерактивного теста в социальной сети ВКонтакте.
- ↳ В процессе прохождения теста пользователи отвечали на интересные вопросы, связанные с ключевыми сообщениями бренда.
- ↳ Распространение уникальных анимаций с изображением продукции в соц.сетях. Был произведен посев в крупных сообществах ВКонтакте.



СПЕЦПРОЕКТ

СПЕЦПРОЕКТЫ
Пять минут назад: 10 лайфхаков для тех, кто вечно не успевает

ЖИВИТЕ БОЛЬШЕ



#8 начало дня

Вы спешите в театр. Новая постановка Вырыпаева, хочется посмотреть. Вроде бы и не опаздываете, но все равно нервничаете, злитесь, все вас раздражает. В итоге поссорились с подружкой. Что делать, чтобы такое не повторилось?

Ничего. Меня не изменить, буду страдать всегда и везде.

Видимо, перестать думать о том, что я опоздаю. Может, это поможет?

Потороплю водителя троллейбуса, кто ему права дал?

кейс ↘

ВЫВОД НА РЫНОК НОВОЙ ЛИНЕЙКИ ЙОГУРТОВ EPI SA

Результат: Мы успешно рассказали аудитории бренда о новой продукции и привлекли внимание новой аудитории.

Охват
аудитории
составил

> 4 М
КОНТАКТОВ

Количество
положительных
действий:

> 9,5 К
лайков, репостов
и комментариев.



Калорийность
85 ккал

Белки
4,5 г

Углеводы
11,6 г

Жиры
2,5 г

EPI SA
Йогурт Питьевой
Манго

Питьевой йогурт с высоким содержанием белка и 100% натуральным составом с манго

290 г

Состав.

Узнайте, #КакПравильноСпешить вместе с #EpicDrink и The Village. ⚡
Пройти тест: vk.cc/77W0E4
#УспевайтеБольше #ЖивитеБольше



GIF

Спецпроекты Пять минут назад: 10 лайфхаков для тех, кто вечно не успевает
the-village.ru
Посмотреть



EPI SA
Йогурт Питьевой



Киви-Виноград Манго Натуральный Красный апельсин

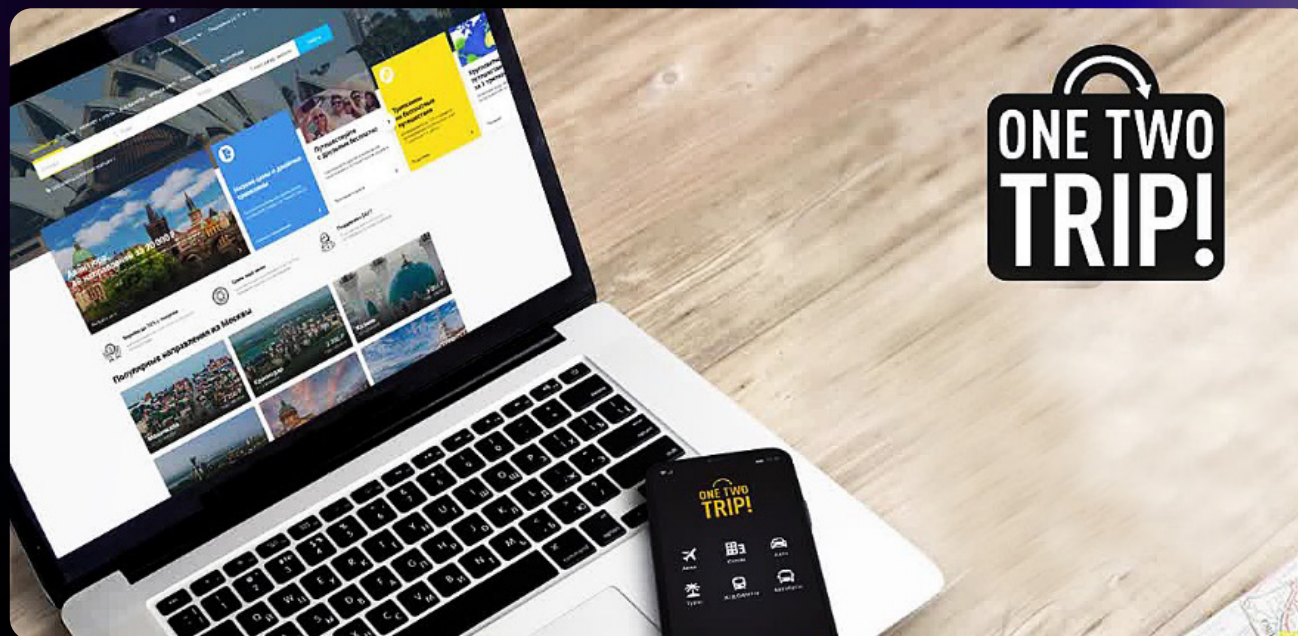
кейс ↘

ONE TWO TRIP

Крупнейший в России онлайн-сервис по продаже авиабилетов и отелей корректировал стратегию своего присутствия в соц. медиа.

Задача клиента:

Рост доли продаж из социальных медиа.



Предложенное решение:

Анализ и корректировка общей контент-стратегии, текущих рекламных кампаний и каждой отдельной публикации за 6 мес.

1 Внедрение 2 новых контент-рубрик:

- Анонсы статей со ссылкой на блог сервиса, где можно приобрести авиабилеты после прочтения материала
- Публикации с выгодными комплексными предложениями «перелет плюс отель».

2 Внедрение новой структуры РК и механизмов продвижения:

- Добавление уникального таргетинга на сегмент, связанный с продвигаемой публикацией
- Дополнительное тонкое сегментирование всех РК по возрастным, гео и поведенческим паттернам ЦА

Полученный результат:

охват

790 К

вовлечений

27 К

переходов

31 К

подписчиков

≥ 10 К

 Контакты агентства

АДРЕС

г. Москва,
Пресненская наб. 12,
Башня Федерация
Восток

+7 926 911 04 74 

СОТРУДНИЧЕСТВО

Ольга
Данилина
Manager

project@virus.digital 

РАБОТАТЬ
У НАС В КОМПАНИИ

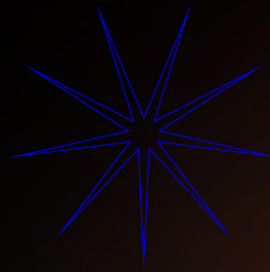
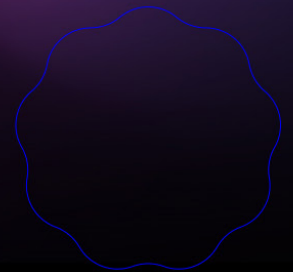
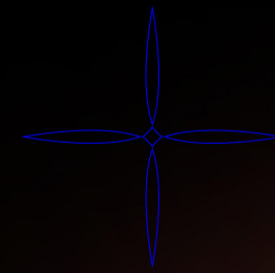
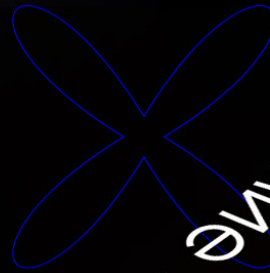
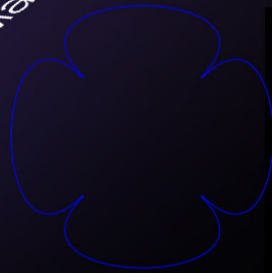
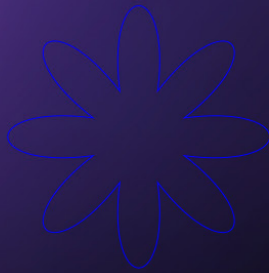
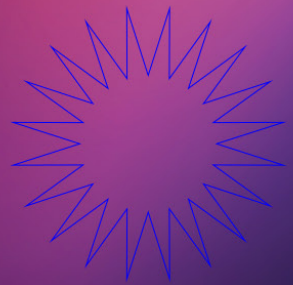
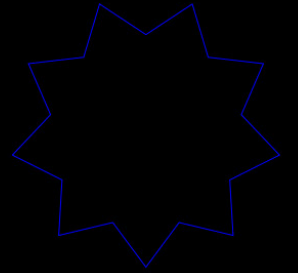
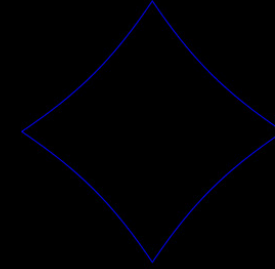
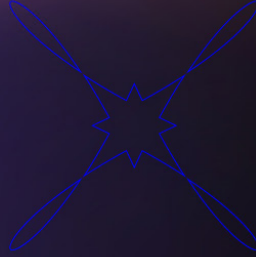
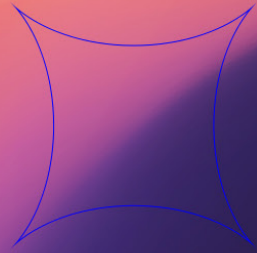
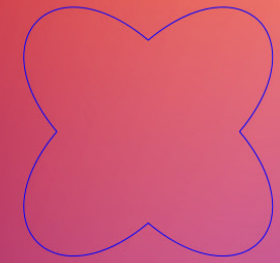
Ольга
Данилина
Manager

job@virus.digital 

КЛИЕНТСКИЙ
СЕРВИС

Даниил
Лазарев
Founder & CEO

lazarev@virus.digital 



спасибо за внимание ~ virus.digital ~ спасибо за внимание ~ virus.digital ~ спасибо за внимание

VIRUS