

INK

Портфолио

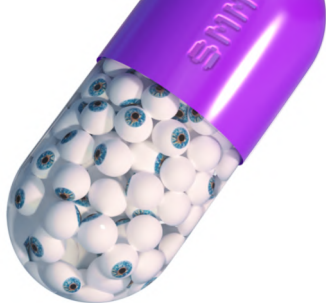
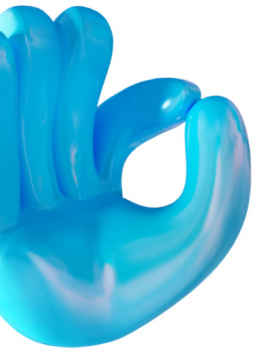
Владивосток
2022

СОДЕРЖАНИЕ

О НАС	3
НАГРАДЫ	5
НАПРАВЛЕНИЯ	6
SMM	8

DESIGN	34
CREATIVE	53
PRODUCTION	66

О НАС



Мы — коммуникационное агентство INK.
Даем старт нестандартным идеям,
эффективным стратегиям и актуальному
дизайну. Рождены в городе у моря,
а значит, наполнены морем креатива.

МЫ

- Поддерживаем комплексный подход в digital: от креативной идеи до создания цельного проекта и его продвижения
- Раскрываем продукт потребителю через SMM
- Делаем дизайн, применимый в реальных условиях
- Придерживаемся понятных и прозрачных бизнес-процессов (этапы, сроки, бюджет, коммуникация)
- Создаем креативный и эффективный контент
- Хорошо понимаем ваши потребности

НАГРАДЫ

Премия SMALL «Продакшн года»

рекламное видео
«Личный водитель»
для BlackVue

1 место

DIVO EURASIA «Люди и события»

видео «Поймай свою волну»
о серфинге
в Приморском Крае

1 место

SPECIA AWARDS «Брендинг года»

ребрендинг магазина
"Digital Hall"

2 место

SMALL «Digital проект года»

рекламная кампания для
Туристско-информационного
центра Приморского края

2 место

НАПРАВЛЕНИЯ

SMM

Стратегия присутствия
Ведение аккаунта
Создание контента
Продвижение
influence marketing

PRODUCTION

Фотопродакшн
Видеопродакшн

CREATIVE

Стратегии
Ведение

Креативные
концепции

DESIGN

Брендинг
Сопровождение

Визуальные
концепции



SIEMENS



HAVAL



Mercedes-Benz



VladLink
ИНТЕРНЕТ + ТЕЛЕВИДЕНИЕ

DIGITAL HALL

еда и
точка.



Tiko



FANCY

ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС
- С НЕГИРИ -

BLACKVUE™

SOCIAL MEDIA MARKETING

SMM

LEVI'S



Результат за последние
3 месяца:

Вовлеченность

+61,7%

Подписчики

+12,6%

Охват

+9,6%



Официальный дистрибьютор марки Levi's на Дальнем Востоке

Цель

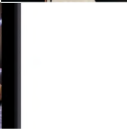
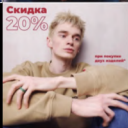
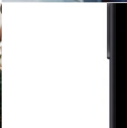
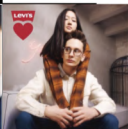
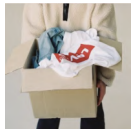
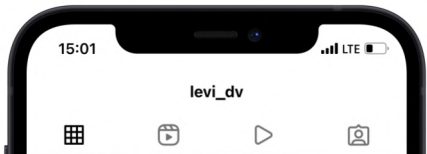
Сформировать имидж сети магазинов Levi's на Дальнем Востоке среди молодой аудитории через создание уникального визуального контента.

Увеличить число покупателей в аккаунте, охват, посещаемость и активность.

Решение

Instagram-аккаунт, поддерживающий имидж бренда.
Основной контент — ассортимент магазинов Дальнего Востока.

Мы сделали ставку на фотоконтент — образы и модели подбираются так, чтобы донести ценности Levi's до аудитории, показать одежду в естественной среде на живых людях.



VLADLINK

Сохранения

~50

Охват историй

+75%

Органические охваты

x2



Независимый интернет и ТВ провайдер Приморского края

Цель

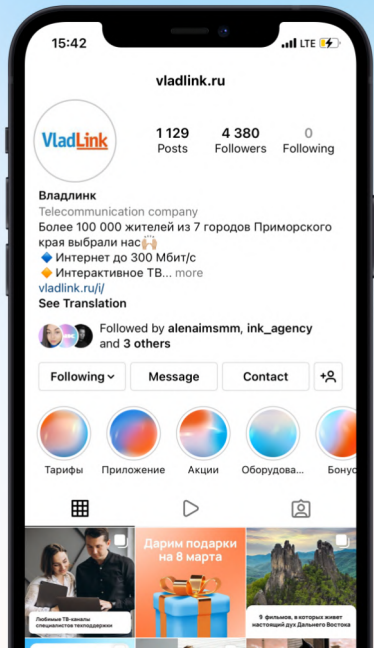
Увеличить лояльность, повысить трафик на сайт, образование и информирование аудитории.

Решение

Разработана новая визуальная концепция аккаунта, которая отвечает таким эмоциональным характеристикам: современный, честный, заботливый, открытый, понятный.

Увеличение лояльности аудитории за счет постов и историй с игровыми механиками, оперативной обратной связи и такой полезной информацией.

Настроен таргет для повышения трафика на сайт.





DIGITAL HALL



Магазин современной цифровой техники класса Hi-Fi и Hi-End

Цель

Запустить имиджевый Instagram-аккаунт магазина, подчеркнув основные ценности: экспертность, эксклюзивность, высокое качество сервиса. Профессионально рассказать о дорогой технике и эстетично ее показать.

Решение

- Для создания эффектного визуала и демонстрации техники, мы привлекаем к съемкам моделей, стилистов и имиджмейкеров. Они создают образы, подчеркивающие премиальность бренда.
- Создали уникальные макеты, разработанные на основе нового брендинга.



DH

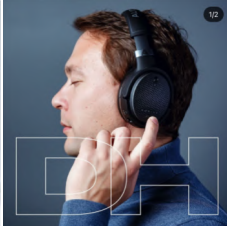
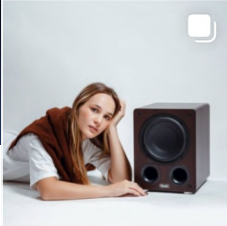
Беспроводная колонка
Bang & Olufsen



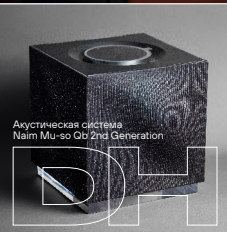
Firmo Clac
Technology

DH

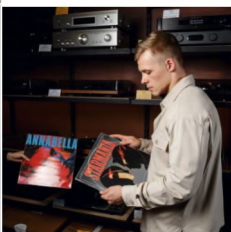
**Mytek
Manhattan DAC II**



1/2



Акустическая система
Naim Mu-so Qb 2nd Generation



НОВОГОДНИЙ
ПЛЕЙЛИСТ

DH



СКИДКИ ДО 30%

DH

НОВОГОДНЯЯ РАСПРОДАЖА ТЕЛЕВИЗОРОВ LOEWE



Телевизоры

DH

**LED ЖК Телевизор
Samsung UE50AU9010UXRU**



Сетевой
аудиоплеер

DH

**Cocktail
Audio X14**



DH 27 November 2021 13:39

- 30% Собери свой комплект!

DH

Чёрная пятница
в Digital hall



Boost Highlight More

DH 28 May 2021 09:22

DIGITAL-HALL
ГРАФИК РАБОТЫ

🕒 ПН-СБ 10:00 - 19:00

🕒 ВС 11:00 - 18:00

ПРИЯТНЫХ ПОКУПОК!



Boost Highlight More

DH 16 November 2021 14:04

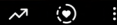
ГДЕ ЛУЧШЕ СМОТРЕТЬ
КИНО?

(A) Кинотеатр

(B) Дом

(C) В телефоне

(D) Уличный кинотеатр



Boost Highlight More

Результаты с февраля 2020:

Постов

>680

Историй

>1480

Съёмок и фотосессий

>20

2

место в номинации «Брендинг года» премии SPECIA Awards за ребрендинг магазина Digital Hall в 2021 году.

VISIT PRIMORYE



Результаты за последние 3 месяца:

Охват

+29,4%

Вовлечённость

+90,7%

Подписчиков

+200



VISIT
PRIMORYE

Туристско-информационный центр Приморского края

Цель

Развитие внутреннего туризма
и раскрытие потенциала Приморского Края.

Решение

Instagram-аккаунт как туристический портал с полезной информацией. Использование фото- и видео-контента от подписчиков.

- Интерактивный контент
- Подборки «где поесть», «где остановиться», «чем заняться»
- Факты и история края

NISSAN

Лайки

~350

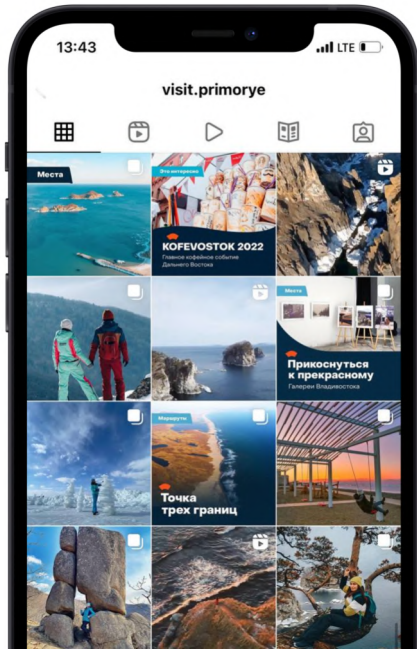
Вовлечённость

+90,7%

Охват

+29,4%







Официальный дилерский центр Nissan в Приморском крае

Цель

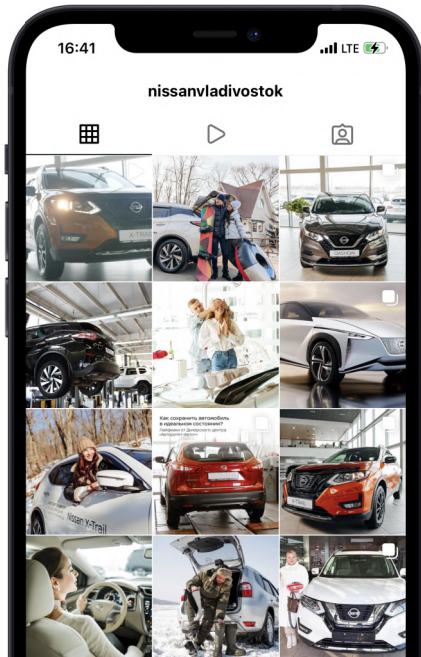
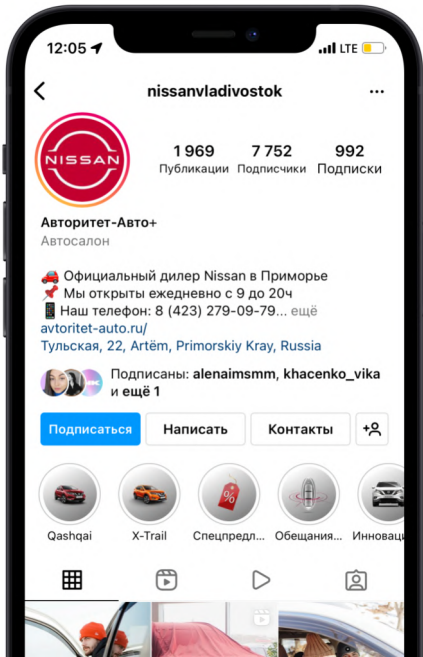
Заявить о существовании дилера в регионе, поддержать имидж, выстроить коммуникацию с аудиторией.

Решение

Instagram-аккаунт, где автомобили демонстрируются в красивых и известных местах Приморского края.

Фишки аккаунта:

- Атмосферные фото и видеосъемки
- Много интерактива





КАЛИНА- МОЛЛ





КАЛИНА МОЛЛ

Крупнейший ТВК на Дальнем Востоке

Цель

Увеличить вовлеченность и охват публикаций за счет создания разнообразного контента в Instagram.
Укрепить позиции бренда на рынке и улучшить имидж.

Решение

- Знакомим с арендаторами и их акциями.
- Информлируем гостей о новостях ТВК.
- Формируем имидж ТВК как лучшего места для отдыха и шоппинга.

Результаты за 1,5 года:

Лайки

108 342

Комментарии

20 953

Сохранения

4311

Подписчики

+50000

Охват постов

>5,5 млн

Охват stories

>3 млн

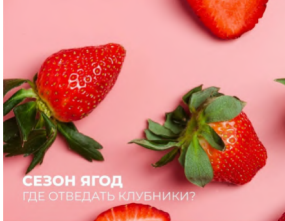
КАЛИНА МОЛЛ

ДЕНЬ ОТЦА
КАК ПРОВЕСТИ?



КАЛИНА МОЛЛ

СЕЗОН ЯГОД
ГДЕ ОТВЕДАТЬ КЛУБНИКИ?



ЧТО КУПИТЬ?
АКЦИИ В КАЛИНА МОЛЛ



КАЛИНА МОЛЛ

ІСНІВАН
ДАРИТ ПОДАРКИ
ШКОЛЬНИКАМ
НА 1 СЕНТЯБРЯ



КАЛИНА МОЛЛ



ЖК СЕФИРИ



ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС
- С Н Е Г И Р И -

Премиальный жилой комплекс загородного формата

Цель

Рассказать о ЖК, увеличить узнаваемость, информировать о наличии квартир. Создать ощущение комфортной загородной жизни.

Решение

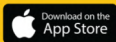
- Профессиональные фотосъемки на территории ЖК с привлечением моделей
- Контент-план и рубрикатор с акцентом на преимущества и услуги ЖК
- Информационно-развлекательные stories
- Обработка входящих лидов и передача их в ОП.

DESIGN CASES

DESIGN

еда и Точка.

Сеть закусочных формата
стрит-фуд во Владивостоке



Цель

Разработать позиционирование и УТП, фирменную графику и иллюстрации для которых можно будет использования на различных носителях.



Результаты

Провели полноценный **ребрендинг** сети. Итог: привлечение внимания новой аудитории

Новая креативная концепция – просто, понятно и категорично.
Мы знаем толк в еде.



ШАУРМА в ЛАВАШЕ	
	L / XL
КЛАССИКА	200/250
СЫРНАЯ с моцареллой	200/280
ОСТРАЯ с колбасками пепперони и перчиками халапеньо	200/280
ШАУРДОГ с сосисками	150/180
МНОГО МАСА	250
со свежими овощами и крафтовым соусом	
МНОГО МАСА	280
с СЫРОМ МОЦАРЕЛЛА со свежими овощами и крафтовым соусом	

EGG-ДОГИ	
ЯЙЦО-БЕКОН	230
ЯЙЦО-КУРОЧКА	230

ХОТ-ДОГИ	
КЛАССИЧЕСКИЙ с мацарелла луком	150/170
СЫРНЫЙ с сыром моцарелла	160/180
ОСТРЫЙ с перчиками халапеньо	160/180

ЧИКЕН-ДОГИ	
с КОРЕЙСКОЙ КУРОЧКОЙ в кисло-сладком соусе	180
с КУРОЧКОЙ в СУХАРЯХ под кунжутным соусом	180

ЛОНГ-ДОГИ	
с ГОВЯЖЬЕЙ СОСИСКОЙ	
КЛАССИКА с маринованными огурчиками и жареным луком	140
ОСТРЫЙ с перчиками халапеньо	150
СЫРНЫЙ с сыром моцарелла	150

ФРИ	
КОРЕЙСКАЯ КУРОЧКА в кисло-сладком соусе с картофелем фри	250
КУРОЧКА в СУХАРЯХ под кунжутным соусом	250
КРАБОВЫЕ ШАРИКИ с картофелем фри под соусом тар-тар	270
КАРТОФЕЛЬ, ФРИ с ГОВЯЖЬЕЙ СОСИСКОЙ	200

КОФЕ	
АМЕРИКАНО	110/130
АМЕРИКАНО с молоком	130/150
ЛАТТЕ	130/150
ЛАТТЕ цитрусовый	140/160
ЛАТТЕ лемонграсс	140/160
КАПУЧИНО	130/150
КАПУЧИНО соленая карамель	140/160
РАФ ванильный	160/180

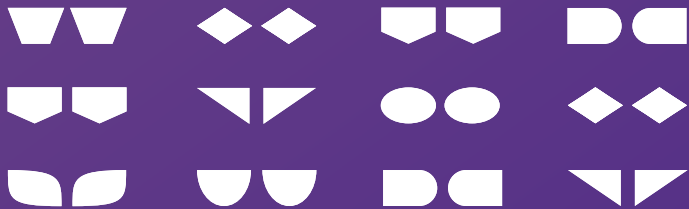
ЧАИ ДОМАШНИЕ	
ОБЛЕПИХА-АПЕЛЬСИН	120/140
СМОРОДИНА-МЯТА	120/140
ШИПОВНИК-МЯТА	120/140
ТЯЖЕЛЫЙ КЛУБНИЧНЫЙ РОЙБУШ	120/140
МАТЧА с КОКОСОМ	120/140

МОЛОЧНЫЕ КОКТЕЙЛИ	
КАК в ДЕТСТВЕ	180
с абрикосовым соком	
ОРЕО	200
КЛУБНИЧНЫЙ	200

ЛИМОНАДЫ в БУТЫЛКАХ	
КЛАССИКА	100
ИМБИРЬ	100
ЛАВАНДА	100

ДЕСЕРТЫ	
НАПОЛЕОН	150
СНИКЕРС	150
МЕДОВИК	150
АМЕРИКАНЕРЫ в СТАКАНЕ	60





ДИОПТРИКА

Цель

Ребрендинг сети



Результаты

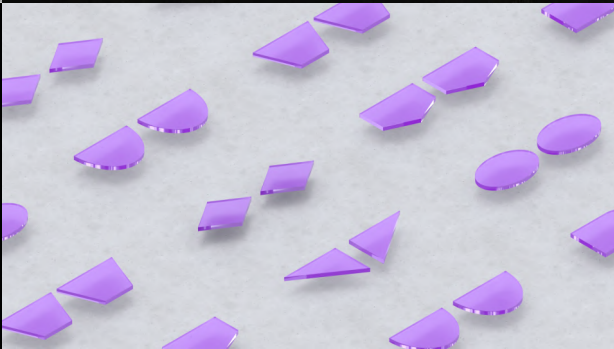
Новый логотип, сохранивший преемственность.

Оставили основной цвет, проработав оттенок

Очки, как элемент фирменной графики, показывают покупателю разнообразие ассортимента

Диоптрика, как наука, изучает свойства света, проходящего сквозь прозрачную среду.

Мы использовали **преломление** как прием для брендинга фото. Это стало узнаваемой фишкой бренда, даже без использования логотипа или графики.





ВОСТОЧНАЯ ГОРНОРУДНАЯ КОМПАНИЯ

Ведущий производитель
энергетических марок угля
с добычей на Сахалине





**КТО С НАМИ
ТОТ ГЕРОЙ**

КОРПОРАТИВНЫЙ МАГАЗИН
ПОощРЕНИЙ ЗА ИНИЦИАТИВУ
И ДОБРОВОСОВЕСТНЫЙ ТРУД

 EMCOSTORE.RU 

Цель

Разработка фирменного стиля
для программы лояльности,
который будет сочетаться с основным
брендингом компании.

Результат

Главный герой новой истории — **человек**, работник EMCO. Мы выбрали в качестве ключевой идеи сочетание треугольника и круга. Треугольник — это компания EMCO, круг — это человек. И то, как они взаимодействуют друг с другом, отражает тесную связь между сотрудником и компанией.

Мы поддержали визуальный стиль актуальными слоганами: «Кто с нами — тот герой», «С нами сила», «Сверни горы с нами»



НИКОЛАЙ
САВРАСОВ

СДЕЛАЛ ОЧЕНЬ ПОЛЕЗНОЕ
ДЕЛО. ОН МОЛОДЕЦ



НИКОЛАЙ
КРАМСКОЙ

СДЕЛАЛ ОЧЕНЬ ПОЛЕЗНОЕ
ДЕЛО. ОН МОЛОДЕЦ



ВАСИЛИЙ
СУРИКОВ

СДЕЛАЛ ОЧЕНЬ ПОЛЕЗНОЕ
ДЕЛО. ОН МОЛОДЕЦ





ARMOR FANCY

бренд надежных чехлов для чемоданов дизайнерских расцветок

Цель

Помочь компании выйти на новый уровень, обновить внешний стиль и позиционирование, расширить целевую аудиторию.



Результаты



- Создали новые яркие и уникальные принты, разработан новый логотип, линейку упаковки и визуальный стиль Instagram-аккаунта.
- Новый FANCY ARMOR можно взять с собой куда угодно: это стильный друг и надёжный спутник в любой жизненной ситуации.
- Сделали акцент на упаковке – стильной, яркой, притягательной.





SIEMENS finance

Лизинговая компания с иностранными инвестициями



Цель

Разработка рекламных слоганов
и иллюстраций

Результаты

Новые слоганы отражают сильные стороны
и ценности компании:

- «Видим будущее в вашем бизнесе»
- «В удобное время, в любом месте»
- «Двигайтесь, пока другие стоят на месте»
- «Стройте будущее онлайн»

Мы создали необычную и стильную 3D-графику,
используя фирменные цвета. Она показывает,
что компания в тренде, движет индустрию
и строит успешный B2B.



SIEMENS



**На волне
высоких технологий!**

SIEMENS



**Двигайтесь, пока
другие стоят на месте!**



**Стройте
будущее онлайн**

CREATIVE

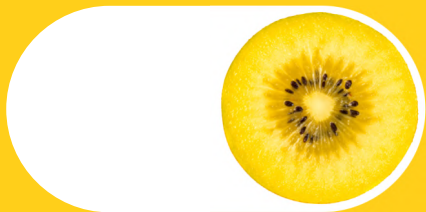
CREATE



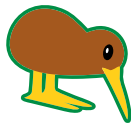
Zespri International limited – крупнейший в мире новозеландский производитель и продавец киви



ВКЛЮЧИ



ЖЁЛТЫЙ ЦВЕТ



Цель

Рассказать людям о желтом сорте киви SunGold и повысить продажи.

Креативная концепция

Если зеленый киви уже стал привычным выбором для многих, то Zespri обновляет не только вкусовую, но и цветовую палитру, предлагая покупателям включить желтый цвет! Ведь киви SunGold – это больше вкуса, больше витаминов и больше впечатлений.

Что ещё мы сделали?

- Подготовили макеты для различных рекламных носителей
- Сотрудничали с лидерами мнений на Дальнем Востоке (больше 90 упоминаний)
- Сняли рекламное видео, которое было размещено в онлайн и офлайн кинотеатрах Дальнего Востока



Tiko

Сеть розничных продуктовых магазинов в крупных городах Приморского края





Цель

Продвижение минимаркетов Tiko, как сети с подборкой импортных товаров. Привлечение внимания к корейской продукции на Дальнем Востоке.

Креативная концепция

Показали дружбу **оригинальных вкусов**, познакомили покупателей с яркой и необычной Кореей через товары, представленные в минимаркетах Tiko.

Вдохновившись опытом корейских брендов, мы **создали персонажей**, каждый из которых отразил определенный вкус товара: сладкий, кислый, острый, соленый.

Что ещё мы сделали?

- Съёмка видео для TikTok
- Проведение фотосессии
- Проведение 20 дегустаций
- Презентация более 500 товаров
- Работа с лидерами мнений





SEONWABI

Бренд натуральной уходовой косметики
из Южной Кореи



Цель

- Рассказать русским девушкам о новом бренде
- Создать эмоциональную связь между брендом и покупательницами
- Закрепить конкурентную позицию на российском рынке

Креативная концепция

Быть естественной — это красиво!

Определили УТП бренда и проработали легенду, где Корея — страна передовых технологий с особой культурой ухода за собой.

Сделали акцент на гармонии с природой, сочетании традиционного подхода, натуральных компонентов и инноваций.

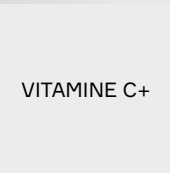


GLYCOL
ALOE BARK
LEAF EXTRACT
GLYCERINE
ALBA

WATER
MINT LEAF



SEOHWABI



VITAMINE C+

МЯГКИМИ
ДВИЖЕНИЯ
НАНЕСТИ
НА ОЧИЩЕННУЮ
КОЖУ

СПОСОБ
ПРИМЕНЕНИЯ



Что ещё мы сделали?

- Провели анализ трендов и конкурентной среды
- Выявили проблемные стороны и определили способы их решения
- Разработали 2 варианта концепции и собрали фокус-группу для выбора более подходящей
- Запустили аккаунт в Instagram и разработали его визуал
- Провели 7 фото- и видеосъемок



PHILIP MORRIS INTERNATIONAL

Американская табачная компания, разработавшая
систему нагревания табака "IQOS"

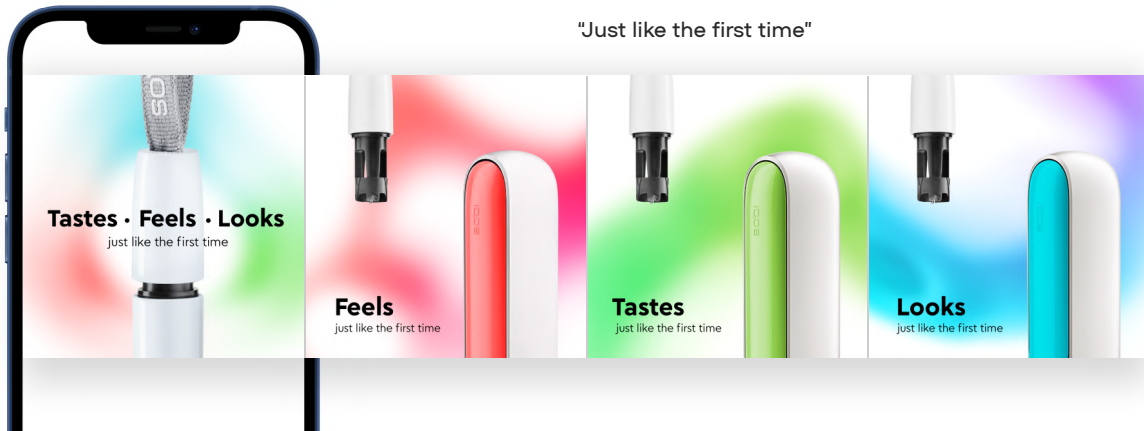
Цель

Разработать 2 креативные концепции, рассказывающие о новом инструменте Dual Cleaning Tool для чистки IQOS. Подготовить пакет графики для Instagram в рамках существующего KV.

Концепция 1

Вы помните вкус первого кусочка сочного арбуза? А чувство влюбленности с первого взгляда? Или что почувствовали, когда впервые увидели бескрайний океан? Сможете ли вы вспомнить вкус свежего табака, когда вы купили свой первый IQOS?

"Just like the first time"



Концепция 2

Переверните наш новый Dual Cleaning Tool, чтобы сделать свой IQOS чистым и свежим на долгое время. Теперь Dual Cleaning Tool имеет 2 стороны: rotating head — очищает нагревательную камеру, а sweeping head удаляет остатки вокруг лезвия. 2 простых шага — еще больше настоящего удовольствия от табака в моменте!



Flip
to
keep...



Flip
to
keep...



it **clean**

Flip
to
keep...



it **fresh**

Flip
to
keep...



it **quick**

Flip
to
keep...



it **sustainable**

"Flip to keep it clean, fresh, quick and sustainable"

PRODUCTION

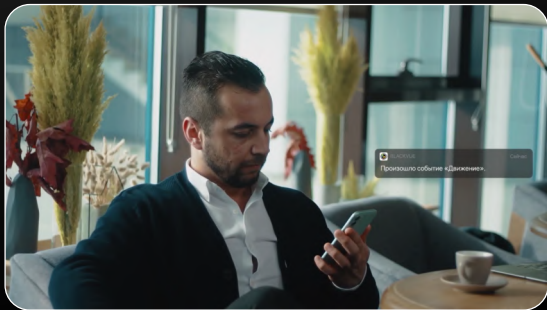
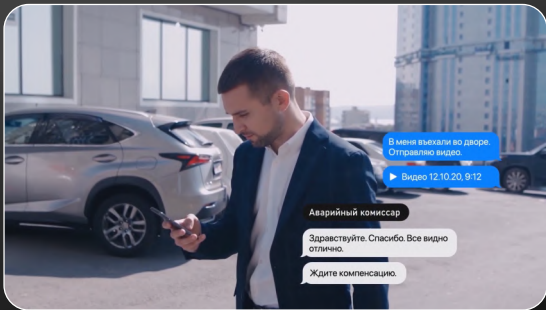
PRODD



BLACKVUE™

Бренд видеорегистраторов

Специализируется на эксклюзивных электронных устройствах
от мировых производителей



Цель

Снять уникальный и нестандартный видеоролик.

Результат

Сняли 5 видеороликов в разных концептуальных форматах в рамках комплексной рекламной кампании

Идея: каждый из пяти роликов имеет свою концепцию и раскрывает преимущества видеорегистраторов для разной аудитории

1 место в премии SMALL в номинации «Продакшн года» за рекламное видео «Личный водитель»





TAKUMI

Импортер моторных масел

Цель

Провести рекламную кампанию на федеральном уровне и сформировать бренду имидж истинного японского моторного масла.

Результат

2 видеоролика, где задействованы 2 актера из Японии

Более 1 млн просмотров на Youtube

Придумали легенду и персонажа, а видео сняли так, чтобы зритель думал, что это настоящий японский ролик, переведенный на русский язык.



VladLink

Один из крупнейших провайдеров
Интернет-услуг в Приморском крае

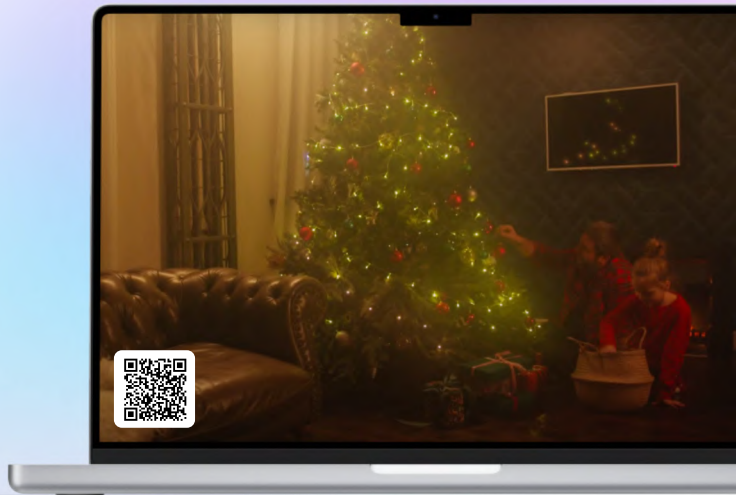
Цель

Напомнить пользователям о самом главном в канун нового года и создать праздничную открытку, которую хочется подарить всем и перечитывать каждый год.

Результат

Отсняли ролик, ключевыми идеями которого стал момент общего праздника и счастье увидеть родных.

Команда продакшна:
арт-директор, режиссер, продюсер,
кастинг-директор, сценарист, оператор-постановщик, гаферы, декораторы.



Шамбала
КАЗИНО • ОТЕЛЬ & SPA



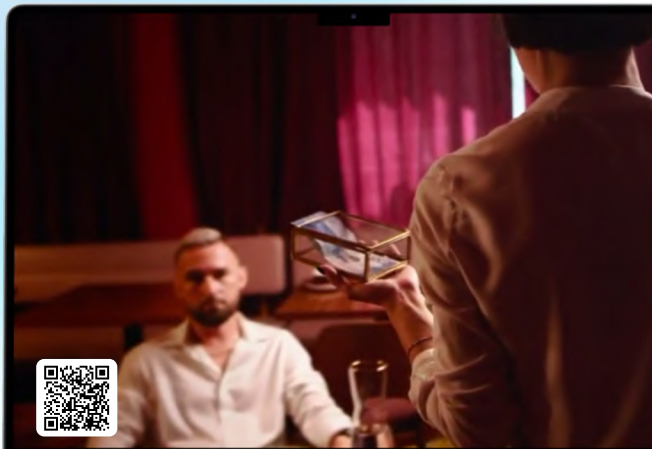
Цель

Привлечь поток посетителей на запуск второго на Дальнем Востоке казино.
Показать аудитории, что появилась новая альтернатива в игровом бизнесе.

Результат

Сняли рекламный ролик, который собрал больше 250 тысяч просмотров

Как итог: казино позиционируется как место, куда может попасть любой желающий.



Команда



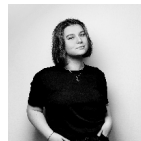
Паша Карика
Аккаунт-менеджер



Алёна Водолазская
Аккаунт-менеджер



Рита Сысас
Копирайтер



Настя Лапшина
Сторис-менеджер



Лёша Ежов
Старший дизайнер



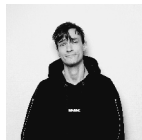
Глеб Кулигин
Дизайнер



Дима Пономарь
Дизайнер



Ксюша Павлюченко
Менеджер проектов



Женя Ларин
Директор



Тася Гарина
Директор по развитию



Вика Хаценко
Аккаунт-менеджер



Ира Дзоз
Продюсер съёмки



Серёжа Горьков
Фотограф

INK

@ink_agency

ev@ink-agency.ru
+7 914 695 9356