



04

BRANDING

PACKAGING

26

48

WEB

ADVERTISING

58

ABOUT AGENCY

Еще недавно мы были исключительно дизайн студией. А теперь представляем новое современное и эффективное **AIR BRAND AGENCY**

ПРИНЦИПЫ

Мы подходим основательно к клиенту. И считаем, что работа должна строиться на обоюдном партнерстве клиента и агентства. Мы любим партизанский маркетинг и интересную рекламу, а больше всего любим те инструменты, которые подходят именно вам.

Мы постоянно учимся. Постоянно. Мы не можем себе позволить остановиться в развитии.

Мы сами можем быть какими угодно креативными, но когда мы решаем задачи клиента — то смотрим с точки зрения эффективности и целесообразности.

Нам важно получать удовольствие от результата своей работы, а наше личное удовольствие состоит из вашего счастья и собственной эффективности.

И да, всегда главное — результат.

ЧТО МЫ ДЕЛАЕМ

- Брендинг (нейминг, айдентика, платформа и философия бренда)
- Дизайн (полиграфия, веб, упаковка)
- Создание сайтов
- Рекламные кампании
- Рекламные иллюстрации и фотография
- Маркетинг (исследования, аналитика, стратегия)

КАК МЫ ЭТО ДЕЛАЕМ

- Определяем вашу истинную потребность и задачу
- Составляем техническое задание, договор и начинаем работу.
- Изучаем рынок, ваших потребителей и конкурентов
- Разрабатываем концептуальные решения по вашей задаче
- Обсуждаем, доказываем и внимательно вас выслушиваем (тестируем, если необходимо)
- Дорабатываем и сдаем нужный результат

AIR BRAND AGENCY

+7 (343) 271-98-44

info@air-ds.ru

air-ds.ru



**AIR
BRAND
AGENCY**



A high-speed photograph of a dark grey liquid splashing against a white background. The liquid forms a large, flowing shape on the left and a more intricate, multi-lobed splash on the right. A white rectangular box with a black border is positioned horizontally across the middle of the splash, containing the word 'BRANDING' in a bold, black, sans-serif font.

BRANDING

«БЦ ВЫСОЦКИЙ»

Клиент: Бизнес центр «Высоцкий»
54-этажный небоскреб является самым высоким зданием не только Екатеринбурга, но и всей России за пределами Москвы. «Высоцкий» также является самым северным небоскрёбом мира.

Задача: Разработка значимого логотипа.

Решение: При разработке мы решили отойти от использования в логотипе изображения здания и остановились на монограмме «В». Знак можно трактовать и как первую букву в названии «Высоцкий», так и латинскую «В — Business». Логотип одинаково хорошо смотрится и на здании и на деловой документации и на сувенирной продукции.

* При сотрудничестве с РА «Тандем»



BAMBOO



Клиент: Торг Урал Сервис

Задача: Разработка логотипа для семейного ресторана паназиатской кухни. Блюда популярной и модной паназиатской кухни адаптированы ровно настолько, чтобы быть безоговорочно вкусными, но при этом воссоздавать пряность, остроту и пьянящие ароматы Азии, и немного напоминать об отдыхе.

Решение: Вкусный и колоритный логотип за счет нарисованной надписи в стиле восточной графики.

* Также были разработаны: взрослое и детское меню, рекламные материалы, сайт.



AUTO LEGEND

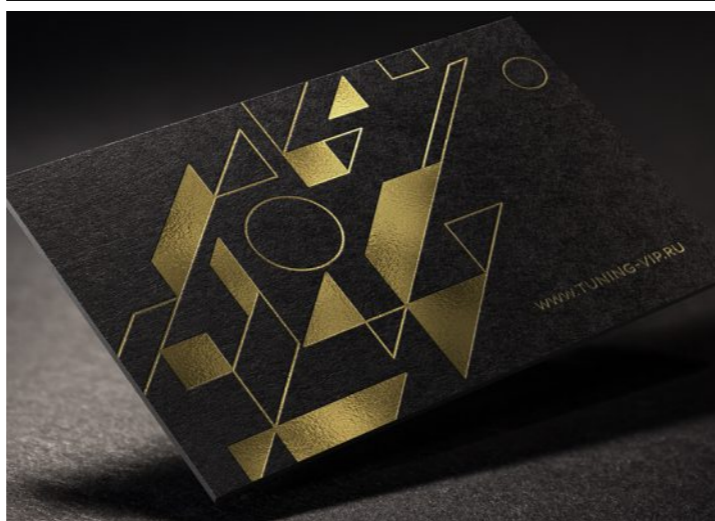
Клиент: Авто-легенда

Задача: Разработка логотипа и фирменных элементов тюнинг-салона «Авто-Легенда»

Решение: В основе логотипа и фирменного стиля, супрематизм (от лат. *supremus* — наивысший) — направление в русском авангардизме (разновидность абстрактного искусства), созданное в 1-й половине 1910-х гг. Казимиром Малевичем, соединившее идеи кубизма и футуризма.

Простые формы и линии создают ощущение строгости и задают динамику.

Знак соединяет в себе очертания автомобильного спойлера, колес и аббревиатуру «AL».



THINK ORGANIC



Клиент: Think Organic

Онлайн лавка органической косметики и эко-средств для уборки дома. В Think Organic верят, что нет ничего ценнее здоровья семьи и близких, а здоровье начинается с каждодневных привычек.

Задача: Разработка логотипа для онлайн лавки.

Решение: Шрифтовое начертание, форма в виде листа и экологичная цветовая гамма, ведь это — натуральная и органическая, настоящая косметика.

* Также были разработаны фирменные элементы, сайт.



DISCOVERY SHOP

Клиент: «Discovery»

«Discovery» — это маски для дайвинга, трубки, ласты, дайвинг компьютеры, гидрокостюмы, а также полезные и очень нужные аксессуары.

Задача: разработка логотипа и фирменного стиля магазина для дайверов.

Решение: В Древней Греции трезубцем владел бог морей и океанов Посейдон. Он мчался на своей колеснице по морским просторам, протягивал трезубец над волнами, они тот час успокаивались, буря стихала и воды вновь были спокойны для мореплавателей. В логотипе мы соединили трезубец Посейдона, знак доллара и первую букву «Shop».

* Также была разработана полиграфия, «шапка» для сайта.



IT PREMIER

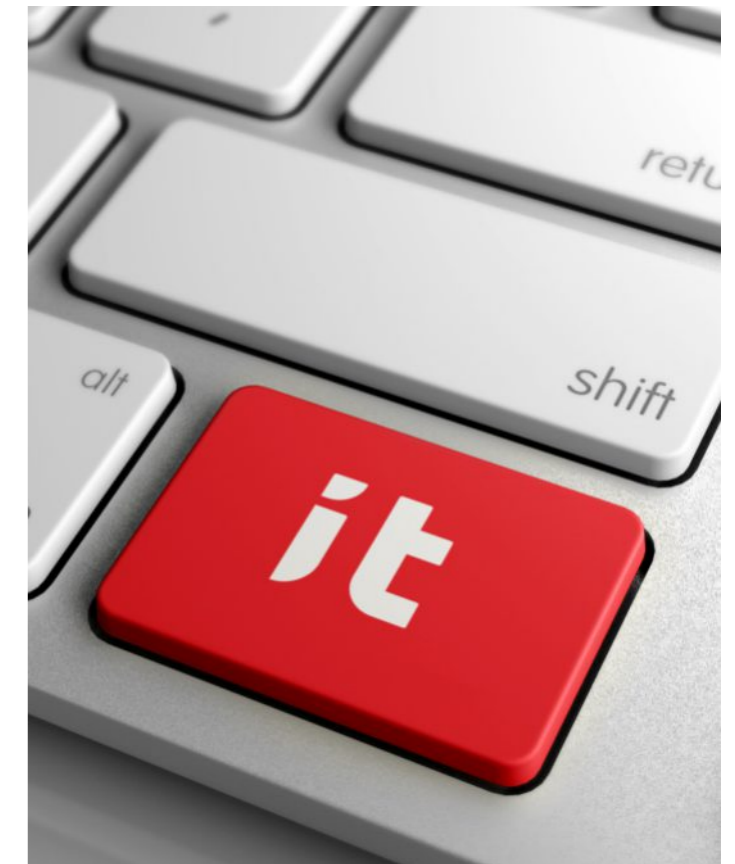


Клиент: IT Premier

Задача: редизайн логотипа Айти Премьер. Создать интересную, свежую, современную подачу, сохранив фирменные цвета логотипа.

Решение: Слово «Премьер» было заимствовано из французского, в котором premier восходит к латинскому primarius, производному от primus — «первый». Поэтому главным элементом является вписанная в логотип единица, как значение слова Премьер — Лидер – Первый.

* Также были разработаны фирменные элементы, сайт.



NAATS

Клиент: НААТС

Задача: Разработка логотипа для автомобильного союза. В основе логотипа должны быть современность, динамика, открытость, синергия. При этом знак должен быть запоминающимся и одновременно простым в воспроизведении.

Решение: Соты. Объединение усилий различных компаний в Национальный Альянс. Ассоциативный ряд с автомобильной сфере – шестигранник, простая деталь, без которого не обходится ни одна машина.

* Также в разработке фирменные элементы, логобук.

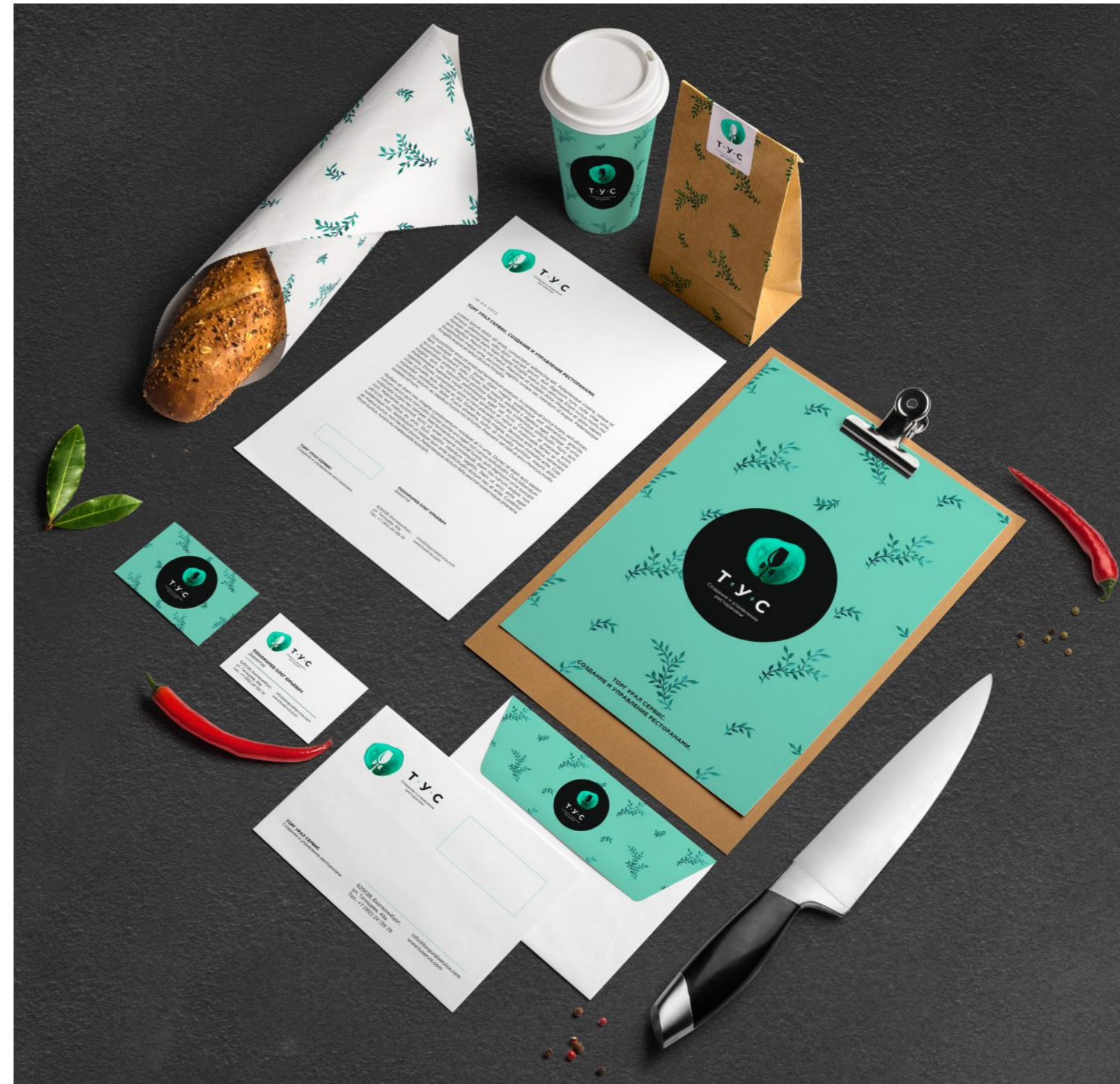
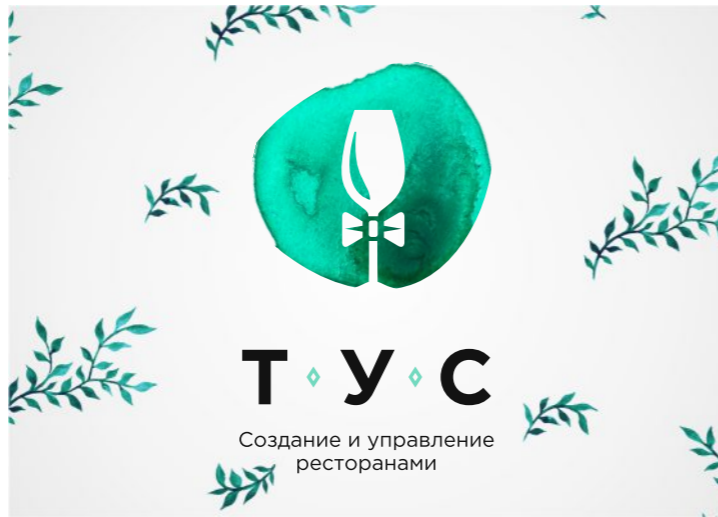


ТОРГ УРАЛ СЕРВИС

Клиент: Торг Урал Сервис

Задача: Разработать логотип и фирменный стиль для компании, занимающейся созданием и управлением ресторанами.

Решение: Бокал в бабочке — это одновременно и визуальная эстетика и точное попадание в специфику деятельности компании. В фирменном стиле использована акварельная графика, в которой выполнены знак и легкий цветочный паттерн.



УГМК ОЦМ

Клиент: УГМК ОЦМ

Задача: Редизайн логотипа и разработка фирменного стиля для дочерней компании УГМК по обработке цветной металлургии.

Решение: В логотипе прослеживаются 2 визуальных смысла. Первый: аналогия с породами (медь, латунь, никель) и демонстрация гармоничного сочетания минералов. Второй: круглая форма — это срез готовой продукции (трубы, проволока) и привязка к форме логотипа холдинга УГМК.

Логотип лаконичен, выражает деятельность компании и имеет гибкость в использовании.



COSTA DO CACAU



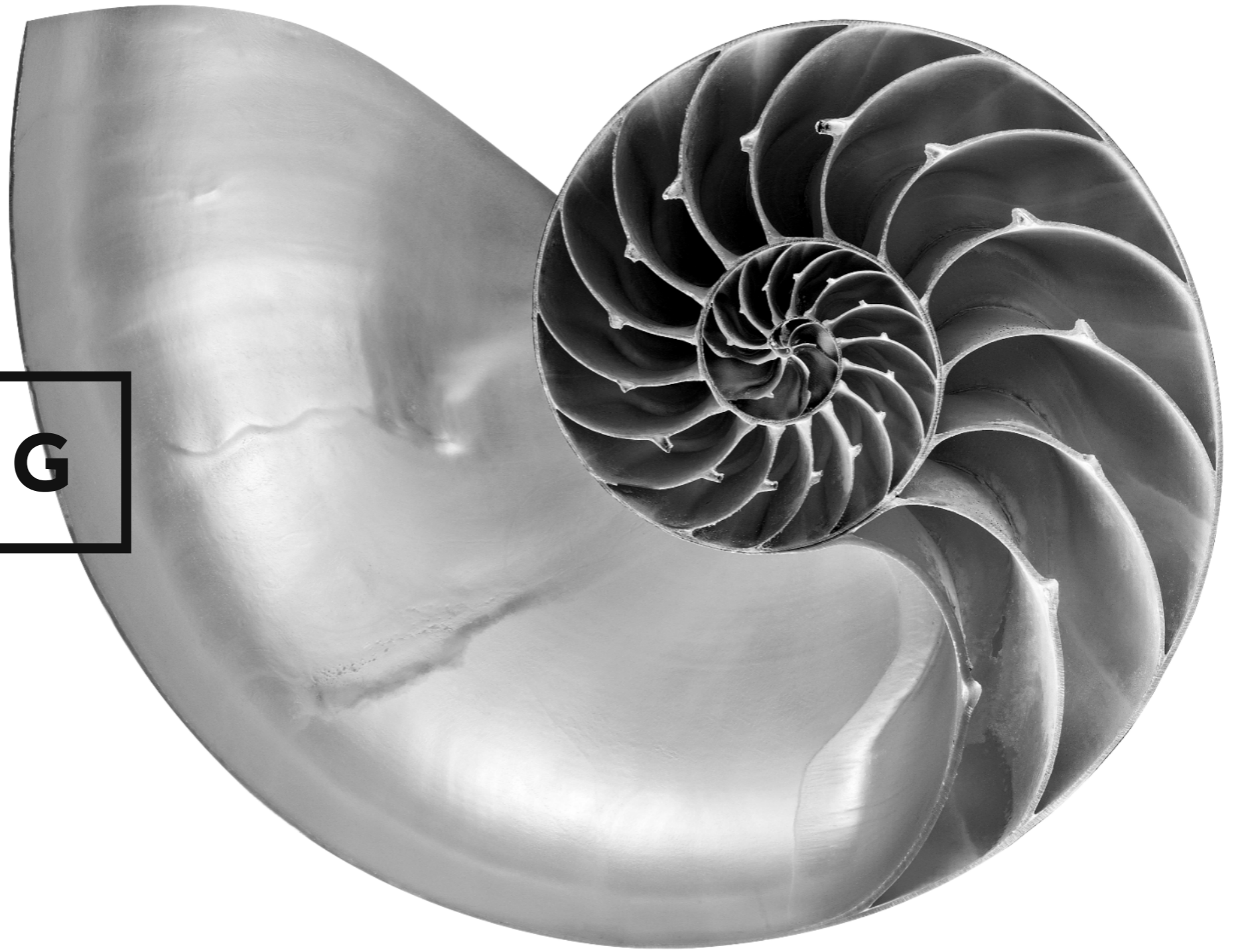
Клиент: Costa do Cacau

Задача: Разработка логотипа для бренда ремесленного шоколада по технологии «от боба до бара»

Решение: Мы пошли от истоков происхождения шоколада. Путешественник Эрнан Кортес привез какао бобы из Америки в Европу и тем самым дал миру вкусить шоколад. В основе логотипа Costa do Cacau – марка, как символ путешествия, приверженности к земле, где растут какао-бобы, которые собрали на родине, отправили в путешествие и уже в России изготовили чудеснейший шоколад.



PACKAGING



ЧАЙ «VITLY»

Клиент: Домус Тевади

Задача: разработка креативной упаковки для чайной коллекции торговой марки VITLY.

Решение: В данной концепции за основу мы взяли заглавную букву названия чая и обыграли в различных вариациях в зависимости от чайных вкусов — ассам, тропический, каркаде молочный улун.

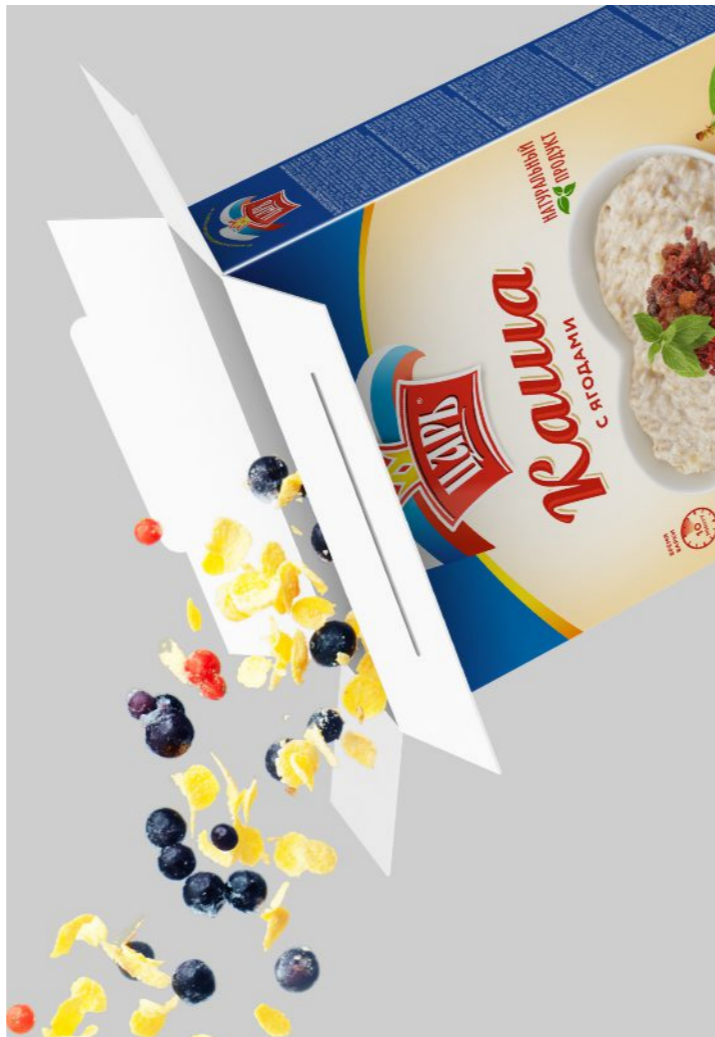


КАША «ЦАРЬ»

Клиент: Союзпищепром

Задача: Редизайн 6 упаковок ТМ «Царь», серии «Каша с натуральными ингредиентами на 5-злаковых хлопьях». Целевая аудитория широкая – преимущественно женщины от 25 до 55 лет. Важно сохранить традиционность, узнаваемость и преимственность упаковки к ТМ.

Решение: Главный акцент на упаковке – это тарелка в виде сердца, отождествление любви к каше. Яркие, сочные фрукты на переднем плане стимулируют вкусовые рецепторы мозга и вызывают желание купить кашу. Мы любим кашу «Царь».



МОЛОКО «ЛУНОКО»

Клиент: Луноко

Задача: Разработка легенды бренда и концептуальной упаковки для молочных продуктов серии «ЛУНОКО» или MOOncow'smilk.

Решение: Создание легенды бренда: Луноко — это свежие молочные продукты от лунных коровок. Продукты Луноко в оригинальной упаковке позволяют отправиться в воображаемое космическое путешествие. Каждая упаковка серии имеет свою форму, тему и название: Молоко «Корова летит на луну», Шоколадный творожок «Корова и космический лунолет», Банановый коктейль «Похищение лунной коровы».

Все на луну вместе с MOOncows!



ШОКОЛАД «COSTA DO CACAU»

Клиент: Costa do Cacau

Задача: Разработка упаковки шоколада «Costa do Cacau», серия «Гурман»

Решение: В данной коллекции шоколада натуральность подчеркивает как сама крафт бумага, так и дизайн – простой, лаконичный. Упаковка каждого вкуса сопровождается индивидуальным визуальным рядом – паттерн, иллюстрация и цветовая идентификация.



МОЛОКО «МО-ЛО-КО»

Клиент: МО-ЛО-КО

Задача: Разработка дизайна упаковки для молочных продуктов «МО-ЛО-КО».

Решение: Что любят милые ребятки? Пить молоко и есть мороженое? Да! Играть в кубики и заниматься строительством? Да! А если объединить вкусное мороженое с увлекательной игрой? Получится «творительное» мороженое от трех друзей МО, ЛО и КО! Обаятельные коровки покажут как, используя вкусный «строительный» соус, можно построить башню из мороженого для всех друзей.



ВЫПЕЧКА «ЦАРЬ»

Клиент: Союзпищепром

Задача: разработка дизайна общей упаковки для мелких пекарных единиц ТМ «Царь».

Решение: Вкусный паттерн, большое окно для визуального восприятия самого продукта и общее ощущение теплоты и доброты от упаковки.



СЫР «ЧЕЧИЛ»

Клиент: ТД Сыробогаатов

Задача: разработка дизайна этикетки для упаковки сыров «Чечил».

Решение: Мы попробовали несколько вариантов – от классической этикетки по брендбуку клиента, а затем немного вышли за рамки и получился стильный, задорный и привлекающий внимание персонаж.



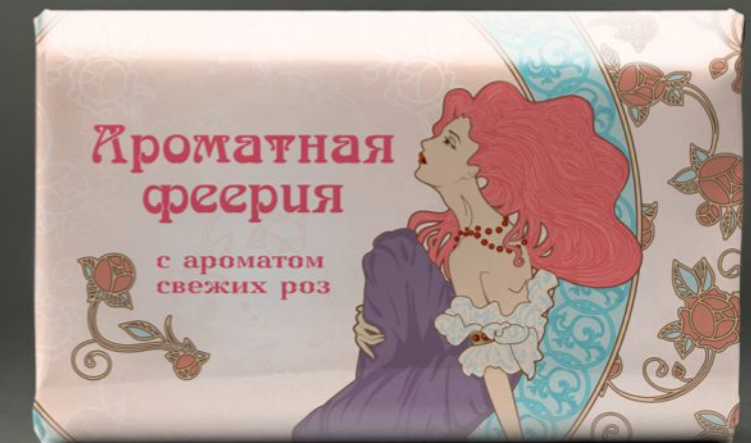
МЫЛО

«ЕЖК»

Клиент: Екатеринбургский жировой комбинат

Задача: Создание дизайн-концепций упаковки Детской и Фантазийной линейки туалетного мыла, отвечающих всем современным тенденциям в дизайне категории.

Решение: Для детской серии мы взяли 2 концептуальные идеи. В первой мы показываем и объединяем внимание потребителя и покупателя (маму и ребенка). Упаковка несет в себе ощущение безопасности, заботы, нежности и чистоты. Вторая идея иллюстрирует мочалку-игрушку, напоминая, что у каждого ребенка есть любимые уточки и слоники для купания. Фантазийная серия упаковки мыла проиллюстрирована в стиле «Арт нуво». Арт нуво — ответвление стиля модерн, иначе называемое декоративно-орнаментальным стилем.



СУВЕНИРНАЯ УПАКОВКА «УБРИР»

Клиент: Уральский банк
Реконструкции и Развития.

Задача: оформление подарочного
набора для праздника 8 марта.

Решение: Мы «завернули»
конфетки в индивидуальные
бумажные бантики, и оформили
общую коробку в фирменных
цветах банка.

* Также были разработаны: дизайн спортивной
формы, корпоративный календарь на 2014 год.



СУВЕНИРНАЯ УПАКОВКА «БОТАНИКА МОЛЛ»



Клиент: Торговый центр
«Ботаника молл»

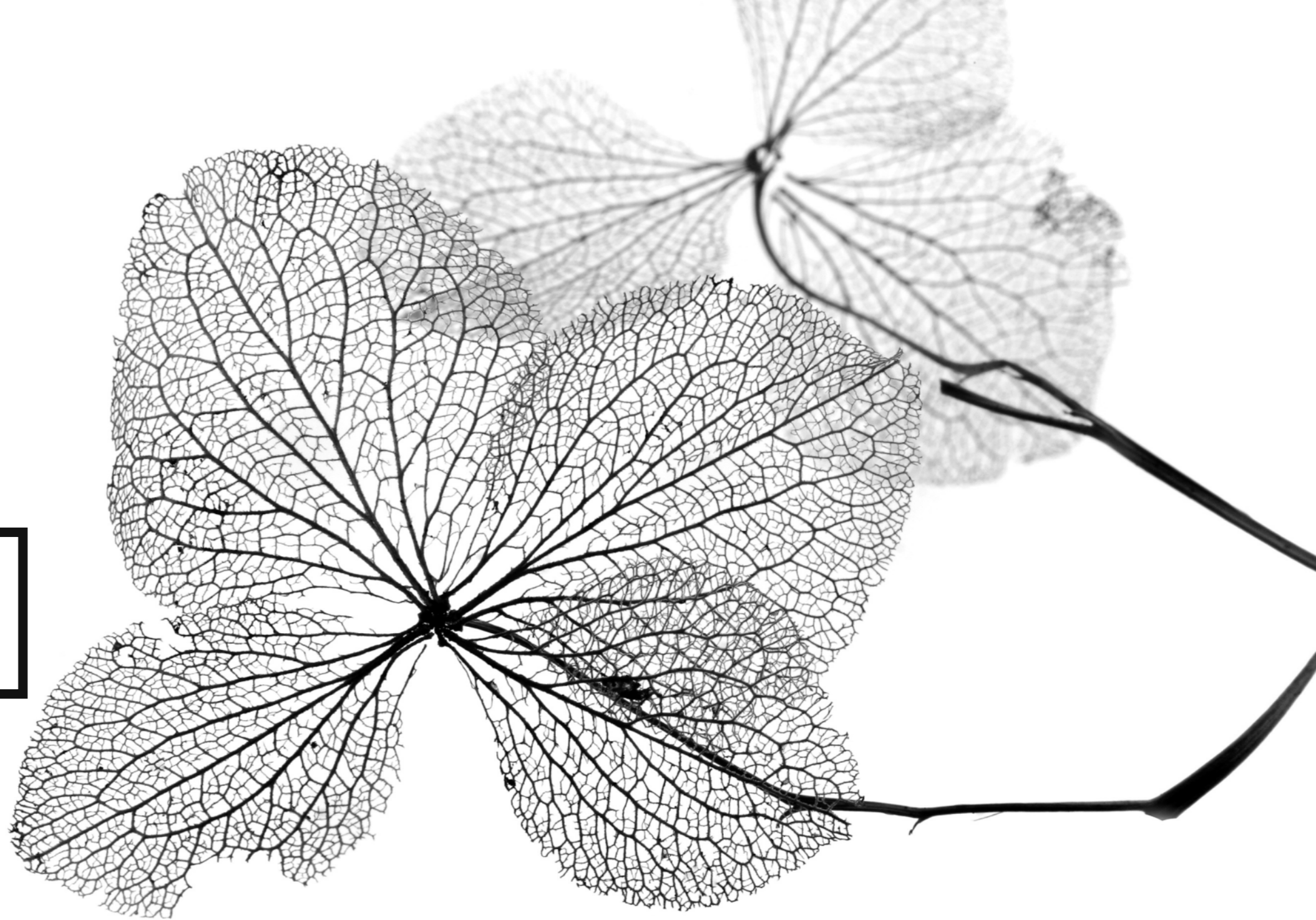
Задача: Разработка дизайна
новогодней упаковки, 2015 год

Решение: Хорошая иллюстрация Деда
Мороза, минималистичная упаковка
– все, что нужно для хорошего
новогоднего настроения.

Иллюстрация – Надежда Коротаева



WEB



«ЧЕРКАШИН И ПАРТНЕРЪ»

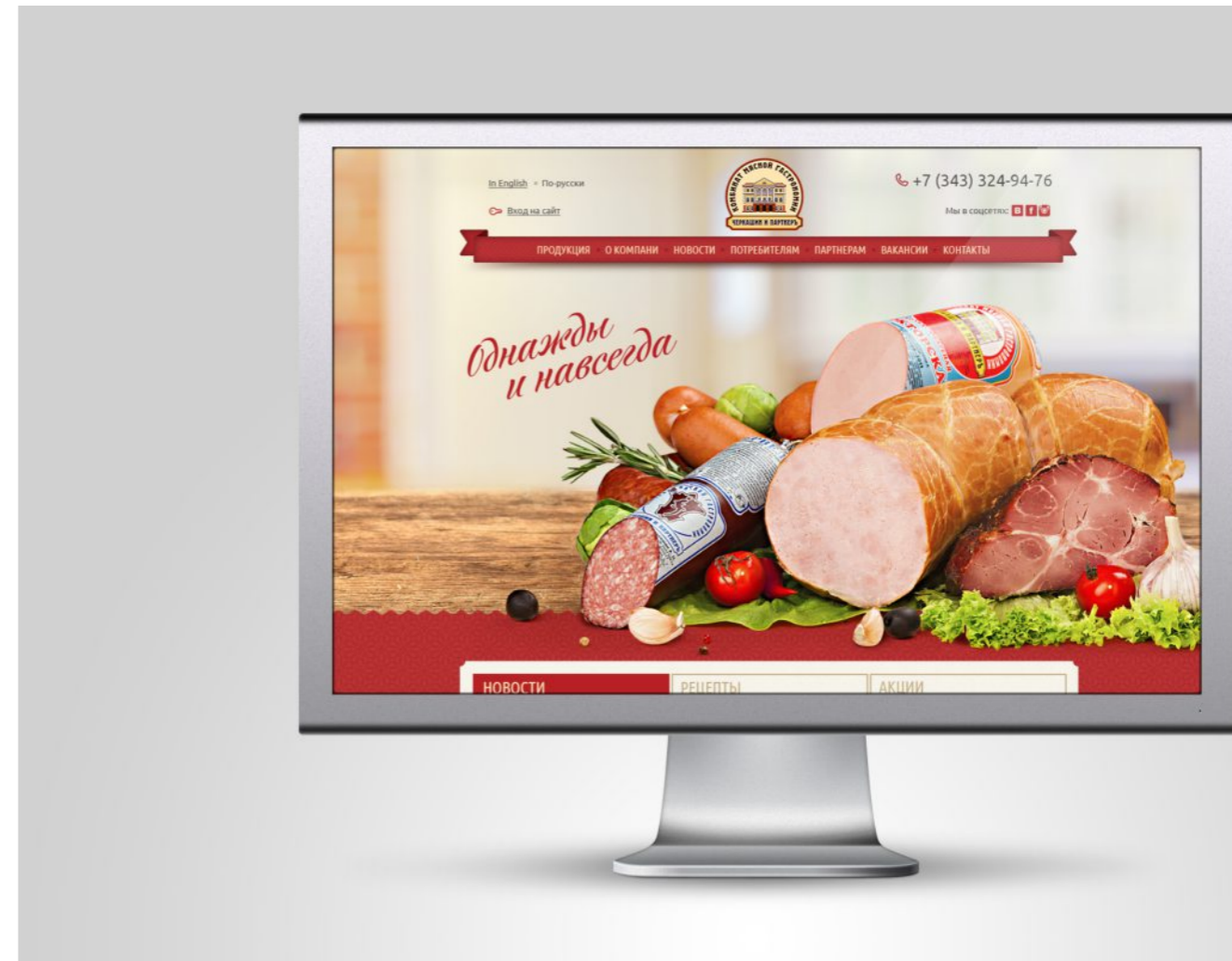
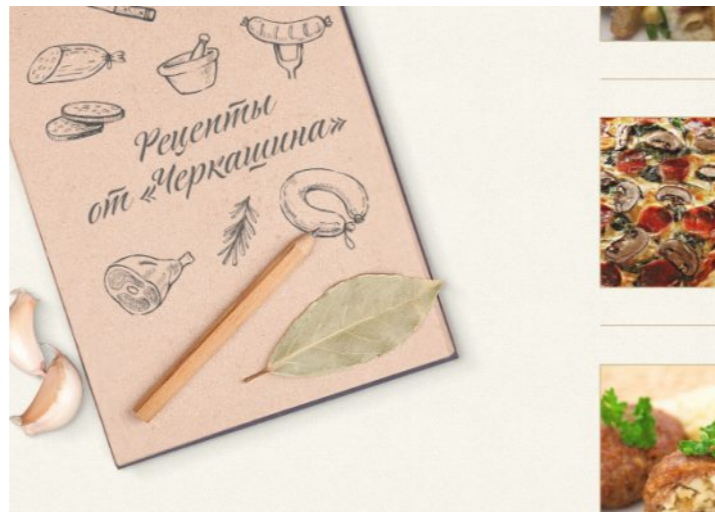
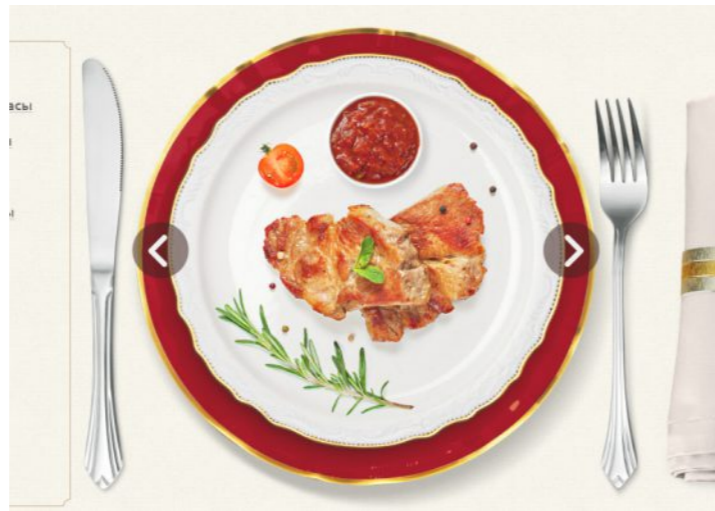
Клиент: «Черкашин и партнеръ»
Комбинат занимается производством мясных изделий и деликатесов. Изысканные деликатесы, вкусные колбасы или качественные мясные полуфабрикаты – это все Черкашин!

Задача: Создание нового корпоративного сайта. Сайт создается для демонстрации возможностей комбината, информирования потребителей о продукции, обмена рецептами и т.д.

Решение: В основе нового сайта: легкий дизайн, вкусные фотографии продукции - на тарелке, в готовом виде, с соответствующей подачей.

* Также была проведена рекламная фотосъемка продукции для сайта

www.kmg2.ru



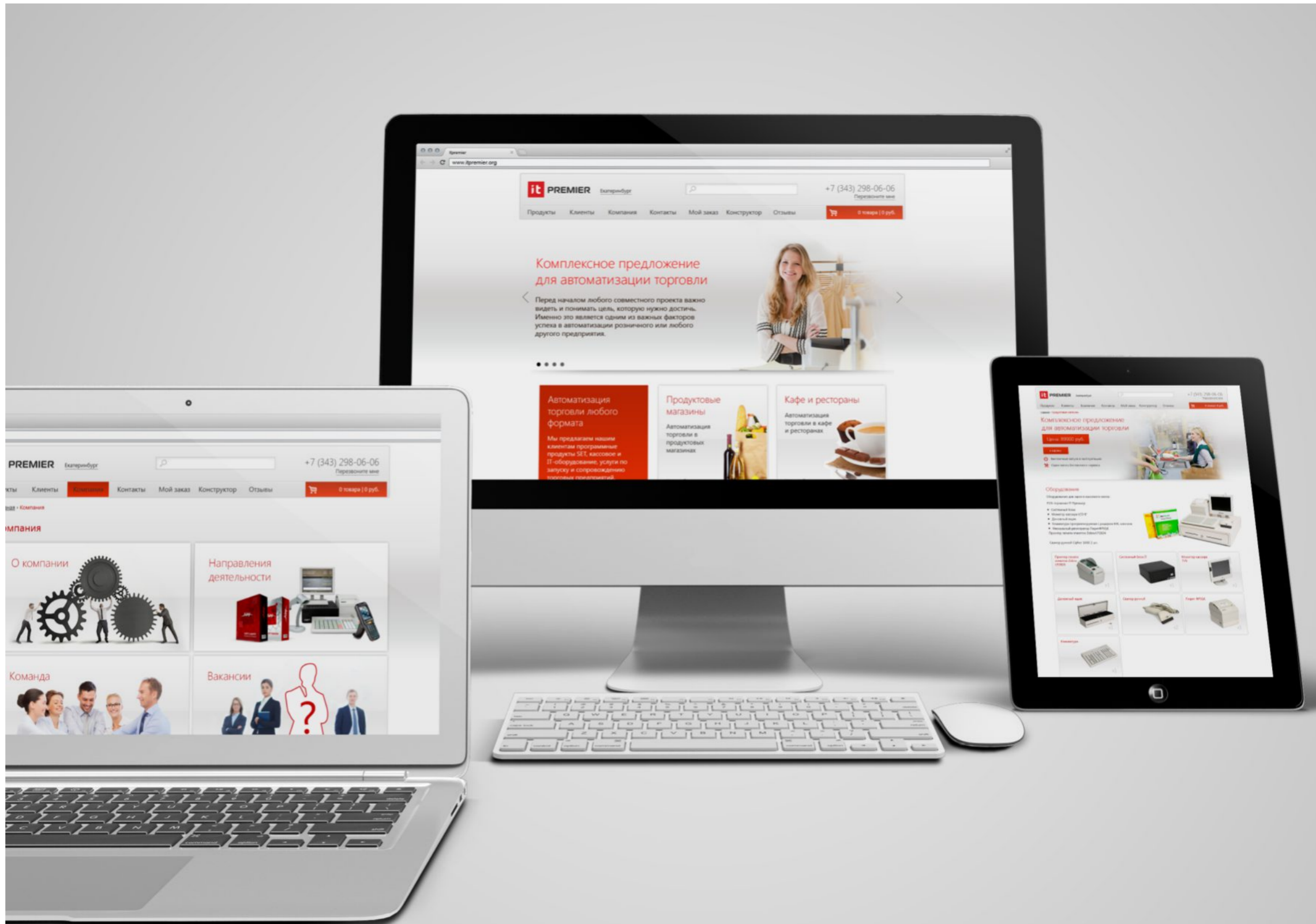
«IT PREMIER»

Клиент: IT Premier

Задача: разработать новый дизайн для интернет магазина, взяв за основу цветовую гамму логотипа.

Решение: Выделили в центре зону для слайдера с самыми интересными предложениями, направления деятельности оформили в блоки. Сайт получился светлым и ярким.

www.itpremier.org



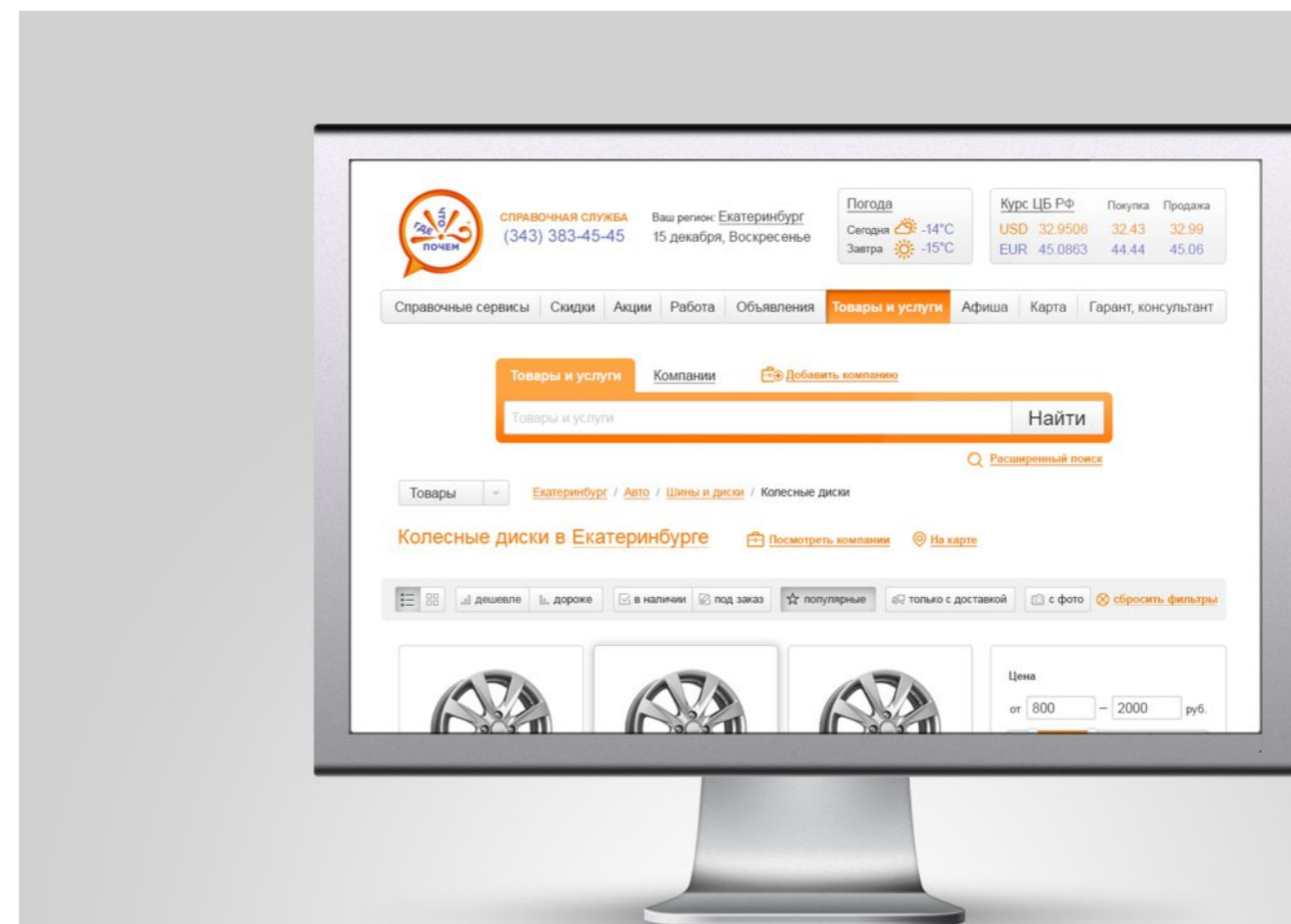
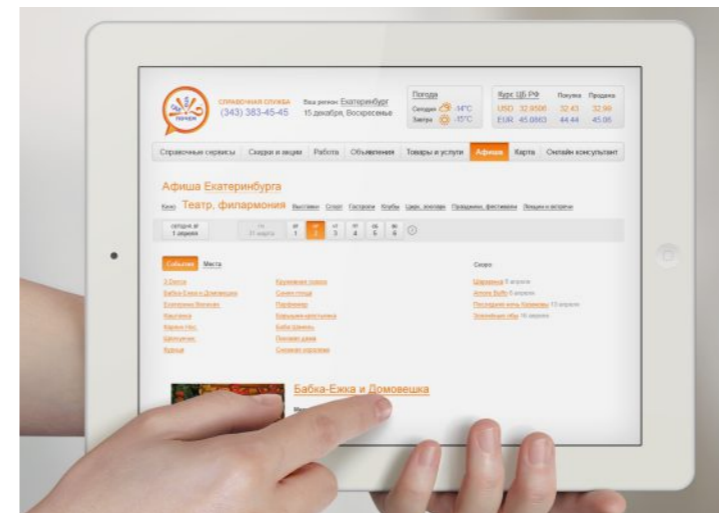
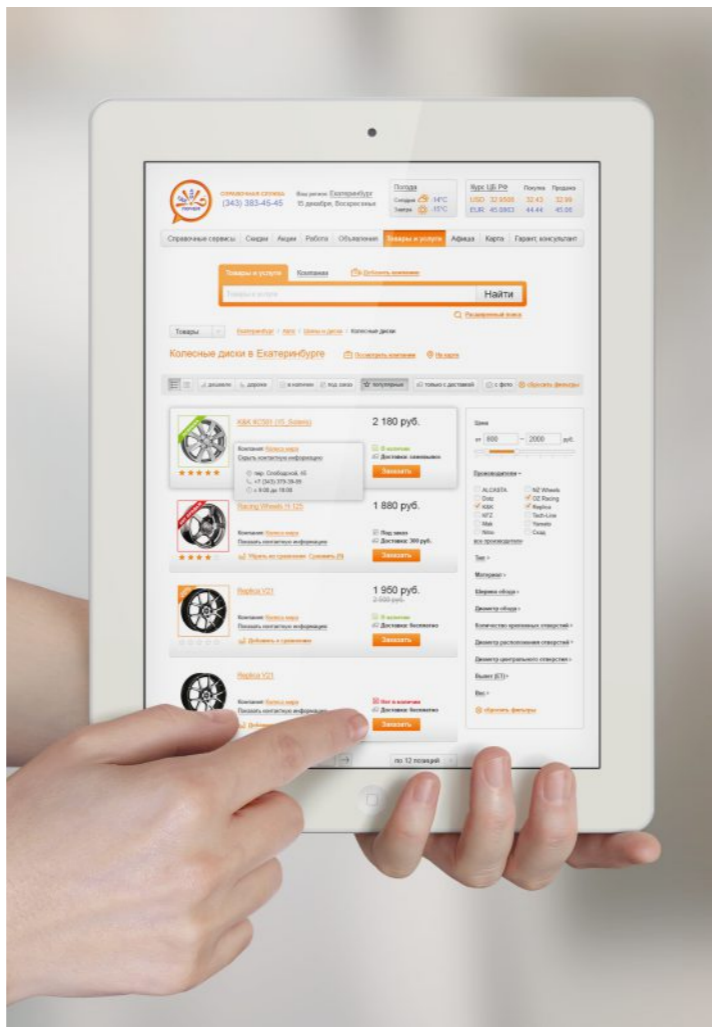
«ЧТО? ГДЕ? ПОЧЕМ?»

Клиент: справочная служба
«Что, где, почему?»

Задача: разработать дизайн информационного портала, включающем в себя поиск товаров и услуг, акций и скидок, объявлений, работы и развлечений.

Решение: Мы полностью продумали интерфейс и алгоритм поиска нужной информации. Проработали навигационные элементы. Общее количество разработанных страниц — более 60.

www.infotorg.ru



THINK ORGANIC

Клиент: Think Organic

Задача: Разработка сайта для онлайн лавки.

Решение: В оформлении мы использовали рисованную графику на «эко» тему. В итоге сайт получился дружелюбным. Так же на страницах сайта много обращений и отзывов от самих хозяек лавки, все товары которой протестированы лично. Удобная навигация, а также атмосфера жизнелюбия, позволяет купить натуральную косметику не выходя из дома.

www.thinkorganic.ru



ADVERTISING



«F3»

Клиент: Управляющая компания RED

Задача: разработка рекламной кампании для офисного центра «F3». F3 — отличное место для аренды, комплекс офисов, имеющих свое лицо и характер.

Решение: Каждый из нас сталкивается с муками выбора. А когда необходимо принять такое серьезное решение и выбрать офис, все становится сложнее. Мы изобразили поиск и «размышления» мелом на грифельной доске, которые приводят к разумному выводу: Посмотрите на F3. Поставьте точку в выборе офиса.



БЦ «ПРЕЗИДЕНТ»

Клиент: Управляющая компания RED

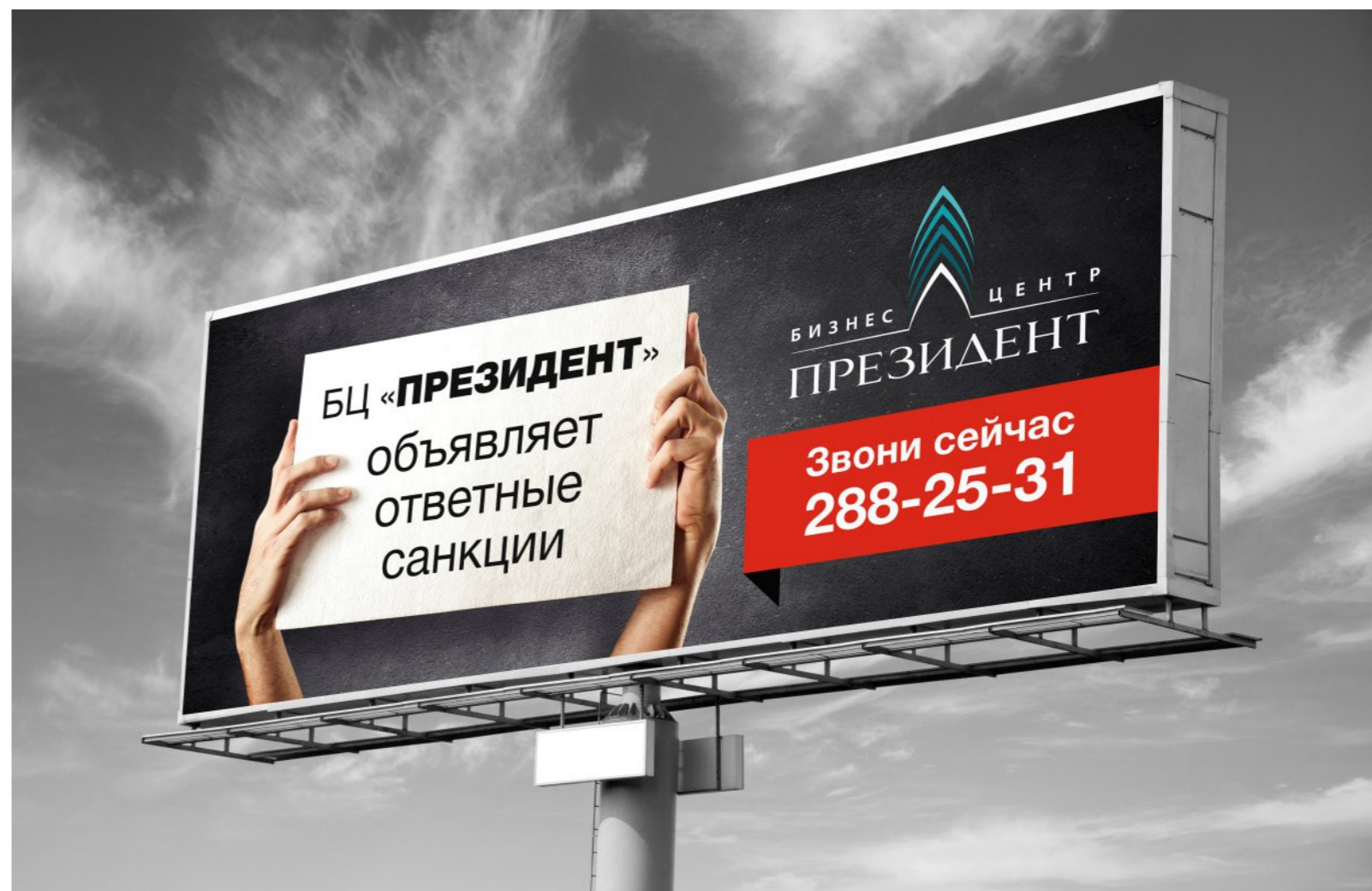
Задача: Разработка рекламной кампании «Президент объявляет ответные санкции». Носители рекламного сообщения — суперсайты, разворот и обложка в журнале «Деловой квартал», ролики на канале СОЛЬ, интернет баннеры и т.д.

Решение: Рекламная кампания проходила в октябре 2014 года, в два этапа. Целью первого этапа было привлечь внимание и сыграть на недавней информационной активности к санкциям. Мы остановились на транспаранте. Транспарант обычно используется на демонстрациях, данная форма ассоциативна и цепляет взгляд. Соединив эффектную подачу и слоган, мы получили выразительный и привлекающий внимание тизер.



Второй этап рекламной кампании показывал выгоды, которые получал арендатор, подписывая контракт с БЦ Президент. На выбор предлагались 10 интересных и востребованных опций, таких как: «предоставим 10 парковочных мест бесплатно», «организуем доставку персонала к месту работы», «заморозим» арендную плату на 3 года» и т.д.

Результат: рекламная кампания привлекла двух крупных долгосрочных арендаторов



ЩОРСА, 109

Клиент: Управляющая компания RED

Задача: Разработка рекламной кампании для стрит ритейла на Щорса 109.

Обеспечить правильное позиционирование, привлечь внимание к новому формату европейского стрит ритейла. Повысить количество обращений, за счет использования целевых методов рекламы и точечного обращения к B2B потребителю.

Решение: Концепция «Содружество»
Мы такие разные, но все-таки мы вместе. Торговые площади объединят в себе магазины, кафе, поликлиники. Каждая площадка вносит свой вклад в создание союза, развитие «общего дела», привлекая клиентов в соседние заведения. Это взаимовыгодное сосуществование, симбиоз. Каждый приносит что-то свое, создавая общее пространство успеха.



«БОТАНИКА МОЛЛ»

Клиент: Управляющая компания RED

Задача: создание Генеральной концепции на 2014 год.

Решение: Ботаника — это наука о растениях. Это знают все. А торговый центр «Ботаника молл» — это наука о покупках.

В основе генеральной концепции — изображения макросъемки, «текстуры» растений, необычная форма, легкость и невесомость.



«ДОМ ТУРИЗМА»

Клиент: Дом туризма
«Дом туризма» — это не обычное турагентство. Это специальный бренд, объединивший фирменные офисы продаж ведущих туроператоров РФ в рамках одного проекта.

Задача: разработка рекламной кампании, отражающей позиционирование — надежность, гарантии, безопасность услуг, качество.

Решение: представляем компанию как дом, в котором царит уют и безопасность. Привносим в деятельность компании домашнюю атмосферу.

Чистый дом — у нас честные цены и отлаженный сервис.

Надежный дом — с нами вы в безопасности, гарантия выполнения всех обязательств.

Теплый дом — забота о клиентах на отдыхе.

Дом туризма.
Чистый как море.
Надежный как горы.
Теплый как солнце.



КАЛЕНДАРЬ «9 ОСТРОВОВ»

Клиент: Кондитерская фабрика «9 островов»

Задача: Разработка идейной концепции, фудсъемка и дизайн календаря на 2015 год.

Решение: Основная идея календаря – объединение названия и сферы деятельности компании. Мы решили представить карту острова сверху, и воплотили концепцию с помощью самого торта и его наполнителей. Получилось как в сказке «фруктовые реки, молочные берега». Каждый торт имеет свои индивидуальные картографические очертания. Таким образом, на свет явились карты 12 вкусных и красивых островов.

Концепцию помогли воплотить в жизнь: фотограф Кирилл Федотов, фудстилист – Ольга Жученко.



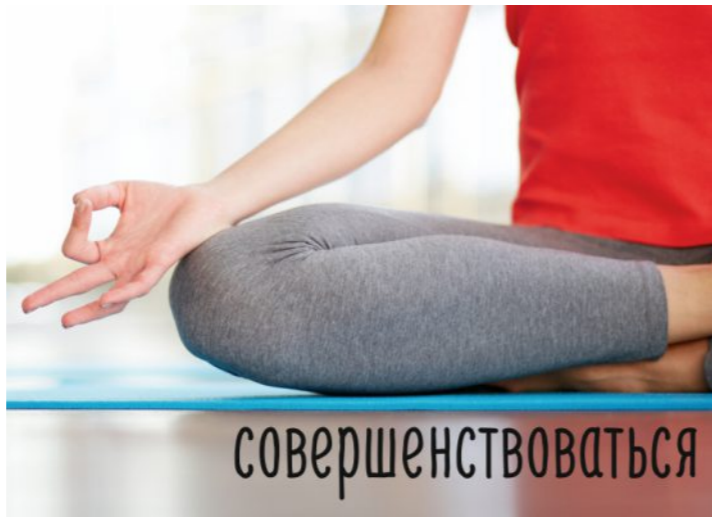
КАЛЕНДАРЬ «УБРИР»

Клиент: Уральский банк
реконструкции и развития

Задача: Разработка концепции и
дизайн перекидного календаря на
2015 год.

Решение: В основу выбранной
концепции лег слоган банка «Все
просто». Мы раскрыли смысл в
минималистичных изображениях,
где есть только «намек». Каждый
месяц отражает добрые и теплые
эмоции, а также соотносится с
позиционированием банка.

С банком УБРИР все просто...
...планировать будущее.
...быть счастливым.
...отдыхать.





+7 (343) 271-98-44
info@air-ds.ru
air-ds.ru

