

GNEZDO

КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО

У GNEZDO офисы в трех странах мира

Мы обладаем высокой экспертизой в сфере маркетинговых коммуникаций в разных точках мира. Мы уже не раз доказали свой профессионализм и продемонстрировали эффективность наших решений в России, Турции и Китае. К нам обращаются крупные российские и мировые бренды за получением стабильно эффективных решений и экспертных стратегических действий для роста их прибыли.

География присутствия

Москва

Москва 2-й Павелецкий пр-д, 5, стр. 1, БЦ Ривердейл, офис 419

Москва, ул. Дорожная, 60Б, офис 247



Стамбул

Esentepe Mah, Keskin Kalem Sokağı NO:17/2, 34394 İstanbul



Шанхай

Loushanguan Road 35, 6F, 121 Shanghai, 200051, P.R. of China



Наша экспертиза



Являемся участником Business Network International (BNI)



Генеральный директор является членом Гильдии Маркетологов

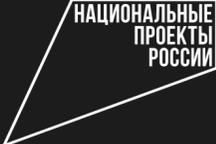


Являемся официальным партнером Trendyol на территории Турции



Входим в состав Стамбульской Торговой Палаты. Организация организует и регистрирует коммерческие сделки.

GNEZDO

Наши цифры	<p>60+ <small>Сотрудников</small> 4 <small>Офиса по миру</small> 1000+ <small>Реализованных проектов</small> 12 <small>Наград</small></p>				
Наши награды	<p> <small>ЕЖЕГОДНЫЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОНКУРС</small> ПРЕСС СЛУЖБА ГОДА</p> <p>WADLINE AWARDS</p> <p> <small>DIGITAL EXCELLENCE AWARDS 2023</small></p> <p>международная премия #МЫВМЕСТЕ</p> <p> <small>НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ</small></p>				
Наши услуги	Креатив Маркетинг	BTL Контент	Бизнес-аналитика WEB/IT-технологии	E-commerce Медиабаинг	Турецкое направление Китайское направление

Клиентский лист:

AliExpress™

AIRFRANCE /

COSMOPOLITAN

la moda

BORJOMI

ИНГОССТРАХ

/// QUICK-STEP®

АНГСТРЕМ

marie claire

WOMAN.ru

PSYCHOLOGIES



РОСНЕФТЬ



ФЕРМА



БРОННИЦКИЙ
ЮВЕЛИР



АЭРОФЛОТ

БЛАТИКА



KAMAZ

ELLE RU



woman's day
wday.ru сайт с женским характером

Hennessy



evian®



AURA
antibacterial



Как правильно взаимодействовать с интерактивной презентацией?

В нашей презентации присутствует встроенный видеоконтент.

Чтобы посмотреть видеоконтент вам нужно скачать презентацию и нажать на изображение.



Familia выпустите своих Шопомонстров!

lamoda

Цель продвижения:

Установка мобильного приложения LAMODA на Android / IOS

Была разработана стратегия продвижения продукта с четко определенной целевой аудиторией, интересами и поведенческими характеристиками.

Продуман и оптимизирован путь потребителя от рекламного баннера до финальной цели.



Период рекламной кампании:
2019 - 2021 год



Источники трафика:
My Target, VK, InMobil, Cheetah Mobile



География проекта:
Россия



Установок на Android / IOS:
более 90 000

lamoda



Цель продвижения:

Установка мобильного приложения AliExpress на Android / IOS

Был разработан и реализован комплекс мероприятий по обеспечению посещаемости мобильного приложения целевыми потребителями.

Продуман и оптимизирован путь потребителя от рекламного баннера до финальной цели.



Период рекламной кампании:
2018 - 2021 год



География проекта:
Россия, Казахстан, Беларусь,
Турция, Индия, США, Канада,
Бразилия, Германия



Источники трафика:
My Target, VK, InMobil, Cheetah Mobile,
Facebook* и Instagram*



Установок на Android / IOS:
более 350 000

*В 2018 - 2019 году (проекты Meta Platforms Inc., деятельность которой в России запрещена)

Cartier

Чтобы увеличить сезонные продажи, Cartier запустил рождественскую рекламную кампанию, которая была проведена в 6 крупных городах Китая и в 3 городах Турции. Кампания была развернута в бутиках и pop-up магазинах, чтобы люди могли обмениваться рождественскими фотографиями в SOME.

Проведенные работы:

- Разработка маркетинговой стратегии;
- Создание креативной концепции;
- Реализация через онлайн и офлайн маркетинг;
- Разработка стилей/наполнения для бутиков;
- Оформление временных торговых точек и фотобудок;
- Создание материалов;
- Проведение анонсов и поддержка в Интернете.



Cartier

Hennessy

Задача проекта:

PR-кампания на турецком и китайском рынке.

Подготовка к кампании:

- Разработка стиля временных торговых точек;
- Работа с привлечением звёзд и медийных личностей;
- Подготовка материалов для рекламы;
- Разработка оформления столов;
- Проведение организационных работ по привлечению звезд.

Реализация кампании:

- Проведение креативных званых ужинов со звездами;
- Освещение мероприятия в социальных сетях гостями ужина;
- Открытие временных точек продажи.

Анализ рынка:

- Анализ целевой аудитории;
- Адаптация имиджа бренда к рынку;
- Выбор инструмента для проведения кампании.

Hennessy



SONY

Задача:

Организация мероприятия по случаю презентации новой модели мобильного телефона.

Было сделано:

- Создание креативной концепции мероприятия;
- Проведение оффлайн мероприятия на 1 400 человек;
- Выездное оффлайн мероприятие/полёт на воздушных шарах.



SONY

*Нажмите на картинку чтобы посмотреть видеоролик

Село зелёное

Задача проекта:

Проведение стимулирующего мероприятия, которое посвящено празднованию Пасхи и направлено на увеличение продажи продукции бренда “Село Зеленое”.

Механика стимулирующего мероприятия:

1. Потребитель совершает покупку трех продуктов бренда “Село Зеленое”;
2. После покупки потребитель переходит на сайт акции;
3. Потребитель загружает фото чека с продуктами на сайт;
4. Проведение розыгрыша.

Было выполнено:

1. Был разработан сайт акции:
 - проработан дизайн согласно брендбуку компании;
 - выработан прототип с разделами: об акции, как принять участие, ответы на вопросы, призы;
 - проведены технические работы: настройки SEO, хостинг, сервер, поддомен;
 - программирование и перенос сайта;
 - наполнение контентом;
 - создание и внедрение рандомайзера для проведения розыгрыша;
 - техническая поддержка сайта в течение всего времени проведения акции.
2. Проведение консультаций касательно механики проведения стимулирующего мероприятия.
3. Ведение общения и обратной связи с участниками акции на ежедневной основе.
4. Создание креативов.
5. Проведение таргетированной рекламной кампании.
6. Все чеки победителей были отправлены и проверены в ФНС.

Результаты:



Сайт был создан и выведен в работу за **3 недели**.



В акции приняло участие более **7 000 человек**.

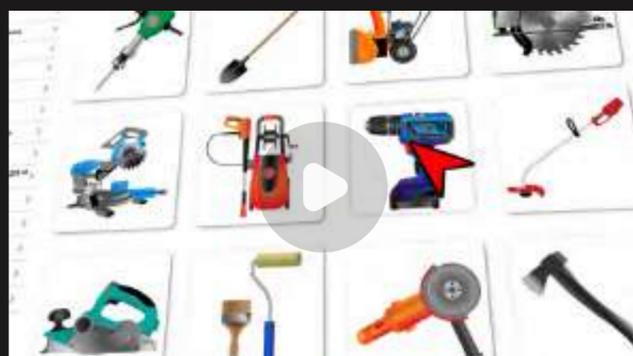
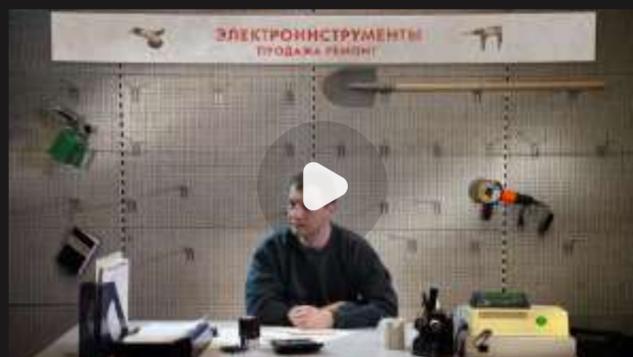
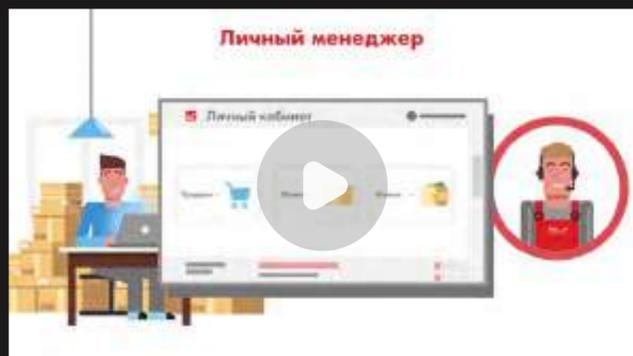


В рамках акции было куплено более **25 000** позиций бренда “Село Зеленое”.



Все победители получили призы.





ВсеИнструменты

Все
инструменты .ru

Комплексный проект агентства:

- Разработка коммуникационной стратегии;
- Разработка креативных идей;
- Спецпроекты;
- Продакшн рекламных материалов;
- Производство корпоративных материалов для B2B сегмента.

Создание рекламных материалов:

- Демонстрация сайта - запоминаемость дизайна;
- Демонстрация УТП: широкий и глубокий ассортимент;
- Демонстрация УТП: 500 000 товаров в наличии (информация подтверждена юридически);
- Демонстрация УТП: Товар месяца (гарантия лучшей цены).

Результаты:

Сформирован положительный имидж интернет - магазина с высоким уровнем сервиса и большим ассортиментом. Рост доли корпоративных клиентов составил 35%.

Трафик на сайт увеличился на 700% по сравнению с аналогичным периодом 2016 года (данные Яндекс.Метрики сайта за 2016-2017 год).

KAIF

Задача: производство видеоролика для целевой аудитории - золотая молодежь

KAIF

Было выполнено:

- Анализ философии и позиционирования бренда;
- Разработка стратегии;
- Создание креативной концепции с акцентом на премиальную жизнь;
- Производство видеоролика;
- 3D-графика.

KAIF



AURA

Гигиеническая и косметическая продукция для всей семьи, ставшая символом доступных цен в сочетании с высоким качеством и привлекательным внешним видом продукции.

Задача: стимулирование сезонного сбыта ЦА: ALL 18+

AURA
antibacterial



Клиент хотел видеть в кадре настоящие истории. Они должны отражать ближайших друг к другу ЦА. Сезонность продаж преимущественно весна-осень, разумеется, речь сразу зашла о натуральных съёмках и вариантах демонстрации потребления продукта в кадре.



Задача:

производство рекламного видеоролика для аудитории 4-11 лет

Большой ассортимент "персонажей-конфет" подсказал нам продемонстрировать всех ШОКОМОНСТРИКОВ, которые покажут свои шоколадные скилы (сильные стороны) как мультгерои, а дети сами будут решать, какого ШОКОМОНСТРИКА они захотят себе.



Было выполнено:

- Анализ конкуретов и позиционирования бренда;
- Разработка креативной концепции;
- Создание аниматика;
- Создание 3D моделей продукта и героев ролика;
- Отрисовка 3D сцены;
- Анимация;
- Создание саунд-дизайна

Результаты:



Покупательский спрос вырос в 2 раза с момента выхода кампании.

Задача

Digital-поддержка бренда EVIAN в рамках имиджевой кампании "PURITY SUMMER 2019"

Выполнено

Разработка обучающего портала evian-purity.ru; Планирование и проведение таргетированной онлайн кампании;
Банерная Social Media поддержка;
Продвижение в Instagram посредством релевантных блогеров.

Результаты:

 2 283

Новых посетителей

 7 782

Перехода на сайт

 4 200 000

Охват

EVIAN



Задача:

проведение имиджевой
рекламной кампании



Видеорецепты были расположены по закрытой ссылке. Перейти на нее можно было отсканировав специальный QR-код на упаковке продукции.

Qualita
100% quality

QUALITA

Было выполнено:

- Анализ целевой аудитории;
- Анализ бренд-платформы бренда;
- Построение маркетинговой стратегии;
- Подбор селебрити;
- Букинг селебрити;
- Производство серии видео-рецептов;
- Digital-продвижение.

Результаты:

14 300 человек посмотрели
видеорецепты





Задача: разработка креативной концепции и производство материалов



Было выполнено:

- 3D-графика.
- Анализ конкуретной среды;
- Анализ прошлого рекламного опыта;
- Разработка креативной концепции;
- Формирование позиционирования бренда;
- Производство 3D-видеоматериала;
- Производство статичного материала;
- Адаптация под рекламные конструкции в разных региона / разных рекламораспространителей;
- Адаптация материалов в течение года по смене слогана и в случае изменения ассортиментного ряда.





ВсеИнструменты

Все
инструменты .ru

Задача:

Создание Youtube-шоу «ТрудоВик», в котором соревнуются блогеры из сферы DIY («Сделай сам») и селебрити.

Селебрити:

ST, Настасья Самбурская, Яна Кошкина, Антон Лирник.
Ведущий: Роман Юнусов

Было выполнено:

- Разработка креативной концепции;
- Написание сценария;
- Разработка конкурсов основных и дополнительных;
- Букинг селебрити;
- Создание дизайна декораций;
- Производство декораций;
- Продакшн.

Результаты

▶ 1 442 000

Просмотры

♥ 32 100

Лайки

💬 4 012

Комментарии

Задача:

производство
рекламного видеоролика

«Ящик астраханских помидоров» –
томатная паста из отечественного сырья.
100% натуральный продукт, полностью
выращенный и произведенный в России.

GreenRay®



Было выполнено:

- Разработка креативной концепции;
- Создание Key-visual;
- Продакшн.

Результаты:

Эффективный нейминг томатной пасты был использован в качестве “якоря” и позволил существенно увеличить знание бренда и его узнаваемость на полке. Ролик выстроен по принципу инструкции по применению, в котором были визуализированы любимые блюда, приготовленные с “Ящиком астраханских помидор”.



«Малаховский мясокомбинат» – предприятие по производству высококачественных мясных и колбасных изделий широкого перечня. Основана в 1991 году.

Задача:

ведение рекламной онлайн кампании

Было выполнено:

- Анализ целевой аудитории;
- Анализ бренд-платформы;
- Анализ кокурентов;
- Создание видеороликов;
- Создание статичных рекламных материалов;
- Настройка и ведение рекламных кампаний.

Результаты:

Был разработан и реализован комплекс мероприятий по продвижению продукции МПК «Малаховский».



2020 год

Рекламная кампания



Москва + МО

ГЕО



Google Ads, YouTube

Источники траффика

«Асеньевская Ферма» — вертикально интегрированная компания, производящая натуральные высококачественные молочные продукты.



Задача:

производство видеоролика

Было выполнено:

- Анализ философии и позиционирования бренда;
- Создание креативной концепции;
- Производство видеоролика;
- Создание 3D-персонажа.



Задача: имиджевая фотосессия. Постоянное сотрудничество

РОЛЛТОН®



Выполнено:

- Разработка креативной концепции;
- Разработка стратегии;
- Подбор локаций;
- Кастинг моделей;
- Проведение фотосессии;
- Ретушь и оформление рекламных материалов



Задача

маркетинговая стратегия полного цикла.

Выполнено

- Разработка маркетинговой стратегии на основе брифа и анализа ЦА / конкурентов / сегмента;
- Создание креативной стратегии;
- Производство рекламных баннеров;
- Адаптация материалов для различных каналов коммуникации;
- Медиабаинг: закупка рекламных размещений OUTDOOR, ТВ.



**СБЕР
ЕАПТЕКА**

ЕАПТЕКА

 **СБЕР
ЕАПТЕКА**

18+

Доставка 24/7

Подробная информация о доставке указана на сайте www.eapteka.ru ООО «еАптека», 119270, город Москва, Фрунзенская набережная, дом 42, цокольный этаж, помещение 1, комната 2. ОГРН: 1147746631988. Номер лицензии: ЛО-77-02011346

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ, НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА

 **СБЕР
ЕАПТЕКА**

Доставка 24/7



Задача: маркетинговая стратегия полного цикла для двух брендов: Асна и Триалгин.

асна

Стратегическое
партнерство

АСНА



БОЛИ МНОГО, ОТВЕТ ОДИН

Триалгин®

Против боли



суставной



Выполнено

Разработка маркетинговой стратегии на основе брифа и анализа ЦА / конкурентов / сегмента;
Создание креативной стратегии;
Производство рекламных видеороликов для обоих брендов;
Адаптация материала для различных каналов коммуникации;
Digital-продвижение.

Задача:

разработка и реализация промоакции для бренда SC Johnson

Было выполнено:

- Разработка механики акции;
- Формирование призового фонда;
- Создание кей-визуал и сайта с модулем регистрации покупок и проведением механики;
- SMM поддержка в Youtube и Instagram;
- Банерная онлайн и оффлайн реклама;
- Организация работы по модерации регистраций и коммуникации с участниками.



Результаты



9 157

Уникальных переходов



1 216

Участников акции



13 %

Конверсия сайта