



**DE NOVO
GROUP**

ABOUT

Мы разрабатываем и реализуем digital-маркетинг стратегии, повышающие количественно измеримые показатели бизнеса.

Используя аналитику, цифровые технологии и креатив, создаем эффективные кросс-канальные рекламные кампании.

01/

Медиапланирование и медиабаинг в digital

#стратегическое #тактическое #Facebook
#Instagram #TikTok #Google #YouTube
#Yandex #таргетированная реклама #VK
#алгоритмическая закупка рекламы
#контекстная реклама

02/

Стратегия

#коммуникационная стратегия
#digital-стратегия

03/

Разработка

#web #mobile #VR/AR

04/

Digital-маркетинг

#performance-маркетинг #SMM #SEO
#SERM #ОФД #контент-маркетинг
#сквозная аналитика #исследования #ORM

05/

Производство контента

#фото- и видео-съемка #motion #AR
#графический дизайн #3D

МИРАТОРГ

01

ВИТАМИН

Длительность проекта:

5 месяцев

Цель:

Регулярное привлечение новой аудитории, как среди конечных потребителей, так и в B2B-сегменте.

Реализация:

Мы разработали 2 пакета рекламных материалов - фото, motion-графики и видео-роликов, которые продвигались в социальных сетях с учетом специализированных настроек таргетинга.

B2C-коммуникация была направлена на пользователей, увлекающихся готовкой: в частности, на аудиторию сообществ, посвященных кулинарии и принципам питания.

Также мы сформировали объемные списки для таргетинга в Facebook и Instagram, куда мы включили владельцев партнерских ресторанов, поваров, игроков ритейла и работников отрасли в целом.

Ежемесячно публиковались 25-30 постов, а также велась непрерывная аналитика показателей для оптимизации рекламных кампаний с целью максимальной эффективности.

ИТОГИ

Каждый месяц выполнялись KPI проекта по охвату и приросту аудитории

Абсолютный прирост в месяц:

11 000
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ по 4-м соцсетям суммарно

Охват:



700 000 пользователей



700 000 пользователей

RITTER SPORT

Длительность проекта:

4 месяца

Цель:

Увеличить engagement rate в группах Ritter Sport в Instagram и VKontakte, а также привлечь новых пользователей через эффективные медийные форматы.

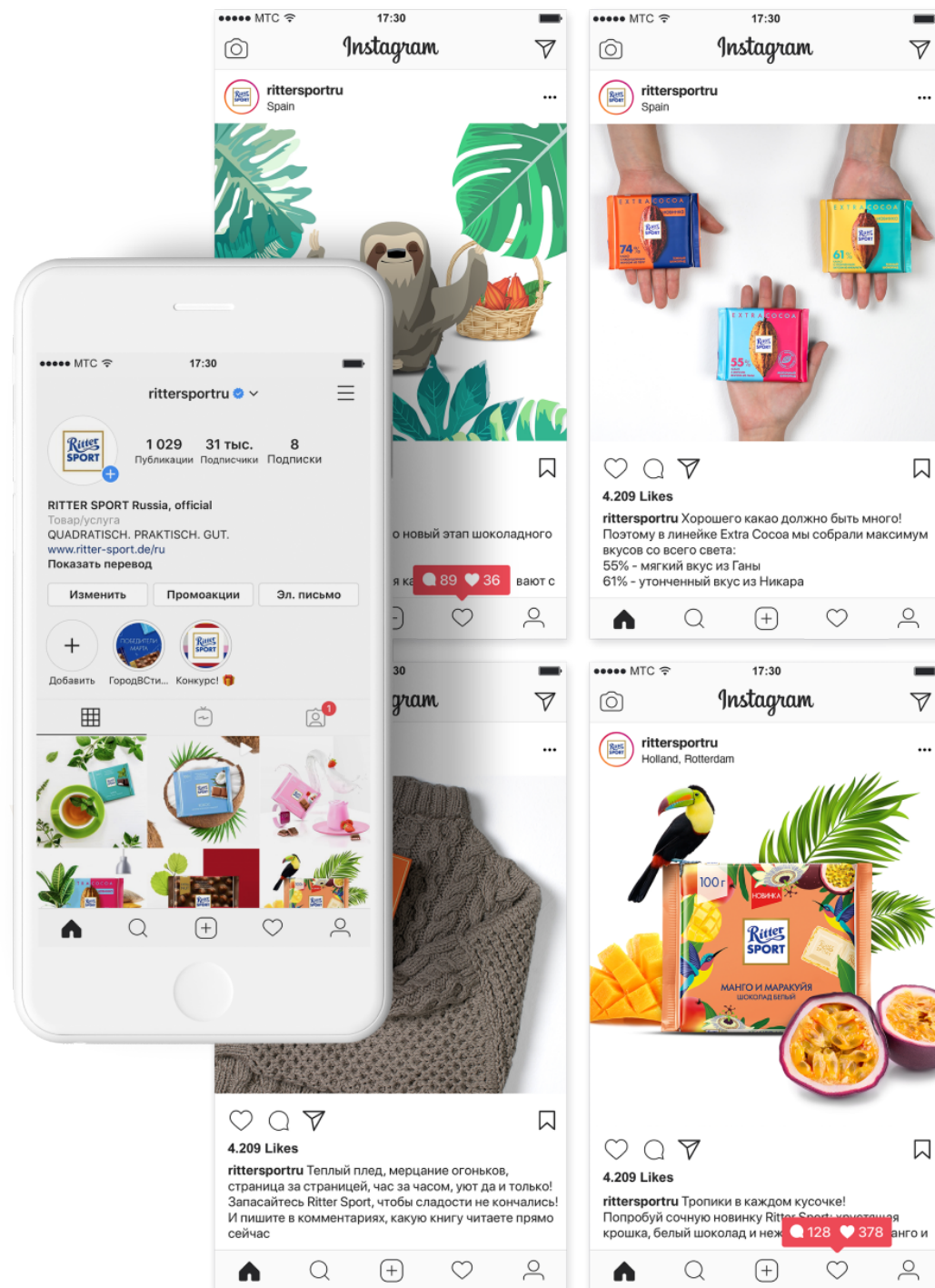
02

Реализация:

Анализ интересов и поведения аудитории показал, что приверженцы Ritter Sport — это по-настоящему активные и открытые люди, которые больше всего на свете любят пробовать новые активности, делиться своим опытом и рассказывать о том, что они видели. Поэтому мы решили сделать нашу аудиторию главными героями аккаунтов Ritter Sport — и показать продукт как источник новых и интересных сценариев для насыщенной жизни.

Креативной командой были придуманы новые рубрики, серия UGC-конкурсов и геймифицированных опросов, что помогло наладить двустороннюю коммуникацию с ЦА и увеличить вовлеченность в сообществах.

CREATI





ТРОПИКИ В КАЖДОМ КУСОЧКЕ!



Горчинка темного шоколада,
сочная свежесть апельсина и несравненный
миндаль — отличное сочетание, чтобы
добавить ярких впечатлений в любой
ситуации!



ИТОГИ

Результаты за первый квартал работы



Охват: свыше 7 500 000 уникальных пользователей

Рост Engagement rate на 250%

Общие KPI проекта перевыполнены на 25%

03

ЕССО

Дата запуска:

Август 2018

Цель:

Обувная компания ЕССО разработала новую коллекцию, а мы организовали для них презентацию для СМИ.



Решение:

Креативная команда De Novo Group разработала концепцию пространства, разделенного на 4 зоны, проходя через которые гости перемещаются сквозь эпохи, послужившие вдохновением для новых моделей обуви.

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА

ВКЛЮЧАЛА В СЕБЯ

Подготовку концепции, изготовление декораций, монтаж и работу стилистов-декораторов, звуко и светорежиссуру, подготовка кейтеринга и бара, выступление музыкантов и продакшн пост-ролика.



PARKER

Категория:

FMCG

Длительность проекта:

3 месяца

Цель:

Продвижение конкурса с чековой механикой, стимуляция покупок

Реализация:

Приоритетной задачей стало создание правильного сплита бюджета между контекстно-медийной рекламой в Google и Яндекс, а также таргетированным продвижением в социальных сетях: ВКонтакте, Instagram, Facebook.

Итоги:

KPI по переходам перевыполнены, KPI по охвату и показам перевыполнены

Показы: 18,8 млн

Охват: 6,2 млн пользователей

Переходы на сайт: 95 000

04



МЕДОВЫЙ ДОМ

Категория:

FMCG

Длительность проекта:

6 месяцев

Цель:

Разработать стратегию для запуска бренда в социальных сетях

Реализация:

На базе аналитики конкурентного окружения и целевой аудитории, мы разработали коммуникационную стратегию.

В рамках которой создали:

креативную концепцию, гайдлайны оформления аккаунтов и tone-of-voice бренда. Провели фотосъемку продукции. Подключили систему мониторинга упоминаний бренда в интернет-пространстве. Для дальнейшей работы по формированию положительной репутации в digital.

05

ИТОГИ

В 6,3 РАЗ

Выросла аудитория аккаунтов

4710

Упоминаний онлайн

+2%

Продаж (был получен экспортный контракт через запрос на Facebook)



UPARFUME

Категория:

Интернет-магазин, SMM

Цель:

Перед нами стояла задача в короткие сроки реализовать возможность потребителю прикоснуться к брендам Voadicea и LM Parfums в digital.

Uparfume - это один из ведущих дистрибьютор нишевой парфюмерии на территории России и СНГ. Но до сих пор продукцию Voadicea и LM Parfums можно было приобрести только offline.



UPARFUME

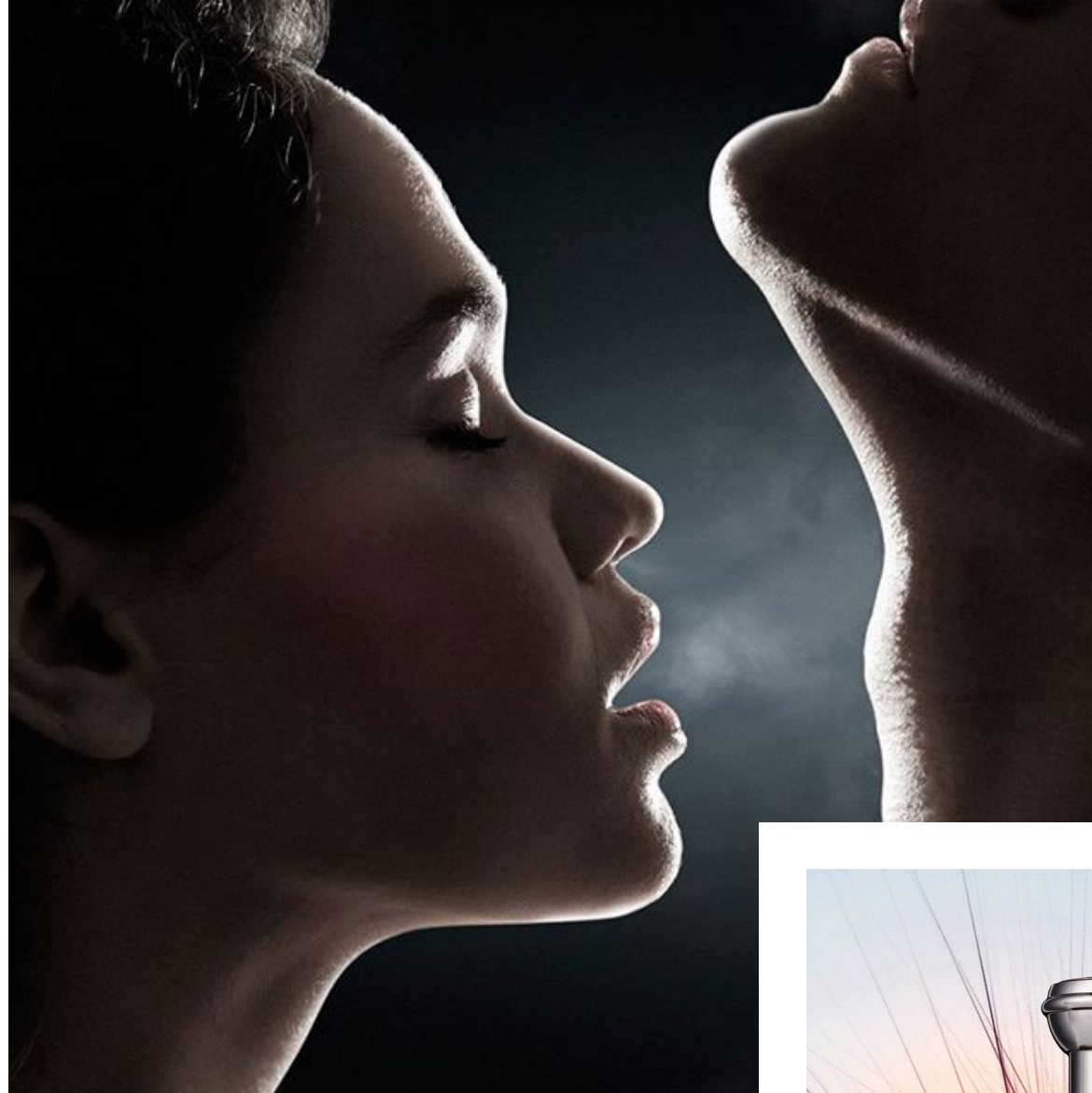
КУПИТЬ ОНЛАЙН НАШИ БРЕНДЫ О НАС ЖУРНАЛ ПАРТНЕРАМ АДРЕСА МАГАЗИНОВ

О НАС

КОМПАНИЯ UPARFUME

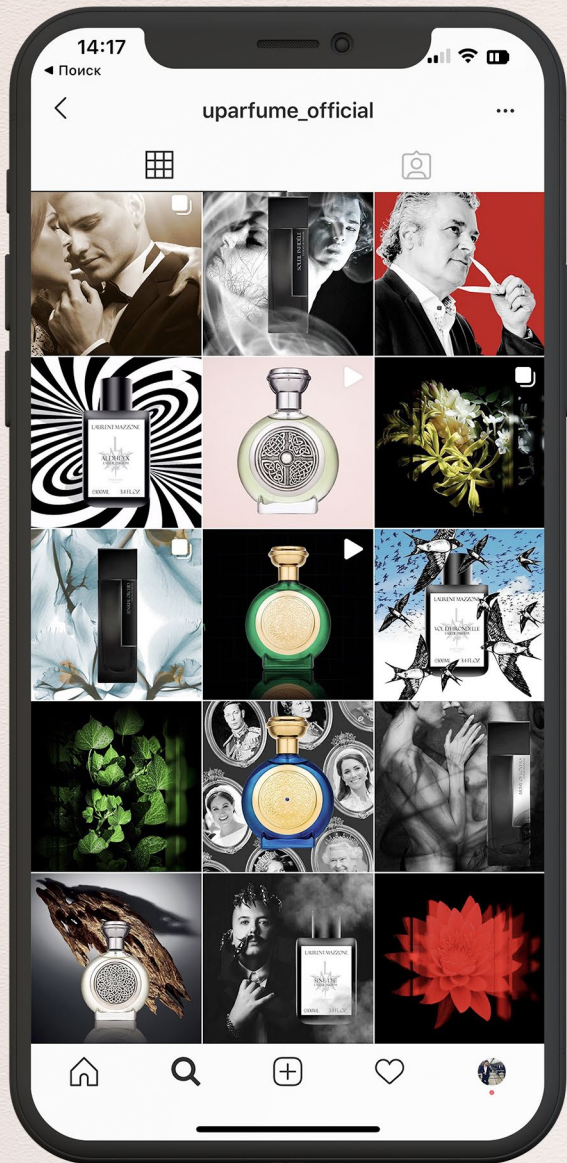
была основана в 2017 году и специализируется на дистрибуции нишевых парфюмерных брендов на территории России и стран СНГ.





РЕАЛИЗАЦИЯ

Уже в начале предпроектной аналитики мы понимали, что для создания спроса в digital у конкретной группы потребителей и выстраивания доверия для последующей офлайн или онлайн продажи, идеально подходил Instagram. А для покупки online пользователи могли перейти на созданный нами интернет-магазин.



NOVOSVIT

Категория:

FMCG

Длительность проекта:

2 месяца

Цель:

Разработать промо-сайт для проведения рекламной кампании

10

Как это работает

О продукте

Отзывы

Вся линейка

Где купить



CONCENTRATE ГИАЛУРОНОВАЯ КИСЛОТА & КОЛЛАГЕН

Еще более интенсивное
увлажнение и омоложение

[Купить на Ozon.ru](#)





ИНТЕНСИВНОЕ УВЛАЖНЕНИЕ

A central image of a brown glass dropper bottle with a gold cap. The label on the bottle reads: 'NOVOSVIT® PHARMA LABORATORY CONCENTRATE ГИАЛУРОНОВАЯ КИСЛОТА & КОЛЛАГЕН АҚУА-ГЕЛЬ 24 ЧАСА'. Surrounding the bottle are several light blue, translucent bubbles of varying sizes, each containing text describing a benefit of the product.

РАЗГЛАЖИВАЕТ
морщины

МГНОВЕННО
увлажняет кожу

СТИМУЛИРУЕТ
процесс омоложения

БЫСТРО
впитывается

ПОВЫШАЕТ
эластичность

ВОЗВРАЩАЕТ
упругость

[Купить на Apteka.ru](#)

[Купить на Ozon.ru](#)

АМИКСИН

Категория:

Фарма

Длительность проекта:

2 месяца

Цель:

Разработать промо-сайт для проведения рекламной кампании

08





ГДЕ КУПИТЬ

ДЕТСКИЙ АМИКСИН

при простуде и гриппе **у детей с 7 лет***

Максимум индукции интерферона уже **в первые 24 часа** ¹



Узнайте больше



Инструкция по применению

* в составе комплексной терапии

РОСАТОМ

Категория:

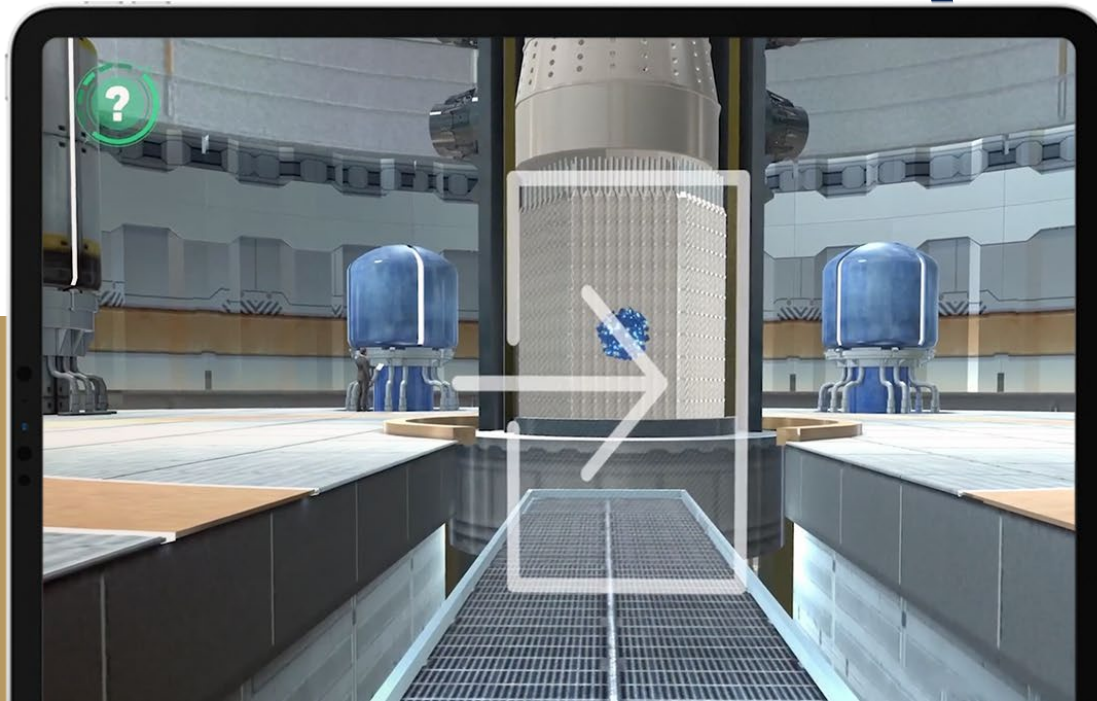
Технологии, B2B

Длительность проекта:

6 месяцев

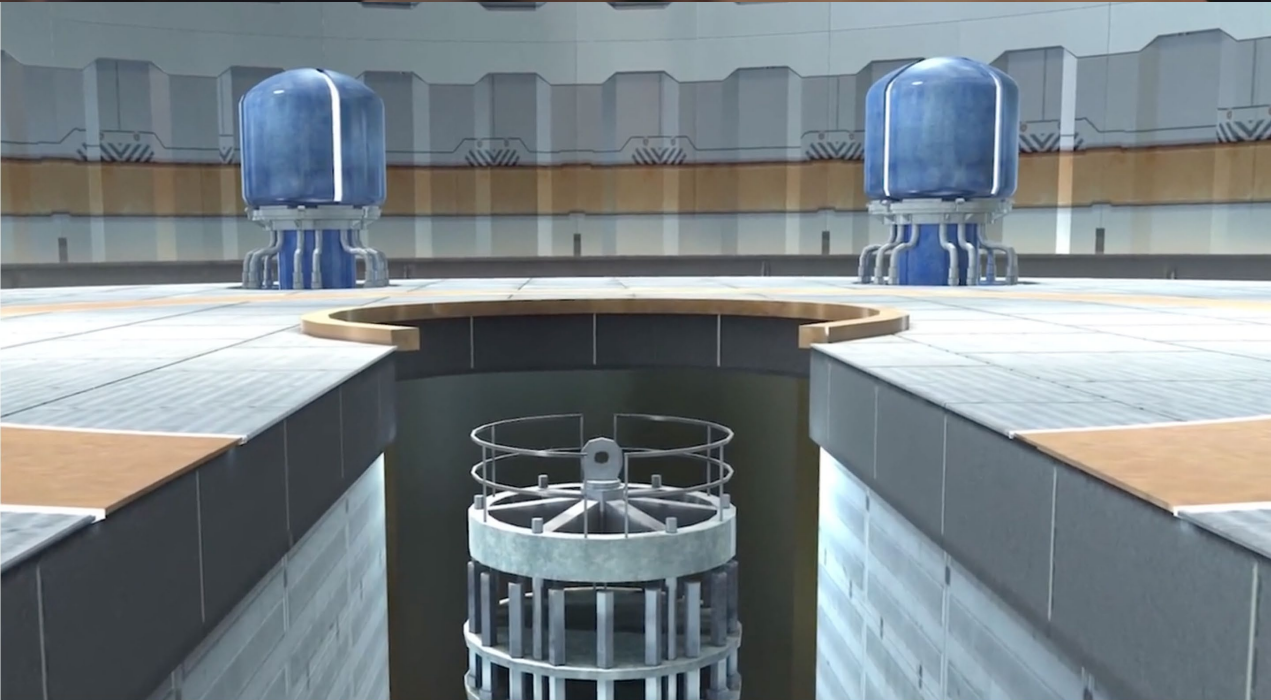
Цель:

Разработать AR-модель атомной станции



09

TECHNOLOGY



Реализация:

Мы воссоздали интерактивную модель со всеми ключевыми объектами атомной станции. Она позволяет пользователю подробно изучить, как устроена станция изнутри и увидеть принципы действия отдельных элементов. Благодаря модулю дополненной реальности, пользователь может не только оказаться в комнате центрального управления станции, но даже увидеть процесс распада атома в ядерном реакторе.

ORM NDA

Категория:

FMCG

Длительность проекта:

5 месяцев

Цель:

Поддержать развитие продаж продукции в России. Формировать новое позиционирование категории: смена модели потребления с курсового приема БАДа на регулярное потребление, включение продукции в ежедневный lifestyle.

10

Реализация:

Проект был разбит на 3 подзадачи, связанных между собой, но с разными KPI.

- 01/ Регулярный мониторинг инфополя бренда и конкурентов. В ежедневном формате отслеживались все упоминания бренда, которые далее промечались по тональности и атрибутам. Ежемесячная подготовка аналитики конкурентов позволяет отслеживать конкурентную активность и подключать в работу те площадки, где возможно методами партизанского маркетинга перевести потенциальное потребление на бренд клиента.
- 02/ Работа с поисковой выдачей и карточками товаров бренда в интернет-магазинах. От имени агентов влияния размещаются положительные отзывы на самых популярных отзывных площадках, а также в тех интернет-магазинах, где возможны подобные размещения. Отзывы пишутся с дополнительной SEO-оптимизацией текстов, что позволяет формировать сниппеты в поисковой выдаче по написанным нами положительным отзывам, а не из регулярно возникающих негативных. Дополнительно было написано 2 SEO-оптимизированные статьи на Яндекс.Дзен, одна из которых заняла место в топ-10 по репутационным запросам.
- 03/ Партизанский маркетинг. В найденных с помощью мониторинга дискуссиях о бренде или конкурентах внедрялись агенты влияния, которые меняли ход обсуждения на положительный по отношению к бренду клиента. На популярных площадках с большим охватом целевой аудитории регулярно инициируются темы с положительным обсуждением бренда. Основной акцент делается на том, что положительный эффект возникает только при регулярном употреблении.

Репутационная выдача
по бренду положительная на:

Яндекс



Google



МАТОМ

Рейтинги на основных площадках:

 **RECOMMEND.RU** ★★★★★ 5

 **ОТЗОВИК** ★★★★★ 4.9

Были созданы и продвинуты обсуждения
на таких площадках как:



<https://www.woman.ru/>

BABYBLOG

<https://www.babyblog.ru/>

CRM- МАРКЕТИНГ

CRM-маркетинг основан на уникальные знаниях о потребителе, что подразумевает их сбор и хранение в соответствии с определенными маркетинговыми (бизнес- или коммуникационными) целями.

Ключевая цель:

Мониторинг и трансформация потребительского поведения

Итог работы:

Максимально персонализированное сообщение, созданное с учетом сведений о предыдущих интересах, активностях и покупках

Ключевые этапы запуска CRM-маркетинга::

- 01/ Разработка CRM-стратегии (создание целостного подхода к сегментации, коммуникации и мотивации потребителей) и CRM-политик (формирование тактики, детальное описание необходимых данных, правил, триггеров, мотивационных механик и пр.)
- 02/ Сбор и обработка персональных данных потребителей
- 03/ Автоматизированный анализ уникальных профилей пользователей и применение бизнес-логики (сегментация, выбор наиболее релевантных продуктов или способов мотивации)
- 04/ Создание и отправка сообщения, подчиненного определенным бизнес-целям (вовлечение, продажа, информирование) с помощью общих или персонализированных инструментов
- 05/ Отслеживание эффективности и подстройка в соответствии с обратной связью

ВОЗМОЖНОСТИ

CRM

МАРКЕТИНГА:

Программы лояльности

Накапливаемые бонусы можно легко обменивать на рубли или конвертировать во что-то полезное

Скидки

Можно предоставлять персональные и накопительные скидки для разных категорий людей: «Для родителей»; «Для владельцев Audi», «День рождения»; «Для менеджеров по продажам» и т.д.

Акции

Создание промоакций на категории товаров (например, пылесосы или музыкальные центры) для тех клиентов, которые просматривали эти товары, но так и не приобрели

Рассылки

SMS, e-mail, мессенджер рассылки, например, по сделанным покупкам за последние 2 недели

Приглашения

Приглашения в социальных сетях, например, участвовать в закрытой распродаже

ВИДЫ CRM-МАРКЕТИНГА:

Активационные и информационные
CRM-активности

Основные вспомогательные инструменты

Email- и SMS-рассылки, push-уведомления,
а также сообщества в соцсетях, как
дополнительный канал коммуникации
с аудиторией

01

Активационные

Это материальные стимулы к совершению целевого действия. Например, скидки и бонусы. Их применяют в ответ на новые заявки от лидов, чтобы перевести их в статус клиентов.

02

Информационные

Включает допродажи и повторные продажи (например, продление срока действия тарифа) готовым клиентам.

Для этого:

- Распространяем информацию о новых продуктах;
- Получаем фидбэк и закрываем возражения клиентов. Это шанс улучшить отношение к продукту и компании, а также повысить эмоциональную лояльность;
- Рассказываем, как пользоваться продуктом.

МЫ ГОРДИМСЯ РАБОТОЙ С КАЖДЫМ





Commercial Director

Рахманкулов Рустам

rustam@denovogroup.ru

Свяжитесь с нами

8 (499) 444-02-95 / hello@denovogroup.ru

Отдел по работе с агентствами

partners@denovogroup.ru

denovogroup.ru