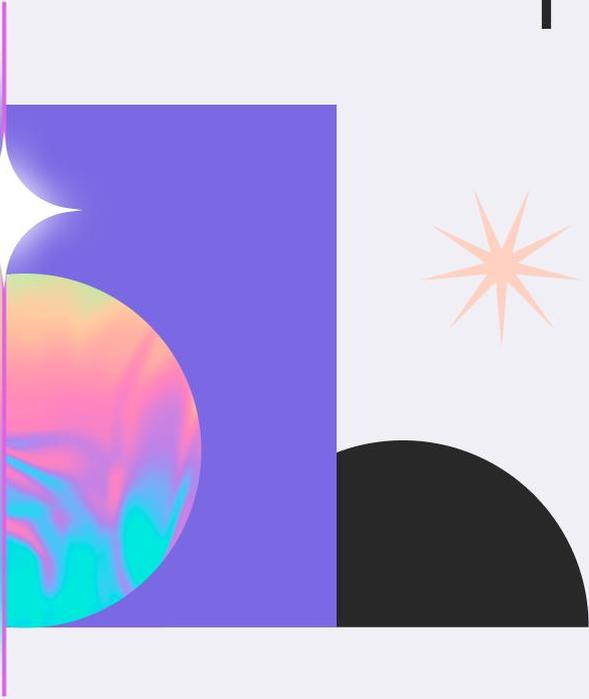


# Портфолио агентства

## RELATE



SMM Influence Production Design

relateagency.ru ©2023

RELATE

в цифрах

6

лет  
на рынке

25

штатных  
сотрудников

&gt; 200

реализованных  
проектовТоп-100  
digital-агентствАКАР  
АССОЦИАЦИЯ  
КОММУНИКАЦИОННЫХ  
АГЕНТСТВ РОССИИ RUWARD

за SMM-кейсы



# SMM

креатив  
контент  
продвижение

# INFLUENCE

блогеры  
спецпроекты



photo  
video  
web

# PRODUCTION

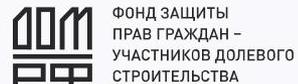
motion  
3D  
graphic

# DESIGN

# Наши клиенты



kaspersky



RELATE

SMM-КЕЙСЫ





## ЗАДАЧИ

- 01 продвижение и корпоративного, и продуктовых брендов AB InBev Efes в социальных медиа
- 02 трансляция экспертизы компании AB InBev Efes как лидера пивоваренного рынка в России

## КОНТЕКСТ ✦

пользователям знакомы пивные бренды Efes Pilsener, Hoegaarden, Stella Artois, Bud, Spaten и пр., но они слабо осведомлены о компании-производителе AB InBev Efes

## КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

## РЕЗУЛЬТАТ ✨

2019-...

17

Роликов

3,7%

Средний ER

## ЗАДАЧА

Запустить собственный Telegram-канал для соискателей на саппортовые и коммерческие вакансии.

## РЕШЕНИЕ

Разработали контент-план, адаптировали тренды под HR-кампанию. Привлекли к съёмкам реальных сотрудников компании.

582 020 Общий охват

7492 Количество подписчиков



**TikTok**  
для AB InBev Efes

## РЕШЕНИЕ

- ✦ Запустили новые рубрики (зитология, пивные правила, факты о пивоварении)
- ✦ Добавили 3D, видеоинфографику и motion-анимации
- ✦ Увеличили количество вовлекающих и конкурсных механик
- ✦ Увеличил долю живого фото/видео контента с заводов

## РЕЗУЛЬТАТ

**27,4%**

Средний ER за 2022 год

Охватили  
**более 1 100 000**  
пользователей



**Hoegaarden Grapefruit** — бельгийское нефilterованное пшеничное пиво, которое является эталоном данного сорта. Варится по оригинальной рецептуре с добавлением апельсиновой цедры и кориандра.

## El Capulco



поход в летний кинотеатр



прогулка на катере

пляжное вечеринка



**ЗАРЯДИСЬ  
НОВИНКОЙ!**

Какой должна быть температура подачи пива?



## ЦЕЛИ

**01** Повысить осведомлённость выпускников технических вузов о возможностях работы в компании

**02** Изменить восприятие выпускников вузов, что работа на заводе не является престижной

**03** Показать, что заводы компании AB InBev Efes современные, в работе используются самые передовые технологии, а начинающим сотрудникам предоставляются все условия для роста и комфортной работы.



## РЕШЕНИЯ

- ✦ Стратегия  
Мы пересмотрели контентную стратегию и начали рассказывать о производстве изнутри.
- ✦ Визуализация  
Изменили подход к визуализации, взяв за основу коммуникацию Challenge Accepted, расширили форматы контента.
- ✦ Таргет  
В рамках продвижения стажерских программ SDP и GMT запускалась таргетированная реклама на выпускников 40 ведущих технических ВУЗов и на активную аудиторию карьерных сообществ других брендов.

TikTok  
@ab\_inbev\_efes\_career

ABInBev EFES



**ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ  
НА ПИВОВАРНЮ  
AB INBEV EFES**

ABInBev EFES



**Не правда,  
а миф**

О работе на заводе

ABInBev EFES

**А на заводе лучше!** ↗

5 важных аргументов



TikTok  
@ab\_inbev\_efes\_career



# ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА БРЕНДА



Транслировать в социальных медиа ключевые преимущества и характеристики ресторанов «Кофемании». Донесение до целевой аудитории философии, ценностей и big idea бренда.

## ЗАДАЧИ

- ◆ Пополнение фотобанка за счёт регулярных фотосессий.
- ◆ Создание набора корпоративной графики, отражающей бренд.
- ◆ Пересмотр контентной стратегии: расширили рубрикатор, добавили вовлекающие механики и увеличили количество форматов контента.
- ◆ Создание Q&A для модераторов, внедрение telegram-бота для сбора обратной связи



**Zero Waste**  
в «Кофемании» — это...

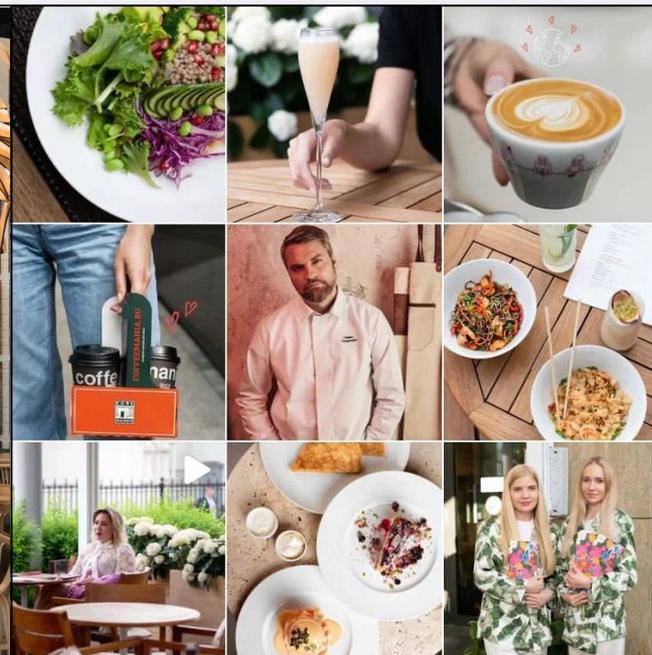
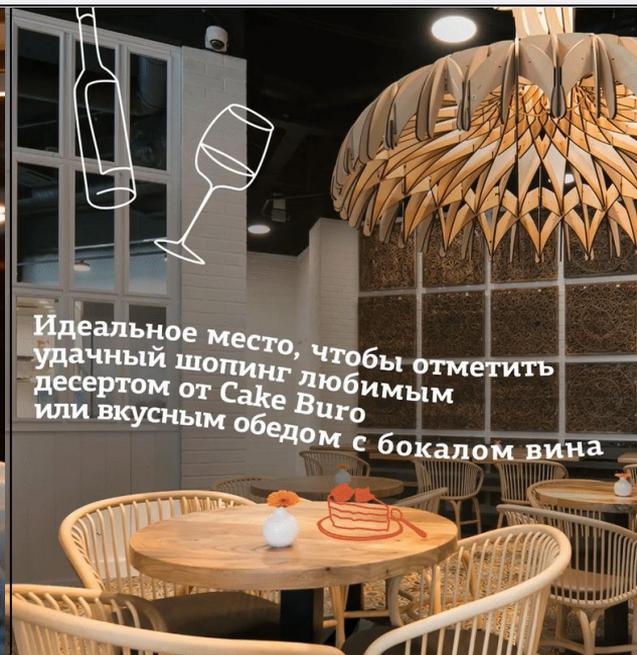
**+6 895**

подписчики суммарно  
во всех соцсетях

**3,5%**

Средний ERr

Оживили ленту за счёт  
проведения регулярных  
фотосессий



Обработали более  
**10 000**  
обращений подписчиков

Оживили ленту за счёт проведения регулярных фотосессий

# CITI GOLD

## ЗАДАЧИ

- 01 Адаптация новой креативной концепции под социальные сети
- 02 Продвижение 5 продуктов Citi в социальных сетях (Citi gold, Citi priority и пр.)

**Citigold®**  
Инвестировать сейчас в искусственный интеллект или в альтернативную энергетику?



**Citigold®**  
306 инвестиционных фондов от 6 международных управляющих компаний



АО КБ «Ситибанк», СМ. п. 8.10.13 «Юридическая информация»

**Citigold®**  
Получите доступ к 18 фондовым биржам



**Citigold®**  
Страхование на время путешествий для вас и ваших детей



АО КБ «Ситибанк», СМ. п. 8.10.13 «Юридическая информация»



5% по накопительному  
счету с премиальной  
картой Citi Priority



\*Накопительный счет: прогрессивный / сберегательный счет.  
Организовано АО КБ «Ситибанк» по инициативе и в пользу накопительного счета  
01.09.2020-31.08.2021. Процент начисляется на сумму до 400 000 р.  
АО КБ «Ситибанк».

Премиальная дебетовая  
карта Citi Priority

До 10% кэшбэк без лимитов по выплате



Кэшбэк - возврат части потраченных средств.  
АО КБ «Ситибанк».

Мультивалютная  
дебетовая карта  
Citi Priority Aeroflot

Бесплатное снятие наличных  
в банкоматах по всему миру



АО КБ «Ситибанк».



Доступ к 17 валютным  
счетам

с дебетовой картой  
Citi Priority Aeroflot



АО КБ «Ситибанк».



Обмен валюты  
по выгодному курсу

С мультивалютной  
дебетовой картой  
Citi Priority Aeroflot



АО КБ «Ситибанк».



5% по накопительному  
счету с премиальной  
картой Citi Priority



\*Накопительный счет: прогрессивный / сберегательный счет.  
Организовано АО КБ «Ситибанк» по инициативе и в пользу накопительного счета  
01.09.2020-31.08.2021. Процент начисляется на сумму до 400 000 р.  
АО КБ «Ситибанк».

Премиальная дебетовая  
карта Citi Priority

До 20% скидки в магазинах  
партнеров



АО КБ «Ситибанк»

# AEROFLOT

## РЕЗУЛЬТАТЫ

Освежили ленту в Инстаграм

Рост органического охвата в 1,5 раза

# CITI PRIORITY

## ЦЕЛИ

- ◆ Поддержать ребрендинг Ростелеком в социальных медиа
- ◆ Выстроить коммуникацию со всеми аудиториями бренда
- ◆ Стимулировать пользователей воспользоваться услугами компании

## РЕШЕНИЕ

- ◆ Адаптировали контент в официальных сообществах под новый стиль
- ◆ Запустили серию вовлекающих механик (конкурсы, квесты, викторины и пр.)
- ◆ Увеличили долю ситуативного контента Сделали больший фокус на подготовки уникального контента для сториз инстаграм запустили серию спецпроектов для поддержки продуктовой коммуникации



# РЕЗУЛЬТАТЫ



СВЫШЕ

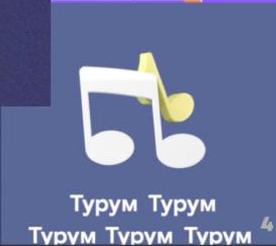
**18 000 000**

Охват VK, Instagram, Facebook



СВЫШЕ

**7%** ERR  
(Instagram)



СВЫШЕ

**311 000**

Подписчики VK, Instagram, Facebook

**ЦЕЛИ****01**

Привлечение школьников 6–11 классов на сайт с последующей регистрацией и прохождением опросника «Примерочная профессий».

**02**

Повышение лояльности существующей аудитории

**БИЛЕТ В БУДУЩЕЕ****РЕЗУЛЬТАТЫ****✦ 21 292**

ПОДПИСЧИКОВ В  
Instagram

**✦ 53 629**

ПОДПИСЧИКОВ В  
Vkontakte

**✦ 5 523**

ПОДПИСЧИКОВ В  
Facebook

# БЫЛО/СТАЛО ПРИМЕРЫ ЛЕНТЫ

БЫЛО



СТАЛО



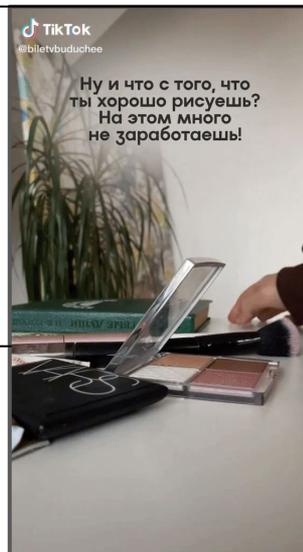
# Челлендж #покажисвойскилл в Tiktok

Мы запустили челлендж среди школьников, в котором каждый мог бы продемонстрировать свой скилл.

Герой каждого видео находил определённый предмет и показывал свои способности.

СВЫШЕ

**1 млн** общий охват



TikTok  
@biletvbuduchee

Когда понял,  
что сборной  
нужны новые  
звезды

СВЫШЕ

**4 800** подписчиков

СВЫШЕ

**28 000** лайков

# ЦЕЛЬ

Показать, что билайн сейчас больше, чем просто оператор сотовой связи-это технологическая компания с широкой продуктовой линейкой ( "Мой доктор", VeeCLOUD и т д)



**Билайн представил телемедицинский сервис «Мой Доктор»**



**VeeCLOUD от Билайн Бизнес:**

данные в надежных руках



**Озвучка приветствия**

какую выбрать и как правильно записать



# РЕЗУЛЬТАТ

✦ Изменили визуальный стиль и ред. политику

✦ Расширили количество форматов контента

✦ Скорректировали стратегию продвижения

# РЕЗУЛЬТАТ

Билайн.NOW — одно из ведущих корпоративных сообществ в технологической и телеком сферах в Facebook и [Telegram](#)

## Договор без бумаги:

расширяем цифровую экосистему



Подписчики

3 252

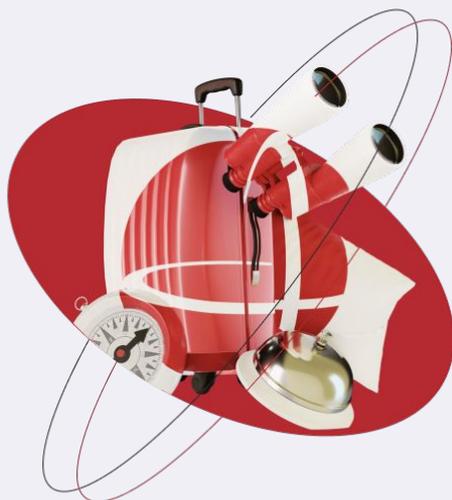
ER post

3,6%

## ЗАДАЧИ

**01** Привлечь целевую аудиторию на площадки бренда и увеличить охваты

**02** Разработать единый узнаваемый визуальный и коммуникационный стиль в соцсетях, на который смогут ориентироваться региональные менеджеры отелей.



## ЗАДАЧИ

- ✦ Запуск таргетированной рекламы в соц.сетях (Look-alike, соц. дем, геолокация, интересы, парсинг данных по релевантным сообществам, ретаргетинг)
- ✦ Разработка визуальной стратегии
- ✦ Расширение форматов контента
- ✦ Работа с ситуативными инфоповодами
- ✦ Проведение конкурсов и вовлекающих механик

2019-2021



## РЕЗУЛЬТАТЫ

СВЫШЕ

# 217 000

органический охват VK,  
Instagram и Facebook

Средний ER post

# 3,6%

СВЫШЕ

# 10 000

Пользователей VK



Что  
для вас значит  
путешествие?



азимут Омск  
Витмерфран



Брейгель  
в Вене

RELATE

# СПЕЦПРОЕКТЫ И БЛОГЕРЫ



2023



## ЦЕЛЬ ✦

продвижение бренда работодателя компании «АЛРОСА» и закрытие вакансий в отдельных городах присутствия компании.

## ЗАДАЧА

получить целевые заявки от кандидатов на сайте с вакансиями <https://www.alrosa.ru/hr/>

## РЕЗУЛЬТАТЫ

таргетированная реклама во «ВКонтакте»

**4631** кликов на  
страницу всего

**8794**

кликов на страницу всего

контекстная реклама в Яндекс

**4163** кликов на  
страницу всего

**+300**

откликов на вакансии



ДОСТОЙНЫЕ  
УСЛОВИЯ,  
УВЕРЕННОСТЬ  
В ЗАВТРАШНЕМ ДНЕ

Вакансия компании №1 в мире  
по добыче алмазов – для вас!



АЛРОСА  
Алмазный лидер. Стабильное будущее.

## ЗАДАЧА

Рассказать нашей целевой аудитории о том, что список городов, куда можно за считанные часы долететь с s7 Airlines, теперь еще шире



## РЕШЕНИЕ

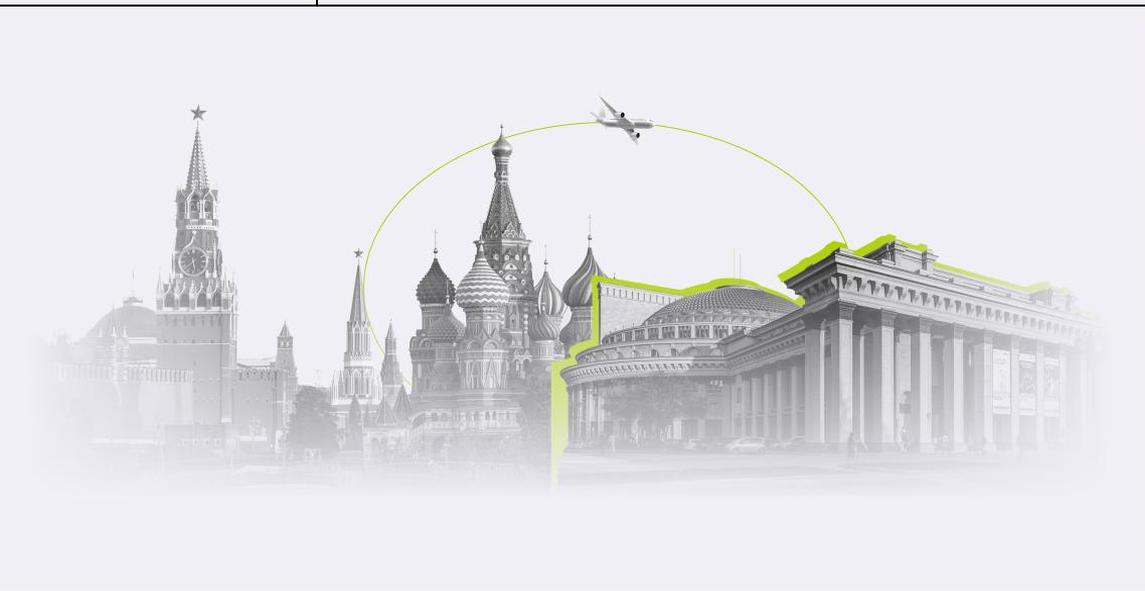
- ✦ Совместно с журналом Собака.ru мы запустили спецпроект “Знаете ли вы свой город?”. В рамках спецпроекта мы решили проверить, насколько хорошо петербуржцы знают свой любимый город.
- ✦ Мы доверили журналистам Собака.ru подобрать нетривиальные места в своем городе и фотографии европейских городов, в которых достопримечательности похожи на места в Санкт-Петербурге. После подбора фотографий мы обработали их с помощью нейросетей, чтобы усложнить пользователям ответы на вопросы.
- ✦ На сайте Собака.ru был сверстан тест из 10 вопросов sobaka.ru в цветах S7 Airlines.
- ✦ Спецпроект поддержали также в социальных сетях S7 Airlines, был опубликован пост и запущена таргетированная реклама.

**3 ТЫС**  
участников теста

**3 МЛН**  
просмотров видео

## ЗАДАЧА

В рамках Real Time PR кампании к Международному дню спорта креативно обыграть данный инфоповод в социальных медиа



## РЕШЕНИЕ

В Международный день спорта мы решили провести эксперимент и попросили экипаж S7 Airlines надеть фитнес-трекеры на рейсе Москва – Новосибирск – Москва.



Полученные данные по количеству шагов бортпроводников за рейс перевели в формат видеоинфографики и сравнили с другими дистанциями (заплыв Босфор, поднять на Эльбрус и пр.)

Пост: <https://clck.ru/JDvEC>

17 000

просмотров поста

195 934

просмотров видео

## ЗАДАЧИ

**01** Организовать поддержку выхода последнего сезона Игры Престолов

**02** Повышение лояльности существующей аудитории

## РЕШЕНИЕ

- ◆ Подготовка одностраничного сайта с опросом “Кто вы из мира Игры престолов”
- ◆ Анонс старта показа нового сезона сериала на Wink в серии постов
- ◆ Еженедельное брендрование сообщества Ростелекома материалами из вышедших эпизодов сериала
- ◆ Проведение масштабной раздачи промокодов для Wink и розыгрыша среди активировавших код пользователей игровой консоли Sony PlayStation 4 Pro



ИГРА ПРЕСТОЛОВ

## РЕЗУЛЬТАТЫ

более  
**4,5 млн**  
суммарный охват  
конкурса в соцсетях

более  
**50 000**  
переходов  
на лендинг

было выдано более  
**3 500**  
промокодов и разыграна  
Sony PlayStation 4 Pro

## ЗАДАЧИ

**01** В рамках спонсорского пакета Ростелекома организовать конкурс

**02** Победителями станут 10 детей, которые выйдут на поле вместе с игроками ФК “Зенит” перед матчем. Чтобы выиграть, дети вместе с родителями записывали видео



## РЕШЕНИЕ

- ◆ Анонсы в официальных сообществах Ростелеком
- ◆ Подготовка одностраничного сайта, куда загрузались видео детей
- ◆ Таргетированная реклама на фанатике сообщества и любителей футбола

## РЕЗУЛЬТАТЫ

более  
**350 тыс**  
суммарный охват  
конкурса в соцсетях

**10**  
счастливых детей, чьи эмоции  
важнее любых цифр

**25**  
эмоциональных, интересных  
и даже смешных видео от участников

Конкурс каверов за гитару GIBSON



# ГИТАРА ЗА ЛУЧШИЙ КАВЕР!

## ◆ ЗАДАЧА

В рамках спонсорского пакета Ростелекома организовать конкурс. Победителями станут 2 человека, записавших лучшие каверы

## РЕЗУЛЬТАТЫ

**БОЛЕЕ 566 ТЫС**

человек суммарный охват конкурса

**2**

музыканта победили в зрительском голосовании и получили в подарок подписки на Wink

**59**

интересных и ярких видеоклипов от участников

# Продвижение моторных масел LUKOIL GENESIS медиапроекта «Лукойл» с использованием посевов в Telegram

Мы нашли эффективный альтернативный способ нативного продвижения линейки моторных масел с помощью интеграций с блогерами и посевов в тематических telegram-каналах.

## ✦ ЦЕЛЬ

Продвинуть новую линейку моторных масел: повысить узнаваемость продукта, осведомлённость и вовлечённость аудитории, а также максимизировать охват.

 **GENESIS** МОТОРНЫЕ МАСЛА



# «ЛУКОЙЛ»: ПРОДВИЖЕНИЕ МОТОРНЫХ МАСЕЛ

## БАРЬЕРЫ

Необходимость проведения нативных интеграций.

Реализация интеграций в 3 форматах: полезные лайфхаки, личный опыт автоблогеров и лайфстайл.

Узкий выбор telegram-каналов, нацеленных на специфическую аудиторию бренда – мужчин, интересующихся автотематикой.

## РЕШЕНИЕ

Тщательный подбор пула из 12 telegram-каналов: 5 сообществ автолюбителей, 5 автоблогеров, 2 лайфстайл-блогеров, соответствующих критериям.

Комплексный подход: кроме подбора каналов и согласования размещения для каждого поста подготовлены текстовые материалы.

# РЕЗУЛЬТАТЫ:

# 140 %

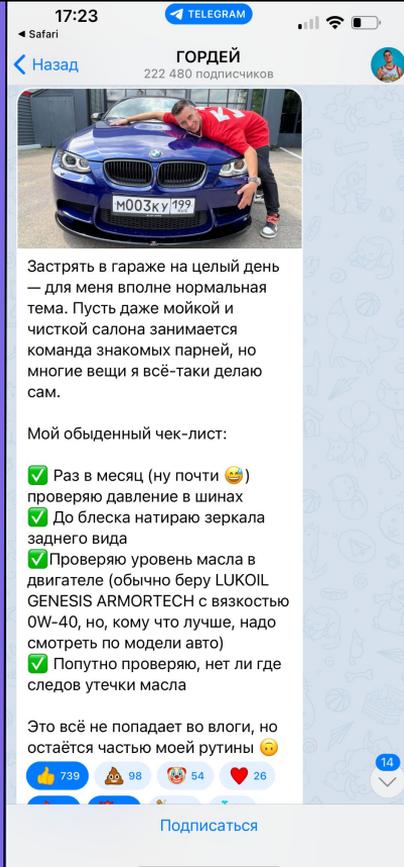
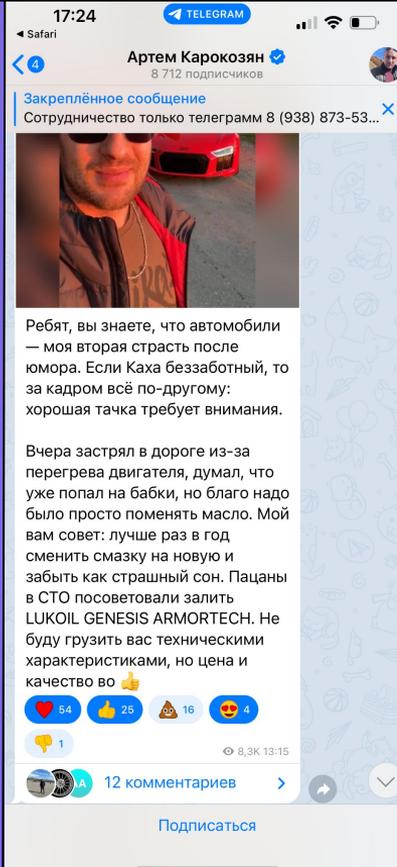
Перевыполнение плана  
по просмотрам постов

# 700 000

Общий охват

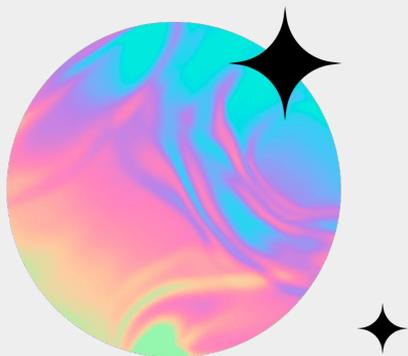
# 4 268

Позитивных реакций  
получено



# Продвижение StyleX от АО «БВТ БАРЬЕР РУС» с использованием посевов и интеграций с блогерами

Мы нашли эффективный альтернативный способ нативного продвижения фильтров-кувшинов для воды с помощью посевов в «Дзен», Telegram и интеграций с YT-блогерами.



## ✦ ЦЕЛЬ

Раскрыть и продемонстрировать преимущества продукта.

СОВМЕСТНО С

**TWIGA CG**  
Lead agency

# АО «БВТ БАРЬЕР РУС»: ПРОДВИЖЕНИЕ ФИЛЬТРОВ ДЛЯ ВОДЫ

## БАРЬЕРЫ

Необходимость проведения нативных интеграций

Реализация интеграций в 3 форматах: полезные лайфхаки, личный опыт блогеров, лайфстайл.

Ограниченный выбор блогеров, соответствующих критериям: нацеленных на женскую аудиторию, ведущих активный образ жизни, а также с ER не ниже 1,7 %.

## ✦ РЕШЕНИЕ

Тщательный отбор блогеров на 3 площадках в пользу представителей ЗОЖ и спорта, а также многодетных родителей.

Размещение публикаций на протяжении месяца с кликабельной UTM-меткой по тексту для отслеживания пост-клик показателя

## РЕЗУЛЬТАТЫ:

**6**

Количество блогеров

**450 000+**

Суммарный охват

**100+**

Количество переходов  
на сайт



[Смотреть тут](#)

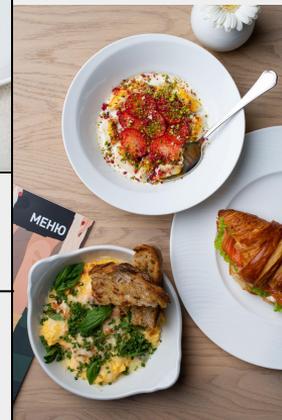
RELATE

# ДИЗАЙН І ПРОДАКШН



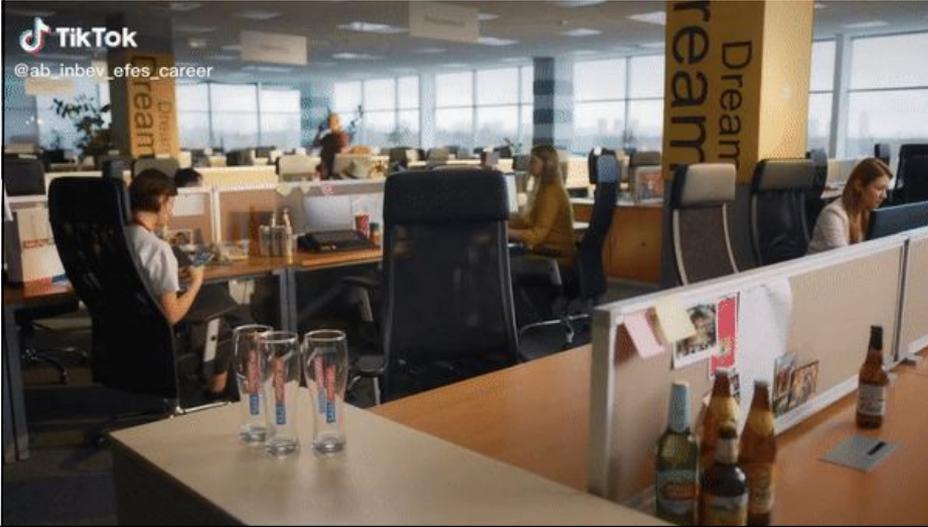
# «Кофемания»: регулярные фотосессии для пополнения фотобанка

В кадре: авторские блюда и напитки из меню ресторанов



# «AB InBev Efes»: регулярные фотосессии для пополнения фотобанка





Охват видеоролика: более

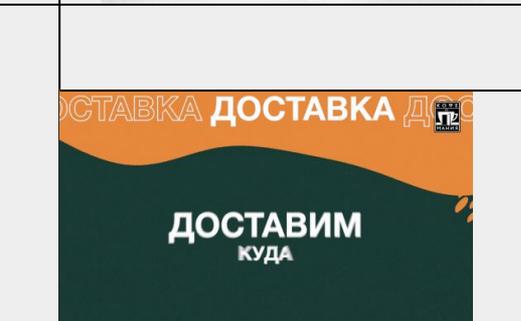
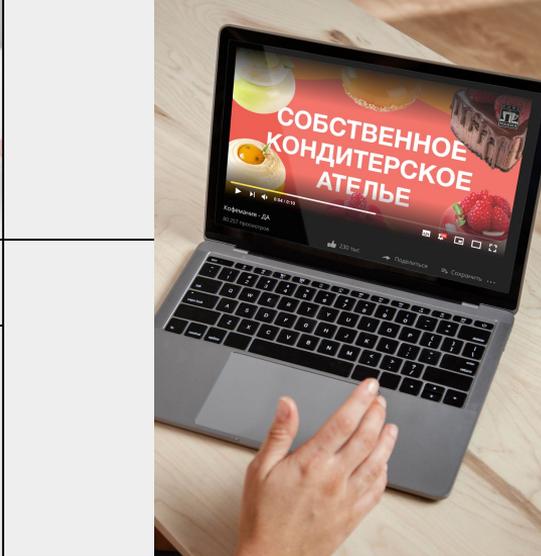
# 300 000 ТЫСЯЧ

просмотров в различных каналах



Бронза в номинации «HR  
кампания» 2022 Tagline Awards

В рамках нового позиционирования бренда работодателя «Мечтать о большем, наполняя будущее радостными моментами» мы выпустили имиджевое видео.



Чтобы развеять мифы, связанные с образом «Кофемании» и рассказать о малоизвестных, но значимых УТП, мы подготовили серию имиджевых digital роликов

## OLV-материалы для промо-кампании «ДА»



В каждом из типовых роликов наглядно и красочно раскрывается одно из преимуществ Кофемании, начинающихся с утверждающих слов «Да, ...».

# Кейсовый видеоролик для Effie Awards

Раскрыли все подробности разработки и достигнутые результаты кампании “Art of Drinking” в анимационном ролике, впервые представленном на конкурсе Effie Awards в номинации Корпоративная репутация\*.



\*Номинация подходит для проекта, который смог решить заявленную задачу (бизнес, маркетинг или социальную) путем выстраивания или улучшения корпоративной репутации, при этом минимизировав корпоративные риски.

Авторские иллюстрации обретают новую жизнь в среде ролика, выполненного в концепции видеоигры, где цели кампании приобретают вид квестов, а сбор определенного количества очков опыта знаменует ее успех.



**RELATE**  
**SHOWREEL**



Если вам не хватило, [наш шоурил тут](#)



# Почему Relate?



**01**

Мы любим рекламу и живём ею, поэтому для нас каждая задача по продвижению бренда — вызов, и чем он сложнее, тем интереснее.

**02**

Мы следим за развитием технологий и быстро адаптируемся к изменениям. Это позволяет нам оперативно находить антикризисные решения и гибко реагировать на тренды.

**03**

Мы умеем работать с крупными брендами. Профиль нашего агентства — топ-100 крупнейших российских и международных рекламодателей.

# RELATE

 +7 927 1190199

 zhigzhitov

 relateagency.ru

## Пишите нам!

