

ZUPER

**BOLD
IDEAS AT
WORK**

creative agency

Обеспечиваем рост бизнеса
клиента с помощью точно
выверенной коммуникации бренда
с потребителем.

ZUPER – стратеги, дизайнеры, копирайтеры
и руководители проектов, эффективно
решающие сложные коммуникационные задачи.

Наша специализация — смелые и эффективные идеи для корпоративного и продуктового брендинга.

Рекламные кампании

Креатив (комплексные кампании)
Ведение производства (видео-
продакшн и пр.)

Брендинг

Корпоративный брендинг
Продуктовый брендинг (FMCG)

- Бренд-аналитка
- Разработка названий
- Фирменный стиль
- Дизайн упаковки

Дизайн и иллюстрация

Разработка персонажей
Иллюстрации для упаковки

Social Media-продвижение

Разработка SMM-стратегий
Продвижение и поддержка

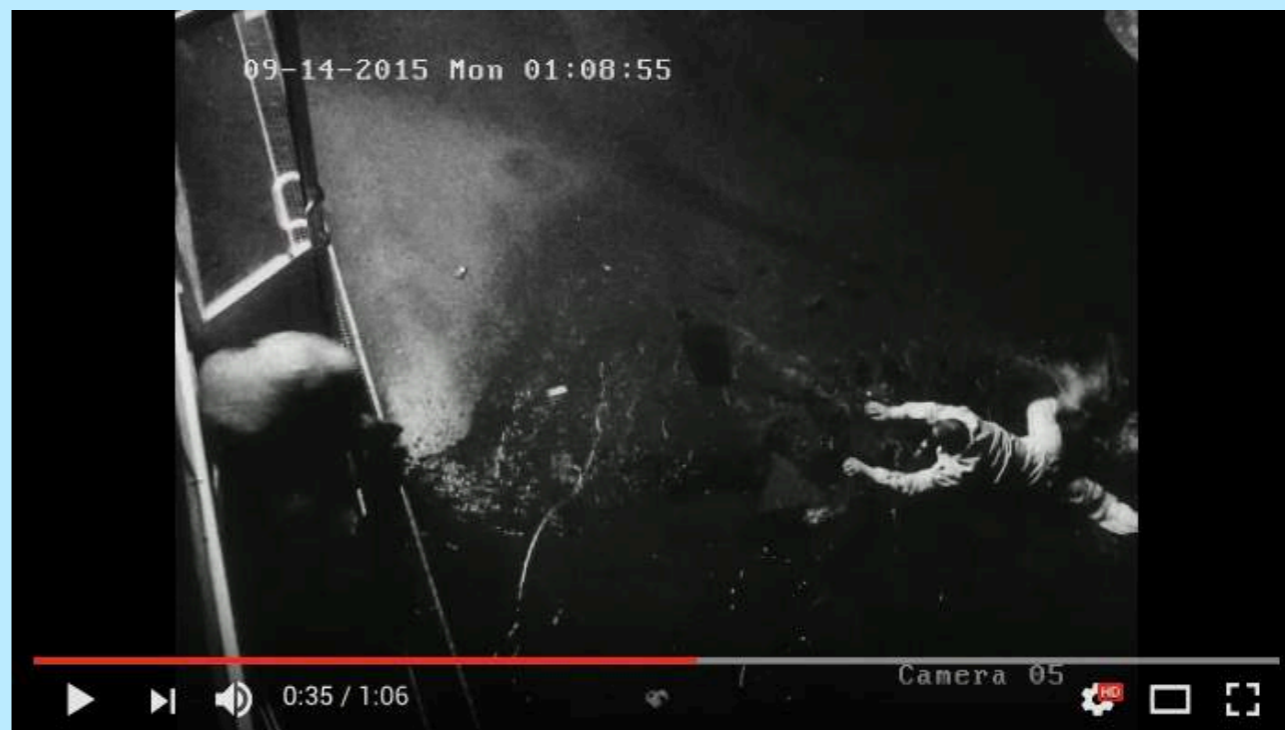


Корпоративное видео для S.A. Ricci

#ЛИДЕРЫВБИЗНЕСЕЛИДЕРЫВСПОРТЕ

Задача: Рассказать о компании S.A. Ricci в необычном ключе.

Каналы: YouTube, соцсети



ВИРУСНОЕ ВИДЕО ДЛЯ ПРОКАТА
ШОУ БРАТЬЕВ ЗАПАШНЫХ «ХОЗЯЙКА МЕРТВОГО ОЗЕРА»

Задача: Заинтрговать потенциальную аудиторию
Каналы: YouTube, соцсети, наружная реклама
Результат: 1 200 000 просмотров за 3 дня

Выбирай, куда посадить ребенка



ВСЁ РАВНО?!

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ
ВЫБИРАЙ, КУДА ПОСАДИТЬ РЕБЕНКА

RUS OUTDOOR

Задача: Напомнить родителям о необходимости использования автокресел

Результат: Успешная кампания, ставшая заметной на федеральном уровне (города-миллионники) и является уже в течение 1,5 года в качестве одной из самых “долгоиграющих” социальных кампаний.

тариф «Без гарнитуры»

**ГОВОРИ
СВОБОДНО**
до первой аварии

ВСЁ РАВНО?!



СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ
ГОВОРИ СВОБОДНО

RUS OUTDOOR

Задача: Напомнить водителям о необходимости соблюдения правил безопасности за рулем — в том числе при разговоре по мобильной связи.

Результат: Успешная кампания, ставшая заметной на федеральном уровне (города-миллионники)

тариф «SMS за рулем»

**ПИШИ SMS –
собирай аварии**

ВСЁ РАВНО?!



СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ
ГОВОРИ СВОБОДНО

RUS OUTDOOR

Задача: Напомнить водителям о необходимости соблюдения правил безопасности за рулем — в том числе при разговоре по мобильной связи.

Результат: Успешная кампания, ставшая заметной на федеральном уровне (города-миллионники)

тариф «Болтливый водитель»

ВСЕ ВХОДЯЩИЕ —
В КАПОТ

ВСЁ РАВНО?!



СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ
ГОВОРИ СВОБОДНО

RUS OUTDOOR

Задача: Напомнить водителям о необходимости соблюдения правил безопасности за рулем — в том числе при разговоре по мобильной связи.

Результат: Успешная кампания, ставшая заметной на федеральном уровне (города-миллионники)

У НАС НЕТ НОВОСТЕЙ.

Как обычно строим отличные дома и квартиры.
Уже 10 лет.



495 995 888 0

ИМИДЖЕВАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ
У НАС НЕТ НОВОСТЕЙ

ФСК ЛИДЕР

Задача: Поддержать имидж надежного застройщика во время кризиса.

Результат: Нестандартная рекламная кампания У НАС НЕТ НОВОСТЕЙ была замечена потребителем, помогла ФСК ЛИДЕР заявить о стабильности компании.

У НАС НЕТ НОВОСТЕЙ.

Как обычно строим
отличные дома и квартиры.
Уже 10 лет.



495 995 888 0



У НАС НЕТ НОВОСТЕЙ.
МЫ ПО-ПРЕЖНЕМУ СТРОИМ И ПРОДАЕМ КАЧЕСТВЕННЫЕ ДОМА.
УЖЕ 10 ЛЕТ.

СЛАВЯНСКИЙ Б-Р
ИП-КВАРТАЛ
СКОЛКОВСКИЙ
КВАРТИРЫ
ОТ 3,9 МЛН. РУБ.

МОЛОДЕЖНАЯ
ИП-КВАРТАЛ
ЗАПАДНОЕ КУНЦЕВО
СИДЕНЬ НА ГОТОВЫЕ КВАРТИРЫ
ДО 1 МЛН. РУБ.

ЛИДЕР
495 995 888 0

Защитный код «ИСК» «ИЗД» и «ИЗД» «ИЗД»...
Сайт действует с 01.03.2015 по 31.03.2019. С подробными условиями вы можете ознакомиться на сайте www.liider.ru

**МЫ ЗРЯ
КУПИЛИ ЭТУ
РЕКЛАМУ.**

У НАС НЕТ НОВОСТЕЙ,
ЗАТО ЕСТЬ РЕМОНТ В ПОДАРОК

СДАЧА В МАРТЕ • НОВОГИРЕЕВО

НОВОЕ ИЗМАЙЛОВО
ОТ 3,9 МЛН. РУБ.

**ПРОПУСТИТЕ
ЭТУ РЕКЛАМУ.**

У НАС НЕТ НОВОСТЕЙ,
ЗАТО ЕСТЬ СКИДКИ ДО 430 000 Р
НА КВАРТИРЫ В МОСКВЕ

ИП-КВАРТАЛ
М-ХАУС
ИП-КВАРТАЛ
ИП-КВАРТАЛ

ЛИДЕР
495 995 888 0

ИМИДЖЕВАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ
У НАС НЕТ НОВОСТЕЙ

ФСК ЛИДЕР

Задача: Поддержат имидж надежного застройщика во время кризиса.

Результат: Нестандартная рекламная кампания У НАС НЕТ НОВОСТЕЙ была замечена потребителем, помогла ФСК ЛИДЕР заявить о стабильности компании.

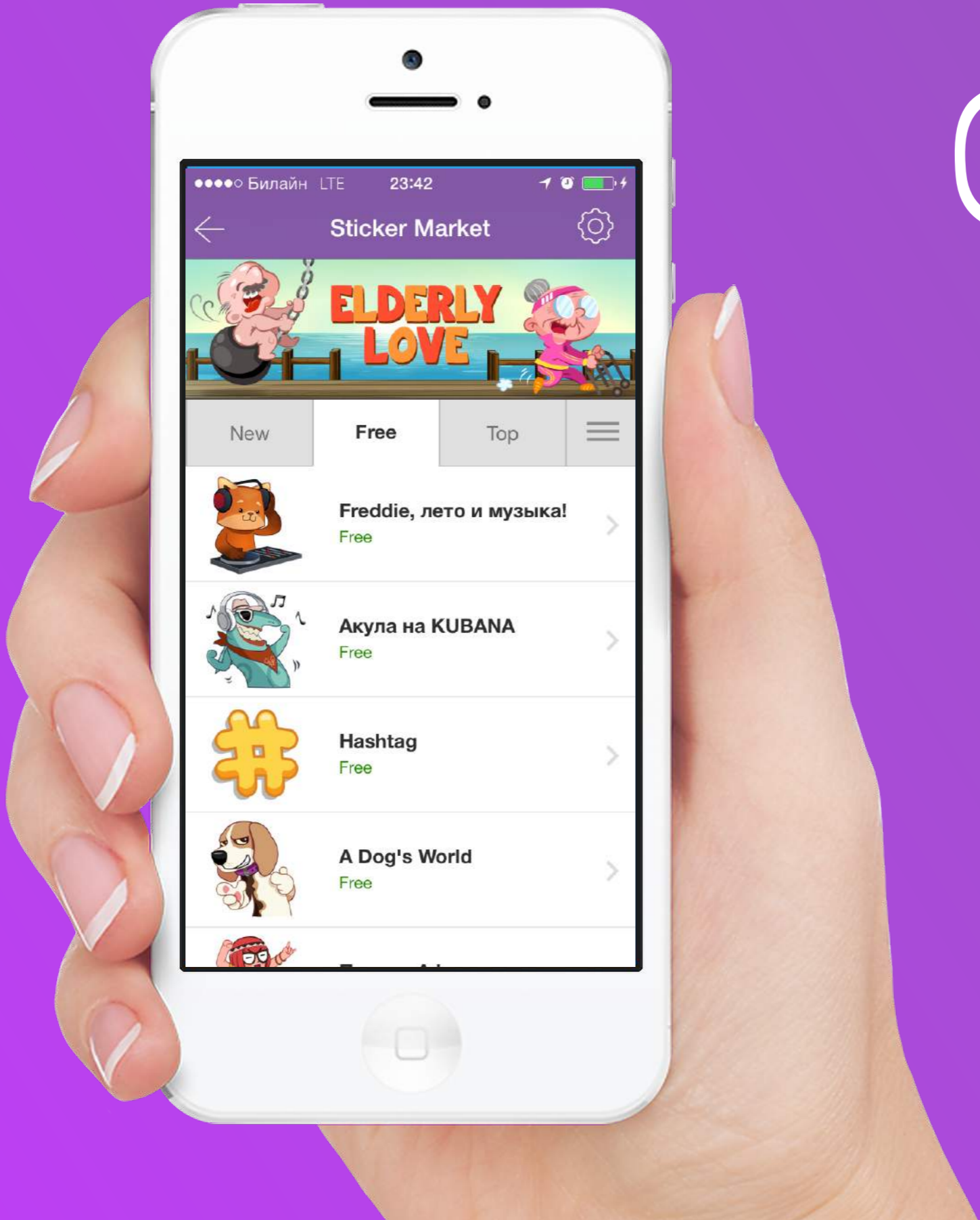


ИМИДЖЕВАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ
ВИДИМ ФУТБОЛ НАСКВОЗЬ

СПОРТ FM

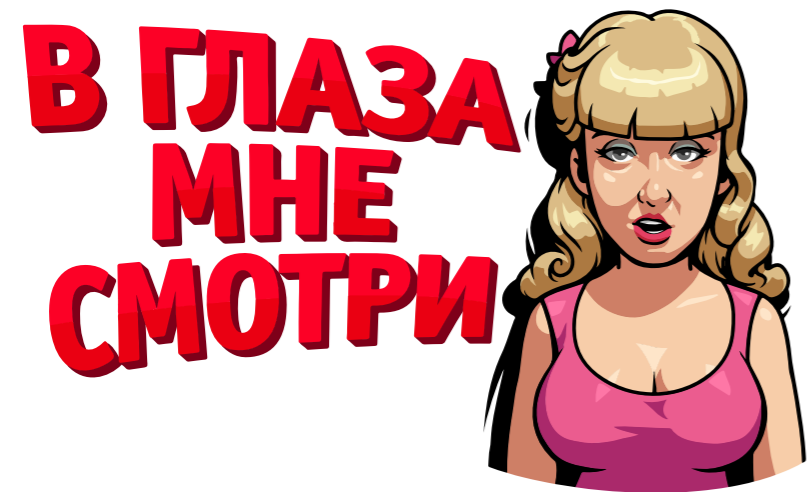
Задача: Заявить СПОРТ FM как эксперта в футболе в предверие Чемпионата Европы

Результат: Нестандартная рекламная кампания ВИДИМ ФУТБОЛ НАСКВОЗЬ (тизер-плизер)

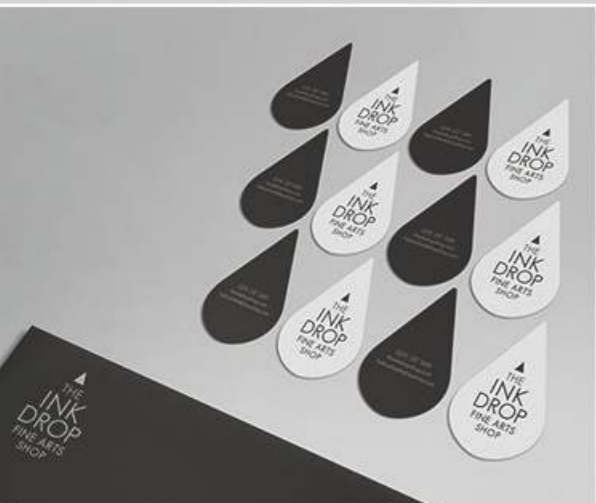


РЕКЛАМНЫЕ КАМПАНИИ, РАЗРАБОТКА
СТИКЕРОВ ДЛЯ ПРИЛОЖЕНИЯ, ДИЗАЙН РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ

VIBER

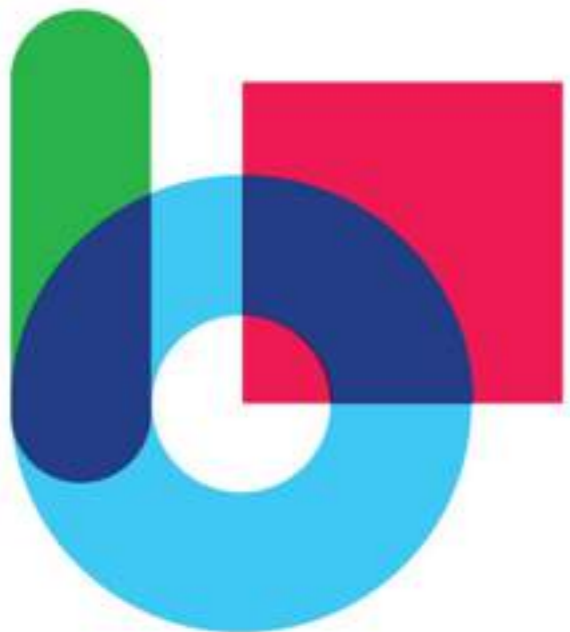








Департамент культуры города Москвы



БЛИЗКИЕ

БЛИЗКИЕ

ИНФОРМАЦИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ АКЦИИ «ЗЕЛЕНый ГОРОД»

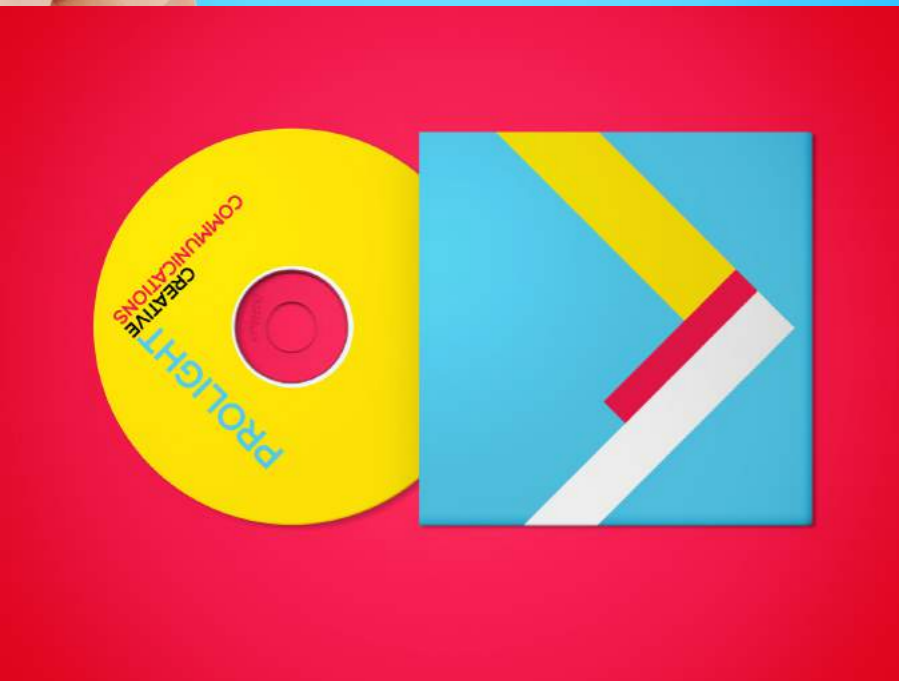
Существуют две основные трактовки понятия «текст»: «имманентная» (расширенная, философски нагруженная) и «репрезентативная» (более частная). Имманентный подход подразумевает отношение к тексту как к автономной реальности, наделенности на выделение его внутренней структуры. Репрезентативный – рассмотрение текста как особой формы представления знаний о внешней тексту действительности. В лингвистике термин текст используется в широком значении, включая и образцы устной речи. Восприятие текста изучается в рамках лингвистики текста и психолингвистики. Так, например, И. Р. Гальперин определяет текст следующим образом: «это письменное сообщение, объективированное в виде письменного документа, состоящее из ряда высказываний, объединённых связями лексической, грамматической и логической связи, имеющее определённый моральный характер, прагматическую установку и соответственно литературно обработанное» [1].



КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ
ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ ПРОЕКТА “БЛИЗКИЕ”

ДЕПАРТАМЕНТ КУЛЬТУРЫ

Задача: Создание бренда для социального проекта
Решение: Разработка позиционирования, бренд-стратегии и фирменного стиля бренда.



БРЕНДИНГ, РАЗРАБОТКА
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

PROLIGHT CREATIVE COMMUNICATIONS



БРЕНДИНГ, РАЗРАБОТКА ЛОГОТИПА,
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

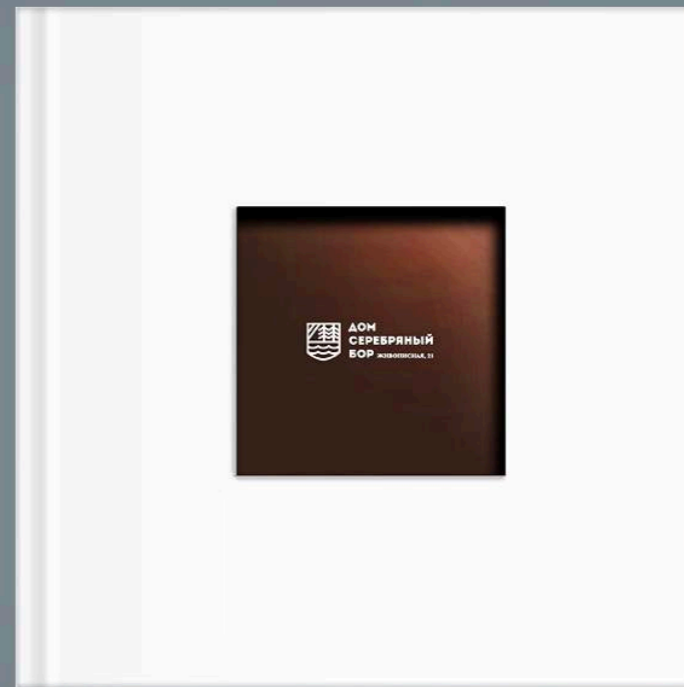
INKSPIRED (INDIA)



БРЕНДИНГ, РАЗРАБОТКА ЛОГОТИПА, ФИРМЕННОГО СТИЛЯ для ЖИЛОГО ПРОЕКТА
НОВЫЙ ЗЕЛЕНОГРАД



**ДОМ
СЕРЕБРЯНЫЙ
БОР**



БРЕНДИНГ, РАЗРАБОТКА ЛОГОТИПА, ФИРМЕННОГО СТИЛЯ для ЖИЛОГО ПРОЕКТА

СЕРЕБРЯНЫЙ БОР

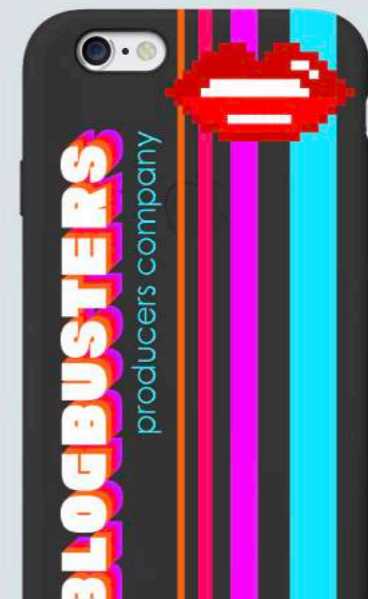
АТЛАНТ

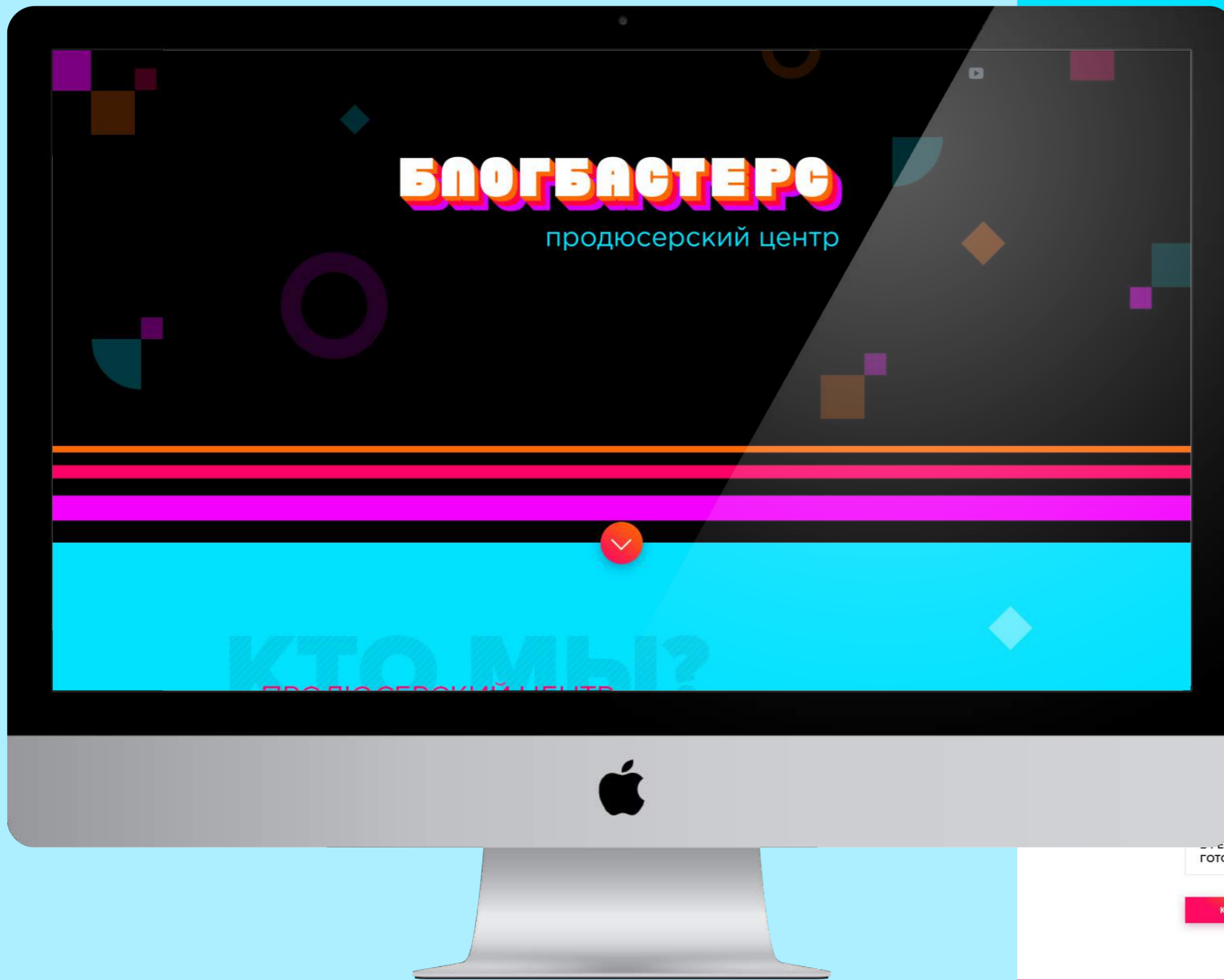
группа компаний





BLOGBUSTERS
producers company





БЛОГБАСТЕРС

продюсерский центр

КТО МЫ?

ПРОДЮСЕРСКИЙ ЦЕНТР БЛОГБАСТЕРС

В этом разделе пишут пафосные фразы о компании, её команде и опыте, но мы это, делать не будем. Если вы пришли сюда, то вы нас либо уже знаете, либо видели, что мы поэтому коротко о главном:

-  ПОМОГАЕМ ПОЛЕЗНЫМ ЛЮДЯМ СТАТЬ ЗВЁЗДАМИ
-  ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМ - СОЗДАТЬ КОНТЕНТ, ПРОДАЮЩИЙ ИХ ТОВАРЫ И УСЛУГИ

ПРОДЮСЕРСКИЙ ЦЕНТР БЛОГБАСТЕРС

ПРОДЮСЕРСКИЙ ЦЕНТР БЛОГБАСТЕРС

ОДНЫХ ДНЯ МЫ:

можем вам создать уникальную концепцию личного и бизнес блога.

учим создавать и настраивать рекламные объявления в социальных сетях, расскажем несколько секретов, как найти правильную аудиторию, оптимизировать рекламный бюджет, оторваться от конкурентов и увеличить приток подписчиков.

учим создавать и размещать вовлекающий контент, даём инструменты для анализа аудитории блога.

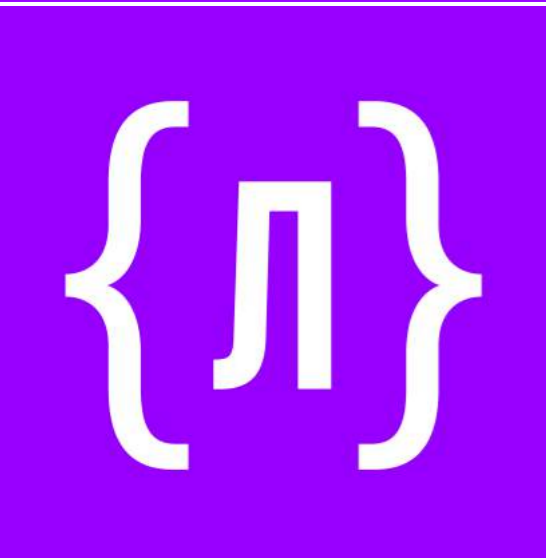
В РЕЗУЛЬТАТЕ, ВЫ ПОЛУЧИТЕ ДЕТАЛЬНЫЙ ПЛАН ГОТОВОГО БЛОГА И ЕГО РАЗВИТИЯ.

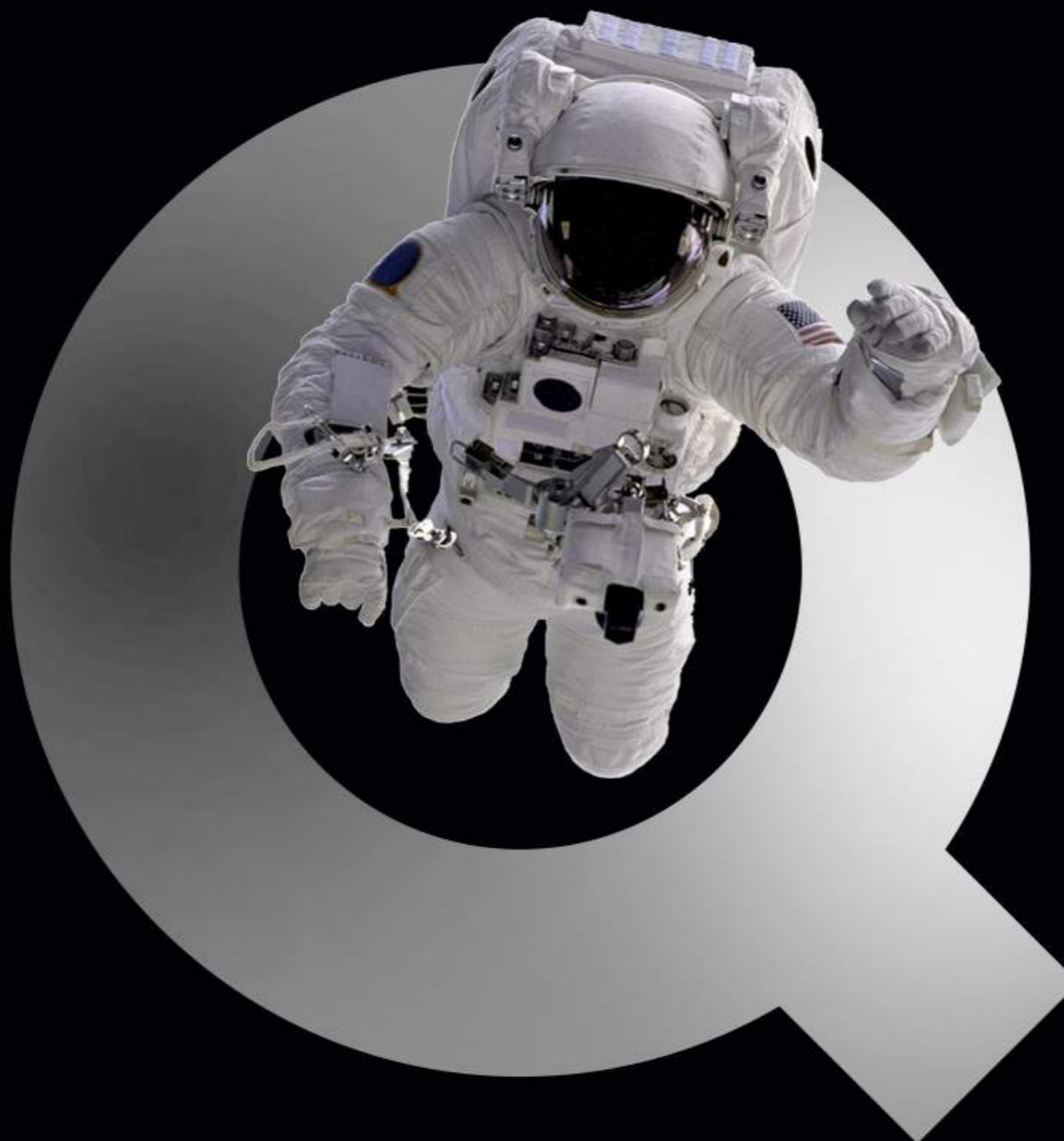
КУПИТЬ



БЛОГ В ПОДАРОК

СДЕЛАЙТЕ БЛИЗКОМУ ЧЕЛОВЕКУ НЕОБЫЧНЫЙ ПОДАРОК-СОБСТВЕННЫЙ БЛОГ С АУДИТОРИЕЙ!





**WE
MAY BE
SERIOUS.**



WE MAY
BE NOT.



WE EXITE, INVENT, AND CREATE



WE STUDY, RESEARCH, AND ANALYZE



ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
IQ MARKETING



БРЕНДИНГ: РАЗРАБОТКА ЛОГОТИПА,
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

JAGGER CLUB



Гуляш из индейки



РОССИЙСКИЙ ПРОДУКТ
ЛЕГКО ГОТОВИТЬ
20 МИНУТ







РЕДИЗАЙН УПАКОВКИ

AGRON



Agron²

ТВОРОГ
обезжиренный

0%

Agron²

ТВОРОГ
массовая
доля жира
5%

5%

Agron²

ТВОРОГ
массовая
доля жира
9%

9%









Руководство по использованию фирменного стиля для ТМ «Молком»



Версия руководства 1.0

01 Введение Ценности бренда

Традиции

Наши продукты изготавливаются по традиционным рецептам, поэтому они вкусны и остаются такими же полезными на протяжении всего существования завода «Молком».



01 Введение Слоган

Кто знает, тот любит...



03 Элементы фирменного стиля Основные цвета



Фирменные цвета используются в логотипе и стандартных элементах. В таблице показаны цвета в различных цветовых спектрах. Доступно использование оттенков каждого цвета, например, в таблицах для визуальной иерархии. Система обозначения цвета: Pantone показывает максимально точное воспроизведение цвета, поэтому лучше подходит для идентификации фирменной цветовой гаммы. CMYK — для полноцветной печати (process color), RGB — для печати с использованием ариски (spot color), RGB — для отображения фирменных цветов на экране и веб-конструкциях. BI — универсальная система цветов для промышленного производства. Насыщенность цвета понижается на 20%.

01 Введение Характер бренда

«Молком» — это бренд, который в первую очередь заботится о человеке и его качестве жизни.



01 Введение Миссия бренда

Мы производим гарантированно натуральные продукты с заботой о здоровье человека. В современном мире, когда дено проходит на бегу, и люди забывают о правильной пище, мы остаемся гарантом натуральных, природных и вкусных продуктов.

Мы стараемся внести вклад в популяризацию здорового питания!



05 Рекламные материалы Презентация



Шаблон корпоративной презентации.

03 Элементы фирменного стиля Дополнительные шрифты

АаБбВв
12345

Дополнительные шрифты являются Calibri. В случае, когда использование фирменного шрифта невозможно, например сайт, электронная почта, розничная точка, используется альтернативный системный шрифт — Calibri, в начертаниях Regular и Bold.

Calibri Light
абвгдежзijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абсдег hijklmnopqrstuvwxyz
АВСДЕГHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 (,;:[]&*)
Calibri Regular
абвгдежзijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абсдег hijklmnopqrstuvwxyz
АВСДЕГHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 (,;:[]&*)
Calibri Bold
абвгдежзijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абсдег hijklmnopqrstuvwxyz
АВСДЕГHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 (,;:[]&*)
Calibri Italic
абвгдежзijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абсдег hijklmnopqrstuvwxyz
АВСДЕГHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 (,;:[]&*)

02 Логотип Размещение на различных фонах



Логотип можно размещать на фотографических фонах, при условии их однородности. А также на фоне основных и дополнительных фирменных шрифтов.
1. Белый цвет фона
2. Однородный фотографический фон
3. На фирменном фоне логотип размещается с белой обводкой
4. Неоднородный пестрый фотографический фон
5. Цвет фона не отвечает фирменным цветам.



**USE IN CASE
OF PARTY**



СЛОГАН

FIREFIGHTER VODKA



ДИЗАЙН УПАКОВКИ, НЕЙМИНГ

ВИНО BLUE HUGS



ДИЗАЙН МЕДАЛЕЙ ДЛЯ МАРАФОНА
NIKE

AWARDS

RED APPLE
INTERNATIONAL
ADVERTISING
FESTIVAL

IDEA
INTERNATIONAL
ADVERTISING
FESTIVAL

KIAF
INTERNATIONAL
ADVERTISING
FESTIVAL

По проектам и сотрудничеству пишите:

HI@ZUPERAGENCY.COM

ZUPER

creative agency

8 (495) 620-08-83

ZUPER, 7th floor,

Nizhnyaya Syromyatnicheskaya, 10,

Moscow, Russia

WWW.ZUPERAGENCY.COM