



**КОММУНИКАЦИОННАЯ
ГРУППА
LVL**

Кратко о Коммуникационной Группе LBL

- ❖ **Независимая Российская Коммуникационная группа**, основанная в 1992 году (до сентября 2007 г – рекламное агентство полного цикла LBL Media)
- ❖ **Успешное** многолетнее сотрудничество с российскими и иностранными клиентами
- ❖ Свыше 200 **высококвалифицированных** специалистов в головном Московском офисе
- ❖ С 2000 года LBL является **национальным** членом Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР)
- ❖ **Уникальное сочетание** медийного и креативного сервисов, собственных интерактивных форматов и производства.
- ❖ **Собственные инновационные поверхности** крупноформатной наружной рекламы в г.Москве
- ❖ Официальный координатор Московского международного фестиваля **«Круг света» 2013-2018**
- ❖ **Собственная производственная база** группы компаний LBL – **LBL Принт**: мы печатаем на всем!



Наши сильные стороны

Стратегия и аналитика

- Ситуационный анализ/аудит рынка
- Организация и сопровождение всех видов маркетинговых исследований
- Разработка платформы позиционирования брендов и коммуникативной стратегии их продвижения

Креативные решения

- Разработка творческих концепций и осуществление авторского контроля над их реализацией
- Создание рекламных материалов и графического дизайна
- Производство рекламной продукции

Медиа-сервис

- Разработка медиа стратегии и тактики рекламной кампании
- Медиабаинг и сопровождение кампаний
- Полный анализ и исследование эффективности рекламных кампаний

Интегрированные маркетинговые коммуникации (TTL)

- Проведение масштабных, в том числе городских мероприятий
- Разрабатываем интегрированные рекламные кампании
- Организуем и реализуем BTL-проекты «под ключ»

Производство

Печать на любых материалах и носителях:

- Широкоформатная печать, outdoor/indoor
- POS материалы и POS-интерьер
- Полиграфическая и сувенирная продукция



Арбат, 27



Арбат, 28



Арбат, 8



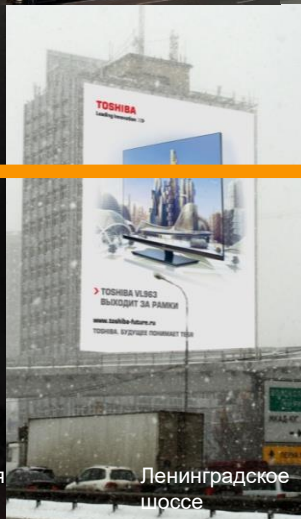
Б. Тульская



Гидропроект



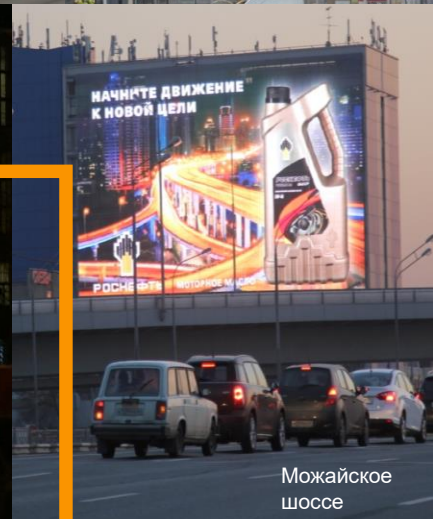
Останкинская башня



Ленинградское шоссе



Центральный Телеграф



Можайское шоссе

СОБСТВЕННЫЕ КОНСТРУКЦИИ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

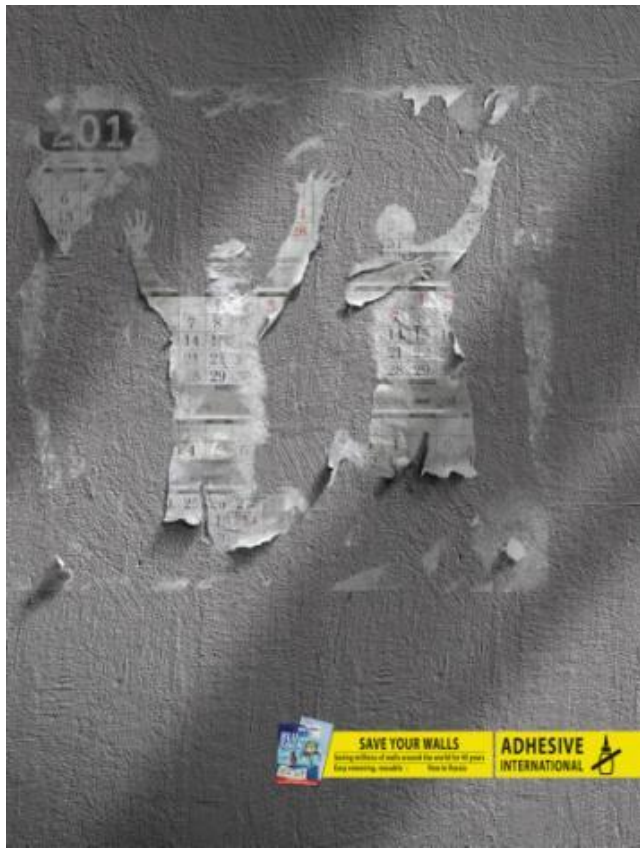
Наши награды и достижения

Более 20 наград за последние 10 лет на различных международных и национальных рекламных фестивалях, в том числе:

- ❖ 2007 – национальный диплом МФР «Каннские Львы» в номинации “Press Lions”
- ❖ 2007 – финалист МФР “Golden Hammer” в номинации «Best Use of Indoor Media»
- ❖ 2007 – 2 специальных приза Фестиваля рекламы «Идея»
- ❖ 2008 – призер Московского Фестиваля социальной рекламы
- ❖ 2008 – бронзовый призер Киевского МФР в номинации «Пресса»
- ❖ 2009 – серебряный призер Фестиваля рекламы «Идея» в номинации «Радиореклама», призер Московского Фестиваля Социальной Рекламы и др.
- ❖ 2013 – Бронза и шортлист в категории Пресса. Киевский Международный Фестиваль Рекламы.
- ❖ 2014 – Золото в категории «наружная реклама» на Минском Международном Фестиваль Рекламы «Белый Квадрат»
- ❖ 2014 – шортлист в категории «наружная реклама» на EPICA AWARDS.
- ❖ **2013-2017 – Координаторы Московского Международного Фестиваля «Круг Света», который вошёл в Книгу Рекордов Гиннеса (Guinness Book of Records)**



Наши награды. Подробнее



Слоган: Спасите ваши стены!

Клиент: Blue Tag

Headline: *В течение 40 лет мы спасли миллионы стен по всему миру.*

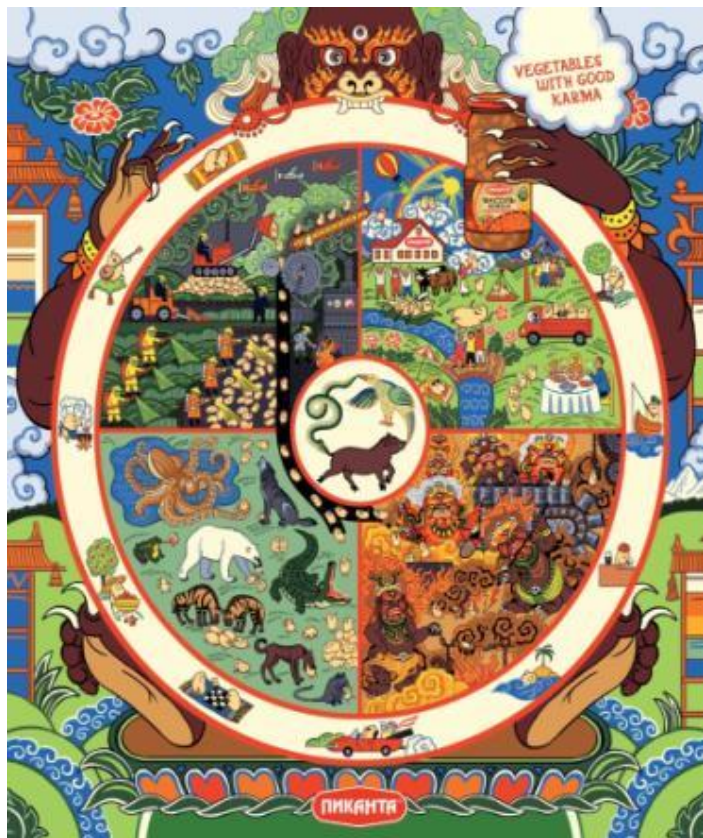
Blue Tag (что это): липкая масса для наклеивания на стену плакатов, календарей, напоминаний и т. п., не оставляющая следов после их снятия



**Золото в номинации
«Наружная реклама 2014»**

**Шотлист в номинации
«наружная реклама»
EPICA AWARDS**

Наши награды. Подробнее



Название: «Колесо Сансары»

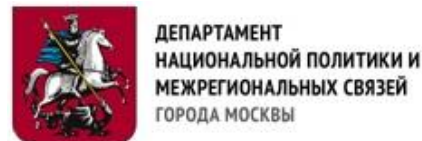
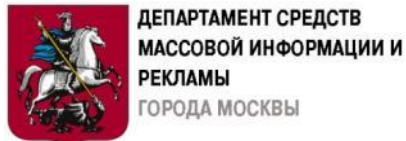
Клиент: Пиканта. Консервированные овощи

Слоган: Овощи с хорошей кармой

**2013 – Бронза и шортлист в категории Пресса.
Киевский Международный Фестиваль Рекламы.**



Наши клиенты за последние 5 лет



FIFA WORLD CUP
RUSSIA 2018



ПРИМЕРЫ НАШИХ РАБОТ

Московский Международный Фестиваль «Круг света»

Наш специальный проект Московский Международный Фестиваль «Круг света» 2013-2017

Коммуникационная Группа LBL с 2013 года является координатором фестиваля «Круг света», который ежегодно проводится в Москве в сентябре – октябре.

В рамках подготовки и проведения фестиваля мы выполняем полный комплекс услуг от разработки концепции фестиваля до выбора площадок и согласования их с городскими органами, от разработки и проведения рекламной кампании до привлечения спонсоров.

- ❖ 5-ый юбилейный фестиваль в 2015 году посетили **более 7,5 млн. человек**, он проходил в течение 9 дней на 9 площадках Москвы
- ❖ В 2017 году на международный конкурс видеомэппинга АРТ ВИЖН, проводимый в рамках фестиваля, было подано рекордное количество заявок – **146 компаний из 31 страны мира**.
- ❖ Впервые количество упоминаний о фестивале в СМИ в 2016 году составило **более 4 тысяч**.



Наш специальный проект Фестиваль «Круг света». Награды

- ❖ Проект «Московский Международный фестиваль «Круг Света» был отмечен престижной премией «Марка №1 в России» в 2013 и в 2014 гг. в номинации «Социально-культурное событие года. Фестиваль»
- ❖ В 2015 году фестиваль «Круг Света» вошел в Книгу Рекордов Гиннеса за самую большую площадь видеопроекции, а в 2016 году получил 2 награды Книги Рекордов.



The Moscow Times
awards



ЛУЧШИЕ
В РОССИИ

СБЕРБАНК

Интеграция в Фестиваль «Круг света». Сбербанк

ПАО «Сбербанк» - Генеральный партнер площадки «МГУ» и партнер площадки «Большой театр» фестиваля «Круг света» в 2016 году

- Разработка идеи, производство и трансляция видеопроекционного шоу (3D mapping) «Сбербанк – хранитель Эпох»
- Брендирование билетов, поверхностей, раздаточных материалов
- Интеграция в PR-кампанию: охват по тиражу/посещаемости сайтов составил 5 млн. человек
- Интеграция в рекламную кампанию: размещение на LED-экранах, медиафасадах, поверхностях наружной рекламы, ТВ, радио, Интернет, метро.

РЕЗУЛЬТАТЫ:

- ❖ Количество зрителей площадки «МГУ» и «Большой Театр» за 5 дней (23 -27 сентября) – **3 700 000 человек.**
- ❖ Количество контактов с учетом продвижения в СМИ, составил **52 012 800**
- ❖ В среднем за период продвижения в СМИ и трансляции мероприятия, охват составил **84 % (7 224 000 человек)**
- ❖ Средняя частота контакта составила - **7 и более раз**



АЭРОФЛОТ

Наши мультимедийные проекты. Аэрофлот

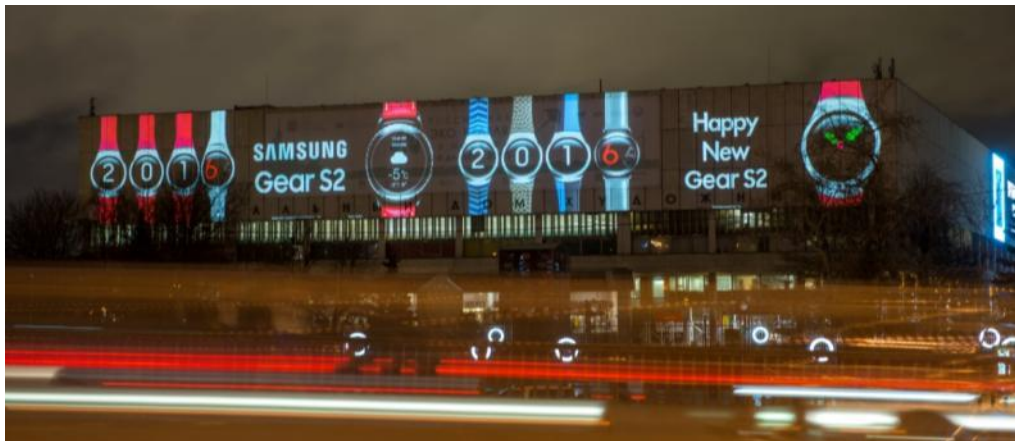
Разработка, организация и проведение **уникального проекта**: видеомэппинговые шоу в 5-ти городах России на Новый год 2014-2015, 2015-2016, весной 2016, а также на территории Российской Федерации и Казахстана в канун 2017 Нового года, включая медиа и PR поддержку мероприятия и проведение digital конкурса.



SAMSUNG

Нестандартный проект для бренда Samsung

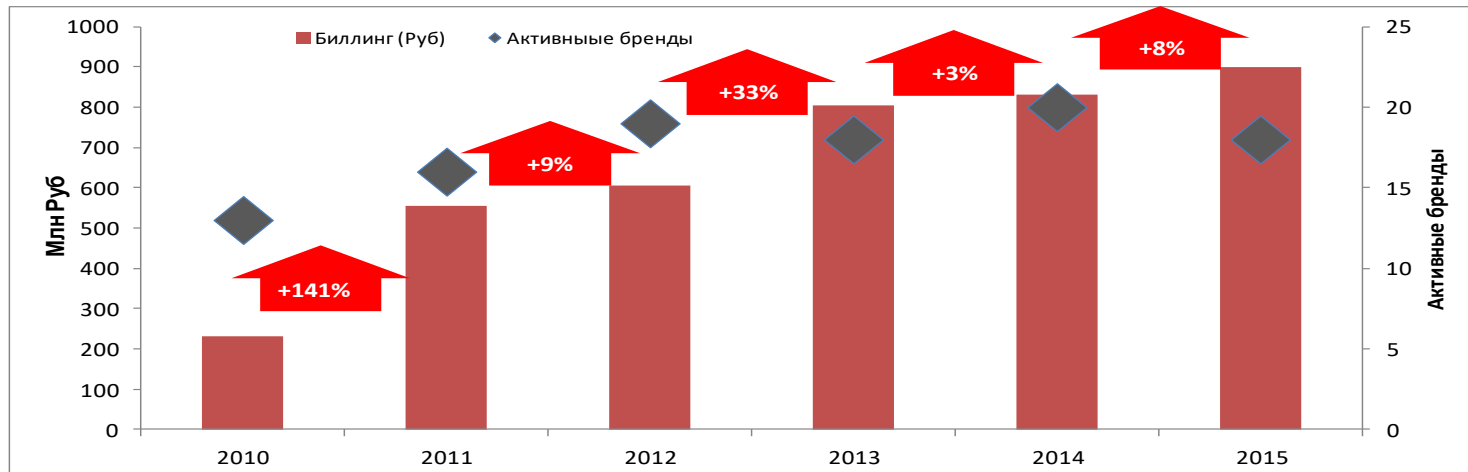
Видеопроекция Samsung на фасад зданий по адресу Новый Арбат, 21 и ЦДХ в рамках вывода на рынок нового продукта:
Samsung Galaxy S6 Edge



STADA

Успешное сотрудничество с компанией STADA

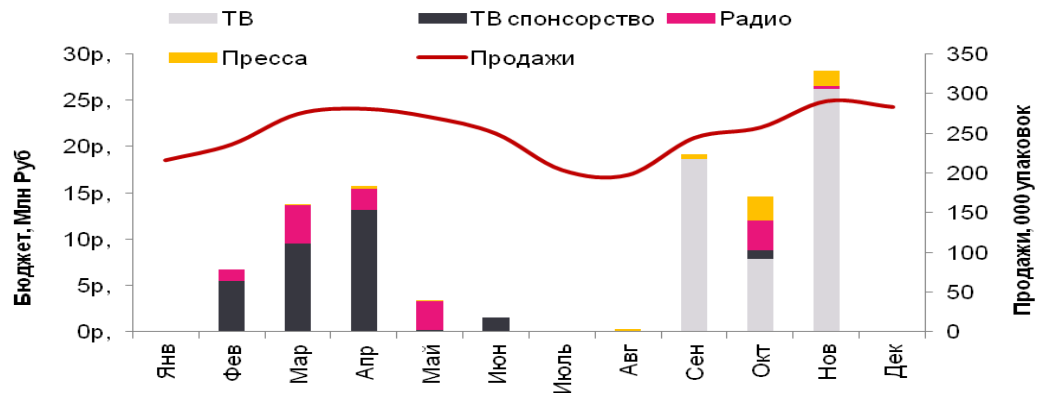
- ❖ Полный медиа сервис
- ❖ 6 лет сотрудничества
- ❖ **18 активных брендов**, в том числе: Аквалор, Хондроксид, Бактистатин, СНУП, Омнитус, Лавомакс, Вука Вука, Нейродоз, Витапрост в **12 различных продуктовых категориях** (мужское здоровье, хондропротекторы, назальные средства, иммуномодуляторы, средства нормализации микрофлоры желудка и др.)
- ❖ **7 новых запущенных брендов**: Аквалор, Зенова, Хелинорм, Антраль, Андродоз, Депантол, Фунготербин



Пример: Хондроксид

❖ Историческая справка:

- 21 год присутствия на российском фарм. рынке
- 13 лет рекламной поддержки
- Серьезнейшая конкуренция, ограниченный бюджет для рекламной поддержки – #8 по инвестициям в категории, 6% SOS
- Низкая лояльность в препаратах в категории
- ТВ – основной канал рекламы



❖ Выбранная медиа стратегия:

- В рамках ограниченного бюджета и агрессивной позиции конкурентов, сделать фокус на росте лояльности за счет объяснения функциональных преимуществ препарата в прессе и размещения спонсорских заставок в любимых ТВ передачах подходящей тематики

❖ Результат:

- Значимый рост продаж в весенний период, несмотря на то, что SOS была ниже 6% - в основном, именно за счет роста лояльности

РОСНЕФТЬ

Комплексное обслуживание бренда. Роснефть



Цели и задачи

- ❖ Сформировать доверие к бренду АЗС компании «Роснефть» путем продвижения программы «Гарантированный контроль качества» и топливному предложению - карта лояльности «Семейная Команда»
- ❖ Разработать креативную концепцию Программы «Гарантированный контроль качества» ГKK
- ❖ Разработать коммуникативную стратегию продвижения Программы
- ❖ Разработать медиа стратегию продвижения

Решение

- ❖ Разработка креативной концепции «Уверенность в каждом километре» и символики для Программы «Гарантированный контроль качества»
- ❖ Разработка идеи и производство видеоролика для размещения на ТВ, видеозэкранах, в сети Интернет
- ❖ Разработка идеи и производство радиороликов
- ❖ Федеральное размещение на ТВ (Россия, Абхазия, Киргизия), на наиболее релевантных радиостанциях, премиальное позиционирование в наружной рекламе, размещение баннерной и контекстной рекламы в сети Интернет, работа агентов влияния.

Комплексное обслуживание бренда. Роснефть

Результаты

- ❖ Разработанная креативная концепция будет использоваться и в последующих рекламных кампаниях
- ❖ Символика «Программы гарантированный контроль качества» внедряется на всех АЗС/АЗК «Роснефть», разработаны адаптированные версии для стран СНГ
- ❖ Медиа размещение проведено с высокой эффективностью:
 - на ТВ 87,7% аудитории увидело сообщение не менее 14 раз
 - на радио количество контактов на 32% выше запланированного, 37,9% человек услышало сообщение не менее 5,1 раз
 - выше запланированного охват наружной рекламы - 82,5%, со средней частотой 32
 - в сети Интернет за период размещения фактическое количество показов превысило плановое на 7%, и составило 268 654 251 показов.



**ГАРАНТИЯ
КОНТРОЛЯ
КАЧЕСТВА**



TOSHIBA

Комплексное обслуживание бренда. Toshiba



Цели и задачи

- ❖ **КАМПАНИЯ:**
Запуск нового телевизора Toshiba LED TV с 3D очками
- ❖ **КОММУНИКАЦИЯ:**
Информировать ЦА о преимуществах нового телевизора, заинтересовать новыми возможностями телевизора, чтобы стимулировать продажи
- ❖ **МЕДИА:**
Охват ЦА для построения знания новой модели REGZA 3D LED TV
Объяснить преимущества продукта через каналы, способные заинтересовать ЦА и вызывающие доверие

Решение

Размещение на ТВ, в прессе, интернете и на радио:

- Интеграции в ТВ программу **«Технологии будущего»**
- Создание линейки программ на нескольких радиостанциях не просто представляющих новый продукт и напомнить о бренде, но рассказать о преимуществах нового продукта
- **Брендирование ТВ программ в популярной спортивной газете Sportweek , специальный 3D проект**
- Internet: banners + context размещение

Брендирование ТВ программы на 3 последовательных страницах



3D очки с 3D картинками

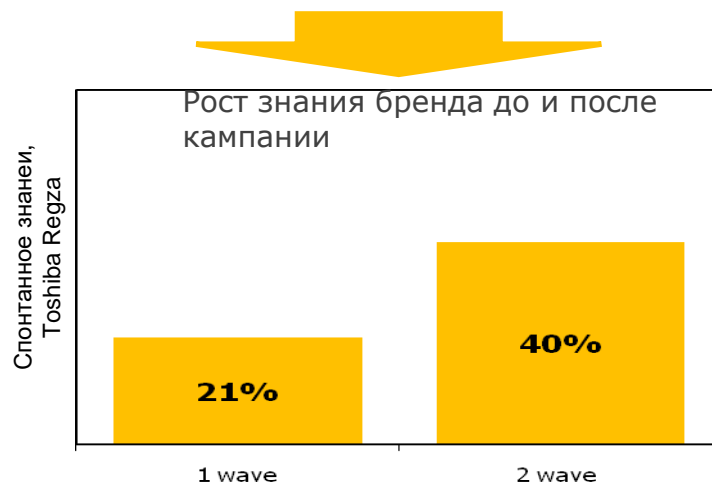
Комплексное обслуживание бренда. Toshiba

Результаты

потенциальные покупатели 3D телевизоров стали лучше знать бренд Тошиба, особенно изменились показатели спонтанного знания и ТОМ:



Спонтанное знание Toshiba Regza выросло в два раза:



Намерение купить Toshiba Regza среди потенциальных покупателей и тех, кто планировал купить 3D flat TV, выросло в 8 раз

BP (BRITISH PETROLIUM)

Цели и задачи:

❖ Организация участия команды BP в марафоне «Осенний гром», проведение пресс-конференции для журналистов в рамках запуска нового топлива «Ultimate»

Решение:

- ❖ Букинг и подбор марафонцев для команды BP, производство униформы.
- ❖ Разработка, производство, декорирование и брендинг рекламных площадей марафона.
- ❖ Участие в церемонии награждения, фото-видео съёмка
- ❖ Застройка шатрами площадки АЗС для проведения пресс-конференции. Декорирование.
- ❖ Обеспечение технической поддержки мероприятия (свет, звук, видео, мебель)
- ❖ Организация работы кейтринга
- ❖ PR поддержка



ASICS

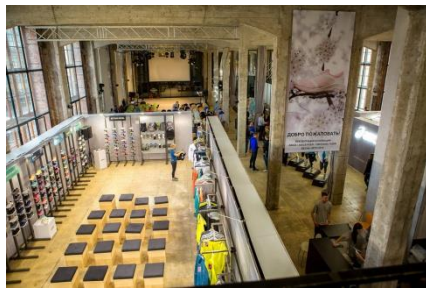
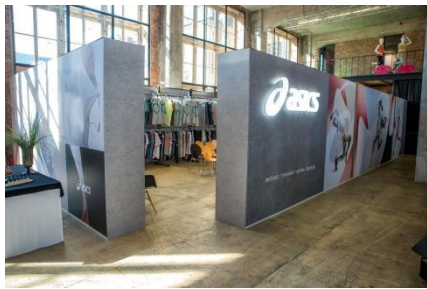
ASICS конференции SS18 и AW18

Цели и задачи:

- ❖ Организация сезонных конференций / презентаций новой коллекции для предзаказа в Москве
- ❖ Поддержка и сопровождение проведения мероприятий

Решение:

- ❖ Планирование и отрисовка зонирования площадки проведения мероприятия. В том числе 3D моделирование пространства.
- ❖ Застройка, обеспечение стендами, стойками и иными элементами, включая мебель.
- ❖ Обеспечение оформления, брендинга и декорирования площадки проведения мероприятий.
- ❖ Обеспечение площадки проведения мероприятия световым, звуковым и видео оборудованием включая подготовку контента.
- ❖ Верстка, дизайн, производство полиграфической и сувенирной продукции.
- ❖ Обеспечение координации участников мероприятия, привлечение дополнительных необходимых специалистов и их координация.



Коммуникационная Группа LBL

Москва, 3-я ул. Ямского поля, д. 32

тел.: +7 (495) 7894542/43

факс: +7 (495) 7894553

www.lbl.ru