

# RED<sup>®</sup> CREDENTIALS





# WHO WE ARE

**RED AGENCY** — маркетинговое агентство, основано в 2012 году Ириной Цыпиной.

Сегодня RED AGENCY — это более 30 сильных специалистов с экспертизой в торговом и потребительском маркетинге. И свыше 70 международных и локальных компаний, которые доверяют нам крутые проекты.

Команда **RED** — это маркетологи, дизайнеры, стратеги и креативщики, которых объединяет любовь к созданию прогрессивных идей и их воплощению в жизнь.

# OUR SMART RED<sup>®</sup> TEAM



- 3 КЛИЕНТСКИЕ КОМАНДЫ
- ПРОДАКШН-ОТДЕЛ
- КРЕАТИВНЫЙ ОТДЕЛ
- ДИЗАЙН-СТУДИЯ
- ДИДЖИТАЛ-ОТДЕЛ
- ОТДЕЛ ПО РАБОТЕ С ПЕРСОНАЛОМ
- БОЛЕЕ 1000 ЧЕЛОВЕК ПОЛЕВОГО ПЕРСОНАЛА



# RED<sup>®</sup> CLIENTS

С нами сотрудничают  
более 70 компаний

## DIY & Construction



## FMCG



## Oil and gas company



## Hi-Tech



## Retail



## Tires



## Alcohol



## Auto



# RED<sup>®</sup>

## REWARDS

Премия Effie Awards Russia 2021  
Финалист конкурса с проектом «Соберем урожай подарков», Мистраль

Премия «The GLOBES»  
“Discover Russia with KNAUF!” / номинация  
“Trade Marketing Campaign” / Silver

Премия «Серебряный Меркурий»  
«Открывай Россию вместе с КНАУФ!» /  
номинация «Недвижимость, строительство,  
строительные материалы» / Бронза

Премия «Серебряный Меркурий»  
«Клуб современных электриков "Вольтмастер", Schneider  
Electric» / номинация «Лучшая мотивационная программа  
в области торгового маркетинга» / 3 место

Премия «ВЕМА!»  
«На пути к цели с Shell Rimula» / премия «ВЕМА!» /  
номинация «Лучшее роад-шоу» / 3 место

Премия «The GLOBES»  
"BOSCH Demonstrations" / номинация "Short Term. Trial &  
Awareness" / Finalist

Премия «Серебряный Меркурий»  
«Демонстрации электроинструмента BOSCH» /  
номинация «Sales Promotion: Лучшая полевая  
реализация» / 3 место



# RED<sup>®</sup> SERVICES

## CONSUMER MARKETING

Интегрированные коммуникационные кампании

- Национальные промопрограммы
- Tailor-Made промо
- Программы лояльности
- Чековые акции
- Промо для собственных торговых марок сетей
- Брендинг собственных торговых марок сетей

## TRADE MARKETING

- Аутсорсинг полевого персонала: консультанты, мерчендайзеры, торговый персонал, демонстраторы, промоутеры
- Разработка и внедрение стандартов мерчендайзинга
- Мерчендайзинг в food-ритейле и DIY
- Букинг и размещение ДМП в торговом ритейле
- Мотивационные программы B2B и B2C
- Аудит торговых точек
- Речевая аналитика

## DIGITAL MARKETING

- Медийная реклама: OLV, аудио, графические баннеры
- New media и лидеры мнений
- Продвижение в онлайн - маркетплейсах
- CRM маркетинг: push, рассылки
- Телеграм боты
- Мобильные приложения, PWA

## EVENT MARKETING

Выставки, форумы и конференции B2B и B2C

- Промоактивации в рамках фестивалей и других мероприятий
- Road shows
- Организация открытий дилерских и торговых центров, магазинов

## POSM PRODUCTION

- Уникальное торговое оборудование
- POS материалы
- Инновационные POS материалы
- Выставочные стенды
- Сувенирная продукция
- Промоформа



**RED<sup>®</sup>**  
**DIGITAL**  
**PORTFOLIO**



# Ближние ГОРКИ: ВСЕГДА ОХОТА! проект в реализации

## ✓ Задачи

- Предложить эффективную механику и платформы реализации для чекового промо.
- Разработать и реализовать медийную кампанию в поддержку проекта.

## ✓ Решение

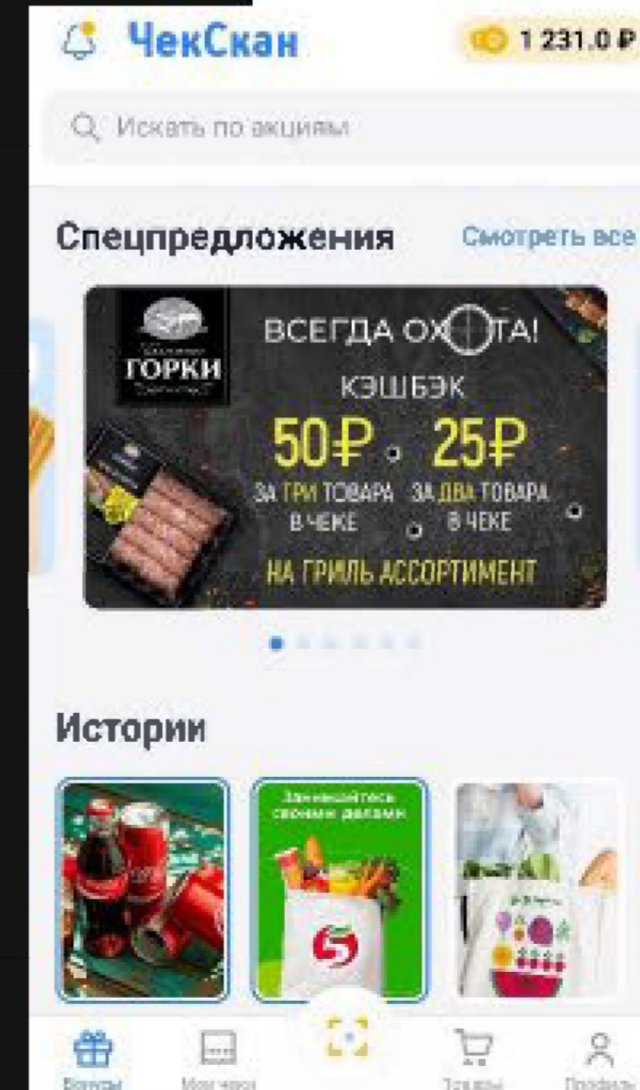
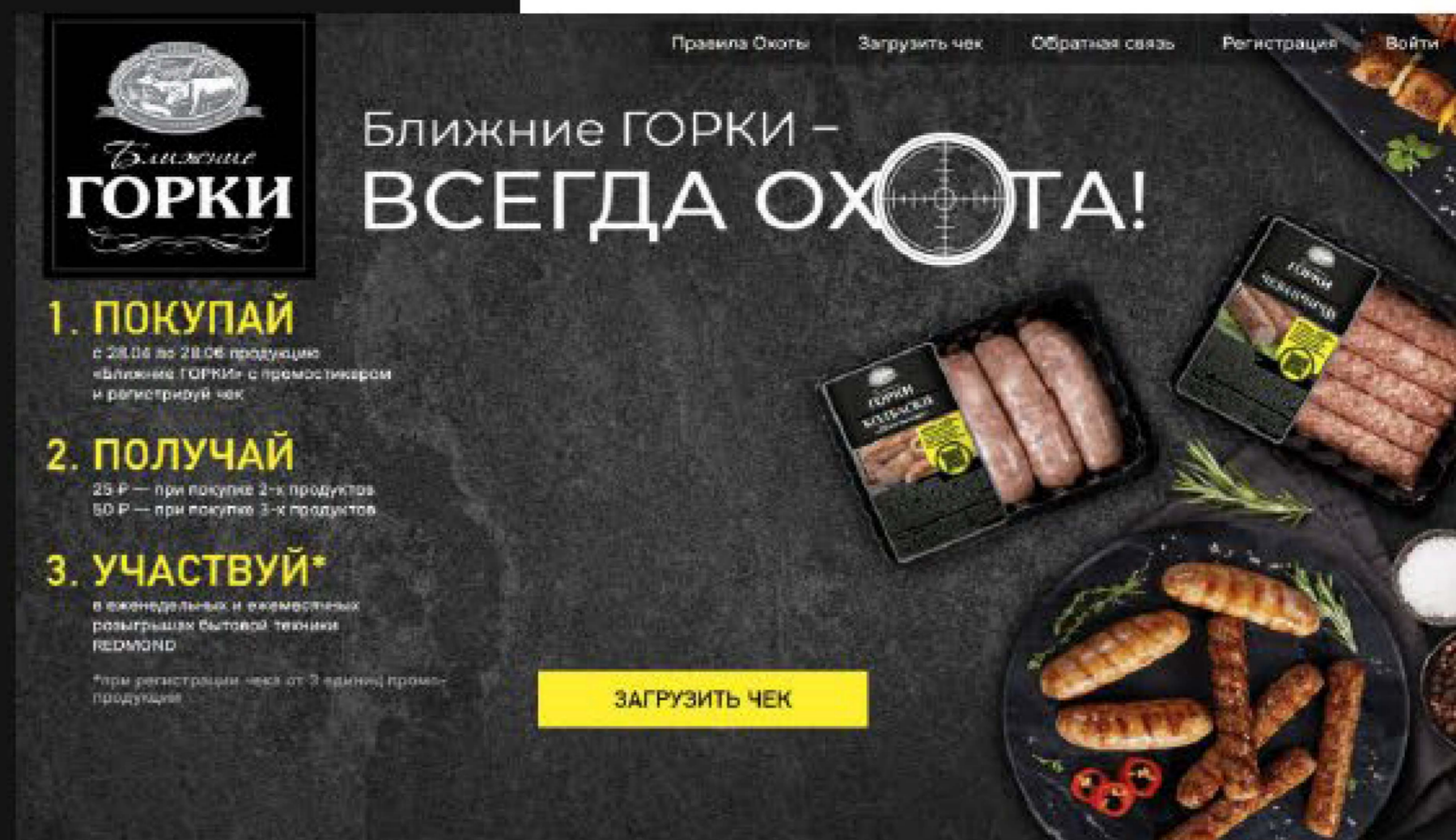
Региональное чековое промо на сайте с привлечением высококонверсионных кешбэк сервисов в качестве партнера и дополнительного анонсирования проекта:

- VK Кешбэк
- Чекскан
- Едадил

Привлеченные медиа-инструменты:

- My Target, Яндекс.Директ, Виджеты VK и Едадил

RED<sup>®</sup>





# Continental: Matador заправляет!

## Задачи:

Разработка и проведение программы по стимулированию продаж шин Matador в розничной сети дилеров, включая медийную поддержку проекта конверсионными инструментами.

## Решение:

При покупке комплекта летних шин Matador и регистрации чека на промосайте участники получали 2000 или 2500 бонусов на топливную карту партнера проекта - "Газпромнефть". Количество бонусов зависело от выбранной конфигурации комплекта.

## Способы продвижения акции:

1. Медийные баннеры на сайтах диллеров и в приложении Газпромнефть
2. Гостевые посты в группах автомобильной тематики во ВКонтакте
3. Таргетированная реклама: промпосты в ВК, оптимизированные с учетом тестирования различных целевых сегментов и поставщиков данных
4. Печатные и digital-материалы на месте продаж
5. Размещение на официальном сайте и группе Заказчика

## Результаты:

Партнерство с "Газпромнефть" и правильно выбранные способы продвижения способствовали высоким количественным и качественным показателям.

**2300+**

участников

**80%**

net promoter score

**88%**

NPS по отношению к призам

**90%**

опрошенных хотят принять участие в будущих промо



# Повышаем спрос на DIY линейку Bosch через опыт мастеров в Яндекс Дзен

## Задачи:

Электроробзик, аккумуляторная цепная пила, шуруповёрт – необходимый набор инструментов для любителей обустроить дом своими руками. Однако не все понимают удобство аккумуляторных инструментов, с этим барьером мы работали в рекламной кампании.

## Решение:

Мы выбрали 10 самых читаемых блогов об обустройстве дома и приусадебных участков на Яндекс Дзен. Нам было важно, чтобы блогеры были мастерами своего дела и показали преимущества устройств профессионально и нативно, поэтому устройства из линейки на тест они выбирали сами.

Многим мастерам так понравились устройства, что они бесплатно размещали дополнительные публикации обзоров на иных площадках, что обеспечило нам дополнительный охват.

## Результаты:

KPI по дочитываниям перевыполнен на 56%

**54 234**

дочитывания

**501**

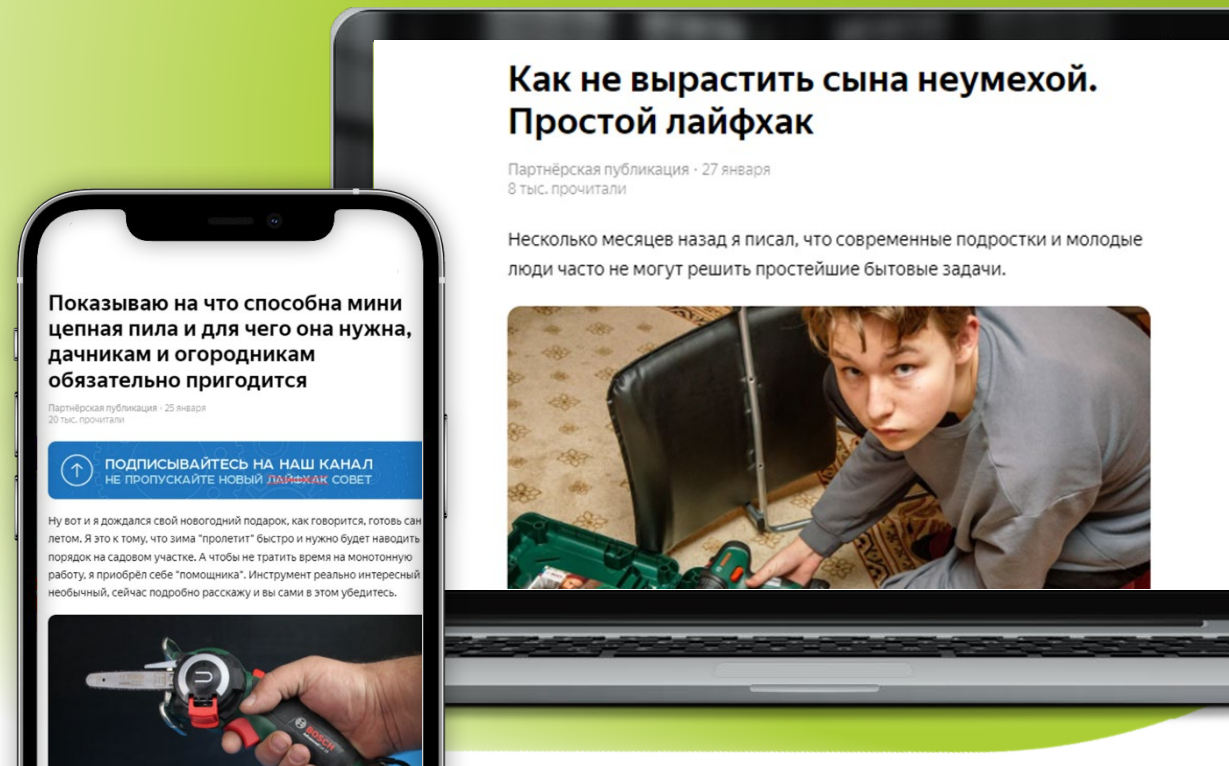
комментарий

**7 т. руб**

стоимость  
дочитывания

**18**

бонусных  
публикаций



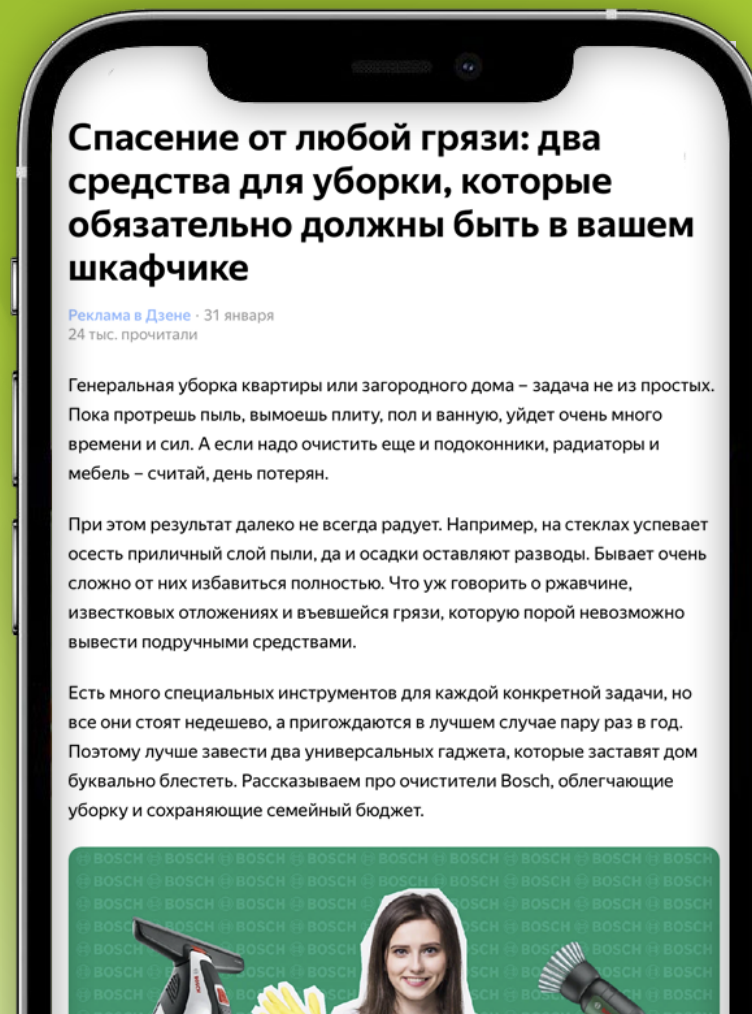
# Продвижение Bosch Daily Helpers в Яндекс Дзен

## Задачи:

Повысить узнаваемость линейки Daily helpers от Bosch. Девайсы помогают в решении самых разных бытовых задач – от творческого досуга ребенка до мытья окон, однако осведомленность аудитории о них достаточно низкая.

## Решение:

Мы создали 3 статьи в формате usercase, в которых рассказали о пользовательском опыте решения повседневных задач с помощью daily helpers от Bosch. Статьи мы разместили на канале бренда в Яндекс Дзен и продвигали на семейную аудиторию. Мы получили отличный отклик, перевыполнив план по прочтениям в 2,5 раза. Читатели активно переходили на лендинг, CTR от дочитывания составил 34%, таким образом, мы перевыполнили KPI по переходам в 9 раз.



**70 226**

дочитываний

**27 758**

переходов  
На сайт

**14 руб.**

CPC

**5,5 руб.**

стоимость прочтения

**RED<sup>®</sup>**  
**CONSUMER**  
**MARKETING**  
**PORTFOLIO**



# МИСТРАЛЬ ШОУ

Весна 2023

## ✓ Задачи

- Разработка привлекательной креативной идеи акции для продвижения продуктов МИСТРАЛЬ весной 2023.
- Разработка уникальной механики промо, включая способ верификации чеков и призовой фонд.
- Разработка KEY VISUAL промо, концепции дизайна промо упаковок.
- Проведение акции

## ✓ Решение

Для того, чтобы акция заиграла новыми красками, мы создали необычного персонажа – Шефа Мистраль. Шеф Мистраль - ведущий, организатор и идейный вдохновитель нашего промо.

Была разработана игровая механика в виде кулинарного Шоу, где участник наугад открывал крышки барашков и выигрывал один из видов денежного приза, а также рецепт блюда с продуктами Мистраль.

RED®

*Мистраль-лучший  
выбор для тех,кто  
любит готовить!*



## ✓ Результаты

- 11 444 участников, что на 16% больше, чем в предыдущем промо.
- 48 053 загруженных чека
- 35 188 продукта Мистраль в чеках
- 95% всех участников играли в игру и открывали блюда
- >5 000 скачиваний рецептов
- 68% участников загрузили более 1 чека
- 98% заказали вывод призовых денег



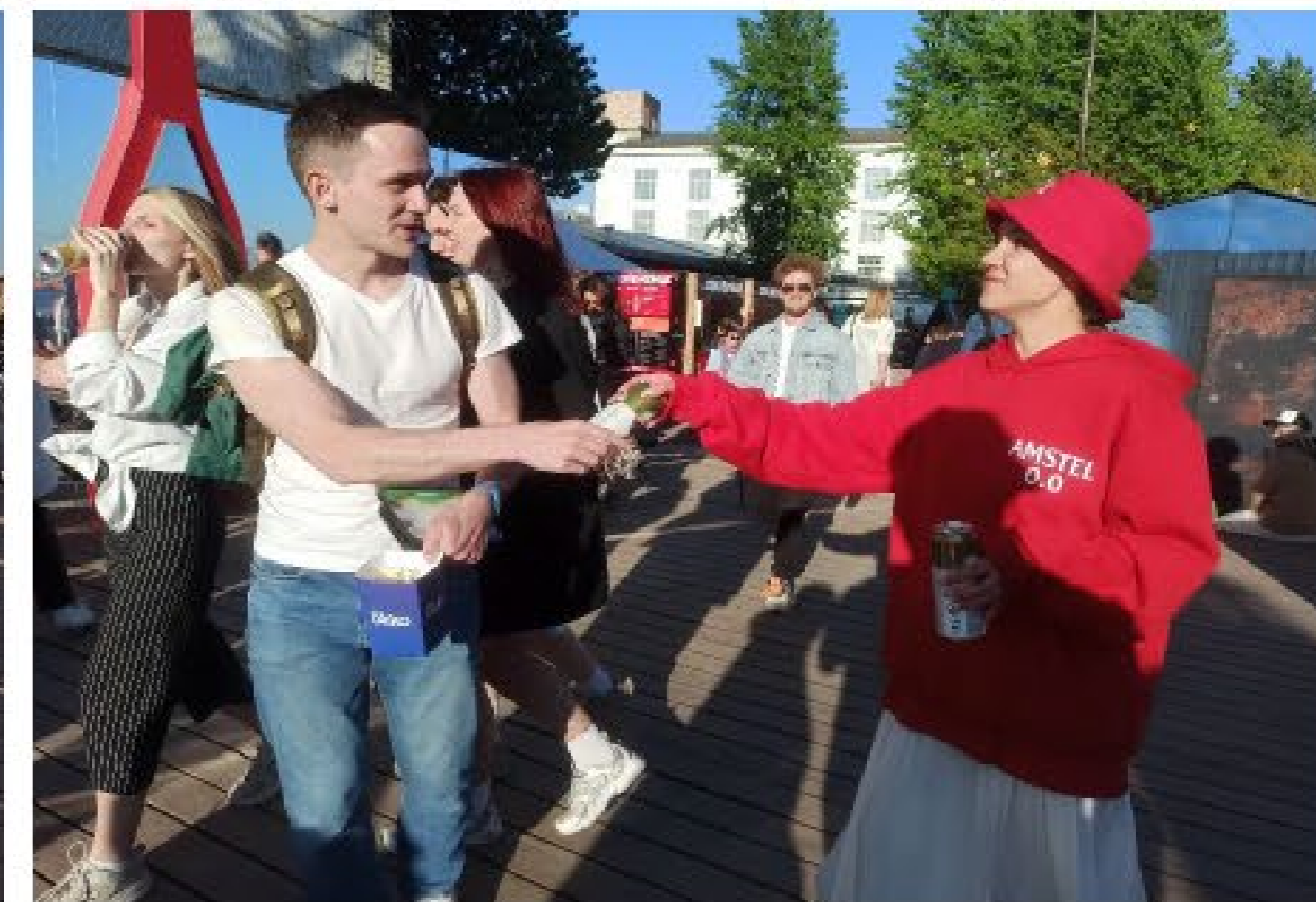
# AMSTEL 0.0 и AMSTEL Natur sampling / tasting 2023 проект в реализации

## ✓ Задачи

Провести семплинг двух безалкогольных напитков AMSTEL 0.0 & AMSTEL Natur в outdoor и indoor каналах

## ✓ Решение

- Летний уличный на фестивале Стереолето в Санкт-Петербурге / на заправках Лукойл в Москве с использованием мобильных промо-команд.
- Дегустации в торговых точках сетей Перекресток и Магнит в 7 городах миллионниках.



RED<sup>®</sup>



# Добрый summer NSP 2023 Открой музыку лета проект в реализации

## ✓ Задачи

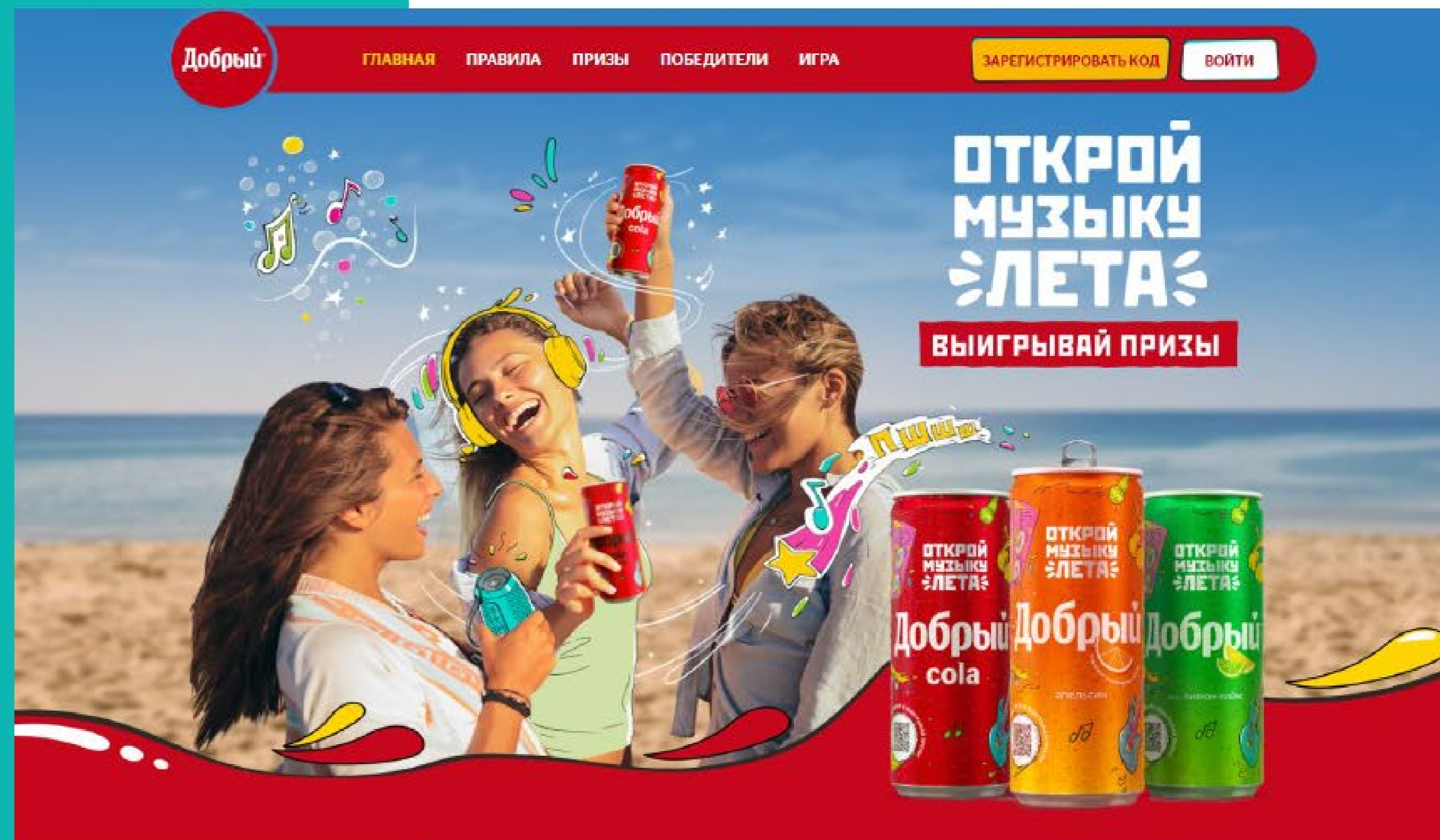
Разработать креативную идею и реализовать национальное промо для газированных напитков бренда «Добрый» для молодой аудитории

## ✓ Решение

«Открой музыку лета» - платформа для летнего промо и молодой аудитории, покрывающая разные интересы:

- витрина призов с брендовым мерчем
- розыгрыши с актуальными девайсами
- музыкальная игровая надстройка – создавай трек своего лета и делись с друзьями

RED<sup>®</sup>



### КАК ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В АКЦИИ



### СОЗДАЙ СВОЮ МУЗЫКУ ЛЕТА

Собирай биты, создавай треки и получи дополнительный шанс в розыгрышах призов

СОЗДАТЬ МУЗЫКУ ЛЕТА



# Мистраль

НАЦИОНАЛЬНАЯ  
ПРОМО КАМПАНИЯ  
2021г.

Ваш подарок  
1000

Что выросло,  
то выросло!  
"Откроем подарок"

100 000  
рублей  
Суперприз

Ваш подарок  
50  
рублей





# Мистраль

## Цели:

- Увеличить объемную пенетрацию бренда в категорию
- Увеличить частоту покупки бренда Мистраль за счет расширения линейки потребления
- Увеличить средний чек
- Привлечь новую аудиторию в пул покупателей бренда

## Задачи:

- 1) Разработка привлекательной и оригинальной креативной идеи акции
- 2) Разработка уникальной механики, включая способ верификации
- 3) Разработка концепции продвижения промо (CRM, Megua, instore)



Мистраль

## Решение

Внедрение геймификации в механику промо.

Мы разработали игру по аналогии с известной и популярной среди ЦА бренда игры «Ферма», и предложили нашим покупателям вырастить себе урожай ценных подарков на нашем игровом поле.

Название акции:

Соберем урожай подарков!

## СОБЕРЁМ УРОЖАЙ ПОДАРКОВ?



ЗАСЕЙТЕ ПОЛЕ ЧЕКОМ НА [MISTRALPROMO.RU](https://mistrallpromo.ru) И ПОСМОТРИТЕ, ЧТО ВЫРАСТЕТ!

\*\*Урожай выводится только при наличии одинакового чека, подтверждающего покупку

\*Организатор акции — ООО «РД Эдленок». Общий срок проведения акции с 01 октября 2021 года по 05 декабря 2021 года, включая период выдачи призов. Период совершения покупок продукции «Мистраль» с 15 октября по 25 ноября 2021 года. Выплата призов упакована в фирменные пакеты и выдана в виде подарков в магазинах «Мистраль» и на сайте [mistrallpromo.ru](https://mistrallpromo.ru). Количество призов ограничено. Акция действует при наличии чека с любой продукцией «Мистраль». Подробности об организации акции, о полных правилах ее проведения, количестве призов или выигранных результатах любого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения — на сайте [mistrallpromo.ru](https://mistrallpromo.ru) или по телефону горячей линии 8 800 333 80 58 (звонок бесплатный).

- 1 ПОКУПАЙТЕ ЛЮБУЮ ПРОДУКЦИЮ «МИСТРАЛЬ»\*
- 2 РЕГИСТРИРУЙТЕ ЧЕКИ НА ПОЛЯХ [MISTRALPROMO.RU](https://mistrallpromo.ru)
- 3 СОБИРАЙТЕ УРОЖАЙ ГАРАНТИРОВАННЫХ ПРИЗОВ

ГЛАВНЫЙ ПРИЗ  
**1 000 000**  
РУБЛЕЙ\*\*

ПРИЗ  
2000₽

ПРИЗ  
25₽

ПРИЗ  
100₽

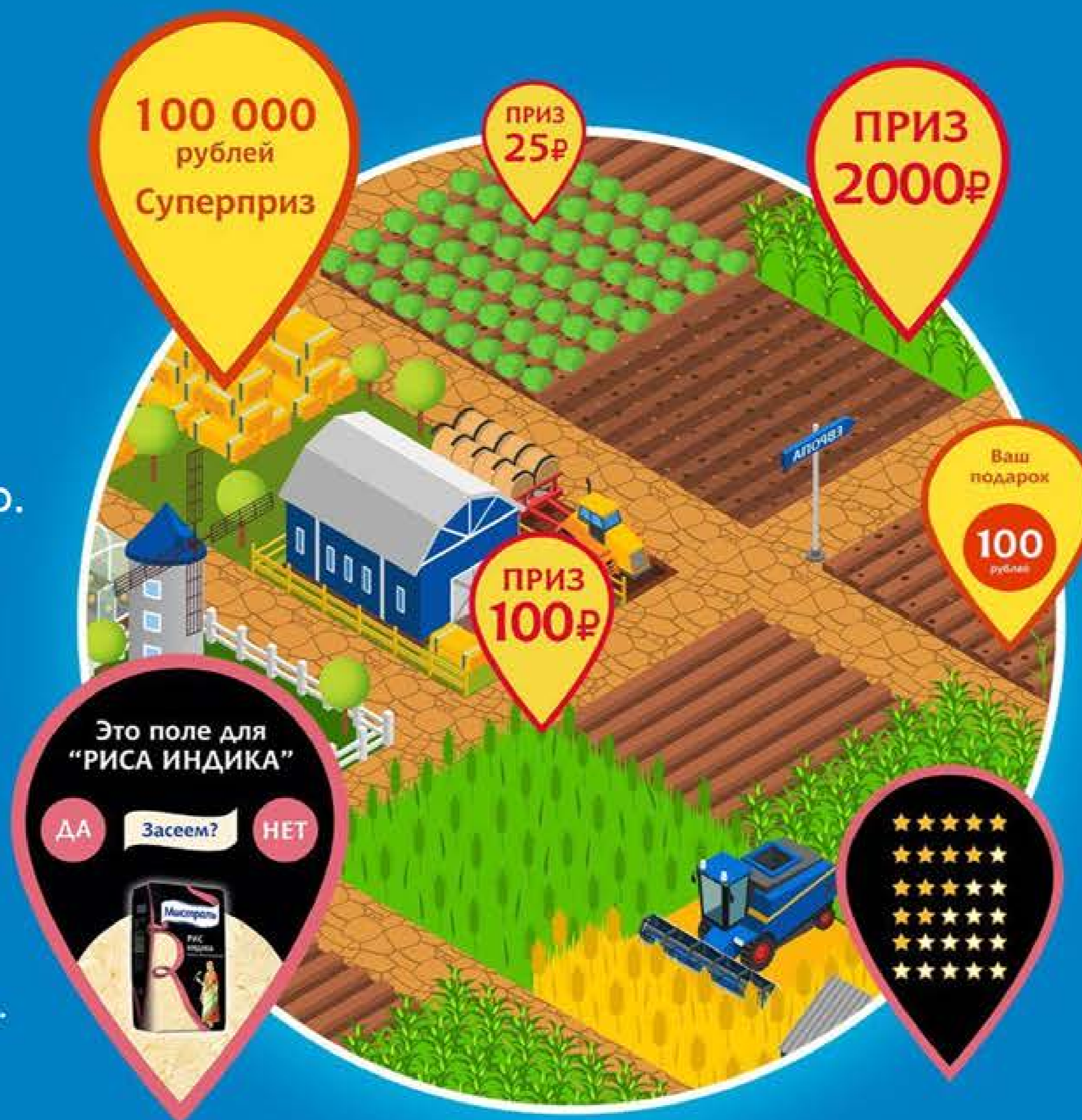
# Мистраль

При регистрации чека участники выбирали любое поле, которое можно было засеять.

1 продукт в чеке = 1 семечко.

При выборе поля проходило знакомство участника с ассортиментом Мистраль.

Пока шла проверка чека, семечко росло, на поле выезжала уборочная техника. И в конце появлялся урожай – выигранный приз.



Призовой фонд: гарантированные денежные призы разного номинала – от 25 до 1 000 000 рублей.

Дополнительно в механику были внедрены такие игровые составляющие, как выбор никнейма, рейтинг участников.

А еще были новости и информация о всей продуктовой линейке Мистраль.

Мистраль

Акция только  
завершена.  
Предварительные  
результаты:

Победитель Главного  
приза,  
1 000 000 руб.

почти  
**50 000**  
чеков

почти  
**133 000**  
продуктов

почти  
**18 000**  
участников

ПОЗДРАВЛЯЕМ!



Мистраль

## И несколько отзывов наших участников:



Хорошая акция была, азартная - такой беспроигрышный игровой автомат. Появилось желание ЧУТЬ больше прикупить (😊. Теперь в зиму с запасами каш и кэш на мелкие расходы).



Мистраль

ПРАВИЛА МИСТРАЛЬ НОВОСТИ ВОПРОСЫ-ОТВЕТЫ ВХОД

М УРОЖАЙ КОВ?

- 1 ПОКУПАЙТЕ ЛЮБУЮ ПРОДУКЦИЮ «МИСТРАЛЬ»
- 2 РЕГИСТРИРУЙТЕ ЧЕКИ НА ПОЛЯХ MISTRALPROMO.RU
- 3 СОБИРАЙТЕ УРОЖАЙ ГАРАНТИРОВАННЫХ ПРИЗОВ

ГЛАВНЫЙ ПРИЗ 1000 000 РУБЛЕЙ\*\*

ЗАСЕЙТЕ ПОЛЕ ЧЕКОМ И ПОСМОТРИТЕ, ЧТО ВЫРАСТЕТ!

\*\*выигрыш выдается только при наличии оригинала чека, подтверждающего покупку

\*Организатор акции — ООО «РЗД, Задонск». Общий срок проведения акции: с 01 октября 2021 года по 30 декабря 2021 года, включая период выдачи призов. Период сверки чеков продукции «Мистраль»: с 13 сентября по 25 ноября 2021 года. Вечерний вид упаковки и этикетки могут отличаться от их цифровых копий в рекламных целях информационных материалов. Количество призов ограничено. Акция действует при покупке любого чека с любой продукцией «Мистраль». Подробности об организаторе акции, о правилах проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения — на сайте [mistrall.ru](http://mistrall.ru) или по телефону горячей линии 8 800 333 90 38 (звонок бесплатный). Горячая линия начнет работу с 1 октября 2021 года.



Сегодня утром в одном чеке выросло 2 по 300 и 1 на 100. Счастья нет слов. Отбила весь чек и ещё плюсом вышло. Крутая акция!



Акция отличная, крупы запаслись)))



*Pokoko*

NATIONAL CONSUMER PROMO  
С КОНТЕНТ ИНФЛЮЕНС  
ПОДДЕРЖКОЙ



# Рококо

ЗАДАЧА: ПРОДВИЖЕНИЕ  
«РОКОКО» - ПРЕМИАЛЬНОГО  
БРЕНДА ОХЛАЖДЕННОЙ  
ПРОДУКЦИИ ИЗ МЯСА  
ПТИЦЫ  
АССОРТИМЕНТ  
ПРЕДСТАВЛЕН  
УНИКАЛЬНЫМИ ПРОДУКТАМИ  
МАКСИМАЛЬНОЙ СТЕПЕНИ  
ОЧИСТКИ (БЕЗ КОЖИ, БЕЗ  
КОСТЕЙ), КОТОРАЯ  
ПОЗВОЛЯЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯМ  
ЭКОНОМИТЬ ВРЕМЯ НА  
ПОДГОТОВКУ ПЕРЕД  
ПРИГОТОВЛЕНИЕМ БЛЮДА



ПРОДУКТЫ РОКОКО – ЭТО НЕ  
ПРОСТО КУРИЦА. ЭТО  
СПОСОБ САМОВЫРАЖЕНИЯ  
ДЛЯ ТЕХ, КТО ГОТОВИТ ДОМА;  
ЭТО ОПРЕДЕЛЕННЫЙ  
ЛАЙФСТАЙЛ.  
ДЛЯ НОВОЙ ПРОМОАКЦИИ МЫ  
ВЗЯЛИ ЗА ОСНОВУ  
ОРИЕНТАЦИЮ БРЕНДА НА  
СТИЛЬ И ТРЕНДЫ, РЕШИЛИ  
РАСКРЫТЬ ЭТО ЧЕРЕЗ  
FASHION EDITORIAL.  
ЭДИТОРИАЛ (EDITORIAL) –  
ФЭШН-ТЕРМИН, ОБОЗНАЧАЕТ  
ЭМОЦИОНАЛЬНУЮ ФОТО-  
ИСТОРИЮ.



# Рокко

ДЛЯ НАШИХ EDITORIALS МЫ ВЗЯЛИ НЕ ПРОСТО МОДЕЛЕЙ, А СТИЛЬНЫХ ФУД-ИНФЛЮЕНСЕРОВ, ЧЬЯ АУДИТОРИЯ АКТИВНО ОТКЛИКАЕТСЯ НА ТЕМУ КРАСИВОЙ ЕДЫ.



АНАСТАСИЯ  
ЗУРАБОВА И  
ОЛЕСЯ  
КУПРИН  
АВТОРЫ  
КУЛИНАРНЫХ  
КНИГ И ФУД-  
СТИЛИСТЫ



ФОТОСЕССИЯ РОКОКО В  
РАМКАХ АКЦИИ





## акция

Амбассадор  
стильных блюд

НАШИ БЛОГЕРЫ СТАЛИ ВЕДУЩИМИ  
АКЦИИ! ПОКУПАЯ ПРОДУКЦИЮ  
РОКОКО, УЧАСТНИКИ ПОГРУЖАЛИСЬ В  
МИР «КРАСИВОЙ КУХНИ», ОБУЧАЛИСЬ  
FOOD ФОТОГРАФИИ, ЗНАКОМИЛИСЬ С  
НОВЫМИ РЕЦЕПТАМИ БЛЮД

LUX  
подарки  
каждый день



УЧАСТНИКИ АКЦИИ, РЕГИСТРИРУЯ  
ПРОМОКОДЫ С УПАКОВКИ, МОГЛИ  
ВЫИГРАТЬ ЕЖЕДНЕВНЫЕ И ГЛАВНЫЕ  
ПРИЗЫ ОТ НАШИХ ВЕДУЩИХ. ВСЕ  
ПРИЗЫ ПОДБИРАЛИСЬ С ОСОБОЙ  
ТЩАТЕЛЬНОСТЬЮ И ВКУСОМ



# Рококо

РЕЗУЛЬТАТЫ АКЦИИ:

АКЦИЯ С КОДАМИ ХОРОШО СЕБЯ ЗАРЕКОМЕНДОВАЛА, ПРИВЛЕКЛА ПОРЯДКА 9000 УЧАСТНИКОВ. LUX-ПРИЗЫ ПРИВЛЕКЛИ ВНИМАНИЕ И ВЫЗВАЛИ ИНТЕРЕС ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ. ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ УДИВИЛ И ПОРАДОВАЛ УЧАСТНИКОВ. НАСТЯ И ОЛЕСЯ СТАЛИ «ЗВЕЗДАМИ АКЦИИ», И ПРИВЛЕКЛИ 18% ТРАФФИКА НА САЙТ ЧЕРЕЗ СВОИ СТРАНИЧКИ В СОЦСЕТЯХ.

The screenshot shows the website interface for the promotion. At the top, there is a navigation bar with links: Главная, Продукция, Правила, Блогеры, Призы, Победители, Поддержка, and Регистрация/Вход. The main heading is "акция". Below it, there are three main sections: 1. "КУПИ ПРОДУКЦИЮ РОКОКО СО СТИКЕРОМ АКЦИИ" with an image of a salmon fillet. 2. "УЧАСТВУЙ В РОЗЫГРЫШЕ LUX ПОДАРКОВ КАЖДЫЙ ДЕНЬ" with a "Зарегистрировать код" button. 3. A section for prizes: "ПРИЗ НЕДЕЛИ" (a mixer), "ПРИЗ ПОНЕДЕЛЬНИКА" (a set of knives), and "ПРИЗ ВТОРНИКА" (a set of jars). At the bottom, there is a footer with the text: "Организатор акции – ООО «РЗД Эдженси». Срок регистрации кодов 25.05.2020 по 16.08.2020" and "Подборные правила | Обратная связь: [info@rosoco-promo.ru](mailto:info@rosoco-promo.ru)".

A circular graphic with a black background and gold text. At the top, it says "акция". Below that, "ПОКУПАЙ Рококо И ВЫИГРЫВАЙ LUX ПРИЗЫ!". In the center, there is an image of a salmon fillet with a sticker and a colorful mixer. Below the images, there are three icons with text: a shopping cart icon for "КУПИ «РОКОКО»", a gift icon for "УЧАСТВУЙ В РОЗЫГРЫШЕ", and a registration icon for "ЗАРЕГИСТРИРУЙ КОД НА ROSOCO-PROMO.RU". A QR code is located at the bottom of the circle.



## акция

ПОКУПАЙ *Рококо*  
И ВЫИГРЫВАЙ **LUX** ПРИЗЫ!



  
КУПИ  
ПРОДУКЦИЮ «РОКОКО»  
СО СТИКЕРОМ АКЦИИ

  
ЗАРЕГИСТРИРУЙ  
ПРОМОКОД НА САЙТЕ  
**ROSOCO-PROMO.RU**

  
УЧАСТВУЙ В РОЗЫГРЫШЕ  
ПОДАРКОВ КАЖДЫЙ ДЕНЬ

\*Организатор акции – ООО «РЗД Эдженси».  
Информация об организаторе акции, правила ее проведения, количество призов, сроки, место и порядок ее получения можно узнать на сайте [rosoco-promo.ru](http://rosoco-promo.ru).  
Правила покупки и регистрации в акции: с 05.05.2020 по 30.08.2020 г. Общий срок проведения акции: с 05.05.2020 по 30.08.2020 г. включительно. Акция действует при покупке любой упаковки продукции Рококо с промокодом на обороте этикеточного стикера в ассортименте, входящегося в магазин в том же торговом. Количество призов ограничено.  
В рекламных материалах изображены не все призы, участвующие в акции. Единственный вид призов и упаковки может отличаться от их изображения на рекламных материалах.





BEST BUSINESS TO  
BUSINESS OR TRADE  
MARKETING CAMPAIGN  
SILVER

**KNAUF**  
Немецкий стандарт

**ROTBAND®**

ПРОЕКТ  
«ОТКРЫВАЙ РОССИЮ  
ВМЕСТЕ С КНАУФ»



**25** ЛЕТ В РОССИИ  
JAHRE IN RUSSLAND

# ЗАДАЧИ

## СТРАТЕГИЧЕСКАЯ:

Сохранить долю рынка КНАУФ-Ротбанд на уровне 2017 года. Сохранить тенденции роста КНАУФ-Ротбанд Паста Профи на +20%. Продлить жизненный цикл продукта КНАУФ-Ротбанд и КНАУФ-Ротбанд Паста Профи.

## КОММУНИКАЦИОННАЯ:

Сфокусировать внимание потребителя на масштабах производства и присутствия КНАУФ в России. Сформировать позитивный эмоциональный настрой покупателей посредством специальной упаковки КНАУФ-Ротбанд и КНАУФ-Ротбанд Паста Профи.

## МАРКЕТИНГОВАЯ:

Сохранить лояльность конечных потребителей к КНАУФ-Ротбанд и КНАУФ-Ротбанд Паста Профи за счет предложенной механики проводимой акции.



**knauf**

**25**

ЛЕТ В РОССИИ  
JAHRE IN RUSSLAND

КНАУФ это:

**17** производственных предприятий в разных частях страны

**1400** наименований продукции



# ГЕЙМИФИКАЦИЯ МОТИВАЦИОННЫХ ПРОГРАММ ИНСТРУМЕНТЫ SALES PROMO

## НАША ИСТОРИЯ

В России множество городов – больших, средних и совсем маленьких. Но в каждом городе и поселке России мы найдем потребителей продукции КНАУФ, ведь компания КНАУФ за 25 лет достигла поразительных успехов в России, открыв, или реконструировав 17 производственных предприятий в разных частях страны, выпускающих 1400 наименований продукции для строительства и ремонта – практически придя в каждый дом. В честь 25-летия компания КНАУФ запустила акцию для своих покупателей



**КУПИ**  
КНАУФ-Ротбанд  
или  
КНАУФ-Ротбанд  
Паста Профи



**РЕГИСТРИРУЙ**  
код на сайте  
[www.rotband.ru](http://www.rotband.ru)



**ОТКРОЙ**  
свой город



**ПОЛУЧИ**  
денежный приз

## ИДЕЯ И РЕШЕНИЕ

ОТКРЫВАЙ РОССИЮ ВМЕСТЕ С КНАУФ!

На сайте акции мы создали интерактивную карту России. Отметим 300 городов и в каждом спрятали денежный приз. Каждая упаковка КНАУФ-Ротбанд и КНАУФ-Ротбанд Паста Профи – одна попытка открыть город. Какой город выбрать – решать Вам! В любом случае Ваша тактика принесет Вам успех, ведь все точки на карте призовые!

**КРАСНОДАР?  
ТОМСК?  
СОЧИ?**





# РЕГИСТРАЦИЯ КОДА

У ВАС 1 ПОПЫТКА ОТКРЫТЬ ГОРОД!

A17GJ789BB45



В акции ОТКРЫВАЙТЕ РОССИЮ ВМЕСТЕ С КНАУФ мы давали возможность покупателям продукции за каждую упаковку получить приз от 25 до 25 000 руб, тем самым сохраняя лояльность потребителей к продуктам КНАУФ, которые всегда ждут главную акцию года. Приближайте и удаляйте нашу карту, ищите города, связанные с КНАУФ (там спрятаны чуть более ценные призы), а можете накопить побольше кодов и пройтись, например, по городам Урала. Или специально найти самый незаметный город на карте? Или вам особенно дорог какой-то город в Подмосковье – ведь это Ваша Родина, попробуйте его найти, думаем, он там есть.

**2**  
ШАГ

## ВЫБОР ГОРОДА



Омск — это крупный культурный и экономический центр Сибири. Спорт является неотъемлемой частью города. Здесь проводятся всероссийские соревнования по конному спорту, Сибирский Международный Марафон, а также международные хоккейные турниры. Новый хоккейный центр «Авангард» построен с применением современных технологий КНАУФ, которые обеспечивают качество, надежность зданиям и комфорт как для спортсменов, так и для зрителей.



Архангельск — знаменитый русский город, который является одной из точек притяжения для туристов, открывающих для себя Русский Север. Для гостей города построена гостиница «NOVOTEL». Нестандартные архитектурные решения отеля, а также комфорт постояльцев в холодном климате, стали возможны именно благодаря использованию материалов и систем КНАУФ, таких как КНАУФ-лист и «КНАУФ-Теплая стена». Новый отель отлично вписался в архитектурный стиль набережной Северной Двины.



Иркутск — шестой по величине город Сибири. Крупный научно-образовательный центр, в котором обучается свыше ста тысяч студентов. На базе ГБПОУ ИО «Иркутский техникум архитектуры и строительства» основан ресурсный центр КНАУФ, где любой начинающий специалист может на практике освоить навыки работы с материалами КНАУФ, а также изучить теоретические основы сухого строительства.



**МАГАДАН**  
я выбираю

**АРХАНГЕЛЬСК**

**ОМСК**

**ИРКУТСК**

Мы собрали интересные факты про каждый город, в том числе про новостройки последних 25-ти лет, в которых непосредственное участие принимала компания КНАУФ, сфокусировав тем самым внимание потребителя на масштабах производства и присутствия КНАУФ в России. Участники акции выбирали родные города, откуда уехали, или города, где встретили первую любовь, а может города, где им хотелось бы побывать. Так мы добавили еще больше эмоционального и личного в это промо.



**3**

**ШАГ**

**ВАШ  
ВЫИГРЫШ!**

**25 000 Р**

**МАГАДАН**

## Самые любимые города

### ТОП ОТКРЫТИЙ

Норильск 1 027, Новый Уренгой 858, Якутск 402, Екатеринбург 358, Обь 334, Южно-Сахалинск 322, Мурманск 278, Корсаков 277, Иркутск 276, Змеиногорск 236, Микунь 236, Советск 236, Хабаровск 221, Ухта 219, Владивосток 217, Улан-Удэ 204, Калининград 200, Чита 194, Долинск 185, Сыктывкар 182

### Города принесшие участникам 25000 руб.

- город участника – Хасавюрт, выбрал город – Тула,
- город участника – Москва, выбрал город – Ступино
- город участника Москва, выбрал город – Обь
- город участника Санкт-Петербург, выбрал город – Чита
- село участника Алиюрт, Республика Ингушетия, выбрал город – Краснокаменск

Наши участники с интересом рассматривали карту России с достижениями КНАУФ, ведь статистика показывает, что среднее время нахождения участника на Интерактивной карте составило более 6 минут, а выбор городов был достаточно неожиданный. Но главное – все участники остались с призами!





## РЕЗУЛЬТАТЫ

Геймификация акции показала отличные результаты. Все задачи, поставленные агентству, выполнены: проект помог сохранить долю рынка КНАУФ-Ротбанд и повысить продажи КНАУФ-Ротбанд Паста Профи, рассказать о впечатляющих достижениях КНАУФ в России.

**Response Rate вырос на 39% по сравнению NCP 2017**

УРОВЕНЬ ПРОДАЖ **КНАУФ-РОТБАНД ПАСТА ПРОФИ** УВЕЛИЧИЛСЯ **НА 28%**

КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ АКЦИИ СОСТАВИЛО **БОЛЕЕ 5 ТЫСЯЧ ЧЕЛОВЕК И ВЫРОСЛО НА ОДНУ ТРЕТЬ** ПО СРАВНЕНИЮ С NCP 2017 г.

КАЖДЫЙ УЧАСТНИК **ОТКРЫЛ В СРЕДНЕМ 18 ГОРОДОВ**

**112 912** **раза**  
**открыты города на карте России!**

# Coca-Cola

АКЦИЯ В СЕТИ  
МАГНИТ



# МЕХАНИКА МОСКВА, СПБ

## РОЗНИЧНАЯ СЕТЬ **МАГНИТ**

С 30 января по 10 марта 2019 года

### 1. ПОКУПАЙТЕ ЛЮБУЮ ПРОДУКЦИЮ



### 2. РЕГИСТРИРУЙТЕ ЧЕКИ

и получайте гарантированный приз — коллекционную тарелку за каждые 3 чека\*

Загрузить чек

### 3. УЧАСТВУЙТЕ В РОЗЫГРЫШЕ ПРИЗОВ

Каждый загруженный чек дает вам шанс выиграть главный приз — сертификат на кухню. Или один из сертификатов на 1000 рублей в Магнит.

\*Количество призов ограничено



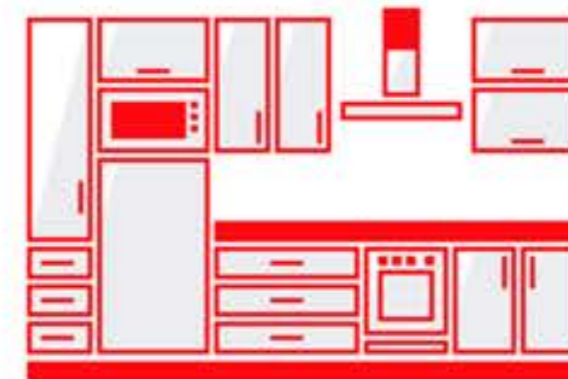
### КОЛЛЕКЦИОННЫЕ ТАРЕЛКИ



### ГЛАВНЫЙ ПРИЗ

Сертификат на кухню

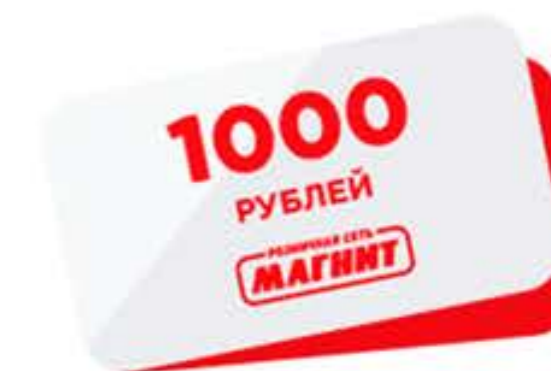
Осталось: **5**



### ЕЖЕНЕДЕЛЬНО

Сертификат в Магнит

Осталось: **420**





КЛЮЧЕВОЙ ВИЖУАЛ



ПОПРОБУЙ... ПОЧУВСТВУЙ

# ПРИГОТОВЬТЕ ЧТО-ТО ОСОБЕННОЕ С ПРИЗАМИ ОТ СОСА-COLA И МАГНИТ

С 30.01.2019 Г. ПО 10.03.2019 Г.

**ПОЛУЧИТЕ  
КОЛЛЕКЦИОННУЮ ТАРЕЛКУ  
ЗА 3 ЧЕКА И ШАНС ВЫИГРАТЬ  
ЦЕННЫЕ ПРИЗЫ**

**ЗА ПОКУПКУ**  
  
**ОБЪЕМОМ 1,5 Л**

**ПОДРОБНОСТИ НА  
MAGNIT.COCACOLA-PROMO.RU**



ОБЩИЙ СРОК ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИИ С 30.01.2019 Г. ПО 10.04.2019 Г. ПЕРИОД РЕГИСТРАЦИИ ЧЕКОВ С 30.01.2019 Г. ПО 10.03.2019 Г. ОРГАНИЗАТОР АКЦИИ — ООО "РЭД ЭДЖЕНСИ". ИНФОРМАЦИЮ ОБ ОРГАНИЗАТОРЕ АКЦИИ, ПРАВИЛАХ ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ, КОЛИЧЕСТВЕ ПРИЗОВ, СРОКАХ, МЕСТЕ И ПОРЯДКЕ ИХ ПОЛУЧЕНИЯ МОЖНО УЗНАТЬ НА САЙТЕ MAGNIT.COCACOLA-PROMO.RU ИЛИ ПО ТЕЛЕФОНУ ГОРЯЧЕЙ ЛИНИИ 8 (499) 649-49-70 (КРУГЛОСУТОЧНО). ЗВОНОК ПЛАТНЫЙ. СТОИМОСТЬ — СОГЛАСНО ТАРИФУ ОПЕРАТОРА СОТОВОЙ СВЯЗИ. КОЛИЧЕСТВО ПРИЗОВ ОГРАНИЧЕНО. ВНЕШНИЙ ВИД ПРИЗОВ И УПАКОВОК МОЖЕТ ОТЛИЧАТЬСЯ ОТ ИХ ИЗОБРАЖЕНИЯ НА РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛАХ. АКЦИЯ ДЕЙСТВУЕТ ПРИ НАЛИЧИИ ТОВАРА В ТОРГОВОМ ЗАЛЕ. СОСА-COLA, СОСА-COLA ZERO, CHERRY СОСА-COLA, FANTA, SPRITE И КОНТУРНАЯ БУТЫЛКА ЯВЛЯЮТСЯ ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫМИ ТОВАРНЫМИ ЗНАКАМИ THE COCA-COLA COMPANY. © 2018 THE COCA-COLA COMPANY



POSM



ПРИГОТОВЬТЕ ЧТО-ТО ОСОБЕННОЕ  
С ПРИЗАМИ  
ОТ СОСА-COLA  
И МАГНИТ  
С 30.01.2019 г. по 10.03.2019 г.



ПОЛУЧИТЕ  
КОЛЛЕКЦИОННУЮ  
ТАРЕЛКУ ЗА 3 ЧЕКА  
И ШАНС ВЫИГРАТЬ  
ЦЕННЫЕ ПРИЗЫ  
ЗА ПОКУПКУ  
КОЛЛЕКЦИОННОЙ ТАРЕЛКИ  
ЗА 3 ЧЕКА И ШАНС  
ВЫИГРАТЬ ЦЕННЫЕ ПРИЗЫ  
ОБЪЕМОМ 1,5 Л

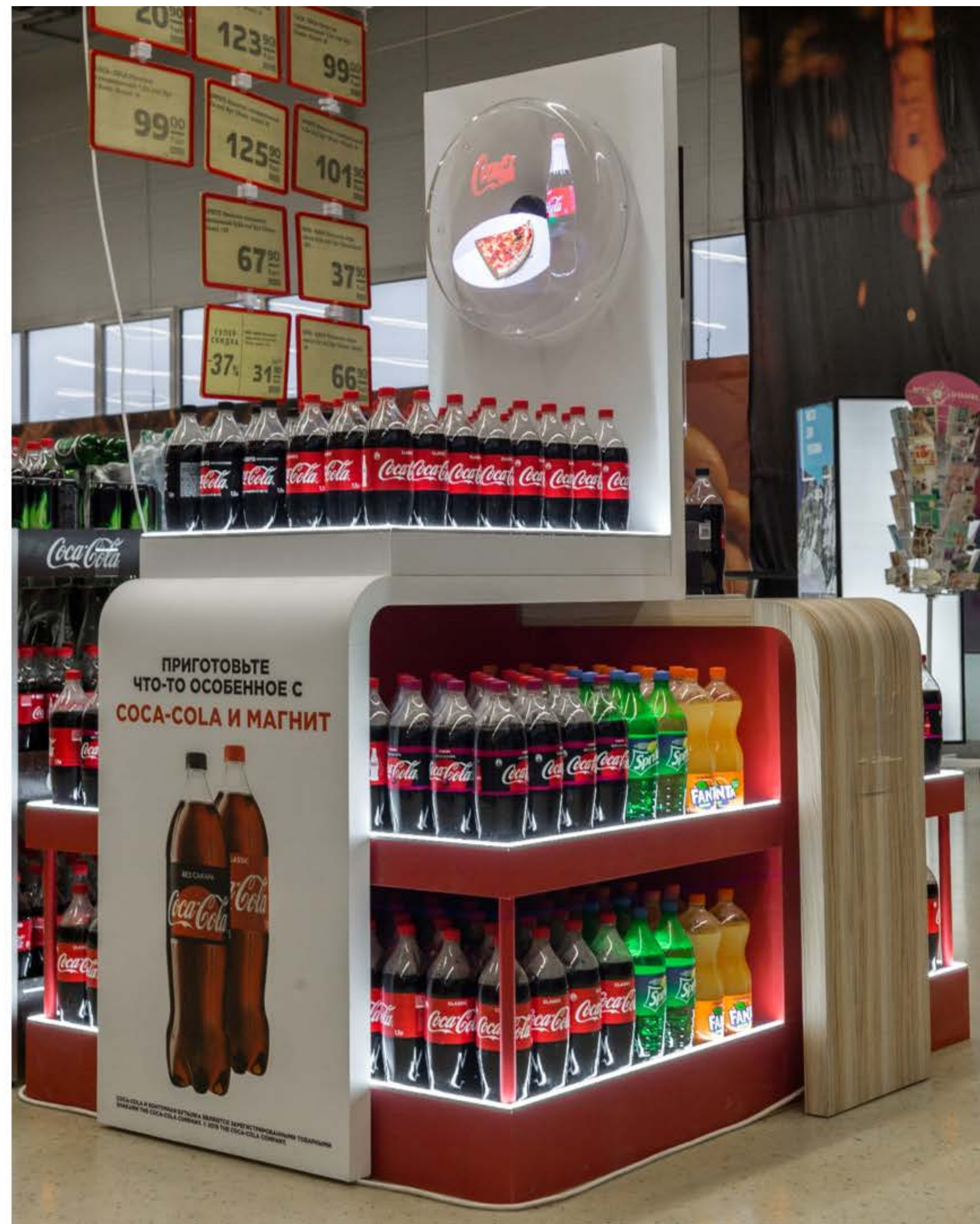
ПОДРОБНОСТИ НА  
MAGNIT.COCASOLA-PROMO.RU



# КО-ПАК



# ТЕАТРАЛИЗОВАННАЯ ПАЛЛЕТА





**РЕЗУЛЬТАТЫ**



**КОЛ-ВО ПРИНЯТЫХ ЧЕКОВ – 15 561**  
**КОЛ-ВО ВЫДАННЫХ ПРИЗОВ – 3 609**  
**СРЕДНЕЕ КОЛ-ВО ЧЕКОВ НА**  
**УЧАСТНИКА – 6,8**

**RED<sup>®</sup> EVENT  
MARKETING  
PORTFOLIO**







**PEPSICO**

DAIRY SALES CONFERENCE

22-23 декабря 2022



**RED**®

## УЧАСТНИКИ:

Сотрудники отдела DAIRY SALES

Количество — 140 человек

## ЦЕЛЬ МЕРОПРИЯТИЯ:

- Подведение бизнес-итогов 2022 года
- Обсуждение планов-2023, стратегии-2027 и совместная проработка действий для дальнейшего каскадирования в команду
- Тимбилдинг и празднование совместного успеха

## ЗАДАЧИ АГЕНТСТВА:

- Разработка креативной концепции и визуального стиля
- Организация проживания, питания и трансфера участников
- Декорирование и техническое обеспечение площадки
- Организация деловой и развлекательной частей мероприятия
- Разработка и координация выездного тимбилдинга





## ИДЕЯ:

ME-to-WE CHALLENGE:  
Вместе — к единой цели!

## ЛОКАЦИЯ:

Отель St.Regis  
(Москва, Никольская ул. 12)

## ТИМБИЛДИНГ:

Зимний outdoor тимбилдинг на катке Эрмитаж (полное закрытие под мероприятие), с привлечением профессиональных тренеров по фигурному катанию.





# PEPSICO

ВЫЕЗДНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ  
СТАМБУЛ  
МАЙ 2021



# СТАМБУЛ

Организация выездного мероприятия на 100 человек.

Тема: подведение итогов полугодия.

Задачи выполненные агентством:

- Заказ авиабилетов и организация перелета
- Подбор и размещение в Стамбульском отеле.
- Организация экскурсионных и развлекательных мероприятий.
- Организация и проведение итогового ужина.
- Оформление площадок
- Администрирование проекта.





# PEPSICO

ВЫЕЗДНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ  
ЕРЕВАН  
ИЮЛЬ 2022



# ЕРЕВАН

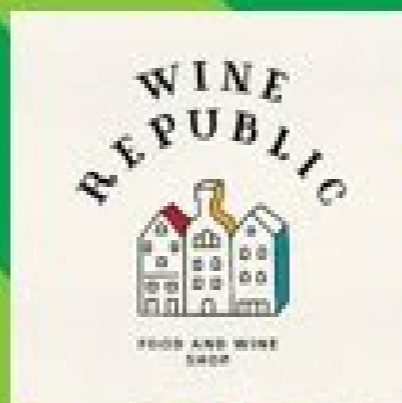


Организация выездного мероприятия на 100 человек.

Тема: подведение итогов полугодия.

Задачи выполненные агентством:

- Заказ авиабилетов и организация перелета
- Подбор и размещение в отеле.
- Организация экскурсионных и развлекательных мероприятий.
- Организация и проведение итогового ужина.
- Оформление площадок
- Администрирование проекта.







EVENT ЗАКРЫТЫЙ ПОКАЗ  
«ТЕАТР НАЦИЙ»

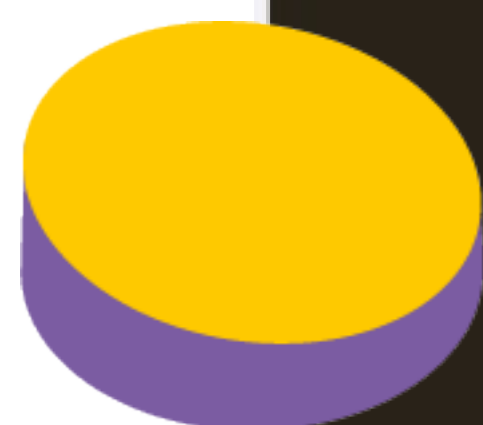


# Закрытый показ

Обеспечение закрытого показ спектаклей «Сказка про последнего ангела» и «Мастер и Маргарита», в Театре Наций, для клиентов Департамента управления частным капиталом ПАО Сбербанк.

Выполнены работы:

1. Разработан визуальный стиль мероприятия.
2. Координация проведения мероприятия.
3. Новогоднее оформление площадки
4. Новогодние сувениры для участников мероприятия
5. Кейтеринг
6. Административное сопровождение





**ТЕАТР  
НАЦИИ**

ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ  
РУКОВОДИТЕЛЬ ТЕАТРА  
НАРОДНЫЙ АРТИСТ РФ  
ЕВГЕНИЙ МИРОНОВ



 СБЕР БАНК



ЗОЛОТАЯ  
МАСКА





# SBER Private Banking

OFF-LINE  
EVENTS



# WHITE PARTY

Проекты для подразделения  
Сбер Private Banking

Презентация продуктов для  
клиентов региональных офисов  
Sber Private Banking

Идея: White Party

Количество участников - 180

2 дня заезда на автомобилях  
2 дня отдыха / White Party  
1-2 октября 2021 года



WHITE  
PRIVATE  
TOUR



**BOSCH**

Разработано для жизни

ON-LINE  
КОНФЕРЕНЦИЯ





# BOSCH



## ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Задачей проекта стала организация ежегодной конференции для бизнес-партнеров Bosch Power Tools в условиях ограничений удаленной работы и социальной дистанции. Применение первого опыта ON-LINE конференции.





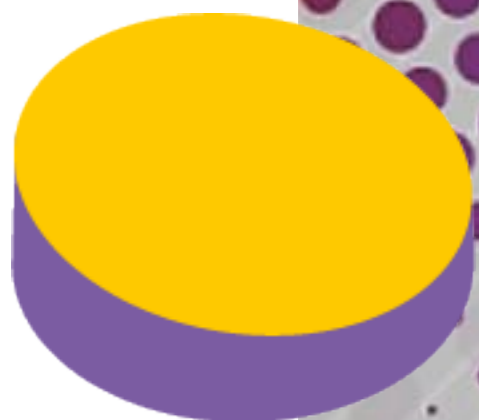
# BOSCH



## РЕЗУЛЬТАТЫ

Аудитория: бизнес партнеры Bosch Power Tools (ритейл, интернет-магазины, крупные дилеры, промышленный сектор)

- 9 спикеров – представителей компании BOSCH
- 200 гостей конференции (от начала до конца конференции)
- 380 гостей - пиковая цифра просмотров



**RED**  
AGENCY

# ТРОЕКУРОВО

КУРИНЫЙ КУРОРТ



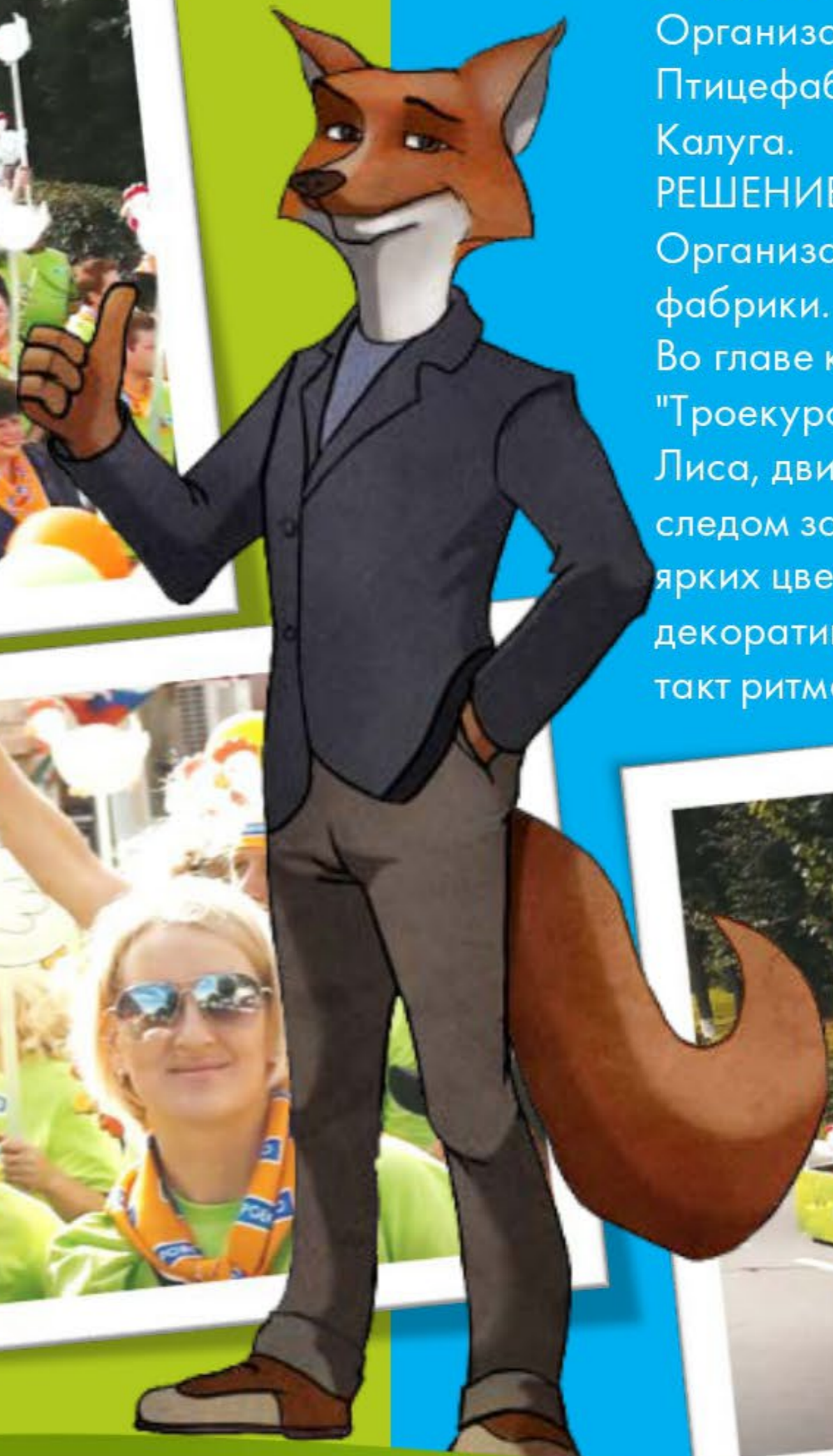
# ПРОДО

УЧАСТИЕ КАЛУЖСКОЙ  
ПТИЦЕФАБРИКИ В ПРАЗДНОВАНИЕ  
«ДНЯ ГОРОДА КАЛУГА»





НАША КОЛОНА  
ВОЗГЛАВЛЯЕМАЯ  
СЕМЕЙСТВОМ ЛИСА,  
ШЕСТВУЕТ С ГЛАВНОЙ  
ГОРДОСТЬЮ  
ФАБРИКИ –  
КУРОЧКОЙ!



#### ЗАДАЧА:

Организация участия бренда «Троекурово» и АО «ПРОДО Птицефабрика Калужская» в праздновании дня города Калуга.

#### РЕШЕНИЕ:

Организация участия в карнавальном шествии сотрудников фабрики.

Во главе колонны следовали фирменные герои бренда "Троекурово", Рыжий Лис и его очаровательная супруга Лиса, двигаясь на красочно оформленной платформе, следом за ними прошли более ста сотрудников фабрики в ярких цветах любимого бренда и в сопровождении декоративных курочек, которые одобрительно кивали в такт ритмам праздника.





## РЕШЕНИЕ:

Особым подарком для горожан стала масштабная развлекательно-игровая зона "Троекурово", где гостеприимные Лис и Лиса заготовили для дорогих гостей развлечение на любой вкус. Любый желающий смог посоревноваться в мастерстве управления реактивной курочки с помощью смартфона, проявить сноровку при ловле яиц, проверить эрудицию и смекалку в викторине про курочек. Каждый из гостей на празднике получил здоровую порцию позитива и веселья, а также фотографию с пушистыми героями "Троекурово" на память.

**РАЗВЛЕКАТЕЛЬНАЯ ЗОНА ТРОЕКУРОВО, СТАЛА САМОЙ ПОСЕЩАЕМОЙ ПЛОЩАДКОЙ ГОРОДА.**





Бренд "Клинский" на фестивалях  
Москвы



**RED**  
AGENCY





ХОТ-ДОГИ С ЛЕГЕНДАРНЫМИ КЛИНСКИМИ СОСИСКАМИ, ПРИГОТОВЛЕННЫМИ НА ГРИЛЕ

<b>Москва</b> 300 руб.	<b>Москва</b> 450 руб.	<b>Тавана</b> 300 руб.
<b>Сантьяго</b> 350 руб.	<b>Шанхай</b> 350 руб.	<b>Йорк</b> 450 руб.

**Спау Хановер** 500 руб.  
ХОТ-ДОГ "ГАННОВЕР" + гарнир и напиток на выбор

**ДОБЕРИСЬ ДО ГАННОВЕРА**  
ИЛИ В РАЙОНЕ КОСМОС ГОРОДОВ МИРА, И ПОЛУЧИ В ПОДАРОК СКАЗКУ НАПЬЮЩИ

**ГАРНИР**  
картофель фри, картофельные дольки, картофельные в стейках и т.д.

**СОУС К ГАРНИРУ**  
майонез, кетчуп, сырный

**НАПИТКИ**  
чай, кофе, лимонад, мокс, холодный чай

# ИДЕЯ

## ТВОЙ МЕГАПОЛИС

Почувствуй и выбери жизнь на твой вкус!  
Приходи! Попробуй оригинальные хот-доги с легендарными Клинскими сосисками.  
Выбери вкус стрит-фуда городов мира – Москва, Рим, Гавана, Ганновер, Шанхай, Йорк



Приходи! Насладись летним днем в релакс-зоне или сделай крутые фото в образе жителя мегаполиса.

#жизньнатвоивкус



# Пикник Афиши



>100 000

посетило нашу площадку



Москва, Кремль



съедено

2891

ХОТ-ДОГОВ

сделано

>2 000

фотографий





**BOSCH**

45 МИРОВОЙ ЧЕМПИОНАТ ПО  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МАСТЕРСТВУ  
WORLDSKILLS  
КАЗАНЬ 2019.



**RED**  
AGENCY





worldskills  
Russia

КАЗАНЬ-ЭКСПО. 22 – 27 АВГУСТА 2019

**ЗАДАЧА:**

ОРГАНИЗАЦИЯ ПЛОЩАДКИ  
ДЕМОНСТРАЦИИ  
ЭЛЕКТРОИНСТРУМЕНТОВ BOSCH  
ПОД КЛЮЧ

**ОСНОВНОЕ  
РЕКЛАМНОЕ  
ПОСЛАНИЕ:**

ВЫХОД ИННОВАЦИОННОЙ  
СИСТЕМЫ КРЕПЛЕНИЙ  
ОСНАСТКИ ДЛЯ УШМ - X-LOCK.



X  
L  
O  
C  
K





# X L O C K



## worldskills Russia

### РЕЗУЛЬТАТЫ:

- БОЛЕЕ 200 000 ГОСТЕЙ  
ЧЕМПИОНАТА
- 63 СТРАНЫ УЧАСТНИЦЫ  
ЧЕМПИОНАТА
- БОЛЕЕ 2 000 КОНТАКТОВ  
ЕЖЕДНЕВНО
- БОЛЕЕ 20 МАСТЕР-КЛАССОВ  
ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ УШМ  
ЕЖЕДНЕВНО





**BOSCH**  
Invented for life

**SKIL**

BOSCH  
PICNIC AFISHI



# ЗАДАЧА

Интеграция бренда SKIL и Bosch  
(высококачественные электроинструменты)  
в фестиваль Пикник Афиши

## Идея «BOSCH MUST GO ON»

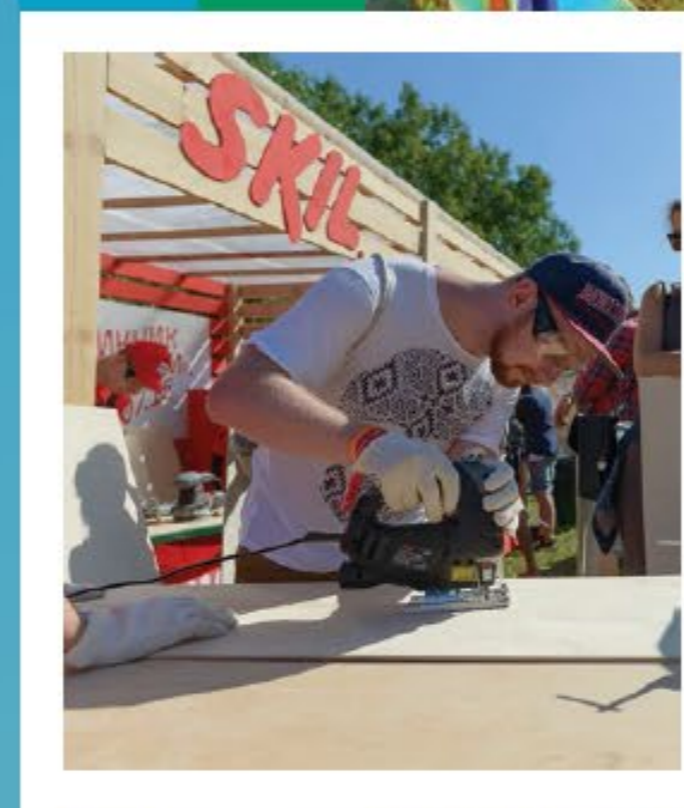
ЭТО возможность:

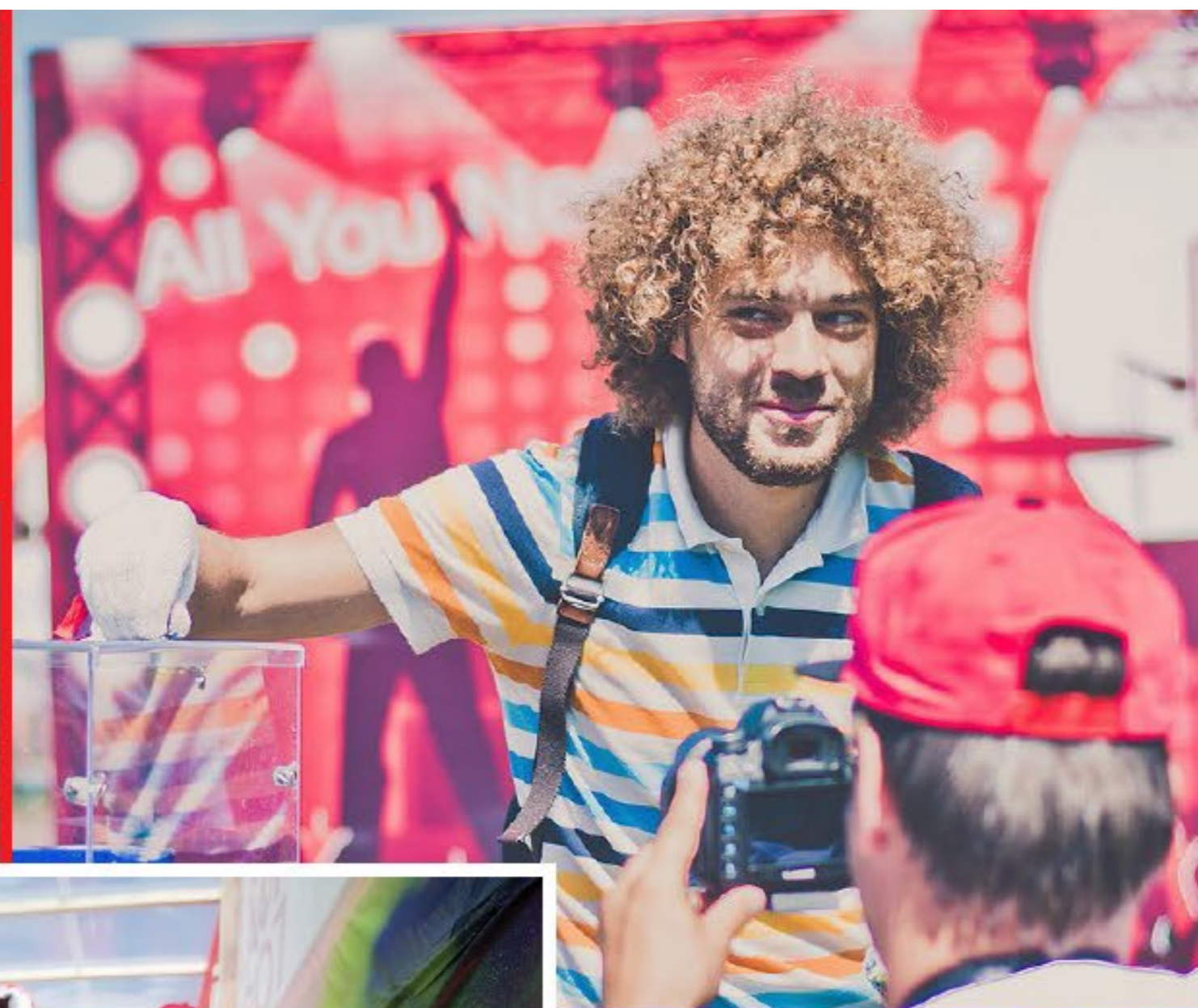
Создать собственные, неповторимые арт-объекты  
в музыкальной тематике.

Поучаствовать в конкурсе на самый креативный  
музыкальный инструмент и пластинку,  
сделанные собственными руками.

Принять участие в фотосессии.

Испытать свою удачу и выиграть призы  
в розыгрыше Magic Box.





РЕЗУЛЬТАТЫ  
КОЛИЧЕСТВО

**3892**

лайков

**38**

репостов

**370**

арт-гитар

**5470**

просмотров

**375**

комментариев



**BOSCH**

**BOSCH TEST DRIVE**  
МОСКВА, АРТ-ЗАВОД ФЛАКОН  
14 СЕНТЯБРЯ 2019



**RED**  
AGENCY





#BOSCHTESTDRIVE

**ЗАДАЧА:** ОРГАНИЗАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ СМИ И БЛОГГЕРОВ

**ЧИСЛО БЛОГГЕРОВ:** 60 ЧЕЛОВЕК

**ОСНОВНОЕ РЕКЛАМНОЕ ПОСЛАНИЕ:** ВЫХОД ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ КРЕПЛЕНИЙ ОСНАСТКИ ДЛЯ УШМ - X-LOCK.

**МЫ ПРЕДЛОЖИЛИ БЛОГГАМ САМИМ ИСПЫТАТЬ НОВИНКУ X-LOCK И СРАВНИТЬ ЕЁ С ПРЕДЫДУЩИМИ МОДЕЛЯМИ УШМ BOSCH.**

**БЫЛО ОРГАНИЗОВАНО 5 РАЗЛИЧНЫХ ЗОН ДЕМОНСТРАЦИЙ:** КЕРАМИКА, МЕТАЛЛООБРАБОТКА, ДЕРЕВООБРАБОТКА, БЕТОНООБРАБОТКА, ГДЕ МОЖНО БЫЛО ИСПЫТАТЬ УШМ НА РАЗНЫХ МАТЕРИАЛАХ.

**РЕЗУЛЬТАТЫ:**

- БОЛЕЕ 50 ПУБЛИКАЦИЙ НА КАНАЛАХ ГОСТЕЙ
- 9 УНИКАЛЬНЫХ ИНТЕРВЬЮ
- РОЛИК [HTTPS://YADI.SK//C8J4T96BUNMYLG](https://yadi.sk//C8J4T96BUNMYLG)

# X-LOCK



PALMOLIVE®

Colgate®

Активация новинок на стенде Colgate-Palmolive  
в рамках Метро Экспо 2019







Продукт:

Новая линейка гелей для душа Palmolive Мицеллярный Уход и новый Colgate Total с цинком и аргинином



Метро Экспо  
20-22.03.19



# Результаты

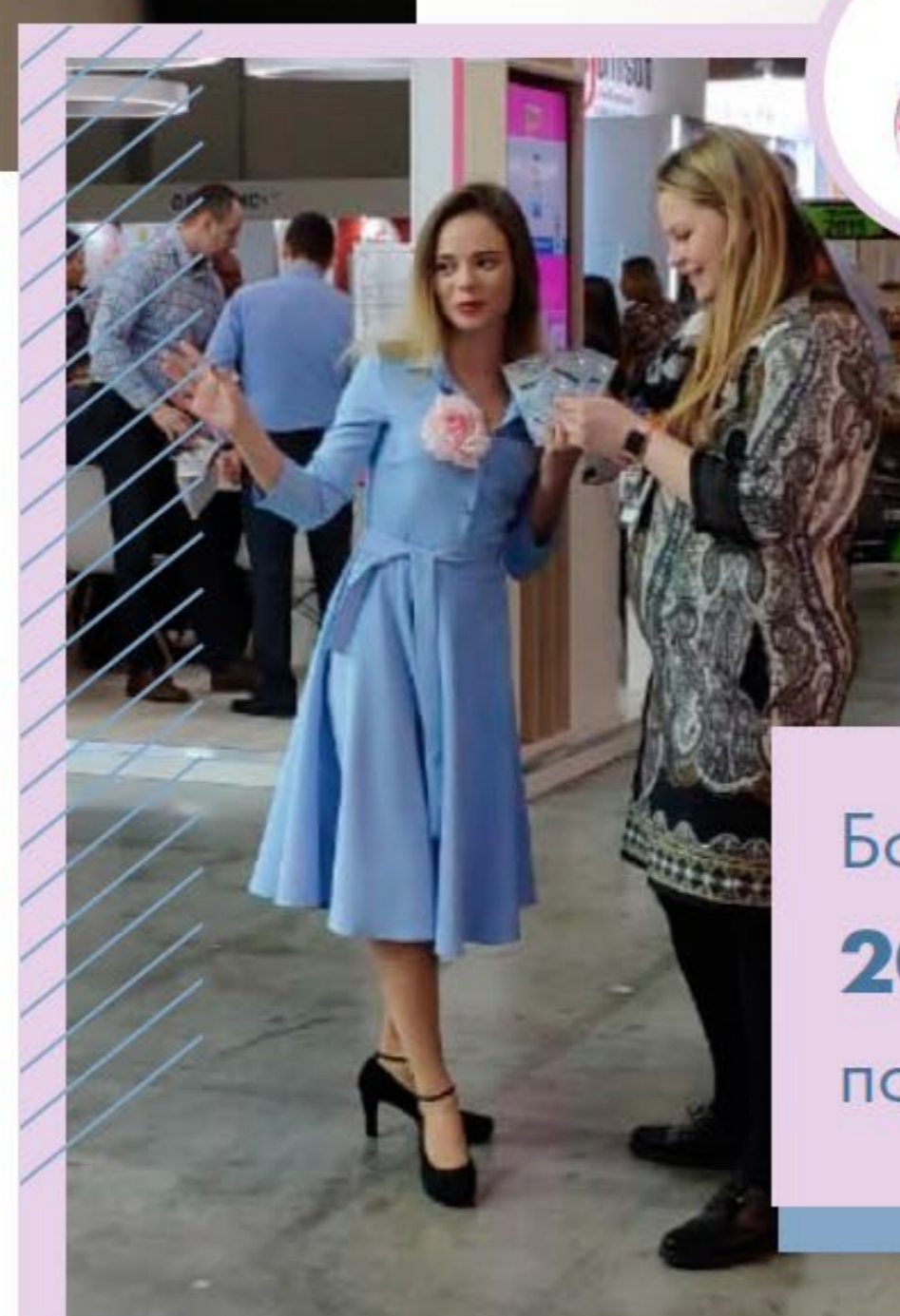


Голографический  
вентилятор

40  
экспериментов  
с зубной  
пастой Colgate

Сделано  
**2500**  
фотографий

Сэмплинг



Более  
**20 тысяч**  
посетителей

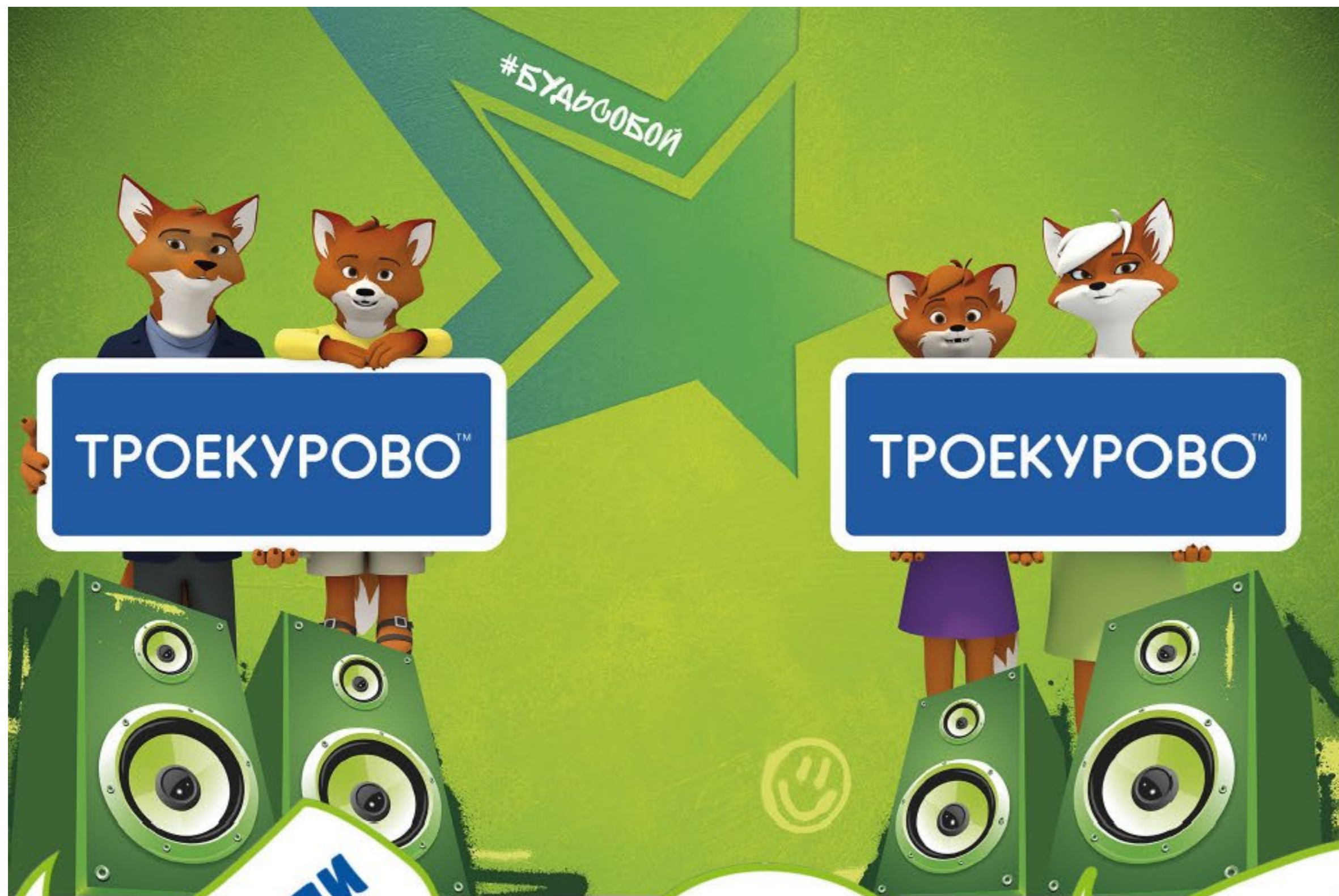


ТРОЕКУРОВО™

Участие бренда «Троекурово»  
в мероприятии KFCBATLEE  
Москва, Новосибирск

RED  
AGENCY





КТО, ЕСЛИ  
НЕ Я?

УЛЫБАЕМСЯ  
И МАШЕМ!

СУПЕР!



## ИДЕЯ

KFC Battle – это проект, который дает тебе шанс заявить о себе и доказать, что ты лучший в своем деле. Футбол, стритбол, рэп, блог, вокал, киберспорт – выбери своё направление и выиграй главный приз Сила, успех, радость движения KFC Battle – это проект, который дает тебе шанс заявить о себе и доказать, что ты лучший в своем деле. Футбол, стритбол, рэп, блог, вокал, киберспорт – выбери своё направление и выиграй главный приз Сила, успех, радость движения – «Троекурово» поддержит тебя на старте и отпразднует твой триумф. Вкуснейшие блюда из курочки «Троекурово» дарят энергию и желание побеждать!

«Троекурово» поддержит тебя на старте и отпразднует твой триумф. Вкуснейшие блюда из курочки «Троекурово» дарят энергию и желание побеждать!





## МОСКВА:

на фестивале KFC battle за 2 дня  
было **66 000** человек

Зона Dance battle – участвовали **1200** человек,  
зрителей порядка **6000** человек

Зона магнитов – **812** человек

Зона сэлфи – около **900** человек



## НОВОСИБИРСК:

на фестивале было **35 000** человек

Зона Dance battle – участвовали  
**300** человек, зрителей порядка **1000** человек

Зона магнитов – **250** человек

Зона сэлфи – около **400** человек



# НОУА

НОУА  
СЕРИЯ ИНТЕРАКТИВНЫХ  
БИЗНЕС-КОНФЕРЕНЦИЙ

RED  
AGENCY



## КЛИЕНТ:

Ноуа, производитель линз для очков  
[www.hoyavision.com/ru](http://www.hoyavision.com/ru)

## ЗАДАЧА:

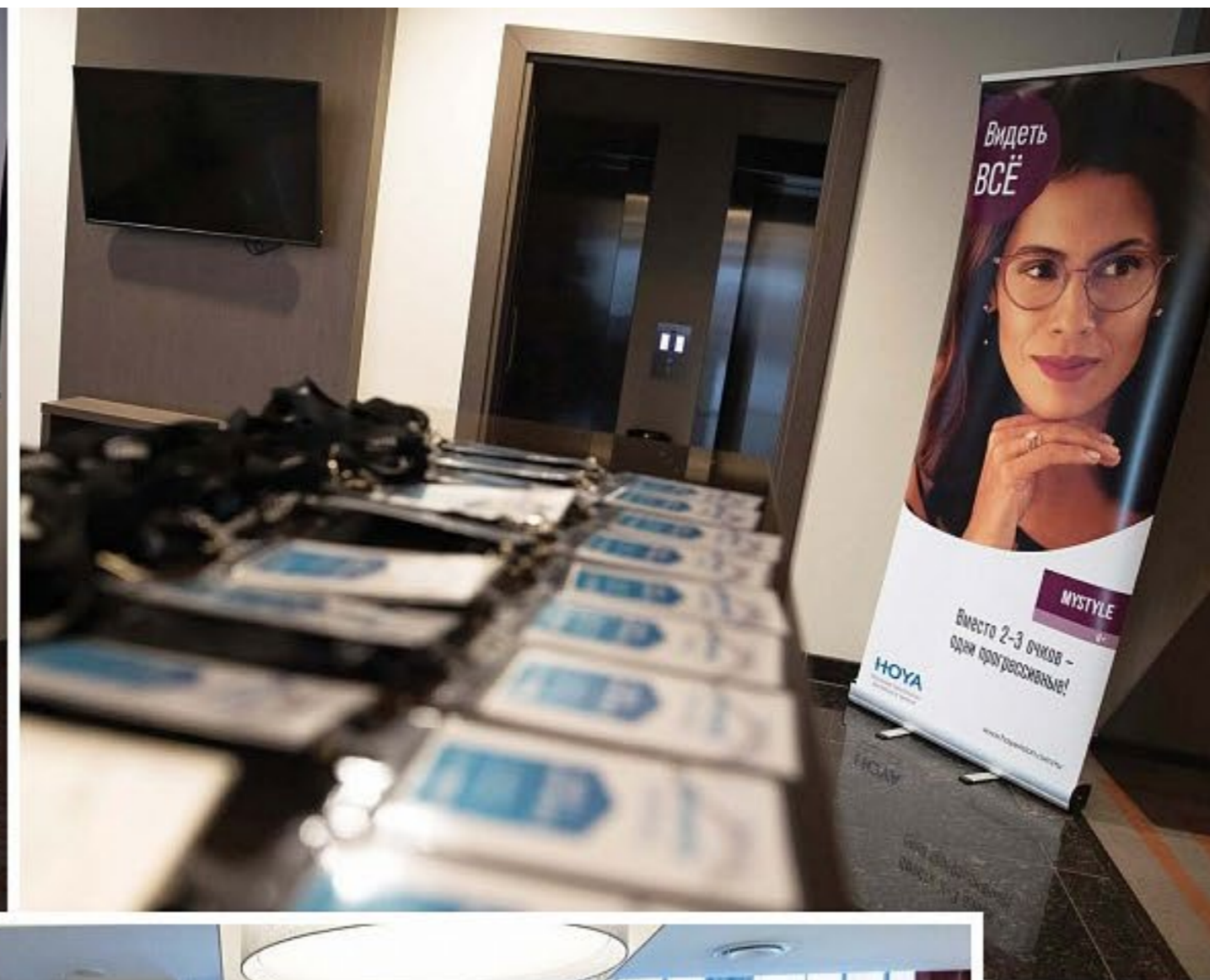
Организация и реализация серии интерактивных конференций в формате лекций и мастер-классов для специалистов салонов оптики: владельцев бизнеса, администраторов, консультантов, врачей-офтальмологов, оптометристов.

## ГЕОГРАФИЯ ПРОЕКТА:

Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск, Краснодар, Нижний Новгород, Казань, Самара и т.д.  
В общей сложности запланировано  
12 городов в течение года.

## ПЕРИОД ПРОВЕДЕНИЯ: 2019 - 2020 г.г.





Продолжительность каждой конференции: **3** дня

Среднее количество участников: **50-70** человек







**КОНФЕРЕНЦИЯ ДЛЯ ДИРЕКТОРОВ  
МАРКЕТИНГА И ПАРТНЕРОВ  
ТЦ МЕТРОПОЛИС И ТРЦ ГАЛЕРЕЯ**



**RED**  
AGENCY



Задача агентства:  
**РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ  
МЕРОПРИЯТИЯ ПОД КЛЮЧ**

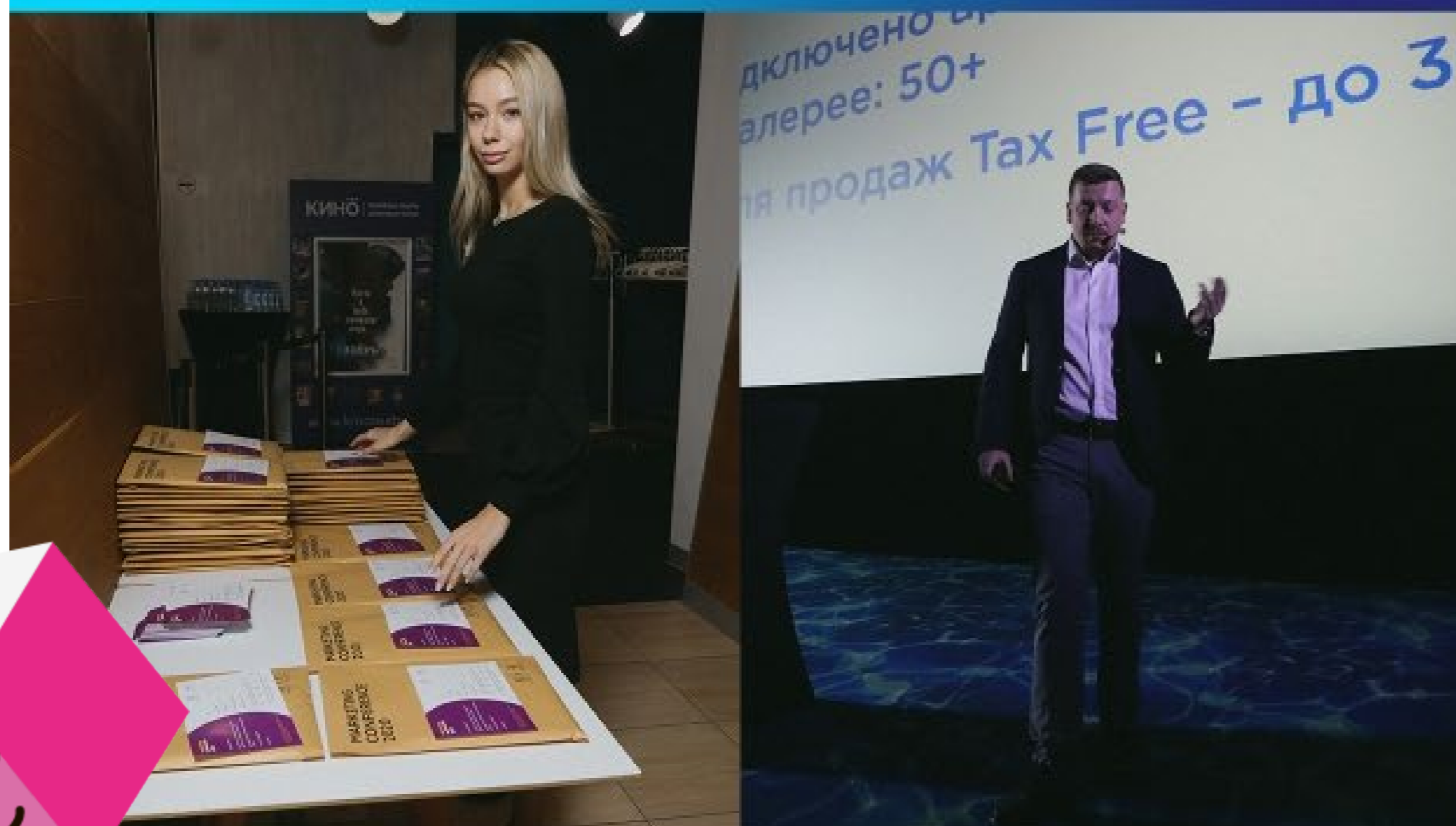
Дата проведения:  
**06 ДЕКАБРЯ 2019 г.**

Количество участников:  
**300 ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ АРЕНДАТОРОВ ТЦ МЕТРОПОЛИС,  
15 УЧАСТНИКОВ ОТ ТЦ МЕТРОПОЛИС И ТРЦ ГАЛЕРЕЯ**

Место проведения:  
**Г. МОСКВА, ТЦ «МЕТРОПОЛИС»,  
КИНОЗАЛ СИНЕМА ПАРК**



10:00 – 11:00  
ПРИВЕТСТВЕННЫЙ КОФЕ-БРЕЙК, РЕГИСТРАЦИЯ



11:00 – 13:00  
ОФИЦИАЛЬНАЯ ЧАСТЬ 1, ПРЕЗЕНТАЦИИ





13:15 – 13:30  
КОФЕ-БРЕЙК, ПЕРЕРЫВ

13:30 – 15:00  
ОФИЦИАЛЬНАЯ ЧАСТЬ 2, ПРЕЗЕНТАЦИИ





**ПАО СБЕРБАНК**  
ФОРУМ УПРАВЛЯЮЩИХ ГОСБ  
30-31 октября 2019



**RED**  
AGENCY



**СБЕРБАНК**

**КЛИЕНТ:** ПАО СБЕРБАНК

**ПРОЕКТ:** Организация и проведение Форума управляющих ГОСБ

**МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ:** Московский городской Гольф Клуб

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** 30-31 октября 2019г.

**ЧИСЛО ГОСТЕЙ:** 70 чел.

**ЗАДАЧА АГЕНТСТВА:**

- Контентно-креативная составляющая проекта
- Производство брендированных коммуникационных материалов
- Оформление площадки
- Трансфер гостей до места проведения Форума
- Встреча и сопровождение гостей в течение всего мероприятия
- Организация мероприятия под ключ

*\*Фото съемка Форума, а также публикация результатов были запрещены. Далее представлен фотоотчет этапа подготовки.*











**ПАО СБЕРБАНК**  
ТЕМАТИЧЕСКИЕ  
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ  
КОНФЕРЕНЦИИ ДЛЯ  
РАЗРАБОТЧИКОВ  
2019





# SBER

*City*

ПРОЕКТ: Организация и проведение серии рекламных акций в рамках участия ПАО Сбербанк в тематических технологических конференциях для разработчиков

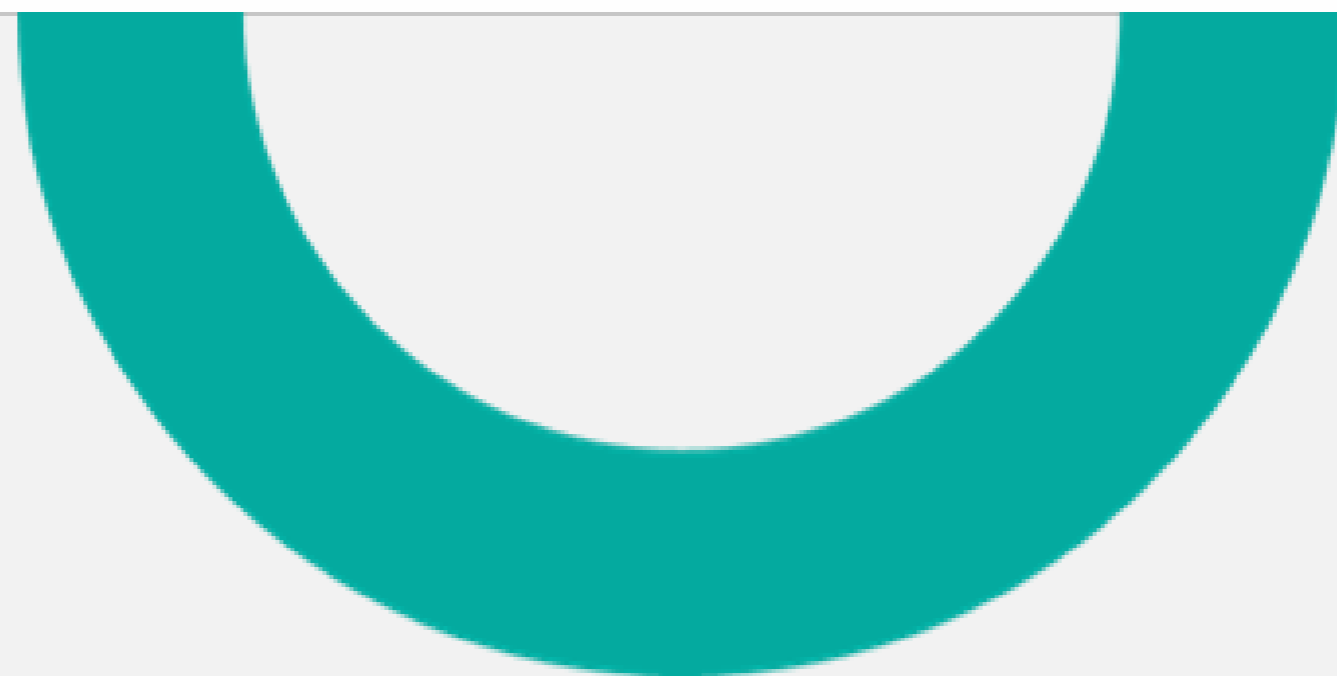
ОБЩАЯ КРЕАТИВНАЯ КОНЦЕПЦИЯ ПРИСУТСТВИЯ БАНКА:  
«СБЕРСИТИ – ГОРОД ДЛЯ РАЗРАБОТЧИКОВ».

СЛОГАН ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ БАНКА: «РАЗРАБОТКА В РИТМЕ БОЛЬШОГО ГОРОДА».

ЗАДАЧА АГЕНТСТВА: производство рекламных материалов, сувенирной продукции (худи, сумки), закупка и брендинг подарков, организации работы персонала, администрирование



# ГЕОГРАФИЯ ПРОЕКТА



# SBER

City



## МОСКВА

13 октября	FRONTENDCONF
14 октября	
7 ноября	HIGHLOAD++
8 ноября	
5 декабря	HEISENBUG
6 декабря	
8 ноября	HOLY JS
9 ноября	
7 декабря	MOBIUS
8 декабря	

СПБ	SAINT APPSCONF		JOKER		DEVOOPS 2019	
	21 октября	22 октября	25 октября	26 октября	29 октября	30 октября





# SBER

*City*



## RED<sup>®</sup> TEAM

ПРОМОУТЕРЫ КОНСУЛЬТАНТЫ И ФОТОГРАФЫ





# SBER

*City*



## RED® TEAM

**RED**  
**AGENCY**



**Shell**  
***RIMULA***

Промо-тур  
«На пути к цели с SHELL RIMULA»



# НА ПУТИ К ЦЕЛИ С SHELL RIMULA



## ЗАДАЧА

продвижение масла  
среди дальнбойщиков

## ЦЕЛЬ

качественный,  
глубокий контакт с ЦА

## ПЕРИОД

16.08.2017 - 19.09.2017  
(5 недель)

## ГЕОГРАФИЯ

14 стоянок дальнбойщиков  
(на федеральных трассах Москва - Санкт-Петербург,  
Москва - Нижний Новгород)



# МЕХАНИКА: КОНСУЛЬТАЦИЯ ПО ПРОДУКТУ SHELL RIMULA И ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ВОВЛЕЧЕНИЕ В БРЕНД ЧЕРЕЗ АКТИВНОСТИ НА ПЛОЩАДКЕ ТРАК-ТУРА:

ГОНКИ  
НА ГРУЗОВИКАХ



ФОТО-БУДКА  
С ИДЕЕЙ



КОНСУЛЬТАНТ  
SHELL



ТВОРЧЕСКИЙ  
КОНКУРС



ПОДАРКИ  
ВСЕМ ГОСТЯМ



БЕСПЛАТНЫЙ  
Wi-Fi



НАПИТКИ  
И УГОЩЕНИЕ



РЕЛАКС  
ЗОНА





# РЕЗУЛЬТАТ

Мы проехали  
3000 км



Нас увидели  
около 800 000  
автомобилистов



1950  
дальнобойщиков  
приняли участие  
в активации



Посетили  
14 стоянок

Из них 4000  
дальнобойщиков



# ЧТО ДЛЯ ВАС ГЛАВНОЕ НА ПУТИ К ЦЕЛИ?



*Идти, и не бояться  
трудностей, что ждут  
на жизненном пути.*



*Желание и семья, которая  
поддержит тебя.*



*Чтобы все было  
как по-маслу.*



*Достичь и чтобы на  
горизонте появилась новая.*



*Понимание,  
что я ее достигну.*



**RED<sup>®</sup>**  
**MOTIVATION**  
**PROGRAM**  
**PORTFOLIO**





Программа лояльности Continental  
для дилеров розницы

[contiprofi.com](https://contiprofi.com)

2021 – 2023 г.г.

## Задача агентства:

- Предложить диджитал решение, на котором будет реализована программа лояльности. Диджитал решение должно включать в себя, дополнительно к функционалу программы лояльности, функционал для проведения опросов участников, проведение викторин, push-уведомления, продуктовый контент с ключевыми преимуществами (приоритет - легковое направление продуктов).
- Креативное оформление программы, разработка механики, возможно включение игровой компоненты и соревнования между участниками
- Обеспечение призового фонда и его логистики.



## Участники программы:

1  
Розничные  
легковые  
дилеры



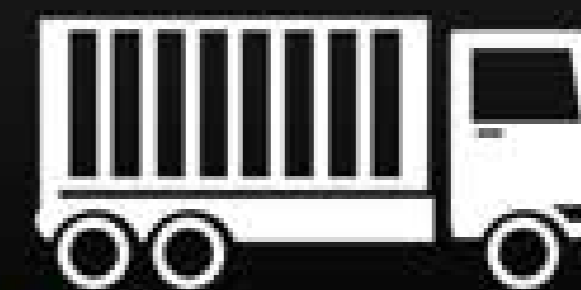
Продавец розничного  
шинного магазина,  
продающий шины  
конечному покупателю  
300 шинных центров

2  
Легковые  
автодилеры



Закупщик автодилера,  
осуществляющий закупку шин на  
все дилерские розничные  
автоцентры сети  
15 автодилеров

3  
Грузовые  
автодилеры



Продавец оптового  
канала, продающий шины  
конечному потребителю  
40 дилеров, 140  
сотрудников



# Наше решение:

- Создание платформы на базе сайта с функцией PWA и чат ботом, для реализации таких функций, как: кастомизация, push-уведомления, возможность установки ярлыка, автономная работа и высокая скорость загрузки.
- Взаимодействие участника с порталом переводится в баллы, и от количества «собранных» баллов на портале зависит размер вознаграждения.
- Внедрение блока «Обучение» с возможностью получить доп. баллы за активность
- Интеграция юмора, чтобы участие приносило удовольствие – дополнительный герой программы
- Создание на сайте Магазина подарков с возможностью выбора наиболее интересного участнику подарка за накопленные в ходе акции баллы- более 20 тыс. призов



# Промежуточные результаты:

Проект многолетний.



Розничные легковые дилеры

**500 участников** – розничные легковые дилеры (данные на момент подготовки кейса))

**Около 50 000 продаж шин** – программа продлена на 2022 г.



Автодилеры

**около 50 участников** – план по закупкам выполнен, программа продлена на 2022 г.



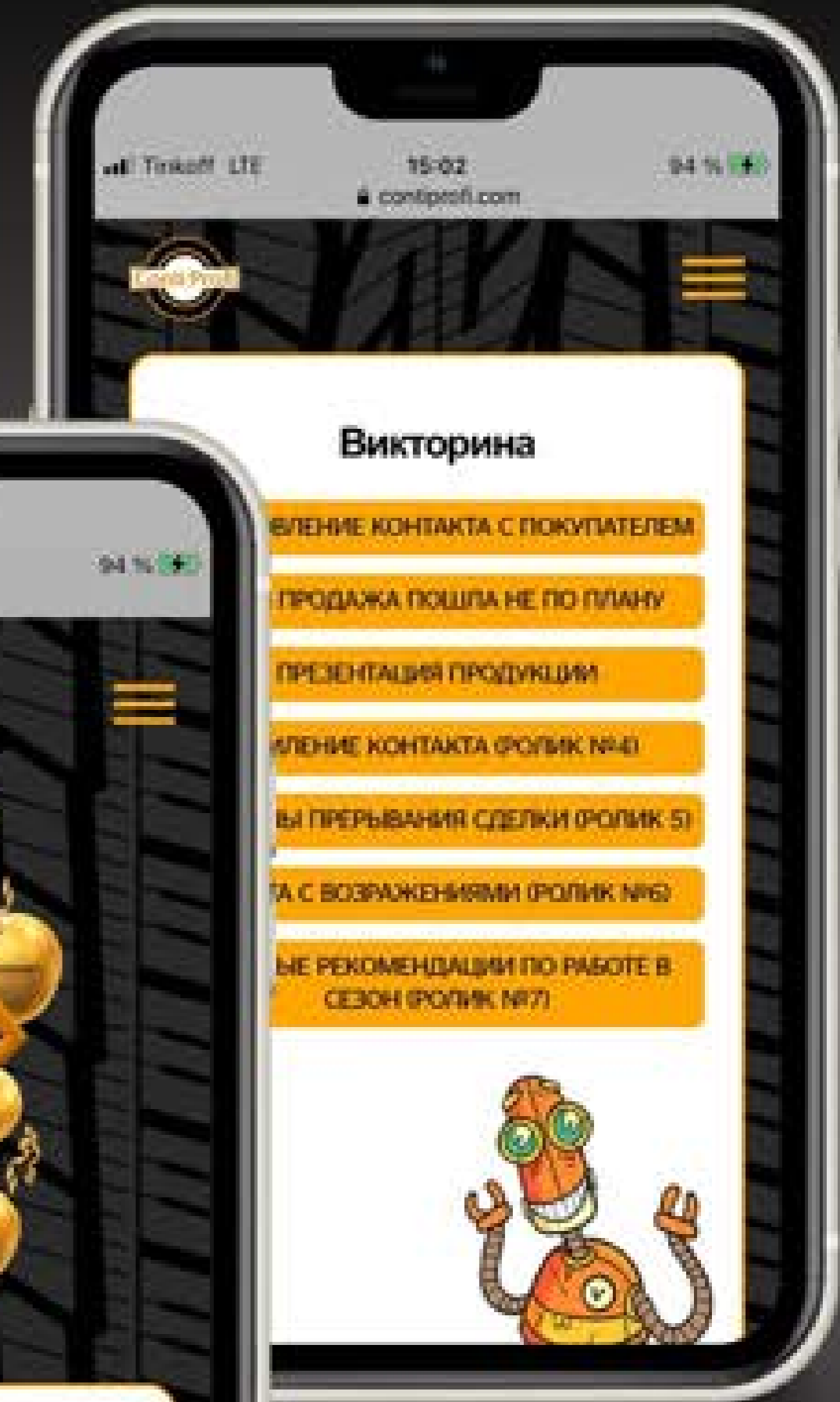
Грузовая розница

**около 250 участников**

**около 20 000 продаж шин** (план регистраций и продаж перевыполнен на 30%)









**РОСНЕФТЬ**

ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ  
МОТИВАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ  
ПО ПРОДВИЖЕНИЮ МАСЕЛ



**ROSNEFT**

# MAGNUM





**РОСНЕФТЬ**

## ПРОДВИЖЕНИЕ ГРУППОВОЙ УПАКОВКИ 4+1

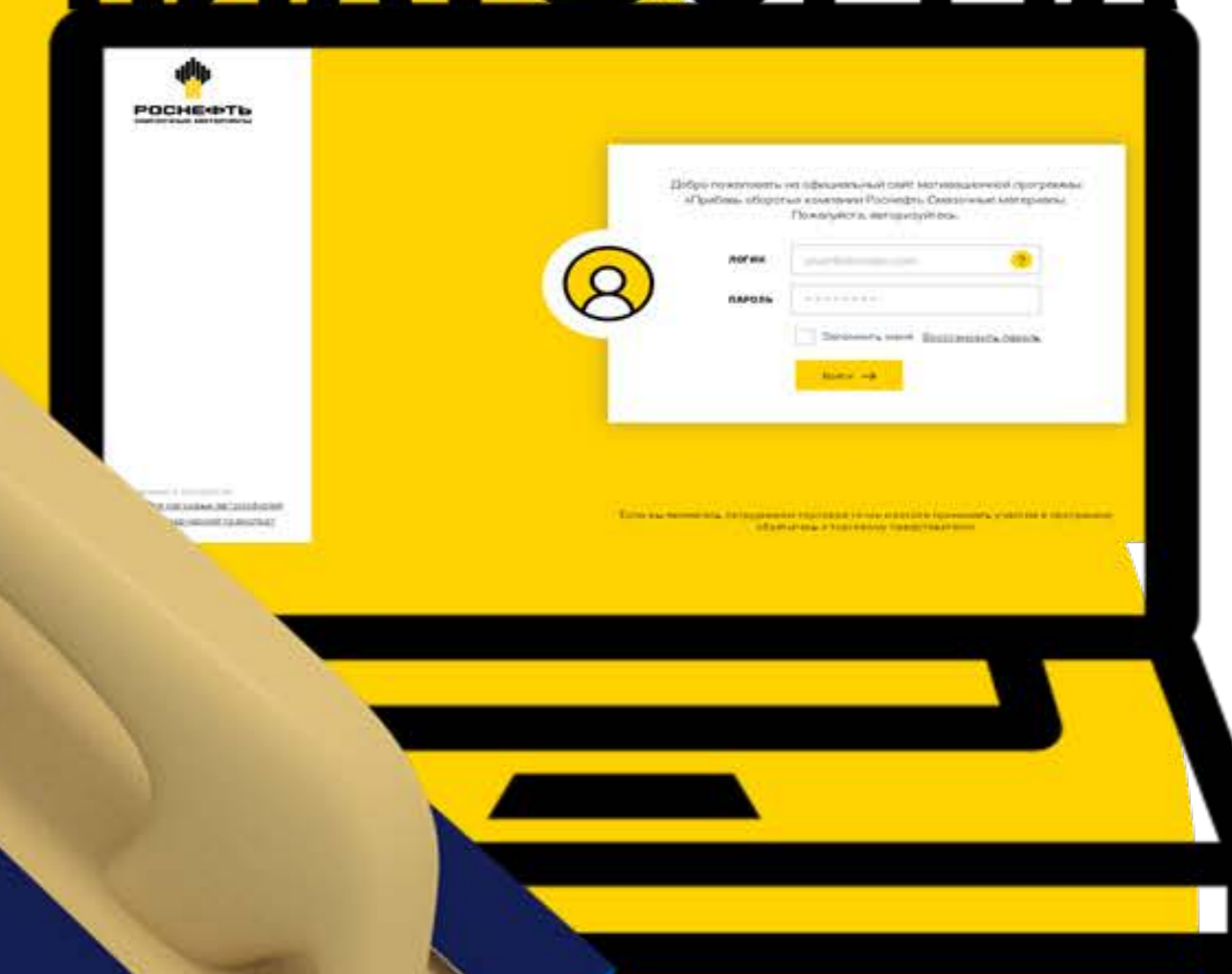
### ВЫПОЛНЯЕМЫЕ РАБОТЫ

1. ОРГАНИЗАЦИЯ СЕРВИСОВ ПО ПЕРЕЧИСЛЕНИЮ ВОЗНАГРАЖДЕНИЙ И ДЕНЕЖНЫХ ПРИЗОВ НА ЛИЧНЫЕ БАНКОВСКИЕ КАРТЫ УЧАСТНИКОВ, А ТАКЖЕ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ МЕТОДОВ ПЕРЕЧИСЛЕНИЯ ВОЗНАГРАЖДЕНИЙ
2. ВРУЧЕНИЕ/ПЕРЕЧИСЛЕНИЕ ВОЗНАГРАЖДЕНИЙ УЧАСТНИКАМ ПРОГРАММЫ
3. РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНОВ И ПРОИЗВОДСТВО РИМ. ОРГАНИЗАЦИЯ ЛОГИСТИКИ ВСЕХ МАТЕРИАЛОВ В РЕГИОНЫ
4. ЕЖЕДНЕВНОЕ И ЕЖЕНЕДЕЛЬНОЕ ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРОВЕДЕНИЮ МОТИВАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ
5. СБОР, ОБРАБОТКА И ХРАНЕНИЕ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ УЧАСТНИКОВ; ОРГАНИЗАЦИЯ И ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ С УЧАСТНИКАМИ ПРОГРАММЫ;
6. ON-LINE СВЯЗЬ С ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ РН- СМ И ДИСТРИБЬЮТОРАМИ В ТЕЧЕНИЕ ВСЕГО ПЕРИОДА АКЦИИ



дизайн  
**POSМ** ДОСТАВКА POSМ

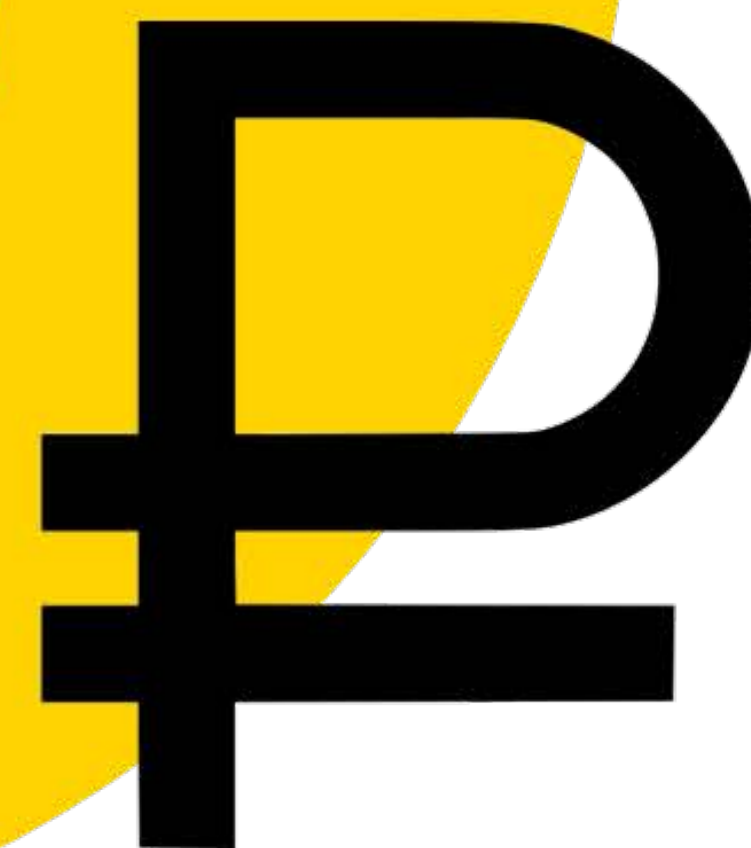
**ПЛАТФОРМА**



ПОД КЛЮЧ



УПРАВЛЕНИЕ АКЦИЕЙ



ВЫПЛАТЫ



## РЕЗУЛЬТАТЫ

Выполнение KPI  
проекта в полном  
объеме

## ПРОДВИЖЕНИЕ ГРУППОВОЙ УПАКОВКИ 4+1

ПОД КЛЮЧ 





КЕРАМИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ  
ДЛЯ СТРОИТЕЛЬСТВА ДОМОВ  
АКЦИЯ ДЛЯ БРИГАДИРОВ





## ЗАДАЧИ

1. РАЗРАБОТКА КРЕАТИВНОЙ КОНЦЕПЦИИ МОТИВАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ ДЛЯ БРИГАДИРОВ, РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА POSM, ИНТЕРНЕТ-БАННЕРОВ И САЙТА WB-PROFI.RU
2. ПРОИЗВОДСТВО POSM И СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ
3. РАЗРАБОТКА ПРАВИЛ АКЦИИ, ВЫСТУПЛЕНИЕ ОРГАНИЗАТОРОМ АКЦИИ
4. ВЕРСТКА И ПРОГРАММИРОВАНИЕ САЙТА
5. ТЕХНИЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА В ТЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ

**КАК  
ПРИВЛЕЧЬ  
БРИГАДИРОВ**

**ЕСЛИ ТЫ  
БРИГАДИР**

**?**

**И ХОЧЕШЬ  
БОЛЬШЕ  
ЗАРАБАТЫВАТЬ**



## ВСТУПАЙТЕ В КЛУБ ПРОФЕССИОНАЛОВ ВИНЕРБЕРГЕР

ЭТО ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ ДЛЯ  
СТРОИТЕЛЕЙ ОТ КРУПНЕЙШЕГО  
ПРОИЗВОДИТЕЛЯ КЕРАМИЧЕСКОГО  
КИРПИЧА, КРОВЕЛЬНЫХ СИСТЕМ И  
ТРОТУАРНОГО КАМНЯ В МИРЕ.



## ПОЛУЧАЙТЕ ВЫГОДУ ОТ УЧАСТИЯ В ПРОГРАММЕ

ГАРАНТИРОВАННЫЙ ПРИЗ – 4 000 РУБЛЕЙ  
НА НЕИМЕННУЮ ЗА ХОТЯ БЫ ОДИН  
ПОДТВЕРЖДЕННЫХ ОБЪЕКТ, РОЗЫГРЫШ  
ПРИЗОВ ВТОРОГО УРОВНЯ – 25 000 РУБЛЕЙ.  
ПОЕЗДКА НА ЗАВОД В ЕВРОПУ

Регистрация



Приветственные  
баллы



Покупки



Загрузка  
накладных

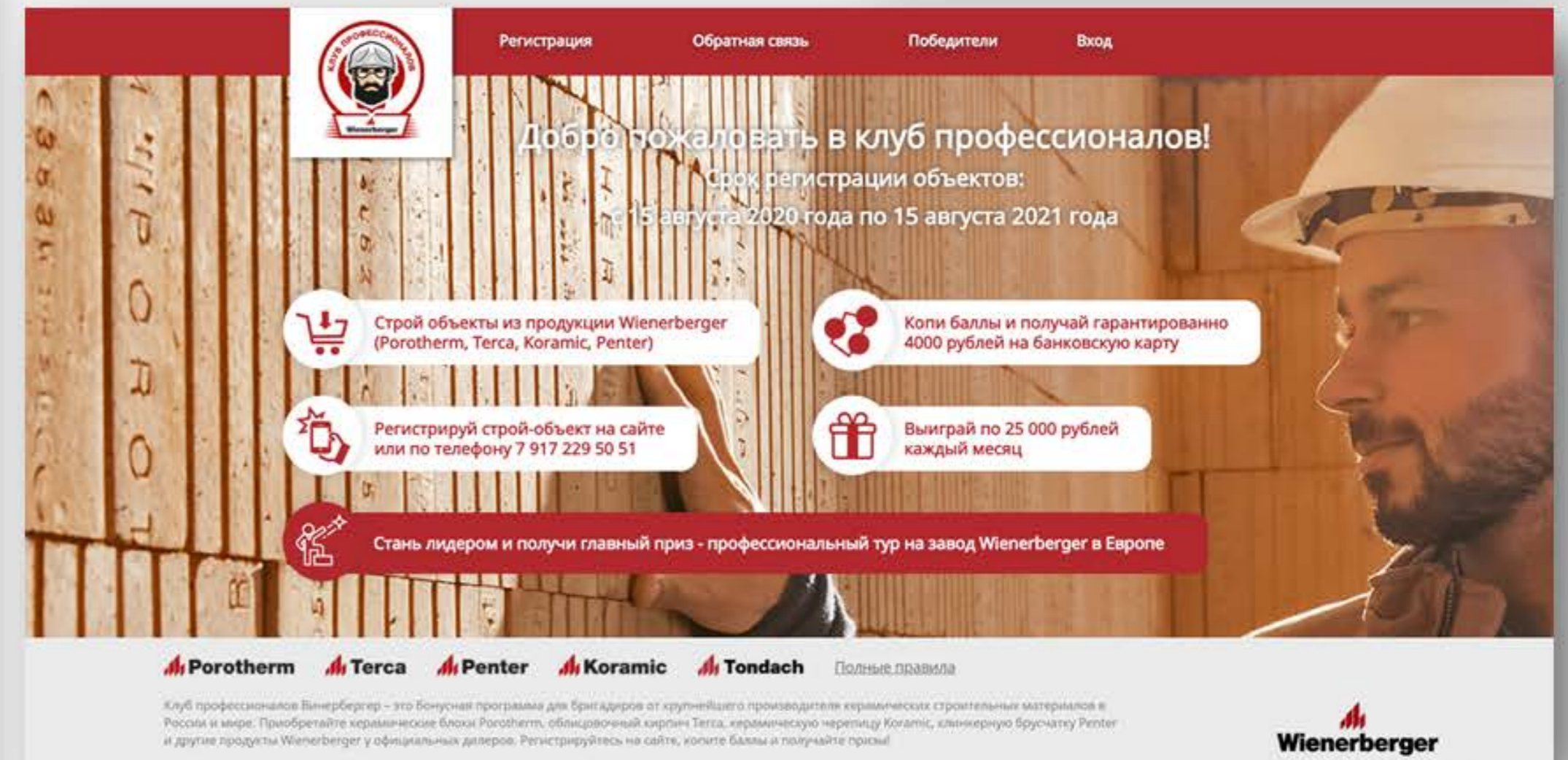


Подарочные  
сертификаты





# POSМ



# САЙТ





# РЕЗУЛЬТАТЫ

ПЕРВАЯ ВОЛНА:  
КОЛИЧЕСТВО ЗАГРУЖЕННЫХ ЧЕКОВ/ УПД/ ТОВАРНЫХ  
НАКЛАДНЫХ: 226  
НАКОПЛЕНО БАЛЛОВ - 44 626,00  
ПОТРАЧЕНО БАЛЛОВ НА ЗАКАЗ ПРИЗОВ - 42 295,00  
КУПЛЕНО АКЦИОННОГО ТОВАРА, РУБ. 44 355 458.  
СЕЙЧАС ПРОХОДИТ ВТОРАЯ ВОЛНА АКЦИИ



**OVO**  
**BETTERMANN**

Мотивационная программа  
«OVO POINTS 2.0»



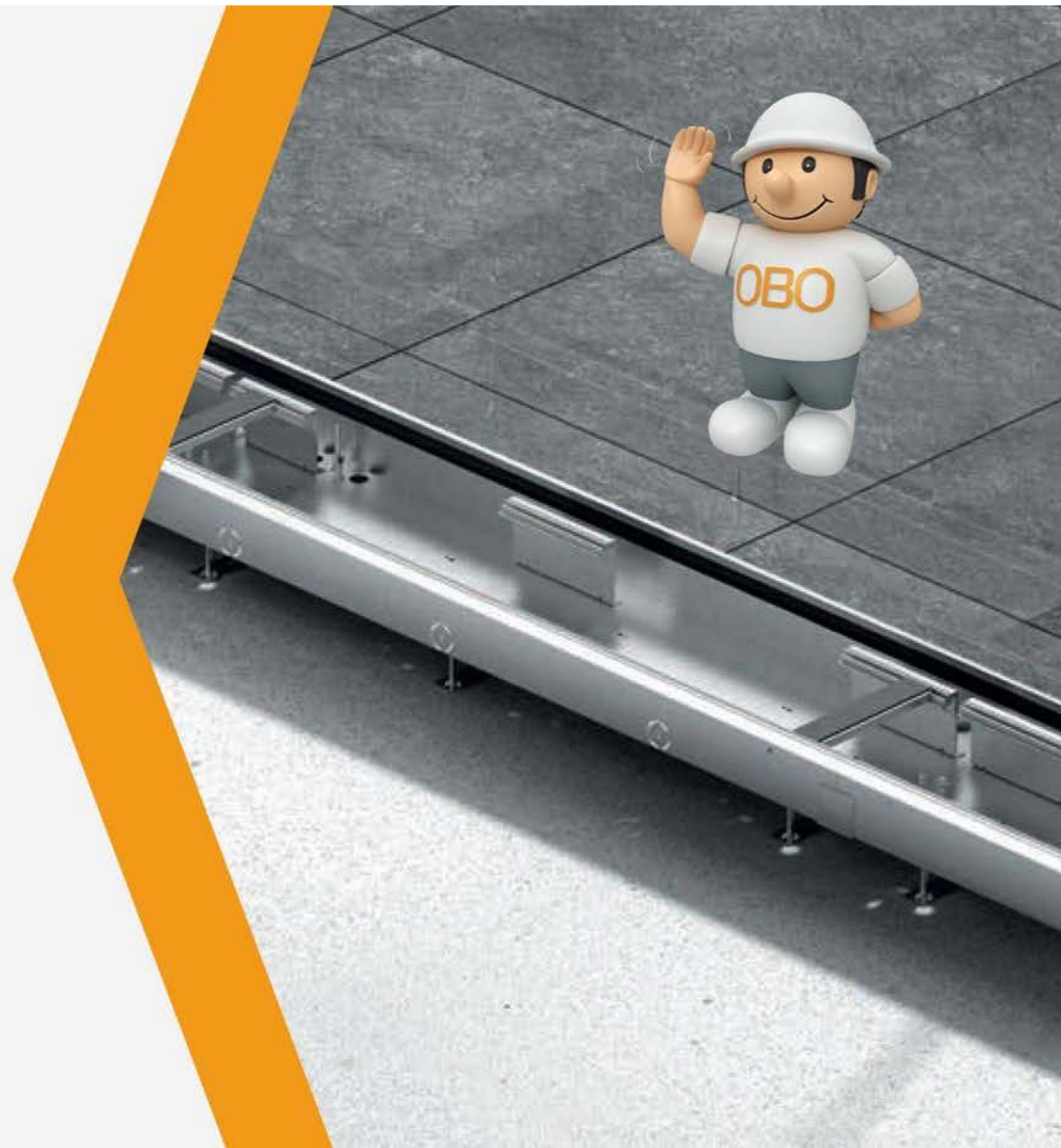


### **Цели программы «OVO POINTS 2.0»:**

- ▶ повышение продаж определенной линейки продукции OVO
- ▶ стимулирование работы с продукцией OVO.

### **Способы достижения цели:**

- ▶ запуск программы мотивации на покупку продуктов OVO.



## Аудитория проекта

Среди участников программы выделяются следующие группы:

- ▶ «Проектировщик»
- ▶ «Монтажник»

## Детали проекта

- ▶ География проекта – вся РФ
- ▶ Период реализации:  
Волна 1 – с 01.07.2021 г. по 15.03.2022г.  
Волна 2 – с 15.03.2022г. и далее (проект пролонгирован на 2023г.)





## Решение

1

Создание платформы программы лояльности на базе TELEGRAM.



2

Введение героя в коммуникацию, который и является ведущим программы. Он обращается к пользователю, ведя его через всю программу.

3

Общая идея проекта – стимулирование монтажников и проектировщиков на работу/покупку OVO Bettermann путем зачисления бонусных баллов за каждую зарегистрированную на платформе программы операцию с продукцией OVO Bettermann.



**+ 100**  
баллов

4

Ввод механики получения дополнительных баллов за такие действия, как: подписка на аккаунт Организатора в социальных сетях (Instagram, YouTube, Facebook и т.д.), репост новостей, другие активност, направленные на продвижение бренда в социальных сетях.



**+ 50**  
баллов



**+ 100**  
баллов

5

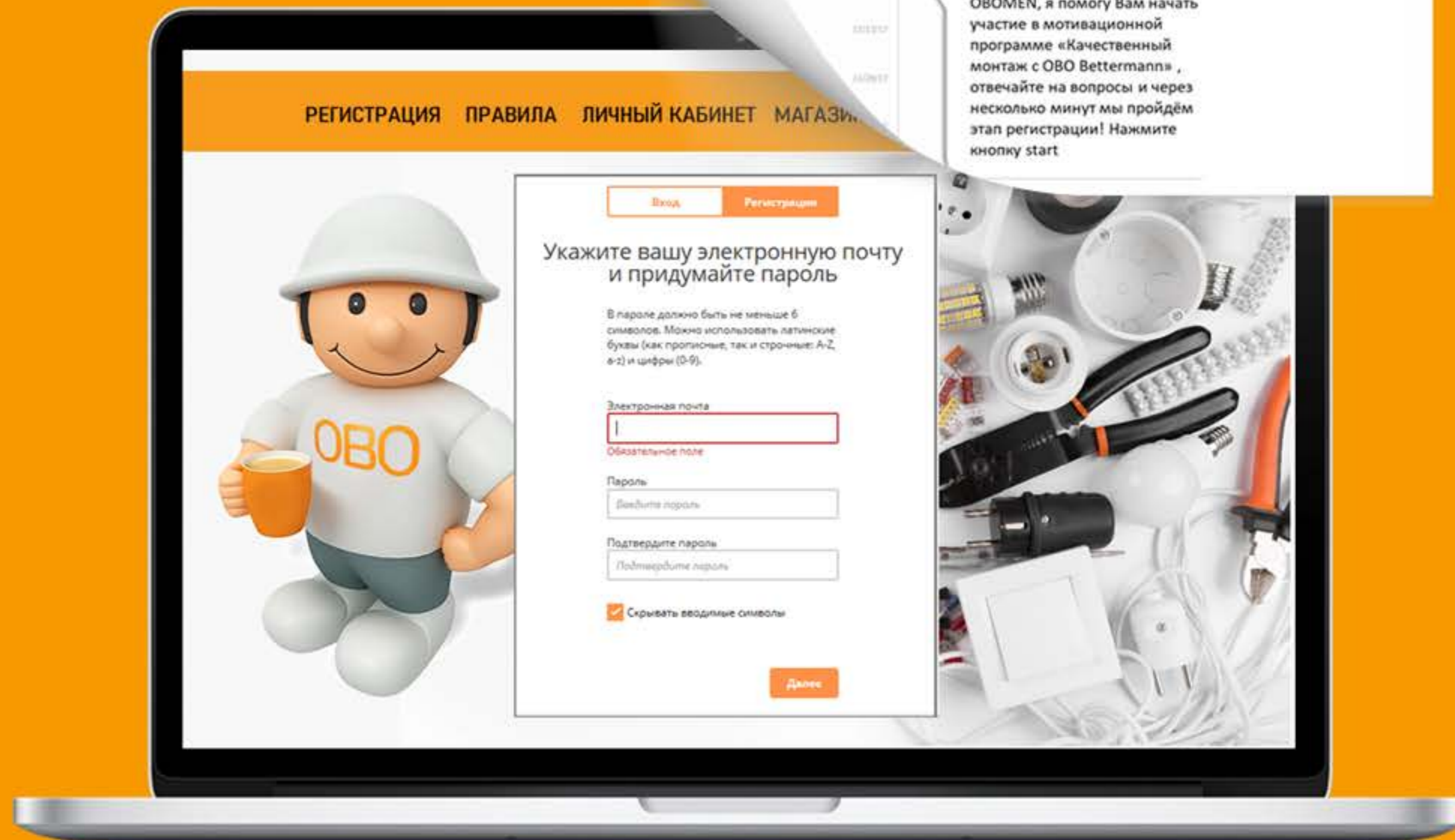
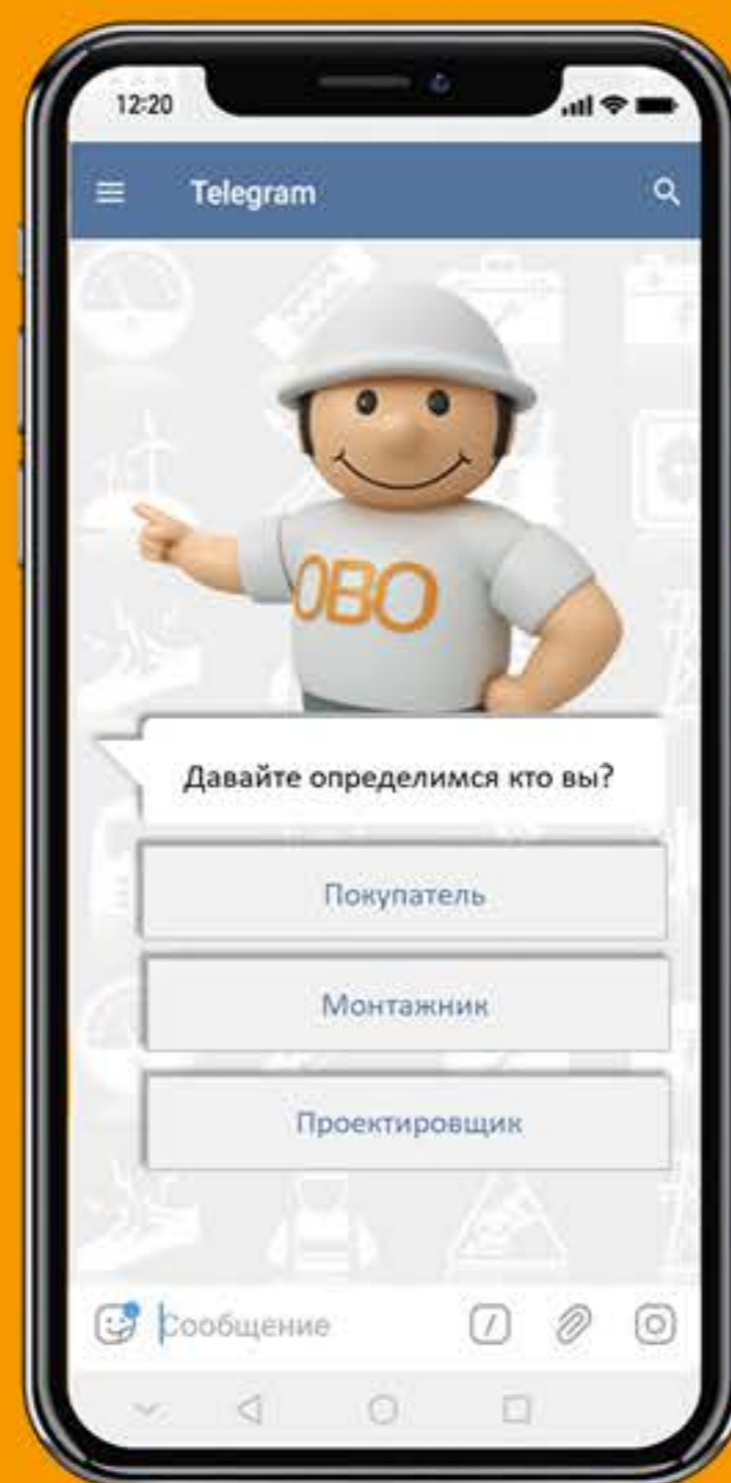
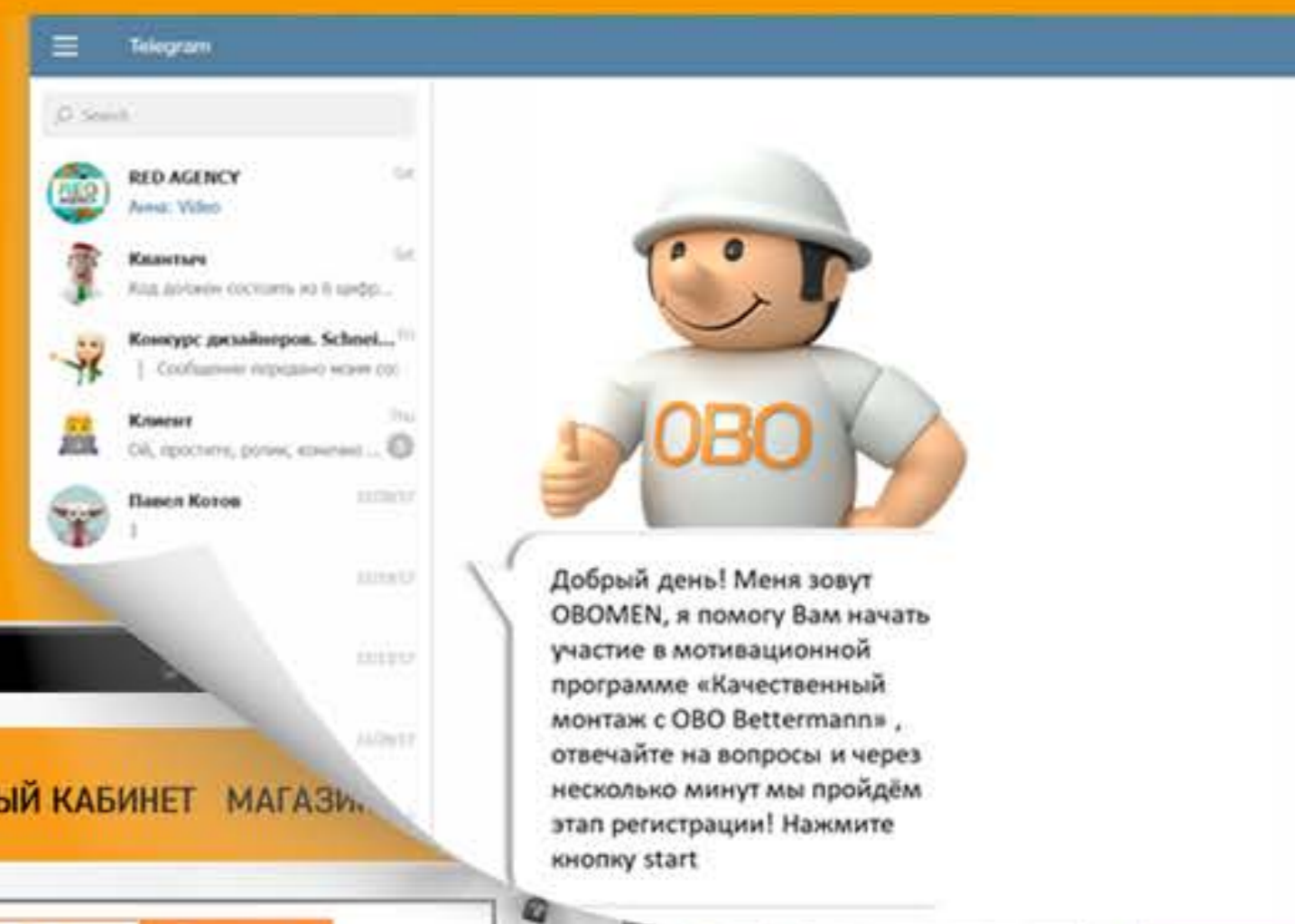
На платформе программы все накопленные бонусные баллы можно обменять на призы в каталоге подарков (что и является основным стимулом в программе «OVO POINTS 2.0»), размещенном в команде «Каталог подарков» Бота Telegram.

**100**  
баллов





# Платформа проекта – Бот в Telegram @OVOMAN\_Bot



## РЕЗУЛЬТАТЫ

Проектировщики

Монтажники



**1 114**

Количество загруженных спецификаций проектировщиками

**316**

**882**

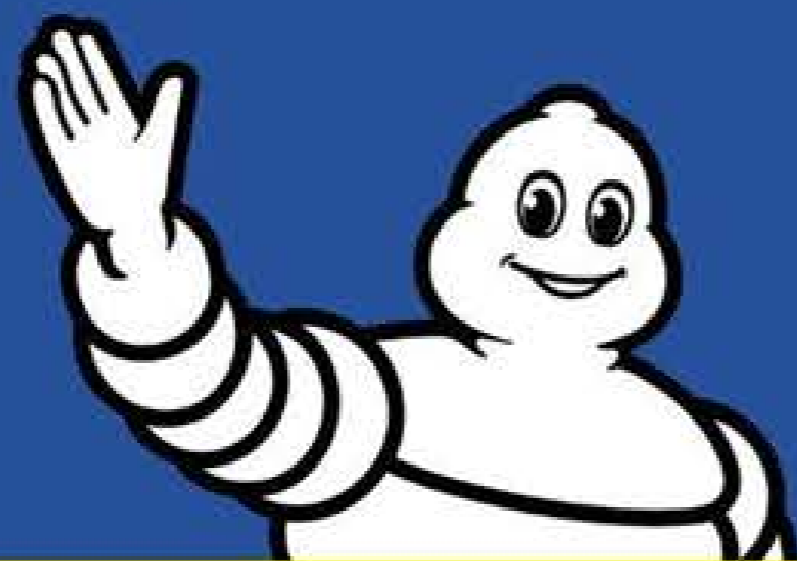
Общее количество участников

**566**

**891**

Количество загруженных спецификаций монтажниками

**Проект в стадии реализации** Результаты на ноябрь 2022г.



**MICHELIN**

МОТИВАЦИОННАЯ  
ПРОГРАММА







## Цели проекта

Повышение знаний о продукте, повышение квалификации продавцов, повышение культуры эксплуатации шин у пользователей (клиенты), Отслеживание эффективности программы (индикаторы, лиды, кол-во пройденных обучений)  
Увеличение продаж в обоих случаях

## Задача

Разработать единую платформу долгосрочного проекта с возможностью интеграции дополнительных акций для разных сегментов бизнеса заказчика

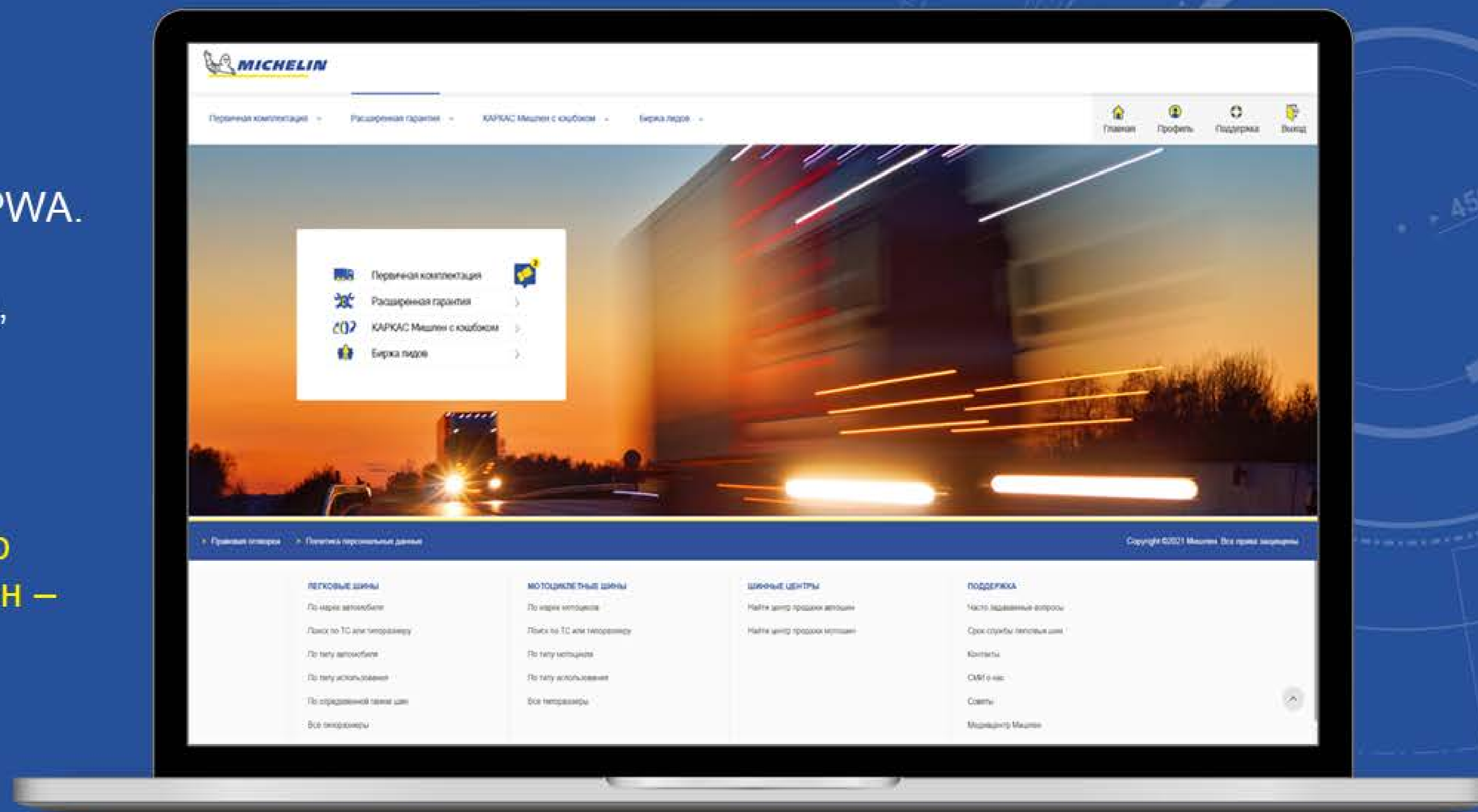




## Решение:

Создание сайта с технологией PWA. Наша онлайн-платформа интегрированная с CRM клиента, которая объединяет в себе несколько проектов и позволяет оперативно запускать новые.

Дизайн платформы максимально прост, лаконичен и функционален – все внимание на результат.





Проект ведем уже более 2-х лет на территории РФ, Беларусь, Казахстан.

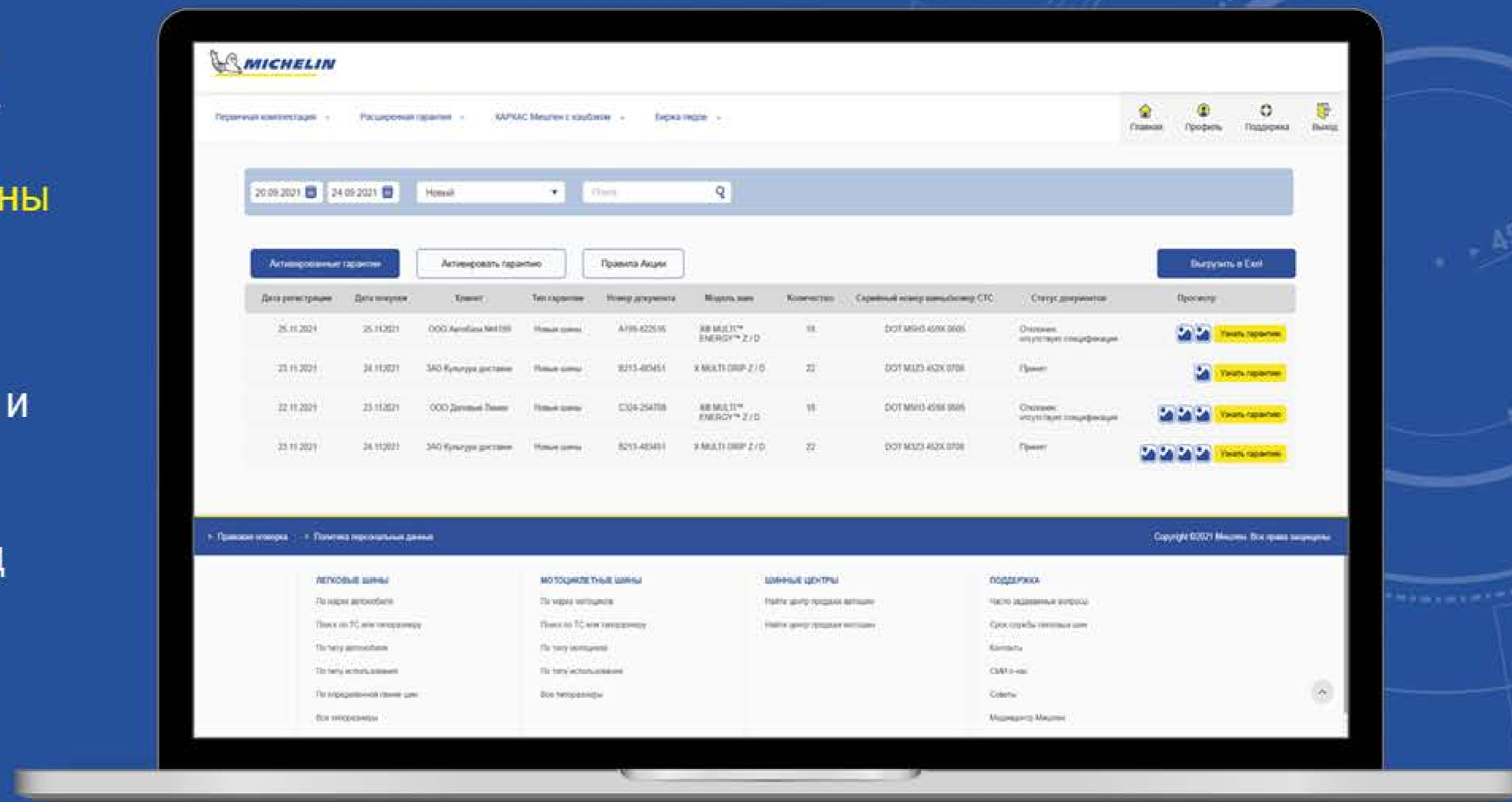
За истекший период были реализованы проекты для грузовых шин:

- Выгодный сезон – первый год
- Первичная комплектация – первый и второй год
- Кешбэк за каркасы – второй год
- Расширенная гарантия – второй год

И запускаем новые (также для грузовых шин):

- Биржа лидов - запуск декабрь
- Коллаборация с АЗС Газпромнефть - запуск декабрь

В настоящее время мы разрабатываем полный редизайн проекта для десктопа.





## Результаты

680

Зарегистрировано  
автопарков

145

Зарегистрировано  
дилеров

103%

Перевыполнение  
плана



# SALTON®

PROFESSIONAL

МОДЕРНИЗАЦИЯ РАБОТЫ С  
ОБУВНОЙ РОЗНИЦЕЙ

ПРОГРАММА ДЛЯ ПРОДАВЦОВ И  
ЛПР ОБУВНЫХ МАГАЗИНОВ

Семинариум  
с Mr. Salton



# SALTON®

PROFESSIONAL

## ПРОДУКТ

- Salton Professional - бренд профессиональных высококачественных средств по уходу за обувью, специально разработанный для обувного канала сбыта

## ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

- Улучшить имидж бренда в глазах и умах продавцов и ЛПР
- Сформировать имидж продвинутой марки, которая в своей работе применяет лучшие практики (касается составов, работы с клиентом, мотивационных программ, обучения)
- Вырастить категорию продажи обувных средств в магазинах обуви и, соответственно, получить дополнительный органический прирост собственной марки за счет популяризации данной категории, обозначения ее значимости, роста продаж сопутствующих товаров в ТТ

PRO<sup>+</sup>  
care



## РЕШЕНИЕ

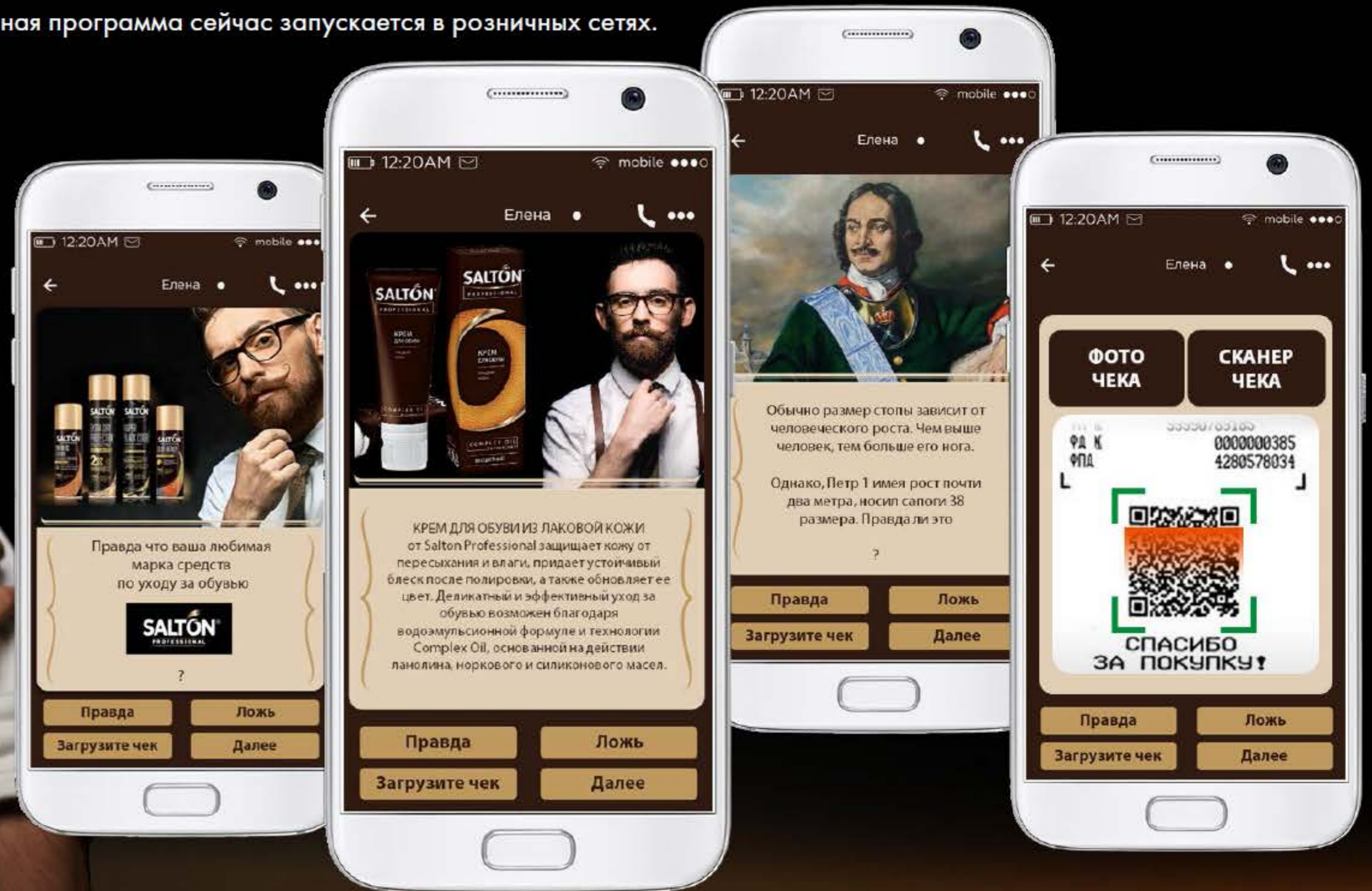
- Мы запустили мотивационно - обучающую программу для продавцов и ЛПР розничных обувных магазинов, на основе инновационной платформе PWA.
- Одушевили бренд SALTON введя нового персонажа Mr.Salton, теперь ставший лицом бренда.
- Создали интерактивную программу Семинариум SALTON, которая в игровой форме рассказывает о продуктах SALTON, обучает продавцов, стимулирует продажи SALTON.
- С помощью своего смартфона продавец магазина может начать участие в программе, продвигаясь шаг за шагом, получая за прохождение игры и продажи продукции SALTON вознаграждение.

# Семинариум с Mr. Salton



## РЕШЕНИЕ

- Mr.Salton проведя обучение начинает игру с продавцом в режиме диалога основанном на игре ПРАВДА/ЛОЖЬ, продавец выбирает свое действие через управляющие кнопки. От действий продавца игра может развиваться по разным ветвям. И только правильные ответы ведут к победе в игре.
- В игре есть и блок Продаж, для того чтобы продвигаться в игре нужно фиксировать продажи продукции SALTÓN.
- Прошедший игру может рассчитывать на вознаграждение от 1000 до 50000 руб.
- Данная программа сейчас запускается в розничных сетях.





# МАТЕРИАЛЫ ПРОГРАММЫ



Добрый день!

Меня зовут Salton, как и мой любимый бренд. Приглашаю вас принять участие в увлекательной игре СЕМИНАРИУМ Salton Professional, она предназначена только для вас – продавцов обуви. В этой игре я в увлекательной интерактивной форме расскажу про серию средств ухода за обувью Salton Professional, поиграю с вами и немного удивлю своими знаниями.

А еще я приготовил внушительный призовой фонд, ведь каждый участник прошедший СЕМЕНАРИУМ Salton Professional получит **1000** руб., а лучший игрок **50 000** руб.!

Начните же её!



## КАК ЗАПУСТИТЬ ИГРУ:

Для того, чтобы начать с нами увлекательное путешествие в программу СЕМИНАРИУМ...



Установите приложение СЕМИНАРИУМ SALTON на ваш смартфон



Авторизуйтесь по номеру телефона, как это делается во всех мессенджерах, начните работу



Life Is On

**Schneider**  
Electric

В2В программа для региональных  
дистрибуторов и покупателей

**«КВАНТ УСПЕХА 3.0»**

**RED**  
AGENCY



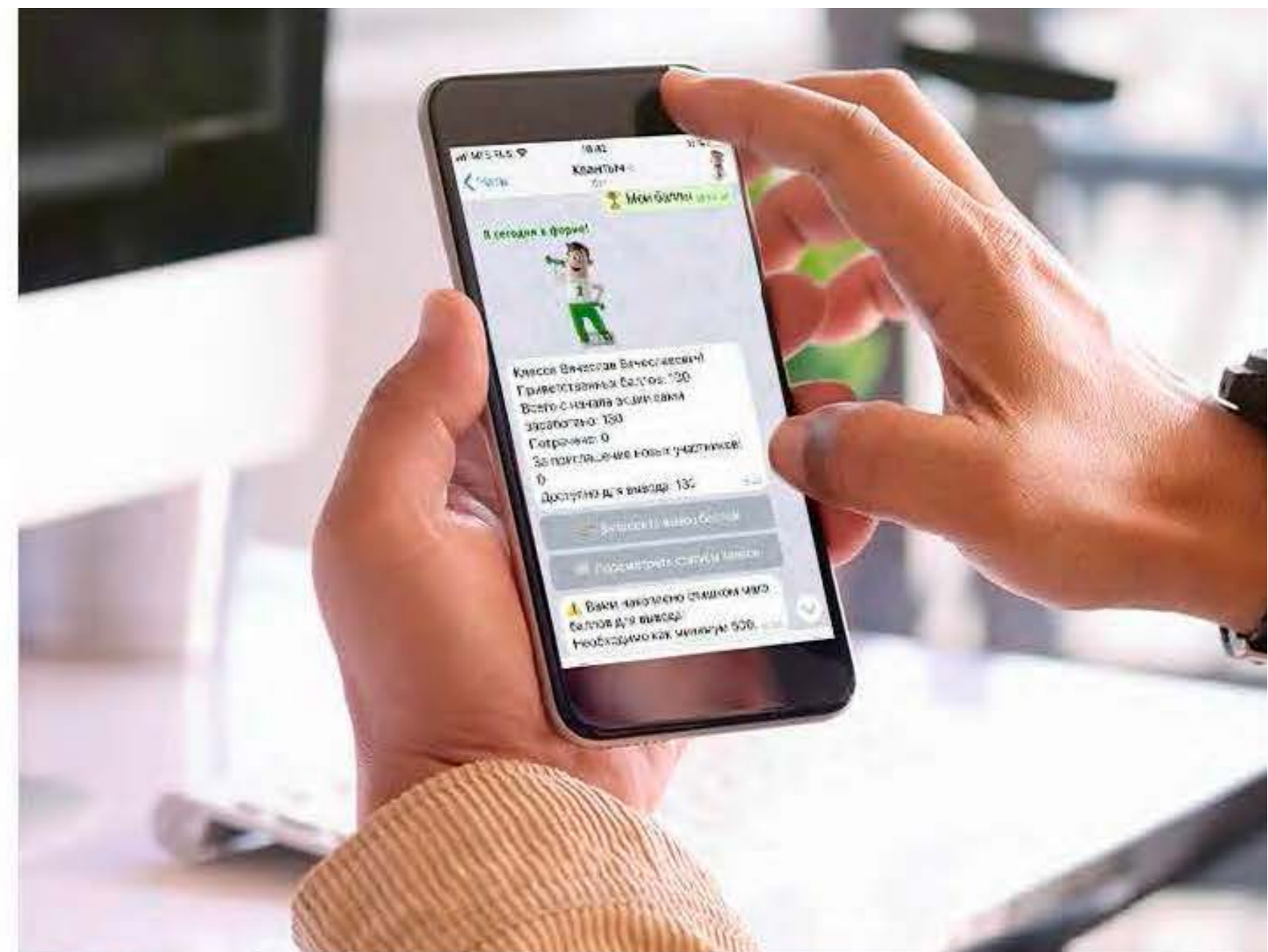
# ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ

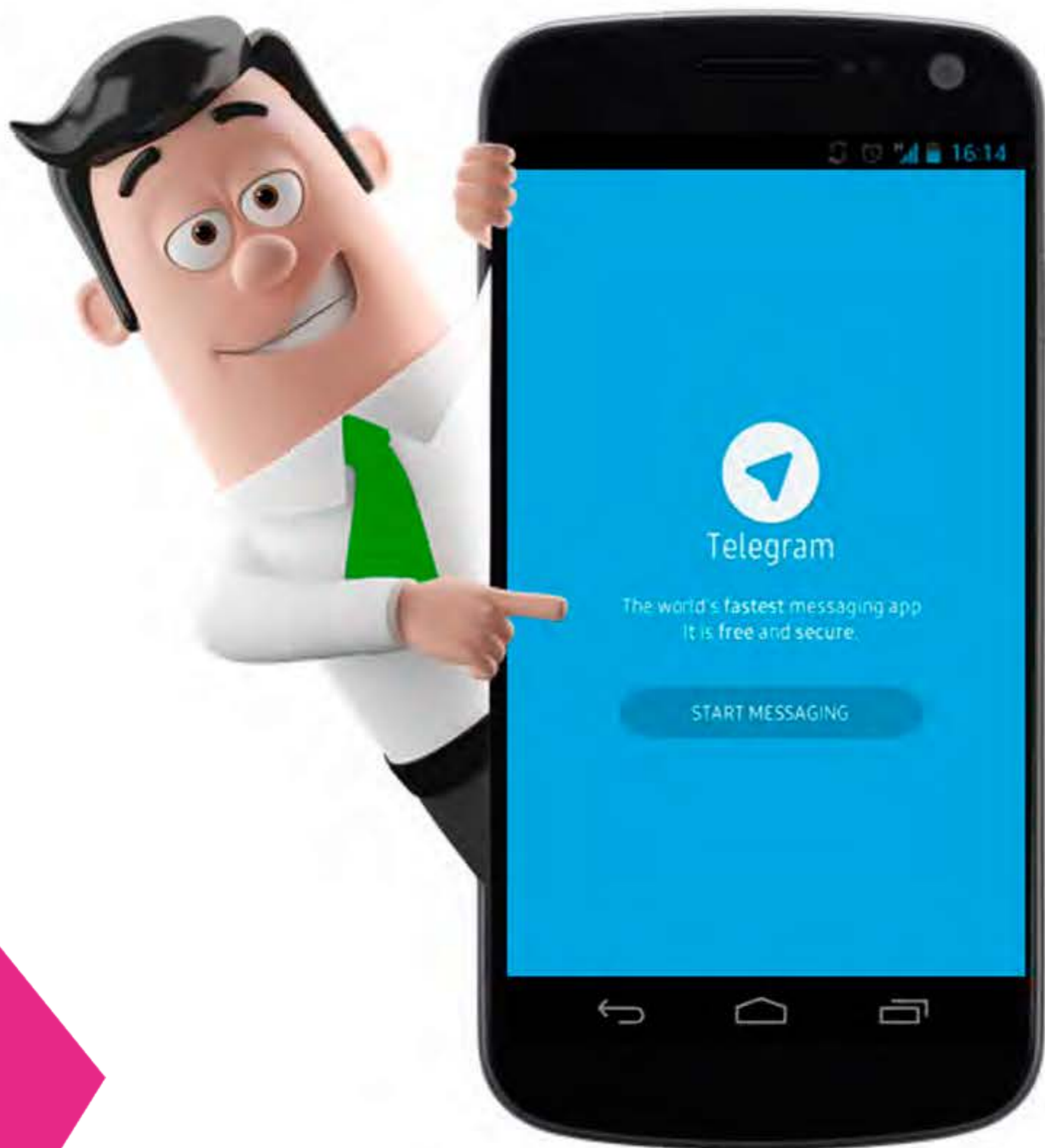
- Стимулирование продаж продукции Schneider Electric по продуктовому направлению
- Увеличение узнаваемости бренда SE, формирование доверия к продукции, лояльности к марке.

ДОБРЫЙ ДЕНЬ! Я Квантыч, ведущий, организатор, идейный вдохновитель и твой проводник в новой акции «Квант успеха 3.0» компании Schneider Electric.

Я всё расскажу и покажу, помогу тебе достичь впечатляющих результатов, учту твои интересы, расскажу о новой продукции Schneider Electric, со мной всё просто и очень интересно, начнем?

Забыл сказать: я живу в твоём смартфоне....))))





...а, если быть точнее в мессенджере Telegram. Квантыч – это продвинутый бот на базе программы Telegram, способный имитировать живое общение с человеком. Он действует по заданным алгоритмам, а в случае необходимости, подключает живого оператора акции.

Линия общения строится на вопросах и ответах между ботом и участником акции, поэтому она очень дружелюбна и в реальности напоминает ваше общение с друзьями в мессенджере, индивидуально или в группе.

Установите Telegram, наберите в поиске Квантыч и вы уже в среде мотивационной программы!

# МЕХАНИКА

- зарегистрируйся в акции через чат-бота в Телеграм
- загружай накладные по продажам продукции
- получай баллы и конвертируй их в деньги на Киви-кошелек



# АНОНС И БАННЕРЫ

Life Is On | Schneider Electric | www.life-is-on.ru

**КВАНТ УСПЕХА 3.0**

**Я Дилер**

Участвуй в акции с 7 июля – 30 ноября 2017 года

- ЗАРЕГИСТРИРУЙТЕСЬ**  
на сайте [www.life-is-on.ru](http://www.life-is-on.ru), заполнив анкету
- ОТПРАВЛЯЙТЕ**  
накладные АВТОМАТИЧЕСКИ через [ekey.eleval.ru](http://ekey.eleval.ru), [RUSSVET24.ru](http://RUSSVET24.ru), [ipro.stm.ru](http://ipro.stm.ru)
- ПОЛУЧАЙТЕ**  
дополнительные баллы за увлекательные тесты и викторины
- КОПИТЕ БАЛЛЫ**  
и следите за своей статистикой
- ОБМЕНИВАЙТЕ**  
накопленные баллы на бонусы в электронном Оли-кошелек и другие призы

life-is-on2017@yandex.ru

Life Is On | Schneider Electric | **Участвуйте в «Кванте успеха 3.0» от Schneider Electric!**

- Зарегистрируйтесь на [www.life-is-on.ru](http://www.life-is-on.ru)
- Пройдите опрос, кликнув на этот баннер
- Получите возможность автоматической отправки накладных для накопления баллов

**КВАНТ УСПЕХА 3.0**

Участвуй в акции с 7 июля – 30 ноября 2017 года

www.life-is-on.ru

**КВАНТ УСПЕХА 3.0**

Участвуй в акции с 7 июля – 30 ноября 2017 года

www.life-is-on.ru

**КВАНТ УСПЕХА 3.0**

Участвуйте в акции в интернет-магазине

**RUSSVET<sup>24</sup>**

Life Is On | Schneider Electric



# РЕЗУЛЬТАТЫ



**RED<sup>®</sup>**  
**PRODUCTION**  
**PORTFOLIO**







Подарочный набор  
в деревянном кейсе

Подарочный  
шоколад



Коробка  
для миньонов



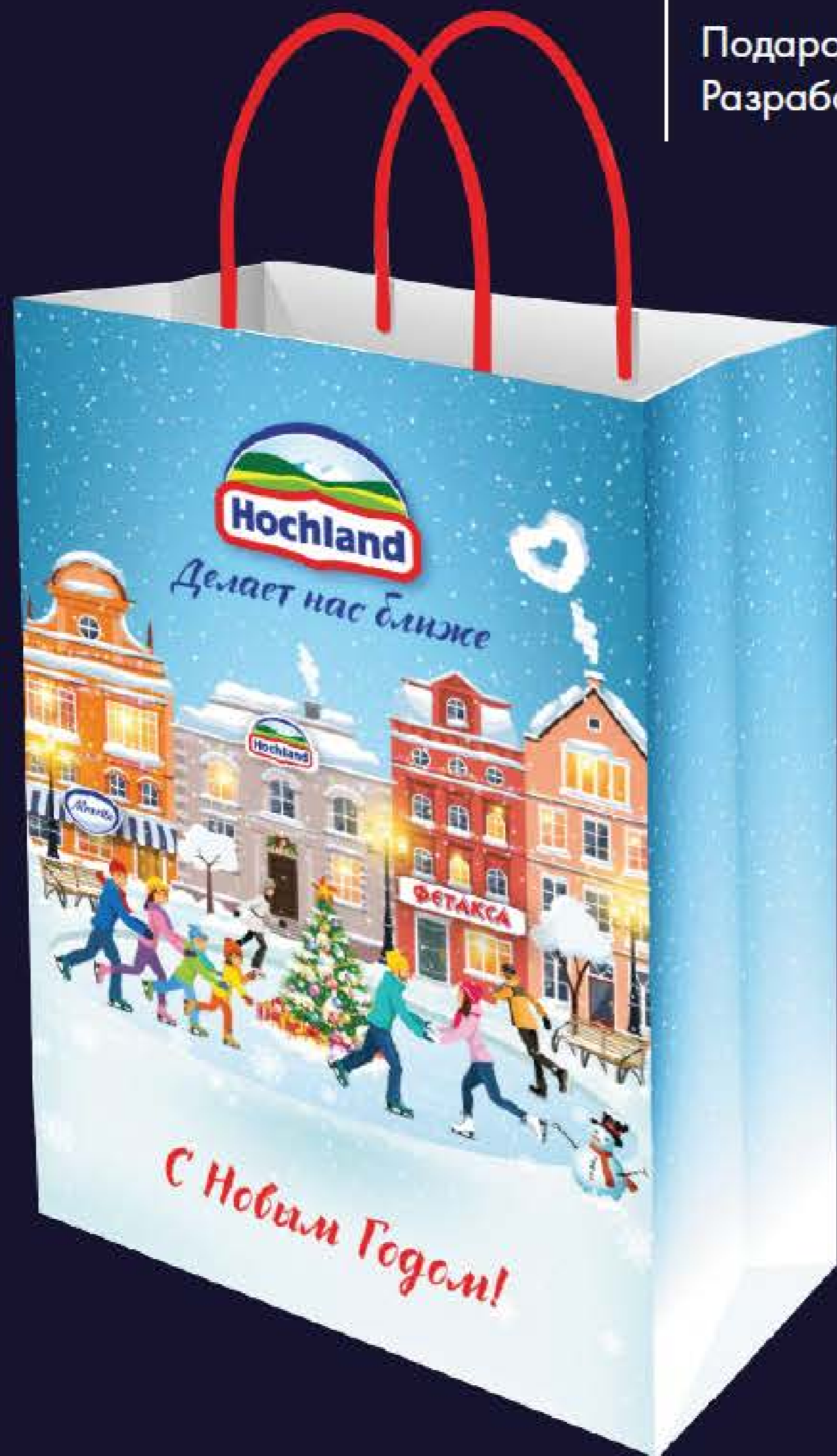


Дизайн ежедневников. Нестандартное брендрование

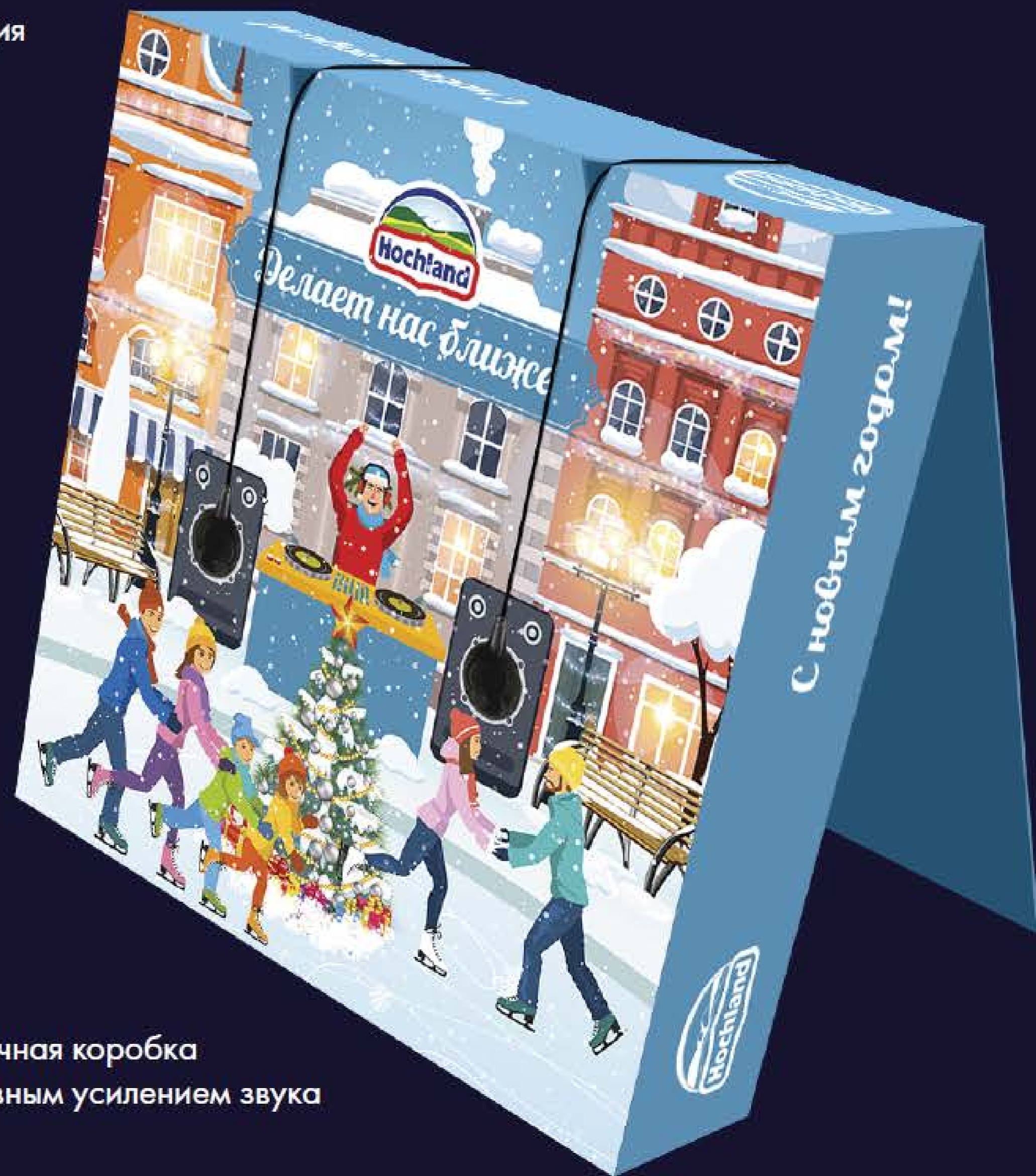
Новогоднее печенье с предсказаниями



Подарочная коробочка с конфетами



Подарочный пакет  
Разработка креатива, иллюстрация



Подарочная коробка  
с пассивным усилением звука



Новогодний сет «Подарки из Германии»

Новогодние подарочные наборы посуды партнерам

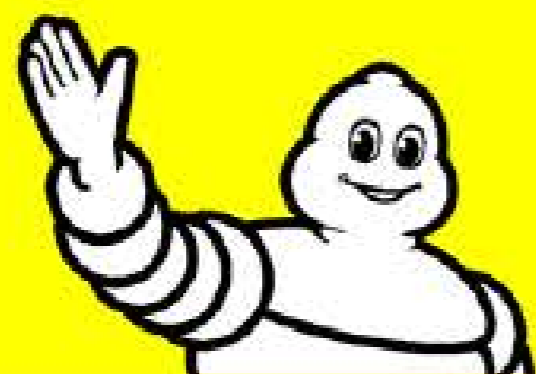




**MICHELIN**

РАЗРАБОТКА POS  
МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ТОЧЕК  
ПРОДАЖ ГРУЗОВЫХ ШИН  
MICHELIN





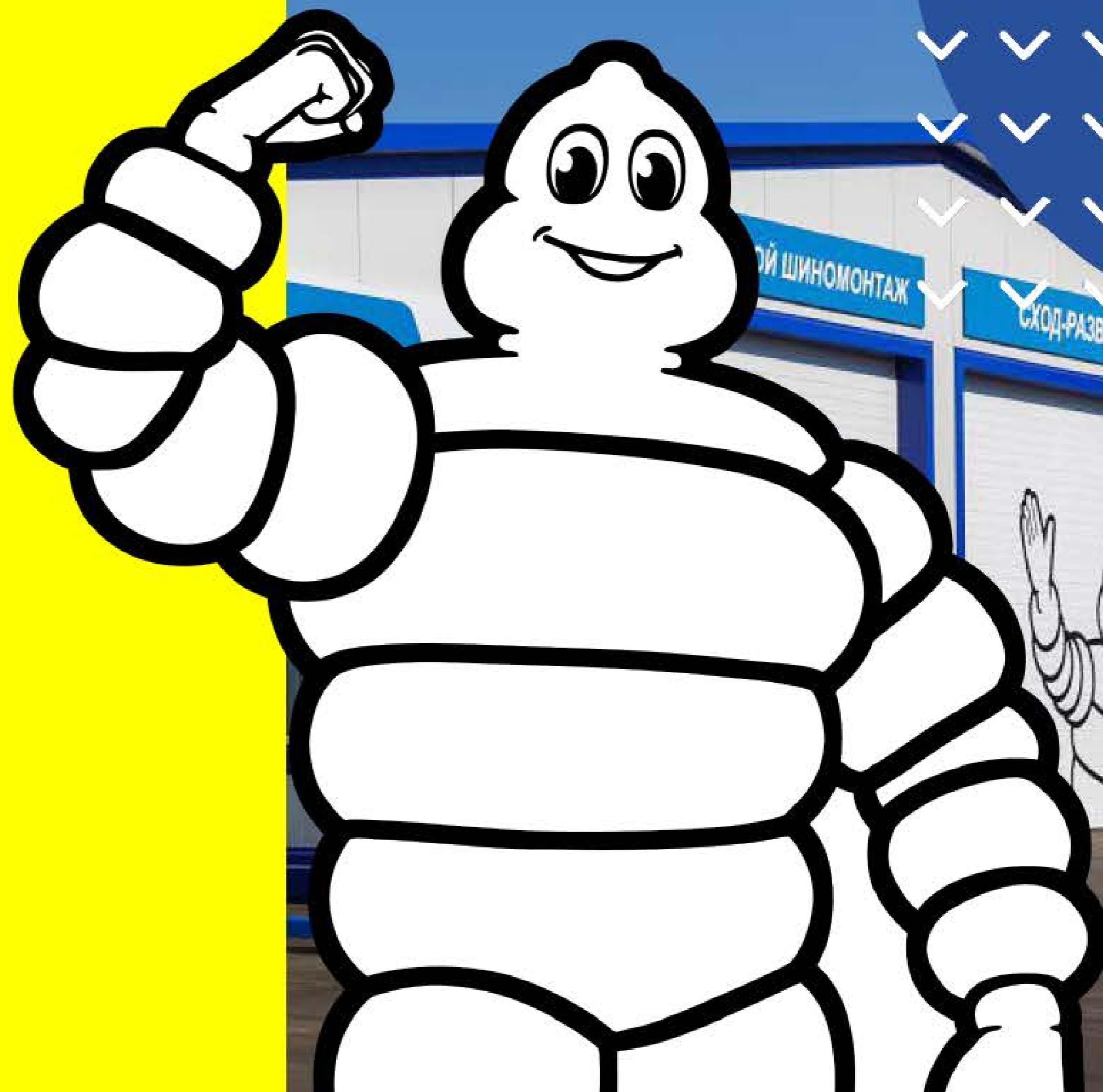
**MICHELIN**

## ПРОДУКТ

- Шины Michelin для грузового транспорта

## ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

- Создание единого стандарта POSM для шинных центров.
- Анализ точек контакта посетителей шинных центров.
- Разработка коммуникации с потребителем.
- Разработка идеи POSM в стилистике бренда, с учетом мест контакта.
- Производство материалов.



## РЕШЕНИЕ

Мы выделили ТРИ ВИДА коммуникации в ШЦ, как с потенциальными покупателями грузовых шин Michelin, так и с покупателями уже сделавшими выбор в пользу шин Michelin:

1. Территория «присутствия» бренда Michelin - доминирование бренда в ШЦ (также на обеспечение присутствия работают пункты В и С)
2. Территория «преимуществ», это передовые технологии Michelin и эксплуатационные преимущества
3. Территория «правильный выбор» - целесообразность выбора Michelin как лидера индустрии: экологичность шин, ваша будущая экономия с Michelin и т.д. (Мы признательны за ваш выбор!)

В каждой точке контакта в зависимости от её направленности, мы применяем один, или несколько видов коммуникации



Интерактивный стенд держатель для шины. Использование технологии smart – стекла в конструкции, чтобы имитировать «рентген» реальной шины Michelin с демонстрацией всех преимуществ.



# РЕШЕНИЕ

## 2

«ПРЕИМУЩЕСТВА»



MICHELIN

ПЕРЕДОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ



**REGENION**

САМООБНОВЛЯЮЩИЙСЯ РИСУНОК ПРОТЕКТОРА

СЦЕПЛЕНИЕ С ДОРОГОЙ ВНЕ ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПРОБЕГА И ПОГОДНЫХ УСЛОВИЙ.



УЗНАЙ БОЛЬШЕ

Шелфдевайдер в зоне выкладки с эффектом стерео-варио

## 3

«ПРАВИЛЬНЫЙ ВЫБОР»



Демонстрационный планшет



Зарядная станция для смартфонов «MICHELIN ПРАВИЛЬНЫЙ ВЫБОР»  
темы: экология, экономия, безопасность, престиж...



Смазочные материалы «ШЕЛЛ» для  
коммерческого транспорта  
СОВМЕЩЕННАЯ АКЦИЯ В2В, В2С



**RED**  
AGENCY

B2B

АКЦИЯ SHELL ДЛЯ СТАНЦИИ ТЕХОБСЛУЖИВАНИЯ

**В КАЖДОЙ БОЧКЕ  
ДЕНЬГИ И ТОЧКА**

Shell  
**RIMULA**

**ОТКРОЙ И УЧАСТВУЙ**

B2C

**ЗАМЕНА МАСЛА  
В ПОДАРОК**

При использовании моторного масла Shell Rimula  
С 1 октября по 31 декабря 2017 года.

Владеете или управляете коммерческой техникой MAN, VOLVO, DAF, Mercedes Benz, Hyundai, Iveco, Hino, Isuzu?  
Меняйте масло на Shell Rimula при обслуживании техники у вашего официального дилера и получите услугу по замене масла **БЕСПЛАТНО!**

Полная информация на сайте «Шелл»  
[WWW.SHELL.COM.RU](http://WWW.SHELL.COM.RU)  
или у вашего официального дилера техники.

Shell  
**RIMULA**  
Для тяжелонагруженных двигателей

АКЦИЯ



# В КАЖДОЙ БОЧКЕ ДЕНЬГИ И ТОЧКА



МЫ ПРЕДЛАГАЕМ ВАМ ДВА ВАРИАНТА УЧАСТИЯ:

## ВАРИАНТ «А»

ЗАЛИВАЙТЕ МАСЛО SHELL RIMULA  
СВОИМ КЛИЕНТАМ И ПОЛУЧАЙТЕ  
ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ ОТ «ШЕЛЛ»

700₽

ПРИ ЗАЛИВКЕ ОТ 9 ДО 25 ЛИТРОВ  
ВКЛЮЧИТЕЛЬНО МОТОРНОГО  
МАСЛА SHELL RIMULA В ОДНО ТС

1000₽

ПРИ ЗАЛИВКЕ 26 ЛИТРОВ  
И БОЛЕЕ МОТОРНОГО МАСЛА  
SHELL RIMULA В ОДНО ТС

## ВАРИАНТ «Б»

ДАРИТЕ УСЛУГУ ПО ЗАМЕНЕ  
МАСЛА ВАШИМ КЛИЕНТАМ,  
ЗАЛИВАЯ SHELL RIMULA,  
И ПОЛУЧАЙТЕ ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ  
ОТ «ШЕЛЛ»

1350₽

1350 РУБЛЕЙ ЗА КАЖДОЕ ТС,  
КОТОРОЕ ОБСЛУЖИЛИ  
ПО АКЦИИ



RED AGENCY:

разработка идеи для B2B и B2C акции, разработка и производство POSM

Общий охват Асто 112 точек





Подготовка дизайн-концепции запуска нового  
продукта – Умных электроустановочных изделий  
LEGRAND

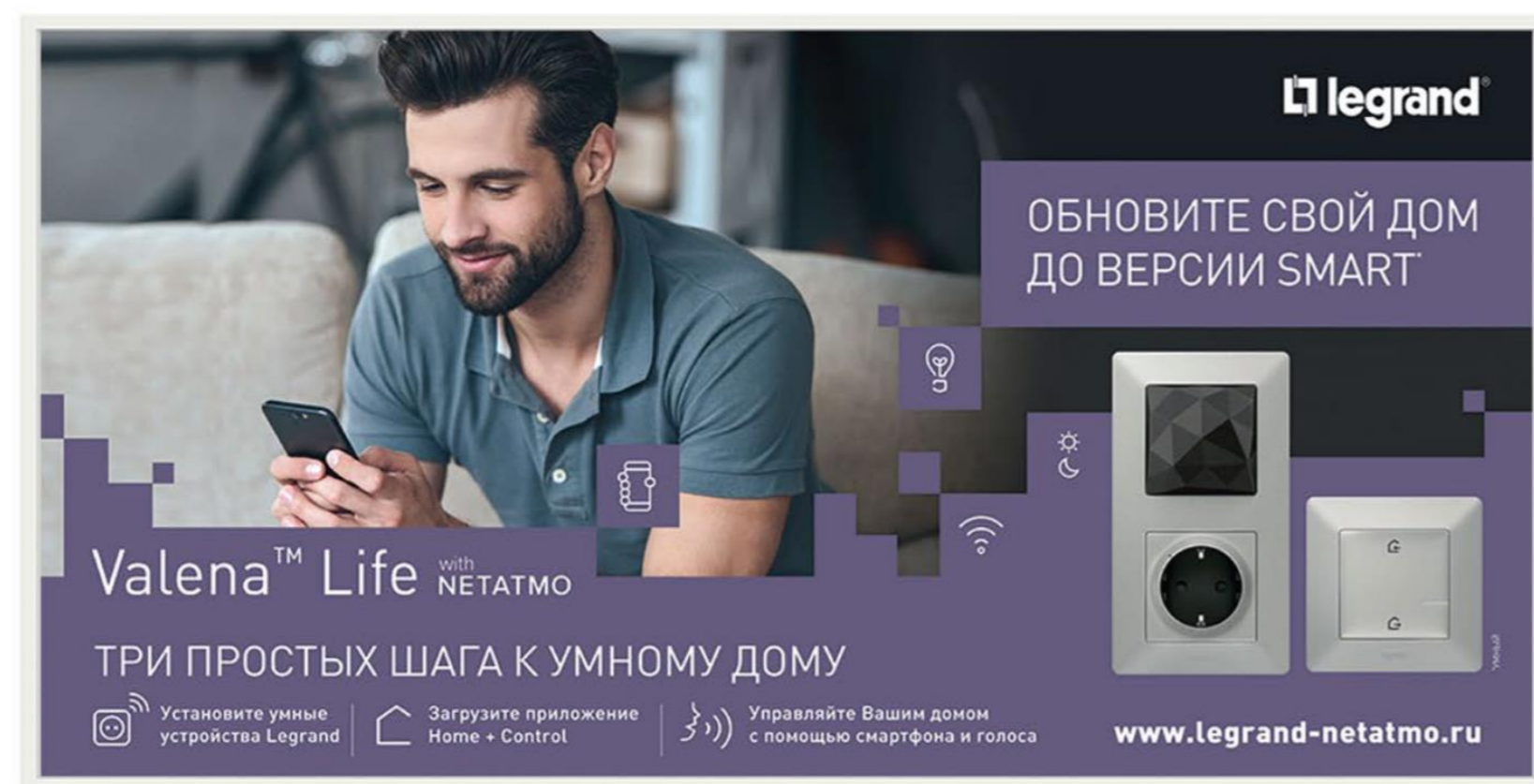


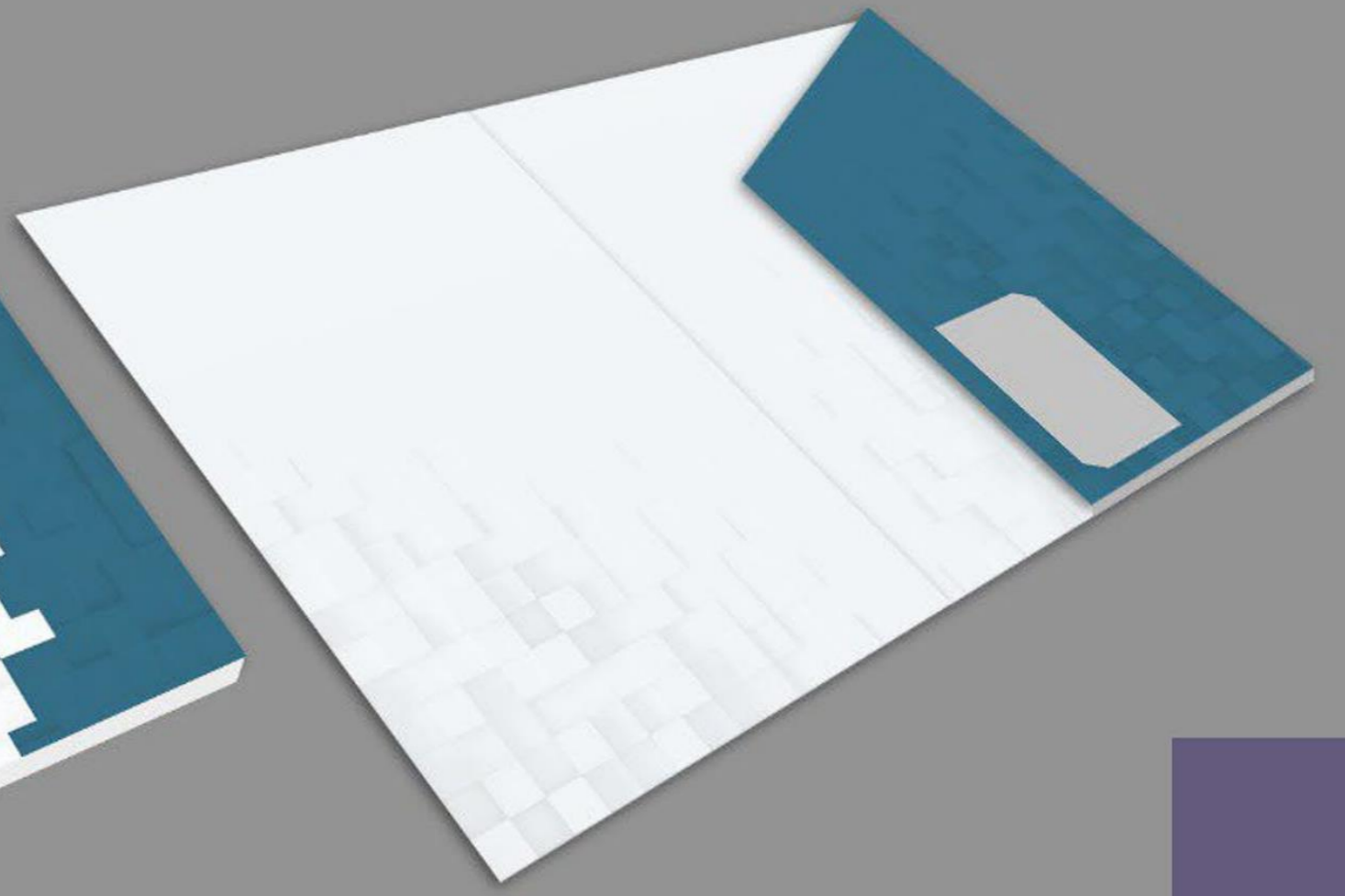
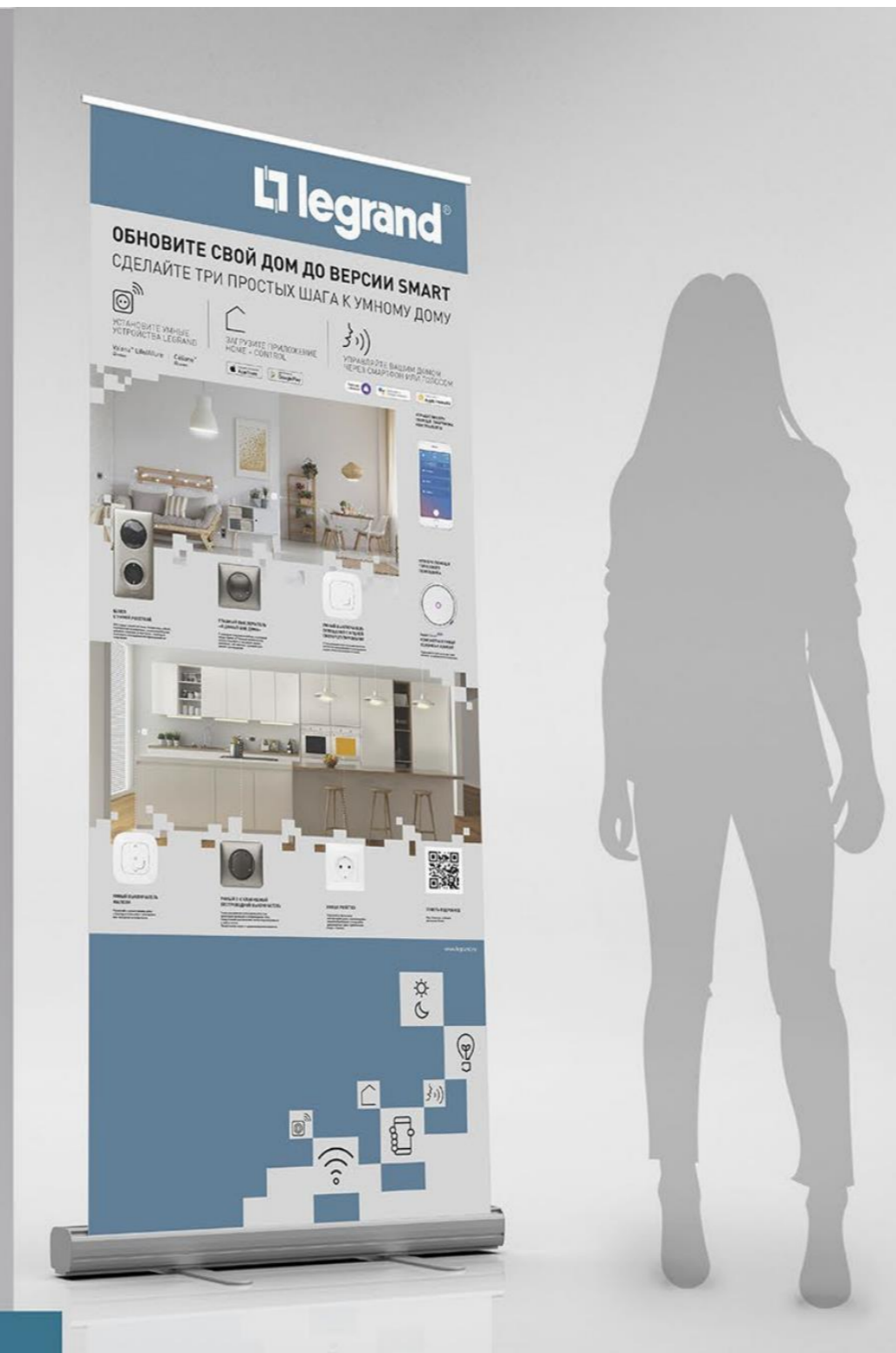
# ЗАДАЧА

Разработка концепции «Три шага к умному дому»  
Разработка полного комплекса дизайн-макетов:  
полиграфия (каталоги, А4, А1, А5, ролл-апы, сертификаты,  
папки и пр.), стенды, демо-чемодан, интернет-баннеры.

Создание сайта [legrand-netatmo.ru](http://legrand-netatmo.ru)

ПЕРИОД ЗАПУСКА:  
2019 ГОД декабрь









# RED<sup>®</sup> CONTACTS

Директор по развитию бизнеса  
Ирина Штабцова

+7 968 730 12 81  
[i.shtabtsova@red-agency.ru](mailto:i.shtabtsova@red-agency.ru)