

MARKETING KIT 2023

НЕЗАВИСИМОЕ КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО MIGEL AGENCY

migel.

MIGEL AGENCY

КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО

SMM, Digital, PR и креативный Performance Marketing для смелых брендов,
готовых задавать правила игры на своих рынках

MIGEL AGENCY

— это **полносервисное
коммуникационное агентство**
с маркетинговой экспертизой в 360°.

У нас нет конвейера и шаблонов.
Мы с самого начала общения
глубоко погружаемся в бизнес
клиента, проводим маркетинговые
исследования и разрабатываем
индивидуальные
коммуникационные стратегии.



5

лет на рынке

35+

отраслевых наград

20+

компаний -
воркшопы для B2B

93%

NPS клиентов

15+

собственных мероприятий
и интеграций

45

сотрудников

2

офиса:
Москва и Дубай

38

клиентов

410+

реализованных задач
на повышение охвата

80+

публикаций

8

профильных
отделов

184+

реализованных
проектов

360°

экспертиза

135+

реализованных
задач на
конверсию

**B2B & B2C
экспертиза**

**+
гибкие рейты**

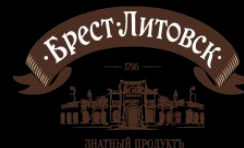




OZON



HAVAL



SHEIN



OZON travel



TEOS



Los Angeles CineFest,
Film Festival, Tagline,
Золотой кадр и еще 30+
международных наград

MIGEL.AGENCY сотрудничает
с **Вконтакте, Telegram ADS**
и MyTarget, TikTok напрямую,
поэтому, если вам нужна помощь
в настройке и проведении
рекламной кампании, обращайтесь
к команде агентства.

КЕЙСЫ



РЕБРЕНДИНГ

РЕБРЕНДИНГ MIGEL

DIGITAL / PR & SMM /
PRODUCTION / INFLUENCE /
STRATEGY / CREATORS /
DESIGN /



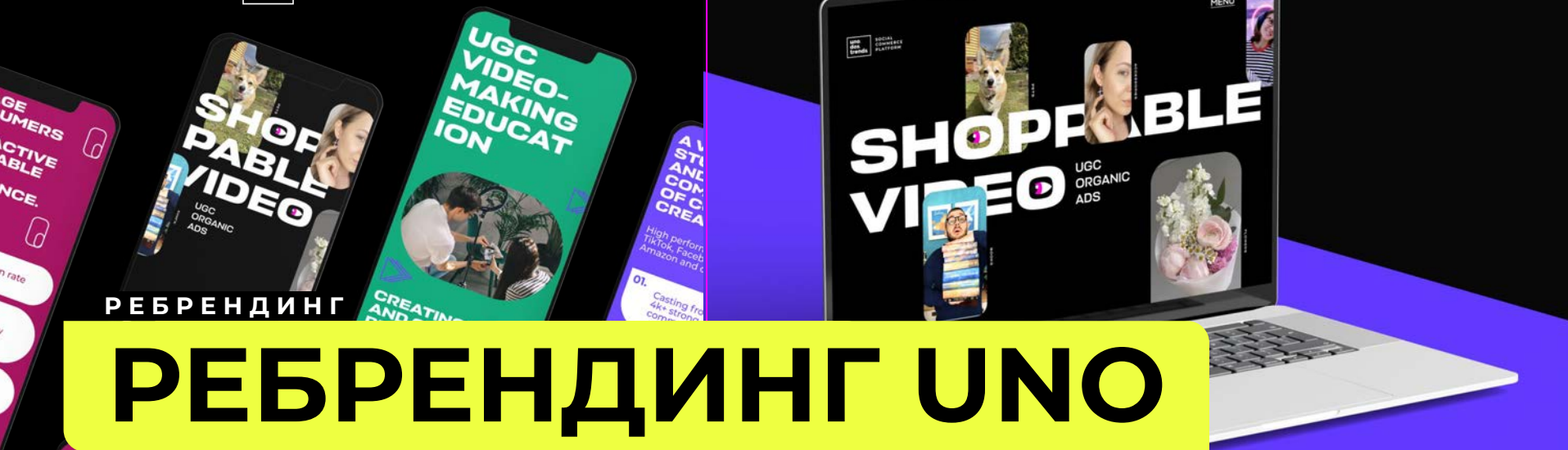
Перед инхаус дизайн-командой MIGEL AGENCY стояла задача сконцентрироваться на ценностях, показать характер агентства и отразить это в новом фирменном стиле. Этапы ребрендинга:

- исследование рынка и бренда;
- репозиционирование;
- рестайлинг;
- внедрение.

РЕЗУЛЬТАТЫ:

В результате мы обновили сайт, соцсети и логотип агентства, а также разработали брендбук, адаптивные шаблоны-конструкторы презентаций, иконки, мерч, и фирстиль для фото- и видеоматериалов.

Ребрендинг получил серебро на премии Tagline.



Чтобы подчеркнуть философию и характер проекта: яркого, смелого, современного и инновационного проекта uno.dos.trends (создание видеоконтента для e- и s-commerce), мы провели масштабный ребрендинг.

РЕЗУЛЬТАТЫ:

В рамках ребрендинга были созданы:

- технологичный сайт-презентация проекта с нелинейной версткой,
- презентационные материалы,
- оформление социальных сетей.

КОНЦЕПТ. КРЕАТИВ

ЗДРАВСИТИ

Для онлайн сервиса по заказу лекарств «Здравсити» мы работали над созданием креатива для OLV ролика, который решал задачи повышения узнаваемости бренда, привлечения новой аудитории, а также побуждения к совершению покупки.

Периоды: август 2022

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Были разработаны 2 концепции рекламных роликов для ТВ и OLV.

1 концепция: «Здравсити» – город лекарств»

В ролике «Здравсити» становится настоящим городом, в котором живут и — что важно — работают разные лекарственные средства. Они выглядят в соответствии со свойствами и оперативно отправляются на «задания», что подчеркивает скорость и клиентоориентированность сервиса.

2 концепция: «Ценность взаимной заботы»

Главная героиня ролика — женщина, в роли дочери, жены и мамы, от начала до конца показали линию семейных ценностей. Мы отразили суперсилу главной героини — умение и желание заботиться о своих близких, и ценность тех моментов, когда любовь и забота возвращаются к человеку, порой в самый неожиданный момент.

РАЗРАБОТКА ИМИДЖА

ТАФАЛГИН

Новому обезболивающему препарату «Тафалгин» от фармацевтической компании Сотекс мы создали визуальную стилистику, которая адаптировалась под различные носители для его продвижения.

Периоды: октябрь 2022



РЕЗУЛЬТАТЫ:

Разработали key visuals, рекламный модуль в журнал и roll-up для медицинской конференции.



SHEIN — китайский фэшн-ритейлер, один из мировых лидеров сферы быстрой моды. Для продвижения бренда на рынке России мы провели спецпроект: разработали капсульную коллекцию и запустили интеграцию с амбассадором @lynacom_2000.

Периоды: сентябрь 2021 – январь 2022

РЕЗУЛЬТАТЫ:

24 937 737 — Охват публикаций в аккаунте блогера

11 298 300 — Просмотры роликов в TikTok

Вывод:

migel. X Avito

CASES

Сделать один ролик легко,
главное поставить
производство на поток

SOCIAL
E-COMMERCE

AVITO



Для **AVITO** мы организовали офлайн-обучение селлеров (с теорией и практикой) производству видеоконтента с товарами для маркетплейса.

РЕЗУЛЬТАТЫ:

За 6 часов первого воркшопа 100 селлеров смогли создать более 100 готовых для загрузки на платформу Avito **UGC-роликов**.

Периоды: июль 2022 – текущее время

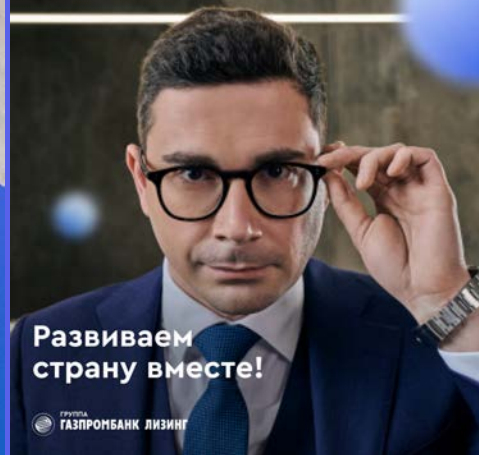
migel. X

группа
ГАЗПРОМБАНК ЛИЗИНГ

ГАЗПРОМБАНК ЛИЗИНГ
Развиваем
страну вместе!



АМБАССАДОР

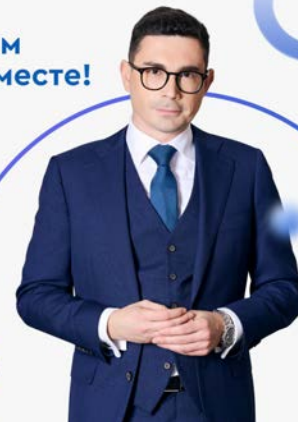


Развиваем
страну вместе!

группа
ГАЗПРОМБАНК ЛИЗИНГ

группа
ГАЗПРОМБАНК ЛИЗИНГ

Развиваем
страну вместе!



ГАЗПРОМБАНК ЛИЗИНГ

Для повышения узнаваемости бренда и выхода на новый уровень позиционирования на рынке и медиа был разработан фото и видеоконтент с амбассадором бренда Кириллом Токаревым. Продвижение осуществлялось с помощью посевов в отраслевых TG-каналах и VK-сообществах, также была запущена реклама в Yandex РСЯ и таргет в VK.

Периоды: сентябрь 2022 — январь 2023

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Был снят видеоролик с амбассадором, разработаны статичные макеты, которые размещались в посевах и РСЯ.

Посевы

15 отраслевых TG-каналов
12 VK-сообществ

РСЯ

6 152 968 показы
5 460 029 охват

Таргет VK

1 480 971 показы
1 036 255 охват

242 898 охват
за 6 недель



Доброград - новый российский город, где благодаря современным технологиям и передовой урбанистике создаются максимально комфортные условия для жизни, работы и самореализации человека. Для привлечения жителей в Доброград была разработана рекламная стратегия на 360°.

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Была разработана рекламная стратегия на 360°, придуман слоган и визуальная концепция, рекламные креативы и сценарий OLV ролика.

SOCIAL



KASPERSKY

С помощью посевов в тг каналах мы увеличивали узнаваемость бренда и его продуктов, привлекали новую аудиторию и работали над поддержанием имиджа.

РЕЗУЛЬТАТЫ:

276к+ — суммарный охват в тг-каналах

600+ — репостов

Периоды: июль 2022 – настоящее время



Школе английского языка **Skyeng** команда агентства помогла провести тестовый запуск новых продуктов — платформ Life и Talks — на итальянском рынке. Разработали креативы и провели А/В тесты.

Периоды: июнь 2022 – август 2022

РЕЗУЛЬТАТЫ:

разработка креативов
таргетинг в Италии и Испании с:
1 050 000 охватов
7,7% конверсии в лиды
стоимость лида **12\$**

PERFORMANCE-MARKETING
ЧЕРЕЗ LIVESTREAMING

ДЕТСКИЙ МИР

Серия прямых эфиров (от разработки концепции до проведения и технического сопровождения трансляций) для брендов **Hasbro**, **«КотМарКот»**, **Nutricia**, и **Fisher Price**, представленных на маркетплейсе.

Периоды: июнь 2021 – октябрь 2021

РЕЗУЛЬТАТЫ:

По итогам первого эфира для Hasbro:

- мы собрали >5 тыс. зрителей онлайн (14 тыс. посмотрели в записи);
- кнопку «Купить» онлайн нажал 261 зритель (при просмотре записи >500);
- конверсия из зрителя в целевое действие составила 5.17% (в 2,5 раза выше средних показателей)/



СПЕЦПРОЕКТ

САВУШКИН

«Савушкин продукт» — лидер молочной отрасли Республики Беларусь. Для продвижения брендов компании «Брест-Литовск» и TEOS мы провели промокампанию в соцсетях с трансляцией их философии и ценностей.

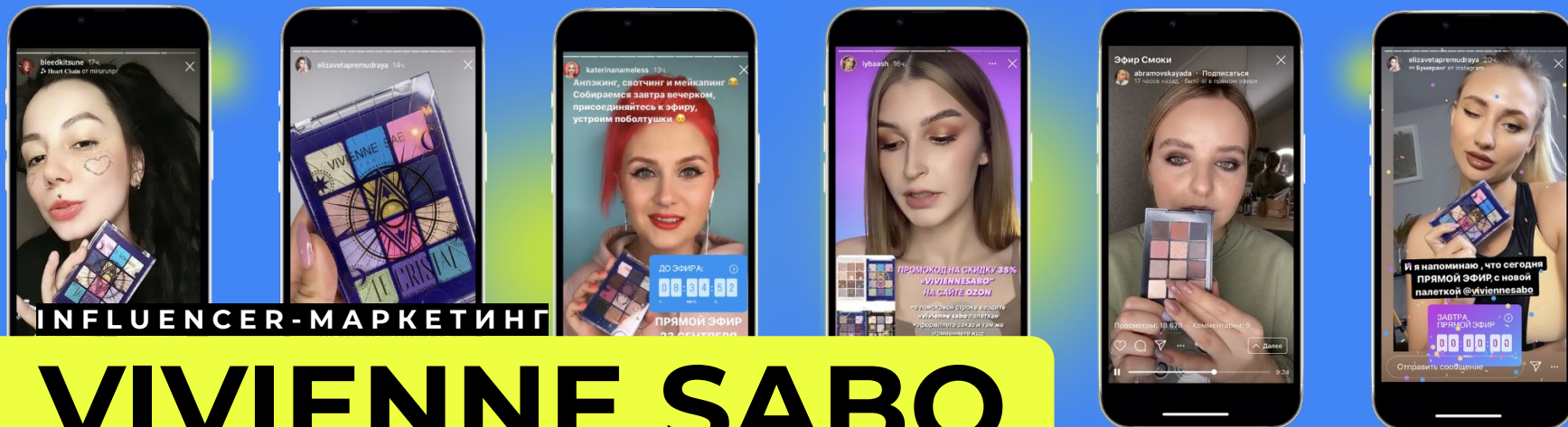
Периоды: сентябрь 2021 – январь 2022

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Суммарный охват кампании: **1 667 638 человек.**

Охват публикаций с брендом «Брест-Литовск»: **952 591.**

Охват публикаций с брендом TEOS: **715 047.**



Общение в прямом эфире — лучшее решение для сближения с аудиторией. Именно поэтому livestreaming стал ключевым инструментом в кампании по продвижению новой коллекции теней для век Palette Magique от **Vivienne Sabo**.

Периоды: июнь 2021 – июль 2021

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Количество проведенных прямых эфиров: **40**
 Количество постов и сторис с анонсами: **13** и **167** соответственно.
 Количество зрителей: **260 000+**.
 Рост продаж в интернет-магазинах «Рив Гош», «Золотое Яблоко» и Ozon: от **68%** до **7 700%**.



4000 0000 0000 0000

POCHTA BANK OLIENT



4000 0000 0000 0000

POCHTA BANK OLIENT



4000 0000 0000 0000

POCHTA BANK OLIENT

INFLUENCER-MARKETING

ПОЧТА БАНК

В коллаборации с блогерами мы реализовывали 2 проекта:

- ★ **Приложение «Почта Банк».** Привлечение молодой аудитории к скачиванию;
- ★ **Кредитование.** Продвижению услуги «Кредит на строительство».

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Приложение «Почта Банк»:

Количество установок приложения: **1 500.**

Охваты: публикации в ленте — **191 142**; сторис — **35 450.**

Услуга кредитования:

Охваты: публикации в ленте — **381 600**; сторис — **90 629.**

Периоды: июнь 2021 – октябрь 2021

PRODUCTION / АЙДЕНТИКА

ГК РОСТ

Минимализм, яркость, простота — три главных характеристики **ГК Рост**, на которые мы ориентировались в процессе создания визуальной стилистики и фотостила для бренда.

Периоды: май 2021 – октябрь 2021

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Для ГК Рост были созданы визуальная айдентика и материалы для оформления аккаунтов в социальных сетях (на основе съемки, проведенной по авторскому концепту).



SMM/PRODUCTION/ТАРГЕТИРОВАННАЯ
РЕКЛАМА/INFLUENCER-МАРКЕТИНГ

BANDI RUSSIA

BANDI — лидер профессионального рынка ногтевой косметики из Кореи.

Для продвижения компании, разрабатывающей экологичные нейл-продукты, мы использовали комплексный подход.

Периоды: январь 2021 – декабрь 2021

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Суммарный охват за полгода сотрудничества по 5 рекламным кампаниям: **1 000 000+**

Показы в социальной сети: **2 350 901**.

Снижение стоимости целевых действий в РК на лидогенерацию: **в 2,5 раза.**

PRODUCTION

PERFECT DERMA

В работе с брендом **Perfect Derma** мы ориентировались на две ключевые задачи: при запуске продукта на российском рынке подчеркнуть аптечность средств, не переходя в категорию лечебной косметики: уйти от ассоциации с этническими индийскими корнями бренда.

Периоды: апрель 2021 – июнь 2021

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Для бренда Perfect Derma была проведена съемка по авторскому концепту.

PERFORMANCE - MARKETING

AGE OF INNOCENCE

Продвижение европейского бренда премиальной обуви **на рынках Америки, Азии, ОАЭ, UK и Middle East**. Для каждого региона были подготовлены креативы с учетом особенностей его культуры.

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Увеличение объема продаж на **30%** благодаря настройке и оптимизации связки между FB/IG и Google (контекст).

Периоды: июль 2021 – май 2022

SMM / PRODUCTION / INFLUENCER-MARKETING

ЖАЖДА КРОВИ

С мясным рестораном премиум-класса «Жажда крови» мы работали с самого открытия: провели масштабную рекламную кампанию, приуроченную к старту работ, после чего работали над формированием и поддержанием имиджа.

Периоды: сентябрь 2019 – июль 2022

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Количество просмотров контента: за год активного постинга — **11 465 374**; за новый период — **564 674**

Количество подписок: **30 000+**

Увеличение охватов после спада на фоне блокировки Instagram: **с 3 168 до 20 027** (апрель-май 2022)

Охват influence-кампании: **9 000 000+**

ИССЛЕДОВАНИЯ

ИССЛЕДОВАНИЕ

НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ BEAUTY-ИНДУСТРИИ

Даты: май — июнь 2020 года

ЦА: женщины, 18-40 лет

[Подробнее — на сайте.](#)

РЕЗУЛЬТАТЫ:

В период самоизоляции потребители стали **чаще покупать уходовую, а не декоративную косметику.**

Поиск косметики чаще всего **начинается с просмотра видеообзоров в интернете.**

Популярность онлайн-шопинга продолжит расти и после пандемии.



ИЗМЕНЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ И ВЛИЯНИЕ СОЦСЕТЕЙ НА ПОКУПКУ КОСМЕТИКИ В 2021 ГОДУ

BEAUTY 2.0

Даты: апрель 2021 года (продолжение исследования «Красота во время пандемии»)

ЦА: женщины, 18-40 лет

[Подробнее — на сайте.](#)

РЕЗУЛЬТАТЫ:

В период самоизоляции потребители стали **чаще покупать уходовую, а не декоративную косметику.**

Поиск косметики чаще всего **начинается с просмотра видеообзоров в интернете.**

Популярность онлайн-шопинга продолжит расти и после пандемии.

ИССЛЕДОВАНИЕ

ED-ТЕСН ДЛИННОЙ В ЖИЗНЬ

Даты: март-апрель 2022 года

ЦА: женщины и мужчины, 18-55 лет, проходившие обучение на курсах.

[Подробнее — на сайте.](#)

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Чаще всего курсы проходят для **повышения квалификации и расширения компетенций.**

3 самых популярных образовательных направления — **иностраннные языки, менеджмент/управление, IT/программирование.**

Гарантированное трудоустройство и поддержка со стороны преподавателей/однокурсников мотивируют не бросать курсы.

ИССЛЕДОВАНИЕ

РИТЕЙЛ И БРЕНДЫ

Даты: август 2021 года

ЦА: женщины и мужчины, 18-55 лет

[Подробнее — на сайте.](#)

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Покупать продукты аудитория предпочитает офлайн (относится и к мелким, и к крупным закупкам);

При выборе магазина большинство покупателей **ориентируется на уровень цен, ассортимент и близость к дому.**

Собственные мобильные приложения и листовки/брошюры — самые популярные источники информации от магазинов.

НАШИ БЛОГИ

⇒ [MIGEL AGENCY MAGAZINE](#)

⇒ [UNO.DOS.TRENDS/БЛОГ](#)

⇒ [Дарья Мигель \(VC\)](#)

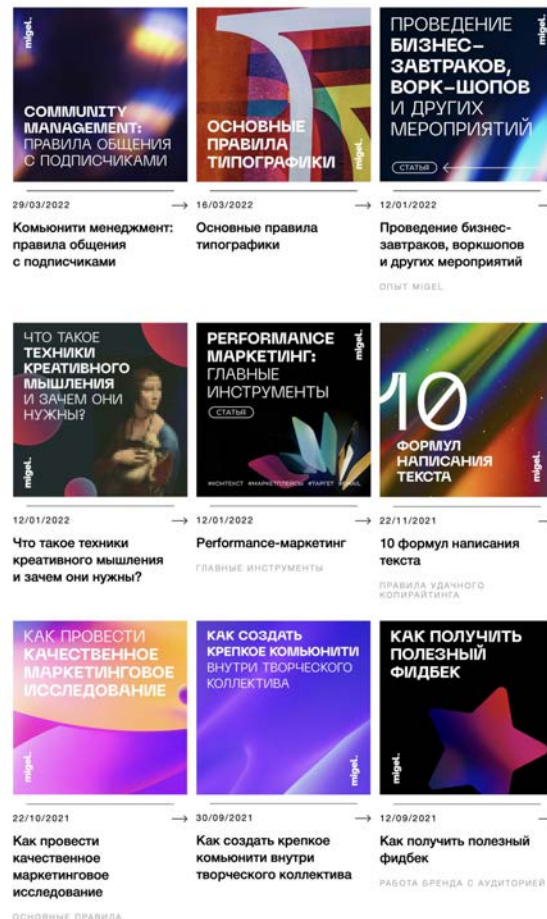
⇒ [Дарья Мигель \(Sostav\)](#)

За 2021 и 2022 год мы опубликовали более **80 материалов**, нас читает порядка 5000 человек, провели более **15 мероприятий** с совокупной аудиторией более **10 000 слушателей**.



Social e-commerce: популярные механики, советы брендам

Вы когда-нибудь слышали, что скроллите ленту маркетплейса, как будто Amazon, ASOS или Ozon Instagram? Если да, скорее всего, вы обрадовались: в этом вы не одиноки. И маркетплейс — это не только аудитория, но и возможность заработать. Как это сделать? В этой статье мы расскажем, как это сделать, пока в социальных сетях у продавцов e-commerce обвалились собственные...



СТАТЬИ В СМИ

- 1) Есть контакт: какие каналы коммуникации выбрать офлайн-магазинам, чтобы сохранить близость к клиенту (Cossa)
- 2) **Спецпроект «Digital в медиабизнесе».** Гайд по продвижению в подкастах и использованию аудиорекламы в интернете (Cossa)
- 3) Пять способов увеличить продажи на маркетплейсе (MarketMedia)
- 4) Чего от дополнительного образования ждут миллениалы и поколение X (Quokka media)
- 5) Какие каналы коммуникации использовать магазинам: мнение аудитории (CMS magazine)
- 6) Лиды и лидогенерация: как бизнесу привлекать потенциальных покупателей (Roistat.Blog)
- 7) Опрос показал, что россияне испытывают стресс при офлайн-шопинге, но все равно идут в супермаркеты (Rusbase)

Cossa

[← на главную спецпроекта](#)

Гайд по продвижению в подкастах и использованию аудиорекламы в интернете

Как сделать так, чтобы аудитория в прямом смысле услышала сообщение бренда? Специалисты MIGEL AGENCY составили подробный гайд по диджитал-аудиорекламе.



migel.

MIGEL.AGENCY

КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО

**Готовы ответить на ваши вопросы
и приступить к работе**

info@migel.agency

www.migel.agency

+ 7 (495) 177-57-21

Москва, ул. Садовническая, 9.



[MIGEL.AGENCY](#)



[Яндекс.Дзен](#)



[TikTok](#)



[Telegram](#)



[Facebook](#)



[Вконтакте](#)



[Instagram](#)



[VC.ru](#)