

[Inst*gram](#)

@info@reaspekt.ru

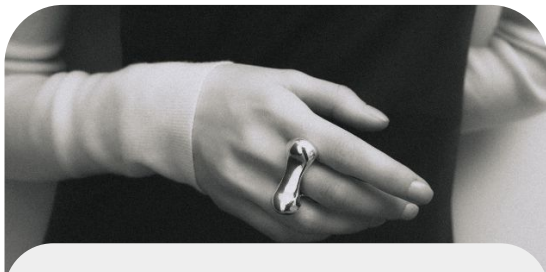
+7 (843) 207-00-93



Reaspekt Creative

кликбейтный заголовок, о том, что мы делаем

Reaspekt Creative — это креативный продакшн в агентстве Реаспект.
Мы придумываем, снимаем и монетизируем контент.



Кейс #69

Posion Drop

вместе с Posion Drop
собрали несколько сотен
заявок 14 февраля



Кейс #17

Buyer

построили медиа
для приложения
сникер-ритейлера



Кейс #34

Нумизмат

создали с нуля соцсети
для магазина
нумизматики

Чем занимаемся 🤔



Креативная концепция

Придумаем кампейн, напишем сценарий, реализуем спецпроект



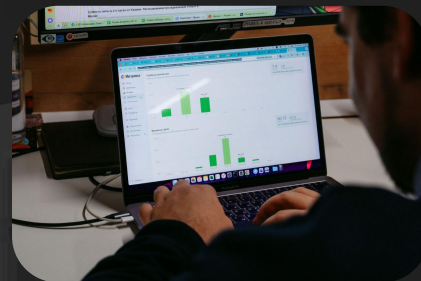
Контент-маркетинг

Возьмем на себя социальные сети в обмен на лиды и узнаваемость бренда



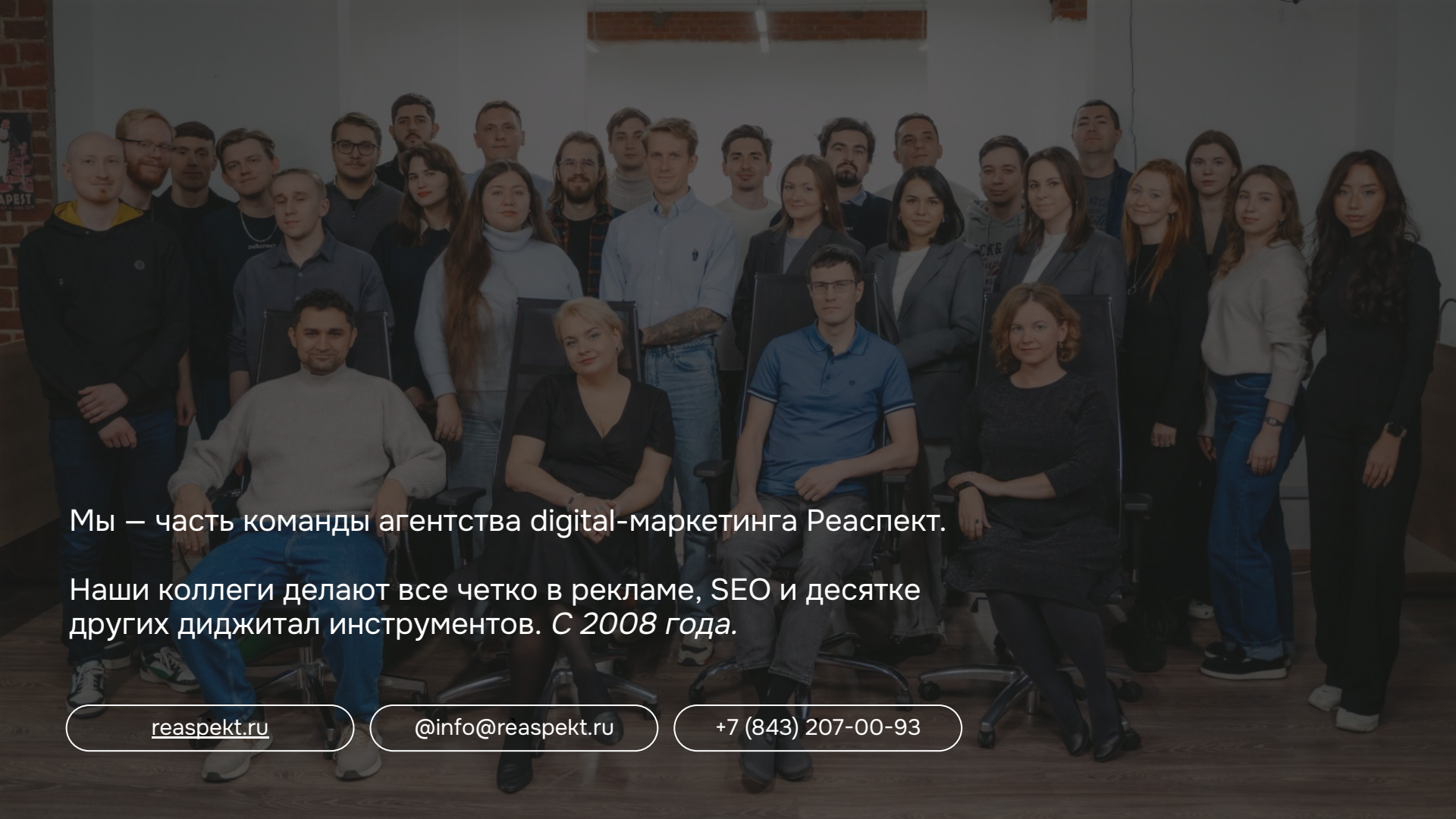
Видеопродакшн

Системно и педантично воплощаем задуманное на экран



Digital-коммуникация

Напишем статьи, с нуля создадим точку контакта, запустим PR/Influence



Мы – часть команды агентства digital-маркетинга Реаспект.

Наши коллеги делают все четко в рекламе, SEO и десятке других диджитал инструментов. *С 2008 года.*

reaspekt.ru

@info@reaspekt.ru

+7 (843) 207-00-93

Кейсы

Или как мы снимали от маленькой монетки
до большого самосвала



контент-маркетинг

Нумизмат

Создали соцсети с нуля для магазина монет

Придумали и запустили стратегию продвижения во всех каналах коммуникации – в VK, Дзене, на YouTube. Для каждой социальной сети выбрали свой формат и подачу – разжигаем дискуссии на исторические темы в статьях, а на вирусных роликах рассказываем о самых интересных экземплярах.

[YouTube](#)

[VK](#)

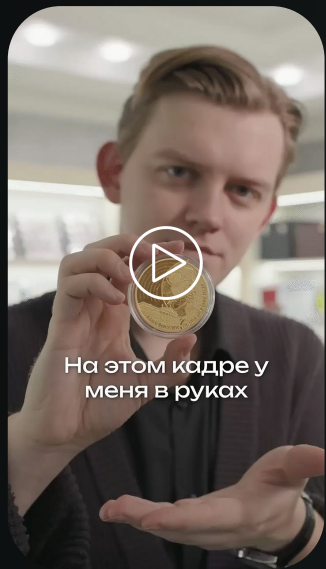
[Дзен](#)

контент-маркетинг

10 000 подписчиков и 100 000 просмотров только на органике

Наша стратегия – это история, которая стоит за каждой монетой, банкнотой или артефактом. В каждом ролике мы нашли то, что зацепит внимание пользователя – будь то Лермонтов, Доминик Торетто или 2 миллиона рублей за экземпляр.

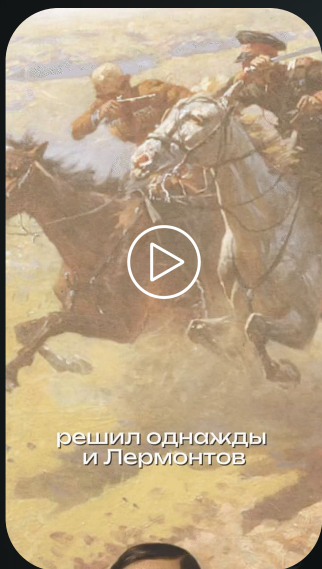
КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ



На этом кадре у
меня в руках

Это самая дорогая
монета в нашем...

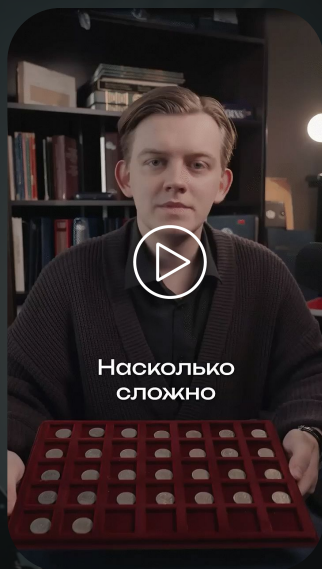
27к просмотров



решил однажды
и Лермонтов

Полтинник, который
решил судьбу...

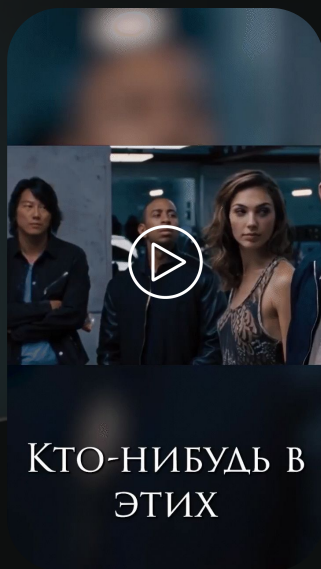
12к просмотров



Насколько
сложно

Полная коллекция 20
копеек с 1961...

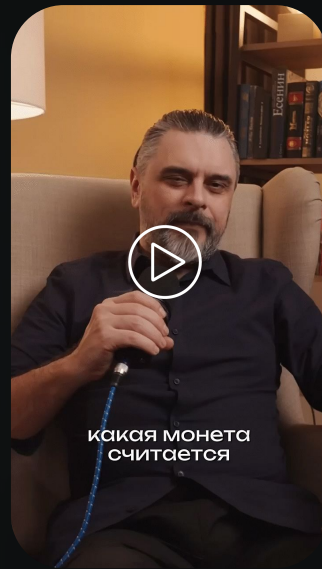
13к просмотров



КТО-НИБУДЬ В
ЭТИХ

Где бы мы ни были:
всего за четверть...

72к просмотров



какая монета
считается

Лидийская монета со
львом — самая..

6к просмотров

контент-маркетинг

BUYER

медиа про сникер-культуру для ритейлера

Создали с нуля целое медиа для ритейлера одежды и кроссовок буквально за год. Начали рассказывать про мир моды в формате коротких видео, доработали фирменный стиль клиента и создали с нуля новый подход к тому, как нужно рассказывать про моду.

[YouTube](#)

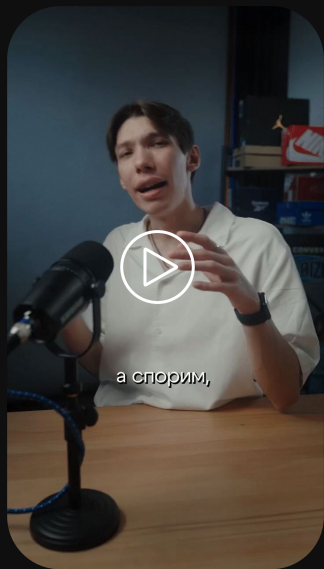
[Telegram](#)

КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ



Первый сникербиф
в истории...

11к просмотров



Кинопоиск еще
не придумал...

12к просмотров



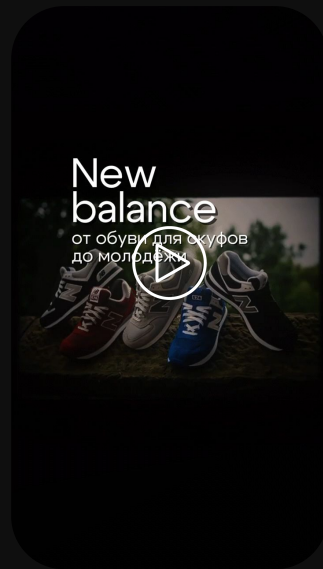
Fabric, в котором
много details...

14к просмотров



Открыто новое
воспоминание...

11к просмотров



От скейфов
до зумеров...

5к просмотров

контент-маркетинг

Построили медиа-проект и собрали 500 000 просмотров в TikTok

Завели аккаунты во всех актуальных социальных сетях. Разработали контент-план, ориентировались на актуальные теме с сфере. За год от 0 подписчиков дошли до роликов с просмотрами от 100 тысяч.

Ну вдруг вы с планшета или у вас тоже есть казахская симка – [переходите в TikTok.](#)



КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ

на старте

сейчас

70 000 – 78 000

подписчики в сообществе Вк

48 000 – 58 000

подписчики в Telegram-канале

20 000

средний охват видео



продакшн / креативная концепция

Эти кроссовок не существует

Все остальное есть в приложение Buyer.

Посты с новинками выходят каждый час, а в каталоге приложения выбор еще больше. Это и послужило основой креатива: в приложении Buyer можно найти все, что хотите. Кроме тех сникеров и одежды, которых не существует в реальности.

[Подробнее о кейсе на Workspace Digital Awards](#)



продакшн / креативная концепция

1905

переходов в стор
из социальных сетей

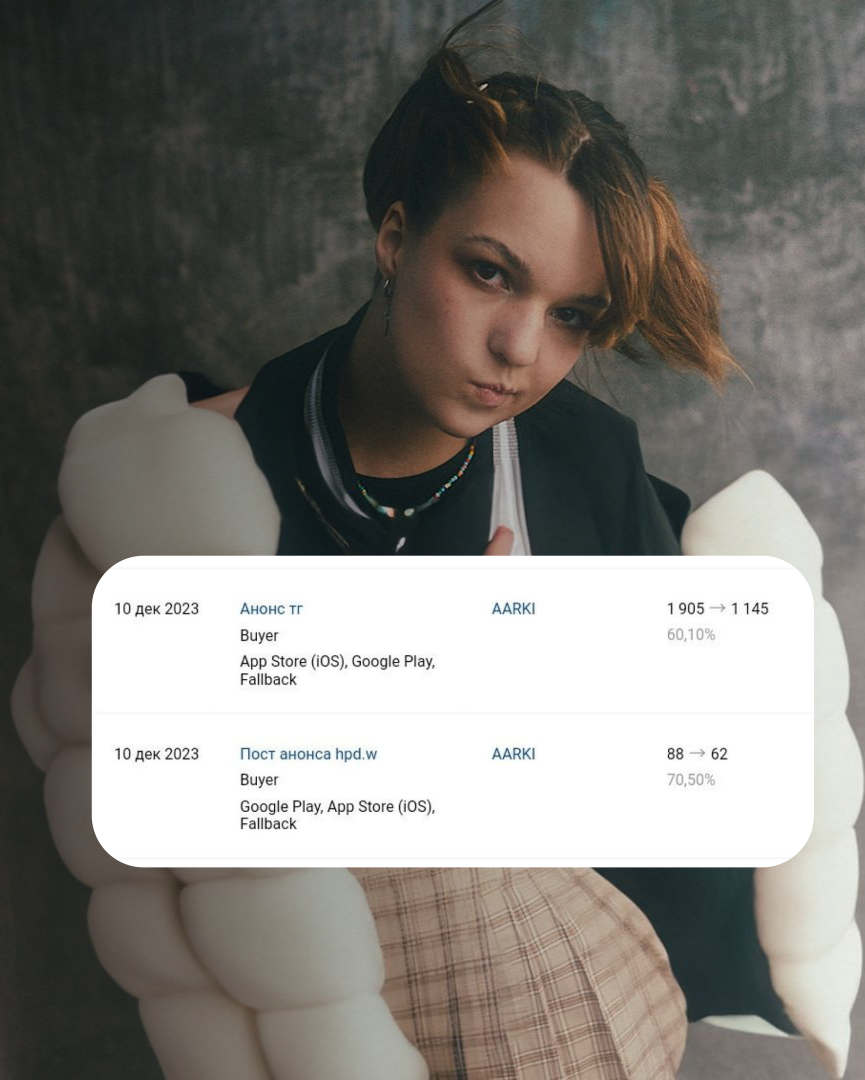
1145

установок приложения у аудитории
из социальных сетей

200к

сгенерированных изображений
одежды и кроссовок

| | | | |
|-------------|---|-------|-------------------------|
| 10 дек 2023 | Анонс тг Buyer App Store (iOS), Google Play, Fallback | AARKI | 1 905 → 1 145 60,10% |
| 10 дек 2023 | Пост анонса hpd.w Buyer Google Play, App Store (iOS), Fallback | AARKI | 88 → 62 70,50% |





продакшн / креативная концепция

Документальное КИНО

Спустя год сотрудничества запустили новый проект для Vuuer.

Рассказали об истории кроссовок так, как не делал никто на русском языке.

Совместили профессиональный продакшн с качественным содержанием.



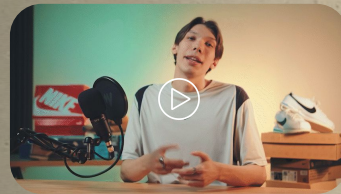
ОТ PUMA ДО NIKE_ Как переобулись рэперы
5,5к просмотров



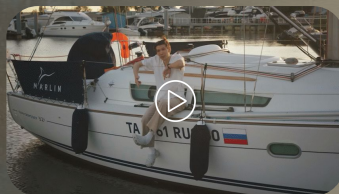
ПРОДАЮТ ОДНУ ПАРУ
40 ЛЕТ
20к просмотров



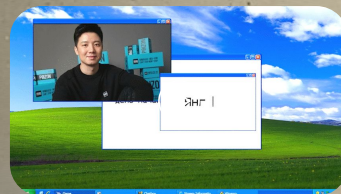
ASICS философия Японии
в одном бренде
4,7к просмотров



Как NIKE покорили
ГОЛЛИВУД
1,1к просмотров



ИХ НОСЯТ
ПРАКТИЧЕСКИ ВСЕ
2к просмотров



КИТАЙ – родина ПАЛИ
или БУДУЩЕЕ
2,3к просмотров

продакшн / креативная концепция

Получилось настоящее кино

Эксперимент, очевидно, удачный.

Один из первых роликов перевалил за 20 000 просмотров, что для нового канала — хороший результат.

А еще клиента очень подбадривала обратная связь!

[Перейти в YouTube канал](#)

M

@mishanjanagaicev6856 8 месяцев назад

ВАУ!! Превью, монтаж, сценарий, в целом видеоряд на уровне блогеров с кучей подписчиков, я когда посмотрел на количество подписчиков честно удивился почему их так мало. Продолжай в том же духе)

👍 36



Ответить



@newangeldj 7 месяцев назад

Рад, что попало в реки. Классная съёмка, приятный монтаж в стиле эссе про музыку. Да и 6 минут удачный, не сильно грузит, но успевает рассказать о базе.

👍 3



Ответить



@0.Demolit.0 6 месяцев назад

я думал это канал миллионник. Всё круто, продолжай

👍 3



Ответить



@zakharovmike047 6 месяцев назад

Очень крутое видео про клевый бренд. Спасибо за проделанную работу 🔥 посмотрел с кайфом

👍 1



Ответить



@ЭтоХаос 7 месяцев назад (изменено)

классное и информативное видео, как фанат бренда братьев мне очень понравилось, продолжай в том же духе!

👍 2



Ответить



@apple1 6 месяцев назад

Великолепный монтаж) уважение

👍 1



Ответить



продакшн / креативная концепция

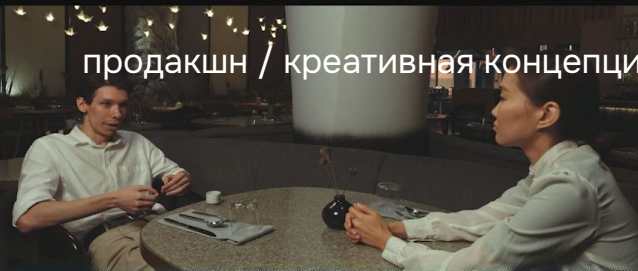
История бренда Asics

Но один ролик мы любим больше всего – сами стали поклонниками бренда в процессе подготовки.

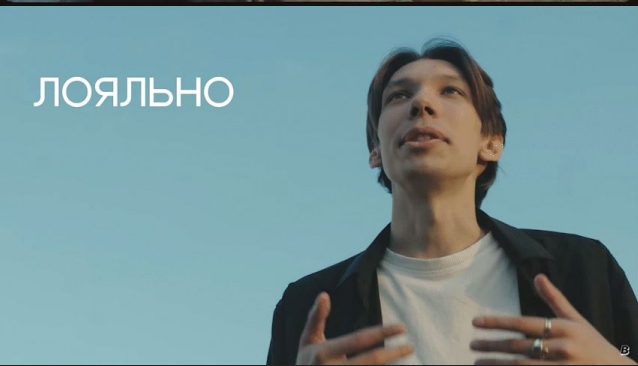
Разобрались в драматичных переплетениях судьбы Кихачиро Оницуки – создателя бренда Asics.

[Посмотреть видео](#)

продакшн / креативная концепция



ЛОЯЛЬНО



продакшн

VIP AVENUE

Сделали серию кампейнов
для интернет-бутика люксовой одежды

Придумали, сняли и дистрибутировали омниканальные
рекламные кампании на SS^23, Черную пятницу,
Всемирный день шопинга и Новый год

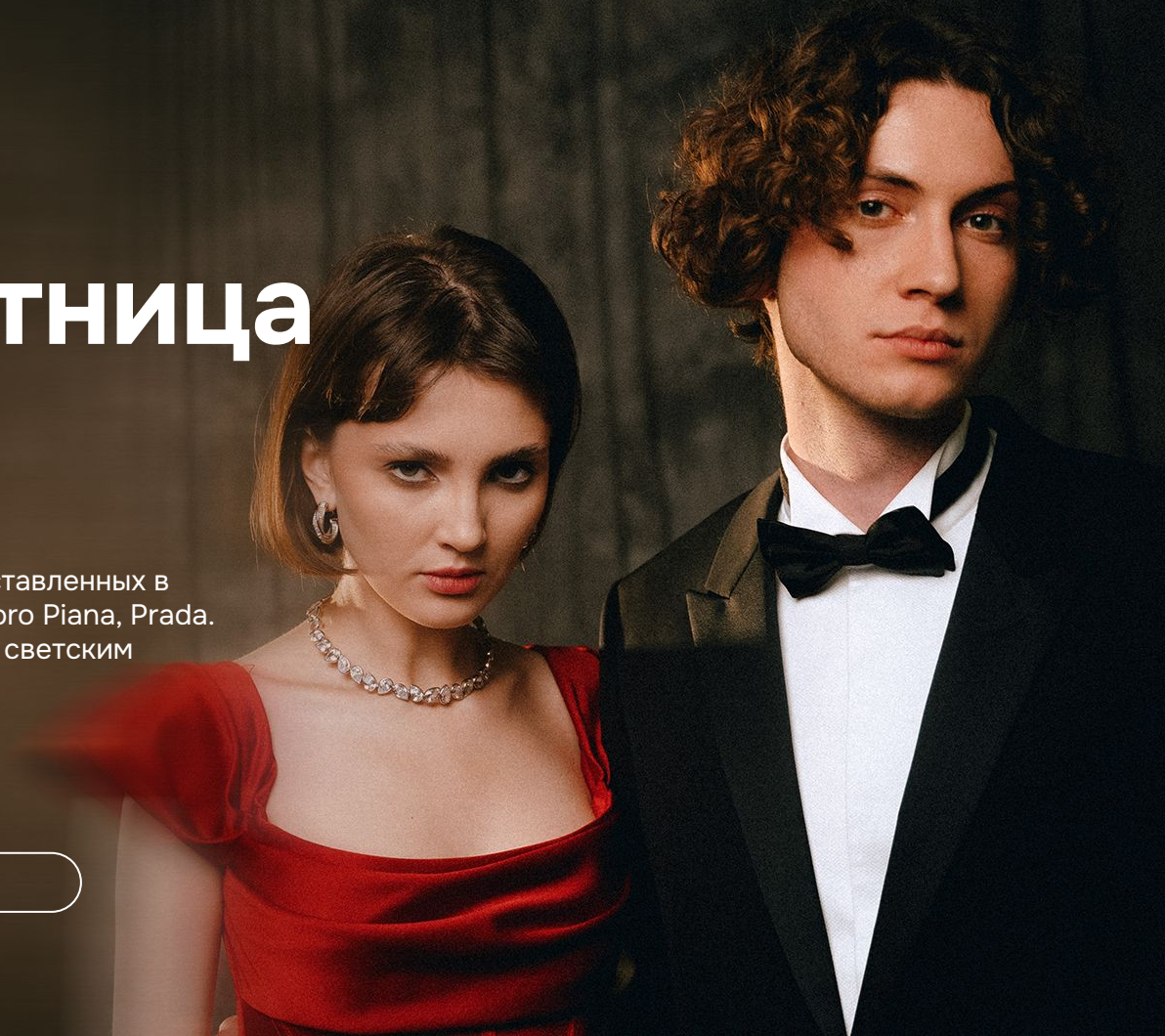


продакшн

Черная пятница

Вдохновились кампейнами брендов, представленных в каталоге VIPAVENUE – Brunello Cucinelli, Loro Piana, Prada. Придумали отсылку к кинопроизводству и светским образам режиссера и актеров.

[Посмотреть в аккаунте клиента](#)



продакшн

Разнообразие call-to-action решений: реквизит привлекает взгляд пользователя. В результате у нас получилось «кино» про Черную Пятницу на VIPAVENUE – для социальных сетей и контекстной рекламы.



продакшн

11/11 VIPAVENUE

Ежегодно во всемирный день шоппинга VIPAVENUE дарит дополнительную скидку 11% на товары определенной категории.

Ежегодно клиенту нужны универсальные креативы для рекламных кампаний: видео, которое можно запустить в контекстную рекламу, в соцсети, в медийные кампании

[Посмотреть видео](#)



продакшн

Простое трендовое решение = переходы на сайт

Сделали ролик за 3 рабочих дня: придумали джамп-каты образов и показали выбор ассортимента бутика.

[Посмотреть видео](#)

продакшн

НОВЫЙ ГОД В VIRA VENUE

Тут все просто – атмосфера люкс-праздника,
но без вычурных приемов. Видео – для контекста
и социальных сетей, баннеры – для сайта
и баннеров

[Посмотреть видео](#)



продакшн

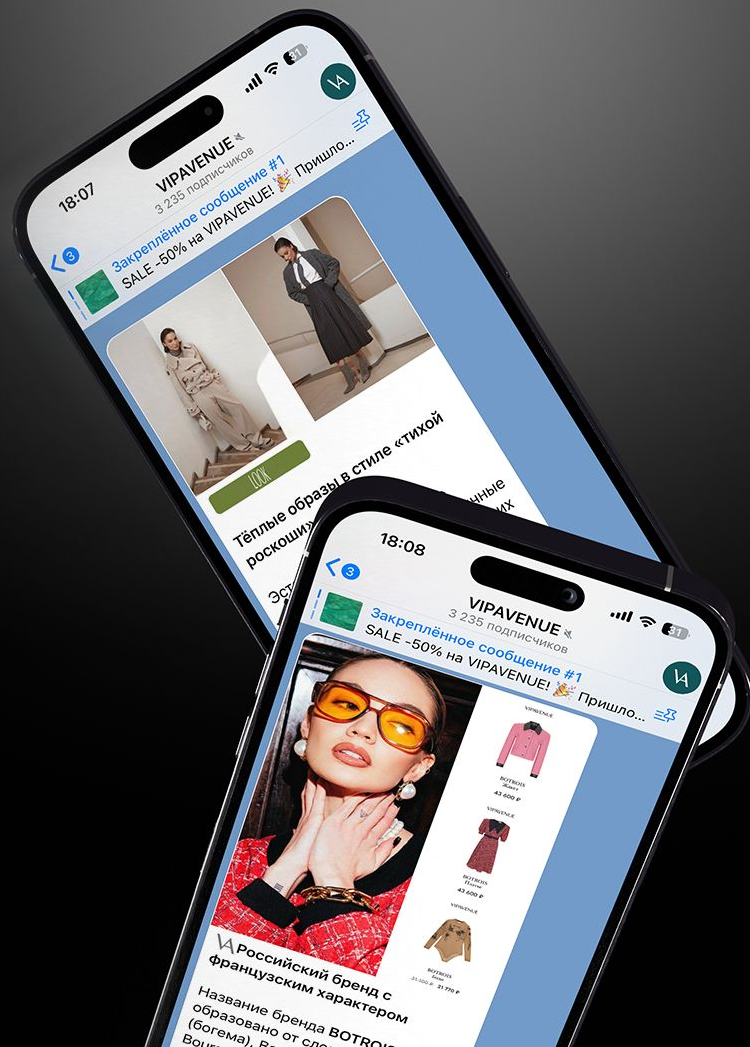
VIPAVENUE

Привлекли 10 продаж люксовой одежды за месяц только из Telegram-канала на органике

На роликах наше сотрудничество с VIPAVENUE не закончилось — мы вели телеграм-канал клиента.

Увеличили количество активных подписчиков с 2300 до 3100, сделали формат лайф-видео в кружочках, упаковали фирменный стиль — начиная от оформления постов, заканчивая аватарами и брендированными эмодзи.

[Посмотрите канал](#)



креативная концепция

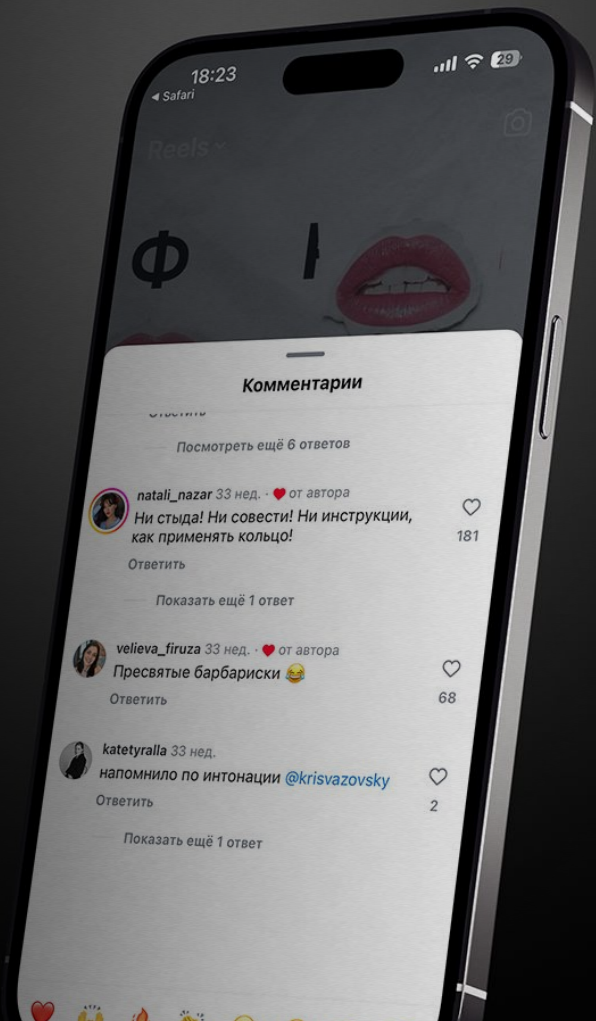
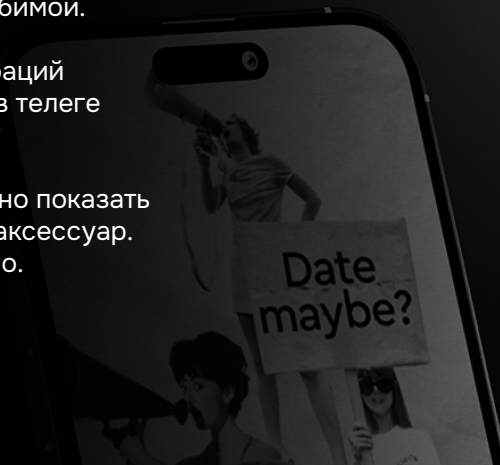
Poison Drop

Отработали инфоповод для ювелирного бренда

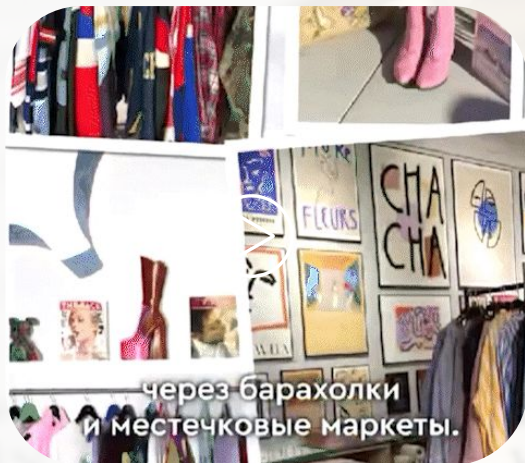
Сделали Reels с историями про 14 февраля и украшения в подарок — партнерам или себе любимому/любимой.

Анимировали коллажи из «винтажных» иллюстраций и диджитальных элементы (например, реакции в теге и уведомления).

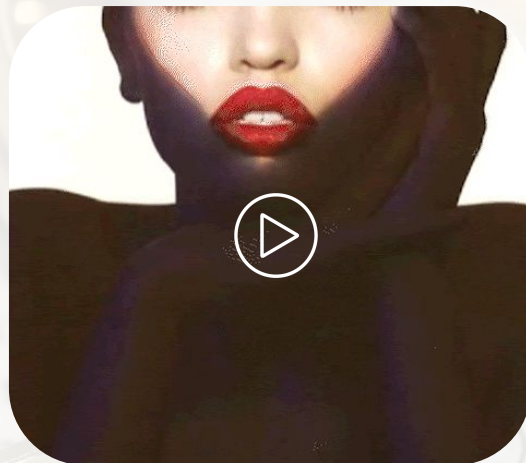
Сценарий не из легких — в первой истории нужно показать кольцо, которое можно использовать как секс-аксессуар. И это в Инстаграме, где с такими темами сложно.



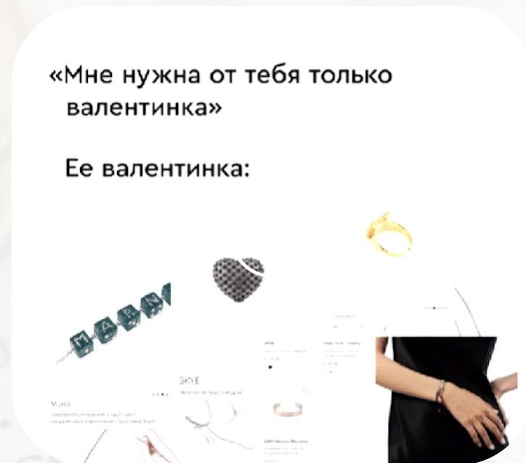
креативная концепция



90к просмотров
26 комментариев
201 репост



250к просмотров
98 комментариев
755 репостов



31к просмотров
Немного комментариев
и репостов

контент-маркетинг

АИСТ

Наш успешный медицинский кейс. Подружились с врачами, разобрались в репродуктологии и вышли на средний охват в 6000 просмотров во всех соцсетях.

[VK](#)

[Inst*gram](#)

продакшн

Springs Season'23

Вы уже точно запомнили, как мы любим fashion.
А еще мы любим играть на контрастах – попадать в то,
что никто не ожидает.

Так мы придумали объединить моду и промышленность.
Вместе с производственной компанией сделали
из продукции предприятия украшения и аксессуары.

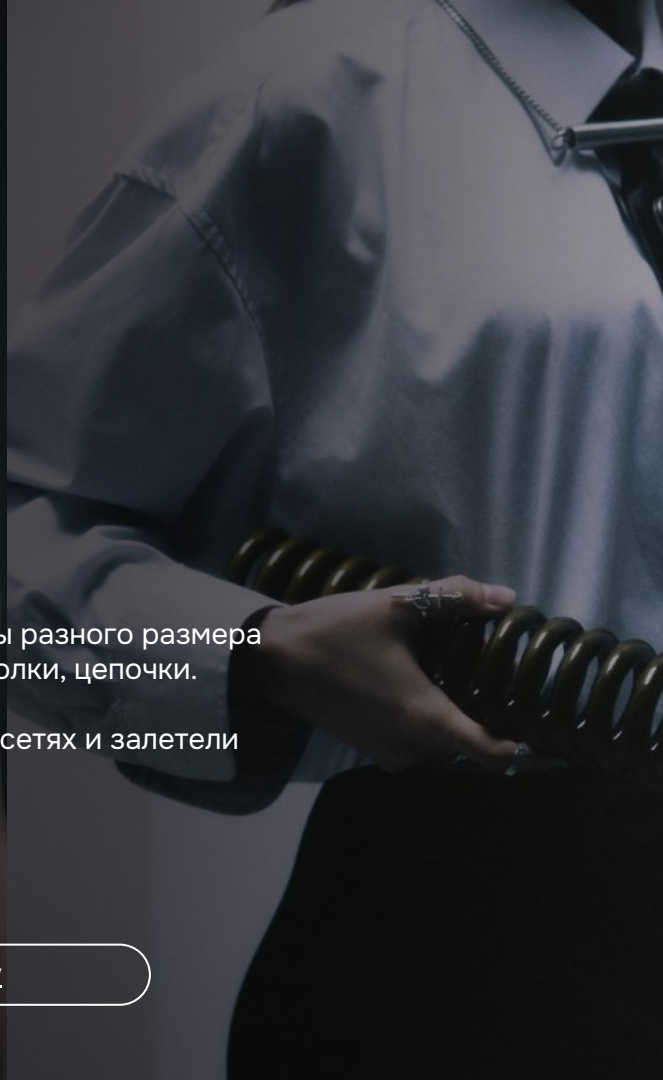


продакшн

Мы буквально взяли с завода пружины разного размера и превратили их в серьги, кольца, заколки, цепочки.

Результат выпустили совместно в соцсетях и залетели в СМИ.

[Посмотреть кейс на Sostav](#)



креативная концепция / продакшн

FC Bulanti

Собрали футбольную команду
из амбассадоров бренда

Футбольные фанаты – разные в повседневной жизни люди, которых объединяет общее увлечение. Как и осенняя коллекция BULANTI объединяет людей самых разных интересов.

Собрали амбассадоров, сотрудников и блогеров в одной команде. Помните, первое правило футбольного клуба – всем утепляться в BULANTI.

[Посмотреть кейс](#)



креативная концепция / продакшн

ДВА МЯЧА

Продержали актера целых
3 месяца в квартире

Вместе с брендом «Два мяча» сняли историю, вдохновенную межсезонной коллекцией бренда.

С брендом можно никогда не прятать кеды в дальний угол гардероба. «Два мяча» – один сезон. Сезон свободы. Не обращаем внимание на прогноз погоды.

[Посмотреть](#)

ИСТОРИЯ АУТЕНТИЧНОСТЬ КУЛЬТОВОСТЬ



КЕДЫ 1971-02

Модель 1971 – первая укороченная модель, появившаяся в линейке бренда. Отличается оригинальным дизайном с использованием 2-го язычка на пятке и декоративными строчками, символизирующими солнечные лучи и классическим лого расположенным на боковой части кеда.

ДВА МЯЧА

ЗИМОЙ И ЛЕТОМ В НАДЕЖНЫХ КЕДАХ

ДВА МЯЧА



DBA BUBBLE TECH LOW – новая модель в линейке DBA, которая сочетает в себе комфорт кроссовок, тепло и влаго-устойчивость зимних ботинок.



ДВА МЯЧА

ДВА МЯЧА – ОДНА ЛЮБОВЬ

Модель 1971 – первая укороченная модель, появившаяся в линейке бренда.

Отличается оригинальным дизайном с использованием второго язычка на пятке, декоративными строчками,

символизирующими солнечные лучи и классическим лого на боковой части кеда.



ДВА МЯЧА

БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПАРА КЕД


Два мяча – это компания, которая производит и реализует легендарные кеда на протяжении прошлого столетия.



Модель 1971 – первая укороченная модель, появившаяся в линейке. Отличается оригинальным дизайном с использованием второго язычка на пятке и декоративными строчками, символизирующими солнечные лучи и классическим лого на боковой части кеда.

Два Мяча





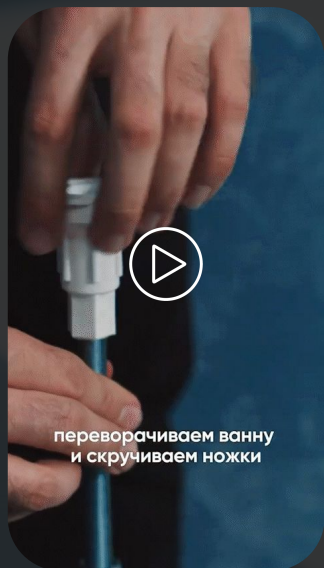
контент-маркетинг

1МАРКА

Запустили социальные сети
для магазина ванн и сантехники

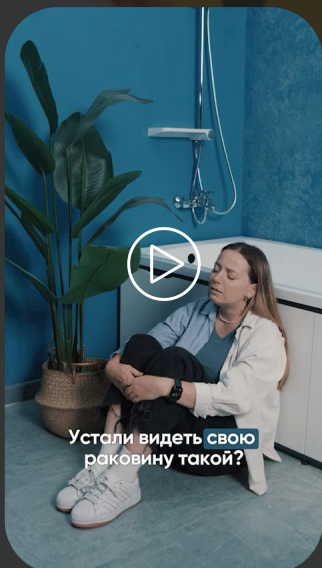
Построили стратегию развития бренда в социальных сетях. Подсветили темы для полярно разных сегментов целевой аудитории – от рекомендаций как в Пинтересте до советов по установке ванны своими руками.

КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ



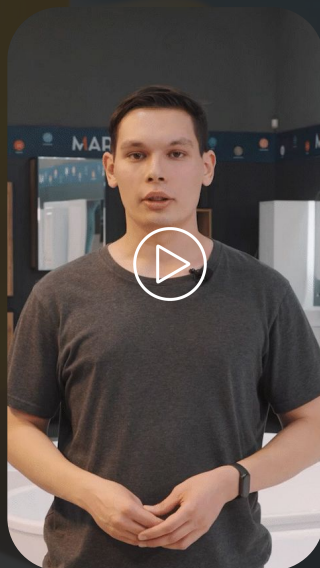
Наши специалисты могут не только...

14к просмотров



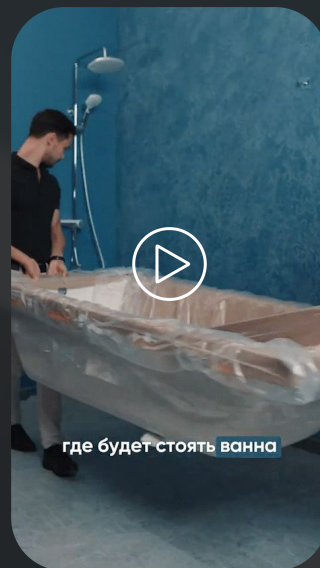
MARKA разработала раковину из...

7,8к просмотров



Долговечная, антибактериальная и...

1,9к просмотров



Как легко и быстро установить...

1,4к просмотров



Идеальные, минималистичные

1,4к просмотров

продакшн

25к просмотров

Средний уровень охвата роликов за первый месяц

А лицом бренда на время работы стала наш контент-менеджер.

[Посмотреть в YouTube](#)

[Посмотреть в VK](#)



Продакшн

OSIO

OLV-реклама для бренда
ноутбуков

Клиент придумал разместить QR-код на видео о бренде в магазинах бытовой электроники. Потребитель выбирает ноутбук среднего ценового сегмента сравнивая бренды между собой, поэтому клиенту важно быстро и привлекательно рассказать об истории компании.

[Посмотреть](#)

Продакшн

Уместили 50 лет истории в 1 минуту

А внимание пользователя зацепили необычной подачей:
коллажи, яркая анимация, неймдроппинг и факты,
которых не ожидаешь.



продакшн

LiteStat

Сняли обучающие ролики для сервиса аналитики на маркетплейсах

Нужно понятным языком подать сложное аналитическое решение для предпринимателей, совместив с демонстрацией УТП сервиса.

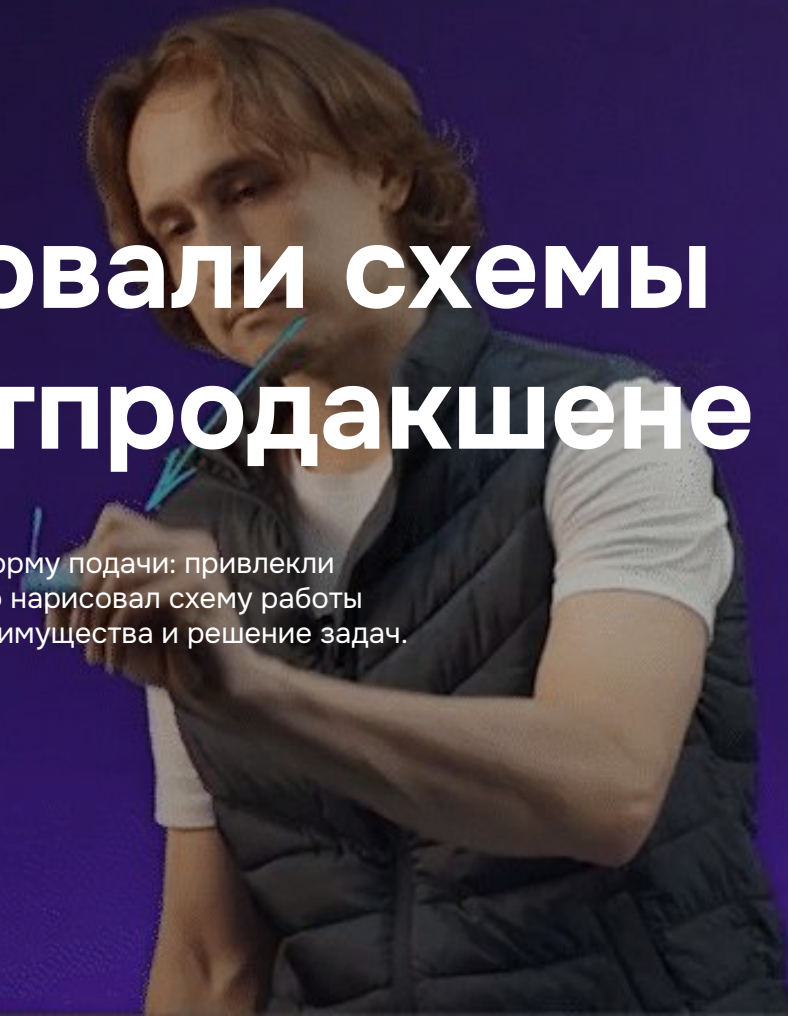
СООСНОВАТИ

[Кейс на сайте клиента](#)

продакшн

Нарисовали схемы на постпродакшене

Придумали графическую форму подачи: привлекли клиента, который буквально нарисовал схему работы сервиса, отобразил его преимущества и решение задач.



продакшн

Промышленный продакшн

Иногда мы можем ничего не выдумывать — а просто взять и сделать красиво.

Часто работаем с крупными федеральными предприятиями — в портфеле наших работ производители пружин, завод кабельно-проводниковой продукции, фудтех.

Для таких клиентов снимаем на производстве — фото/видео, которые можно использовать на сайте, профессиональных выставках, коммерческих предложениях.



продакшн



Волжанин



Пружинный проект



ЭLEVEL

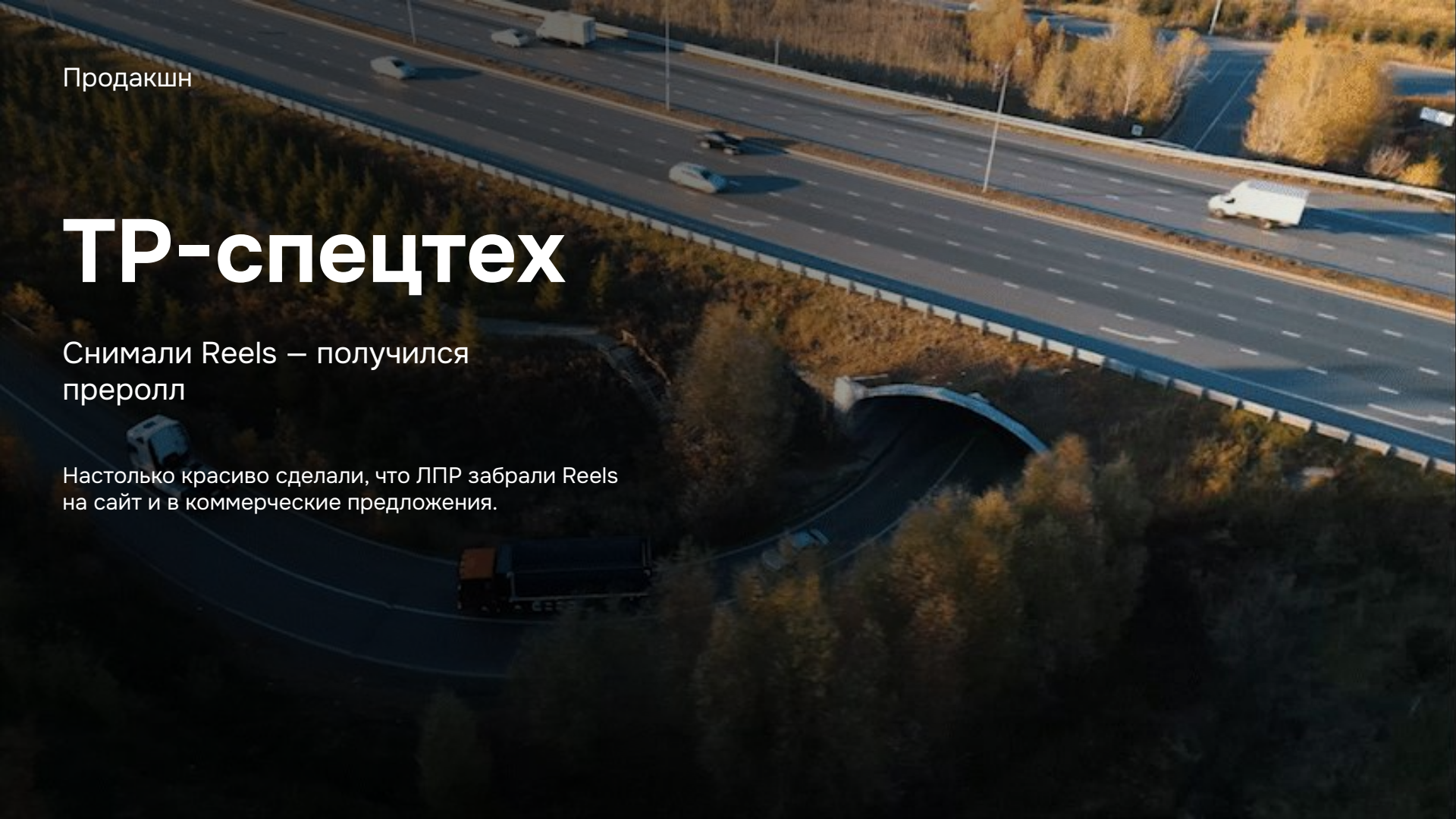
Продакшн

TR-спецтех

Запустили продакшн Reels
для поставщика самосвалов

И даже самосвал уместим в Reels до 1 минуты. Сделали серию роликов, в которых сравнили Shacman дорест и рест, сняли смешные тренды с работниками и даже поймали самосвал цвета Tiffany.

[Посмотреть кейс](#)



Продакшн

ТР-спецтех

Снимали Reels — получился преролл

Настолько красиво сделали, что ЛПР забрали Reels на сайт и в коммерческие предложения.

Поработаем вместе?

Копылов Александр
CEO

[@kopylov_ax](#)

[@reaspekt creative](#)

info@reaspekt.ru

+7 (843) 207-00-93

