

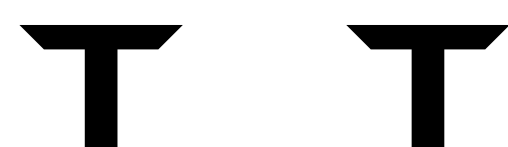
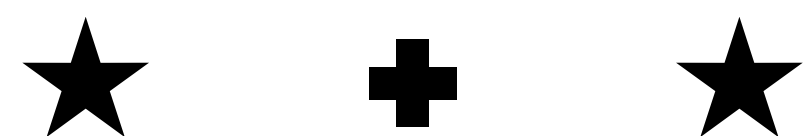


З Д Р А В С Т В У Й Т Е





УСЛУГИ



БРЕНДИНГ

- Аудит бренда
- Дизайн упаковки
- Копирайт
- Брендбук
- Позиционирование бренда
- Визуальная идентификация бренда



БРЕНД-КОММУНИКАЦИИ

- Коммуникационные стратегии
- Рекламные концепции
- Медиастратегии / Медиапланирование
- Креативный макет
- Презентационные материалы
- POSm



ПРОДАКШН

- Видеоролики
- Компьютерная графика и анимация
- Аудиоролики



КОМПАНИЯ

● Москва

Екатеринбург ●

● Тюмень

Мы команда TigerTiger — яркое имя в рекламных коммуникациях

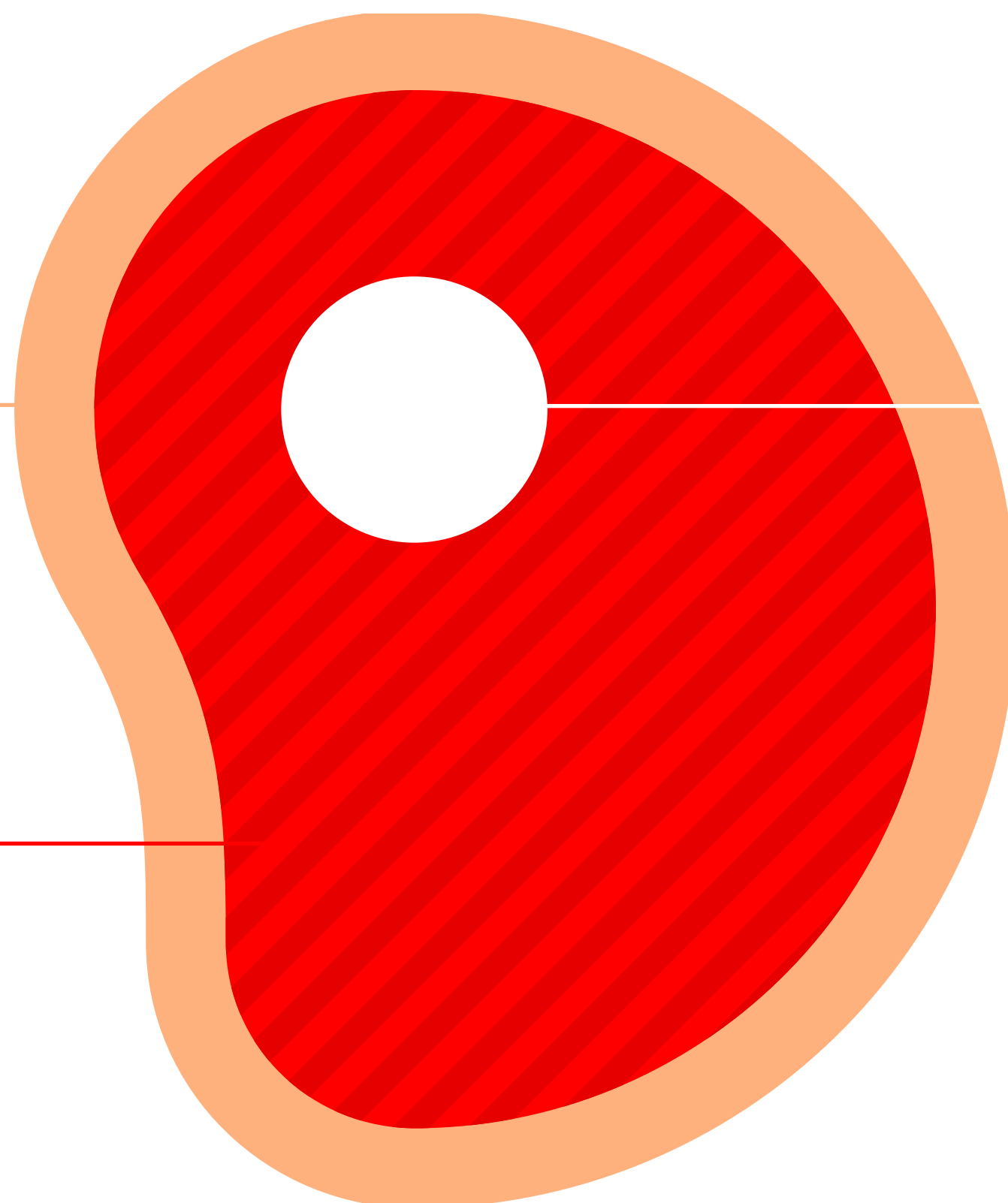
За 9 лет работы мы накопили богатый опыт, который транслируем на новые проекты, делая их еще успешнее.



ЭФФЕКТИВНОЕ РЕШЕНИЕ

Яркая идея
с высоким KPI

Решения
не противоречат
концепции бренда



Понимание потребителя,
конкурентов, рынка
с точки зрения бизнеса



ШТАТ СПЕЦИАЛИСТОВ

АККАУНТ-МЕНЕДЖЕРЫ

Всегда на связи и соблюдают интересы клиента в агентстве

МАРКЕТОЛОГ

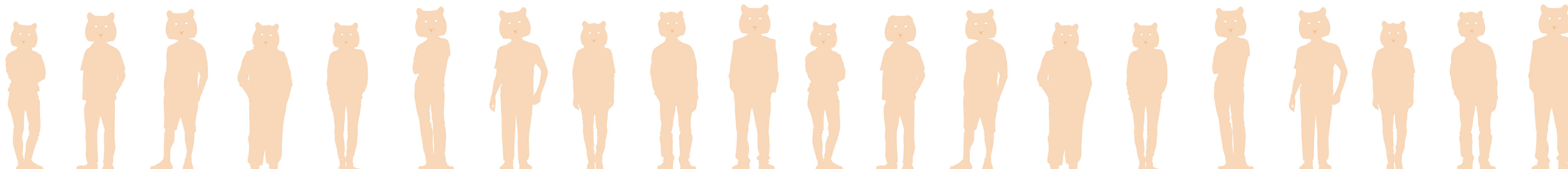
Помогает формулировать задачи коммуникации, определяет требования для создания эффективных решений

БРЕНД-СТРАТЕГ

Формирует стратегическую платформу коммуникации

КОПИРАЙТЕРЫ

Разрабатывают идею в рамках коммуникации



АРТ-ДИРЕКТОРА

Руководят дизайнерами, знают как визуализировать идею интересно и понятно для потребителя

ДИЗАЙНЕРЫ

Профессионалы с развитым художественным чутьём, которые знают как сделать картинку «вкусной»

ПРОДЮССЕР

Любые нестандартные активности проходят на «отлично», когда их круглосуточно контролирует специалист

МЕДИАПЛАНЕР

Формирует стратегию размещения для достижения максимального эффекта от медиабюджета

МЕДИАБАЙЕРЫ

Договариваются о лучших ценах на размещение в лучших местах



ЧТО ПОЛУЧАЮТ НАШИ КЛЕНТЫ

КОМПЛЕКСНЫЕ РЕШЕНИЯ 360°

Полностью разработаны под задачу клиента. ATL, BTL, Digital с единой концепцией и синергетическим эффектом.

РЕЗУЛЬТАТ,

благодаря сочетанию маркетинга, креатива и отраслевого опыта.

KILLER CAMPAINGS —

идеи, которые не могут не выстрелить и всегда дают эффект.



ЧТО ПОЛУЧАЮТ НАШИ КЛЕНТЫ

КОМАНДУ,

которая полностью погружена в проект и понимает специфику бизнеса клиента.

ВРЕМЯ

для решения других стратегически важных задач. Любые вопросы в области наших компетенций мы берём на себя, даже если они лежат за рамками проекта.

ПУНКТУАЛЬНОСТЬ

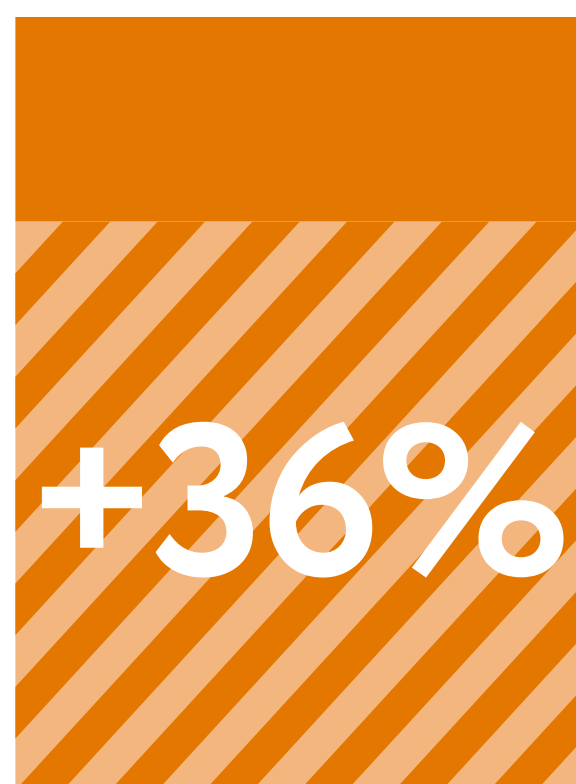
Презентация решений точно в срок.

УДОВОЛЬСТВИЕ

Мы создаём проекты, за которые клиенты испытывают гордость.



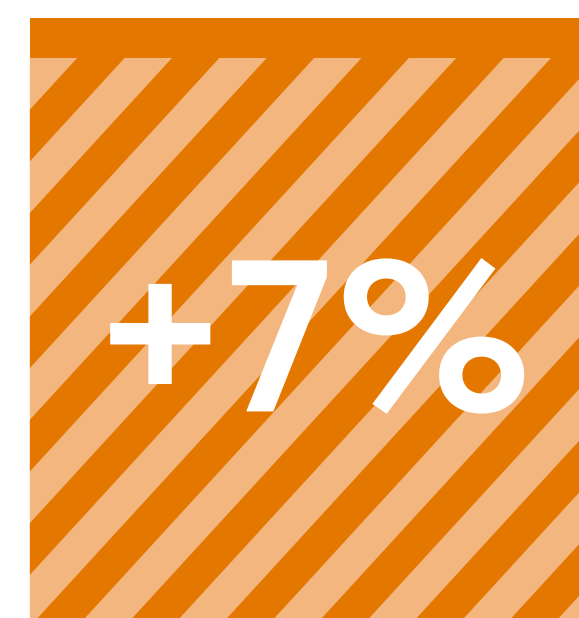
ЭФФЕКТ



Увеличение
уровня знаний
в среднем



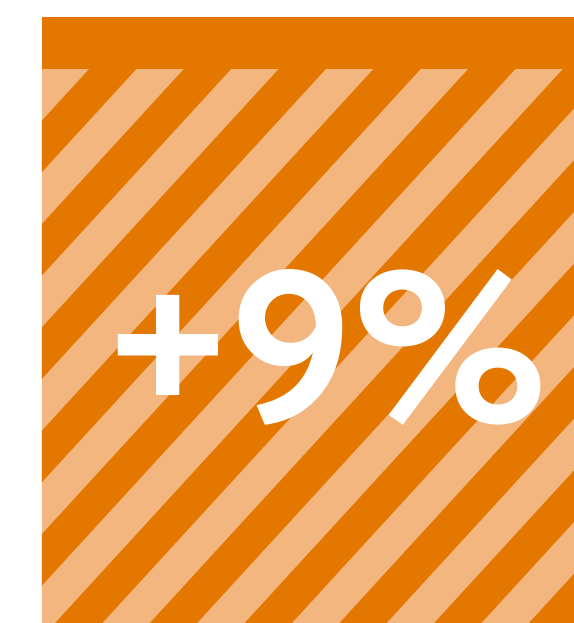
Рост
лояльности
(NPS)



Прирост
доли рынка



Снижение
стоимости
привлечённого
клиента



Увеличение
маржинальной
прибыли



КЕЙСЫ



ЧЕМПИОН ПАРК

Перед агентством была поставлена задача продвижения ЖК «Чемпион Парк» и донесения его ключевых преимуществ.

Жилой комплекс расположен рядом с парком, при этом одним из его главных преимуществ считаются виды из окна — дома имеют по 37 этажей.

Именно от этого и оттолкнулась команда TigerTiger, построив на нём яркую рекламную кампанию. В рамках концепции мы придумали уникальные *дивные виды спорта*, каждый из которых олицетворяет особенности домов.



НКС
АГЕНТСТВО НЕДВИЖИМОСТИ

Жилой комплекс
**ЧЕМПИОН
ПАРК**
БЕСШУМНЫЕ
СКОРОСТНЫЕ
ЛИФТЫ
232-96-96

ГОНКИ ПО ВЕРТИКАЛИ



СИНХРОННОЕ ЛЮБОВАНИЕ

Жилой комплекс
**ЧЕМПИОН
ПАРК**
ПАНОРАМНЫЕ
ВИДЫ
из своей квартиры
232-96-96

3289082



← УЛИЦА →
8 МАРТА

Жилой комплекс
**ЧЕМПИОН
ПАРК**
ВМЕСТИТЕЛЬНЫЙ
ПОДЗЕМНЫЙ
ПАРКИНГ
232-96-96

ПОДЗЕМНЫЙ БОКС

268
69-69

268
69-69

ВСЕ ТОЛЬКО НАЧИНАЕТСЯ!



PRINZIP
НЕДВИЖИМОСТЬ



Перед нашим агентством встала задача разработать универсальную и масштабную рекламную концепцию для известного в Екатеринбурге застройщика, которая объединит продвижение объектов и общего бренда.

Необходимо было увеличить знание и сформировать уникальные образы объектов, как среди ЦА, так и вне её.

В итоге родилась рекламная идея, в которой используется ряд ёмких слов — мотивирующих глаголов, призывающих к чему-то хорошему и положительному. Каждый из сообщений заключает в себе определённые эмоции, через которые доносятся преимущества домов застройщика.

В результате рекламная кампания сформировала особую атмосферу домов PRINZIPа и новое мировоззрение, свойственное жильцам. Все характеристики домов и компании в целом были приведены к единому яркому знаменателю.





TIGERTIGER

ОТЛИЧАЙТЕСЬ

PRINZIP

ДОМА АРХИТЕКТУРЫ НЬЮ-ЙОРКА

286-76-05



TIGERTIGER 236 55 55



даВинчи

Стояла задача представить жилой дом «Да Винчи» в выгодном свете, сформировать его положительный образ среди целевой аудитории и донести его характеристики в интересной форме.



да Винчи
ДОМ,
ОПЕРЕДИВШИЙ
ВРЕМЯ

двухслойная
звукоизоляция

282-2222

Решением стала рекламная концепция, в которой мы объединили классику и современные достижения. «Да Винчи» был преподнесён как дом, который опередил своё время, подобно великому мастеру Возрождения.

По замыслу, дом вобрал всё лучшее из прошлого (архитектура, статусность, отношение к жильцам) и при этом идёт впереди других в отношении технологий.



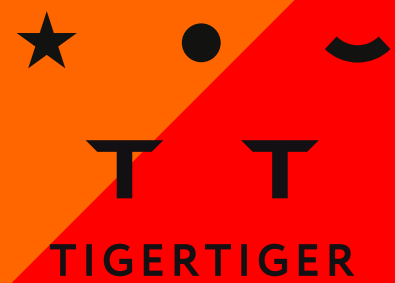
да Винчи
ДОМ,
ОПЕРЕДИВШИЙ
ВРЕМЯ

«УМНЫЙ ДОМ»
И ПЕРЕДОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

282-2222



Трубиня Мотел



ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС
ЛИГА ЧЕМПИОНОВ



**ВЫХОДИМ
НА ПОЛЕ**

Парк
рядом с домом

ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС
ЛИГА ЧЕМПИОНОВ

Ясная-Шаумяна
232-96-96

Необходимо было решить задачу продвижения ЖК «Лига Чемпионов», рассказать о его особенностях, скидочных акциях и в результате повысить продажи квартир.

Мы разработали серийную рекламную кампанию, которая рассказала аудитории о преимуществах ЖК в интересной форме. В основу концепции легло название жилого комплекса.

В ней соединились футбольная стилистика и образы, связанные с домом и парком поблизости. Каждая из характеристик жилого комплекса передаётся через ёмкий позитивный слоган и визуал с чемпионским и одновременно «парковым» колоритом.

ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС
ЛИГА ЧЕМПИОНОВ

РЕЗУЛЬТАТИВНАЯ ПЕРЕДАЧА

КЛЮЧИ
ОТ КВАРТИРЫ
СРАЗУ

— Ясная-Шаумяна —

232-96-96



ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС
ЛИГА ЧЕМПИОНОВ

10 МИНУТ ДО ЦЕНТРА

**Ясная-
Шаумяна**

232-96-96



TIGERTIGER



ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС
ЛИГА ЧЕМПИОНОВ

ТРИБУНЫ АПЛОДИРУЮТ

Скидка
на двушку

Ясная-Шаумяна

232-96-96

230 000 ₽

*при полной оплате



MO
NO
DOM
на Малом

Monodom — это камерный дом бизнес класса в классическом районе Петербурга, на Васильевском острове. Дом создан по последним технологиям и, как подобает бизнес-классу, здесь предлагаются к приобретению качественные квартиры больших метражей.

Нашей задачей стала разработка креативной концепции для продвижения больших квартир и коммерческих площадей. В качестве аудитории были выбраны люди, уже живущие или работающие на Васильевском острове и желающие улучшить свои условия.



В основу идеи мы положили общепринятое сокращение для Васильевского острова: «В.О.» Эти буквы стали своеобразной рамкой, через которую потребители видят преимущества объекта. Аббревиатура придаёт решению загадочности и, с другой стороны, намекает на место и настроение. Таким образом, мы обращаемся к знающим людям, для которых эти буквы не пустой звук.

Слоганы рекламной кампании строятся на игре понятий большого и малого, которые олицетворяют преимущество (большие площади) и местоположение дома (Малый проспект Васильевского острова).





T T
TIGERTIGER



ВАСИЛЕОСТРОВСКАЯ



ВАСИЛЕОСТРОВСКАЯ

Vasileostrovskaya Metro Station

Большие
на Малом

Квартиры и коммерческие помещения

245-6000



MO
NO
DOM

СПб, Малый пр. В. О, 43/14А, 000 «Альфа»
Проектная декларация: pobolodov.spb.ru



Основными носителями рекламной кампании стали билборды, конструкции в питерском метро и лайтбоксы. Размещение в Петербурге уже стартовало и жители города могут увидеть нашу работу.

Вагон не оборудован
кондиционером



М В МЕТРО
WWW.VMETRO

Большие на Малом

Квартиры и коммерческие помещения

245-6000

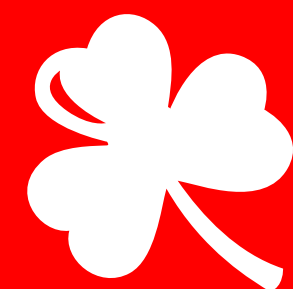


MONODOM

на Малом

СПб, Малый пр. В. О, 63/14А. ООО «Альфа».
Проектная декларация: monodom.spb.ru





Талицкие молочные фермы

ЗАДАЧА

Разработать идею рекламной кампании по следующим требованиям:

- Соответствие внешнего образа продукта его эмоциональному/слуховому восприятию;
- Максимальная отстройка от конкурентного окружения;
- Отстройка внутри ассортиментного портфеля от ТМ «Деревенское».

ИДЕЯ

Разработана необычная концепция, в рамках которой «Талицкие облака» представляются как «легкомолочные продукты».

Мы сформировали новую категорию, созданную специально для торговой марки.



- + ●
T T
TIGERTIGER

Соединив два главных свойства с образностью названия, мы сформулировали продуктовый слоган линейки: «Талицкие облака. Густые, но лёгкие». Так и родился ключевой рекламный персонаж — забавное анимированное Облачко. Этот образ используется во всех видах коммуникации.

Посредством выбранных образов и сообщений нам не только удалось сообщить о новой линейке, но и доступно и ярко объяснить потребителю полезность продукции, её консистенцию и термостатную суть.

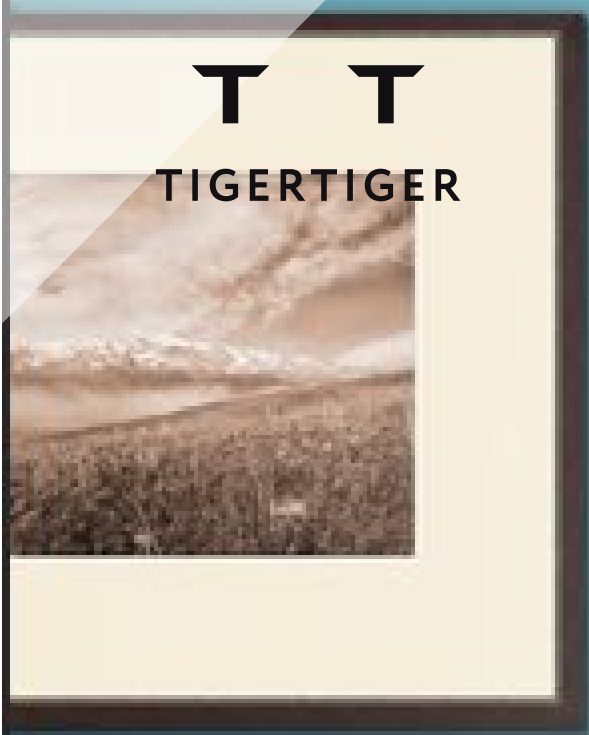
Ключевым каналом коммуникации стало телевидение, где были размещены три игровых ролика. Видеоряд сопровождается эмоциями персонажа — Облачка. Затем ролики были размещены на площадках в интернете.



IKEA



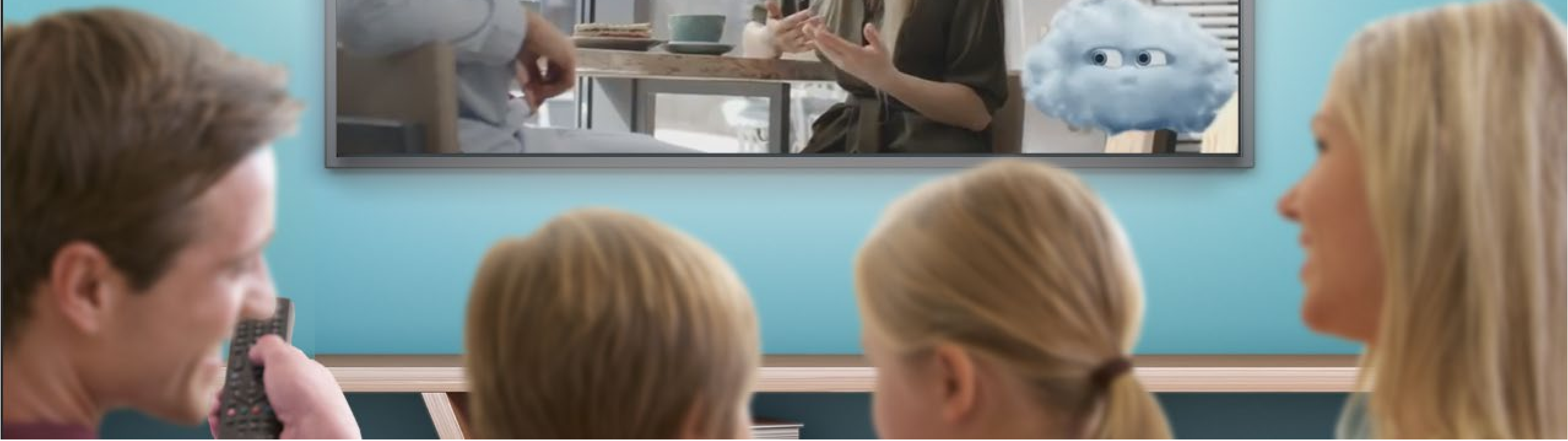
19-23



[Про сметану](#)

[Про йогурт](#)

[Про кефир](#)



Густые но лёгкие





TIGERTIGER

ИЦКОЕ
ЛОКО





Отдельным проектом в рамках рекламной кампании стала для нас разработка дизайна транспорта — автомобилей, доставляющих легкомолочные продукты людям.





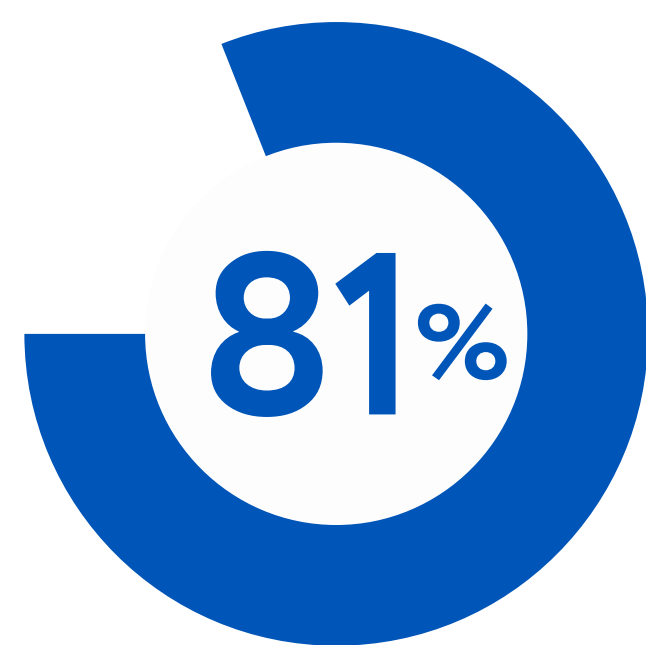
Окупаемость
рекламной
кампании



Рост продаж



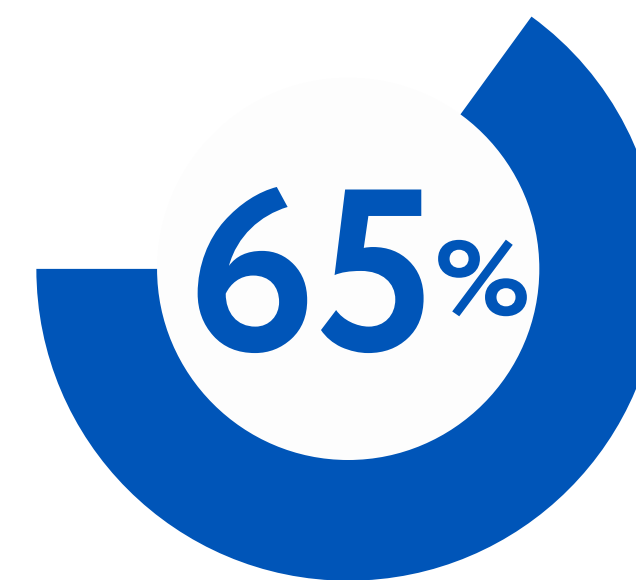
Узнаваемость
бренда по итогам
кампании



Охват ПК

> 5 000 000

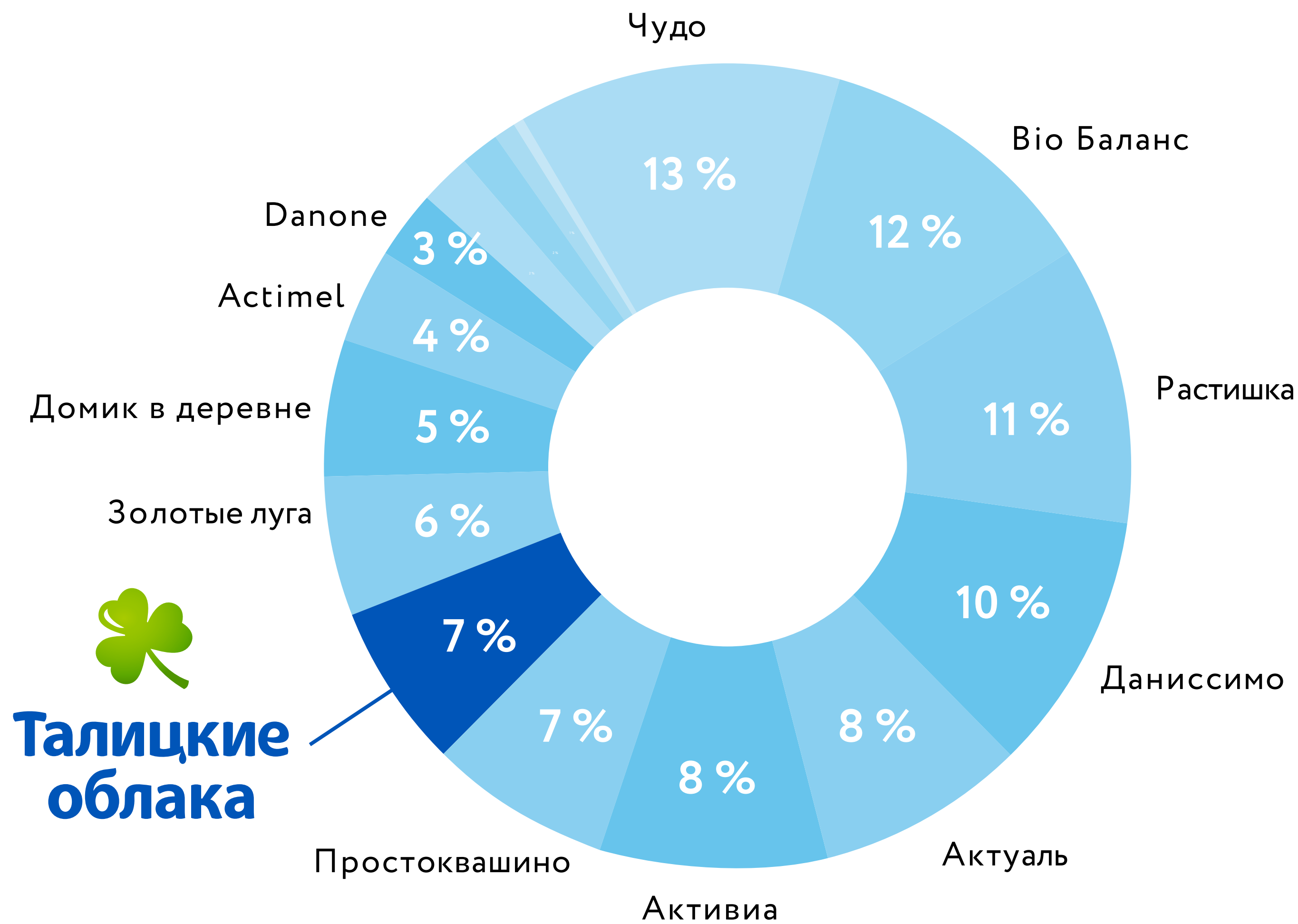
Контактов с ЦА



Просмотренных
до конца роликов
(в интернете)

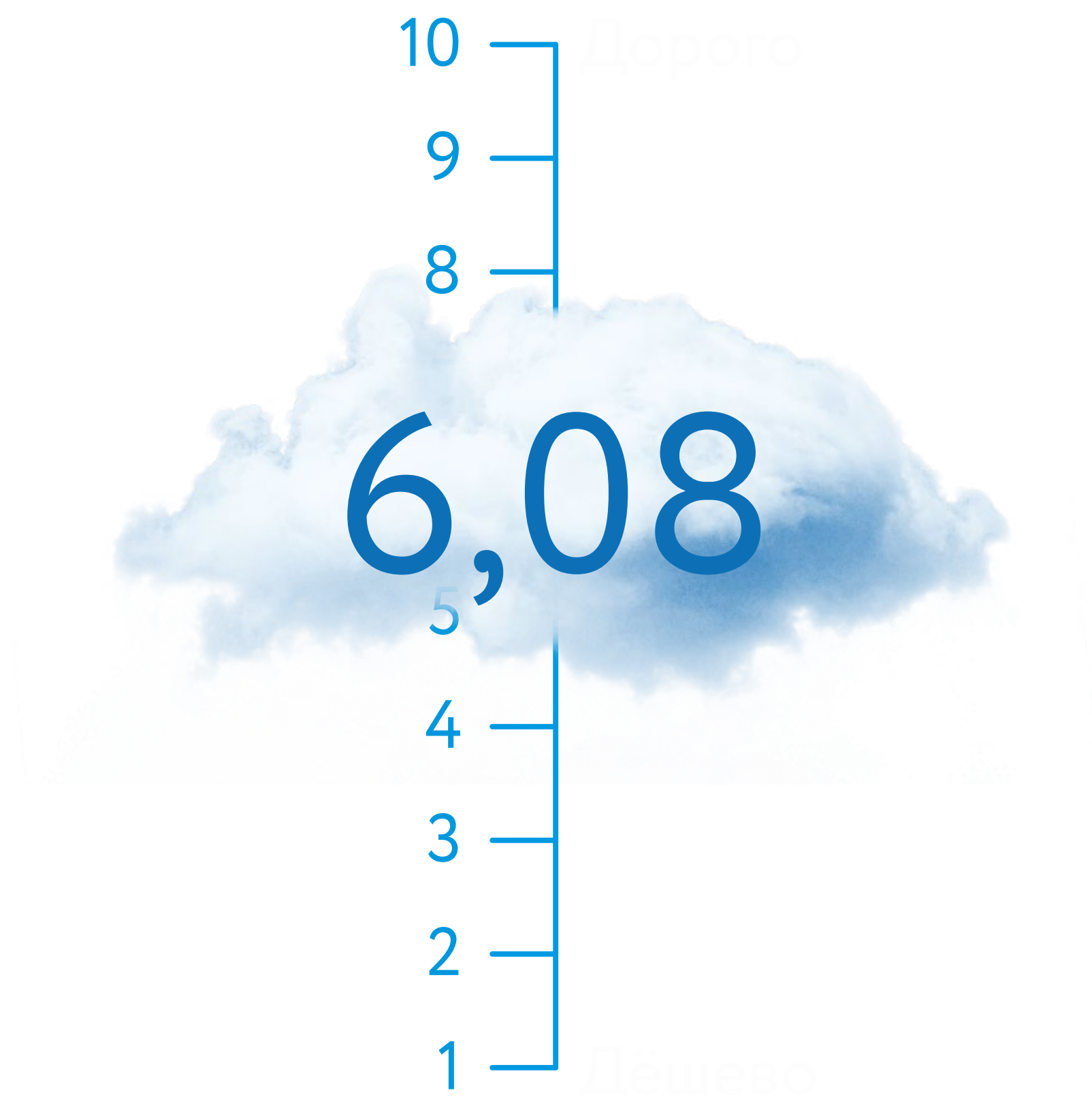


SHARE OF VOICE (ЕКБ)





ОЦЕНКА СТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ



АССОЦИАЦИИ С ТОРГОВОЙ МАРКОЙ*

Лёгкость

16,9%

Воздушность облака

Среди осведомлённых о марке





Творог «Моё любимое лето» — один из продуктов компании «Любимый город», известного в Поволжье производителя молочной продукции.

Задача, поставленная перед нами, предполагала повышение покупательской активности в отношении продукта, чтобы люди лучше его узнавали и хотели попробовать.

Творог «Моё любимое лето», по нашей задумке, сравнивается с сокровищем, ведь он обладает «драгоценным» вкусом и консистенцией.

В поддержку ТВ-ролика мы разработали креативное решение, которое раскладывается на различные носители наружной и печатной рекламы.



TIGERTIGER

Творог высшей пробы

Йогурты питьевые

Творог 0.5%

Творог 5%



Творог высшей пробы

Творог 0.5%

Творог 5%

TIGERTIGER



[Посмотреть ролик](#)







Козьи сыры «COEUR du nord» — продукт холдинга «УГМК Агро», одного из крупнейших производителей молока Свердловской области. Для их производства компания построила под Екатеринбургом первую на Урале козоводческую ферму. Из Франции были специально привезены 1000 чистопородных альпийских коз.

Технологию производства сыров разрабатывали французские специалисты в соответствии с оригинальными рецептурами и технологическими особенностями.



Перед специалистами нашего агентства была поставлена задача разработать интересную и эффективную рекламную кампанию для вывода линейки козьих сыров на рынок. После тщательного анализа ситуации мы сформулировали инсайт, который звучит так:

«Я хорошо и вкусно питаюсь, но порой на моем столе не хватает чего-то особенного».

На основе инсайта мы разработали идею. Особый, изысканный вкус козьего сыра превратит каждый приём еды в маленький праздник, даже если повода для него на этот раз нет. «COEUR du nord» подаётся как нетривиальный и приятный подарок, редкий и эксклюзивный продукт, который можно преподнести даже в самых особых случаях.



Для праздника
не нужен повод



Сыры французских коз



Чтобы продукт смотрелся идеально на любом рекламном носителе, мы организовали и провели специальную фотосессию с привлечением фуд-стилиста и фотостудии, специализирующейся на съёмке продуктов питания.

Получившиеся фотографии используются, в частности, во всех рекламных визуалах.

В поддержку рекламной кампании мы разработали дизайн лендинг-страницы и реализовали проект в интернете при помощи наших диджитал-партнёров.

Пользователь интернета, посетивший сайт, вовлекается в интерактив, попадая в атмосферу маленького праздника.

При дизайне сайта мы подошли предельно внимательно к каждому элементу, каждой иконке. За счёт технологии паралакса мы придали изображениям эффект глубины. В итоге продукт подаётся максимально вкусно, а страница привлекает взгляд потребителя.





-
-
-
-



Camembert

COEUR du nord

из козьего молока



Ниагара

НАЦИОНАЛЬНАЯ ВОДНАЯ КОМПАНИЯ



«Niagara Premium» – уникальная природная вода высшей категории качества, обладающая особым сбалансированным составом полезных микро и макроэлементов.

Специалистам TigerTiger была поставлена задача – через этикетку донести до аудитории полезность воды высшей категории, показать её премиальность и сформировать у потребителя мнение, что, выбирая «Ниагару премиум», он заботится о своём здоровье.

В дизайне этикетки использована линейная графика, напоминающая круги на воде. Этикетка имеет прозрачную основу, намекая тем самым на чистоту продукта и его пользу. В результате, само название торговой марки как бы написано чистой природной водой.



NIAGARA
PREMIUM
АРТЕЗИАНСКАЯ ВОДА
ВЫСШЕЙ КАТЕГОРИИ

ВОДА	Состав	Свойства	Минералы	Срок годности	Возможные противопоказания
Артезианская вода	Вода	Сладкая	Содержит минералы	12 месяцев	Нет
Содержит минералы	Содержит минералы	Сладкая	Содержит минералы	12 месяцев	Нет
Содержит минералы	Содержит минералы	Сладкая	Содержит минералы	12 месяцев	Нет





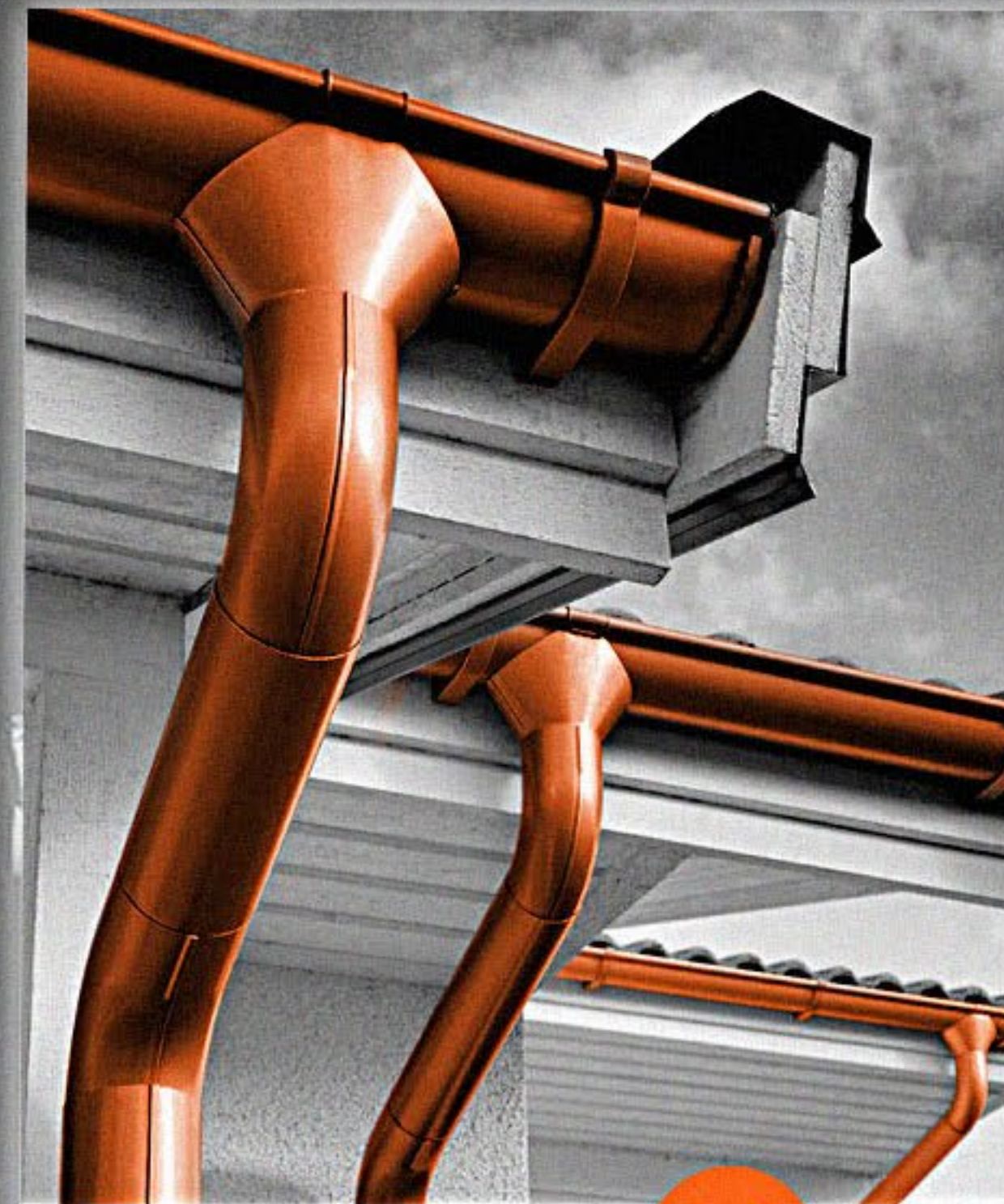


ЗАДАЧА

Разработать бренд для регионального производителя водосточных систем для выхода на российский и европейский рынки.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Под данным брендом продукция вышла на полки Санкт-Петербурга, Москвы, Крыма.



УПРАВЛЯЙ СТИХИЕЙ

**BAUFORT**
ВОДОСТОЧНЫЕ
СИСТЕМЫ





TIGERTIGER





Барьеро

ЗАДАЧА

Рассказать потребителю, что колбасы «Барьево» это современные технологии, но традиционный вкус.

ИДЕЯ

Показать в оригинальной форме стимпанк, что основатель производства, несмотря на всю любовь к инновациям, всегда уделял внимание традициям вкуса.





[Кинохроника из Барьево](#)

TIGERTIGER



Барьево



Барьево



Барьево



TIGERTIGER





МАРГИ



ЗАДАЧА

привлечь внимание к новой линейке полезных хлебобулочных изделий.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Рекламная кампания позволила привлечь внимание к торговой марке.

Продажи по различным SKU выросли от 24 до 47 %

МАРГИ

Заботится о твоей красоте!

- ✓ **ОБОГАЩЕН КЛЕТЧАТКОЙ**
- ✓ **СОДЕРЖИТ ВИТАМИНЫ**

марги.рф

Багет с отрубями

Источник красоты

150g масса

48

10А-10Б

МАРГИ

Заботится о твоём сердце!

- ✓ СНИЖАЕТ ХОЛЕСТЕРИН
- ✓ СОДЕРЖИТ КАЛИЙ И МАГНИЙ

марги.рф

Житный
Сотрубава

Источник жизненных сил

350г
МАССА



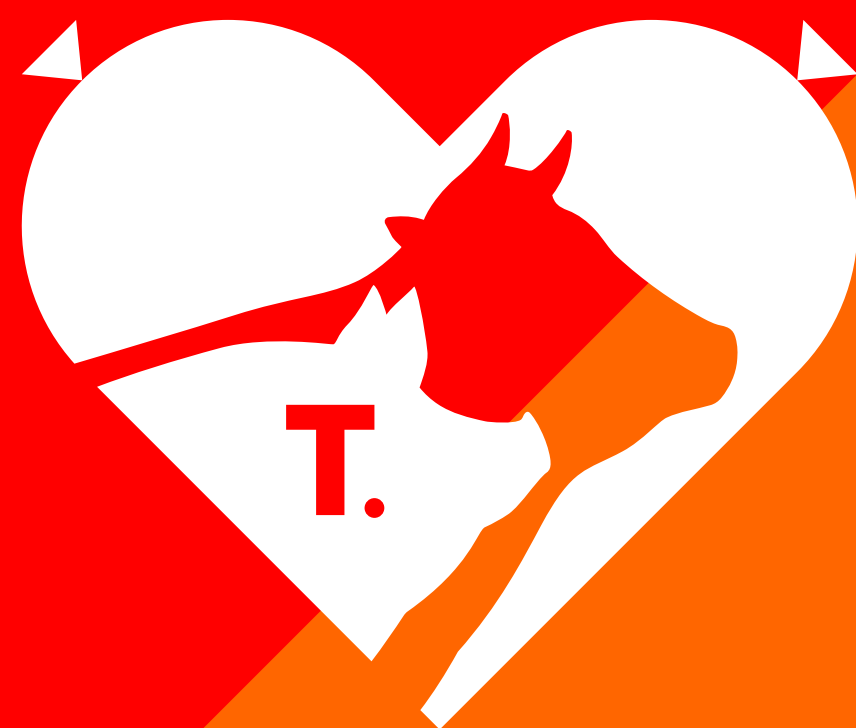


*Полезней, чем
обычный хлеб!*

- ✓ ОБОГАЩЕН КЛЕТЧАТКОЙ
- ✓ СОДЕРЖИТ ВИТАМИНЫ

марги.рф





ТАВРИЯ



Этикетки для линейки новых полуфабрикатов.

В проекте мы передали атмосферу барбекю, настроение, царящее в момент приготовления. Зелёный цвет подчёркивает свежесть продукта и выделяет его на полке.





Полуфабрикат мясной мелкокусковой бескостный категории Б - «Стейк то-текасский» СТО 0370106284-006-2015

Адрес производства 454012, Рр. Челябинск, Конный шоссе, 16
 Телефон (351) 245-40-25
 www.tavria-rus.ru

Итого нетто 2000 г

ТАВРИЯ

СТЕЙКИ ДЛЯ ЖАРКИ
 на решётке гриль

После вскрытия упаковки проследить в течение 12 часов. Продукт заморозен до готовности. Дата изготовления указана на этикетке. Продукт жарить на гриле (качараге). Рекомендованный способ приготовления: продукт жарить на гриле. Дата изготовления указана на этикетке.

Питательная ценность в 100 г продукта: белок - 12,2 г, жир - 10,2 г, углеводы - 1,1 г, энергетическая ценность/калорийность в 100 г продукта: 141 ккал/591 кДж. Сроки годности и условия хранения: при 0°Хранение: минус 18°С - 80 дней.

Состав: мясо свинины, маринад (масло растительное, вода питьевая, соль поваренная пищевая, перец горошком, чеснок, томат, уксус, картофельный, загуститель - Е412.)

4680008712011

Евробаркод

Состав: мясо свинины, маринад (масло растительное, вода питьевая, соль поваренная пищевая, перец горошком, чеснок, томат, уксус, картофельный, загуститель - Е412.)

Итого нетто 2000 г

ТАВРИЯ

ШАШАЛЫК
 для жарки на шампурах

Питательная ценность в 100 г продукта: белок - 12,2 г, жир - 10,2 г, углеводы - 1,1 г, энергетическая ценность/калорийность в 100 г продукта: 141 ккал/591 кДж. Сроки годности и условия хранения: при 0°Хранение: минус 18°С - 80 дней.

Сроки годности и условия хранения: при 0°Хранение: минус 18°С - 80 дней.





БЛАГОДАРИМ ЗА ВНИМАНИЕ

(8 343) 236-55-55

Екатеринбург, БЦ «Высоцкий», офис 4210

tiger-tiger.ru