

**BE  
BRAND  
PEOPLE**

**ADVENT&EVENT**



**РЕШАЕМ ЗАДАЧИ  
БИЗНЕСА С ПОМОЩЬЮ  
КОММУНИКАЦИОННЫХ  
ПРОЕКТОВ**

КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО ПОЛНОГО ЦИКЛА

# ПОМОГАЕМ БЫТЬ БРЕНДОМ



ШОУРИЛ



## Факты о нас:

16 лет на рынке

80 специалистов

399 мероприятий  
за год

география проектов  
>50 городов России

## Федеральные награды:

### 1 место ВЕМА!

URAL VISION TRIP,  
клиент: Министерство  
по привлечению инвестиций  
Свердловской области

### Золото НПБК

«Лучшая региональная  
маркетинговая кампания»,  
клиент: Clever Park

### Гран-при ВЕМА!

Театр великой войны,  
клиент: НПБК

### 1 место Offstage Awards

Театр великой войны,  
клиент: НПБК

### Событие года

Театр великой войны,  
клиент: НПБК

### 2 место «Золотой пазл»

«Большой диалог»,  
клиент: УБРИР

### ТОП-100

рейтинга медиабаинговых агентств России Adindex.ru

## ПОЗИЦИЯ В ИНДУСТРИИ

# АГЕНТСТВО N1

**EVENT SERVICES RATING 2022**  
РЕЙТИНГ РЕГИОНАЛЬНЫХ РЕКЛАМНЫХ АГЕНТСТВ

Участник  
ассоциаций:

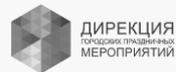
**НАОМ**  
НАЦИОНАЛЬНАЯ АССОЦИАЦИЯ  
ОРГАНИЗАТОРОВ МЕРОПРИЯТИЙ

**РОССИЯ**  
Национальное  
конгресс-бюро

R E  
M A

**АКАР**  
АССОЦИАЦИЯ  
КОММУНИКАЦИОННЫХ  
АГЕНТСТВ РОССИИ

# Нам доверяют



# Какие HR задачи решаем?



**Повышение уровня вовлеченности** сотрудников



**Снижение текучести** персонала



**Улучшение** кросс-функционального **взаимодействия** сотрудников



**Укрепление** корпоративной культуры



**Повышение уровня лояльности к руководству компании**



**Увеличение скорости** закрытия вакансий **качественными кадрами**



**Разработка и транслирование EVP** (ценностного предложения бренда)



**Сплочение и командообразование**



**Повышение эффективности** HR-бренда



**Замеры уровня здоровья** HR-бренда



**Формирование и разделение ценностей** компании

# Какие MR задачи решаем?



---

**Повышение**  
лояльности клиентов



---

**Лидогенерация**



---

**Разработка и реализация**  
рекламной кампании



---

**Разработка, запуск**  
и активация бренда



---

**Повышение**  
узнаваемости бренда



---

**Производство контента**  
и бренд-журналистика



---

**Исследование**  
уровня знания,  
лояльности,  
атрибуции



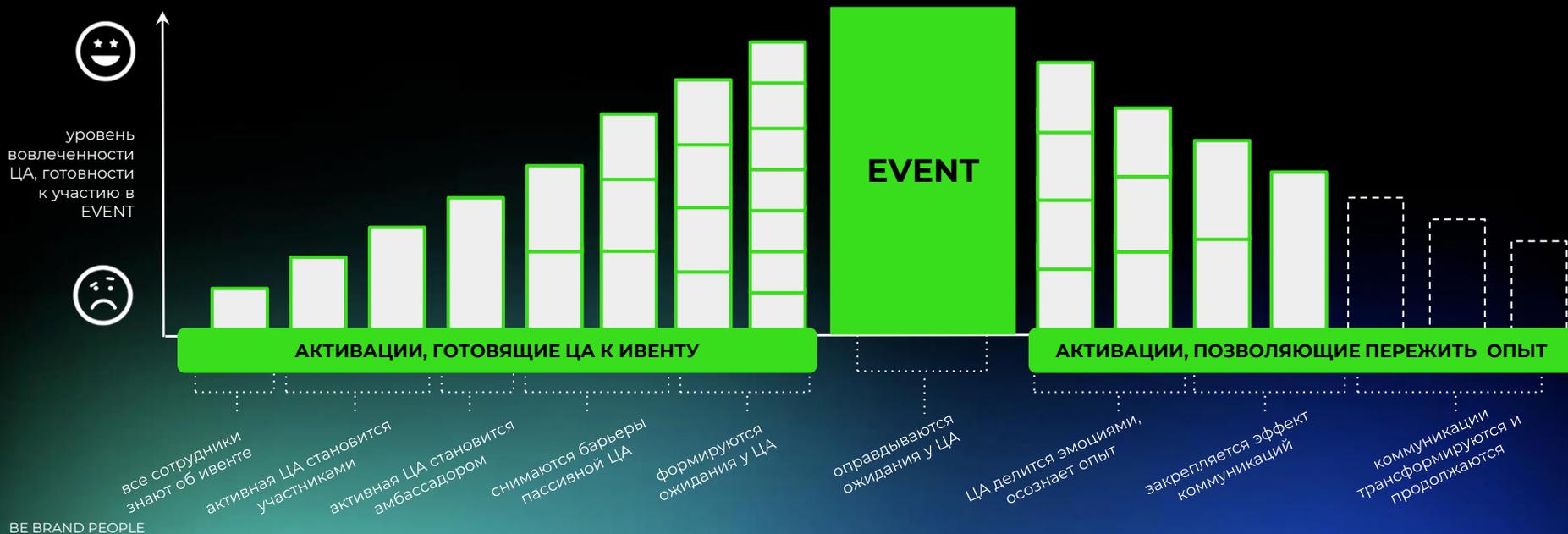
---

**Формирование**  
позиционирования,  
корректировка  
репутации

# ADVENT

КОММУНИКАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ, В ЦЕНТРЕ КОТОРОГО EVENT И СЕРИЯ АКТИВАЦИЙ, ПОДЧИНЕННЫХ ОДНОЙ ИДЕЕ, НАПРАВЛЕННЫХ НА УВЕЛИЧЕНИЕ ВОВЛЕЧЕННОСТИ ЦА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ MR И HR-ИНСТРУМЕНТОВ

ОРГАНИЧНЫЙ ЛЕГКО ТРАНСФОРМИРУЕМЫЙ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНЫЙ ЭФФЕКТИВНЫЙ ДОСТУПНЫЙ КАЖДОМУ



# Проекты



развивающие рынок

# HRD-клуб TUNEЦ

Закрытый клуб  
лидеров отрасли

## МИССИЯ СООБЩЕСТВА

- объединять вокруг себя равных
- генерировать новые HR-решения
- развиваться, чтобы быть на 2 шага впереди
- оторваться от рутины и получить эмоциональный заряд



tuneц

HRD КЛУБ



[Вступить в клуб](#)



# Рейтинг TOP50HR

Первый независимый региональный рейтинг HR-специалистов

ЭТО **ВЫЗОВ** для ПРОФЕССИОНАЛОВ, КОТОРЫЕ СВОИМИ ПРОЕКТАМИ И ТРУДОМ ВНОСЯТ ВКЛАД В РАЗВИТИЕ КОМАНД РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА

## РЕЗУЛЬТАТЫ 2022

- **98** ЗАЯВОК
- **7** НАПРАВЛЕНИЙ
- **50** ФИНАЛИСТОВ



ПОДАТЬ ЗАЯВКУ 

И ПОСМОТРЕТЬ РЕЗУЛЬТАТЫ

# ТОП 50HR

БОЛЬШОГО  
УРАЛА



# Ural HR-Forum 2022



Видео:



Фото:



Главное профессиональное событие на Урале, инициированное и организованное BE BRAND PEOPLE

## Цель:

- Объединить HR-профессионалов региона

## Задача:

- Повысить значимость профессии
- Продемонстрировать трендовые инструменты
- Обменяться прогрессивным опытом в MR-HR-коммуникациях
- Усилить событийную привлекательность региона через крупное отраслевое деловое событие

## Идея:

- День HR-специалиста – долгое время был только в календаре. Объединим HR-комьюнити региона и заложим традицию празднования профессионального праздника.

## Решение:

- 8 часов экспертизы от 80 спикеров в MTC Live Hall ЭКСПО Екатеринбург
- Вечеринка в день HR
- Нетворкинг-зоны и презентации HR-партнеров
- Видео-интервью о профессии HR

## РЕЗУЛЬТАТ:

2101

HR-специалист

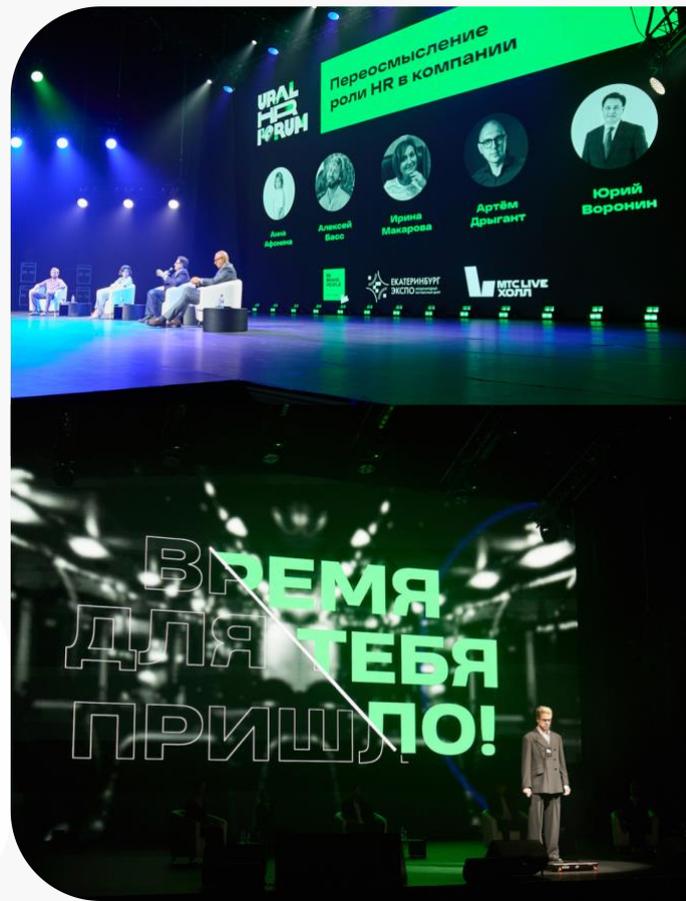
15

регионов

5 300 000

OTS

[ПОЛНЫЙ PR-ОТЧЕТ О СОБЫТИИ](#)



# Advent



КОММУНИКАЦИОННЫЕ **проекты**

# Живика: Время рекордов



Видео:



Фото:



Годовой коммуникационный проект к 25-летию сети аптек

## Цель:

- Вызвать у сотрудников чувство гордости за компанию

## Идея:

- Коммуникационный проект длиной в 365 дней.

## Задача:

- Проявить заботу о сотрудниках
- Зарядиться на новые победы
- Вовлечь всю команду в празднование 25-летия компании

## Решение:

- Был разработан коммуникационный план, включающий 5 крупных онлайн-ивентов и 3 радиоэфира
- Запустили онлайн-терминал с заданиями, обновляя его под каждое событие
- Более 300 интересных заданий написано за коммуникационный проект
- Гранд-финал в Екатеринбурге с 5-ю хедлайнерами

## РЕЗУЛЬТАТ:

8

успешных онлайн ивентов

100%

сотрудников зарегистрировались в терминале

8000

сотрудников посетило гранд-финал на стадионе



# UB-31 Набираем высоту

HR



Видео:



Фото:



Коммуникационный проект к 31-летию банка / УБРИР

## Цель:

- Вызвать у сотрудников чувство гордости за компанию

## Задача:

- Транслировать принципы культуры успеха
- Показать ценность сотрудников
- Вовлечь в активности 90% сотрудников в 97 городах

## Идея:

- Создать коммуникационный проект, который будет полезен аудитории

## Решение:

- 90 дней коммуникации в гибридном формате
- Запуск онлайн-терминала с заданиями и собственной валютой
- Рoad-шоу по 8 городам
- Финальное онлайн-мероприятие в Екатеринбурге с телемостами в 10 городах

## РЕЗУЛЬТАТ:

**+7%**  
KPI план

**4,6 балла** –  
средняя оценка мероприятия

**3850**  
участников проекта –  
**96%** штата компании



# Энергия жизни

HR



## Онлайн-проект по поддержанию здорового образа жизни / АО «Самотлорнефтегаз»

### Цель:

- Пропаганда здорового образа жизни среди сотрудников и членов их семей

### Задача:

- Вызвать интерес к проекту
- Вовлечь в активности сотрудников и их семьи
- Дать возможность принять участие каждому, вне зависимости от возраста и физических данных

### Идея:

- Создать портал с 2 блоками – «ЗОЖ и правильное питание» и «Активный образ жизни»

### Решение:

- Коммуникационный проект длительностью 9 недель
- Онлайн-тренировки, мастер-классы и конкурсы
- Прямые эфиры, все трансляции также доступны в записи

### РЕЗУЛЬТАТ:

56

активностей

412

участников

3150

посещений портала



# 5 лет району «Солнечный»



Видео:



## Коммуникационный проект / Солнечный

### Цель:

- ◆ Познакомить жителей Екатеринбурга с микрорайоном «Солнечный»

### Задача:

- ◆ Отметить юбилей микрорайона
- ◆ Повысить спрос на недвижимость
- ◆ Привлечь внимание и трафик

### Идея:

- ◆ Показать «Солнечный» глазами его жителей, сделать главными героями простых людей

### Решение:

- ◆ День района в онлайн-формате
- ◆ 30-дневный коммуникационный проект
- ◆ Пресс-туры для СМИ и блогеров
- ◆ 14 бесплатных авторских прогулок с онлайн-бронированием на лендинге
- ◆ Фото- и видео-конкурс среди жителей района

## РЕЗУЛЬТАТ:

**3 243 000**  
охват в медиа  
(+22% к плану)

**530 000**  
охват по ЦА  
(+15% к плану)

**6000**  
охват ЦА

**40 226**  
зрителей трансляции  
Дня Района  
на портале Е1



# Я Мы Территория успеха УВ



Видео:



Коммуникационный проект к 30-летию банка / УБРиР

## Цель:

- Отметить достижения и результаты банка, повысить интерес к участию в жизни банка у сотрудников

## Идея:

- Создать коммуникационный проект, который будет полезен аудитории

## Задача:

- Отметить 30-летний Юбилей банка
- Вовлечь сотрудников в новую HR-концепцию банка
- Мотивировать сотрудников на развитие в компании и достижение новых целей
- Повысить уровень лояльности сотрудников к руководству банка

## Решение:

- Онлайн-шоу в честь 30-летия банка
- Новая HR-концепция: Интеграция, Предпринимательство, Тело, Душа, Разум
- 5 радио-эфиров об успехах сотрудников
- “Терминал Успеха” (web-страница, где сотрудник может выполнить задание, получить внутреннюю валюту и обменять её на корпоративный мерч)

## РЕЗУЛЬТАТ:

**970**

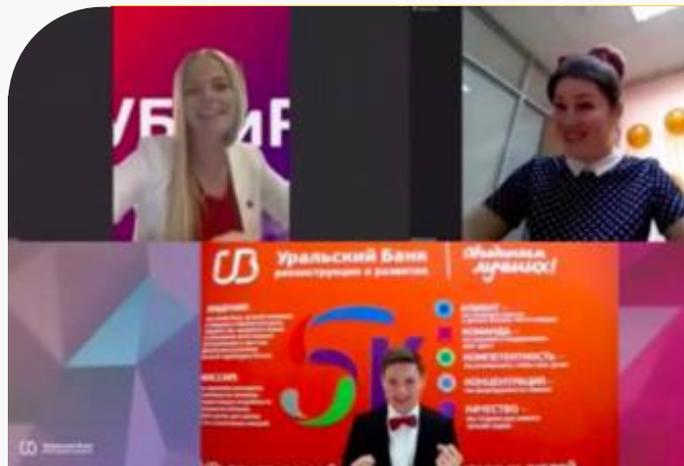
сотрудников  
участвовали в  
“Терминале успеха”

**2265**

слушателей  
в 5 радио-эфирах

**3416**

зрителей онлайн-  
трансляции дня  
банка



## 30 ЛЕТ УБРИР IS COMING SOON

стартуем 14.09 в 10:00



ТЕРРИТОРИЯ @  
УСПЕХА



# Пилюля новогоднего настроения



## Коммуникационный проект / Аптечная сеть Живика

### Цель:

- Поздравить сотрудников с Новым годом

### Задача:

- Вовлечь сотрудников в первое онлайн-мероприятие. При условии отсутствия корпоративной почты и низкой компьютерной грамотности
- Интегрировать поздравления директора компании
- Транслировать заботу о сотрудниках, которые рискуют своим здоровьем ради здоровья уральцев

### Идея:

- Большой и душевный коммуникационный проект без противопоказаний и побочных эффектов! Такой проект сможет донести смыслы и заботу без отрыва от рабочей смены.

### Решение:

- Накануне Нового Года каждую из 509 аптек посетил Дед Мороз. Он поздравил сотрудников и вручил подарки с приглашением в онлайн-игру.
- Разработан портал <https://zhiweekend.ru> для онлайн-вовлечения сотрудников, поздравлением от директора и правилами игры
- Запущена онлайн-игра, в которой за выполнения заданий можно получать баллы. На баллы возможно приобрести брендированный мерч и подарочные сертификаты

### РЕЗУЛЬТАТ:

**100%**

доставка новогодних подарков в 509 аптек по 49 городам региона

**980**

участников игры (1/3 от штата)



# Онлайн-события



# РТК, танцуй!

HR



Онлайн-проект ко Дню рождения компании / Ростелеком

## Цель:

- Вовлечь сотрудников в празднование Дня рождения компании

## Задача:

- Объединить сотрудников из 7 городов региона
- Повысить вовлеченность и лояльность к компании
- Раскрыть творческий потенциал региональных команд

## Идея:

- Создать коммуникационный проект на стыке творчества и соревнования

## Решение:

- Танцевальный батл среди команд регионов
- 5 недель репетиций, постановок уникальных номеров и продакшна видео-клипов
- Онлайн-трансляция из студии в Екатеринбурге с прямыми включениями из 6 городов

## РЕЗУЛЬТАТ:

6

телемостов

7

команд-участников

1500

единовременных просмотров онлайн-эфира



# SB-парк 2020



## Корпоративная онлайн-игра / Сбербанк

### Цель:

- Укрепить кросс-функциональное воздействие сотрудников в условиях пандемии

### Задача:

- Укрепить корпоративную культуру в новом интересном формате
- Интегрировать поздравления руководителей подразделений
- Повысить лояльность и вовлеченность сотрудников

### Идея:

- Организовать онлайн-корпоратив в формате компьютерной игры для 100 сотрудников

### Решение:

- Разработка уникального гейм-пространства
- Брендинг и кастомизация под фирменный стиль компании
- Поздравления от руководителей в формате фото, аудио и 3D-персонажей на виртуальной сцене

## РЕЗУЛЬТАТ:

**401**

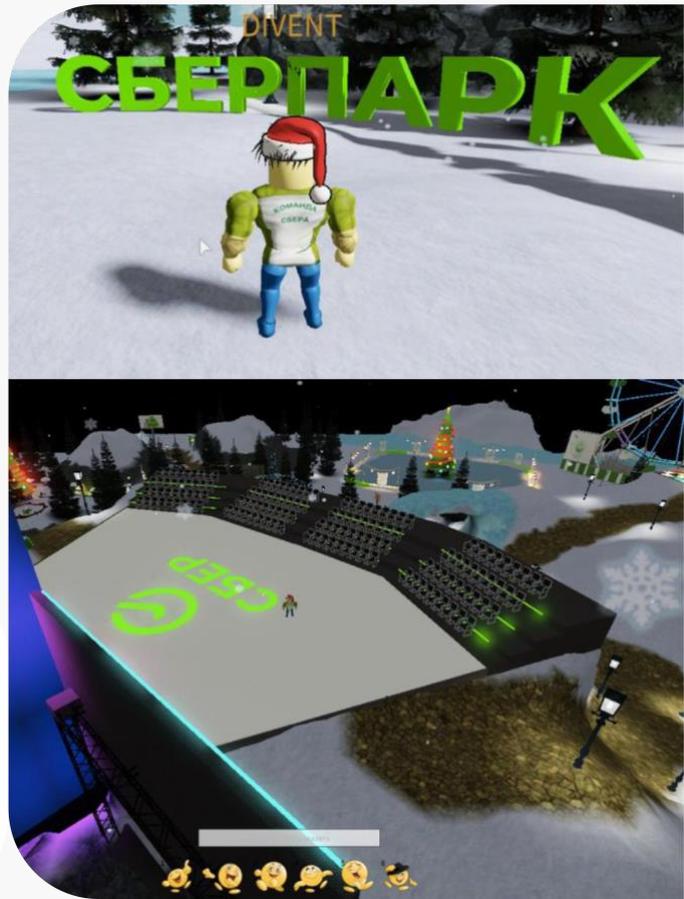
участник игры, включая детей сотрудников

**70**

единовременных игроков

**20**

лучших команд получили офлайн-призы



# ДерзАЙТИ Naumen Profi 2020



Фото:



Ежегодная корпоративная премия в онлайн-формате / Naumen

## Цель:

- Усилить взаимодействие с HR-брендом компании

## Задача:

- Подвести итоги года в актуальном формате
- Наградить лучших сотрудников
- Вовлечь 400 сотрудников в онлайн-эфир

## Идея:

- Связать идею «удалёнки» – время роллов и «кимоно» (халатов) с самурайским духом сотрудников Naumen

## Решение:

- Стилизованный сайт с онлайн-активностями и трансляцией эфира
- Анимированный дизайн, отражающий японский характер сотрудников
- «Чат-рулетка» для индивидуального общения

## РЕЗУЛЬТАТ:

**503**

гостя мероприятия

**2443**

просмотра

**385**

соединений в «чат-рулетке»  
(96% от количества сотрудников)



# ЁЛКА ЖЕЛАНИЙ

HR



Благотворительный онлайн-проект / X5 Retail Group, ТС «Пятёрочка»

## Цель:

- ◆ Сделать социально значимый проект

## Задача:

- ◆ Продемонстрировать социальную позицию бренда
- ◆ Повысить командный дух сотрудников через социальную акцию

## Идея:

- ◆ Запустить с помощью онлайн-платформы благотворительную акцию. К реализации привлечь ОО «Добровольческое движение «Дорогами добра»

## Решение:

- ◆ Разработан сайт для онлайн-проекта с видео-контентом. Подарки формировались с помощью заполненных онлайн-открыток
- ◆ Предложена и реализована механика вовлечения сотрудников через конкурс
- ◆ Самые активные сотрудники и их дети награждены памятными подарками за активное участие в корпоративной жизни

## РЕЗУЛЬТАТ:

217

желаний детей  
исполнено

1

интерактивная  
ёлка разработана

2000+

активных участников  
проекта



# Свежие и перспективные Детский день



Корпоративный онлайн-проект / X5 Retail Group, ТС «Пятёрочка»

## Цель:

- Создать увлекательный проект для детей сотрудников

## Задача:

- Сформировать лояльность к бренду у подрастающего поколения
- Продемонстрировать компанию в качестве места старта карьеры и дальнейшего карьерного роста
- Повысить лояльность сотрудников через коммуникацию с их семьями

## Идея:

- Онлайн-портал о профессиональных возможностях компании. Сотрудники и дети в формате видеороликов и коротких онлайн-шоу рассказывали о профессиях всех уровней.

## Решение:

- Разработан сайт для онлайн-фестиваля профессий
- Интегрированы конкурсные механики “Сними видеобзор”, “Что думают о работе в “Пятёрочке” дети?”
- Подготовлен и снят видеоматериал для рубрик “Свежий взгляд”, “Дети Детям”, “Город профессий”
- Самые активные сотрудники и их дети награждены памятными подарками за активное участие в корпоративной жизни
- Разработана семейная игра “Квиз-плиз”

## РЕЗУЛЬТАТ:

**7000**

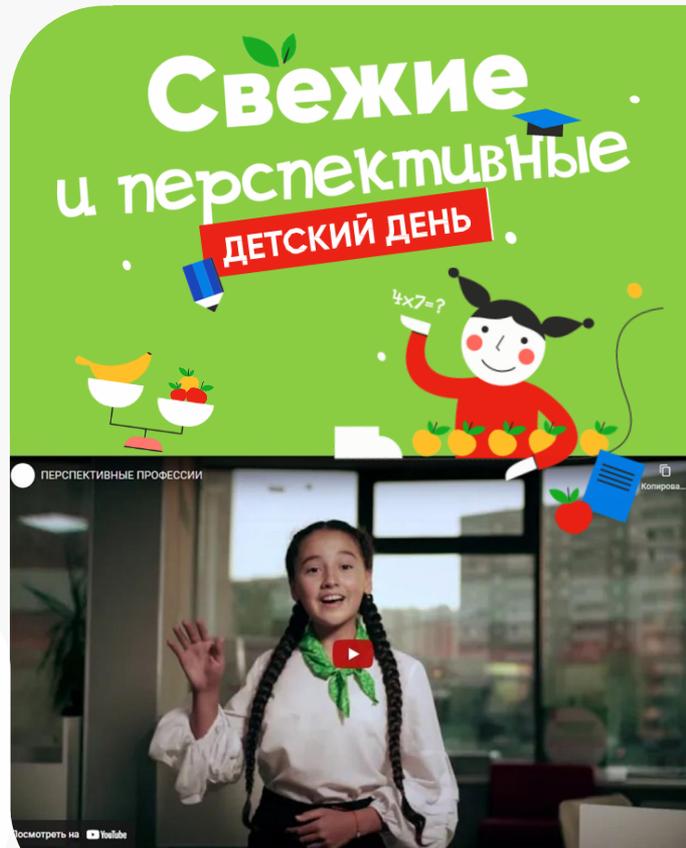
просмотров сайта

**2000**

уникальных посетителей

**72**

видео-ролика от детей представлены на конкурсе



# Офлайн-события



# BOYARD Высшая лига



Видео:



Фото:



## Офлайн-встреча дилеров / BOYARD

### Цель:

- Создать комьюнити вокруг бренда BOYARD

### Идея:

- Вовлечь партнеров в доверительную коммуникацию и показать открытость бренда

### Задача:

- Укрепить коммерческие связи с 168 дилерами по всей России
- Наладить позитивные деловые взаимоотношения
- Распространить идеи и принципы работы BOYARD среди партнеров

### Решение:

- Тизинговая кампания через мобильное приложение
- Экскурсия на производство
- Создание общего артефакта встречи

## РЕЗУЛЬТАТ:

Дилеры познакомились с производственными процессами и **усилили контакт с брендом**

Подчеркнули особый статус участников благодаря уникальной программе и digital-инструментам

Укрепилась доверительная коммуникация с брендом



# Ёлка нашего двора 2019



Видео:



Фото:



Корпоративный новый год / X5 Retail Group, ТС «Пятёрочка»

## Цель:

- Объединить 2500 сотрудников из 180 городов Уральского макрорегиона

## Задача:

- Отметить юбилей – 20 лет компании
- Показать, что «Пятёрочка» – это единая команда
- Вызвать у сотрудников чувство гордости за компанию

## Идея:

- Воссоздать атмосферу двора с двадцатилетней историей, где соседи дружат и выручают друг друга. Интегрировать ценности компании в сюжет

## Решение:

- Написана индивидуальная история, в которой приняло участие 110 артистов
- Трансляция бэкстейджа с эмоциями лучших сотрудников
- Трек-лист «Радио нашего двора» собран по заявкам сотрудников прямо на мероприятии

## РЕЗУЛЬТАТ:

**98%**

приглашенных сотрудников посетили корпоратив

**97%**

готовы рекомендовать компанию в качестве работодателя

**95%**

готовы пойти на корпоратив в следующем году



# Общее собрание коллектива 2018



Видео:



Фото:



## ПАО КБ УБРИР

### Цель:

- Подвести итоги года, наметить планы на будущее

### Задача:

- Обсудить злободневные вопросы банка в масштабе региона УрФО
- Поощрить лучших сотрудников
- Погрузить участников в корпоративные ценности компании

### Идея:

- Организовать открытый диалог, где каждый участник может задать вопрос напрямую президенту банка

### Решение:

- Организация телемоста с участием сразу 5-ти городов. Трансляция выводилась на мультимедийный экран атриума
- Сотрудники задавали вопросы лично президенту УБРИР
- 5 корпоративных ценностей отражены в номинациях для награждения лучших сотрудников. Участники осознали связь результатов их работы и ценностей компании
- Выступающие спикеры прошли курс ораторского мастерства. Модератором диалога выступил бизнес-тренер Владимир Якуба

## РЕЗУЛЬТАТ:

1160

участников мероприятия

150+

вопросов решены в прямом эфире



# Общее собрание коллектива 2019



Видео:



## ПАО КБ УБРИР

### Цель:

- Подвести итоги года

### Задача:

- Рассказать о стратегии и философии банка
- Выделить сотрудников года
- Собрать обратную связь со всех подразделений и задать ключевые векторы развития на следующий год

### Идея:

- Запустить скоростной мозговой штурм среди сотрудников для генерации направлений развития банка в формате гонки Формулы-1

### Решение:

- Сотрудники были разбиты на 5 команд, каждая проработала свой бизнес-кейс на темы в соответствии с ценностями компании
- В рамках мероприятия состоялось награждение лучших сотрудников года "Достояние УБРИР"
- Итоги дискуссии были зафиксированы технологией скрайбинг
- Идея мероприятия была подкреплена визуально и эмоционально темой Формулы-1: номер открытия, видео и аудио - контент, фотозоны - настоящие болиды, сцены в виде гоночной трассы

## РЕЗУЛЬТАТ:

1200

участников мероприятия

700+

идей сгенерировано в результате креативной гонки



# Дивизиональная конференция



## X5 Retail Group, ТC «Пятёрочка»

### Цель:

- ◆ Подвести итоги года и определить зоны роста на следующий год

### Задача:

- ◆ Указать на важность автоматизации процессов и клиентоориентированности
- ◆ Вдохновить коллектив на следующий уровень развития компании

### Идея:

- ◆ Запустить скоростной мозговой штурм среди сотрудников для генерации направлений развития банка в формате гонки Формулы-1

### Решение:

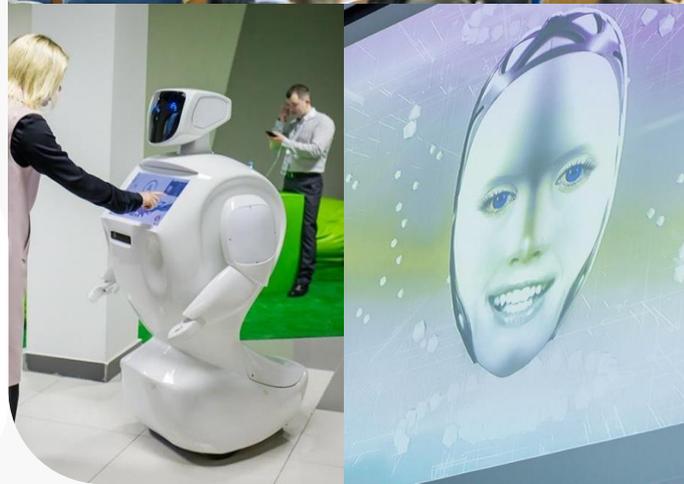
- ◆ Технологические решения мероприятия сконцентрированы на заботе о посетителях: станции подзарядки, лаунж-зоны, скоростной интернет, мобильное приложение
- ◆ Подготовлены выступления спикеров с первостепенной темой “клиентский сервис”
- ◆ Разработано мобильное приложение для сбора обратной связи, вопросов и ответов участников конференции

## РЕЗУЛЬТАТ:

**300**  
участников  
мероприятия

**95%**  
оценили мероприятие  
как полезное

**30%**  
вопросов спикерам  
было задано через  
приложение



# Рок и гламур



Видео:



## Корпоративный новый год / ПАО “МегаФон Урал”

### Цель:

- Повысить лояльность сотрудников

### Задача:

- Вовлечь сотрудников в программу мероприятия
- Укрепить корпоративные связи
- Нестандартно донести ценности компании
- Поощрить сотрудников в конце года

### Идея:

- Соединить разные темпераменты сотрудников ПАО МегаФон Урал. Именно такое сочетание противоположных взглядов и идей позволяет создавать прорывные и меняющие мир вещи

### Решение:

- Творческие номера от сотрудников под руководством режиссера и хореографа
- В качестве преактивности проведен конкурс на лучшие фотографии в образах настоящего рокера и иконы гламура
- На мероприятии выступали профессиональные артисты, работали мультимедийные интерактивы, фотозоны, прошел банкет. Хэдлинер - популярная группа N.E.V.A.

### РЕЗУЛЬТАТ:

800

участников мероприятия

95%

сотрудников дали положительную ОС



# 10 лет. Строим самое лучшее



День рождения компании / Синара девелопмент

## Цель:

- Отметить 10-летний юбилей для сотрудников и VIP-гостей

## Задача:

- Показать гостям высокий статус компании
- Подвести итоги 10-летней работы
- Соответствовать требованиям протокольной службы губернатора

## Идея:

- 10 лет строим самое важное

## Решение:

- Продемонстрировать основные достижения компании связав географию, объекты и номера сотрудников
- Модерация мероприятия звездным ведущим Валерием Сюткиным в паре с Даниилом Макеранцем
- Внимательная проработка деталей: welcome-активности, рассадка гостей, поздравление VIP-гостей - всё говорило о высоком статусе компании
- Организация пиротехнического шоу на газоне поля за полдня до проведения футбольного матча

## РЕЗУЛЬТАТ:

**200**  
участников  
мероприятия

Благодарность от  
президента-компани

Мероприятие посетили  
губернатор и глава  
Екатеринбурга



# Звездный атлас



Видео:



## Корпоративный новый год / X5 Retail Group, ТС «Пятёрочка»

### Цель:

- Отметить Новый Год в один день для всех подразделений страны

### Задача:

- Отметить Новый Год с включением онлайн-поздравлений всех подразделений страны
- Транслировать ценности компании
- Укрепить лояльность сотрудников

### Идея:

- Программа по мотивам произведения “Маленький принц” А. Экзюпери, которая органически переплелась с ценностями компании

### Решение:

- Режиссура эффективного и красивого шоу для сотрудников с выходом руководства, участием 98 артистов и 1 хэдлайнера
- Организован телемост для поздравления руководства
- Каждая из 5 ценностей компании отражена во всех деталях мероприятия: фотозоны, интерактивные зоны, видео-контент, номера артистов, брендинг мероприятия, сценарий мероприятия
- Грандиозный праздник в двух городах в один день по единой концепции

## РЕЗУЛЬТАТ:

1100

участников  
мероприятия в г.  
Екатеринбурге

2

города праздновали  
одновременно



# 20 лет. Золотые звезды



Видео:



## День рождения компании / Аптечная сеть “Живика”

### Цель:

- Отметить 20-летний юбилей компании

### Идея:

- 20 лет - это серьезная цифра и громадное достижение, которое было бы невозможным без вклада сотрудников компании, - настоящих звезд, ценных, как золото!

### Задача:

- Повысить ценность компании в глазах сотрудников
- Подчеркнуть вклад и значимость каждого сотрудника
- Укрепить межрегиональные и корпоративные связи

### Решение:

- Событие в стиле знаменитых мировых церемоний награждения: красная ковровая дорожка, “золотой” декор, звезды, цветы, свет софитов
- Торжественная часть была наполнена интересными интерактивными.

## РЕЗУЛЬТАТ:

**1550**

участников мероприятия

**95%**

положительных отзывов о мероприятии



# 25 лет. BeeFest - Bee First



Видео:



День рождения компании / Билайн / г. Казань

## Цель:

- Отметить 25-летний юбилей компании, укрепить чувство гордости за компанию

## Задача:

- Вывести сотрудников в оффлайн
- Задать тренды общения сотрудников помимо работы
- Напомнить о ценностях компании

## Идея:

- Стильный летний пикник

## Решения:

- Необычные активности создали возможность для общения сотрудников в свободной форме
- Гости вовлечены в акцию "Future in the Past", каждый приносил что-то исторически значимое для него: старые мобильники, материнские платы, провода, фотографии. Эти детали украсили арт-объект "25"
- Гости получили браслеты в цветах ценностей компании

## РЕЗУЛЬТАТ:

400

участников мероприятия

1000+

деталей для арт-объекта



# 70 лет. Формула успеха.



Видео:



Фото:



## День рождения энергетической компании / УЭКХ

### Цель:

- Укрепить гордость сотрудников компанией-работодателем

### Задача:

- Донести, что главная ценность компании - люди
- Отметить Юбилей компании 70 лет
- Продемонстрировать сотрудникам достижения компании
- Наградить почетных сотрудников

### Идея:

- 70-летний юбилей - это знаковая дата и показатель успеха компании. Формула успеха УЭКХ - это сочетание традиций и инноваций.

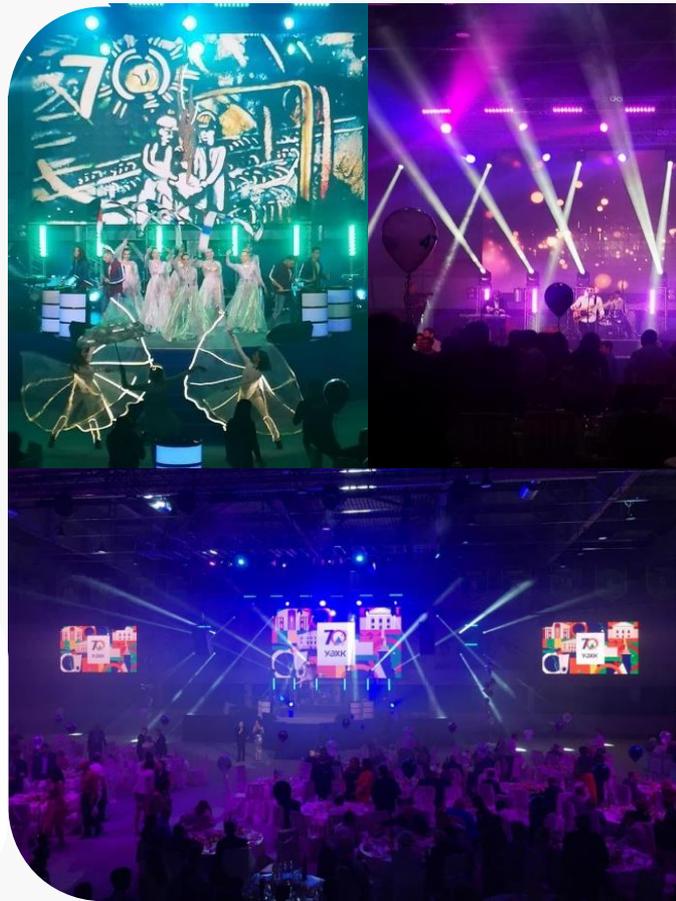
### Решения:

- Два мероприятия с перерывом в 40 минут на двух разных площадках для одной и той же аудитории
- Срежиссированное шоу открытия с разработкой уникального видеоряда на экране
- Вовлечение гостей: видео-продакшн с интервью сотрудников и их детей, исполнение гимна, а в финале - сияющая цифра 70 на световой инсталляции

## РЕЗУЛЬТАТ:

**350**  
участников мероприятия

Официальное благодарственное письмо для Be Brand Event



# День энергетика



Видео:



## Профессиональный праздник / ПАО «Енеп»

### Цель:

- Отметить профессиональный праздник

### Задача:

- Создать необычную концепцию для максимальной вовлеченности сотрудников
- Наградить лучших сотрудников

### Идея:

- Сотрудники компании отправились на полярную станцию, чтобы покорить Северный полюс, совладать с бушующей стихией и подарить местным жителям тепло.

### Решения:

- Гостей встречали аниматоры в образах йети, медведей, моржей, людей-льдин и других снежных фриков
- После сбора гостей на официальной части прошло награждение лучших сотрудников компании. Кульминацией вечера стало выступление приглашенных звезд — группы УмаТурман
- В заключении мероприятия прошел зрелищный флешмоб «Снежное шоу»

## РЕЗУЛЬТАТ:

**700**

участников мероприятия

**75**

награжденных сотрудников

**154**

артиста на площадке



# I Макрорегиональная конференция



Фото:



X5 Retail Group, ТC «Пятёрочка»

## Цель:

- ◆ Подвести итоги года работы подразделения в новом формате Макрорегиона «Урал»

## Задачи:

- ◆ Представить новое руководство компании: директора макрорегиона и директоров двух дивизионов
- ◆ Обозначить векторы развития и ценности для Макрорегиона
- ◆ Зарядить участников на продуктивную работу в новом формате

## Идея:

- ◆ Сформулировать 7 правил успеха Макрорегиона «Урал» во время конференции при участии топ-менеджеров МР «Урал»

## Решение:

- ◆ Модерация программы бизнес-тренером, который выступал в роли клиента
- ◆ Для участников проведена деловая игра, нацеленная на результат в команде
- ◆ Организована фасилитация для выработки правил взаимодействия топ-менеджеров в формате Макрорегиона «Урал». Каждый участник предложил свое видение. На основе общих идей выведены правила, принятые всеми участниками

## РЕЗУЛЬТАТ:

**400**

участников мероприятия

Сформулированы **7 правил успеха** Макрорегиона «Урал», с которым согласен каждый

**На 70%**

выросла узнаваемость Топ-менеджмента



# Дивизиональная конференция



Фото:



X5 Retail Group, ТС «Пятёрочка»

## Цель:

- Вовлечь участников в мероприятие

## Задачи:

- Нестандартно донести итоги года и поставить цели на новый год
- Повысить эффективность работы сотрудников

## Идея:

- По легенде отель “Angelo” - это секретная лаборатория, которая для вида функционирует как гостиница. В ней проводятся эксперименты, по созданию новой молекулы ДНК, которую решено назвать “Пятерочка”

## Решение:

- Команды прошли 10 этапов (“лабораторий”), после чего собрались вместе на общее задание
- Сотрудники лично поучаствовали в создании молекулы ДНК Пятерочки

## РЕЗУЛЬТАТ:

**300**  
участников  
мероприятия

**1**  
молекула ДНК  
Пятерочки собрана

**на 20%**  
повысилась  
эффективность работы



# Тимбилдинги



командообразующие мероприятия

# Всегда впереди



Фото:



## Квест / Билайн

### Цель:

- Сплотить сотрудников и продемонстрировать федеральный масштаб компании

### Задачи:

- Укрепить связи между сотрудниками в региональных подразделениях
- Привить общий командный дух
- Отразить ценности компании

### Идея:

- Аудиоквест “Всегда впереди!”

### Решения:

- Участники в группах по 50 человек получали плеер и наушники. Следуя инструкциям голоса “души Билайна”, сотрудники выполняли командные задания на 5 этапах
- Игротехник в каждой группе выдавал реквизит и управлял аудиозаписями
- Задания квеста отражали ценности компании
- В крупных городах после квеста для сотрудников проводились барбекю-пати с ведущим и ди-джемем

## РЕЗУЛЬТАТ:

**3540**

участников мероприятия

**100%**

вовлеченность сотрудников в проект

**35**

уникальных аудиозаданий



# День здоровья



Фото:



Тимбилдинг / X5 Retail Group, ТС «Пятёрочка»

## Цель:

- ◆ Повышение лояльности сотрудников

## Задачи:

- ◆ Продвижение и поддержка здорового образа жизни среди сотрудников
- ◆ Погружение участников в корпоративные ценности компании

## Идея:

- ◆ Создание развлекательной и просвещающей программы в офисе продолжительностью 2 часа, которая будет интересна для всех сотрудников

## Решения:

- ◆ Зарядка в офисе с приглашенными фитнес-тренерами
- ◆ Лекция о здоровом образе жизни
- ◆ Спортивные зоны активностей в офисе
- ◆ Мотивирующие баннеры, транслирующие корпоративные ценности

## РЕЗУЛЬТАТ:

**320**  
участников  
мероприятия

Нестандартный бодрящий сюрприз, который привел к резонансу среди сотрудников

**87%**  
сотрудников позитивно  
оценили мероприятие



# Тимбилдинг «Мобилизация 5.0»

HR



Тимбилдинг / X5 Retail Group, ТС «Пятёрочка» / Смолино PARK, Челябинск

## Цель:

- ◆ Подвести итоги полугодия  
Зарядить сотрудников на результат

## Задачи:

- ◆ Сплотить и зарядить сотрудников
- ◆ Нестандартно донести задачи конференции
- ◆ Выделить результативных сотрудников
- ◆ Вовлечь участников конференции в тимбилдинговую активность

## Идея:

- ◆ Когда возможности на пределе и необходим допинг, сотрудники Пятёрочки мобилизуются на военную базу для усовершенствования навыков каждого призывника.

## Решения:

- ◆ Военный квест с чередой препятствий, которые можно преодолеть только в команде
- ◆ Заставки спикеров конференции в аналогии с видами военных сил и обязанностях, который выполняет каждый отдел.
- ◆ Игра брейн-ринг для усиления результативности

## РЕЗУЛЬТАТ:

**210**  
участников  
мероприятия

Нестандартный  
тимбилдинг в  
экстремальных  
условиях

**93%**  
сотрудников позитивно  
оценили мероприятие



# Тимбилдинг в рамках дивизиональной конференции «Включай пятаю»



Видео:



Тимбилдинг / X5 Retail Group, ТС «Пятёрочка» / КСК Белая лошадь, г. Екатеринбург

## Цель:

- Подвести итоги полугодия
- Ускорить темп работы сотрудников, не теряя качества

## Задачи:

- Нестандартно донести задачи конференции
- Сплотить коллектив, зарядить на результат
- Вовлечь участников в тимбилдинг

## Идея:

- Сотрудники переносятся на скоростной трек, где как и в бизнесе, чтобы победить важна скорость и слаженная работа команды.

## Решения:

- Идея формулы-1 сквозь все блоки мероприятия: деловой программы и квеста, брендинг, активности, видеоконтент, униформа команд.
- Вовлечение сотрудников за 2 недели до мероприятия: каждый магазин ставил рекорд и искал источники «ускорения» работы. Отснятые на видео рекорды вошли в финальный видеоролик мероприятия.

## РЕЗУЛЬТАТ:

210

участников мероприятия

46

командных поставленных рекордов

100%

сотрудников приняли участие в квесте и собрали болид для заезда



# Спортивные события



# Турбофутбол



Видео:



## Футбольный турнир / X5 Retail Group, ТС «Пятёрочка»

### Цель:

- Подготовка команды макрорегиона перед на всероссийском футбольным турниром

### Задачи:

- Укрепить командный дух сотрудников
- Усилить патриотизм сотрудников
- Вдохновить коллектив на следующий уровень развития компании

### Идея:

- Масштабный корпоративный турнир по футболу.

### Решения:

- Тренировки и отборочные турниры проводились в течение двух месяцев в каждом регионе макрорегиона.
- Финал прошел на стадионе «Екатеринбург Арена» под девизом «Традиция объединять сильнейших»
- На протяжении финального мероприятия работали досуговые локации: общие активности для болельщиков, спортивная зона. Также гостей ждало выступление артистов во время матчей и яркие флешмобы

## РЕЗУЛЬТАТ:

**800**  
участников  
мероприятия

Команда макрорегиона «Урал» одержала победу во Всероссийском турнире

**83%**  
вовлеченность  
сотрудников



# Зеленый марафон



Видео:



## Уральский банк «ПАО Сбербанк России»

### Цель:

- Спортивный семейный праздник для всех, кто ведет активный образ жизни и заботится об окружающей среде

### Задача:

- Обратить внимание общественности на экологические проблемы
- Показать, что Сбербанк следует принципам ESG

### Идея:

- В рамках мероприятия была предложена и реализована концепция квеста «Неолимпийский зачет» - 4 и 2 шага до победы

### Решение:

- Главное событие дня - забеги на дистанцию в 4,2 км
- Помимо основной спортивной части, мероприятие включало в себя развлекательную программу на сцене и рядом с ней
- Сцена была установлена на воде

## РЕЗУЛЬТАТ:

**25 000**  
зрителей  
мероприятия

**12 000**  
участников турнира

Успешный  
благотворительный  
проект



# Фестиваль “Честные игры”



Фото:



## ЕЖК

### Цель:

- Сплотить коллектив вокруг ценностей компании

### Задача:

- Сплотить коллектив
- Транслировать ценности компании
- Выделить лучших сотрудников
- Создать насыщенную развлекательную программу

### Идея:

- Фестиваль “Честные игры” состоит из спортивных состязаний по 6 дисциплинам, развлекательной и спортивной зоны для болельщиков, а также выступлений артистов

### Решение:

- Трансляция ценностей через составляющие события: постоянное улучшение - флешмоб на развлекательной зоне, честность - судейство, результат - церемония награждения
- Благотворительный забег “Беги ради добра”. За каждый преодоленный км компания перечисляет определенную сумму в благотворительный фонд на поддержку детских домов

## РЕЗУЛЬТАТ:

**600**  
участников  
мероприятия

**1257 км**  
преодолели  
сотрудники компании



# Серия спортивных турниров

HR



## X5 Retail Group, ТС «Пятёрочка»

### Цель:

- Определить победителя, который представит макрорегион “Урал” в финале корпоративного федерального чемпионата в г. Сочи

### Задача:

- Объединить сотрудников вокруг идеи спорта, вызвать чувство гордости за себя, коллег и компанию

### Идея:

- Турбостарты — самый масштабный спортивный проект.

### Решения:

- Организована серия мероприятий в Екатеринбурге и Челябинске, включающая 5 видов спорта
- Масштабный парад флагов, мото-шоу
- На финал спартакиады был приглашен известный комментатор спортивных событий Виктор Гусев, и организована автограф-сессия

## РЕЗУЛЬТАТ:

**2800**

участников  
мероприятия

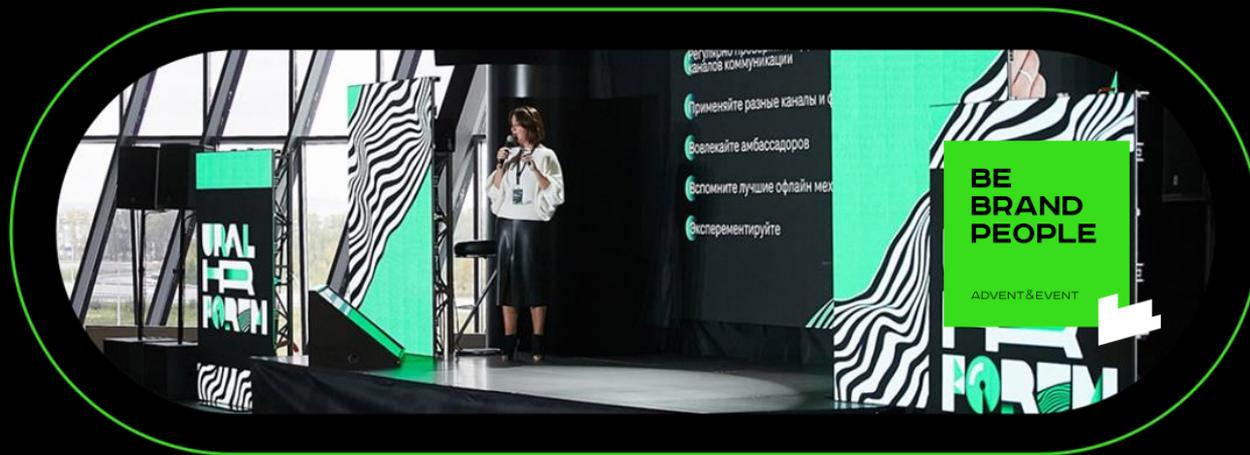
За 3 месяца спартакиады  
было проведено 7  
мероприятий, включая  
полуфинал и финал

**162**

кричалки придуманы  
сотрудниками



# Партнерские и клиентские мероприятия



маркетинговые мероприятия

# Живой диалог



Видео:



Фото:



Коммуникационный проект для партнеров сети / Аптечная сеть Живика

## Цель:

- “Живика” собрала своих ключевых партнеров, чтобы отпраздновать открытие 600-й аптеки

## Задача:

- Рассказать партнерам о достижениях компании
- Наметить вектор развития на следующие годы.
- Вместе отметить открытие 600-й аптеки

## Идея:

- Конференция “Живой диалог: откровенно на Урале”. Мы объединил тему живой коммуникации со свободой самовыражения, которой славится Урал — родина аптечной сети “Живика”.

## Решение:

- Уникальное приложение, наполненное полезной информацией о мероприятии и уникальным контентом.
- Весь декор и всё наполнение мероприятия обыгрывало тему “уральскости”: живые статуи в костюмах березок, вход украшала зеленая ковровая дорожка, столы были названы в честь 47 уральских самоцветов.
- Проработанная шоу программа, выверенная до мелочей профессиональным режиссером.

## РЕЗУЛЬТАТ:

**1500+**

фотографий участников  
выложено в соцсети

**100%**

участников высоко  
оценили  
мероприятие

**28**

партнеров записали  
интервью с  
признаниями



# Ural HR-Forum 2022



Видео:



Фото:



Главное профессиональное событие на Урале, инициированное и организованное BE BRAND PEOPLE

## Цель:

- Объединить HR-профессионалов региона

## Идея:

- День HR-специалиста – долгое время был только в календаре. Объединим HR-комьюнити региона и заложим традицию празднования профессионального праздника.

## Задача:

- Повысить значимость профессии
- Продемонстрировать трендовые инструменты
- Обменяться прогрессивным опытом в MR-HR-коммуникациях
- Усилить событийную привлекательность региона через крупное отраслевое деловое событие

## Решение:

- 8 часов экспертизы от 80 спикеров в MTC Live Hall ЭКСПО Екатеринбург
- Вечеринка в день HR
- Нетворкинг-зоны и презентации HR-партнеров
- Видео-интервью о профессии HR

## РЕЗУЛЬТАТ:

2101

HR-специалист

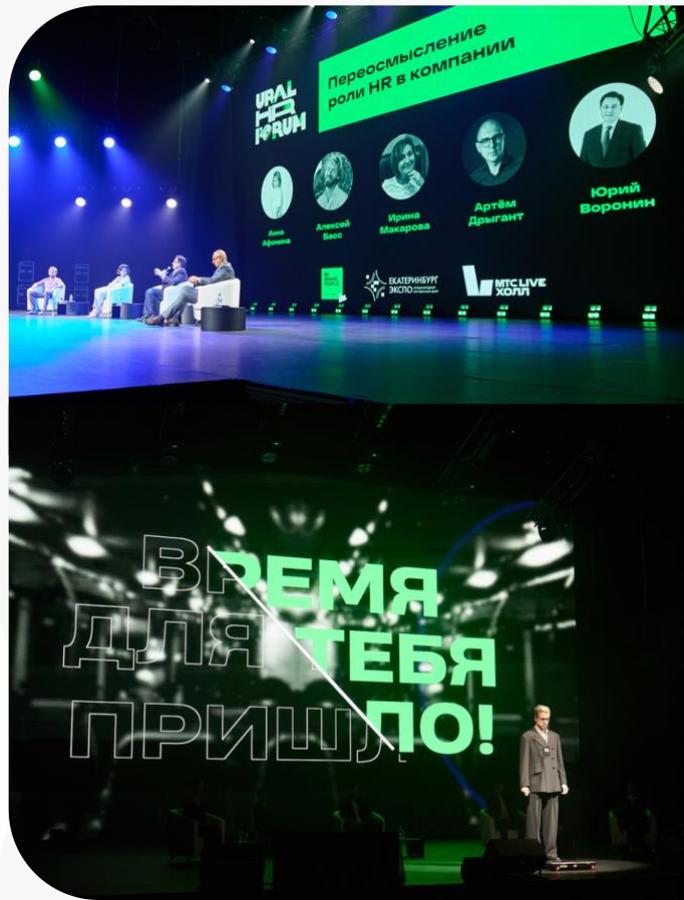
15

регионов

5 300 000

OTS

[ПОЛНЫЙ PR-ОТЧЕТ О СОБЫТИИ](#)



# Открытие корпоративного университета



## Трубная металлургическая компания

### Цель:

- Открыть собственный корпоративный университет

### Идея:

- Университет будущего

### Задачи:

- Показать высокий статус и инновационность компании
- Продемонстрировать возможности университета для сотрудников

### Решение:

- Главной фишкой события стал искусственный интеллект, владеющий всеми знаниями компании и существующий на большом экране

## РЕЗУЛЬТАТ:

60

участников мероприятия

1

виртуальный ведущий

100+

заявок на обучение



# Blaser Open Air. Открытое небо возможностей



Видео:



## Клиентское мероприятие / Промышленная компания Blaser Swisslube

### Цель:

- Повысить лояльность клиентов и партнеров компании

### Идея:

- Фестиваль воздухоплавания с атмосферой европейской ярмарки. Вдали от города клиенты компании объединяют знания, командный дух с энергией и гармонией окружающей среды

### Задача:

- Развить традицию проведения клиентского мероприятия в формате ежегодного фестиваля
- В неформальной обстановке презентовать клиентам предложения компании
- Погрузить гостей в атмосферу европейской ярмарки, где можно расслабиться и отдохнуть

### Решения:

- Аэродром превратился в место встречи друзей и партнеров с их семьями
- 20 активностей и площадка для нетворкинга
- Фестиваль свечения - захватывающее зрелище загорающих воздушных шаров под аккомпанемент оркестра и DJ
- Одновременный запуск 7 воздушных шаров в качестве дружественного чемпионата по воздухоплаванию

## РЕЗУЛЬТАТ:

**200**  
участников  
мероприятия

Заложена традиция и формат ежегодного клиентского мероприятия

Мероприятие посетил директор по продажам в Швейцарии Patrick Mathys



# Интеграция в выставку “Хлеб - ты мир”



Видео:



Фото:



Для выставки международного форума предприятий и организаций потребительской кооперации / Свердловский Облпотребсоюз

## Цель:

Представить Уральский регион на международном форуме предприятий и организаций потребительской кооперации “Хлеб - ты мир”

## Задачи:

- Продемонстрировать уникальность Свердловской области
- Выделить стенд Свердловского Облпотребсоюза среди экспонентов выставки

## Идея:

- Концепция стенда “Сила притяжения Урала”, отражающая уникальность и характер региона

## Решения:

- Сферический шатер благодаря подсветке был маяком для гостей ночью
- Выставка ключей, отлитых из уральского металла, который использовался для Эйфелевой башни
- Два раритетных мотоцикла “Урал”
- Самоцветы из Уральского музея камня
- Арт-объект “Большая медная гора”

## РЕЗУЛЬТАТ:

**32 000**

участников выставки

**70**

субъектов РФ и делегации из 36 стран приняли участие в выставке

Стенд посетил помощник президента и глава международной кооперации потребительских обществ



# Объединяя возможности. ДОРОГА 2019



Видео:



Фото:



## Праздничный ужин в рамках международной выставки “Дорога”

### Цель:

- Создать атмосферу благоприятную для общения и знакомства VIP публики

### Задачи:

- Настроить гостей на позитивную волну
- Передать основной месседж “Екатеринбург нас здорово встретил, я буду об этом вспоминать”

### Идея:

- Символ выставки “Дорога” - две стрелки, обозначающие синергию, то есть взаимодействие и объединение. Принимающая сторона - Екатеринбург, благодаря уникальному расположению становится местом, объединяющим возможности.

### Решения:

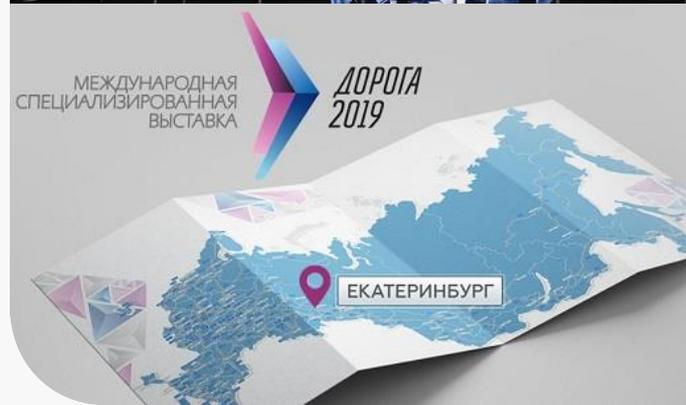
- Инсталляция, где слова-города, написанные участниками вращаются вокруг логотипа события, приобретают уникальные формы и становятся частью шедевра, созданного гостями
- Танцевальный номер открытия, синхронизированный с видеорядом проекции, артисты “растягивают” символические деревья под закадровый голос

## РЕЗУЛЬТАТ:

**350**  
участников  
мероприятия

Событие оставило приятные эмоции у гостей и вызвало желание посетить Екатеринбург вновь

**97%**  
участников  
мероприятия дали  
положительную ОС



# Интеграция в выставку ИННОПРОМ 2022

HR



## Стенд Сбербанка

### Цель:

- ◆ Привлечь посетителей выставки к стенду Сбера, организовать зону отдыха

### Задачи:

- ◆ Продвигать новые продукты банка
- ◆ Привлекать внимание посетителей

### Идея:

- ◆ Возведем специальную зону/фотозону в декорациях удобной квартиры, наполненной визуальными отсылками к бренду Сбербанка.

### Решение:

- ◆ Зона с телефонными трубками, в которых проигрывались звуки из приложения СберЗвук
- ◆ Хватайка с идеями стартапов и призами от Сбера.

## РЕЗУЛЬТАТ:

**Более 1000**  
призов разыграно

**20000**  
посетителей  
за 4 дня



# MICE



деловые мероприятия,  
направленные на продвижение региона

# XII RUSSIAN BUSINESS TRAVEL AND MICE AWARD 2021



Видео:



Фото:



Торжественная церемония награждения лауреатов и победителей премии

## Цель:

- ◆ Наградить лучших

## Идея:

- ◆ Создадим особую атмосферу для гостей города. Покажем, что такое гостеприимство по-уральски

## Задача:

- ◆ Разработать концепцию мероприятия
- ◆ Подобрать артистов для шоу-программы
- ◆ Организовать питание для гостей мероприятия

## Решение:

- ◆ Создана уникальная концепция, гармонично сочетающая в себе бизнес-составляющую и элементы шоу
- ◆ Организован фуршет на 150 человек с концертной программой
- ◆ Привлечена специальная съемочная команда, чтобы заснять живые эмоции победителей премии

## РЕЗУЛЬТАТ:

19

наград получили участники

ВСЕ ГОСТИ

оценили высокий уровень организации

19

роликов о номинантах премии



# Ural Vision Trip



Видео:



Фото:



Стратегическая сессия агентств-членов Russian Event Marketing Association (REMA), которая впервые прошла в выездном формате в Екатеринбурге.

## Цель:

- ◆ Продвижение Свердловской области в качестве event-дестинации. Привлечение мероприятий и event-заказчиков в Уральский регион.

## Задача:

- ◆ Продемонстрировать инфраструктуру региона ключевым игрокам событийной индустрии (REMA), погрузить в культуру гостеприимства Урала
- ◆ провести креативный штурм по туристической привлекательности Уральского региона
- ◆ создать дорожную карту продвижения региона и маркетплейс

## Идея:

- ◆ привести лидеров событийной индустрии в регион и показать им реальные возможности

## Решение:

- ◆ Встреча REMA в Екатеринбурге
- ◆ Запись гимна в студии звукозаписи
- ◆ Стратегическая сессия в ЕКАТЕРИНБУРГ-ЭКСПО
- ◆ Экскурсия в Екатеринбург-АРЕНА
- ◆ Форсайт-сессия по позиционированию региона
- ◆ Оценка результатов мозгового штурма

## РЕЗУЛЬТАТ:

**15**

гостей  
REMA

**49**

гостей  
форсайт  
-сессии

**8**

заявок на  
проведение  
мероприятий

**>7000**

просмотров  
сайта за первые  
3 месяца

**x6**

превышен  
KPI план

**НАГРАДЫ:** ВЕМА! 1 место лучший малобюджетный проект, 2 место лучший региональный проект



# НАОМ на Урале



Видео:



Фото:



## Годовое собрание Национальной Ассоциации организаторов Мероприятий 2021

### Цель:

- убедить ивент-агентства России в том, что крупные мероприятия можно проводить не только в Санкт-ПЕТЕРБУРГЕ, СОЧИ И МОСКВЕ

### Идея:

- Погружаем гостей в аутентичность Урала, через мероприятие, людей, партнеров и афтерпати.

### Задача:

- подвести итоги 2020 и наметить стратегию развития ассоциации в 2021
- рассказать об ивент-возможностях Свердловской области
- сделать участников НАОМ адвокатами ивентов на Урале

### Решение:

- 1 месяц коммуникации с участниками собрания через telegram-чат, гайды, и дайджесты мест must to visit
- Пресс-конференция о СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ В СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ
- 3 дня деловой программы
- Форсайт сессия с представителями ивент-агентств и mīce-оператора региона по mīce-позиционированию Свердловской области

## РЕЗУЛЬТАТ:

48

руководителей ивент-агентств из 18 регионов страны офлайн

40

участников онлайн

80

участников форсайт-сессии

40

позитивных отзывов

300 000

медиа-охват

Be Brand Advent



# Ural HR-форум 2022



Видео:



Фото:



Главное профессиональное событие на Урале

## Цель:

- Объединить HR-профессионалов региона

## Идея:

- День HR-специалиста – долгое время был только в календаре. Объединим HR-комьюнити региона и заложим традицию празднования профессионального праздника.

## Задача:

- Повысить значимость профессии
- Продемонстрировать трендовые инструменты
- Обменяться прогрессивным опытом в MR-HR-коммуникациях
- Усилить событийную привлекательность региона через крупное отраслевое деловое событие

## Решение:

- 8 часов экспертизы от 80 спикеров в МТС Live Hall ЭКСПО Екатеринбург
- Вечеринка в день HR
- Нетворкинг-зоны и презентации HR-партнеров
- Видео-интервью о профессии HR

## РЕЗУЛЬТАТ:

1661

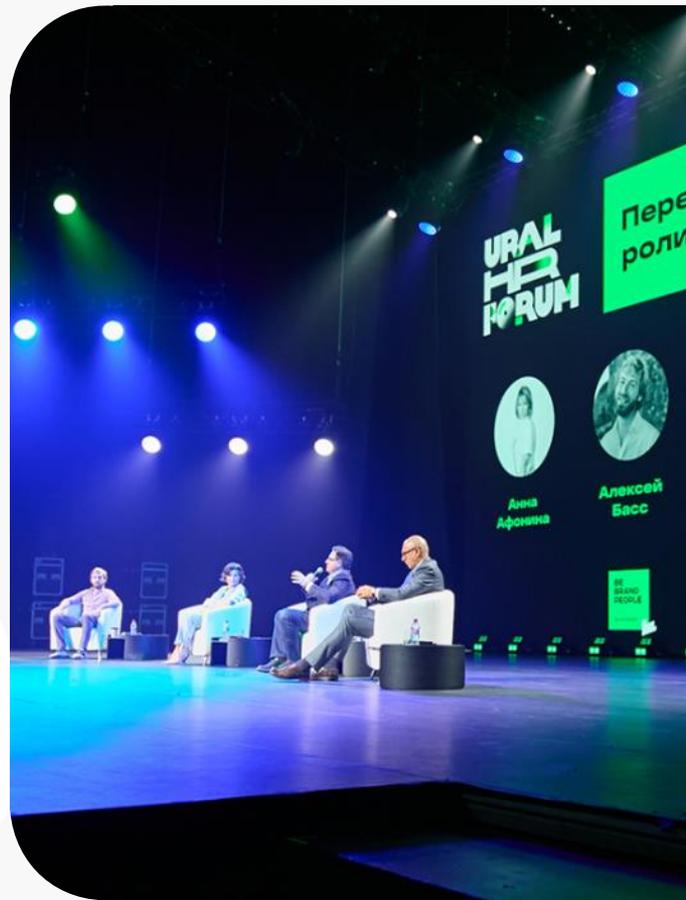
HR-специалистов

15

блогеров

> 500 000

Social Media  
Outreach



# Ural HR-Forum 2021



Видео:



Фото:



Главное профессиональное событие на Урале

## Цель:

- Объединить HR-профессионалов региона

## Идея:

- Объединение HR-комьюнити региона и заложим традицию празднования профессионального праздника развитием и эмоциональным зарядом.

## Задача:

- Повысить значимость профессии
- Продемонстрировать трендовые инструменты и обменяться прогрессивным опытом в MRHR-коммуникациях
- Усилить событийную привлекательность региона через еще одно крупное отраслевое деловое событие

## РЕЗУЛЬТАТ:

150

HR-специалистов

15

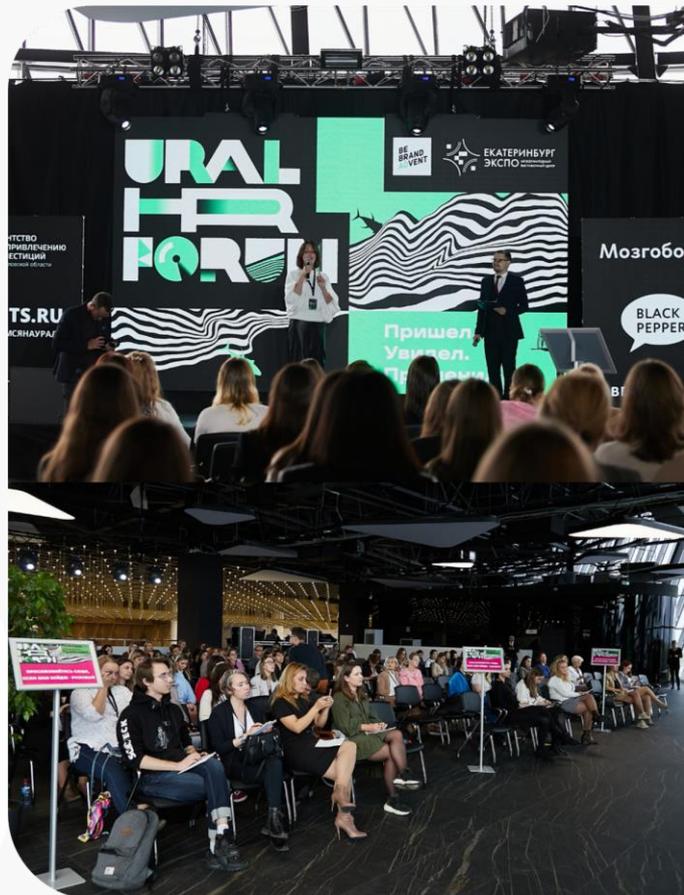
блогеров

5

часов деловой программы

200 000

медиа-охват



# Открытие подразделений, магазинов, цехов



маркетинговые мероприятия

# Вечеринка по случаю открытия магазина

HR



## День рождения компании / Leroy Merlin

### Цель:

- Вдохновить сотрудников перед открытием 2-го магазина в Екатеринбурге

### Задача:

- Подчеркнуть значимость каждого сотрудника
- Поблагодарить за вклад в открытие
- Дать расслабиться перед проделанной колоссальной подготовки к открытию

### Идея:

- Леруа Мерлен - это уютный Дом мечты, куда хочется приходить. Вечеринка в свитерах - олицетворение теплоты и дружбы, и все сотрудники - одна большая семья.

### Решения:

- Дресс-код вечеринки: свитера
- Онлайн-съёмка мероприятия и производство экспресс видео-роликов, которые транслировались на экраны на самом мероприятии и поднимали корпоративный дух и гордость сотрудников за свой результат
- Welcome-шоу в брендированной фуре-сцене
- “Клубочный” флешмоб в прямом смысле связал всех сотрудников компании

## РЕЗУЛЬТАТ:

**300**  
участников  
мероприятия

**На 67%**  
повысилась лояльность  
сотрудников

Благодарность коллег,  
резонанс вечеринки  
внутри коллектива



# Открытие автосалона Volvo car Автолидер

HR



## Цель:

- ◆ Презентовать автомобильный салон премиум сегмента, подчеркнув философию бренда

## Задачи:

- ◆ Показать преимущества нового салона для клиентов
- ◆ Создать информационный повод для СМИ и автомобильных блогеров
- ◆ Продемонстрировать отличие от других премиальных брендов
- ◆ Создать уникальную программу открытия, в ходе которой автомобиль разговаривает с гостями

## РЕЗУЛЬТАТ:

**70**  
участников  
мероприятия

Необычная церемония  
открытия автосалона,  
которая запомнилась  
гостям

**97%**  
участников  
мероприятия  
положительно оценили  
событие

## Идея:

- ◆ Volvo - nova launch. Концепция в скандинавских традициях минимализма, уюта, комфорта и качества

## Решения:

- ◆ Танцевальный номер открытия с автомобилем
- ◆ Программа мероприятия выстроенная на диалоге с автомобилем
- ◆ Фотосессия гостей была оформлена в формате Лица бренда: фотоколлаж из фотографий гостей мероприятия



# Открытие магазина Leroy Merlin

HR



Видео:



## Цель:

- Открытие 2-го магазина в Екатеринбурге

## Задачи:

- Привлечь оптовых и розничных покупателей в магазин
- Укрепить командный дух и повесить лояльность сотрудников

## Идея:

- Леруа Мерлен - это Дом мечты, куда хочется приходить. Здесь сотрудники трудятся с любовью, а покупатели находят все для уюта в своем доме

## Решения:

- Два мероприятия с интервалом в 1 час.
- 5 видео-роликов с покупателями и сотрудниками транслировались в день открытия
- Съемка клипа для номера открытия с участием совета директоров
- Торжественная церемония открытия: фуршет, перерезание ленты с участием руководства из Франции и администрации Екатеринбурга
- Развлекательная программа в сцене-фуре в день открытия
- Подарки первым покупателям и мастер-классы для взрослых и детей

## РЕЗУЛЬТАТ:

**8000**

клиентов участников мероприятия

**550**

сотрудников участников мероприятия

**100**

оптовых покупателей



# Открытие ТРЦ “Академический”

HR



Видео:



ООО “Стройтек”

## Цель:

- Открыть торговый центр в спальном районе

## Задачи:

- Привлечь потенциальных покупателей
- Продемонстрировать возможности для шоппинга и развлечений для семей

## Идея:

- #мой сосед напротив

## Решения:

- Праздничная программа, выступление творческих коллективов, подарки и мастер-классы, а в завершении - салют
- Представители Администрации района и города перерезали красную ленту у главного входа в ТРЦ и отправились на экскурсию и фуршет
- Шоу программа на сцене, мастер классы, зоны партнеров и квест для посетителей внутри ТРЦ

## РЕЗУЛЬТАТ:

**3000**

участников мероприятия

**2000**

призов разыграно со сцены

**20**

шоу-номеров



# PR-акции, VTL-мероприятия



маркетинговые мероприятия

# Big Family Sale



## Маркетинговое мероприятие / ТРЦ Радуга Парк

### Цель:

- Рост покупательского спроса в ТРЦ “Радуга парк”

### Идея:

- Семейное мероприятие с акциями на покупки в течение weekend

### Задача:

- Привлечь семейную аудиторию в ТРЦ
- Увеличить средний чек покупки

### Решение:

- Запуск акции, нацеленной на покупки на сумму от 2000 рублей
- Активности для мам, пап и детей для привлечения покупателей
- Развлекательная программа с конкурсами и подарками для гостей

## РЕЗУЛЬТАТ:

**2000**  
зрителей  
мероприятия

**Рост**  
трафика в ТРЦ  
“Радуга парк”

Определение портрета  
покупателя для  
целевой рекламной  
компании



# Автопробег в честь 75-летия битвы на Курской дуге



Видео:



## Маркетинговое мероприятие / Wargaming

### Цель:

- Патриотическое воспитание населения и продвижение бренда Wargaming

### Задача:

- Поддержать инициативы организации патриотической акции
- Выразить благодарность ветеранам ВОВ
- Усилить внимание к юбилею ключевой танковой битве в истории

### Идея:

- Возглавить патриотическую акцию местного сообщества

### Решение:

- Организация автомобильной колонны при сопровождении ГИБДД двух областей по маршруту Курск - Звонница, Прохоровка
- Праздничная программа на финишной точке
- Флешмоб - автомобили - участники колонны формируются в надпись WOT
- Конкурсы от ведущего с призами. Конкурсы связаны с фактами из битвы на курской дуге и танками
- Благодарность ветерана

## РЕЗУЛЬТАТ:

550

участников мероприятия, колонна из 100 автомобилей

79

публикаций в СМИ

### Повышение

лояльности к бренду со стороны административных структур и клиентов



# Массовые мероприятия, фестивали, open-air



# Летний фестиваль 2022

HR



## Масштабный ивент на стадионе Екатеринбург-Арена

### Цель:

- Организовать 25-летие компании в условиях полной секретности

### Задача:

- Скрыть название бренда на самой большой площадке города
- Создать общее событие для сотрудников в честь юбилея компании
- Привлечь целевую аудиторию со всей страны

### Идея:

- Фестиваль вкуса, впечатлений и ярких эмоций

### Решение:

- Вэлком-зона с точками активностей, питания, выступлением хедлайнера на малой сцене
- Масштабный концерт на главной сцене — 5 самых популярных хедлайнеров отечественной эстрады
- Онлайн-трансляция, предложение руки и сердца, четкая логистика, выстроенная режиссура

## РЕЗУЛЬТАТ:

**8000**

участников  
из 67 городов России

**826**

человек персонала  
на площадке

**94%**

гостей положительно  
оценили  
мероприятие



# Театр великой войны



Видео:



Фото:



Авторский проект Be Brand при поддержке РМК и Администрации г. Екатеринбурга 2018-2019 гг.

## Цель:

- ◆ Сохранить эмоциональную память о Великой Отечественной войне

## Задача:

- ◆ Дать почувствовать на эмоциональном уровне, что такое война
- ◆ Сделать зрителя непосредственным участником событий военного времени
- ◆ Раскрыть ценность мирного времени

## Идея:

- ◆ Воссоздать события времен 1941-1945 годов при помощи художественного языка

## Решение:

- ◆ Погрузить гостей в атмосферу военного времени
- ◆ Превратить зрителей в участников действия за счет иммерсивности спектакля
- ◆ Задействовать большое количество артистов и декораций

## РЕЗУЛЬТАТ:

16

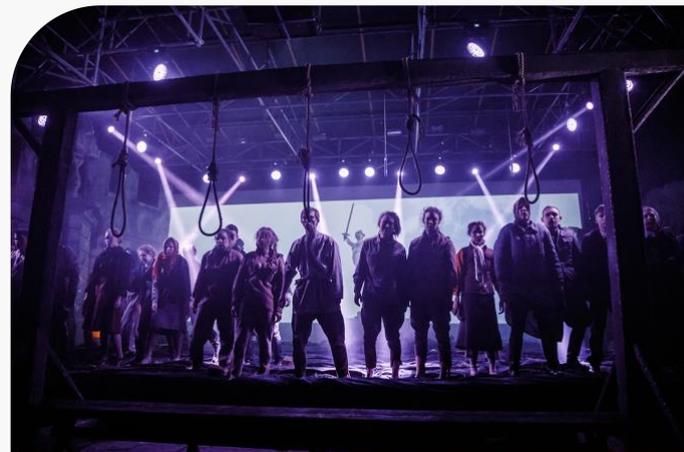
спектаклей  
за 1 день

70 000

контактов  
с брендом РМК

88%

считают представление  
потрясающим  
и незабываемым



# День города в Академическом 2019



Фото:



## Цель:

- ◆ Укрепить имидж района и привлечь потенциальных покупателей квартир

## Задача:

- ◆ Презентовать Академический как район с доступным жильем и развитой инфраструктурой
- ◆ Показать насыщенную жизнь района через активности и фестивали

## Идея:

- ◆ Сделать микрорайон центральным местом празднования Дня города

## Решение:

- ◆ Показательные выступления артистов разных жанров
- ◆ Интеграция брендов с активностями на разную ЦА
- ◆ Выступление популярных артистов на уличной сцене – Лобода, группа «Звери», Тима Белорусских

## РЕЗУЛЬТАТ:

**60 000**

гостей мероприятия

**10**

часов музыки и развлечения

**79%**

гостей высоко оценило мероприятие



# День города в Академическом 2022



Видео:



## Цель:

- ◆ Сделать Академический центром притяжения для жителей и гостей города.

## Задача:

- ◆ Привлечь максимальное внимание жителей города именно к празднованию в р-не Академический
- ◆ Поддержать имидж р-на Академический — “Современный р-н с развитой инфраструктурой и интересными мероприятиями”

## Идея:

- ◆ Фестиваль Добрососедства — зарядись на максимум

## Решение:

- ◆ “Народный хэдлайнер” — Клава Кока привлекла как молодую аудиторию, так и жителей среднего и старшего возраста.
- ◆ Активности фестиваля были направлены на привлечение посетителей всех возрастов

## РЕЗУЛЬТАТ:

**200 000**

гостей мероприятия

**Более 30**

творческих детско-юношеских студий привлечено к празднованию

**50+**

номеров на сцене



# Время танков, битва взводов



Видео:



## Игровой турнир / Wargaming

### Цель:

- ◆ Продвижение бренда и популяризация игры среди геймеров и IT-специалистов

### Идея:

- ◆ Объединить любителей World of Tanks со всей России

### Задача:

- ◆ Показать технологические новинки игры и оборудования
- ◆ Создать общее событие для игроков и их близких
- ◆ Привлечь целевую аудиторию со всей страны

### Решение:

- ◆ Турнир в 6 городах России с финалом в Казани
- ◆ Детские и бьюти-зоны для болельщиков
- ◆ Промо-кампания во всех городах, принимающих турнир

## РЕЗУЛЬТАТ:

**13 300**

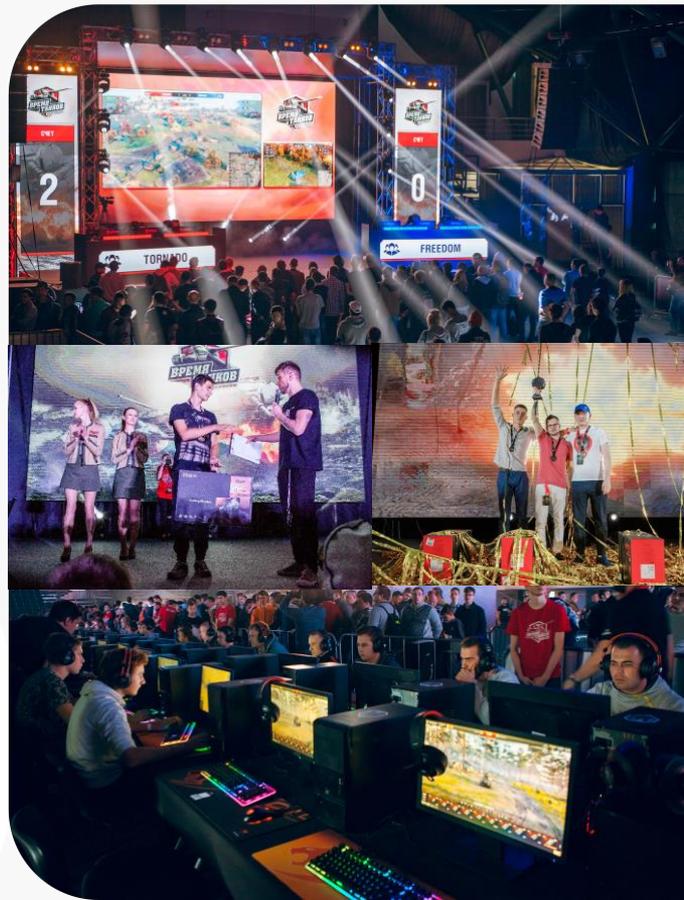
участников  
в 6 городах

**2 000 000**

онлайн-  
просмотров

**97%**

гостей положительно  
оценило мероприятие



# День строителя



Видео:



## Цель:

- ◆ Отметить профессиональный праздник и укрепить социальную значимость профессии

## Задача:

- ◆ Разработать общую концепцию мероприятия
- ◆ Разработать уникальные интеграции партнеров

## Идея:

- ◆ День строителя для всех и каждого

## Решение:

- ◆ Показали важность профессии через уникальные активности для каждого бренда
- ◆ Шоу программа с упором на профессиональную специфику.

## РЕЗУЛЬТАТ:

**65 000**  
гостей  
мероприятия

**30**  
строительных  
компаний-участников



# The Beatles фестиваль



Авторский проект Be Brand при поддержке Администрации г. Екатеринбурга 2016-2019 гг.

## Цель:

- Крупнейший музыкальный фестиваль Орджоникидзевского района г. Екатеринбурга для всей семьи

## Задача:

- Привлечь жителей района на семейный фестиваль
- Устроить настоящий праздник хорошей музыки и солнечного настроения.

## Идея:

- Музыкальный фестиваль с душой

## Решение:

- Выступление коллективов, которые исполняли песни группы the Beatles
- Атмосферные активности создавали нужное настроение. Зрители могли создать свой хиппи-образ.
- Яркий запоминающийся финал — часовое выступление Beatles tribute-группы

## РЕЗУЛЬТАТ:

**2000**

зрителей мероприятия

**Более 100**

песен легендарной группы спето за время фестиваля



# ЛЕТО. ЕСТЬ! Городской пикник.



Видео:



## Городской фестиваль / ТРЦ Радуга Парк

### Цель:

- Усилить клиентский трафик торгово-развлекательного центра Радуга Парк

### Задача:

- Привлечь семейную аудиторию
- Сформировать устойчивую связь Радуга Парк — лучшее место для семейного отдыха.

### Идея:

- Масштабный городской пикник

### Решение:

- Самый масштабный пикник для жителей города.
- Шоу-программа с участием известных городских артистов.
- Вовлекающие семейные активности

## РЕЗУЛЬТАТ:

**15 000**

зрителей мероприятия

**На 70%**

Выросла узнаваемость ТРЦ Радуга Парк



# Арт-пикник



## Городской фестиваль / ТРЦ Радуга Парк

### Цель:

- Повысить лояльность к ТРЦ

### Задача:

- Повысить лояльность к бренду

Привлечь семейную аудиторию в ТРЦ, сформировать

- устойчивую связь Радуга Парк — лучший ТРЦ для семейного отдыха.

### Идея:

- Праздничный фестиваль для привлечения целевой аудитории: семей с детьми г. Екатеринбурга

### Решение:

- Большой спектр активностей для гостей, где каждый смог проявить творческие способности
- На территории парка ТРЦ “Радуга Парк” были распределены локации, о которых можно было узнать в информационной фан-будке
- Зоны активностей разделены на спортивные, творческие, лаунж, фудкорт, арт-зону и другие

## РЕЗУЛЬТАТ:

**15 000**

зрителей мероприятия

**Выросла**

узнаваемость ТРЦ Радуга Парк

**Ажиотаж**

среди целевой аудитории



# Майская прогулка



Видео:



Фото:



Физкультурно-массовое мероприятие г. Екатеринбург 2018-2022 гг.

## Цель:

- ◆ Популяризовать здоровый образ жизни

## Задача:

- ◆ Интегрировать партнеров
- ◆ Разработать концепцию и сценарий мероприятия

## Идея:

- ◆ Массовое городское мероприятие, направленное на популяризацию внутреннего туризма и прививание здоровых привычек

## Решение:

- ◆ Разработаны уникальные идеи для интеграций каждого бренда
- ◆ Разработаны механики вовлечения аудитории
- ◆ 3 варианта маршрута, охватывающие всю аудиторию проекта

## РЕЗУЛЬТАТ:

**25 000**  
участников

**1200**  
подарков от партнеров  
разыграно

**> 5 млн. км**  
пройдено за все  
время Майской  
прогулки



# #ВСЕ СВОИ



Видео:

Фото:



## Музыкальный фестиваль / Телекоммуникационная компания “Мотив”

### Цель:

- ◆ Активировать бренд телекоммуникационной компании “Мотив”

### Задачи:

- ◆ Продвинуть новый тарифный план, продемонстрировать удобство его использования
- ◆ Создать информационный повод в социальных сетях

### Идея:

- ◆ Музыкальный фестиваль для своих

### Решение:

- ◆ Насыщенная музыкальная программа: 8 музыкальных групп для целевой аудитории, приглашенные хэдлайнеры - Vogachi и Градусы
- ◆ Клиентская зона подключения к тарифному плану
- ◆ 8 зон активностей для гостей с привлечением партнеров
- ◆ Конкурсы в социальных сетях для продвижения события и бренда

### РЕЗУЛЬТАТ:

**4 000**

гостей мероприятия

**14**

дней на продвижение и организацию мероприятия



# Усадьба jazz



## Музыкальный фестиваль г. Екатеринбург 2016-2019 гг.

### Цель:

- Крупнейший в стране летний open-air, музыкальный фестиваль международного уровня

### Задача:

- Организовать лучший музыкальный фестиваль
- Интегрировать партнеров

### Идея:

- Фестиваль в парке при усадьбе Расторгуевых-Харитоновых

### Решение:

- Разработан уникальный формат проведения мероприятия;
- Разработано 12 интеграций брендов
- 10 крупных хедлайнеров

## РЕЗУЛЬТАТ:

**5000**

гостей мероприятия

**50**

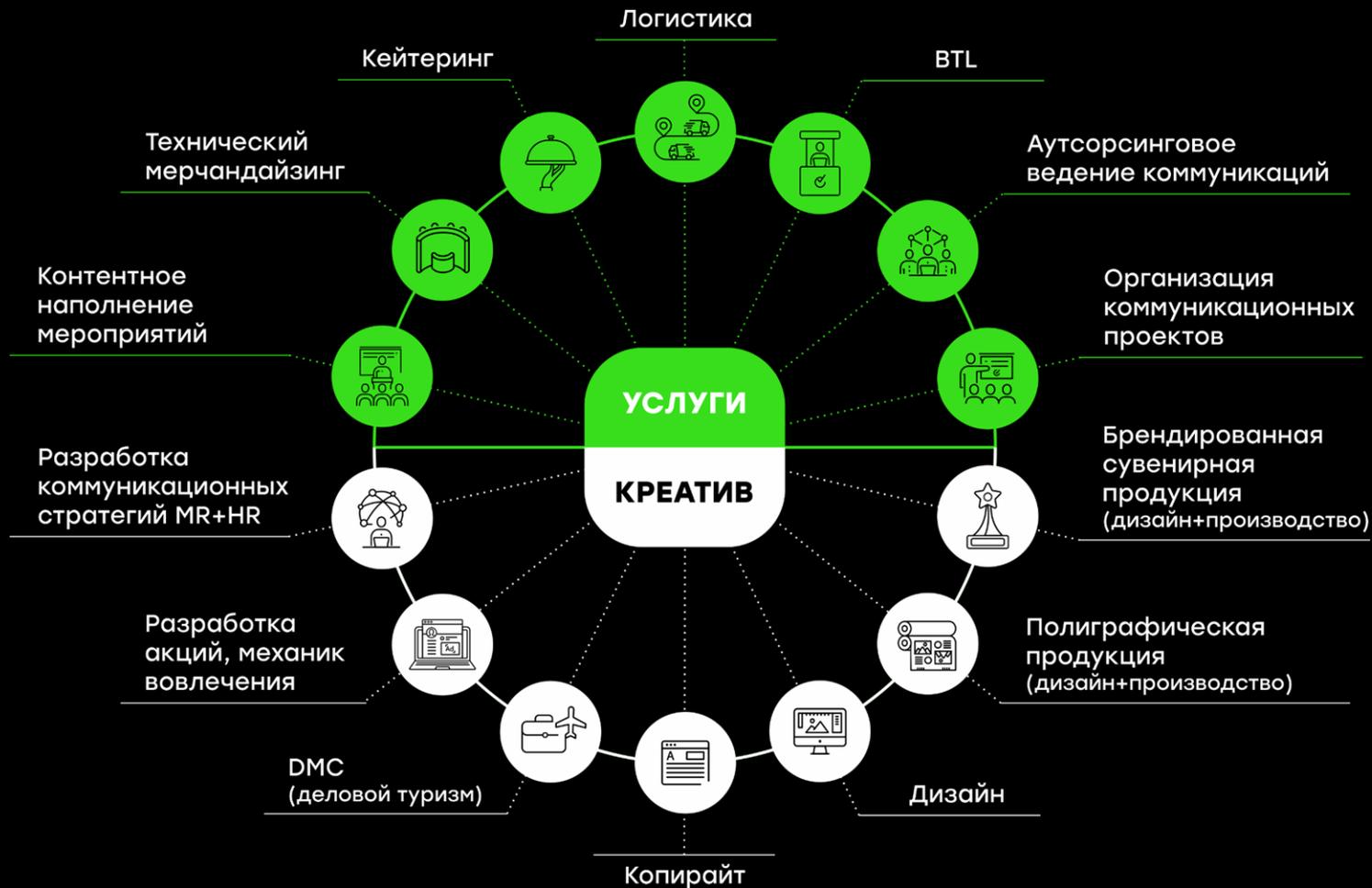
музыкантов со всего мира

**50**

активностей



# Дополнительные услуги



BE  
BRAND  
PEOPLE

# Обсудим?

Андрей Чигвинцев  
New Business  
+7 912 655 97 59  
[chigvintsev@bebrand.ru](mailto:chigvintsev@bebrand.ru)

