

АГЕНТСТВО
ЦИФРОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ



AGENCY1.RU



Agency One

Мы разрабатываем и реализуем стратегии управления репутацией в Интернете.

За 10 лет сделано 400 проектов для 90 крупнейших корпораций, персон и государственных ведомств.

Мы верим, что любую задачу можно решить через честную и открытую коммуникацию с аудиторией, и помогаем в этом нашим клиентам. У нас нет шаблонных «пакетов услуг» или стандартных предложений — для каждой задачи мы формируем уникальную стратегию.

Экспертиза в области digital-коммуникаций позволяет нам проводить кампании как на общедоступных площадках, так и в закрытых каналах для узкой группы элит. Мы знаем, кого читает ваша аудитория и как выстроить с ней эффективный диалог. На любом этапе работы команда Агентства мыслит комплексно, сочетая стратегию, креатив и performance-инструменты. Мы работаем, пока не придём к результату, которым будем гордиться вместе с клиентом. Результат кажется недостижимым? Мы придумаем, как его добиться, и сделаем это с удовольствием. **Попробуем?**

CREATIVE & STRATEGY

Разработка и реализация digital-стратегий, SMM-стратегий, коммуникационных стратегий, креативных концепций, сценариев, ситуационного креатива в разных каналах

ДИЗАЙН & БРЕНДИНГ

Разработка визуальных концепций, фирменного стиля, гайдлайнов для социальных сетей, гайдбуков, Key Visual, презентаций, печатной продукции любой сложности

АНАЛИТИКА

Онлайн-мониторинг, alarm-мониторинг

АНТИКРИЗИСНЫЙ PR, GR, Public Affairs

Формирование пула благожелательно настроенных экспертов и организация системного взаимодействия с ними

INFLUENCE MARKETING

Широкий пул лидеров мнений и телеграм-каналов, с рядом из них Агентство сотрудничает на эксклюзивных условиях. Необычные форматы ивентов с блогерами (например, Инстамиты)

SMM

Ведение и продвижение представительств брендов и персон во всех соцсетях и Telegram

— ONLINE ВИДЕО

Креатив, продакшен и продвижение роликов любой сложности

— УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ (SERM)

Репутационный менеджмент в России и за рубежом

— РАБОТА С ЭКСПЕРТНЫМ СООБЩЕСТВОМ

Формирование пула благожелательно настроенных экспертов и организация системного взаимодействия с ними

— МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ

Планирование и проведение информационных кампаний в СМИ, социальных сетях и блогосфере

— РАЗРАБОТКА

Сайты, мобильные приложения, создание 3D-моделей

— ПРОДВИЖЕНИЕ

DMP-платформа Amberdata

— СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ ONLINE

МЫ ЭКСПЕРТЫ
В КОММУНИКАЦИЯХ
ДЛЯ КАТЕГОРИЙ



■ ТРАНСПОРТ

ЭКОЛОГИЯ СТРОИТЕЛЬСТВО

ГОСКОМПАНИИ
И ВЕДОМСТВА

■
МЕДИА

■ БЛАГОУСТРОЙСТВО

БАНКИ И ФИНТЕХ

Раздельное накопление отходов. Вирусное видео

Для продвижения программы раздельного накопления отходов в Москве были придуманы и сняты вирусные видеоролики.

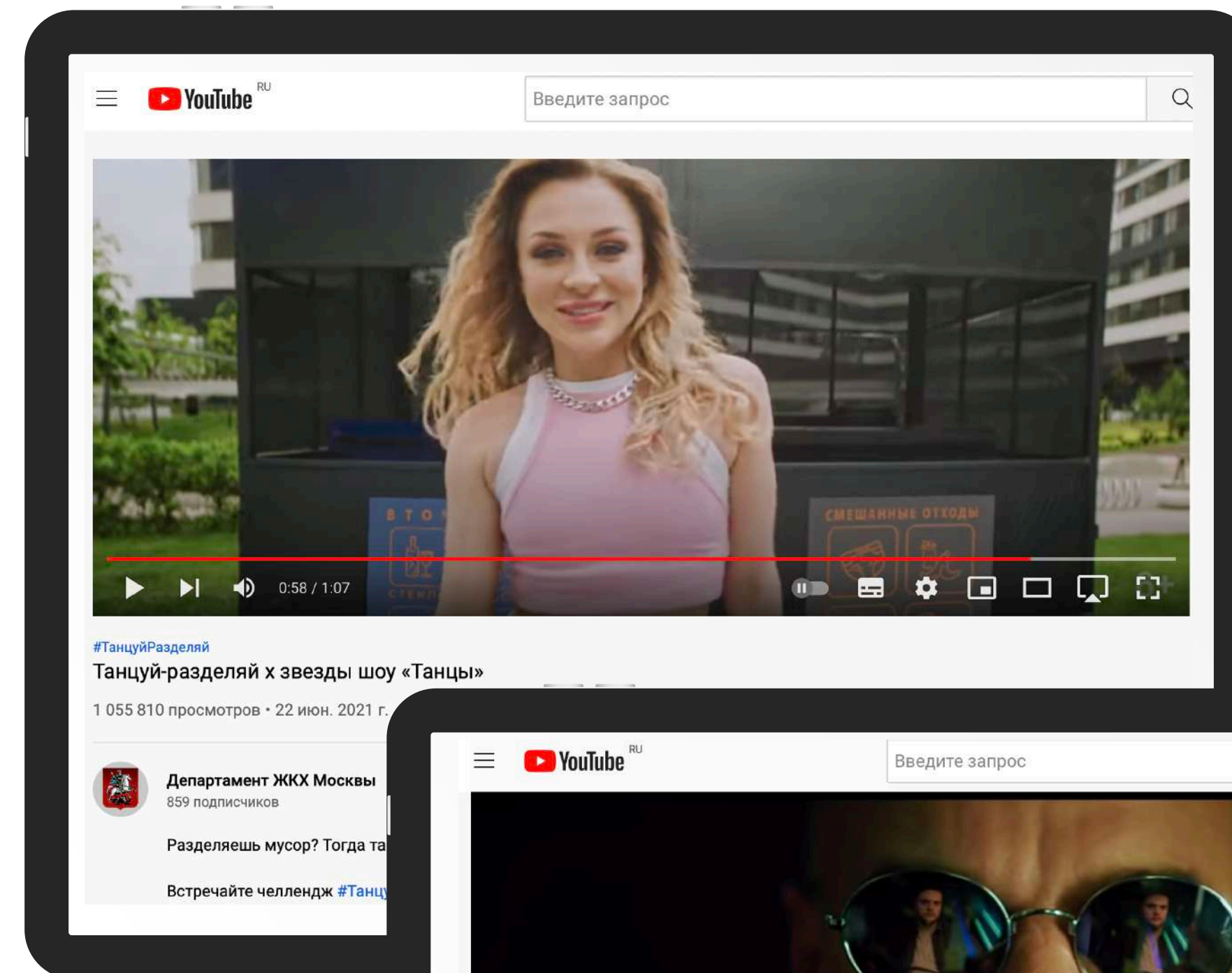
В 2020 году вышел короткометражный фильм по мотивам «Матрицы», в котором роль двух таблеток «исполнили» синий и серый контейнеры для сортировки мусора.

В 2021 году выпущен танцевальный клип при участии резидентов шоу «Танцы на ТНТ» Алены FOX, Антона Пануфника, Георгия Хачатурова.

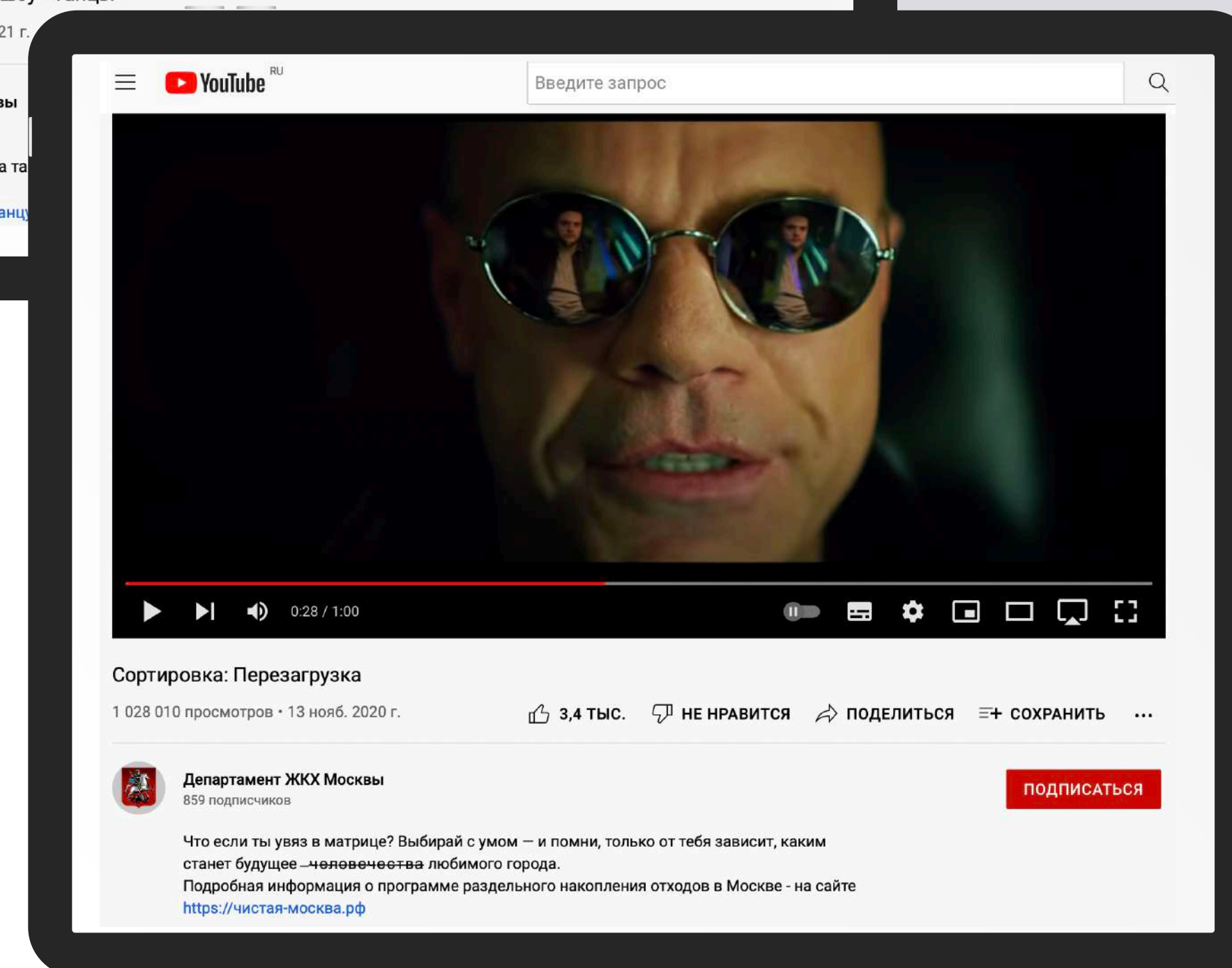
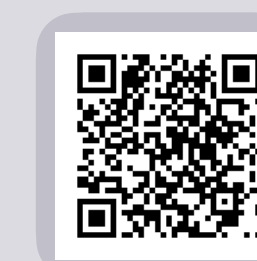
■ **Полный цикл от идеи до пост-продакшена**

■ **> 1 млн просмотров каждого ролика**

■ **> 50 упоминаний в медиа**



<https://www.youtube.com/watch?v=Y5i9G8waEQI&t=3s>



<https://www.youtube.com/watch?v=hcOquzOER1o>



Раздельное накопление отходов. Спецсерия Фиксиков

Тема раздельного накопления отходов была интегрирована в сюжет мультфильма в формате спецсерии: персонажи объясняли зрителям, как и зачем нужно сортировать мусор. Тема была нативно вплетена в сюжет. Такой формат позволил сделать детей «амбассадорами» программы в своих семьях.

«Фиксики» — популярный анимационный сериал о маленьких человечках, которые живут внутри техники и исправляют её поломки. Мультфильм объясняет детям сложные процессы, стимулируя интерес к науке и технике. Это любимые отечественные персонажи у мальчиков 4-6 и 7-9 лет и вторые по популярности у девочек 4-6 лет.

■ > 4,4 млн
просмотров
на YouTube

■ ТВ-показы:
«Карусель»,
«Мульт», «О»

■ Серия
продолжает
набирать
просмотры



ГАЗПРОМ НЕФТЬ • Инфлюенсеры

Задачей агентства было нативное продвижение краудсорсинговой платформы «Профессионалы 4.0» для реализации бизнес-проектов на ЦА потенциальных исполнителей и заказчиков таких проектов.

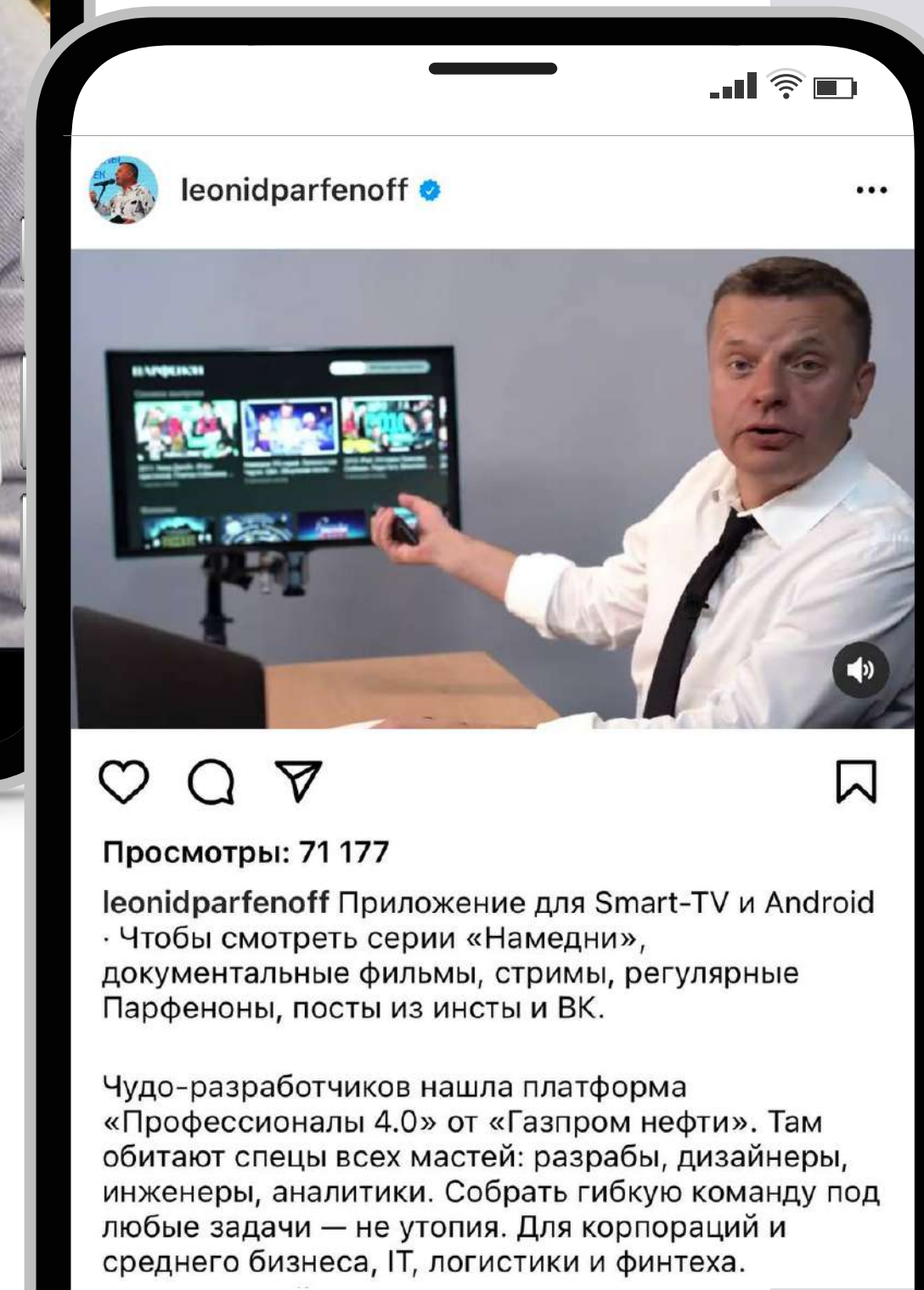
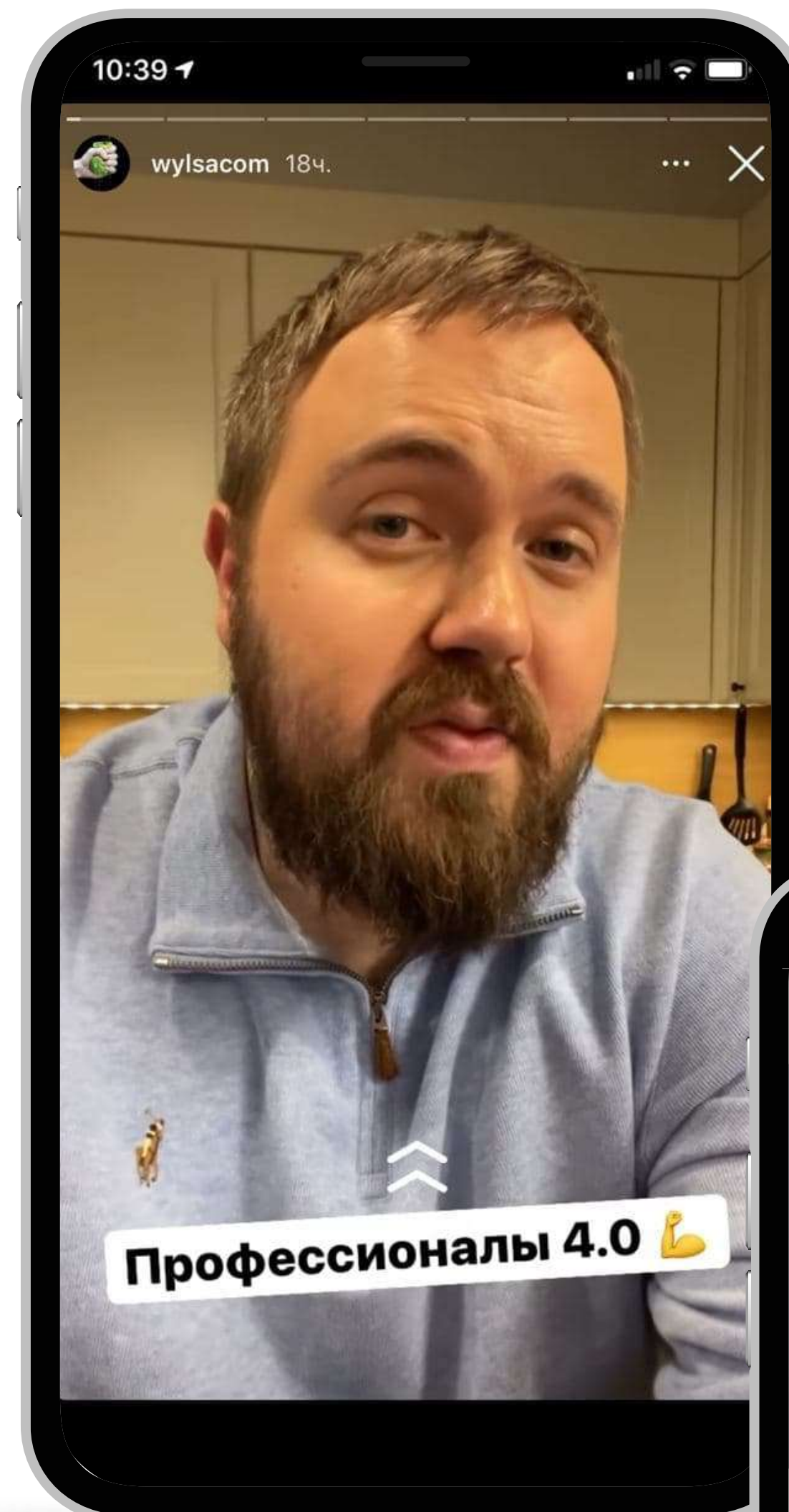
Была придумана и реализована сложная интеграция: известный российский журналист Леонид Парфенов выступил заказчиком на платформе, разработал с помощью неё приложение и рассказал о своём пользовательском опыте в соцсетях. На проект обратил внимание крупнейший русскоязычный техноблогер Wylsa.com, выложив видеокomentarий в Stories, а блогер Айти-Борода взял интервью у создателей платформы.

В результате был достигнут охват среди нужной группы ЦА, которая не воспринимала интеграцию как рекламу.

■ Сложная нативная интеграция

■ Парфёнов Wylsa.com Айти-борода

■ Охват 3,1 млн



Стройкомплекс Москвы. Инфлюенсеры: инстамиты

Стройкомплекс Москвы занимается проектированием и созданием сложных инфраструктурных объектов – линий и станции метро, спорткомплексов, общественных зданий. Обычно процесс строительства изнутри не виден широкой публике, она может оценить только его результат. Для погружения аудитории в детали процесса строительства команда Агентства использовала нестандартный формат взаимодействия с блогерами – организацию серии инстамитов.

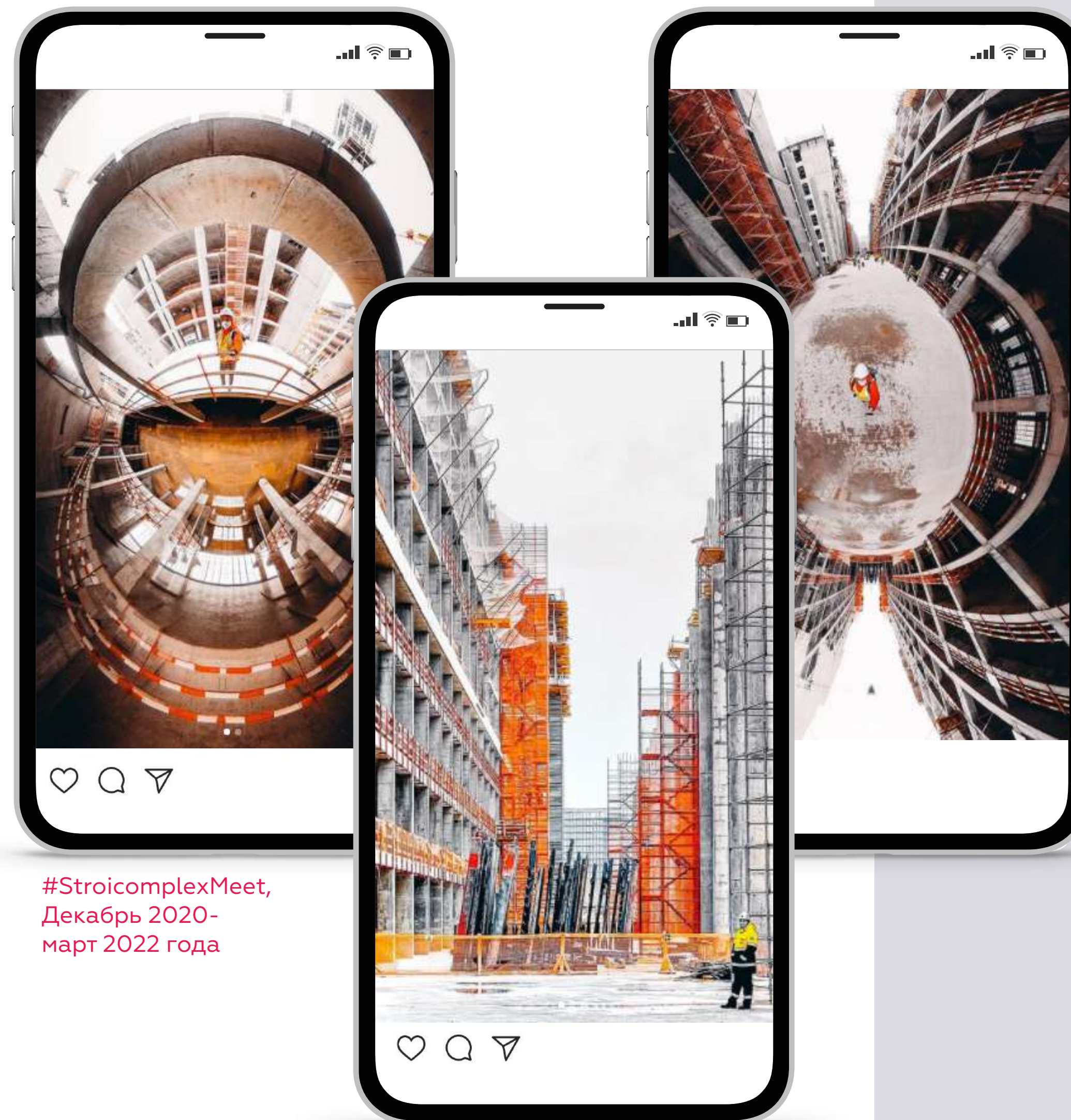
В рамках специальных блогтуров топовые фотографы-урбанисты встречались на объектах строительства и проводили эффектные фото- и видеосъемки. По итогам встреч материалы публиковались под единым хештегом #StroicomplexMeet.

В результате широкая аудитория увидела ранее недоступные ей места, а у Стройкомплекса сформировался фотобанк эффектных и профессиональных кадров с площадок.

■ **14 встреч**
5+ блогеров
на каждой

■ **> 150 постов**
в Instagram

■ **Охват**
> 1 млн



НИЖНИЙ 800 • Информационная поддержка, антикризис

Перед празднованием 800-летия Нижнего Новгорода город масштабно благоустраивался. В СМИ и соцсетях вышло большое количество негатива о проекте – критиковались сроки, качество работ, перекрытия в городе, программа мероприятий.

Агентство подключилось к задаче создания позитивного информационного фона вокруг темы «Нижний 800» у лидеров мнений и в статусных СМИ.

К кампании были привлечены лидеры мнений: писатель Сергей Минаев, журналист Антон Красовский, ресторатор Александр Сысоев и другие. Одной из активностей стал масштабный спецпроект на Lenta.ru.

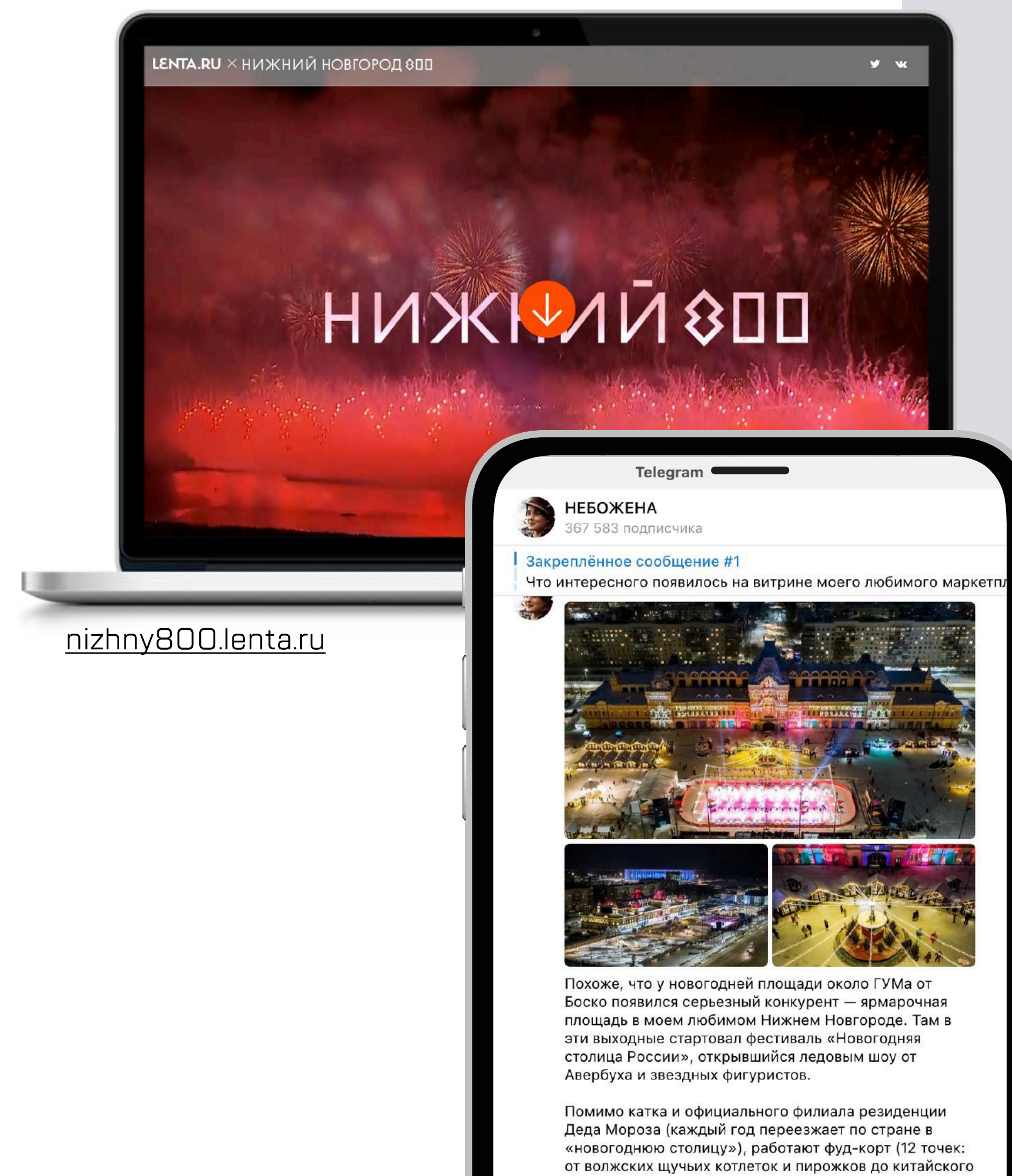
В результате ситуацию в инфополе удалось сбалансировать в самый пик кризиса, связанный с проведением работ.

В дальнейшем тема вышла в абсолютный позитив.

■ **> 30**
экспертных
статей

■ **> 170**
публикаций
в Telegram

■ **Аудитория**
кампании
> 150 млн



nizhny800.lenta.ru

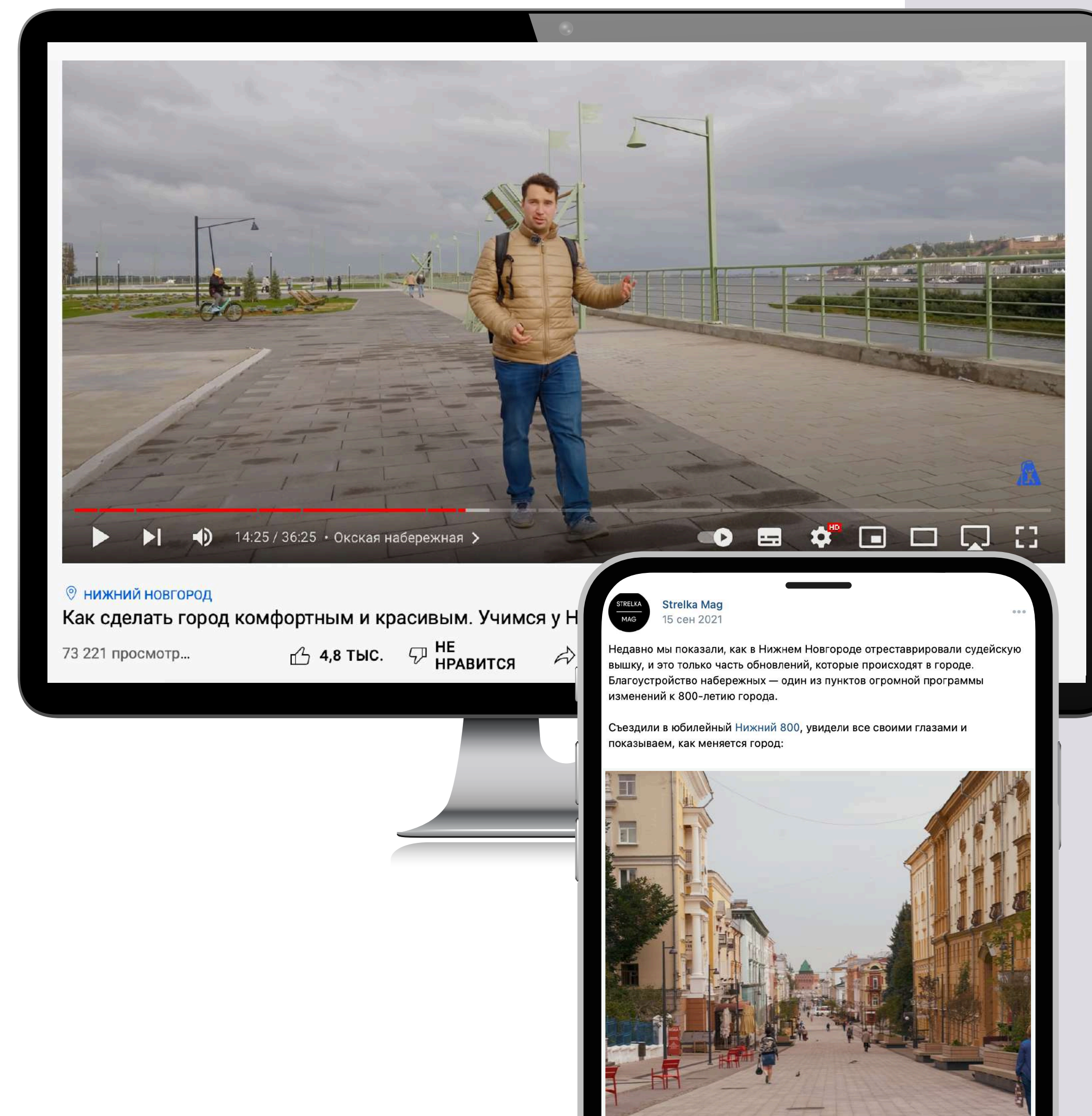
НИЖНИЙ 800 • Экспертное сообщество

Проблемой проекта «Нижний 800» был скепсис в профессиональной среде урбанистов. Для создания благоприятного общественного мнения у этой узкой целевой аудитории Агентством были привлечены эксперты, изначально настроенные критически к работам и мероприятиям, проводимым в городе.

В результате проведенных переговоров проект поддержали резиденты «Стрелки» Андрей Елбаев и Аркадий Гершман, они отправились в Нижний Новгород и лично осмотрели результаты благоустройства непредвзято.

Видео на YouTube-канале Гершмана, где обычно критикуют новые проекты, было воспринято аудиторией положительно. При этом специальная работа в комментариях не проводилась, эффект был достигнут естественно.

- **2 авторитетных эксперта поменяли позицию**
- **> 700 комментариев на YouTube в поддержку**
- **Спецпроект в журнале Strelka**



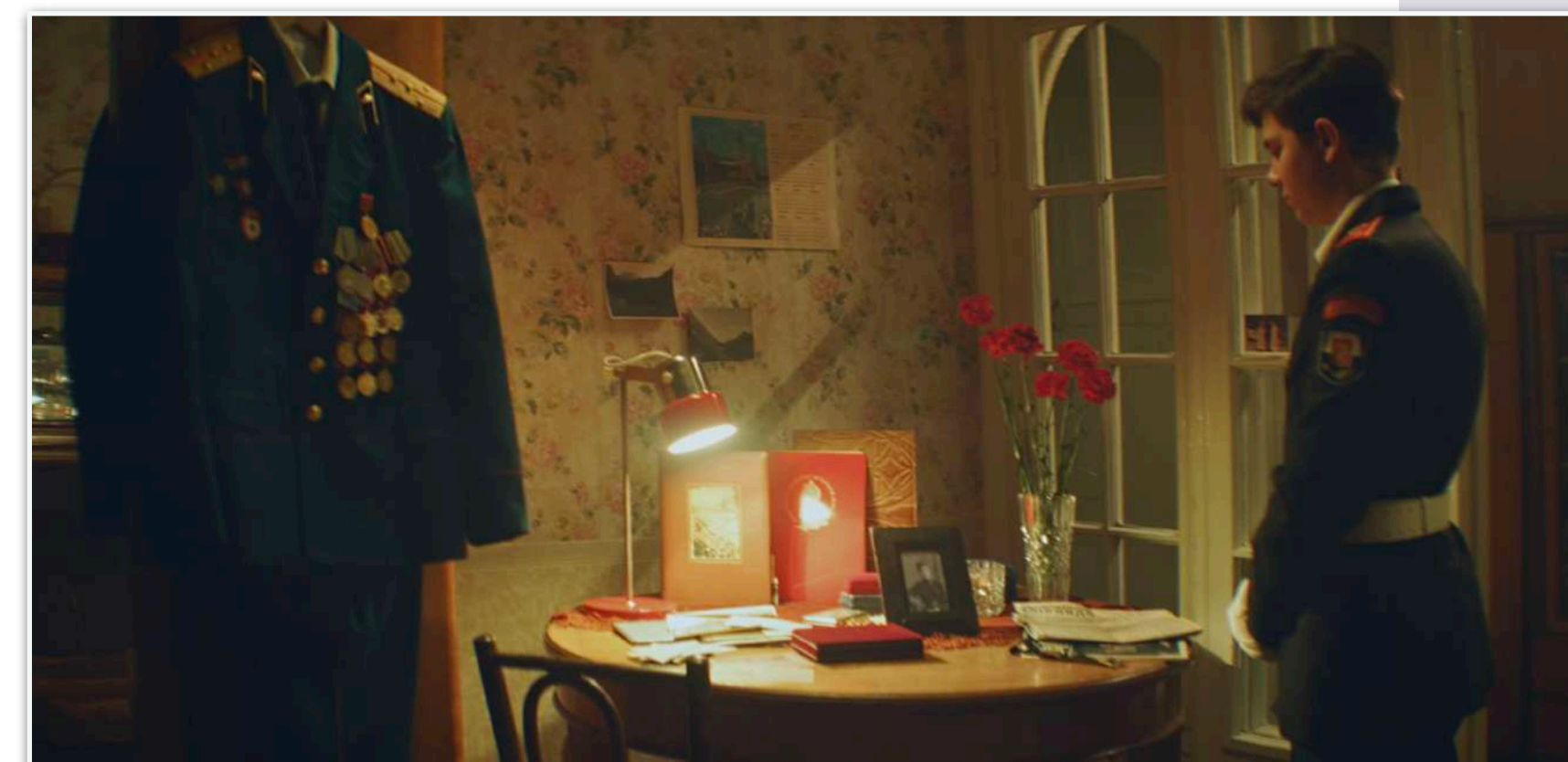
Социальные видеоролики для ТВ

В преддверии 75-летия Победы в сложный год пандемии, когда были перенесены торжественные мероприятия, требовался контент, пробуждающий в людях лучшие чувства и призывающий не забывать важную дату. Команда Агентства придумала, разработала и выпустила несколько видеороликов в формате социальной рекламы.

По сюжету одного из таких роликов ветеран готовится к празднику. самого героя мы не видим. В кадре кто-то достаёт форму и медали, чистит их, цепляет к кителю, гладит форменные брюки, начищает ботинки... В финале мы видим, как висит на вешалке готовая к празднику форма. Рядом стоит портрет бабушки и мальчик, который всё это делал. Мы понимаем, что ветерана уже нет, но память о нём жива.

■ Полный цикл от идеи до пост-продакшена

■ Показы по федеральным ТВ-каналам перед 9 мая



<https://disk.yandex.ru/i/nvtYZ8U3bglaTw>



Eagle mobile. Запуск и SMM

SMM-отдел Агентства принял участие в запуске мобильного оператора Хабиба Нурмагомедова и в короткий срок создал бренду популярные страницы в соцсетях.

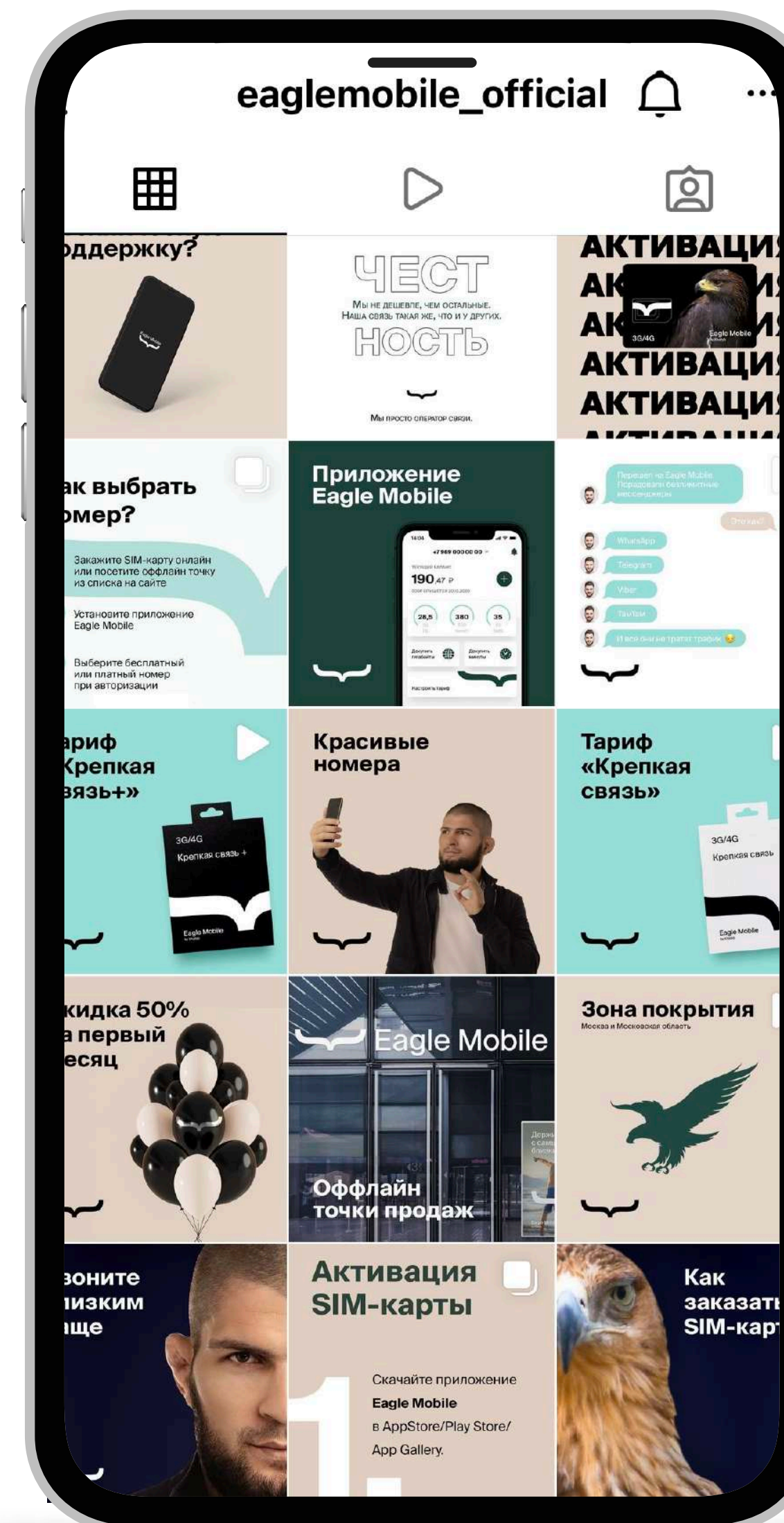
На этапе выхода на рынок было решено рассказать широкой аудитории об Eagle Mobile через ценности бренда. Далее УТП доносилось до целевой аудитории через ежедневное взаимодействие. Стояла задача сформировать вокруг бренда устойчивое комьюнити сторонников и собрать заявки на подключение.

Идея объединения лояльного сообщества потенциальных клиентов вокруг личности Хабиба в стильном, открытом и информативном профиле принесла бренду большую аудиторию в короткий срок.

KPI по заявкам был перевыполнен, однако проект не запустился из-за технических трудностей на стороне партнера.

■ **> 55 000 подписчиков**
в Instagram за месяц

■ **> 7 000 заявок**
на подключение





• Спецпроект

«Раскрась самолёт»

Для вовлечения широкой аудитории в празднование 90-летия компании «Аэрофлот» был придуман и запущен творческий конкурс с суперпризом. Интерактивный промо-сайт предлагал пользователю нарисовать уникальный дизайн самолета и отправить на конкурс «Раскрась самолет Аэрофлота».

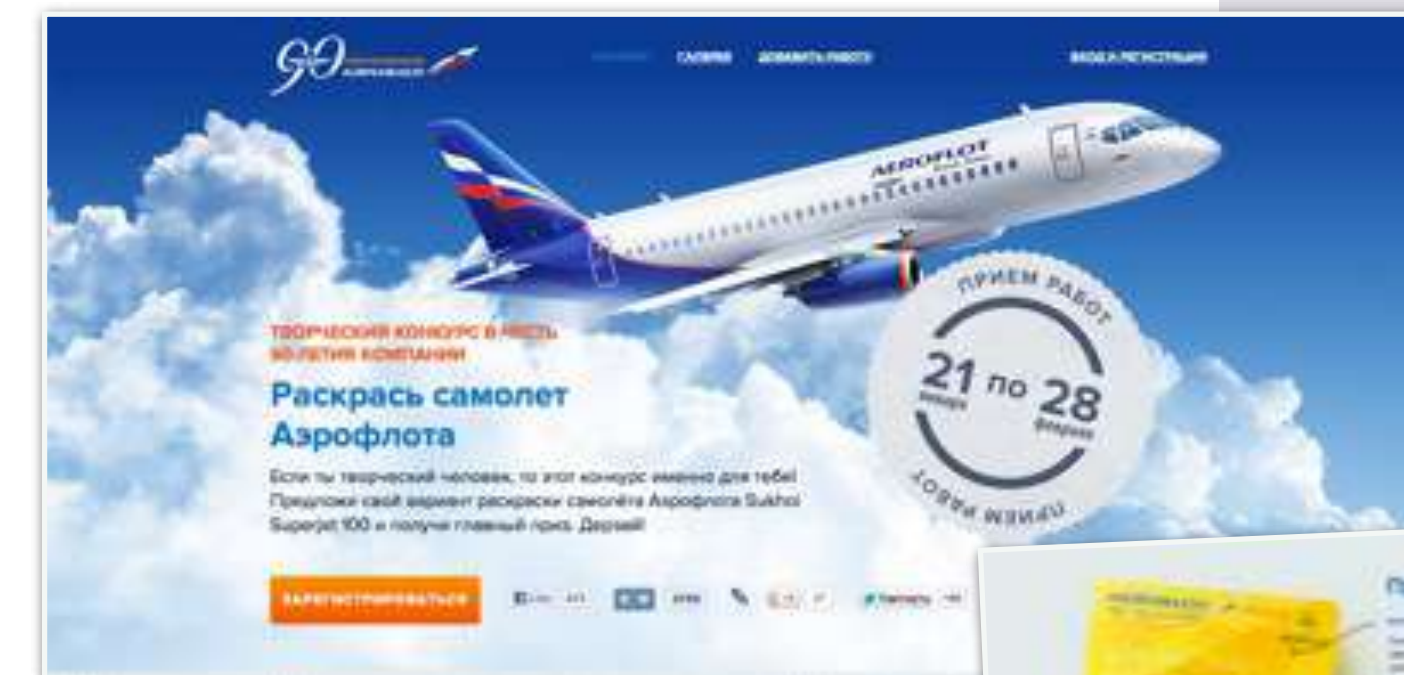
Лучший дизайн по мнению жюри компании – ливрея в стиле «Хохлома» – была нанесена на один из бортов. О раскраске самолета был снят и выпущен видеоролик для канала «Аэрофлота» на YouTube. В авиапарке компании появился борт с уникальной ливреей по эскизам победителя конкурса. Проект был запущен повторно на 95-летие компании.

■ 10 000 работ участников

■ > 100 публикаций СМИ

■ Охват > 2 млн человек

■ 677 000 просмотров на YouTube



Как раскрасить самолет за 11 дней?

677 106 просмотров... 1,1 тыс. НЕ НРАВИТСЯ ПОДЕЛИТЬСЯ СОЗДАТЬ КЛИП СОХРАНИТЬ

Аэрофлот - российские авиалинии 30,1 тыс. подписчиков

ПОДПИСАТЬСЯ



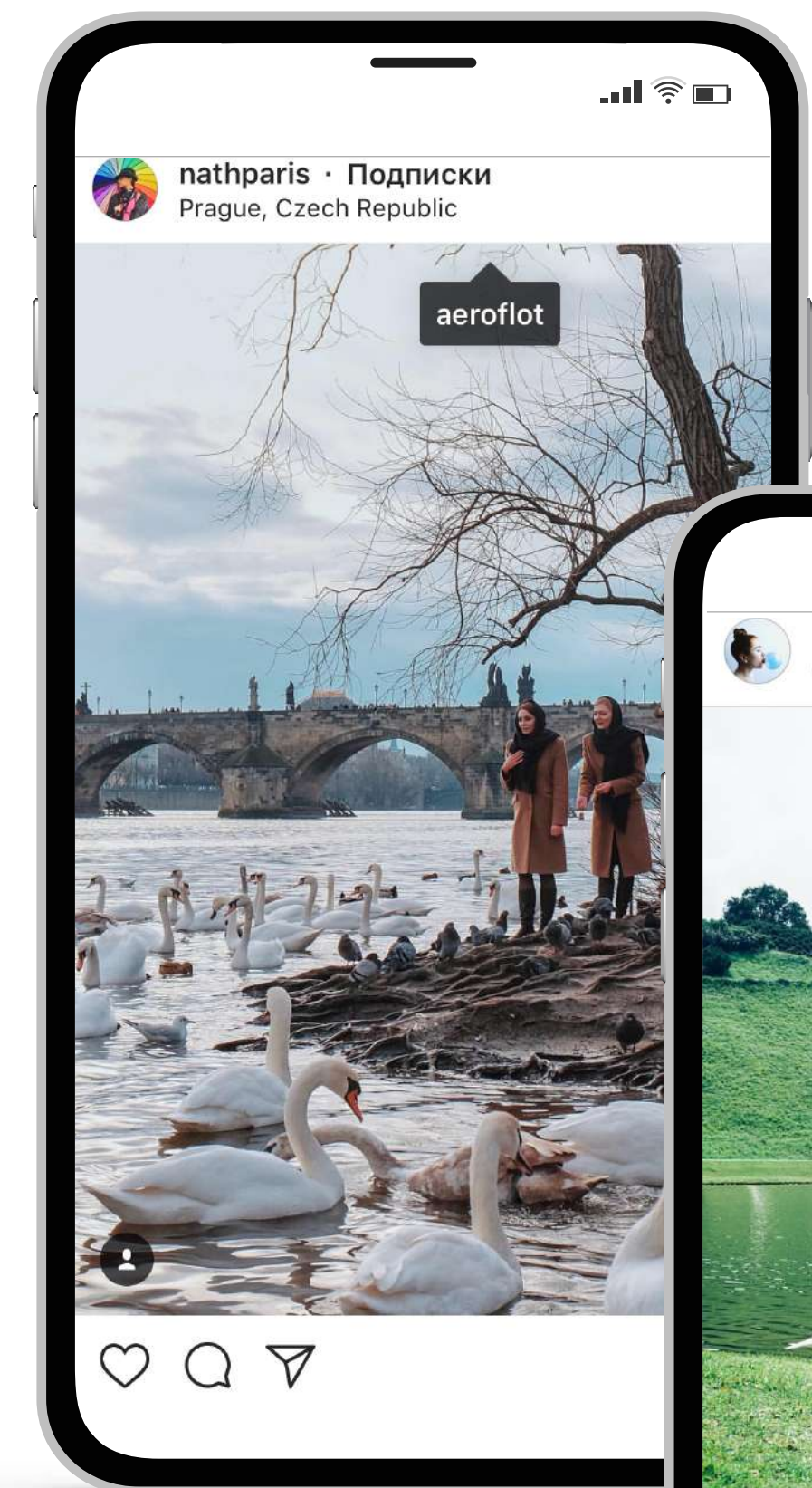
Инстамиты за рубежом

Для презентации российской и зарубежной аудитории новых маршрутов авиакомпании «Аэрофлот» было организовано 5 инстамитов в европейских городах с участием популярных российских и зарубежных фото- и тревел инстаграм-блогеров.

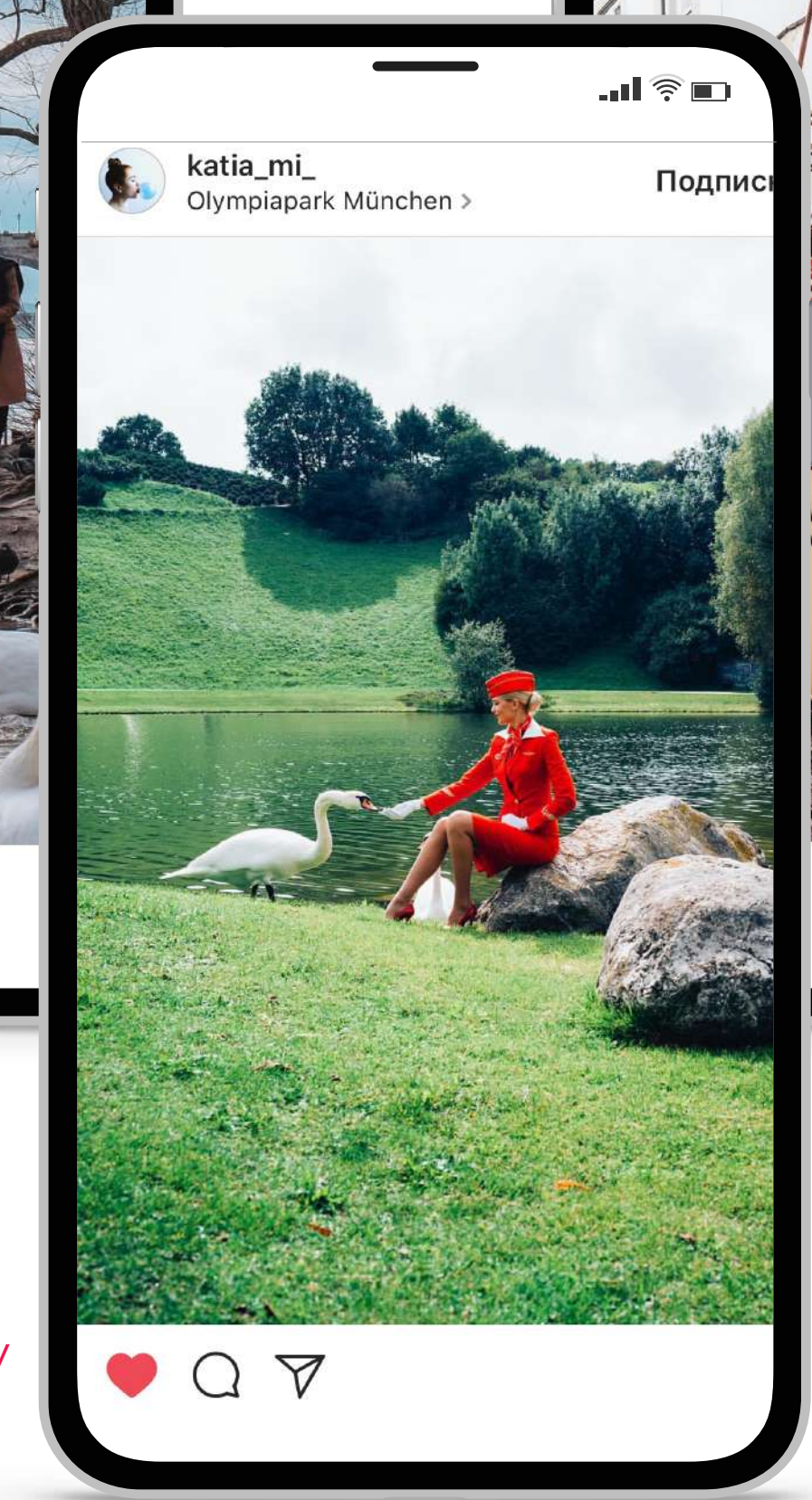
Результатом спецпроекта стали сотни упоминаний «Аэрофлота», десятки авторских снимков, повышение узнаваемости бренда среди европейских пассажиров и популяризация новых маршрутов авиакомпании.

■ 5 инстамитов.
■ > 600 упоминаний
■ компании

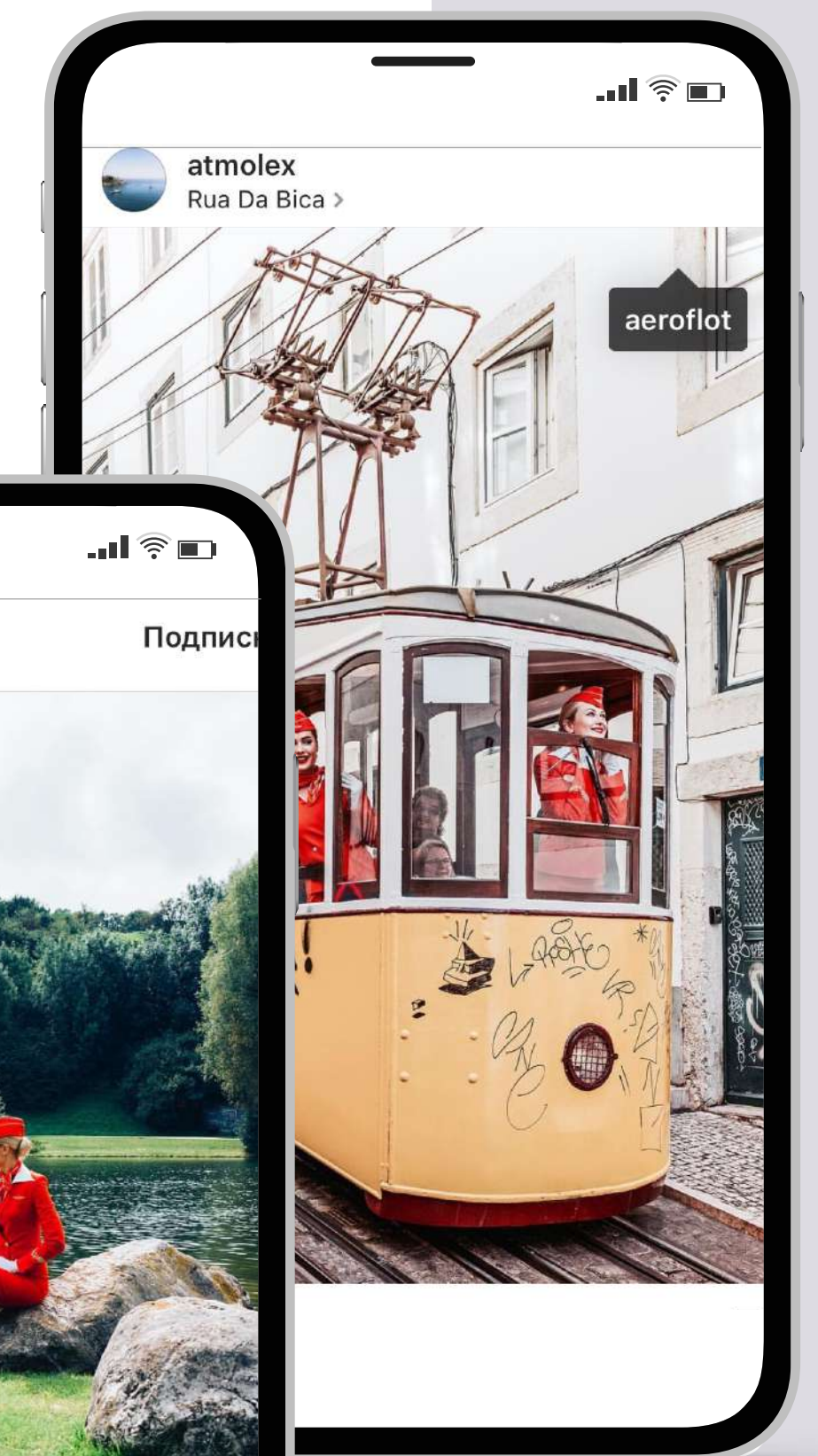
■ Охват > 12 млн
■ пользователей



#AeroflotPragueStory
январь 2017



#Aeroflotmunichstory
сентябрь 2017



#AeroflotLisbonStory,
июнь 2017

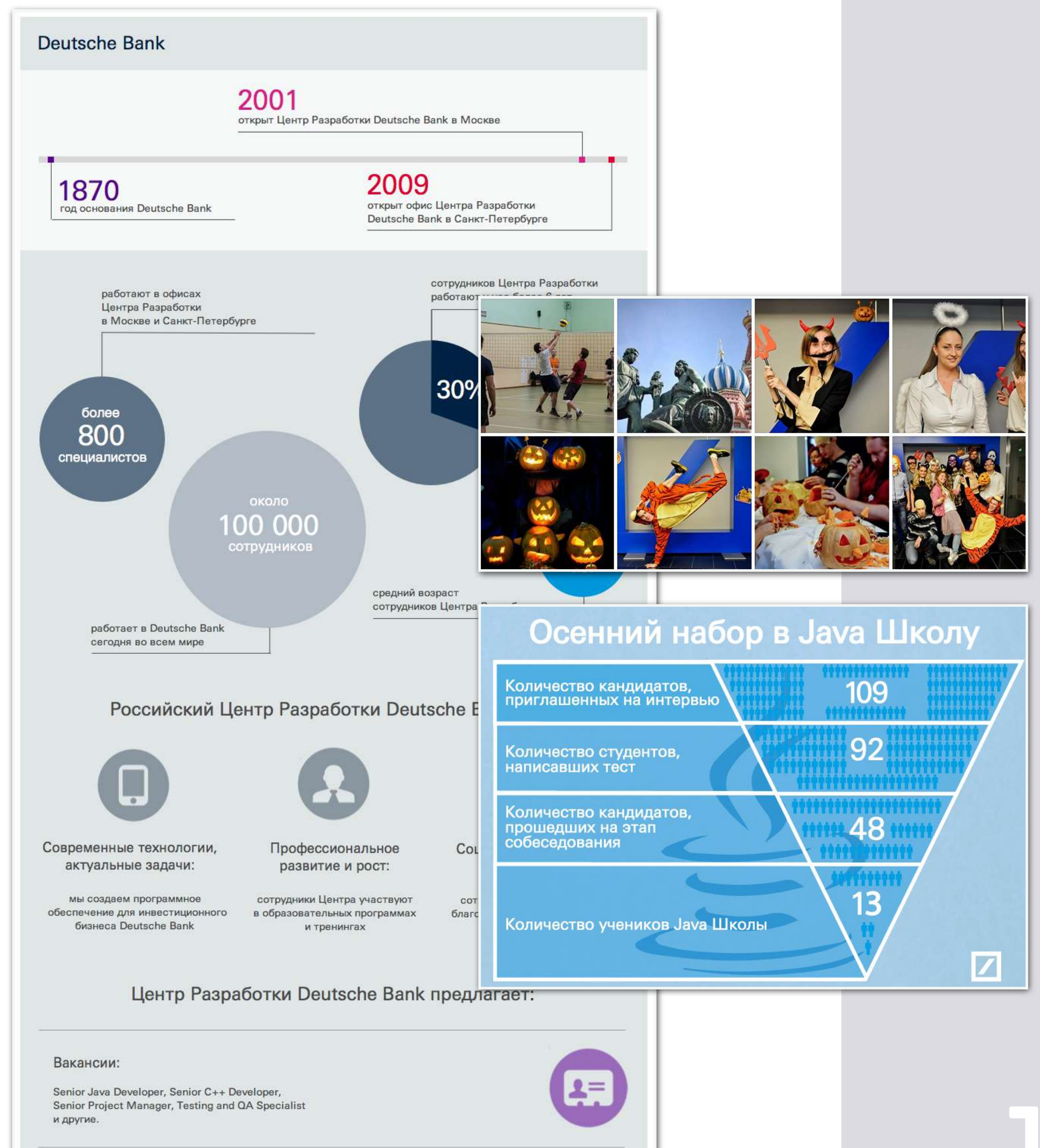
Deutsche Bank . Построение HR-бренда в социальных медиа

Перед командой Агентства стояла задача повысить узнаваемость Российского Центра Разработки Deutsche Bank среди аудитории IT-специалистов и сформировать имидж прогрессивной компании-работодателя для привлечения профильных специалистов на работу.

Для её решения была создана коммуникационная платформа Центра на базе аккаунтов в соцсетях Facebook и ВКонтакте и разработана эффективная контентная стратегия. Контент сообщества базировался на инфографических материалах о Центре. Затем была проведена узкотаргетированная рекламная кампания для привлечение целевой аудитории.

■ **> 4000 IT-специалистов подписчиков**

■ **Охват > 12 млн пользователей**





«Барбершоп» Никиты Михалкова – вирусная рекламная кампания

Команда Агентства придумала и запустила успешную digital-кампанию для Академии кинематографического и театрального искусства Н.С. Михалкова.

Была разработана схема продвижения с помощью видеоролика о барбершопе «Сибирский цирюльник», ведущего на сайт проекта с таймером, отсчитывающим время до «открытия». По истечении времени «мастерами» цирюльни оказались известные театральные педагоги, был опубликован второй ролик, поясняющий, что новость была шуткой, придуманной студентами Академии. Опровержение с комментариями Михалкова опубликовали многие СМИ, видеоролик стал вирусным.

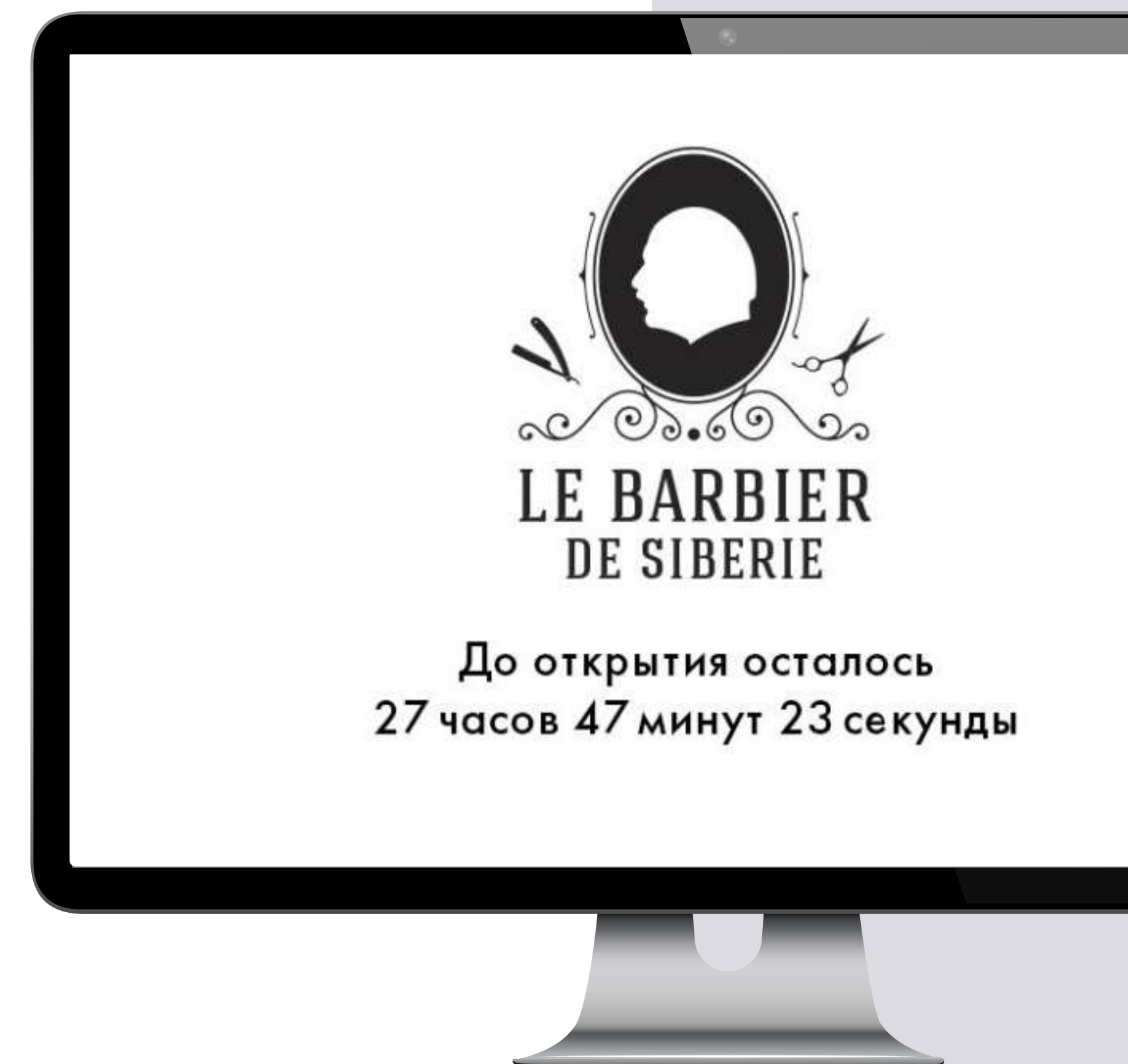
■ Сюжет в программе «Вечерний Ургант»



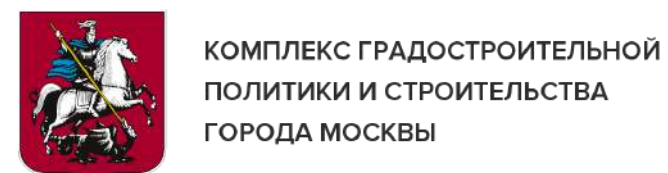
■ 600 000 просмотров на YouTube



■ 165 публикаций в СМИ



СРЕДИ НАШИХ КЛИЕНТОВ



Контакты

Москва, Большая Грузинская улица,
дом 61 с.2, 4 этаж

[Яндекс.Карты](#) / [Google Maps](#)

тел: **+7 (499) 444 32 24**

info@agency1.ru

СДЕЛАЕМ ЭТО ВМЕСТЕ?

