



Хорошие Люди

Рекламное Агентство



О нас

Агентство Хорошие Люди работает для Вас с 2003 года. Наша основная специализация – разработка и реализация BTL и мерчендайзинговых проектов. На сегодняшний день было успешно реализовано более 30 000 проектов. Экспертиза и качество реализованных проектов высоко ценятся нашими клиентами.



17

Лет
успешного
опыта



3000

Квалифицированного
персонала



15

Представительств
в России



30000

Реализованные
проекты



Нам доверяют



Наши услуги

- Дегустация
- Лифлетинг
- Аудит
- Мерчендайзинг
- Подарок за покупку
- Анкетирование
- Мероприятие
- Прямые продажи
- Организация центра выдачи призов
- Консультации
- Программы лояльности
- Тимбилдинг
- Тайный покупатель





Лента

Разработка веб-сайта для промоакции

Задачи

- Правила акции
- Разработка лендинга lenta.com
- Выбор победителей по согласованной формуле
- Проверка чеков у победителей
- Рассылка призов
- Коммуникация с участниками в процессе промо
- Диджитал кампания
- Поддержка промо

Результаты

- Купи продукцию Disney, MARVEL, Звёздные Войны в Ленте на 300 рублей
- Зарегистрируй чек на сайте lenta.com
- Выбор победителей каждую неделю с помощью формулы случайным образом



Механика

- Подбор и координация промоперсонала, супервайзеров, координаторов проекта
- Написание тренингов, изготовление обучающих материалов по акции
- Предоставление отчетов по форме заказчика
- Техническое, административное сопровождение акции

Результаты

- Перевыполнение плана на 40%
- 105 196 выданных карт лояльности



«BP CLUB» и ВБРР

Программа лояльности

Задачи

- Информирование клиентов об обновленной программе лояльности от ВБРР
- Увеличение клиентской базы и выдача карт лояльности





■ **Механика**

Доставка продуктов питания

■ **География**

Москва, Нижний Новгород, Санкт-Петербург, Казань, Уфа

■ **Задачи**

Подбор и предоставление персонала различных категорий (пешие, вело и авто курьеры, сборщики заказов) для оказания услуг по доставке продуктов питания

■ **Решение**

Организация подбора персонала:

- Размещение объявлений на различных площадках, сайтах по подбору персонала, соцсети
- Организация Call Центра (холодный обзвон)
- Привлечение действующего персонала к подбору

Разработка мотивационных программ для персонала

Обеспечение персонала велотранспортом

Результаты

- Трудоустроено более 500 курьеров
- Более 100 000 отработанных часов курьерами
- Расширение географии деятельности: Набережные Челны, Екатеринбург, Челябинск, Новосибирск, Краснодар, Пермь, Самара, Тюмень, Ростов – На – Дону, Тольятти, Волгоград
- Плановая цифра до конца года более 1000 курьеров на всю территорию работы



Механика

- НСР (Национальное чековое промо)

Результаты

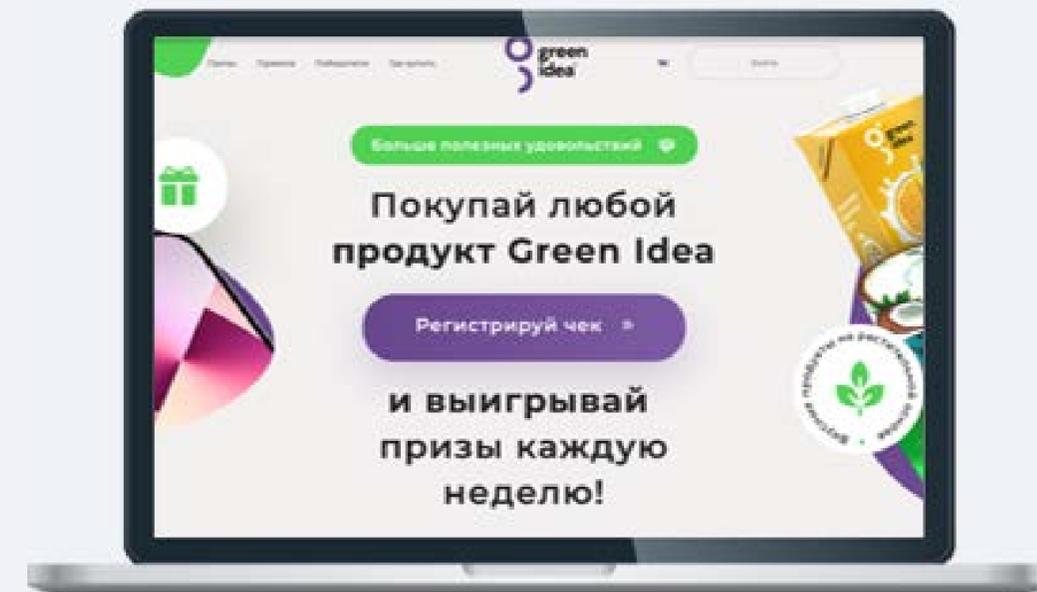
- Разработан сайт <https://promo.greenideas.ru>
- Разработаны правила акции



НСР “Больше полезных удовольствий!”

Задачи

- Создание прототип сайта
- Работы по копирайтингу: разработка контента для промо лендинга
- Организация верификации участников акции
работы по программированию, позволяющие получить электронную выгрузку отчета из базы данных, содержащую информацию из обработанных чеков
Разработка правил акции



— CHEESE —
GALLERY
selected collection

НСР "Гурмэ"

Задачи

- Создание прототип сайта
- Работы по копирайтингу: разработка контента для промо лендинга
- Организация верификации участников акции
- Работы по программированию, позволяющие получить электронную выгрузку отчета из базы данных, содержащую информацию из обработанных чеков
- Разработка правил акции
- Разработка дизайна стикеров



Механика

- НСР (Национальное чековое промо)

Результаты

- Разработан сайт <https://promo.cheesegallery.ru>
- Разработаны правила акции
- Разработан дизайн промо-стикеров



Механика

- NCP (Национальное чековое промо)

Результаты

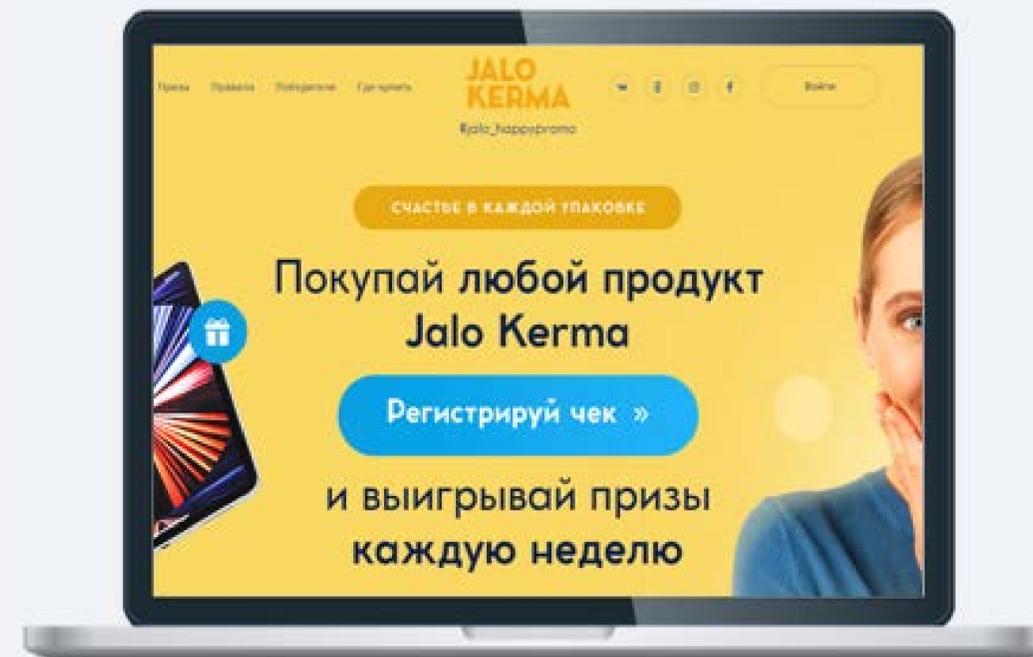
- Разработан сайт <https://promo.jalokerma.ru/>
- Разработаны правила акции
- Разработан дизайн промо-стикеров

JALO для
ВСЕЙ
СЕМЬИ
KERMA

NCP "Happy Promo"

Задачи

- Создание прототип сайта
- Работы по копирайтингу: разработка контента для промо лендинга
- Организация верификации участников акции
работы по программированию, позволяющие получить электронную выгрузку отчета из базы данных, содержащую информацию из обработанных чеков
Разработка правил акции





Благо

Визитный Мерчандайзинг

Задачи

- Увеличение продаж
- Размещение продукции на «золотой полке»
- Размещение ДМП и рекламных материалов ГК Благо
- Проведение ежемесячного ценового мониторинга продукции ГК Благо и конкурентов

Механика

- Подбор и обучение полевого персонала
- Проведение ценового мониторинга
- Размещение ДМП и рекламных материалов ГК Благо
- Предоставление фотоотчета и отчета по товарному запасу по результатам выполненных работ

Результаты

- Увеличение продаж
- Продукция ГК Благо расположена на «золотых полках»
- Расширен фейсинг по всем SKU
- Исключен Out-of-shelf



Механика

- Эффективное использование дополнительных мест продаж
- Минимизация Out of stock

Результаты

- Обеспечение 100% представленности ассортимента Заказчика в торговых точках
- Увеличение % объёма продаж



КОНДИТЕРСКОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ «СЛАВЯНКА»



«Славянка»

Совмещенный стационарный/
визитный мерчендайзинг

Задачи

- Обслуживание торговых точек по стандартам Заказчика
- Увеличение доли полки продукции Заказчика





PRESIDENT

PresiDENT

Совмещённый стационарный
мерчендайзинг

Задачи

- Обслуживание торговых точек по стандартам Заказчика
- Увеличение доли полки продукции Заказчика

Механика

- Эффективное использование дополнительных мест продаж
- Минимизация Out of stock

Результаты

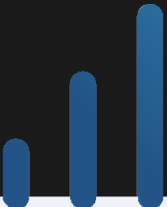
- Обеспечение 100% представленности ассортимента Заказчика в торговых точках
- Увеличение % объёма продаж



Механика

- Эффективное использование дополнительных мест продаж
- Минимизация Out of stock

Результаты

- Обеспечение 100% представленности ассортимента Заказчика в торговых точках
 - Увеличение % объёма продаж
- 

ЛЕОВИТ

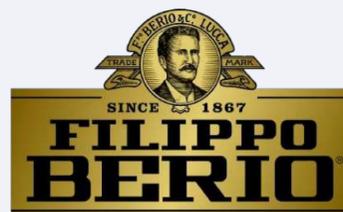
Леовит

Совмещенный стационарный/
визитный мерчендайзинг

Задачи

- Обслуживание торговых точек по стандартам Заказчика
- Увеличение доли полки продукции Заказчика





Filippo Berio

Аудит с элементами мерчендайзинга

Задачи

- Проверка соблюдения контрактных условий
Заказчик = Торговая сеть
- Увеличение доли полки продукции Заказчика

Механика

- Анализ эффективности использования мерчендайзинговых услуг
- Оценка представленности продукции

Результаты

- Обеспечение 100% представленности ассортимента Заказчика в торговых точках
- Увеличение % объёма продаж



Механика

- Эффективное использование дополнительных мест продаж
- Минимизация Out of stock

Результаты

- Обеспечение 100% представленности ассортимента на полке
- Увеличение % объема продаж



VARTA
Мерчандайзинг

Задачи

- Обслуживание торговых точек по стандартам заказчика
- Увеличение доли полки продукции заказчика





Johnson & Johnson

Johnson & Johnson

Аудит

Задачи

- Проверка наличия продукции, POSM-материалов и маркетинговых активностей в торговых точках
- Контроль выполнения KPI сотрудниками и подрядчиками компании
- Контроль соблюдения контрактных обязательств торговых сетей перед заказчиком

Результаты

- Проведенные аудиты позволили выявить частичное несоблюдение обязательств исполнителя, что позволило скорректировать задачи на основании полученных данных
- Увеличение объёмов продаж
- Улучшение представленности продукции заказчика



TELE2

Стенд «Скамейка запасных» Внуково

- В аэропорту Внуково был установлен стенд в виде «Скамейки запасных», все желающие могли удобно передохнуть
- Также, на стенде была установлена зарядная станция – посетители аэропорта пользовались ей бесплатно

Результаты

- На стенде ежедневно работали 2 девушки промоутера, которые рассказывали иностранцам и гостям столицы о выгодных тарифах Tele2, помогали подобрать оптимальный вариант
- Заинтересовавшихся провожали до стойки продаж Tele2





TELE2

Tele2

Тимбилдинг

Задачи

- Организация отдыха команды Tele 2
- Улучшение взаимодействия между членами коллектива и повышение уровня доверия

Механика

- Организация выезда команды Tele2 в загородный отель
- Организация командного квеста и программы отдыха

Результаты

- Клиент благодарен за отличный отдых и организацию
- Хорошее настроение отдыхающих
- По окончании мероприятия предоставлен фотоотчет



TELE2

Фан-зона

- В парке те болельщики, которые не смогли приобрести билеты, попадали в фан-зону Tele2
- Фан-зона представляла собой шатер с полом, экраном и удобными пуфами
- Внутри шатра располагался экран, по которому транслировались матчи
- Во время перерывов работал ведущий, который проводил для гостей конкурсы и анонсировал тарифы Tele2

Также для гостей парка на территории фан-зоны были:

- Аквагримеры
- Настольный футбол и детский футбол
- Сухие бассейны
- Зарядка с ячейками для смартфонов
- Фотобудка с фанатской атрибутикой
- Зона подключений к тарифам Tele2





TELE2

Tele2

Прямые продажи

Задачи

- Старт продаж сим-карт Tele2 на рынок Москвы и МО
- Обеспечение работы команды продаж в 450 точках
- Бесперебойное материально-техническое снабжение точек продаж
- Выполнение плана продаж сим-карт

Механика

- Создание обособленной управленческой структуры для эффективной реализации проекта, включающей специалистов в различных сферах
- Подбор, обучение, контроль и непрерывная ротация персонала в ходе проекта
- Использование онлайн-системы контроля персонала FREP в целях повышения эффективности работы продавцов

Результаты

- Продано 600 000 сим-карт
- 14% доля продаж компании «Хорошие Люди» в Москве и МО



TELE2

Промо стенды в ТЦ Москвы

- В торговых центрах были установлены промо стенды с зоной VR. Посетители могли почувствовать себя игроками любимой команды и сыграть в виртуальный футбол. Гости наносили себе символический аквагримм в виде флага любимой команды и фотографировались на стенде
- На стенде ежедневно работали 2 промоутера, которые рассказывали иностранцам и гостям столицы о выгодных тарифах Tele2, помогали подобрать оптимальный вариант. Заинтересовавшимся объясняли, где находится салон Tele2



**Каждый подключившийся
получал памятный сувенир**



Механика

- Фотозона Bullet time
- Фуршет для привлечения гостей
- Хостес, зона VR
- Организация работы ведущей, DJ, промышленных альпинистов

Результаты

- Рост количества клиентов
- Увеличение подключений и продаж
- Узнаваемость бренда
- Отличное настроение



TELE2

Tele2

Открытие в БЦ «COMCITY»

Задачи

- Привлечение клиентов в новый салон связи Теле 2
- Формирование положительного имиджа сотового оператора
- Повышение продаж
- Презентация нового формата салона





ЧЕТЫРЕ ЛАПЫ
ЗООМАГАЗИН

Фестиваль 4 Лапы

Мероприятие

Задачи

- Организация фестиваля на территории парка Сокольники
- Разработка и реализация зон активностей для гостей и приглашение музыкантов

Механика

- Приглашение музыкальных коллективов в числе которых Artik & Asti
- Разработка и подготовка 50 зон активностей
- Обучение промо-персонала
- Проведение розыгрыша призов для посетителей

Результаты

- Более 50 000 посетителей за 2 дня
- Повышение узнаваемости и лояльности к бренду 4 Лапы
- Разыграны все призы и подарки



Механика

- Подбор и обучение промо персонала
- Сбор фотоотчёта по проведению мероприятия

Результаты

- Более 1 000 000 человек посетили стенды и интерактивные зоны Hyundai
- Трансляция по Региональным и Федеральным СМИ
- Повышена лояльность к бренду

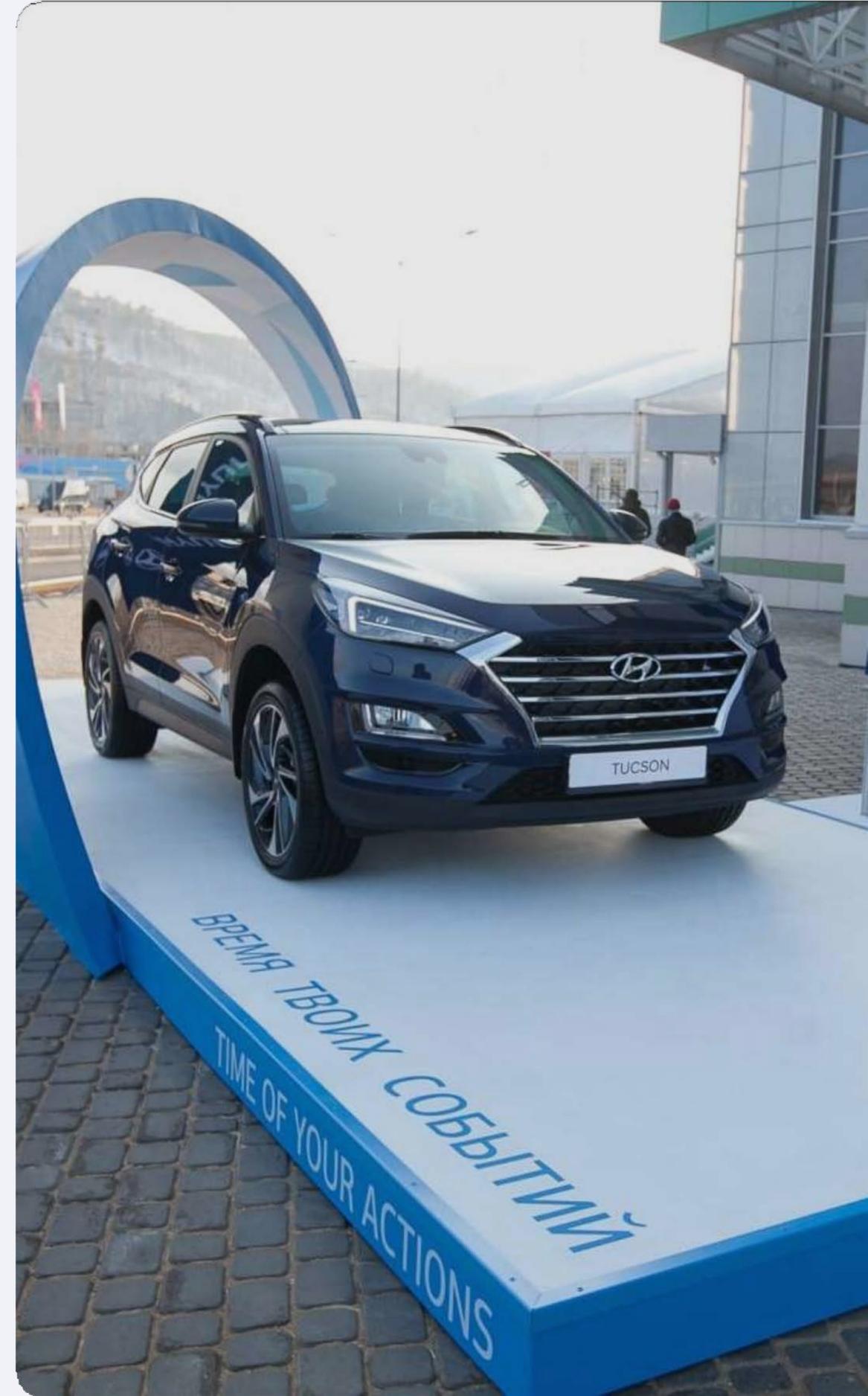


Universiade Krasnoyarsk 2019

Мероприятие

Задачи

- Повысить узнаваемость бренда и лояльность
- Привлечение посетителей ТРЦ на зоны активностей
- Стимулирование трафика и продаж в магазинах-партнерах новогодней акции





Кофейный Дом «ХОРСЪ»

Дегустация кофе

Задачи

- Знакомство посетителей магазина с продукцией клиента
- Увеличение продаж продукции клиента и выведение нового товара на рынок

Механика

- Промо персонал проводит дегустацию с целью знакомства потребителя с новым продуктом кофейного дома «ХОРСЪ»

Результаты

- В каждой торговой точке проведено до 700 дегустаций напитка, 15% участников акции совершали покупку кофе ТМ EGOISTE, BUSHIDO и TODAY
- Во время проведения акции продажи в торговой точке выросли в 3 раза



Механика

- Организация центров выдачи призов промоутерами

Результаты

- Выдано более 9000 призов
- Повышение лояльности к бренду
- Локальное увеличение объемов продаж на 17%



Coca-Cola

Coca Cola

Центр выдачи призов

Задачи

- Увеличение объемов продаж
- Усиление имиджа бренда
- Формирование и поддержание интереса к бренду





Балтика

Подарок за покупку

Задачи

- Стимулирование продаж продукта Балтика 0 в торговых сетях
- Повышение интереса к продукту

Механика

- Подбор и координация консультантов, супервайзеров проекта
- Техническое, административное сопровождение акции

Результаты

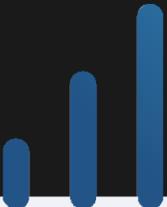
- Увеличение продаж Балтика 0 на 33% в местах проведения акции
- 150 человек проконсультировано
- 37 подарков выдано



Механика

- Была сформирована промо команда, которая предлагала пройти анкетирование и получить бесплатный пробный урок от English First

Результаты

- Увеличение базы клиентов
 - 70% посетили пробный урок
 - 25% стали учениками EF
- 



English First

Анкетирование

Задачи

- Привлечение новой аудитории к обучению в школах English First
- Формирование базы потенциальных учеников
- Повышение интереса к услугам школы





Alvisa Group

Промоакция по продвижению продукции

Задачи

- Информирование посетителей магазина о продукции и новинках компании
- Повышение лояльности потребителей к продукции ТД ALVISA GROUP
- Увеличение объема продаж продукции ALVISA GROUP

Механика

- Консультация
- Подарок за покупку
- Дегустация

Результаты

- 41 000 консультаций проведено с посетителями
- 24 200 подарков выдано покупателям
- Продано более 21 100 продуктов марок
- 2160 дегустаций проведено





Alvisa
Выставка

Задачи

- Помощь в организации выставки для ТД Алвиса
- Укрепление бренда на рынке
- Повышение лояльности к бренду

Механика

- Закупка продукции и расходных материалов для организации выставки

Результаты

- В дегустации приняло участие более 800 человек за день
- Повышение продаж
- Повышение лояльности к бренду
- Ознакомление посетителей с продукцией



Механика

- Обученная команда консультантов рассказывает о продукции Remington и информирует о проходящей акции, помогает с выбором товара

Результаты

- Увеличение продаж товаров Remington на 35%
- Повышение интереса к товарам Remington
- Рост доли на 20% по занимаемой категории



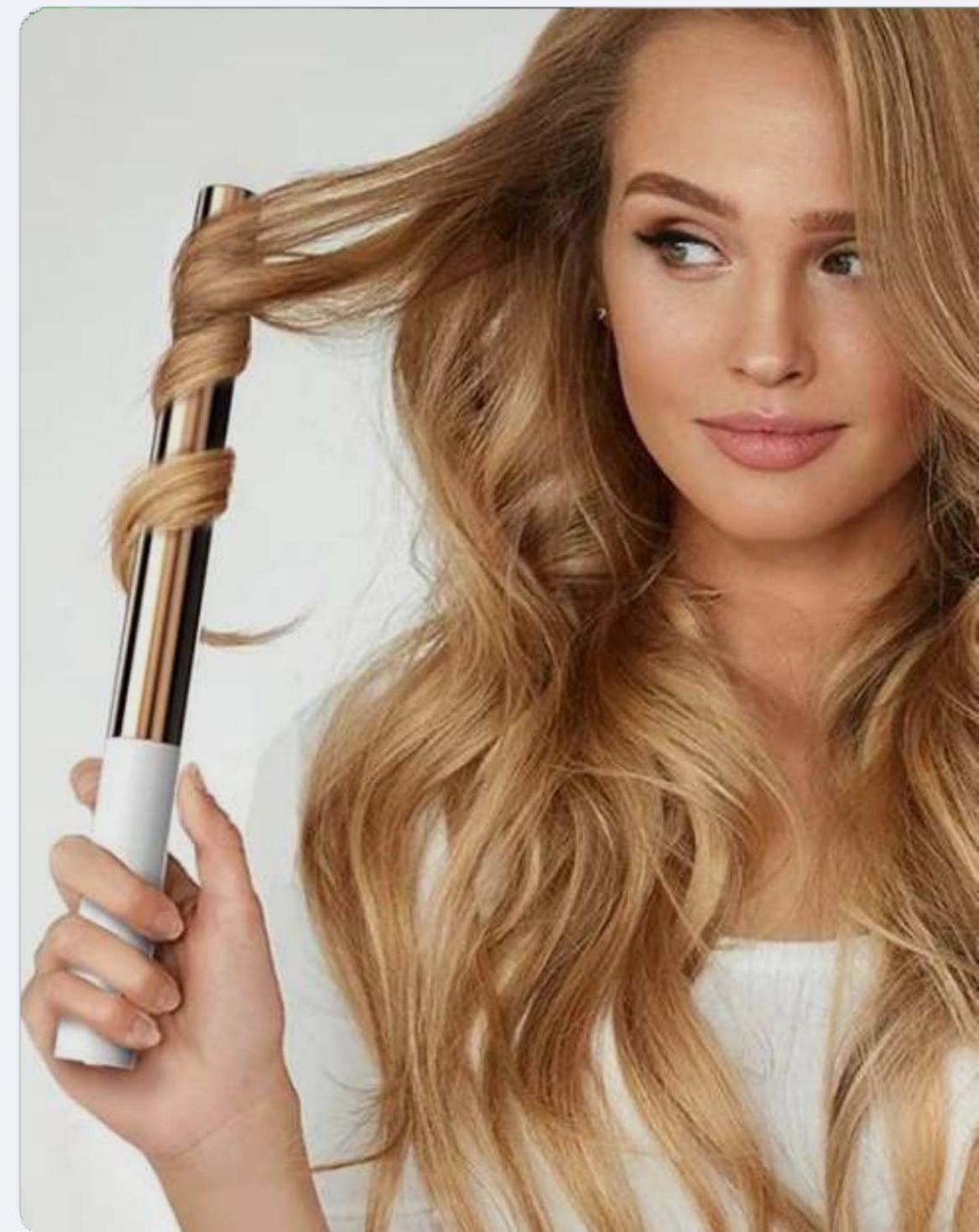
REMINGTON®

Remington

Консультация

Задачи

- Стимулирование продаж продукции Remington в торговых сетях
- Информирование покупателей о проходящей акции при покупке товаров Remington
- Увеличение узнаваемости





ТМ «Кабош» Дегустация сыра

Задачи

- Информирование посетителей магазина о продукции и новинках компании
- Повышение лояльности потребителей к продукции ТМ Кабош
- Увеличение объема продаж продукции ТМ Кабош

Механика

- Консультация
- Дегустация

Результаты

- Увеличение продаж на 30%



Механика

- Проведение лифлетинга
- Подбор и обучение персонала
- Информирование посетителей ТЦ о проведении акции и возможности получить подарок за покупку

Результаты

- Увеличение информированности о продукции магазина и преимуществах ювелирных изделий
- Увеличение узнаваемости бренда
- Проведение розыгрыша главного приза



SOKOLOV
JEWELRY

Магазин «Соколов»
Лифлетинг

Задачи

- Увеличение продаж
- Повышение узнаваемости бренда
- Информирование посетителей Торгового Центра о продукции магазина Соколов





Снежная Королева

Снежная королева

Промоакция

Задачи

- Информирование потенциальных покупателей о магазине и скидках
- Привлечение покупателей в магазин
- Стимулирование продаж
- Укрепление бренда на рынке

Механика

- Организация проведения промо-мероприятия
- Подбор и координация промо персонала
- Раздача лифлетов на скидку потенциальным покупателям, с целью информирования о магазине, акциях и скидках

Результаты

- Увеличение количества клиентов
- Узнаваемость бренда
- Отклики покупателей
- Положительные эмоции



Механика

- Мастер классы в бьюти-зоне
- Разработка дизайна и производство торта
- Выступление хедлайнера на мероприятии

Результаты

- 3 500 публикаций в Instagram
- Проведение розыгрыша главного приза
- Мероприятие посетили около 5 000 человек

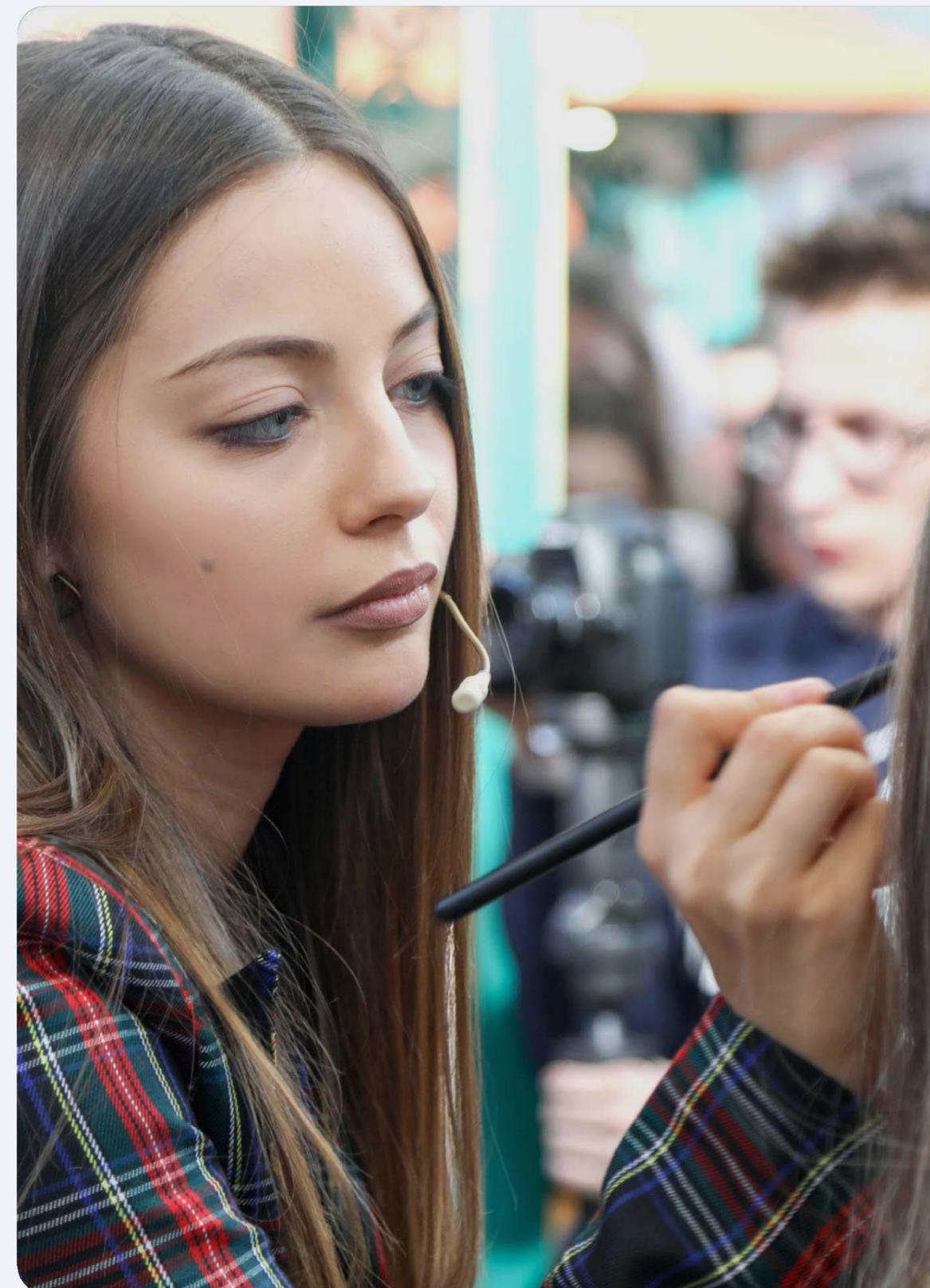


А'Этуаль

Летуаль
Мероприятие

Задачи

- Повышение узнаваемости бренда
- Повышение лояльности целевой аудитории





Laete

Тайный покупатель

Задачи

- Проверка качества соблюдения персоналом торговых точек стандартов обслуживания установленных заказчиком
- Выявление нарушений в организации торгового пространства

Механика

- Сбор информации по результатам проверки в виде заполненной анкеты
- Оценка лояльности персонала к покупателям, проверка персонала на знание характеристик представленной продукции, умение ее презентовать и проверка персонала на знание скрипта стандартов обслуживания

Результаты

- Визуальная оценка оформления торгового пространства
- Проведение оптимизации торгового пространства



Механика

- Подбор и координация промо персонала
- Проведение дегустации в сети магазинов «Глобус»
- Активное информирование потребителя о продукте
- Проведение опроса по результатам дегустации

Результаты

- Ознакомление посетителей гипермаркетов с продукцией
- Повышение продаж
- Повышение лояльности к бренду



МИРАТОРГ

ТМ «Мираторг»

Дегустация колбасных изделий

Задачи

- Повышение узнаваемости бренда
- Укрепление бренда на рынке
- Увеличение продаж
- Ознакомление потенциальных потребителей с продуктом





Велком

Стенд на выставке PIR Экспо

Задачи

- Предоставление промо персонала для приглашения гостей выставки на стенд бренда
- Формирование лояльности к бренду
- Привлечение поваров для приготовления блюд с использованием продукции марки

Механика

- Промо персонал, раздача POSM
- Приготовление вкусных блюд для посетителей выставки
- Формирование лояльности у посетителей
- Конкурсы среди посетителей, вручение подарков торговой марки

Результаты

- Повышение лояльности
- Увеличение количества клиентов
- Узнаваемость бренда
- Фотоотчет/ Видеоотчет



Механика

- Сэмплинг хлебцев и поздравительных открыток
- Реализация на 29 торговых точках
- Подбор и координация промо персонала - 58 промоутеров

Результаты

- 6256 контактов
- Увеличение товарооборота
- Повышена лояльность к бренду
- Повышена узнаваемость бренда
- Увеличение количества потенциальных покупателей, переключение с товаров конкурирующих брендов на товар клиента

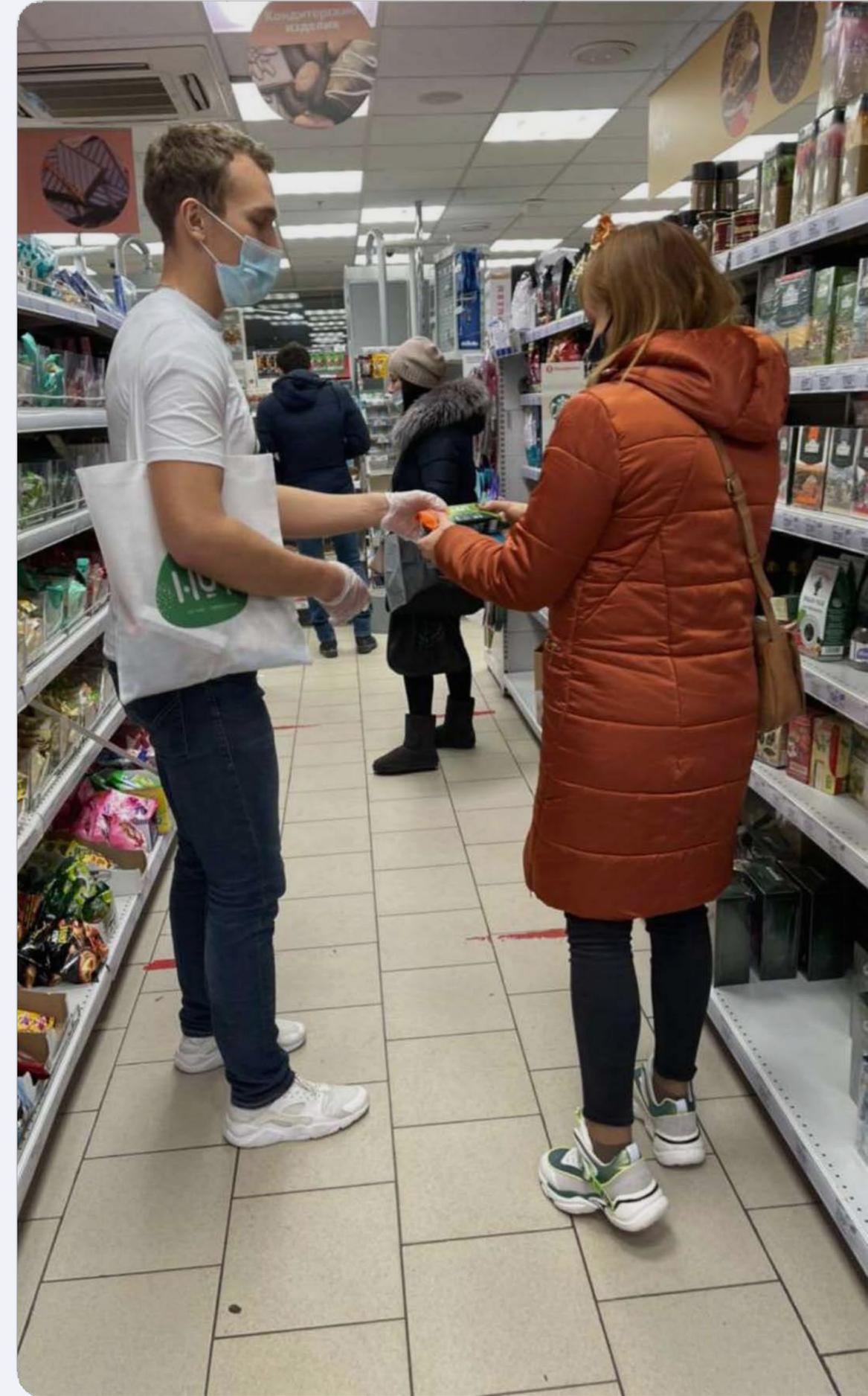


Хлебцы-молодцы

Сэмплинг

Задачи

- Повышение узнаваемости бренда
- Комплементарное промо в честь 8 марта
- Повышение лояльности ЦА





Черри медовые

Дегустация

Задачи

- Стимулирование продаж продукта
- Укрепление бренда на рынке
- Повышение лояльности к бренду
- Ознакомление потенциальных потребителей с продуктом

Механика

- Подбор и координация промо персонала
- Обучение персонала принципам коммуникации и ознакомление с особенностями продукта
- Активное информирование потребителя о продукте
- Проведение опроса по результатам дегустации

Результаты

- 4000 человек приняли участие в дегустации
- Ознакомление посетителей гипермаркетов с продукцией
- Повышение продаж





ТЦ Океания

Стимулирующая акция «Сезон подарков»

Задачи

- Увеличение посещаемости ТРЦ
- Увеличение длительности пребывания посетителей в ТРЦ
- Рост товарооборота

Механика

- Бесплатная упаковка подарков
- Сэмплинг смузи и кондитерских изделий
- Раздача бесплатной сахарной ваты

Результаты

- Увеличение товарооборота
- Повышение лояльности к бренду ТРЦ





ТМ «Нектар»

Дегустация соков

Задачи

- Повышение узнаваемости бренда
- Укрепление бренда на рынке
- Увеличение продаж
- Ознакомление потенциальных потребителей с продуктом

Механика

- Подбор и координация промо персонала
- Проведение дегустации в сети магазинов «Карусель»
- Активное информирование потребителя о продукте
- Проведение опроса по результатам дегустации

Результаты

- Ознакомление посетителей гипермаркетов с продукцией
- Повышение продаж
- Повышение лояльности к бренду





ТМ «TORABIKA»

Дегустация кофе

Задачи

- Повышение продаж
- Повышение узнаваемости бренда
- Укрепление бренда на рынке
- Ознакомление потенциальных потребителей с продукцией

Механика

- Проведение дегустации
- Подбор и обучение промо персонала
- Активное информирование потребителя о продукте
- Организация танцевальной программы в период дегустации

Результаты

- Повышение информированности потребителей о продукте
- Повышение продаж



Давайте работать вместе



Рекламное агентство
horoshie-ludi.ru

Основная задача компании «Хорошие люди» – это реализация проектов на высшем уровне! Ведь ничего не может быть приятнее чем искреннее «Спасибо» от клиента.

+7(495) 740-02-02
info@horoshie-ludi.ru