

PLAYERS TEAM

**РЕКЛАМНЫЕ КАМПАНИИ
С ИНФЛЮЕНСЕРАМИ**

ЧТО МЫ ДЕЛАЕМ

- Разрабатываем influence-centric стратегии
- Придумываем креативные концепции
- Реализуем проекты с инфлюенсерами
- Продюсируем и производим аудио-визуальный контент

КАК МЫ ЭТО ДЕЛАЕМ

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

ИССЛЕДОВАНИЕ

- Оценка доли присутствия ЦА продукта на influencer-платформах и степени ее интереса к продукту
- Анализ потенциальных ниш для вывода продукта
- Мониторинг деятельности конкурентов

ПЛАНИРОВАНИЕ

- Определение целей и задач бренда
- Выбор каналов и форматов коммуникации
- Методология подбора инфлюенсеров
- Формирование принципов измерения эффективности кампании

ПРОДУКТ

- Рекомендации по бюджету
- Таймлайн рекламной кампании
- Выявление необходимых ограничений

СОЗДАНИЕ КРЕАТИВНОЙ КОНЦЕПЦИИ

КОНЦЕПЦИЯ

- Принцип коммуникации с аудиторией
- Глобальная идея

КРЕАТИВ

- Адаптация идеи под каналы коммуникации
- Персонализация контента под выбранные типы инфлюенсеров

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА

МЕНЕДЖМЕНТ

- Скаутинг релевантных инфлюенсеров
- Прогнозирование результатов
- Негоширование условий
- Сопровождение от брифинга до сбора статистики
- Контроль создания контента инфлюенсером или обеспечение его участия в съемках

АККАУНТИНГ

- Постановка задач специализированным командам внутри агентства
- Оценка предложения на соответствие задачам бренда
- Координация работы команд
- Клиентский сервис

БЭКОФИС

- Предоставление полностью легального и защищенного решения для клиента
- Подписание договора с каждым инфлюенсером
- Исполнение всех налоговых обязательств

ВИДЕОПРОДАКШН ИНХАУС

ПРЕ-ПРОДАКШН

- Разработка сценариев и тритментов
- Букинг режиссеров и операторов
- Локейшн-менеджмент и застройка
- Кастинг героев и стилизация под съемки

ПРОДАКШН

- Организация съемочного процесса «под ключ»
- Хостинг инфлюенсеров на съемочной площадке
- Фото и видео бэкстейдж

ПОСТ-ПРОДАКШН

- Монтаж, цветокоррекция
- Графика
- Саунд-дизайн, создание музыкальных треков

ПРОЕКТ С МУЗЫКАНТАМИ

в партнерстве с «Первым музыкальным издательством»

МЕНЕДЖМЕНТ

- Подбор релевантных музыкантов
- Прогнозирование результатов
- Негоширование условий
- Сопровождение от брифинга до сбора статистики
- Контроль создания контента артистом или обеспечение его участия в съемках

ПРОДАКШН

- Производство песен и музыки популярными композиторами
- Съемка клипов
- Рекламные интеграции в клипы артистов

АВТОРСКИЕ ПРАВА

- Покупка авторских прав на использование песен и музыки
- Дистрибуция контента

АНАЛИТИКА И ОБУЧЕНИЕ

ОЦЕНКА

РЕЗУЛЬТАТОВ

- Оценка выполнения KPI
- Замер количественных и качественных показателей
- Аналитический отчет эффективности кампании
- Определение бенчмарков для улучшения будущих кампаний

ОБУЧЕНИЕ

- Обучающие воркшопы для смежных подразделений или других брендов компании с разбором кейсов
- Мастер-классы по вопросам influencer-маркетинга

НАШИ ПРОЕКТЫ

КАГОЦЕЛ ВЕБ-СЕРИАЛ «ПЧХИКАГО»



С похолоданием реклама противовирусных препаратов переполняет медиaproстранство.

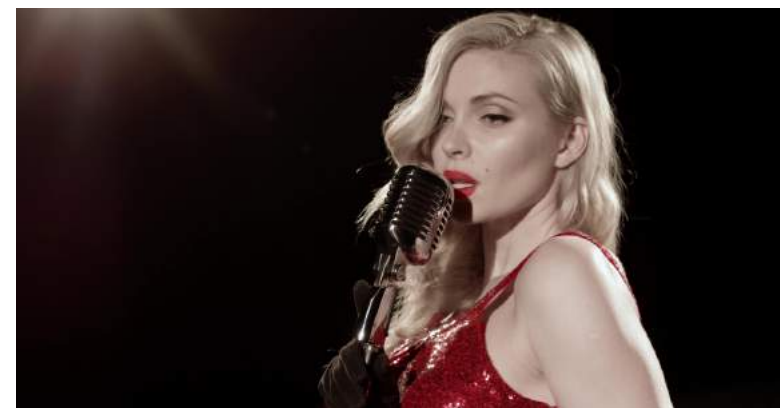
Нашей главной целью было **создать уникальный развлекательный контент**, способный захватить внимание аудитории.

[Ссылка на проект](#)

кагоцел[®]
ПРОТИВОВИРУСНОЕ СРЕДСТВО

РЕШЕНИЕ

Мы придумали и сняли детективный веб-сериал в стиле нуар. По сюжету опасный вирус превращает жителей города в беспомощных боляк. За дело берётся секретный отдел Иммунной полиции, который расследует исчезновение запасов главного оружия в борьбе с вирусами — Кагоцела.



РЕЗУЛЬТАТ

Продуманная до мелочей стилистика нуар, типажи героев, анимация, юмор и цепляющий саундтрек — всё это погрузило аудиторию в созданный мир. В нём мы раскрыли главную особенность препарата — эффективность при первых симптомах и запоздалом лечении гриппа и ОРВИ.

10

млн просмотров
на YouTube и в соцсетях

6

млн человек
уникальный охват
кампании

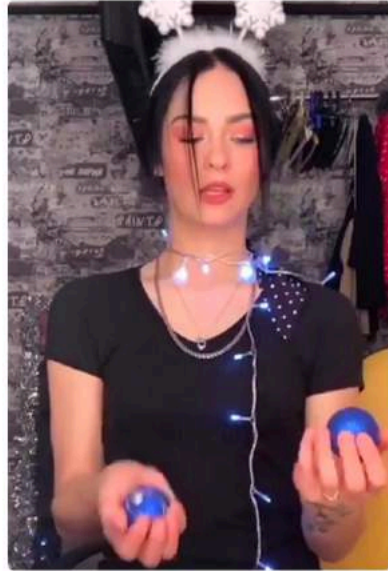
14%

прирост намерения
купить Кагоцел для
лечения



Бронза в номинации
«Лучший видеопроjekt»
Tagline Awards 2019

БИЛАЙН #ЗВОНОКИВСЁОК



Главной задачей оператора было **рассказать о новогодней акции** — скидке 20% на год всем абонентам при подключении семейного тарифа.

Помимо охвата важно было **вовлечь аудиторию**, поэтому мы выбрали формат официального хэштег-челленджа в TikTok.

[Ссылка на проект](#)



РЕШЕНИЕ

В конце каждого года можно услышать такую фразу: «Скоро Новый год, а я не чувствую новогоднее настроение». Ничто не спасает: ни мандарины, ни ёлка, ни предстоящие подарки.

Мы решили показать, что перестать тосковать и почувствовать новогоднее настроение — легко вместе с близкими. Для этого мы запустили хэштег-челлендж #звонокивсёок, записали для него трек и привлекли 50 блогеров. В своих роликах они звонили семье или друзьям и показывали, как они совместно заряжаются новогодним настроением.



РЕЗУЛЬТАТ

Аудитория активно реагировала на развлекательный формат челленджа. Ролики собрали много лайков и шервов, что увеличило лояльность к бренду.

927

млн просмотров всех роликов по хэштегу за месяц

2,7

тыс. UGC, снятых под официальный трек

91

млн лайков собрали все ролики по хэштегу за месяц

38%

увеличение знание тарифа «Семья» по данным Brand Lift



COCA-COLA CHERRY

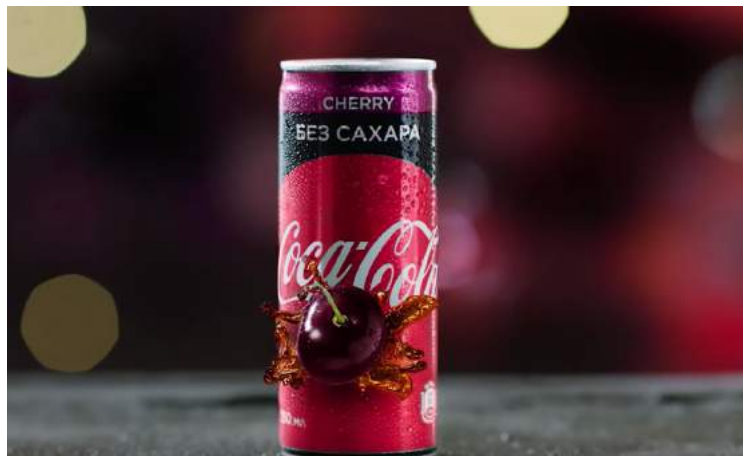
Coca-Cola хотела **запустить новый вкус** Cherry на молодежную аудиторию, **заняв музыкальную территорию** для дальнейшего развития бренда.


[Ссылка на проект](#)

Coca-Cola

РЕШЕНИЕ

Для решения задачи мы выбрали Элджея на роль амбассадора, негошиировали условия по съемке и предоставлению прав и организовали менеджмент на проекте.




 Coca-Cola ✓
24 Aug 2018

В том, что Элджей созрел для Coca-Cola Cherry, у нас нет сомнений. А вот созрел ли ты? 😊 Докажи и выиграй свитшот с автографом Элджея!

Всё, что нужно, – сделать репост любого вишневого поста Coca-Cola. Больше шервов – больше шансов! Ты уже созрел для самого лучшего, мы уверены 😊

#созрелдляcherry #cocacolacherry

Правила конкурса: <https://vk.cc/8o1LOs>



ВЫИГРАЙ
СВИТШОТ
С АВТОГРАФОМ
ЭЛДЖЕЯ

60,003 1,558 8.9M

РЕЗУЛЬТАТ

7,8

млн просмотров
ролика на YouTube

2,2

млн просмотров
ролика в Instagram-
аккаунте Элджея

Бренд также использовал ролик для рекламы на ТВ.

РОССИЯ - ЩЕДРАЯ ДУША



Нам нужно было придумать ролики для рекламы нового и необычного шоколада.

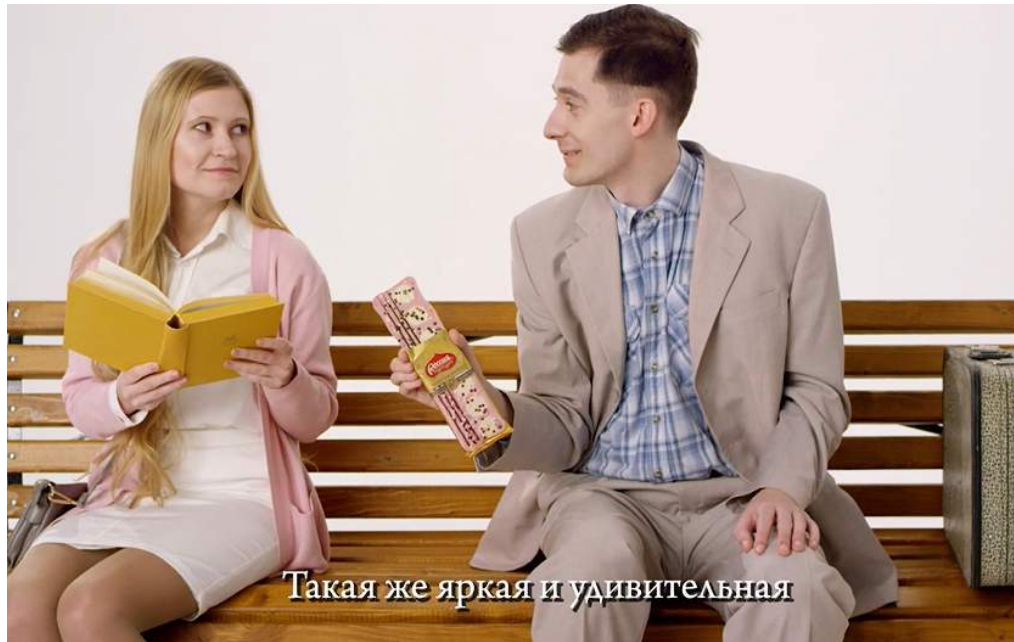
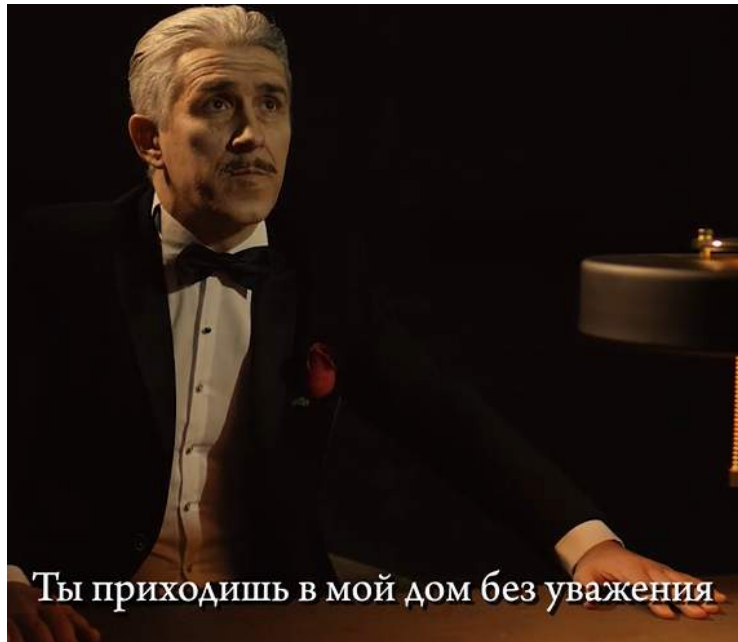
[Ссылка на проект](#)

Nestlé

РЕШЕНИЕ

Ролики должны были быть с юмором и небанальной историей, поэтому мы придумали и сняли серию 6-ти секундных видео, в которых пересняли узнаваемые сцены из культовых фильмов с участием плитки шоколада.

Мы постарались добиться узнаваемости сцен за счет похожих актеров, постановкой оригинального кадра и воссозданием деталей: например, в сцене с Форестом Гампом это были скамейка и чемодан, а в Матрице – похожее состаренное кресло.



КАГОЦЕЛ ПОКАЖИ ПРОСТУДЕ КАГОЦЕЛ!

Нужно было **создать музыкальный трек и снять клип** для поддержки 360°-кампании на радио, ТВ, digital и SMM, направленной на отстройку бренда от конкурентов и раскрытие УТП продукта.

[Ссылка на проект](#)

кагоцел[®]
ПРОТИВОВИРУСНОЕ СРЕДСТВО



РЕШЕНИЕ

На роль исполнительницы песни и главной героини клипа мы выбрали Наталью Краснову — популярного Instagram-блогера.

Песню для клипа написал композитор популярного трека Филиппа Киркорова «Цвет настроения синий».



РЕЗУЛЬТАТ

1,1

млн просмотров клипа
на YouTube-канале
Нatalьи Красновой

1

млн человек охват
публикации в Instagram-
аккаунте Natalьи

Трек запустили в ротацию на радио.



STAR WARS ВЕЛИКОЕ ПРОТИВОСТОЯНИЕ

Перед выходом 7-го эпизода «Звёздных войн» Disney нужно было решить две задачи:

- **напомнить фанатам** про их любимую историю;
- **рассказать молодой аудитории** про сагу и почему на новый фильм надо идти в кино.

[Ссылка на проект](#)

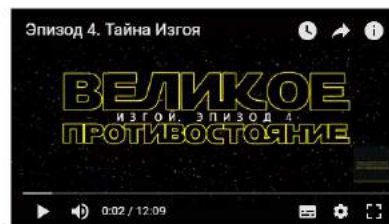
РЕШЕНИЕ

Мы возродили интерес к «старым» шести эпизодам пересказом их в формате YouTube-сериала на отдельном канале с популярными блогерами.



Великое противостояние ✓

366 063 подписчика



Эпизод 4. Тайна Изгоя

501 601 просмотр • Год назад

Так началась история Великого Противостояния! Если тебе понравился сериал и ты хочешь новый сезон с любимыми блогерами, ДЕЛИСЬ этим ВИДЕО с хештегом #кочуеще

Спасибо за помощь в проведении съемок: квест "Терминал" <http://cityquest.ru/action> подробнее...

Великое противостояние: Изгой воспроизвести все



ВЕЛИКОЕ ПРОТИВОСТОЯНИЕ...

Великое противостояние ✓
187 тыс. просмотра • Год назад

Генерал Империи говорит!

Великое противостояние ✓
157 тыс. просмотров • Год назад

ЭПИЗОД 1. Избранная

Великое противостояние ✓
723 тыс. просмотра • Год назад

Эпизод 2. Последняя надежда

Великое противостояние ✓
365 тыс. просмотров • Год назад

Эпизод 3. Спасение Интернета

Великое противостояние ✓
375 тыс. просмотра • Год назад

Великое противостояние воспроизвести все



За кадром сериала «Великое противостояние»

Великое противостояние ✓
703 тыс. просмотров • 2 года назад

Эпизод 7. Пробуждение силы

Великое противостояние ✓
2,1 млн просмотра • 2 года назад

Эпизод 6. Свадка

Великое противостояние ✓
1,5 млн просмотров • 2 года назад

Эпизод 5. Обман

Великое противостояние ✓
3,3 млн просмотров • 2 года назад

Эпизод 4. Новый друг

Великое противостояние ✓
1,6 млн просмотра • 2 года назад

РЕЗУЛЬТАТ

30 млн человек
совокупный
охват

400 тыс. подписчиков
на канале

17,5 тыс. человек
поделились
видео с канала

90% из 32 000 опрошенных зрителей
захотели попасть на премьеру
в кинотеатр

11 млн просмотров
анонсирующих видео
на каналах блогеров

Крупнейший коммерческий сериал-проект
на российском YouTube, реализованный за 3 месяца.

Главных героев сериала пригласили
на шоу «Вечерний Ургант».



M.A.C #ПОЮВМЕСТЕСМАС

Бренду нужно было **поддержать знание о продукте** M.A.C. Retro Matte Liquid Lipcolor на YouTube и в Instagram.

[Ссылка на проект](#)

M·A·C

РЕШЕНИЕ

Мы сняли lipsync с Настей Ивлеевой, Машей Миногаровой и Ритой Дакотой под популярную песню Монатика «Кружит», на которую купили права. Запустили конкурс среди пользователей.



РЕЗУЛЬТАТ

Популярный трек, релевантные инфлюенсеры и качественный продакшн отлично вовлекли аудиторию.

7,1

млн органического охвата за месяц

9,888%

ER по блогерским анонсам

1268

конкурсных работ за 2 недели

Насте, Маше и Рите так понравился ролик, что они бесплатно опубликовали его в своих аккаунтах в Instagram. Это стало приятным бонусом для охвата кампании.



PACO RABANNE INVICTUS

Бренду нужно было продолжить в России
глобальный челлендж **#WhosTheGod**
и поддержать знание об аромате.

[Ссылка на проект](#)

paco rabanne

РЕШЕНИЕ

Мы придумали, спродюсировали и сняли серию роликов, в которых известные футболисты выполняли трюки с мячом и призывали аудиторию поучаствовать в челлендже.



shirokovrn • Подписаться

shirokovrn Недавно @shunin_anton бросил мне вызов. Как тебе, Антон? Помоему, неплохой! Ребята, принимайте вызов тоже. Сделайте трюк с любым мячом, выложите у себя с хештегом #WhosTheGod и передайте эстафету друзьям. А я бросаю вызов @rebrov32. Артем, удивишь?

Посмотреть все комментарии (46)

merzavka_666 Офигеть!

stason87 Хорош Николаевич!

shirokovrn @vazmedia все как ты любишь, Василий!

shirokovrn @vadimgalaganov 🙏🙏

spartakmoskva1985 Ташаева отпустил! Мозги не ипите!

ziarath Молодец

Просмотры: 46 236

2 июля

Добавьте комментарий...



rebrov32 • Подписаться

rebrov32 Было круто присоединиться к челленджу #WhosTheGod от @rascorabannerparfums. Сильные ребята со всего мира проверяли друг друга на прочность. Смотрите мое и другие видео по хештегу #WhosTheGod, чтобы узнать секрет победителей! #InvictusAqua @rascorabannerparfums matsnev_yaroslav)))

sergius3111992 Артем, сколько было неудачных кадров, если честно? 😬

vitalyfcsm1977 Красавца!

kulagin1511 инвиктус вода

iamalexmarmylev @rebrov32 а чеканка где?? 😂😂

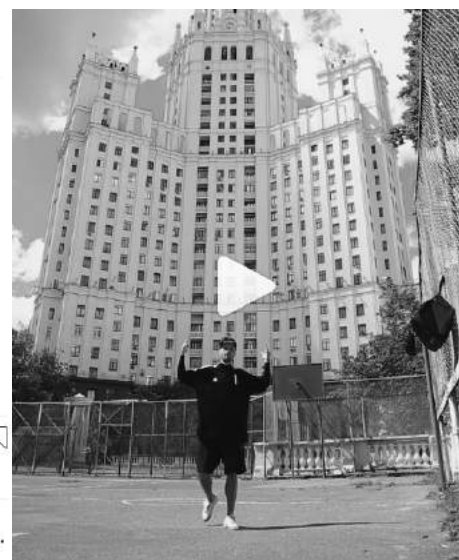
husainov_farruh 🙏🙏🙏

antoshka_javrov У Шунина покруче будет

Просмотры: 13 819

12 июля

Добавьте комментарий...



bizek • Подписаться

bizek Бум! Вызов #WhosTheGod принят, закручен и заброшен в цель! Дальше — больше, ведь теперь дело за тобой! Придумай убойный трюк с любым мячом, порази цель, выложи с хештегом #WhosTheGod и не забудь передать эстафету своему бро! Я пасую этот челлендж. @Iecosh. Снайпер, ты в деле?

Посмотреть все комментарии (32)

kukonev Пушка! 🙏🙏🙏

lukes83 🙏🙏🙏

Iecosh В деле 😊

bizek @elenamart 🙏

bizek @maryzhukova 🙏

annakatherina 🙏🙏🙏

steadymas Недосыгаемый 🙏

Просмотры: 12 385

14 июля

Добавьте комментарий...

РЕЗУЛЬТАТ

18 роликов от 6 футболистов: Ивана Сапрыкина, Антона Емелина, Антона Шунина, Романа Широкова, Артема Реброва и Романа Шишкина



по одному
с попытками



по одному
с мячом



по одному
с ароматом после трюка

5

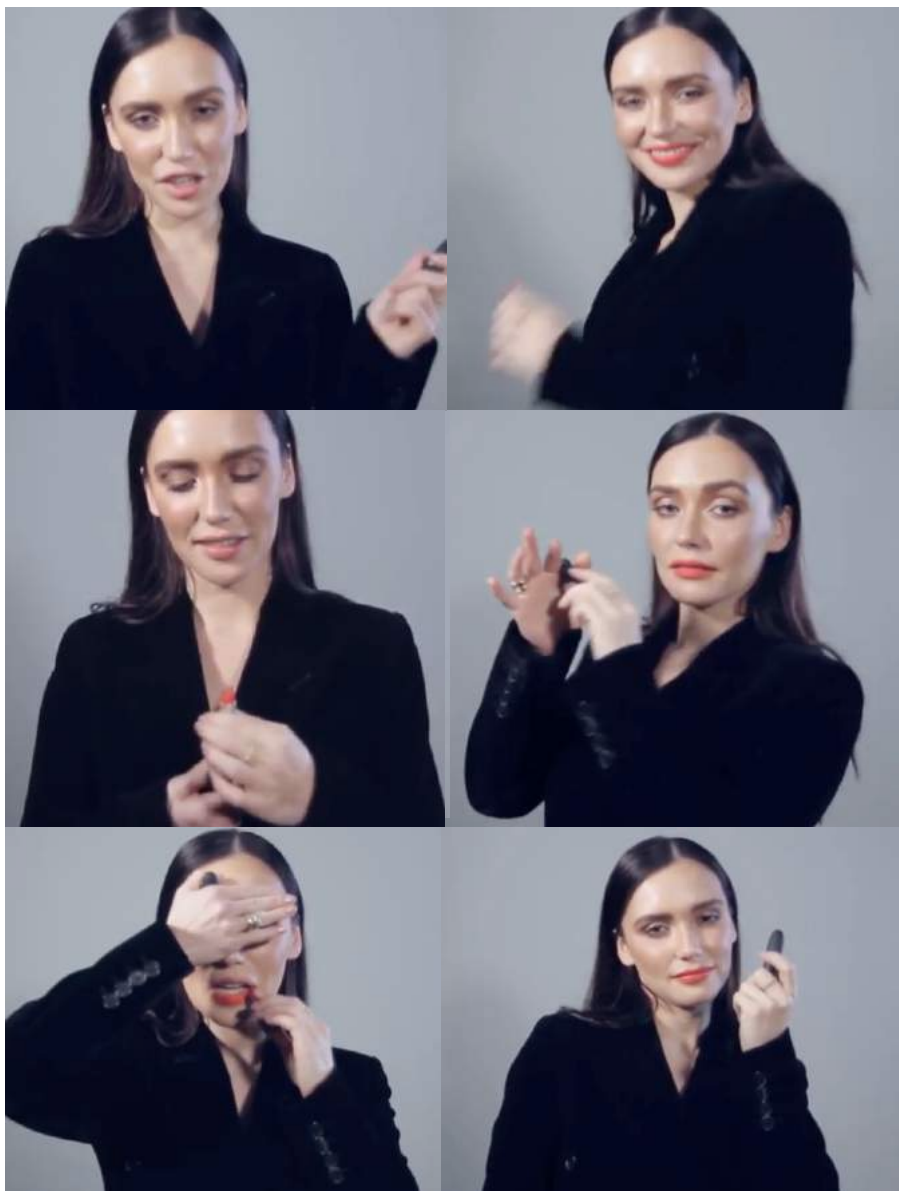
млн просмотров

780

тыс.
посетителей сайта

8

тыс.
лайков под видео



M.A.C MEET YOUR MATTE

Бренду нужно было **создать тренд на матовые помады** и запустить проект с инфлюенсерами. Кампанию Meet Your Matte мы провели в два этапа.

[Ссылка на проект](#)

M·A·C

РЕШЕНИЕ

Этап 1

Мы запустили челлендж под хештегом #неглядя, в котором участники видео закрывали глаза и красили губы помадой. Амбассадором челленджа стала певица MOLLY, а среди её подписчиков были разыграны 3 набора по 30 помад M.A.C и стильная сумка.

Также конкурсную механику поддержали Аня Хилькевич, Диана Мелисон, Nila Mania, Жанна Радова, Геворг и Люся Чеботина.



NILA_MANIA



ZHANNA.RADOVA



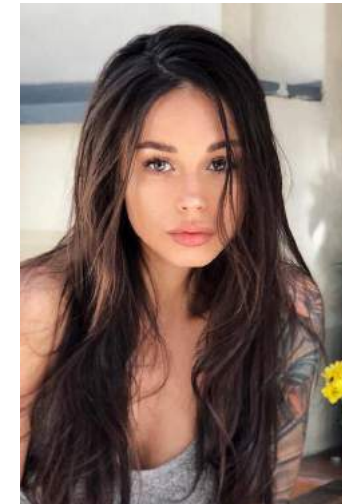
ANNAKHILKEVICH



LUSIA_CHEBOTINA



GEV_MUA



DI_MALISON

РЕЗУЛЬТАТ

Этап 1

Все инфлюенсеры записали креативные видео с помадами и предложили подписчикам принять вызов. Правильный выбор концепции челленджа позволил достичь высоких показателей:

1,7

млн суммарный
охват публикаций

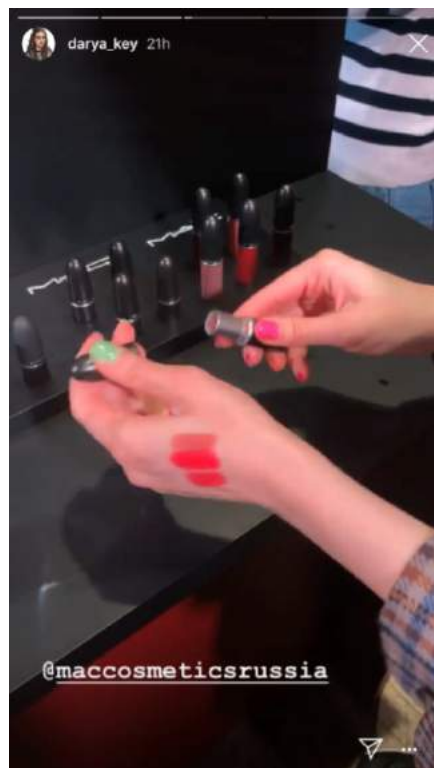
500

UGC постов от
пользователей

РЕШЕНИЕ

Этап 2

Мы пригласили инфлюенсеров на мероприятие, где визажисты подбирали им оттенки помад в формате speed dating. Помимо этого, популярный визажист Антон Зимин провел мастер-класс.



РЕЗУЛЬТАТ

Этап 2

63

блогера посетили
мероприятие

204

единиц контента
опубликовано
(посты в ленте и stories)

70%

конверсия
в публикации



SAMSUNG ТОПЛЕСВОХ

Samsung решили продать первую партию гаджетов из новой линейки через инфлюенсеров и протестировать этот канал продаж.

[Ссылка на проект](#)

SAMSUNG

РЕШЕНИЕ

Мы придумали механику: Ян Топлес анонсировал специальный бокс под названием «ТоплесВох», в котором были гаджеты от Samsung и интересный подарок от него (например, кусок метеорита).

На специальном сайте можно было посмотреть все типы боксов, которые отличались стоимостью и наполнением.



РЕЗУЛЬТАТ

За 48 часов было продано 450 устройств общей стоимостью 1 млн. рублей.

71,5

тыс. уникальных
переходов на сайт

692

тыс. органический
охват ролика

450

устройств
продано

10,3%

CTR



ESTÉE LAUDER: DOUBLE WEAR

Бренду нужно было поддержать запуск новых оттенков тонального средства Double Wear.

Мы реализовали проект в два этапа.

[Ссылка на проект](#)

ESTÉE LAUDER

РЕШЕНИЕ

Этап 1

Мы подобрали инфлюенсеров с разными тонами кожи для съемки в рекламном ролике. Среди них: Саша Бортич, Самира Мустафаева, Адэль Мифтахова. Участницы разместили созданный контент в своих аккаунтах в Instagram.



РЕЗУЛЬТАТ

Этап 1

86

единиц контента
опубликовано
(посты в ленте и stories)

7

млн охват
публикаций

300

UGC публикаций по хештегу
#ОсноваТвоейУникальности

РЕШЕНИЕ

Этап 2

Провели мероприятие, на которое пригласили более 100 лидеров мнений. Среди них были визажисты Гоар Аветисян и Лена Мотинова. После мероприятия мы сделали рассылку продукта и собрали рекордное количество публикаций.



РЕЗУЛЬТАТ

Этап 2

95

блогеров посетили
мероприятие

461

единица контента
опубликована
(посты в ленте и stories)

3,2

млн охват
публикаций



ЭЛЬДОРАДО: ЛУЧШИЙ НА КУХНЕ










У Эльдорадо была задача увеличить продажи техники для кухни. Нужно было **поддержать глобальную кампанию** на YouTube.

[Ссылка на проект](#)

ЭЛЬДОРАДО.RU
людям выгодно

РЕШЕНИЕ

Мы преподнесли Эльдорадо как всестороннего эксперта по кухням: от техники и принадлежностей до рецептов и продуктов в формате популярного кулинарного ТВ-шоу, но на YouTube.

1		«Лучший на кухне» - трейлер кулинарного шоу «Эльдорадо» Эльдорадо
2		«Лучший на кухне» - премьера кулинарного шоу «Эльдорадо» Эльдорадо
3		Готовим димсамы с креветками и баклажаны в соусе - Шоу «Лучший на кухне» (S01E01) Эльдорадо
4		Готовим картофельное пюре с овощами и «жидкий плов» - «Лучший на кухне» (S01E02) Эльдорадо
5		Готовим десерты: бельгийские вафли и штрудель с бананом - «Лучший на кухне» (S01E03) Эльдорадо
6		Готовим свинину в томатном соусе с ананасами и стейк - «Лучший на кухне» (S01E04) Эльдорадо
7		Готовим блины с капустой и куриной колбасой и чечевицу с овощами - «Лучший на кухне» (S01E05) Эльдорадо
8		Готовим куриную грудку с овощами под тыквенным соусом и равиоли - «Лучший на кухне» (S01E06) Эльдорадо
9		Готовим пасту с дорадо и говяжью вырезку- «Лучший на кухне. Финал» (S01E07) Эльдорадо

РЕЗУЛЬТАТ

Получилось успешно перенести классический ТВ-формат на YouTube и привлечь популярных инфлюенсеров-поваров к участию в шоу.

20

единиц контента

1,3

млн суммарное
количество просмотров

Шоу стало основой для развития развлекательно-познавательного контента о готовке и еде на канале бренда.



M.A.C: VIVA GLAM

Viva Glam исполнилось 25 лет.
Все деньги, полученные от продажи продукции
идут в фонды по борьбе с ВИЧ и СПИДом.

Бренду нужно было **подобрать локального
амбассадора** для участия в проекте и
построить знание о благотворительной
инициативе.

[Ссылка на проект](#)

M·A·C

РЕШЕНИЕ

На роль амбассадора мы выбрали Лолиту Милявскую, которая активно выступает за борьбу с ВИЧ и СПИДом. В рамках кампании был создан видеоролик под хэштегом **#явиваглэм**.



РЕШЕНИЕ

В рамках проекта Лолита:

- Провела паблик-ток в офисе Estée Lauder для сотрудников компании
- Снялась в ролике с анонсом проекта
- Сделала 6 публикаций в аккаунте в Instagram: анонсировала амбассадорство, рассказала о проекте и призвала покупать продукт, чтобы поучаствовать в благотворительности
- Запустила конкурс: необходимо было выложить фото в Instagram с красной помадой на губах и хэштегом #явиваглэм
- Приняла участие в спецпроекте с «Buro 24/7»



РЕЗУЛЬТАТ

3,6

млн охват публикаций
о проекте в Instagram-
аккаунте Лолиты

2

тыс. конкурсных
работ по хэштегу
#явиваглэм

Сильный PR эффект — о проекте говорили многие СМИ.

ДАВАЙТЕ ОБЩАТЬСЯ



hello@playersagency.ru



[playersagency](https://www.facebook.com/playersagency)



playersagency.ru



[players.team](https://www.instagram.com/players.team)



[playersagency](https://www.telegram.com/playersagency)