

Подготовлено креативным  
агентством SHARE

+7 (499) 991-53-00  
<http://share-agency.ru/>

# КРЕАТИВНОЕ АГЕНТСТВО SHARE // 2023

Версия 1.4  
04.10.2023

# SHARE //

**2015**  
год основания

**20+**  
специалистов

**50+**  
клиентов

**Мы придумываем креативные решения для бизнеса,  
бренда, маркетинга, коммуникаций и рекламы**

Делаем важное для брендов интересным окружающим

# МЫ ЭТО ДЕЛАЕМ, ЧТОБЫ ПОМОЧЬ ВАМ:

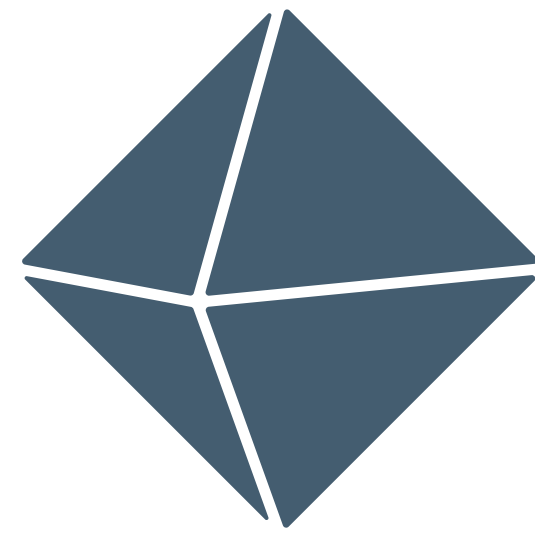
- 1 БИЗНЕС И ПРОДУКТ**
  - увеличивать продажи, рентабельность, удерживать или достигать лидерства рынка
- 2 БРЕНД**
  - выделиться среди конкурентов и запомниться аудитории
- 3 МАРКЕТИНГ**
  - увеличить спрос на продукт, потребление, долю рынка, привлечь новую аудиторию, качество и количество клиентов
- 4 КОММУНИКАЦИИ**
  - формировать потребность в товаре, повышать узнаваемость и лояльность к бренду, формировать отношение к продуктам
- 5 МЕДИА**
  - контактировать с аудиторией (охват, частота, покрытие регионов продаж, длительность контакта, взаимодействия)

# МЫ БУДЕМ ВАМ ПОЛЕЗНЫ, ЕСЛИ У ВАС:



## **ЕЩЕ НЕТ БРЕНДА**

только планируете создавать свой бренд



## **ЕСТЬ БРЕНД, НЕТ ПРОДВИЖЕНИЯ**

уже имеете бренд и только ищете решения для его продвижения



## **ИЩЕТЕ НОВЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА**

если у вас есть бренд и вы его продвигаете, но есть проблемы, либо ищете новые решения

# ПРЕДЛАГАЕМ КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К РАБОТЕ С БРЕНДОМ: ОТ ПЛАНИРОВАНИЯ ДО МОНИТОРИНГА ЭФФЕКТИВНОСТИ

## ПЛАНИРОВАНИЕ БРЕНДА

ИССЛЕДОВАНИЯ

ЗНАНИЯ

БРЕНД-ПЛАТФОРМА

КТО МЫ

## ПРОЕКТИРОВАНИЕ БРЕНДА

БРЕНДИНГ

КАК ВЫГЛЯДИМ

## ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА

КОММУНИКАЦИИ

ЧТО И КОМУ ГОВОРИМ

МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ

ГДЕ

КРЕАТИВ

КАК

РЕАЛИЗАЦИЯ

УПАКОВКА

ПРОДВИЖЕНИЕ

ДОНЕСЕНИЕ

## МОНИТОРИНГ БРЕНДА

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ

ХОРОШО ЛИ ДОНОСИМ СООБЩЕНИЯ

ЗНАНИЕ БРЕНДА

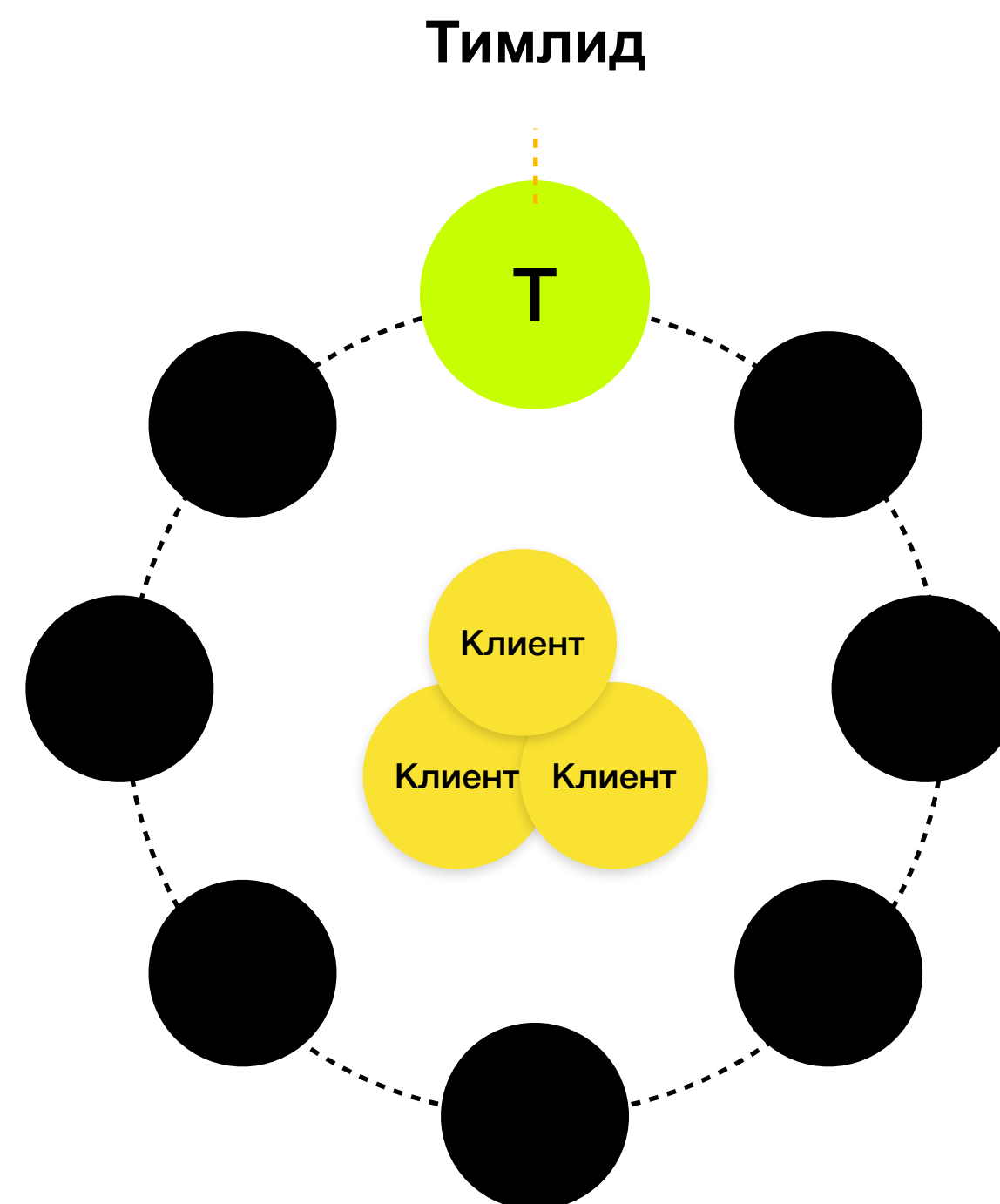
КАК МНОГО И ЧТО О НАС ЗНАЮТ

ВЛИЯНИЕ НА ПОКУПКУ

КАК ЭТО ВЛИЯЕТ НА ПРОДАЖИ

# НАД ПРОЕКТАМИ У НАС РАБОТАЮТ КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНЫЕ КОМАНДЫ, КОТОРЫЕ СОСТОЯТ ИЗ ЭКСПЕРТОВ ПОД ЗАДАЧИ КЛИЕНТОВ

- # гибкость
- # скорость
- # вовлеченность
- # внимание
- # индивидуальный подход



## НАШИ КЛИЕНТЫ

kaspersky

JALO  
KERMA  
ДЛЯ  
ВСЕЙ  
СЕМЬИ

ШАХУНСКОЕ  
МОЛОКО

М  
МЕТРОПОЛИС



*KNAUF*

ВТБ АРЕНА

Яндекс  Маркет

 МКБ

Ак Барс  
Финанс 



 green  
idea

 МОСКОВСКАЯ  
БИРЖА

BetBoom



≡ ЕВРАЗ

Валгеда™

# НАШ ОПЫТ



# АЙДЕНТИКА

делаем бренд узнаваемым. разрабатываем все: от позиционирования и логотипов до звукового или ароматического сопровождения.

# «ИНДЕКС»: СТРОИТЕЛЬСТВО КАМЕННЫХ ДОМОВ

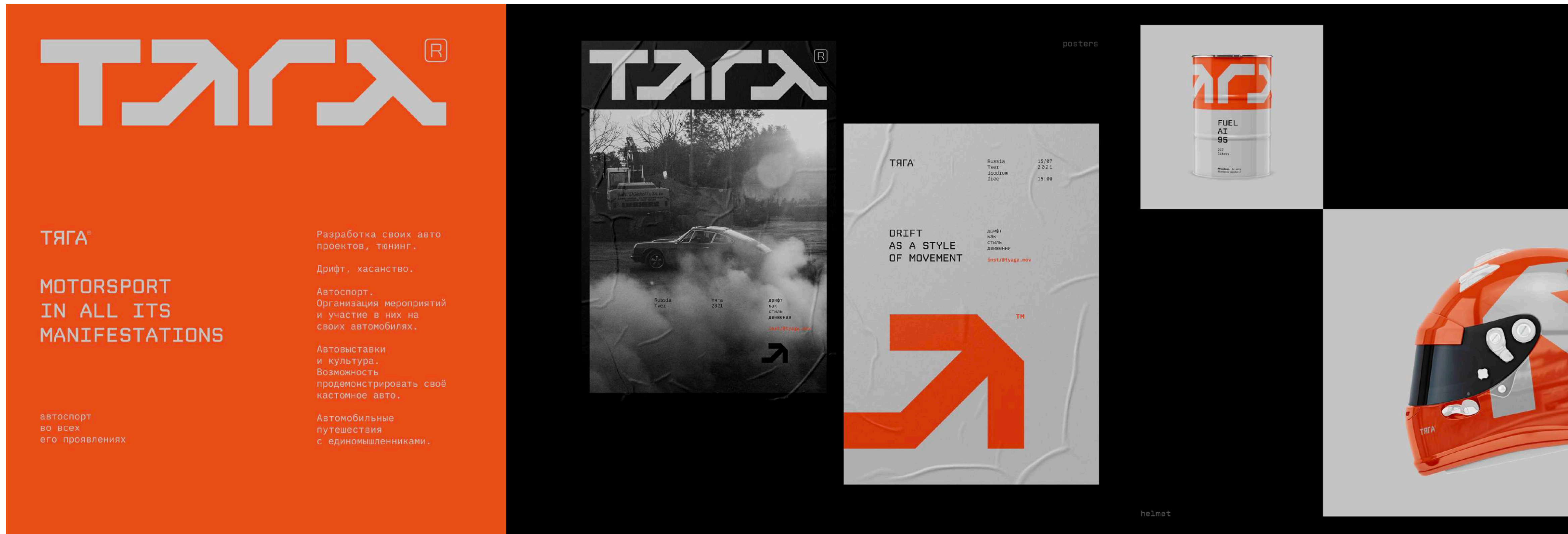


# ИНДЕКС

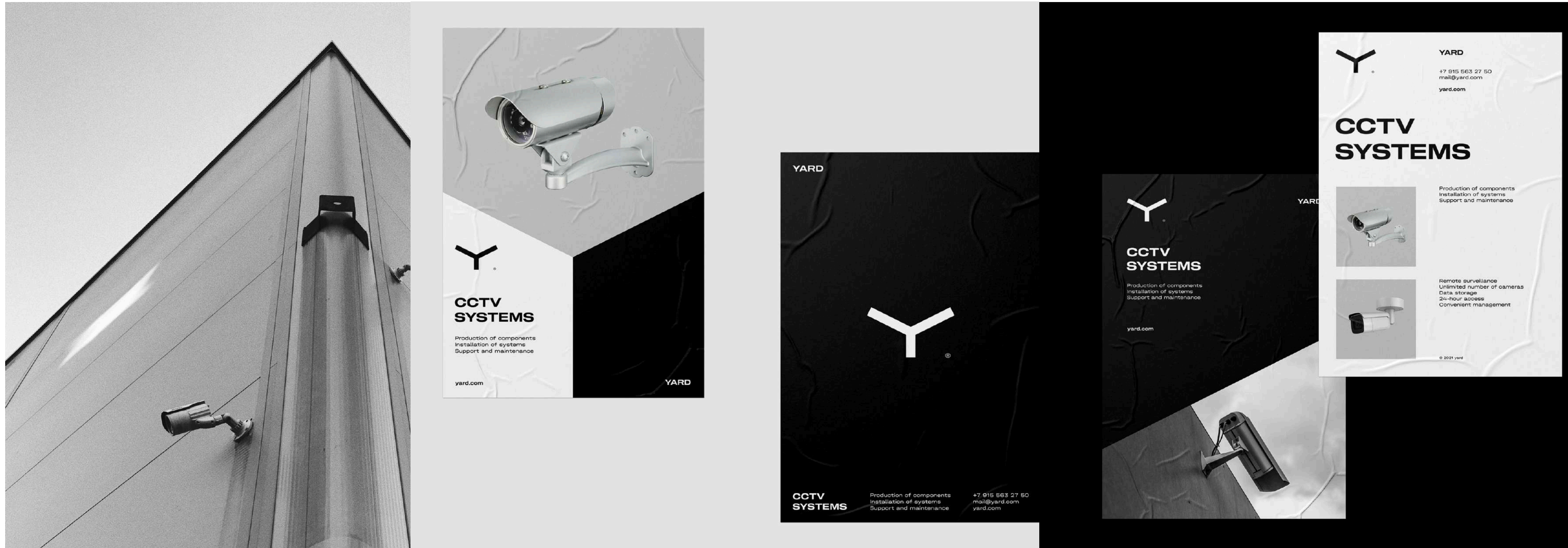
НЕЙМИНГ, ЛОГОТИП И ДИЗАЙН  
СИСТЕМЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ



# «ТЯГА»: АВТОМОБИЛЬНОЕ КОММЬЮНИТИ



# YARD: СИСТЕМЫ ВИДЕОНАБЛЮДЕНИЯ

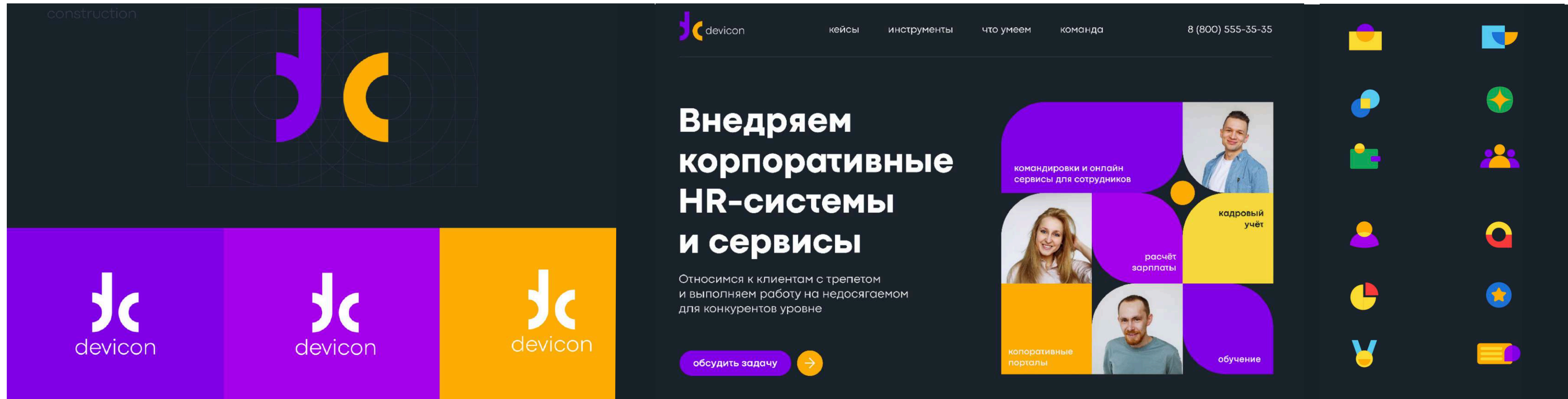


# BIRDY: ПРОКАТ САМОКАТОВ



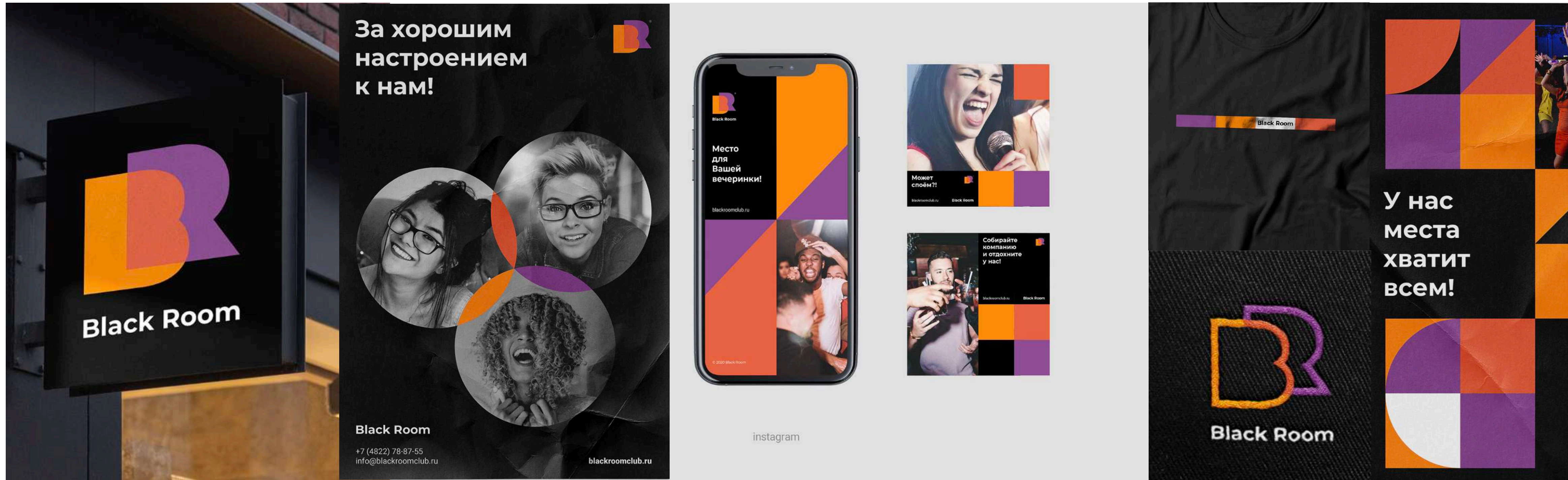
BIRDY – сервис, в котором можно арендовать городской самокат. Работает через мобильное приложение

# DEVICON: IT CONSULTING



Devicon (development + consulting) — консалтинговая IT-компания, которая оказывает широкий спектр решений на базе продуктов компании SAP и других мировых лидеров в сфере HR Tech

# BLACK ROOM: АРЕНДА КОМНАТ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

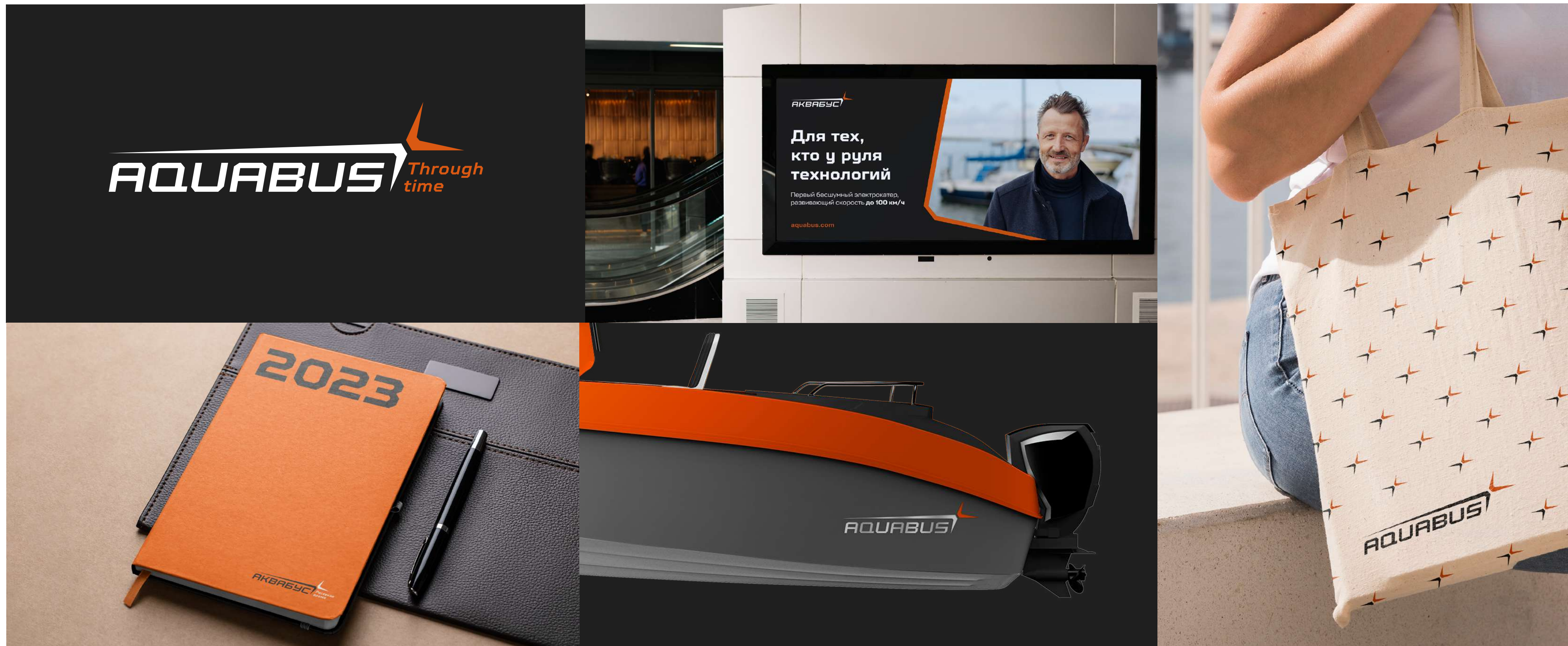


# M65 STREET WEAR: БРЕНД ОДЕЖДЫ





# AQUABUS: ЭЛЕКТРИЧЕСКИЕ ЛОДКИ ПОСЛЕДНЕГО ПОКОЛЕНИЯ



# БРЕНДИНГ

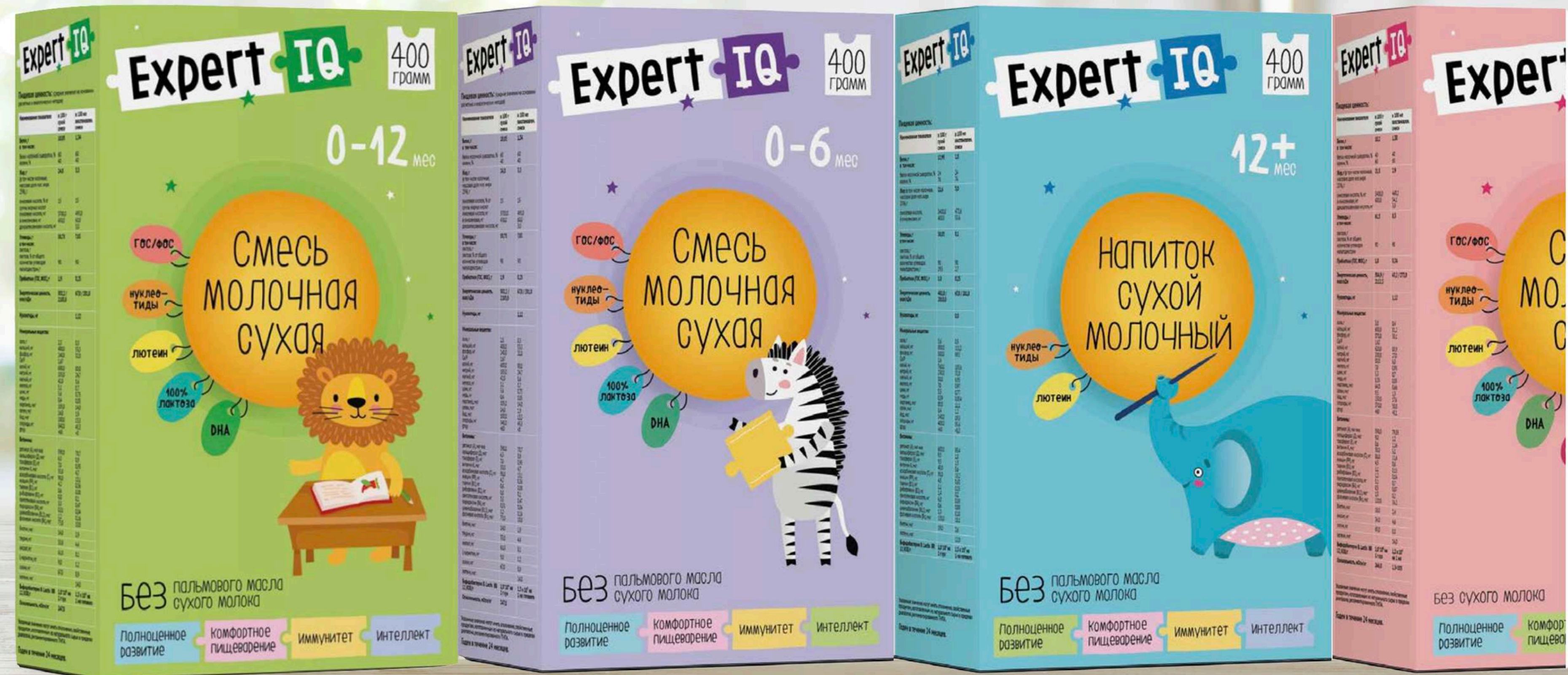
разрабатываем позиционирование и идентификацию  
брендов и его продуктов

# «МОЛОЧНЫЕ ГОРКИ»: РАЗРАБОТКА БРЕНДА ДЕТСКИХ МОЛОЧНЫХ СМЕСЕЙ И ДИЗАЙН УПАКОВОК

**Задача:** разработать новый бренд молочных смесей и сделать дизайн четырех упаковок продукта.

**Сделано:**

- нейминг
- брендинг
- дизайн четырех упаковок
- разработаны иллюстрации



## «СТЕПЬ»: РАЗРАБОТКА БРЕНДА СЕМЕЧЕК «МИШКИНО ПОЛЕ»

**Задача:** разработать новый бренд семечек, произведенных в Краснодаре.

**Сделано:**

- дизайн 16 упаковок в разном формфакторе



## GREEN IDEA: МОЛОЧНЫЕ НАПИТКИ

**Задача:** разработать дизайн упаковки молочных напитков на соевой и овсяной основе.

**Сделано:**

- разработан дизайн двух упаковок молочных напитков



## GREEN IDEA: МОЛОЧНЫЕ СОКИ

**Задача:** разработать дизайн линейки соевых напитков с соками и придумать название категории

**Сделано:**

- разработано название категории – Wowmilk
- дизайн четырех упаковок для разных вкусов



# GREEN IDEA: ВЕГАНСКАЯ КОЛБАСА

**Задача:** разработать дизайн-концепцию линейки веганских колбас.

**Сделано:**

- разработали 6 видов упаковки колбас в разных формфакторах (нарезка, палка)

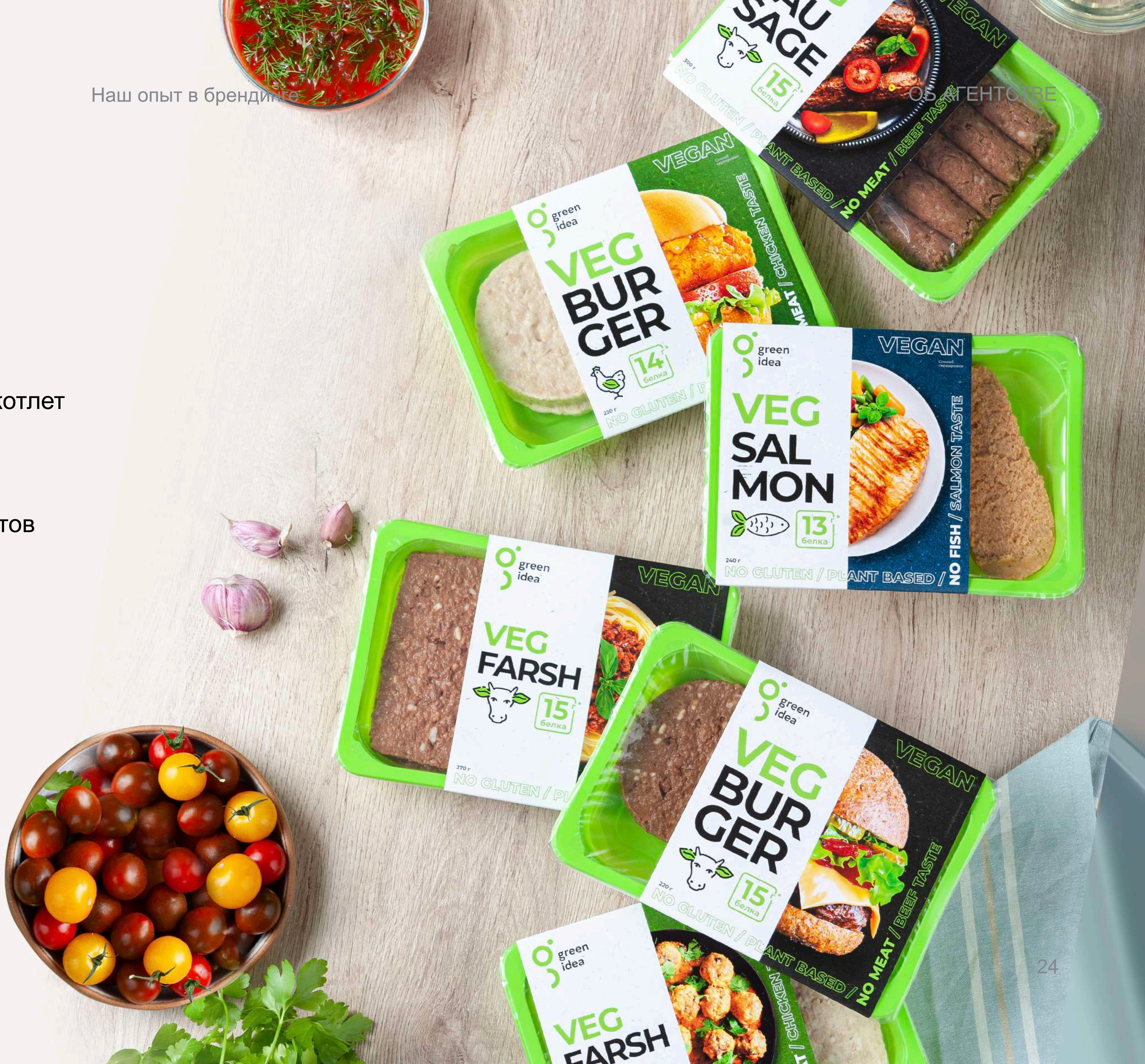


# GREEN IDEA: ФАРШ, МЯСО, РЫБА

**Задача:** разработать дизайн-концепцию линейки веганских «мясных» продуктов: стейков, фарша, котлет для бургеров, тефтель и сосисок.

**Сделано:**

- дизайн-концепция линейки из 5 видов продуктов





# GREEN IDEA: РАСТИТЕЛЬНЫЕ ЙОГУРТЫ

**Задача:** разработать упаковку растительных йогуртов



**Сделано:**

- 6 видов упаковки для йогуртов разных вкусов

# GREEN IDEA: РАСТИТЕЛЬНЫЕ ЙОГУРТЫ БЕЗ САХАРА

**Задача:** разработать дизайн линейки йогуртов без сахара

**Сделано:**

- разработан дизайн линейки
- сохранена общая стилистика бренда
- выработаны характерные визуальные атрибуты, которые подчеркивают, что в йогуртах этой линейки меньше калорий



# GREEN IDEA: СОЕВАЯ СМЕТАНА

**Задача:** разработать дизайн-концепцию соевой сметаны.

**Сделано:**

- разработана дизайн-концепция
- сохранена узнаваемость и общая преемственность с визуальной концепцией бренда



# GREEN IDEA: ПУДИНГИ

**Задача:** разработать дизайн-концепцию растительных десертов — пудингов.

**Сделано:**

- разработана дизайн-концепция с яркими цветами, которые напоминают цвета десертов
- сохранена узнаваемость и общая преемственность с визуальной концепцией бренда



V

**Задача:** разработать дизайн-концепцию двух упаковок растительных сыров.

**Сделано:**

- разработана дизайн-концепция упаковки
- вместо стандартной упаковки используется наклейка-стикер. Это **снизило стоимость готовой упаковки на 98%**



# JALO KERMA: СМЕТАНА

**Задача:** разработать дизайн-концепцию сметаны.

**Сделано:**

- разработана дизайн-концепция сметаны: сохранена узнаваемость и общая преемственность с другими товарами бренда



# КОММУНИКАЦИИ И КРЕАТИВ

формируем потребность в бренде, товарах,  
узнаваемости и отношении к ним

# JALO KERMA: КОММУНИКАЦИОННАЯ ПЛАТФОРМА БРЕНДА «ВКУС ФИНСКОГО СЧАСТЬЯ» И ИДЕЯ РК «Я НЕ ГОВОРЮ ПО-ФИНСКИ»

## Задача:

- Сформулировать коммуникационную платформу про-финского бренда молочных продуктов Jalo Kerma
- Разработать креативную концепцию продвижения бренда Jalo Kerma

**Решение:** за основу взят факт: по данным ООН финны несколько лет подряд признавались самой счастливой нацией. Коммуникация «Вкус финского счастья» объясняет, что продукты бренда делают всех немного счастливее.

И в рамках рекламной поддержки лонча бренда, была выбрана коммуникационная идея «Я не говорю по-фински», которой подчеркивали принадлежность продукции к Финляндии и доносили качества через эмоциональную подачу — людей, которые, попробовав продукт, начинали говорить на финском.



КОММУНИКАЦИЯ + ФОТО

RETAIL POSs

OLV ВИДЕО



# GREEN IDEA: КОММУНИКАЦИОННАЯ ПЛАТФОРМА «БОЛЬШЕ ПОЛЕЗНЫХ УДОВОЛЬСТВИЙ»

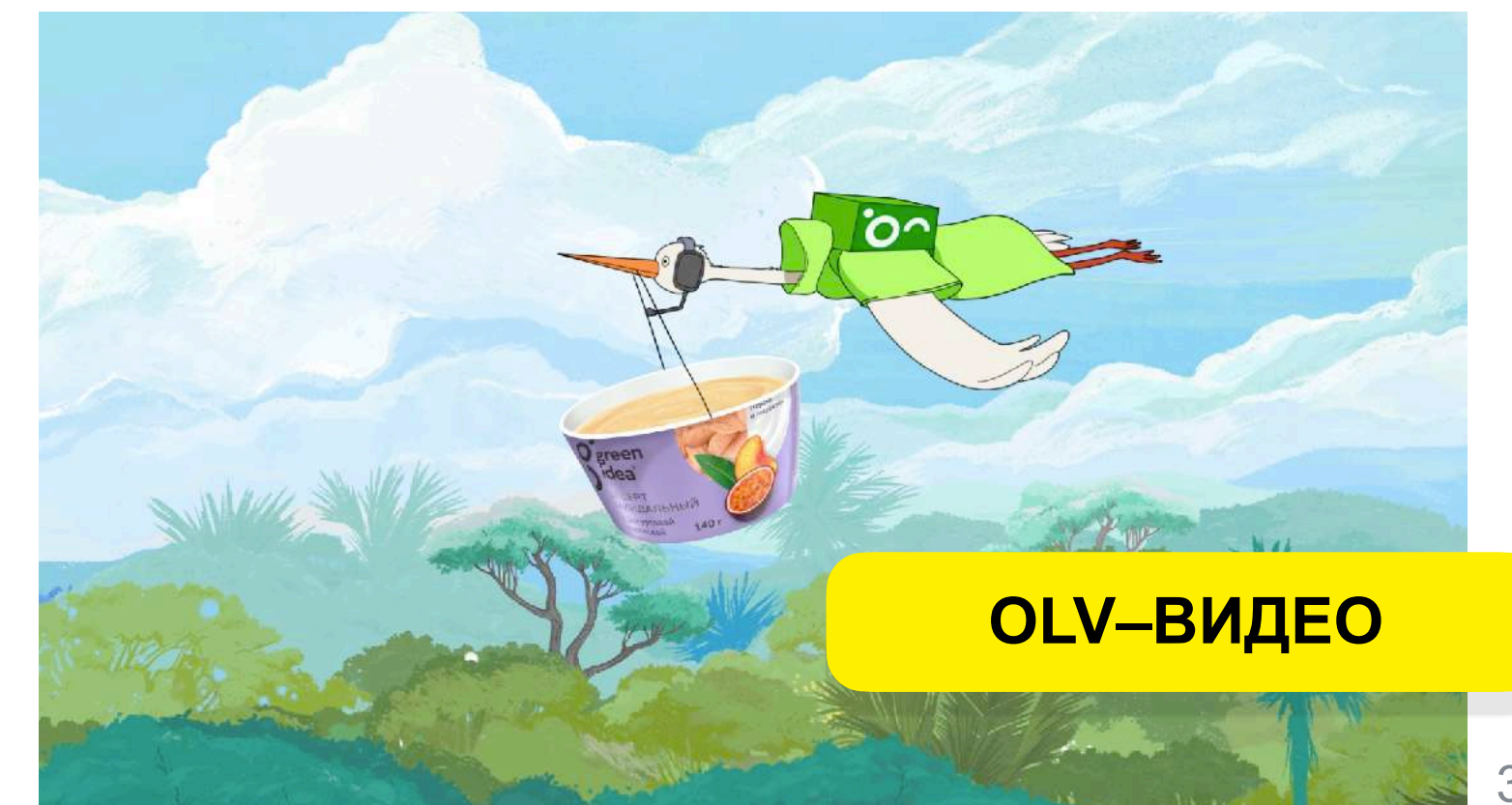
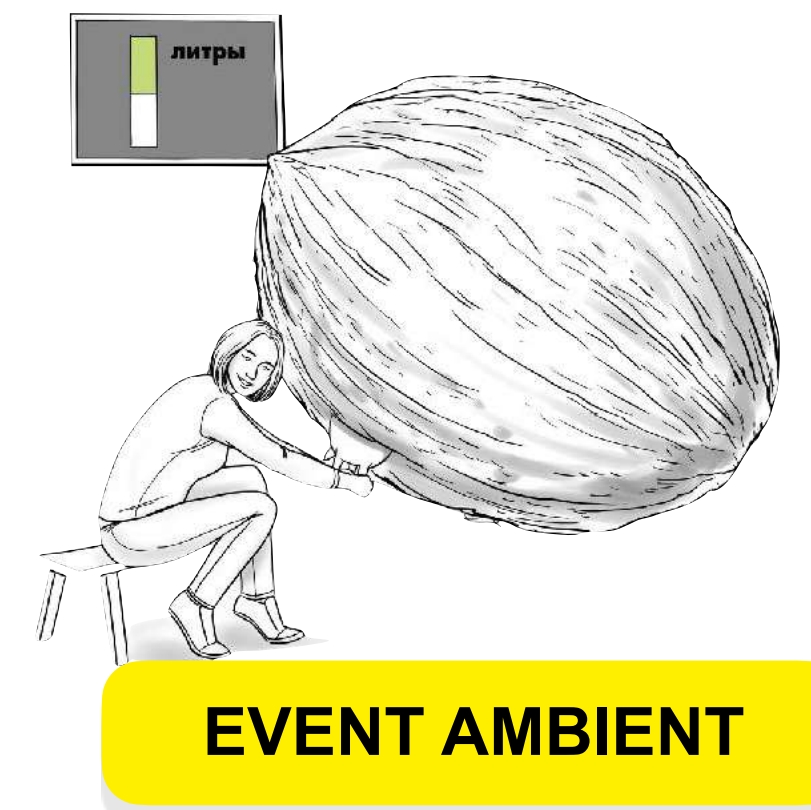
## Задача:

- Сформулировать коммуникационную платформу бренда продуктов на растительной основе
- Разработать креативную концепцию продвижения бренда Green Idea

**Решение:** разработана коммуникация «Больше полезных удовольствий», которая доносит, что полезные продукты на растительной основе тоже бывают вкусными и разнообразными. Слово «больше» намекает, что у бренда большой ассортимент. Хочется новизны и удовольствий? Попробуй продукты Green Idea — они необычные, классные и разнообразные!



КОММУНИКАЦИЯ



OLV-ВИДЕО

# ВАЛГЕДА: КОММУНИКАЦИОННАЯ ПЛАТФОРМА БРЕНДА «ВОЛОГОДСКОЕ ЛАКОМСТВО»

## Задача:

- Разработать коммуникационную платформу бренда масла с вологодской рецептурой

**Решение:** разработана коммуникация, выраженная в слогане «Вологодское лакомство». В коммуникации подчеркнута «наследие рецептуры». Премиальная упаковка отражает высокое качество продукта.



КОММУНИКАЦИЯ



RETAIL POSs



DIGITAL



# BELLAKT: КОММУНИКАЦИОННАЯ ПЛАТФОРМА

## Задача:

- Разработать позиционирование бренда Bellakt на российском рынке. Фокус — на новый заменитель грудного молока Bellakt.

**Решение:** Bellakt — бренд, который первым в СССР начал производить заменитель грудного молока. Затем бренд ушел из России. К возвращению бренда в РФ разработана коммуникация «Лучшее передается по наследству», подчеркивающая долгую историю на местном рынке. Преимущества товара крупно вынесены на упаковку.



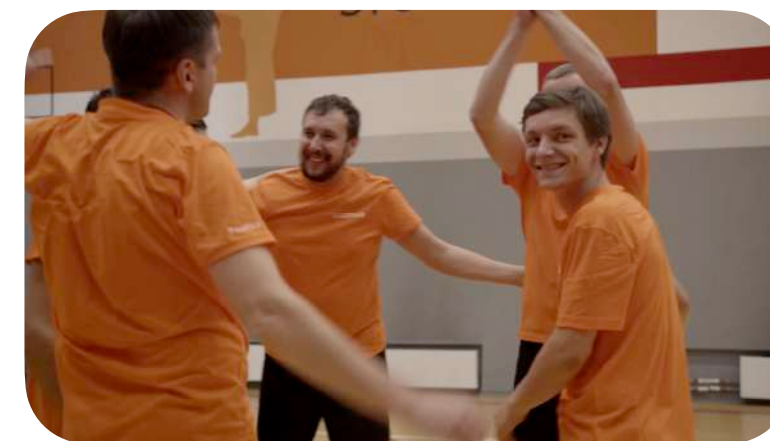
ПРИНТ

КОММУНИКАЦИЯ

# ЕВРАЗ: СЪЕМКА И ПРОДВИЖЕНИЕ СИТКОМ СЕРИАЛА «КОРОЧЕ, ЕВРАЗ» ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЕЖИ В РЕГИОНАХ

**Задача:** развеять стереотипы молодежи относительно работы на заводе через развлекательные форматы

**Решение:** был разработан мини ситком сериал на 5 серий в YouTube формате, который показывает «кухню» металлургии глазами молодых ребят: для рабочих и IT профессий. Сериал размещается на YT и региональном ТВ.



[Смотреть сериал на YT](#)

# КАК РЕЗУЛЬТАТ: ПРОЕКТ ПОЛУЧИЛ МНОГО ПОЗИТИВНЫХ РЕАКЦИЙ И ВЫСОКОЕ ВОВЛЕЧЕНИЕ АУДИТОРИИ

Выход сериала повлиял на сообщество ЕВРА3а количественно и качественно. Анонсы сериала стали самыми популярными постами комьюнити за год.

Проект вызвал отклик у аудитории и собрал большое количество позитивной обратной связи, в том числе люди просили поскорее снять продолжение истории.

## > 6,3 млн

общее количество просмотров:

## > 4,7 млн

просмотров сериала на ТВ

## > 1,6 млн

просмотров сериала в диджитал

## > 2200

Количество реакций от аудитории в соцсетях (лайки, комментарии)

## > 2,8%

Показатель вовлеченность у постов с анонсом сериала (ER%)

## > 60%

Средний процент досмотров в YT

Галина Ни  
Продолжение точно, нужно классно же получилось  
15 дек в 14:35 Ответить Поделиться

Данил Бум  
Классный сериал))  
13 дек в 20:41 Ответить Поделиться

Татьяна Подосинникова  
Приятно видеть знакомые лица Новокузнецка)  
16 дек в 12:39 Ответить Поделиться

Александр Горин  
Конечно, надо продолжение!!!  
16 дек в 12:39 Ответить Поделиться

Антон Бельдянов  
Сериал на самом деле классный жаль короткий, качество можно телику крутить спокойно, хороший способ привлечь молодеж, очень круто успехов в продолжении  
17 дек в 21:23 Ответить Поделиться

Павел Кожакин  
Второй сезон скорее....  
18 дек в 09:31 Ответить Поделиться

Дмитрий  
Идея ситкома мне очень понравилась!) Легкий сериал, сюжет захватывает с самого начала  
16 дек в 12:11 Ответить Поделиться

Антон Буров  
Да всем в итоге понравилось) Так что пилите второй сезон скорее и серии подлиннее все ждут  
19 дек в 14:11 Ответить Поделиться

# ДИДЖИТАЛ АКТИВАЦИИ

формируем потребность в бренде, товарах,  
узнаваемости и отношении к ним

# МКБ: «НАЗАД В БУДУЩЕЕ» ПОЗДРАВЛЕНИЕ С НГ 2023

**Задача:** разработать диджитал-спецпроект с квестом в формате лендинга, который поздравит сотрудников МКБ с новым 2023 годом.

**Решение:** создали нестандартную игровую механику, которая включала в себя комикс и квест с 7 заданиями. Игроки должны были выполнить интерактивные задания, чтобы спасти Новый год. Все кто прошел квест, получали подарок в виде скидки на образовательную платформу «Синхронизация».

Охват проекта

**6 279**  
контактов  
(узкого таргета)

Среднее время  
на сайт

**5**  
минут

Участников  
проекта

**2101**  
сотрудник

Прошли квест  
до конца

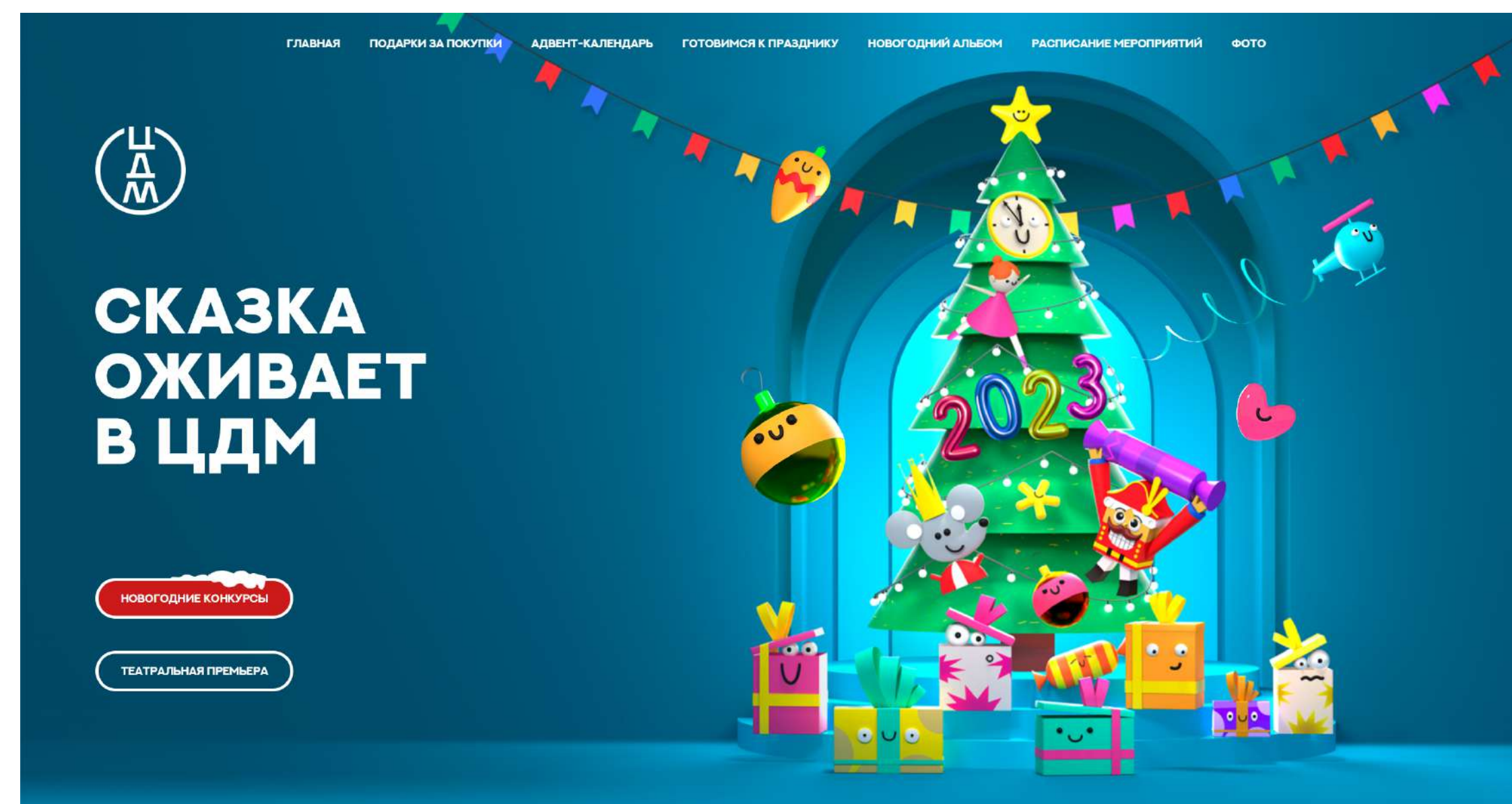
**35%**  
участников



# ЦДМ: «СКАЗКА ОЖИВАЕТ В ЦДМ» НОВОГОДНИЙ АДВЕНТ-КАЛЕНДАРЬ

**Задача:** создать креативный спецпроект на базе лендинга ЦДМ для стимулирования праздничного UGC-контента в соцсетях.

**Решение:** был разработан адвент-календарь с заданиями в социальных сетях (VK, TG) на декабрь 2022. Задания предполагали ответы в комментариях, например, «Любимая новогодняя игрушка» или «Поделиться фото с зимней прогулки». При выполнении каждого задания разыгрывались подарки среди участников. Те, кто выполнял все задания в течение месяца, получал специальные призы от ЦДМ.



Охват проекта  
(лендинг)

**86 300**  
пользователь

Охват проекта  
(лендинг)

**23 602**  
пользователь

Участники  
проекта

**1 798**  
участников

Средний ER  
проекта в  
соцсетях

**0,8%**



# ЕВРАЗ: «КАПСУЛА ВРЕМЕНИ»

**Задача:** поддержать 80-летие предприятия НТМК ЕВРАЗ в диджитале в период пандемии

**Решение:** дать сотрудникам возможность отправить видеопослание в будущее для самих себя и будущих коллег. Послания можно посмотреть через 20 лет, на столетний юбилей.

Охват проекта

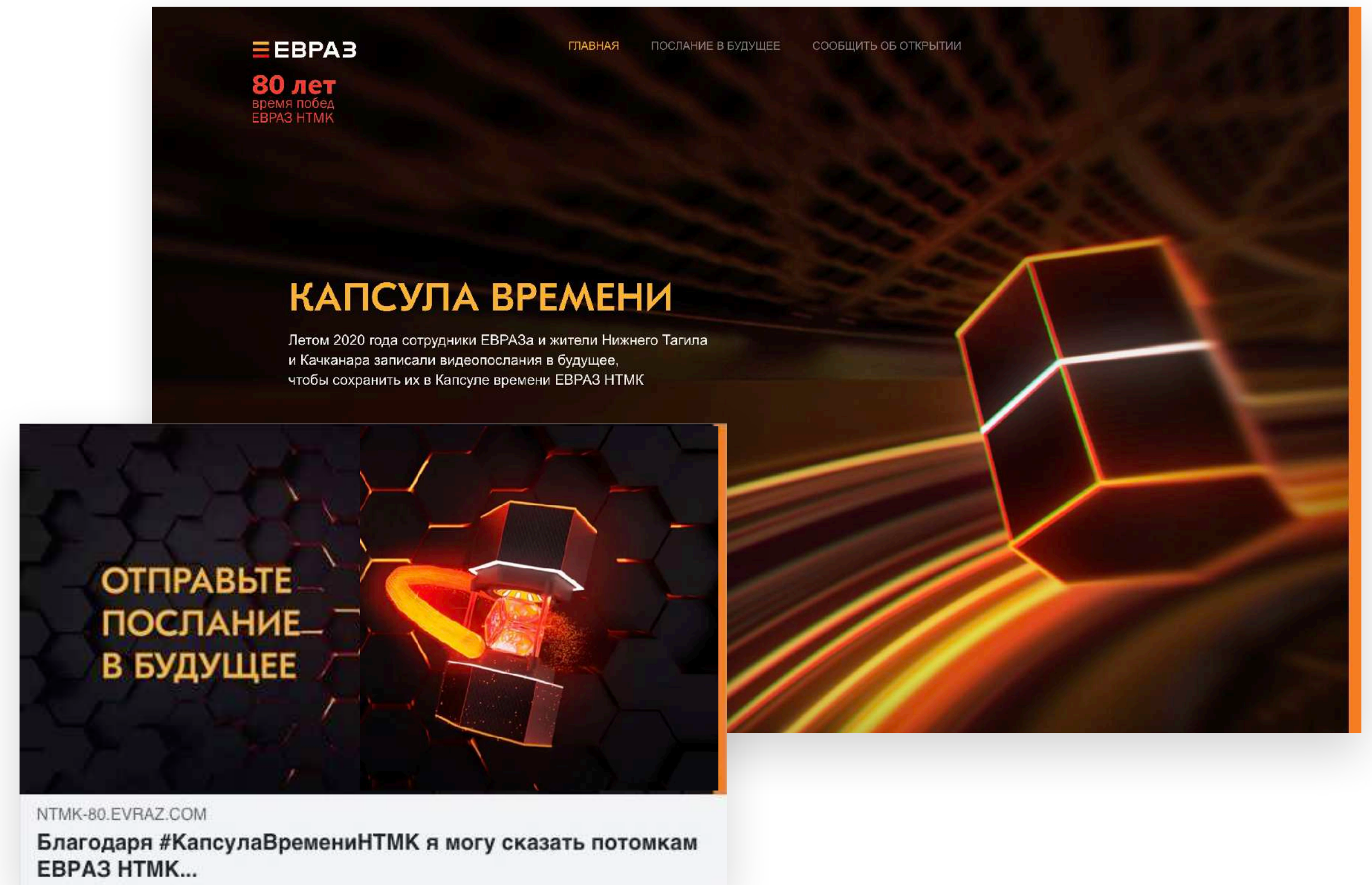
**500 000**  
контактов  
(узкого таргета)

Участников  
проекта

> **150**  
сотрудников

Видеоматериалов  
участников

**1320**  
минут видео



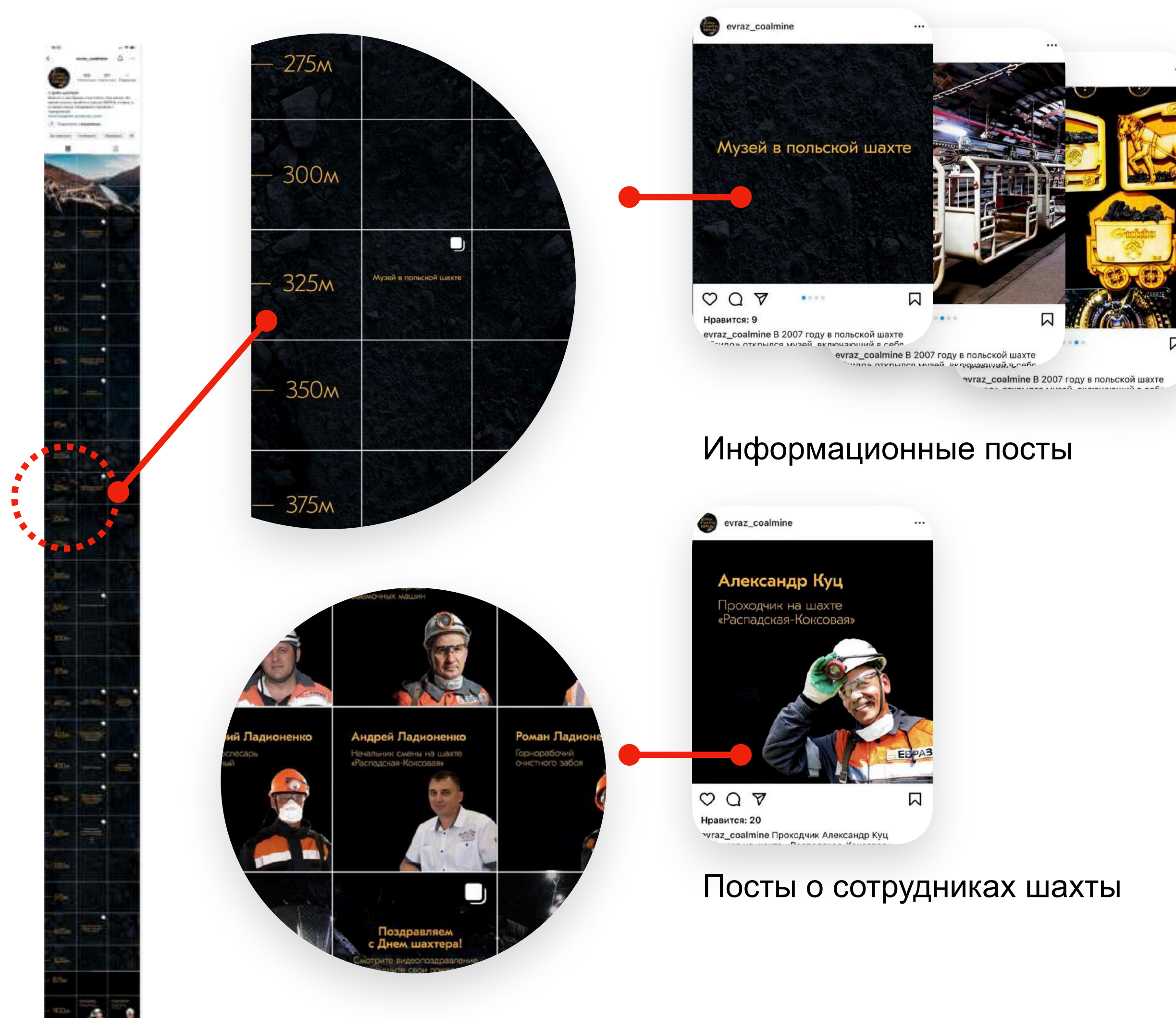
# ЕВРАЗ: АККАУНТ-ШАХТА ЕВРАЗА «РАСПАДСКАЯ» В IG

**Задача:** поздравить нестандартно в социальных сетях с Днем Шахтера сотрудников ЕВРАЗа и привлечь внимание внешней аудитории.

**Решение:** был разработан отдельный аккаунт в IG стилизованный под реальную шахту «Распадская». На определенной глубине располагались информативные посты-карточки, где мы рассказывали интересные факты о шахте и сотрудниках ЕВРАЗа, которые в ней работают

[Посмотреть аккаунт](#)

IG — соцсеть компании Мета, запрещенной организации в России



Информационные посты

Посты о сотрудниках шахты

# KASPERSKY: АКТИВАЦИЯ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ KIS В ДИДЖИТАЛЕ — TVANG

**Задача:** увеличить скачивание антивируса Kaspersky Internet Security,

**Решение:** активация в жанре квеста. Пользователь проходит игру, а в середине игры мы предлагаем ему скачать антивирус, чтобы решить одну из задач по сюжету. С помощью игры мы рассказали о проблемах безопасностью в интернете и о том, что средство защиты от них — Kaspersky Internet Security.

Активация локализована на 7 европейских стран. Закадровый голос игры — актер, озвучивший Гарри Поттера в России.

Донести  
проблемы  
безопасности

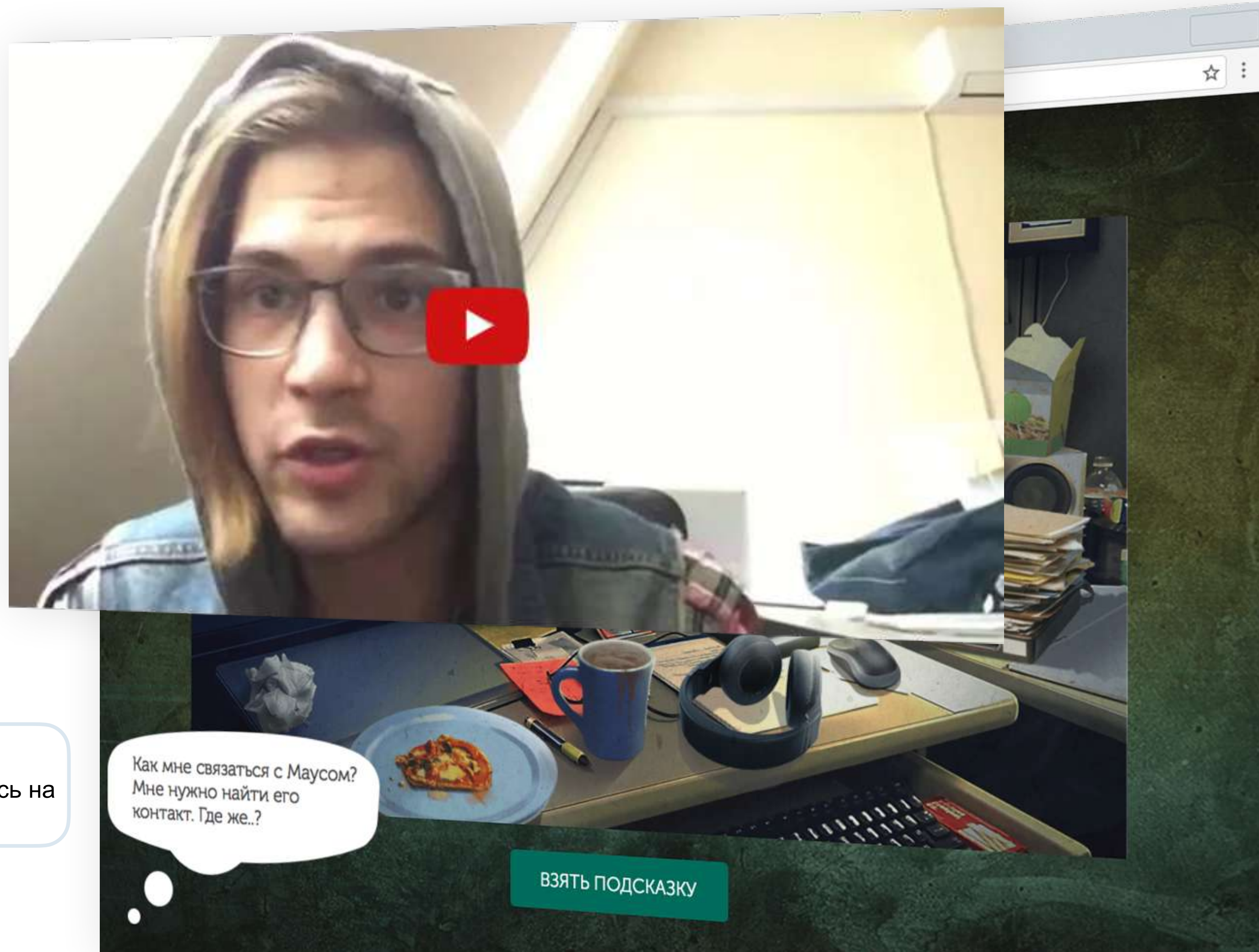
> 60 000  
участников

Скачивание  
антивируса

> 14 000  
установок  
продукта (24%)

Подписчиков на  
соцсети

3200  
подписались на  
соцсети



# KASPERSKY: РАЗРАБОТКА АКТИВАЦИИ ДЛЯ ПОДБРЕНДА MOTORSPORT ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТА KIS

## Задача:

- Вовлечь фанатов Formula 1, Ferrari Scuderia, GT во взаимодействие с брендом Kaspersky LAB
- Увеличить количество установок пробной версии продукта Kaspersky Internet Security

**Решение:** разработали международный сайт с конкурсной механикой и установкой trial-версии продукта.

Участники проходили скоростной тест на знание фактов о F1. В процессе прохождения мы предлагали пользователям установить пробную версию продукта — за бонус в гонке. Победителя игры отправили на ближайшую гонку Formula 1.



Охват кампании

**> 3 млн**  
целевой  
аудитории

Установки trial-  
версии продукта

**1500**  
участников

Проект реализован  
совместно с агентством  
Daily Profit.

# KINDER: РАЗРАБОТКА ИДЕЙ АКТИВАЦИИ FERRERO KINDER «МОЛОЧНЫЙ ЛОМТИК»

## Задача:

- Продвижение продукта Kinder «Молочный ломтик» через диджитал-каналы
- Вовлечение целевой аудитории мам и детей во взаимодействие с брендом

**Решение:** разработана уникальная механика – мама вместе с ребенком могла озвучить мультфильм, читая текст по ролям с экрана компьютера. Для этого было создано 6 мультфильмов на полезные детские темы. Записанную работу можно было отправить на конкурс.

Охват проекта

**10 млн**  
охват аудитории

Количество  
посещений сайта  
проекта

**240 000**  
переходов

Участников  
проекта

**> 1500**  
участников



Проект реализован  
совместно с агентством  
Daily Profit.

# СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА

выстраиваем долгосрочную коммуникацию  
с аудиторией в социальных медиа

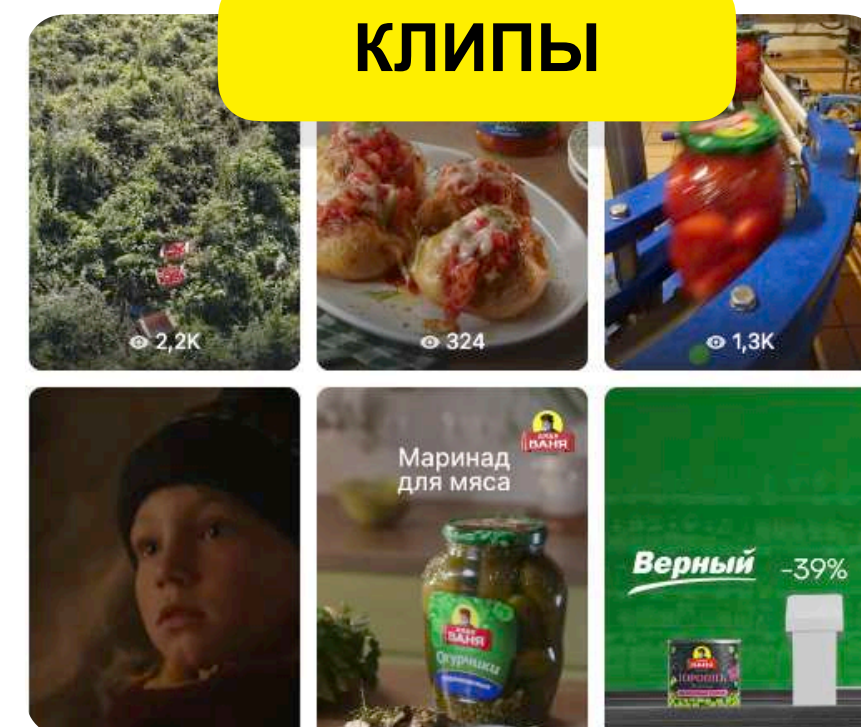
# ДЯДЯ ВАНЯ: ПОДДЕРЖКА И ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦСЕТЯХ

Поддерживаем и развиваем социальные сети бренда консервированных овощей Дядя Ваня в ВК. За 4 месяца работы было привлечено более 3600 подписчиков без запуска таргетированной рекламы и других промо-кампаний.



## КОНТЕНТ

Разработка контента для соцсетей, обработка ситуационных инфоповодов



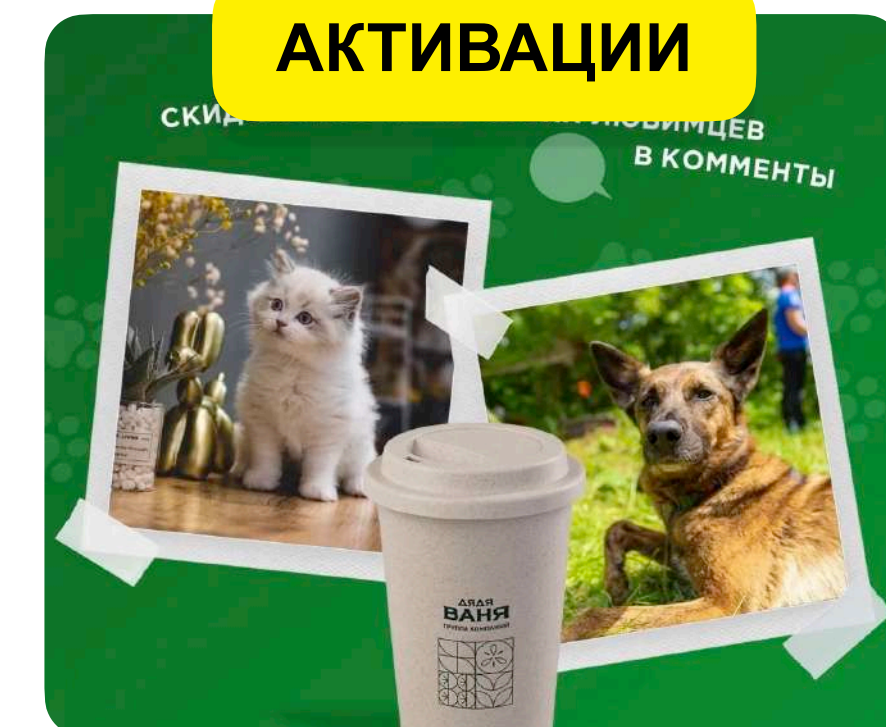
## КЛИПЫ

Разработка и монтаж вертикального видеоконтента для Клипов ВК



## АКТИВАЦИИ

Разработка творческих активаций на вовлечение пользователей



## АКТИВАЦИИ

Разработка творческих активаций на вовлечение пользователей

Построение сообщества бренда

**+ > 3600**  
подписчиков без промо

Вовлечение аудитории в контент

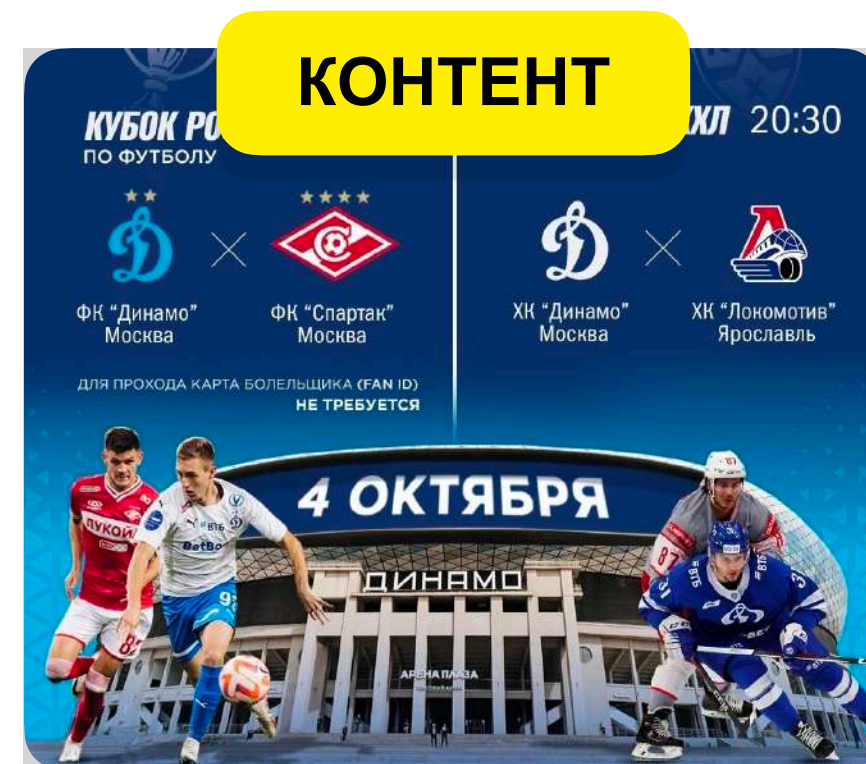
**1 – 3% ERp**  
удержание на уровне

Органический охват

**230 000**  
показов целевым пользователям

# ВТБ АРЕНА: ПОДДЕРЖКА И ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦСЕТЯХ

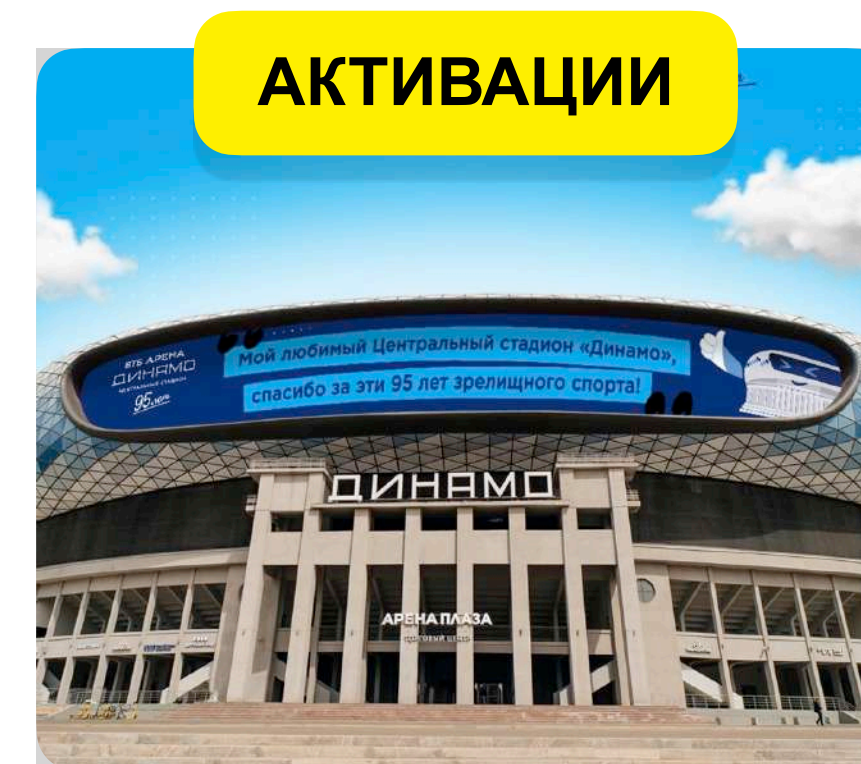
Поддерживаем и развиваем социальные сети (ВК, ТГ) и блог на Дзене комплекса ВТБ Арены в Москве.



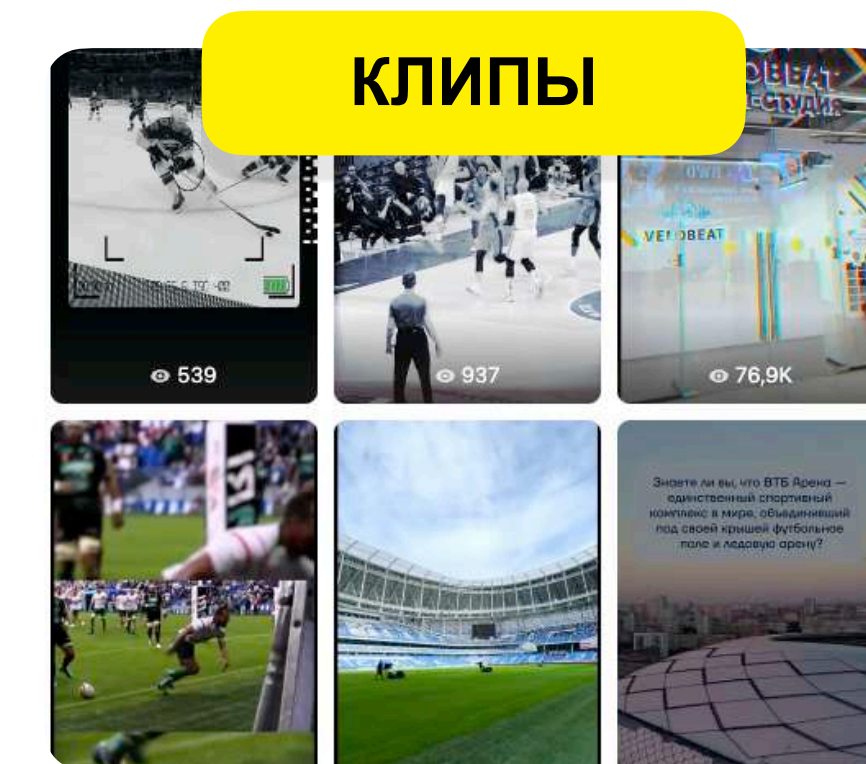
Разработка контента для комплекса, поддержка спортивных и культурных мероприятий, проходящих на площадке



Разработка контента для торгового центра внутри ВТБ Арены: поддержка активностей арендаторов



Разработка и продвижение активаций: конкурсов в соцсетях, фиджитал с медиафасадом стадиона и других



Разработка и монтаж вертикального видеоконтента для Клипов ВК: регулярных развлекательных и ситуативных с событий

Построение сообщества бренда

**+ >2700**  
подписчиков  
за 3 месяца

Вовлечение аудитории в контент

**1% ERp**  
удержание на уровне

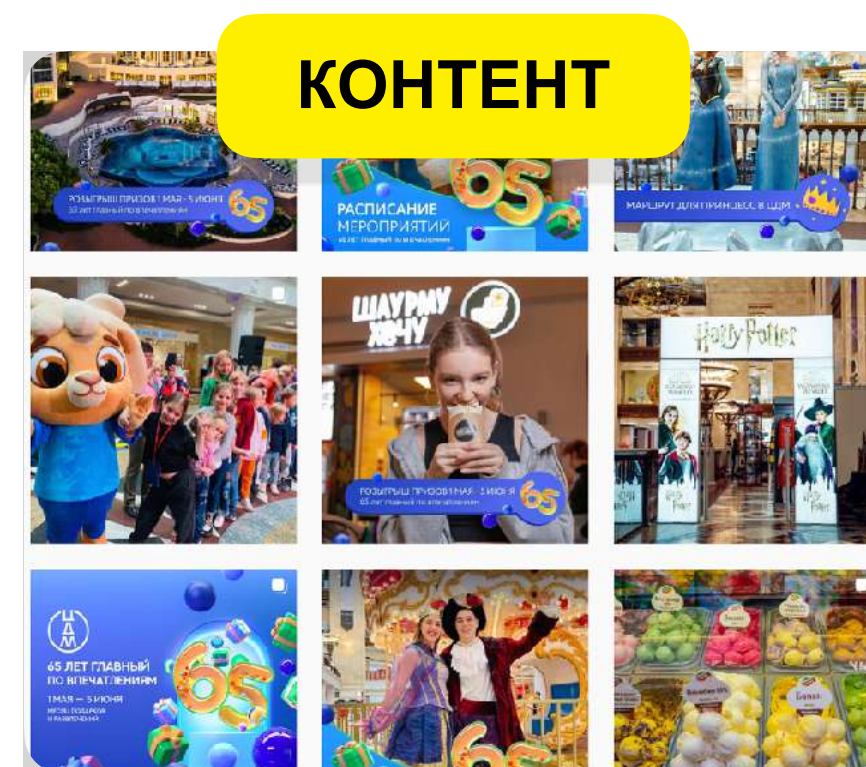
Платный охват

**> 2 млн**  
показов целевым пользователям

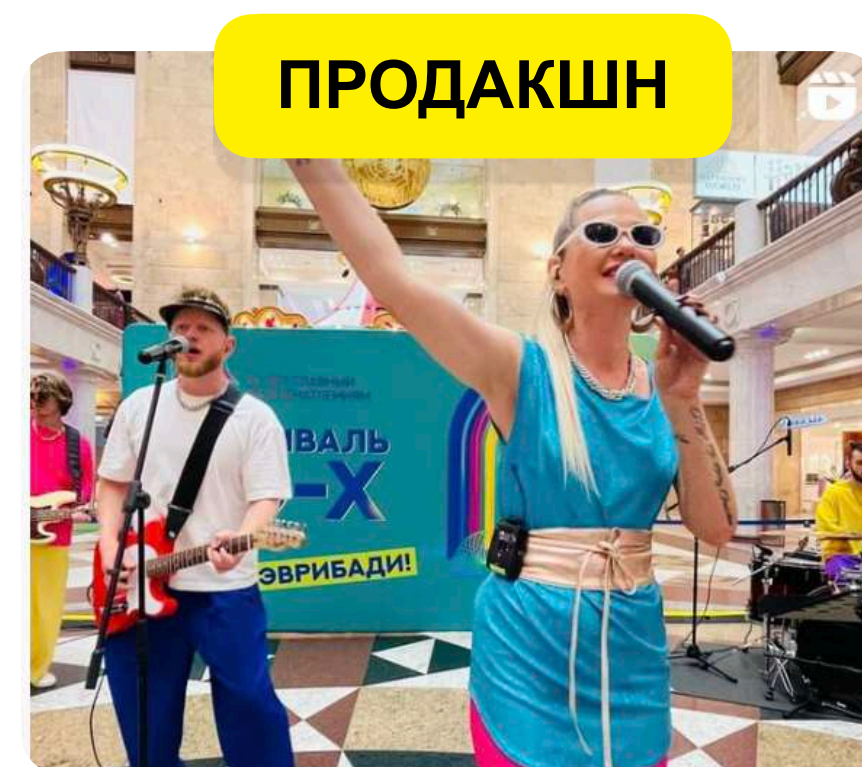


# ЦДМ: ПОДДЕРЖКА И ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦСЕТЯХ И ДИДЖИТАЛЕ, РАБОТА С РЕПУТАЦИЕЙ (ORM)

Ведем социальные сети ЦДМ на Лубянке (VK, OK, TG), оказываем поддержку бренда на иных медиаплощадках (сайты, агрегаторы отзывов). В том числе вывели бренд на новые площадки — Телеграм и Яндекс.Дзен.



Разработка контента для соцсетей и Яндекс.Дзена: обработка ситуационных инфоповодов, работа с арендаторами.



Проведение регулярных фото-, видеосъемок и онлайн-трансляций в рамках активностей ТЦ.



Разработка активаций для промо-кампаний с продвижением и размещением у блогеров: (65-летие ЦДМ, Фестиваль 90-х, Снова в школу и другие)



Разработка стикерпака для Телеграма: 16 иллюстраций, основанных на персонажах ЦДМ

Построение сообщества бренда

**+ > 2000**  
подписчиков во всех каналах

Вовлечение аудитории в контент

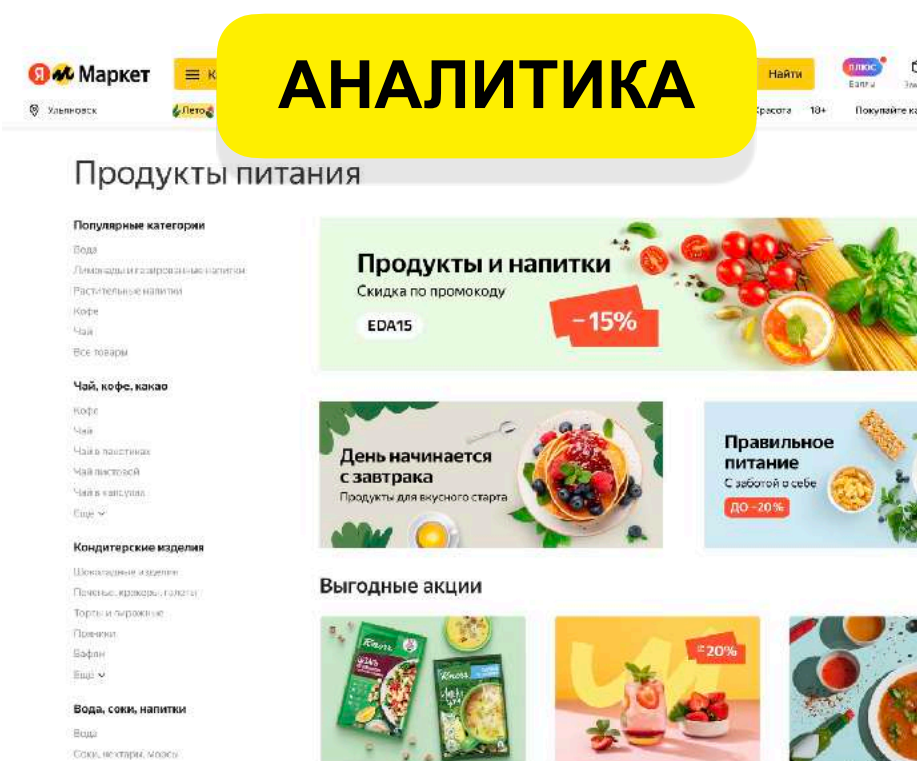
**1 – 5% ER**  
удержание на уровне

Показов рекламных объявлений

**> 6 млн**  
показов целевых пользователей

# ЯНДЕКС.МАРКЕТ: ПОДДЕРЖКА ТГ-КАНАЛА «СКИДКИ НА МАРКЕТЕ»

Ведём телеграм-канал с акционными предложениями Яндекс.Маркета — «Скидки на маркете»



Аналитика: выявление наиболее релевантных скидочных предложений на площадке: релевантности сезонности и повышенному спросу аудитории



Разработка контента для канала: оформление постов и написание текстов (1-2 поста в день) — 50 в месяц.



Бесперебойная подготовка контента

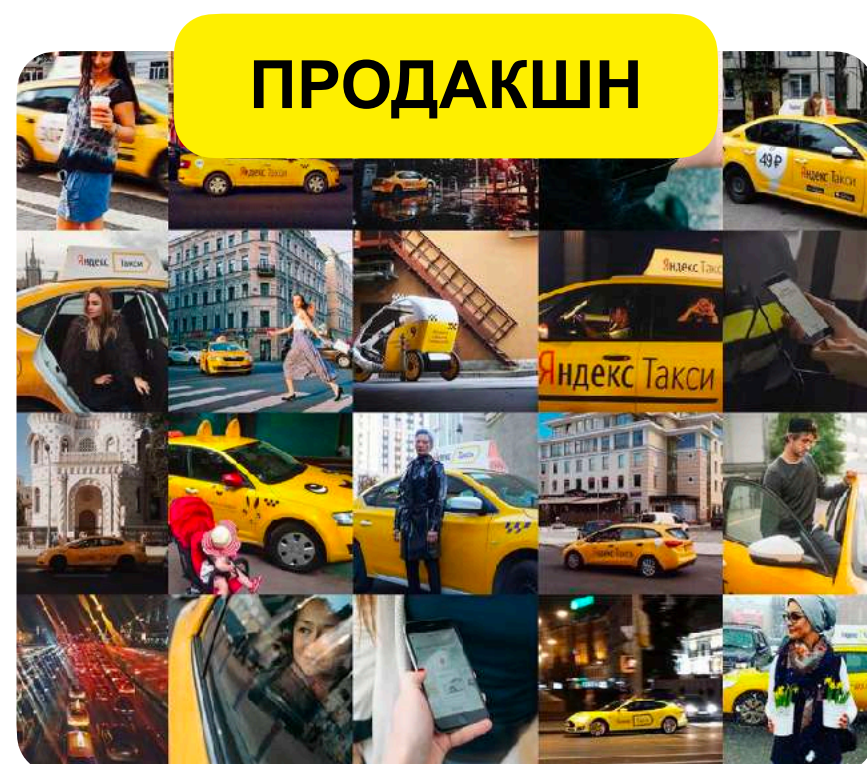
Подготовка ситуационных постов с запасом на неделю вперед

# ЯНДЕКС.ТАКСИ: ПОДДЕРЖКА И ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦСЕТЯХ

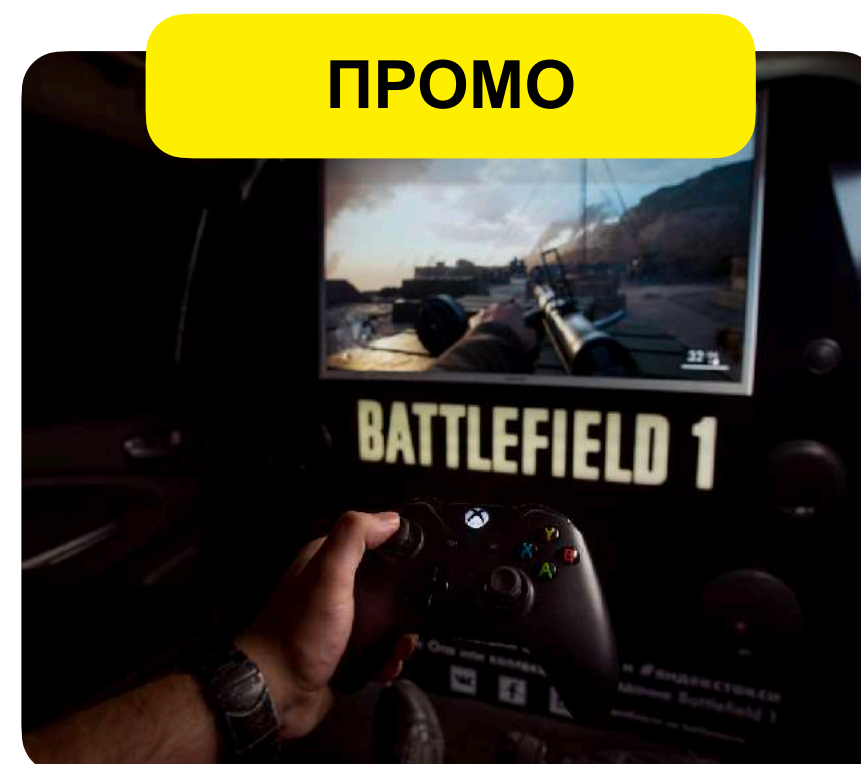
Поддержка и продвижение бренда Яндекс.Такси в социальных сетях VK, IG, FB.



Разработка контента для соцсетей в соответствии с коммуникационной и маркетинговой стратегией бренда.



Проведение регулярных фото- и видеосъемок для контента соцсетей



Продвижение маркетинговых активаций Яндекс.Такси



Продвижение контента и привлечение подписчиков в сообщества

Построение сообщества бренда

**+10 053**  
подписчиков во всех каналах

Вовлечение аудитории в контент

**+50% ER**  
удержание на уровне

Охват рекламных кампаний

**1 млн**  
охвата целевых пользователей

Проект реализован совместно с агентством Black Light

# PLAY-DOH: ПОДДЕРЖКА И ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦСЕТЯХ

Перезапуск соцсетей бренда Play Doh (детский пластилин) в VK, OK, IG.



Разработка стратегии в социальных сетях с уникальным подходом крафт-контента



Ситуационный фотопродакшн контента с привлечением мастера лепки



Проведение конкурсных активаций



Продвижение контента и привлечение подписчиков

Построение сообщества бренда

**+ 50 000**  
подписчиков во  
всех каналах

Вовлечение аудитории в контент

**+120% к ER**  
прирост к  
показателям

Охват рекламных кампаний

**> 20 млн**  
охвата целевых  
пользователей

Проект реализован совместно с агентством Daily Profit.

# LEECO: ПОДДЕРЖКА И ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦСЕТЯХ

Совместный проект с OMD Resolution: поддержка и продвижение бренда смартфонов LeEco в социальных сетях VK, IG, FB на момент выхода бренда на российский рынок.



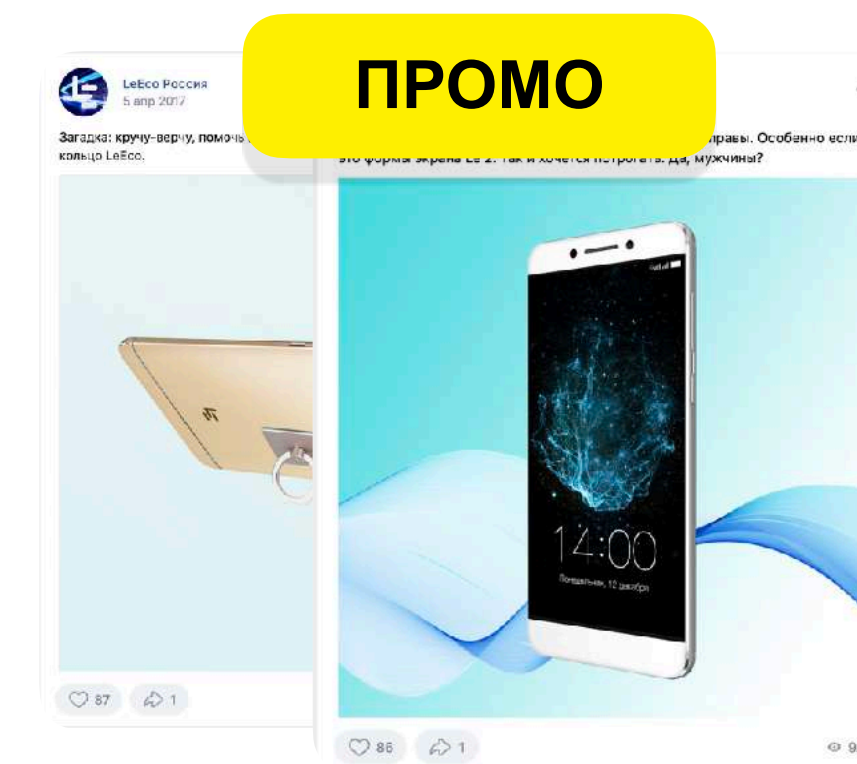
Разработка контента для соцсетей в соответствии с коммуникационной и маркетинговой стратегией бренда — до 90 постов в месяц.



Проведение регулярных фото- и видеосъемок для контента соцсетей



Проведение конкурсных активаций с розыгрышем смартфонов и аксессуаров бренда



Продвижение контента и привлечение подписчиков в сообщества

Построение сообщества бренда

**+ 30 000**  
подписчиков во всех каналах

Вовлечение аудитории в контент

**0,5 – 1% ER**  
при крупных сообществах

Охват рекламных кампаний

**> 15 млн**  
охвата целевых пользователей

# KASPERSKY: РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ РОССИИ С АДАПТАЦИЕЙ НА МИР

У Kaspersky собственный отдел SMM с региональными менеджерами по миру. Мы были привлечены как независимое агентство на разработку стратегии работы в социальных медиа и для помощи построения процессов производства контента.



## СТРАТЕГИЯ

Разработка стратегии в социальных медиа для России с адаптацией на мир



Разработка процесса создания контента — матрица для генерации идей контента, ускоряющая процесс подготовки

Вовлечение аудитории в контент

**+150% к ER**  
прирост к показателям

Процесс подготовки контента

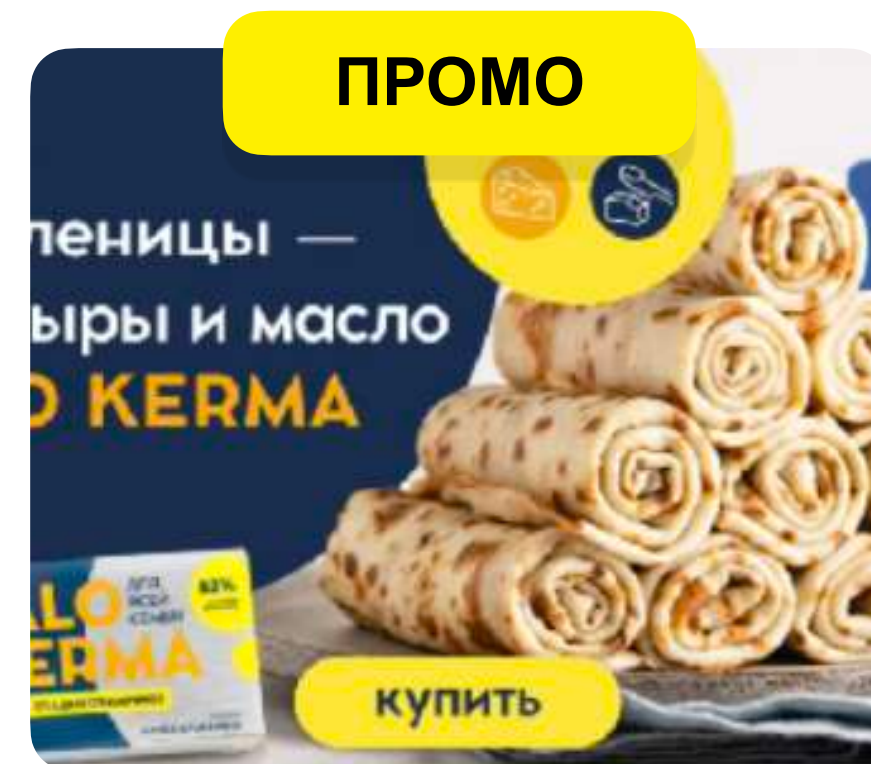
**в 1,5 раза**  
ускорился процесс подготовки контента

# JALO KERMA: ПОДДЕРЖКА И ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦСЕТЯХ

Поддержка и продвижение соцсетей (ВК, ОК, IG) бренда про-финских молочных продуктов Jalo Kerma.



Разработка контента для соцсетей в соответствии с коммуникационной и маркетинговой стратегией бренда



Регулярная и сезонная поддержка рекламными кампаниям в социальных сетях и интернете



Проведение конкурсных активаций, в том числе с привлечением блогеров

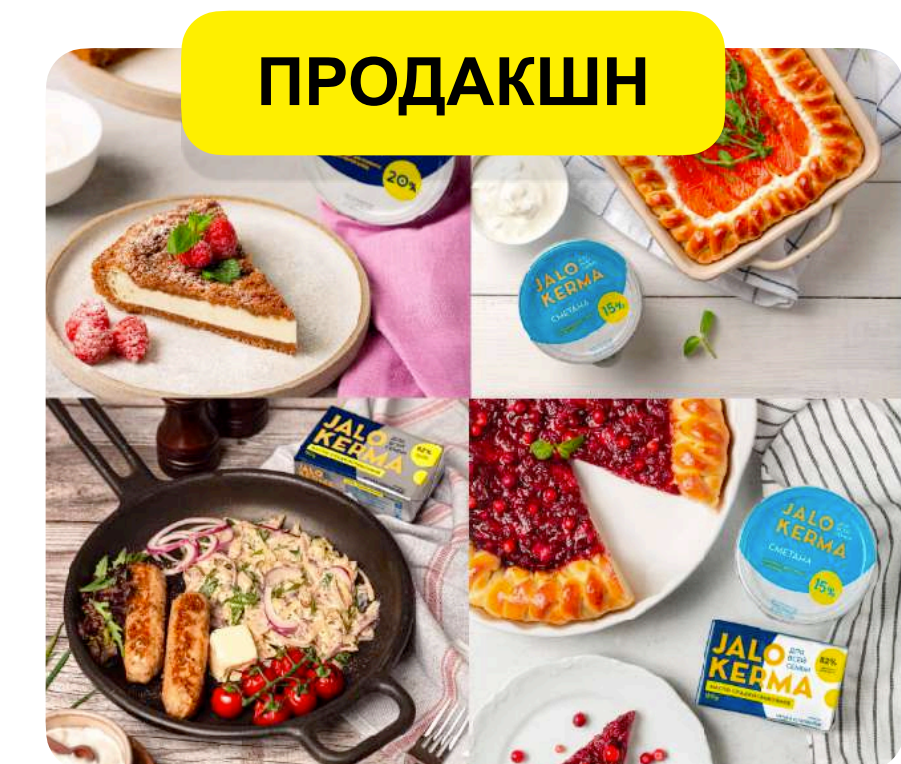


Фото- и видеопродакшн контента для соцсетей и сайта с рецептами

Построение сообщества бренда

**+ 25 000**  
подписчиков во всех каналах

Вовлечение аудитории в контент

**3 — 45% ERp**  
удержание на уровне

Охват рекламных кампаний

**> 10 млн**  
охвата целевых пользователей

# GREEN IDEA: ПОДДЕРЖКА И ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦСЕТЯХ

Поддержка и продвижение соцсетей (VK, IG, FB, TG) бренда продуктов на растительной основе Green Idea.



## КОНТЕНТ

Разработка контента для соцсетей в соответствии с коммуникационной и маркетинговой стратегией бренда



## ПРОМО

Регулярная и сезонная поддержка рекламными кампаниями в социальных сетях и интернете



## АКТИВАЦИИ

Проведение конкурсных активаций, в том числе с привлечением блогеров



## ПРОДАКШН

Фото- и видеопродакшн контента для соцсетей и сайта с рецептами

Построение сообщества бренда

**+ 10 000**  
подписчиков во всех каналах

Вовлечение аудитории в контент

**3 — 34% ERp**  
удержание на уровне

Охват рекламных кампаний

**> 15 млн**  
охвата целевых пользователей



# ВАЛГЕДА: ПОДДЕРЖКА И ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦСЕТЯХ

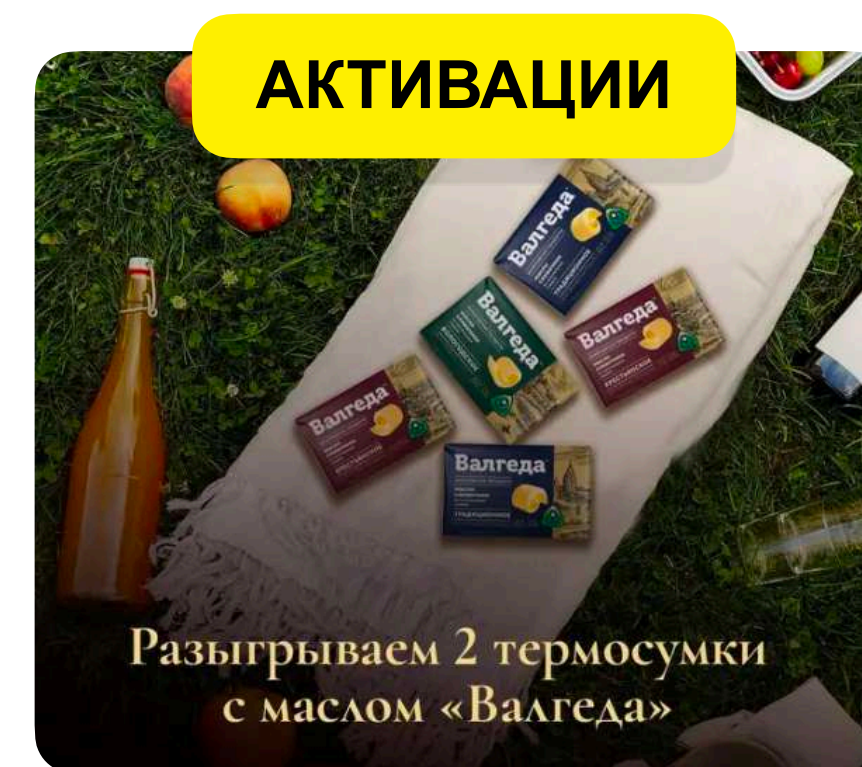
Поддержка и продвижение соцсетей (VK, OK, IG, FB) бренда масла «Валгеда».



Разработка контента для соцсетей в соответствии с коммуникационной и маркетинговой стратегией бренда



Регулярная и сезонная поддержка рекламными кампаниями в социальных сетях и интернете



Проведение конкурсных активаций, в том числе с привлечением блогеров



Фото- и видеопродакшн контента для соцсетей и сайта с рецептами

Построение сообщества бренда

**+ 6500**  
подписчиков во  
всех каналах

Вовлечение аудитории в контент

**30 — 50% ERp**  
удержание на уровне

Охват рекламных кампаний

**> 6 млн**  
охвата целевых пользователей

# ЕВРАЗ: ПОДДЕРЖКА И ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Поддерживаем внешние и внутренние каналы коммуникации в социальных медиа (VK, FB, IG, OK, TG) международной металлургической и горнодобывающей компании ЕВРАЗ.

## ИССЛЕДОВАНИЯ



Разработка SM-стратегии и проведение регулярных исследований для оценки эффективности и внедрения изменений

## КОНТЕНТ



Разработка контента для соцсетей и корпоративного ТВ: интеграция PR-служб в процесс разработки ситуационного контента

## АКТИВАЦИИ



Разработка и проведение активаций и конкурсов в соцмедиа

## ПРОДАКШН



Диджитал и видеопродакшн для Reels и TikTok

Построение сообщества бренда

**+ 40 000** подписчиков во всех каналах

Вовлечение аудитории в контент

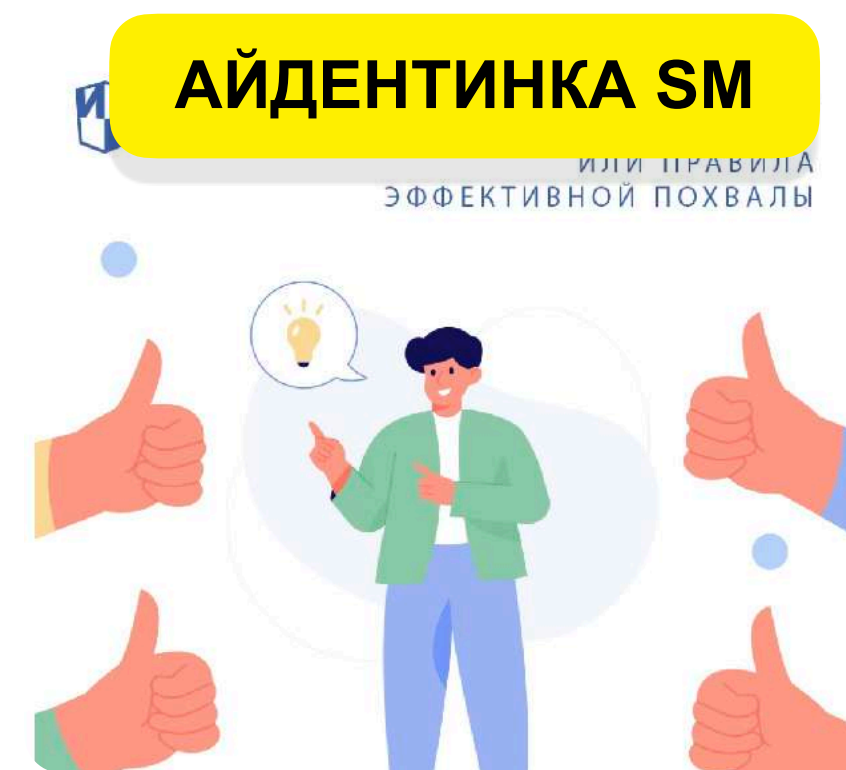
**1 – 3,2% ER** удержание на уровне

Охват рекламных кампаний

**> 8 млн** охвата целевых пользователей

# ИД «ПРОСВЕЩЕНИЕ»: ПОДДЕРЖКА И ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦСЕТЯХ

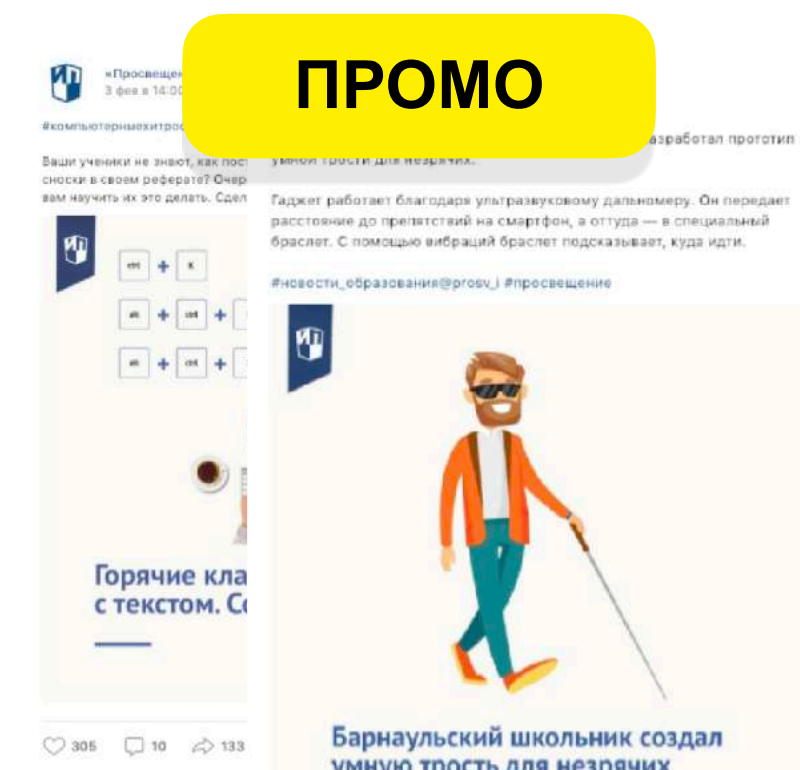
Поддержка и продвижение соцсетей издательского дома «Просвещение» во VK, FB, IG.



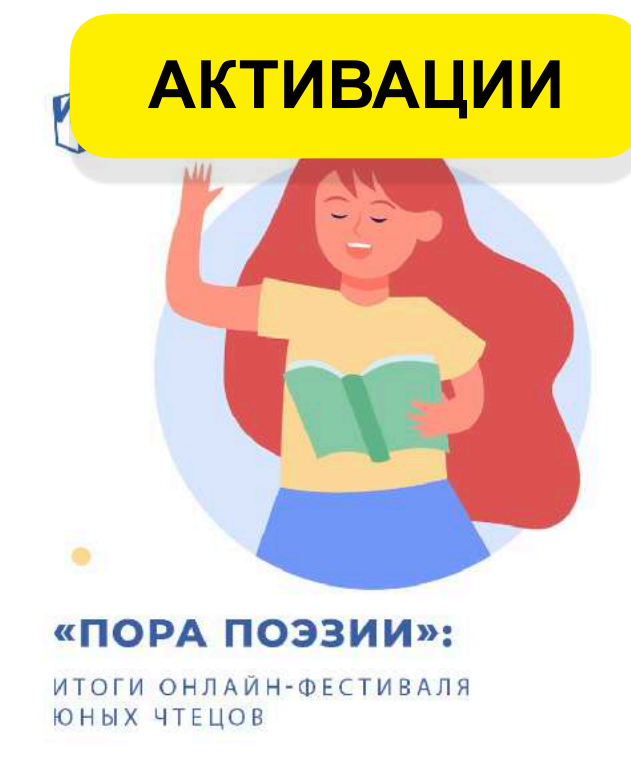
Разработка стратегии и айдентики для социальных сетей



Разработка контента для соцсетей: до 50 постов – в том числе регулярный ситуативный контент



Продвижение контента в социальных сетях



Проведение конкурсных активаций

Вовлечение аудитории в контент

**0,5 — 1% ER**  
удержание на уровне

Охват рекламных кампаний

**> 1 млн**  
охвата целевых пользователей

# KURIVIP: ПОДДЕРЖКА И ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦСЕТЯХ

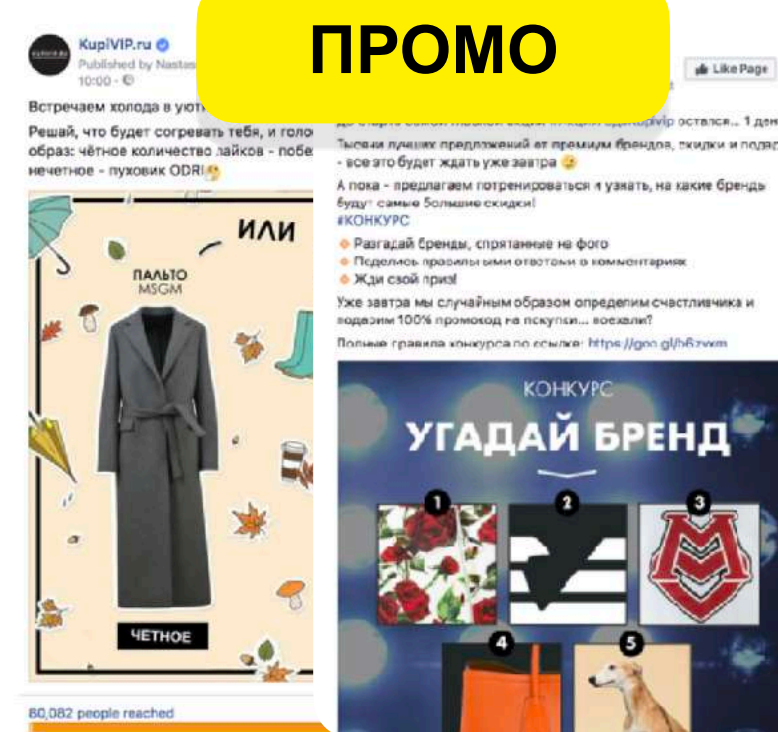
Поддержка и продвижение соцсетей (VK, IG, FB) маркетплейса одежды, обуви и аксессуаров для взрослых и детей Kurivip.

## АЙДЕНТИНКА SM



Разработка стратегии и визуальной айдентики для социальных сетей

## ПРОМО



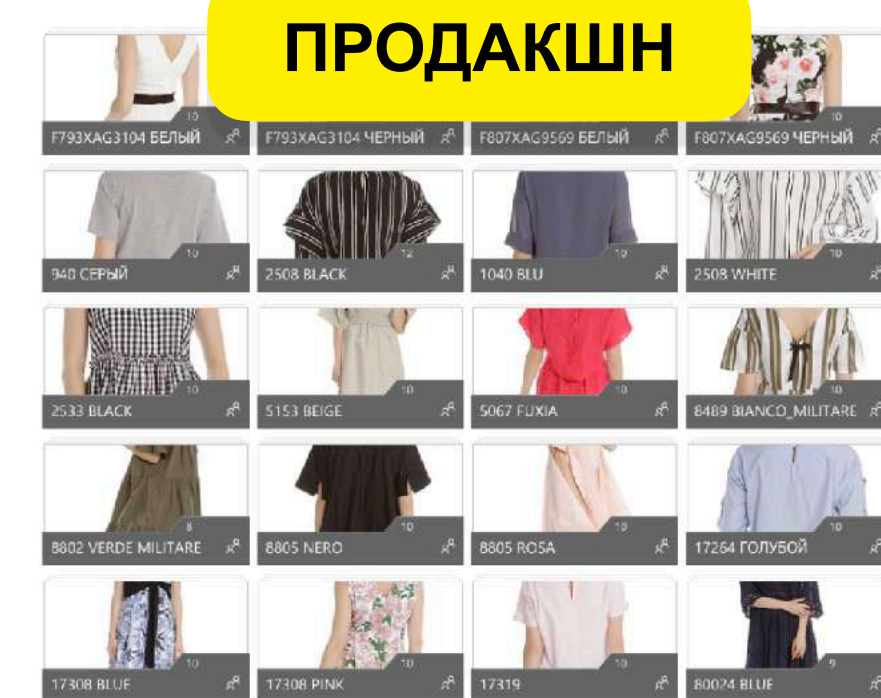
Регулярная и сезонная поддержка рекламными кампаниями в социальных сетях

## АКТИВАЦИИ



Проведение конкурсных активаций, в том числе с привлечением блогеров

## ПРОДАКШН



Проведение предметных и модельных фотосъемок для контента в соцсетях

Построение сообщества бренда

**> 10 000**  
подписчиков во всех каналах

Вовлечение аудитории в контент

**1,5 – 3,4% ER**  
удержание на уровне

Охват рекламных кампаний

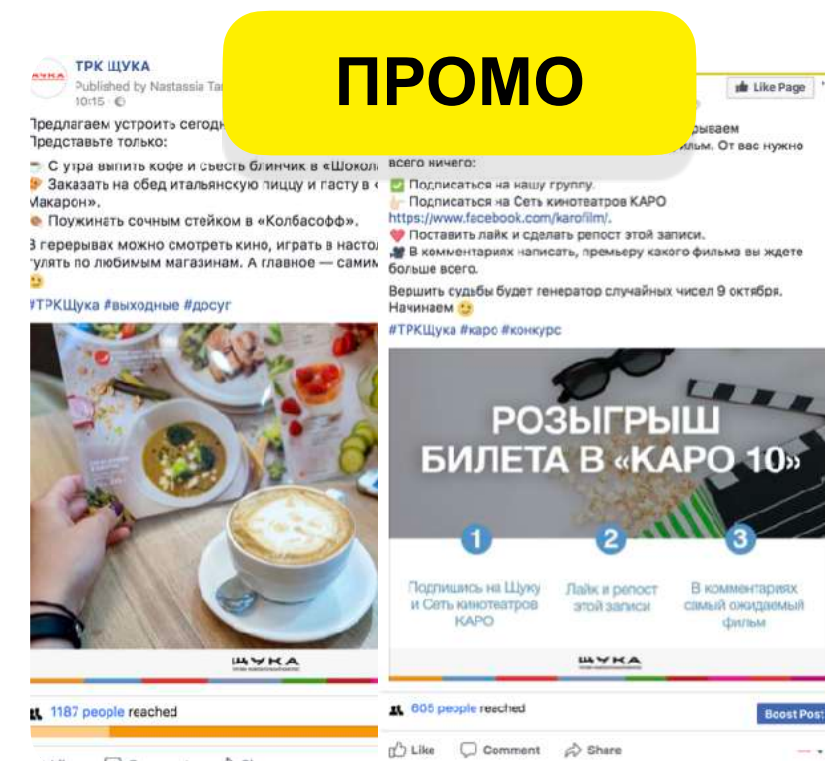
**± 8 млн**  
охвата целевых пользователей

# ТРК «ЩУКА»: ПОДДЕРЖКА И ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦСЕТЯХ

Поддержка и продвижение соцсетей (VK, OK, IG, FB) ТРК «Щука» в Москве.



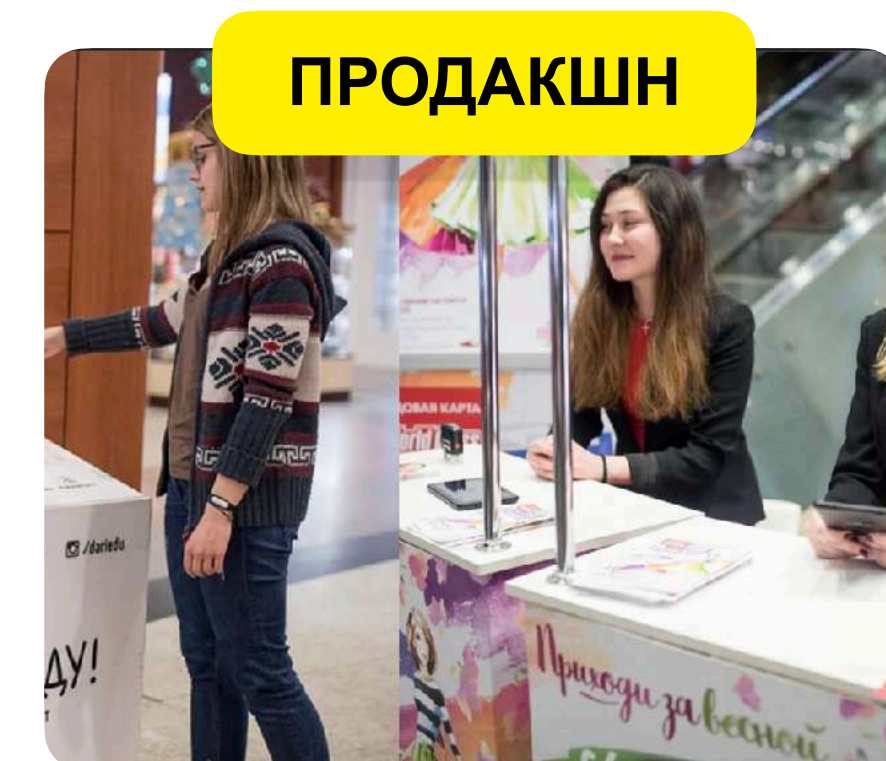
Разработка контента для соцсетей: обработка ситуационных инфоповодов, работа с арендаторами.



Продвижение контента и привлечение подписчиков в паблики ТРК



Разработка конкурсных активаций для стимуляции активности пользователей



Проведение регулярных фото- и видеосъемок и онлайн-трансляций в рамках активностей ТРК

Построение сообщества бренда

**+ 4000**  
подписчиков во  
всех каналах

Вовлечение аудитории в контент

**до 1,8% ER**  
удержание на  
уровне

Охват рекламных кампаний

**> 1 млн**  
охвата целевых  
пользователей

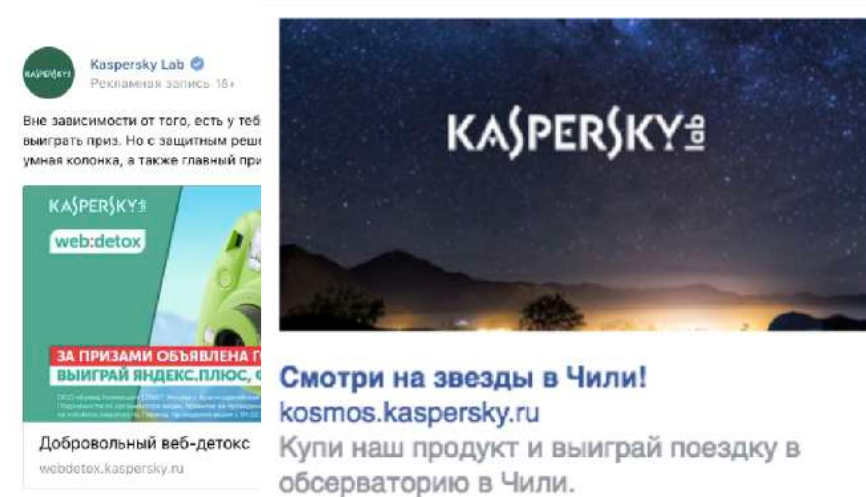
# BRAND & PERFORMANCE ПРОДВИЖЕНИЕ

делаем бренд заметнее и привлекаем заявки,  
продажи с помощью рекламных инструментов

# KASPERSKY: ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ НА АУДИТОРИЮ РФ И МИРА

**Задача:** поддержка различных кампаний – привлечение трафика на продающий сайт, лидогенерация, ретаргетинг, продажи. За 3 года провели 21 рекламную кампанию с использованием инструментов социальных сетей FB, IG, TW, VK, OK / MT.

## ОХВАТ



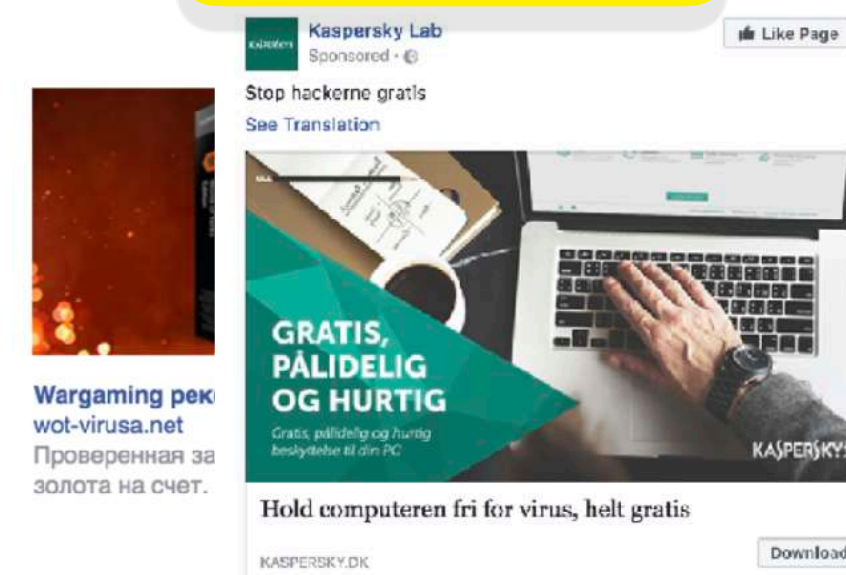
**Охватные кампании** — на построения знания

## ОХВАТ



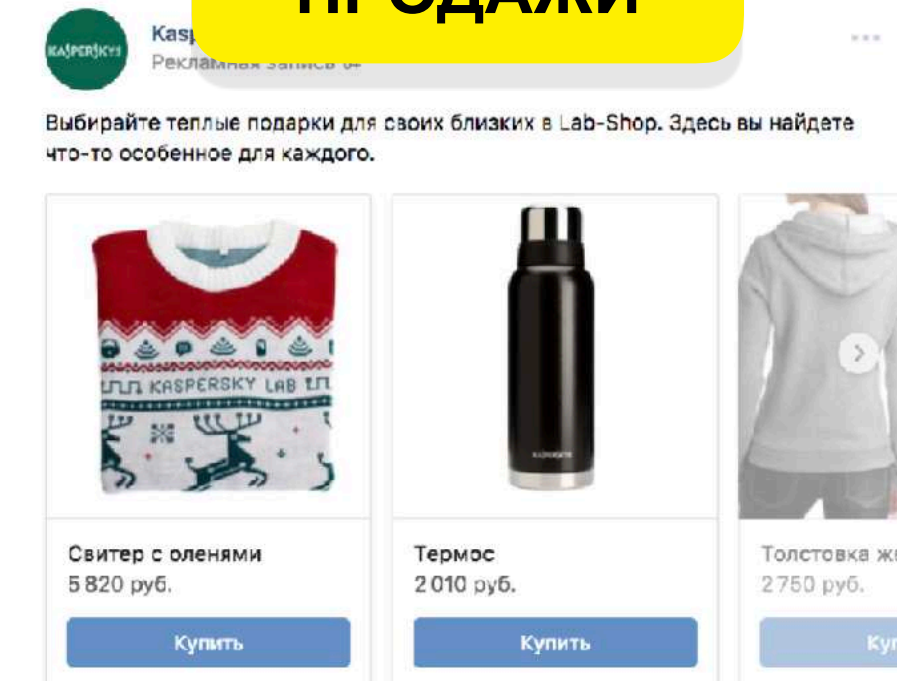
**Продвижение онлайн и оффлайн мероприятий** компании

## ЛИДЫ



**Продвижение конкретных продуктов** — генерация скачивание триальных версий

## ПРОДАЖИ



**Генерация продаж** собственной сувенирной продукции магазина бренда

Открытых бюджетов

< **10 млн** ₽  
рублей на все кампании

Охвата аудитории

> **28 млн**  
охват аудитории РФ и мир

Достижение целей — лиды

> **15 000**  
лидов

Покупки диджитал- и офлайн-продуктов

> **3000**  
покупок продуктов

# FINFAIR-2018: ПРИВЛЕЧЕНИЕ 12 000 ПОСЕТИТЕЛЕЙ НА МЕРОПРИЯТИЕ О ФИНАНСАХ ОТ МОСКОВСКОЙ БИРЖИ

**Задача:** привлечения 12 000 заявок на мероприятие о финансах FINFAIR-2018 в Москве за один месяц до события.

## СТРАТЕГИЯ



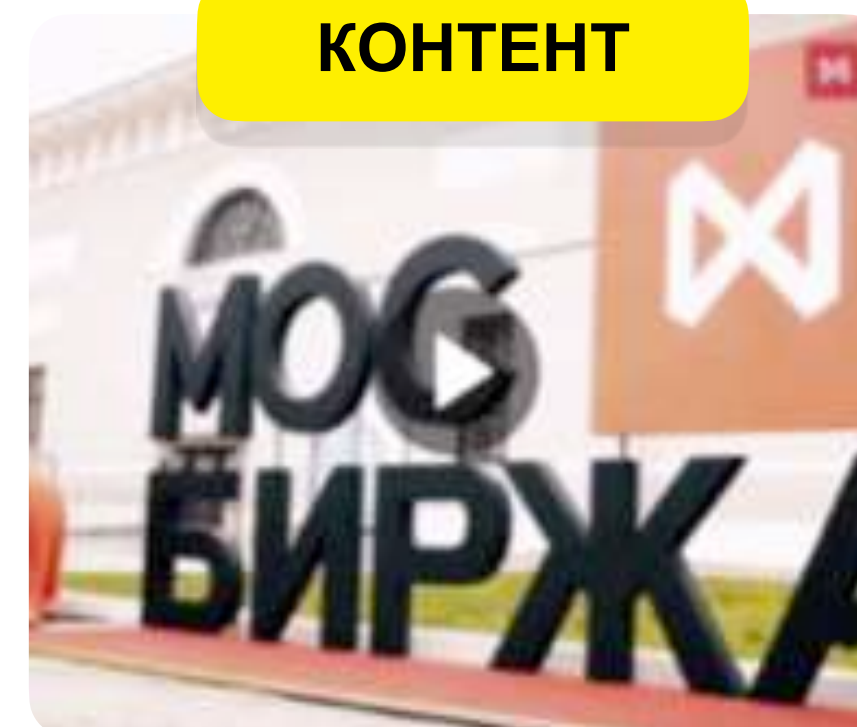
Разработка диджитал-стратегии по продвижению мероприятия

## ПРОМО



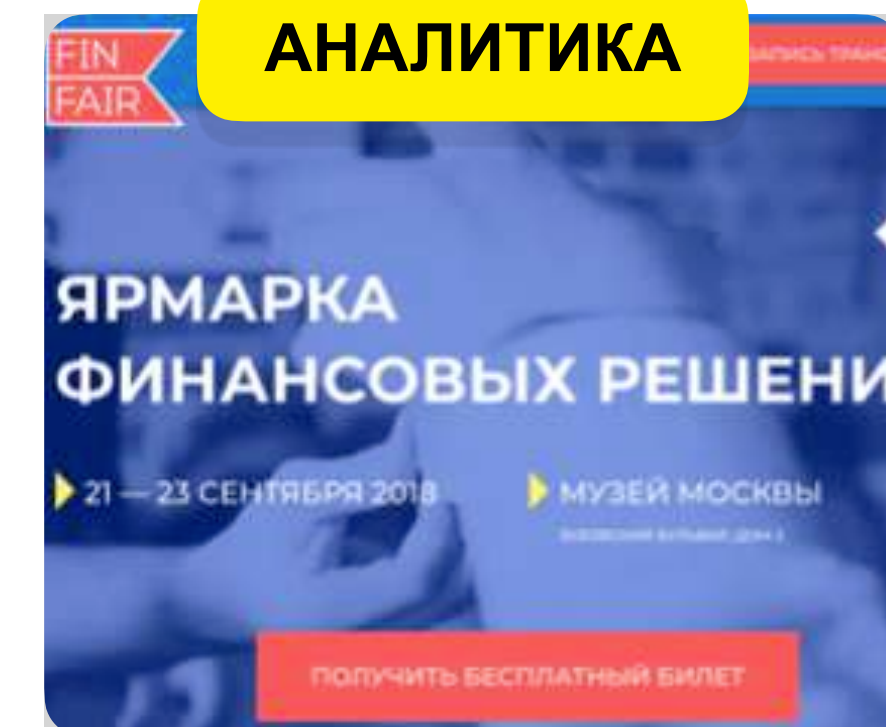
Настройка и ведение РК: таргетинг в соцсетях, посевы информации в TG-каналах

## КОНТЕНТ



Информационная поддержка в соцсетях

## АНАЛИТИКА



Регулярная оптимизация кампаний и аналитика сайта.

Охвата аудитории

**2 млн** охват аудитории

Посещение сайта мероприятия

**> 40 000** кликов

Регистрация на мероприятие через форму

**> 12 000** регистраций

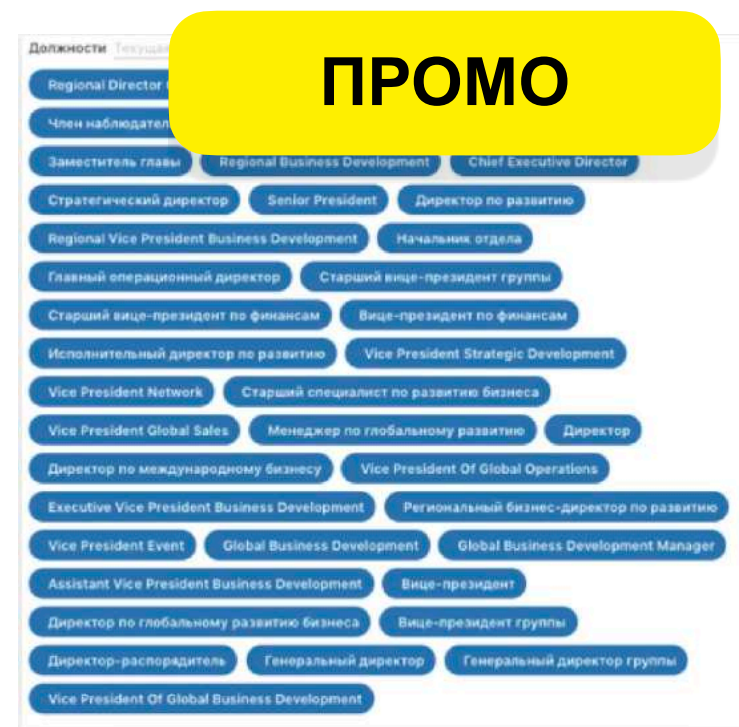
Посещение мероприятия

**> 8000** посетителей

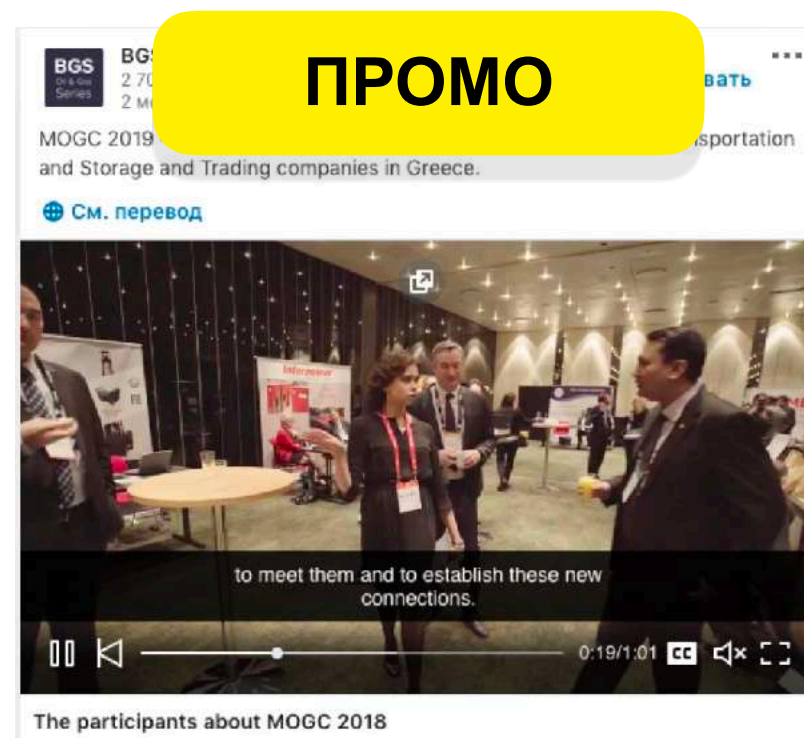


# BSG: ПРИВЛЕЧЕНИЕ ЗАЯВОК ЧЕРЕЗ LINKEDIN НА МИРОВОЙ КОНГРЕСС MOGC-2019 СО СТОИМОСТЬЮ БИЛЕТА ОТ 1800 ФУНТОВ

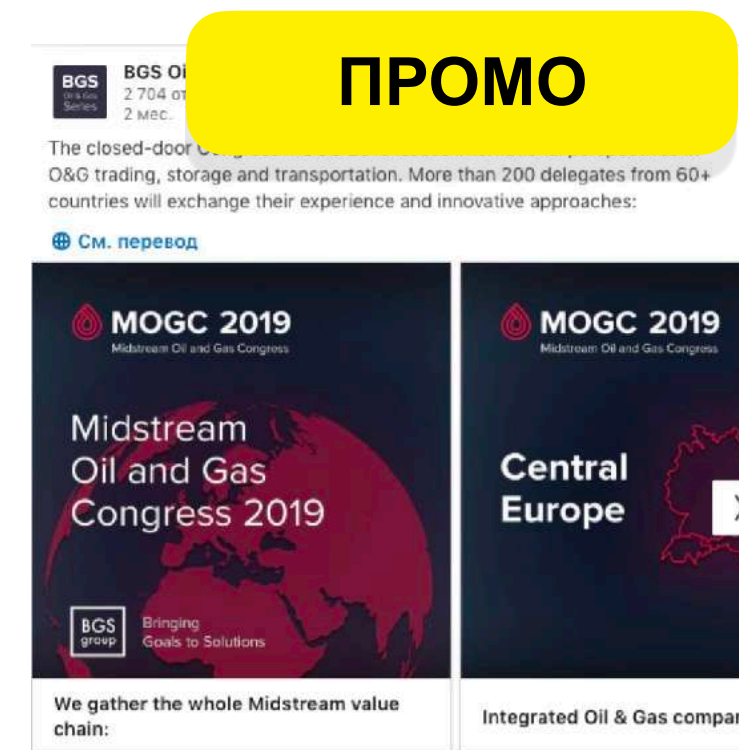
**Задача:** привлечь максимальное количество качественных лидов со всего мира по минимальной цене на международный конгресс транспортировки нефти и газа Midstream Oil and Gas Congress 2019 со стоимостью билета 1800 фунтов через LinkedIn.



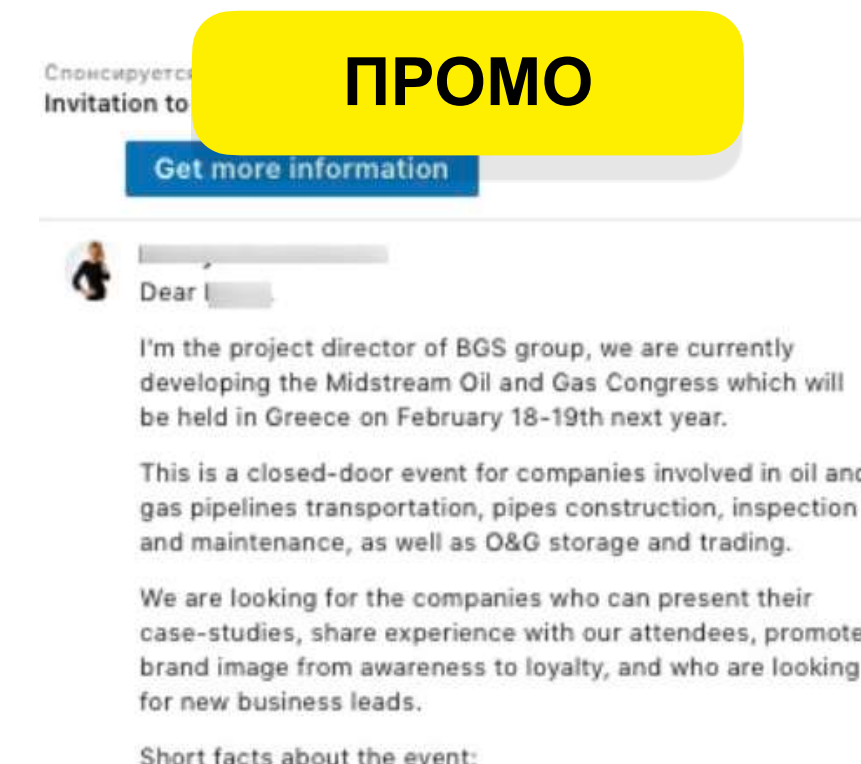
Настройка и ведение РК в LinkedIn на топ-менеджеров, вице-президентов, директоров по маркетингу, директоров по продажам и коммуникациям в нефтяных и газовых компаниях.



Использовали спонсируемый контент: видео с лид-формой. 5 вариантов объявлений для разных ЦА.



Использовали карусель с лид-формой. Было протестировано три вида каруселей: спикеры, страны, охватывающие конгресс, темы конгресса.



Использовали InMail-сообщения с лид-формой. Было подготовлено 5 сообщений для различных ЦА на английском языке.

Переходов на сайт мероприятия > **3695** кликов

Достижение целей — лиды **40** лидов

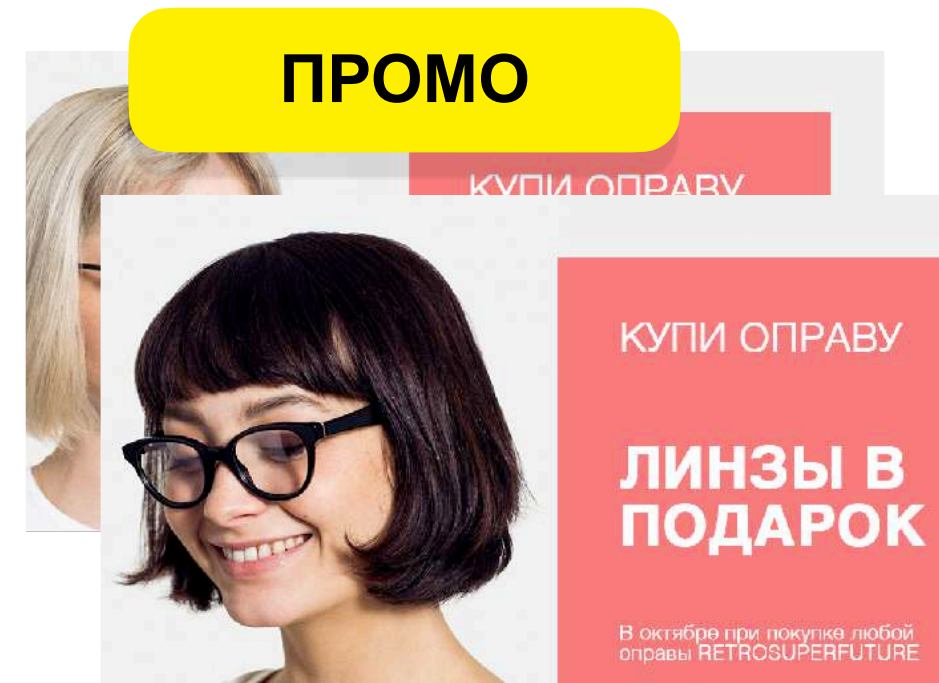
Реакций на рекламное сообщение > **68% CTR** лучших объявлений

# SPASEEVO: ПРОДВИЖЕНИЕ МАГАЗИНА КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ ОПТИКИ (ТАРГЕТ + КОНТЕКСТ)

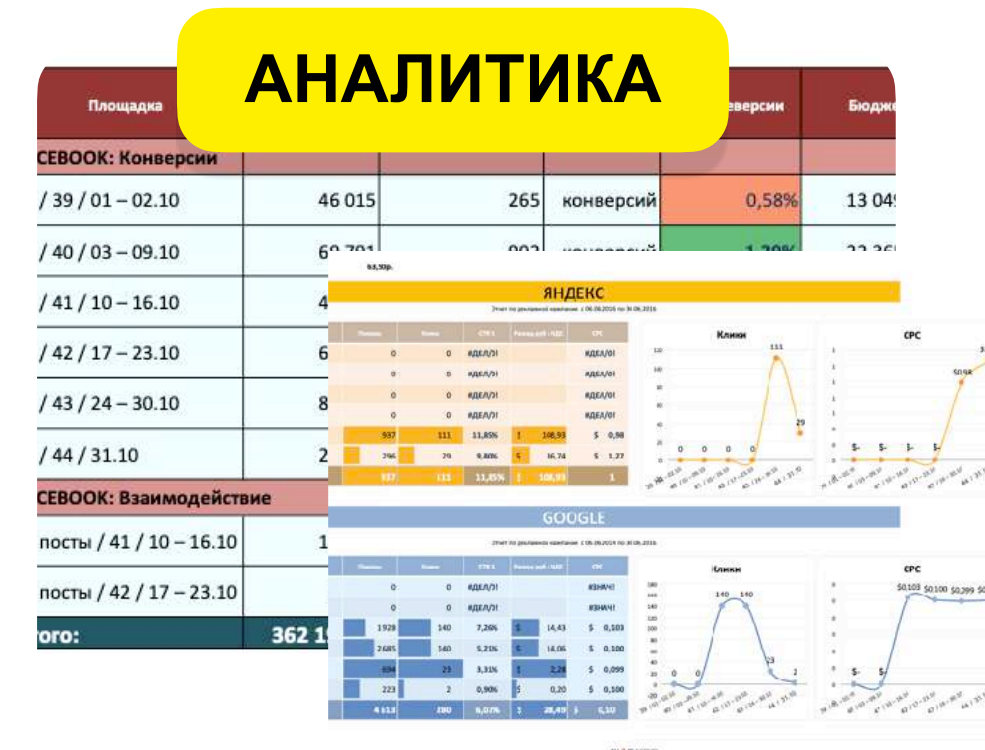
**Задача:** увеличить продажи магазина концептуальной оптики и увеличить трафик в магазин, который находился в малопроезжимом месте



Разработка коммуникационной и диджитал-стратегии по продвижению магазина оптики



Настройка и ведение РК: таргета, контекста и баннерной рекламы (РСЯ)



Настройка и аналитика сайта, заявок, RFM анализ

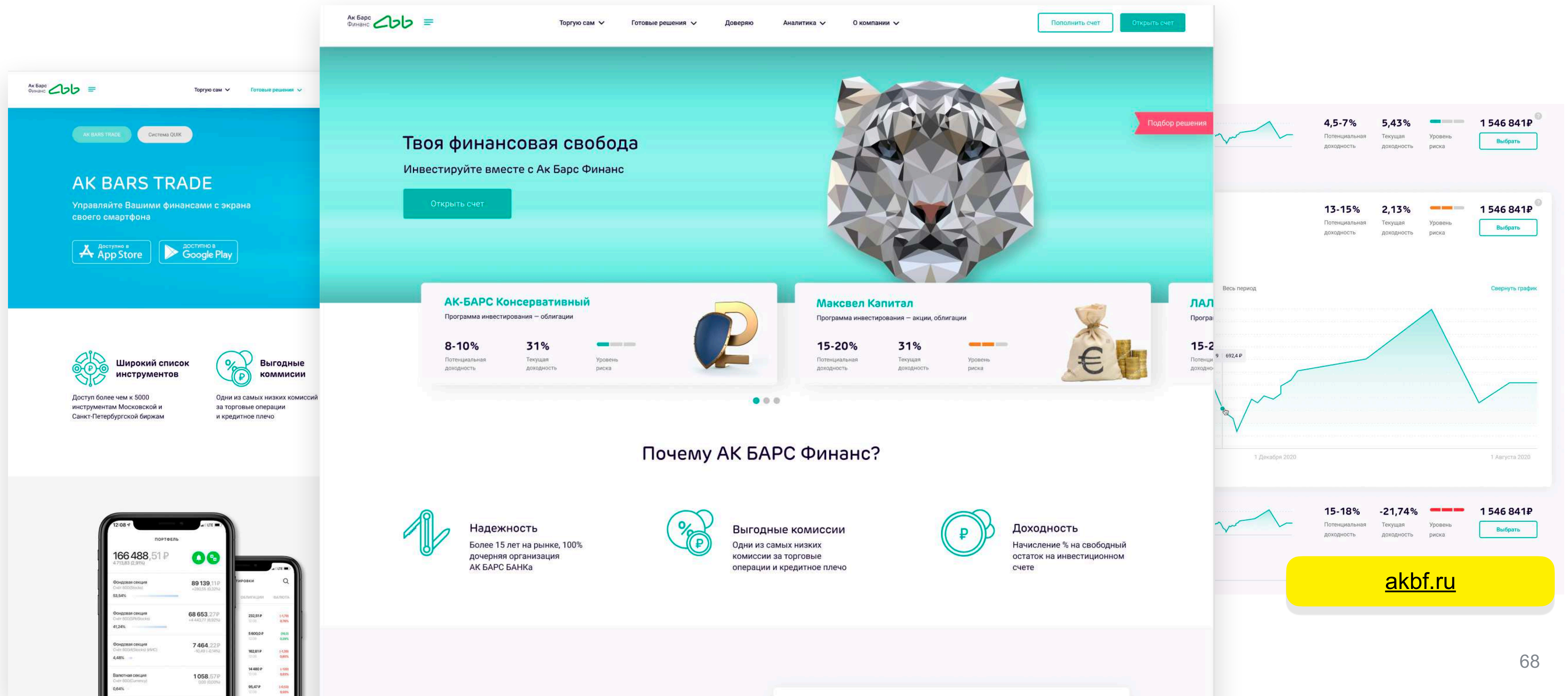
Продажи онлайн-магазина **+23%** к продажам

Продажи офлайн-магазина **+ 47%** к продажам

# ПРОДАКШН DIGITAL

упаковываем коммуникацию в цифровые форматы  
для удобного и понятного взаимодействия с аудиторией

# «АКБАРС ФИНАНС»: РАЗРАБОТКА КОРПОРАТИВНОГО САЙТА

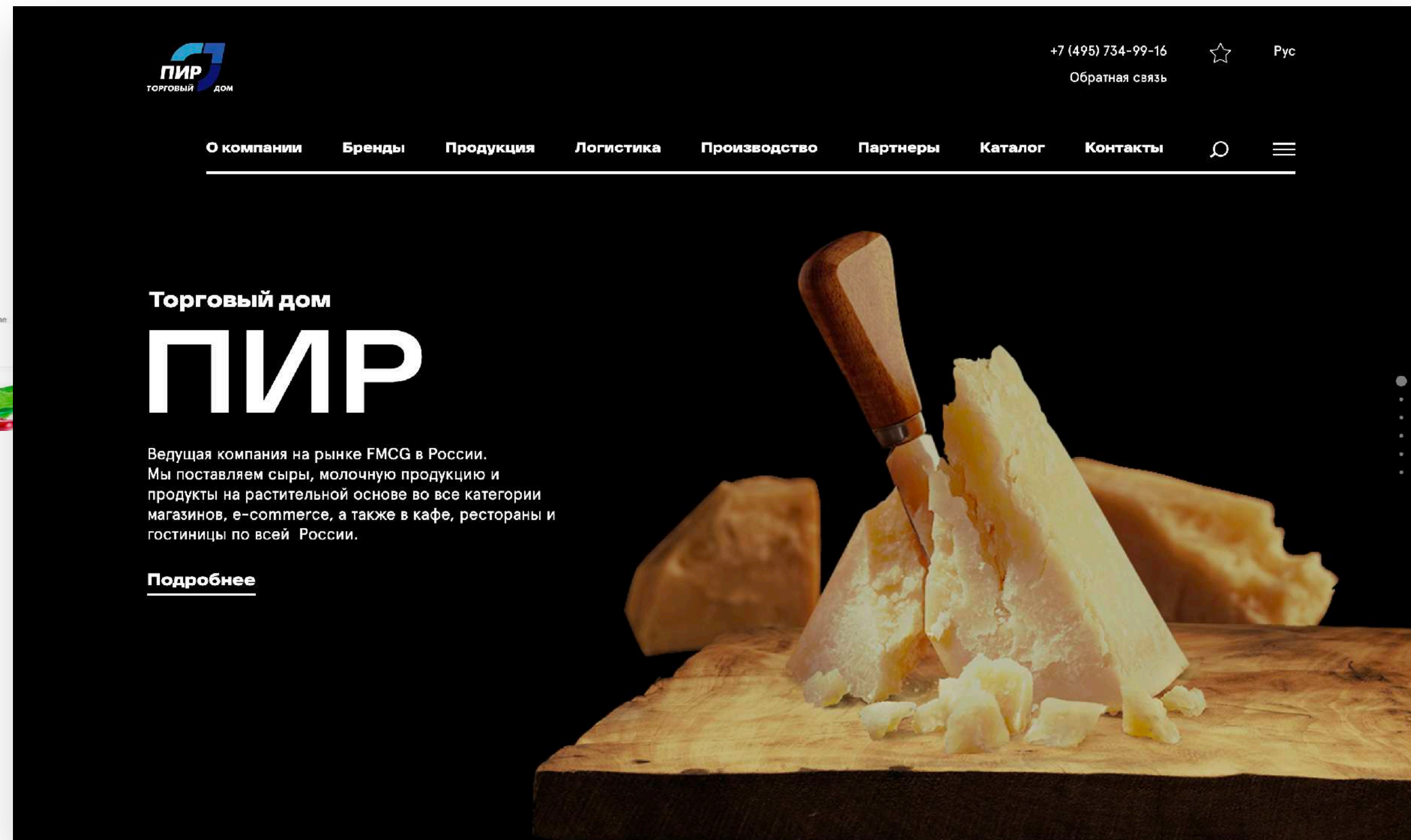


# ТД «ПИР»: РАЗРАБОТКА КОРПОРАТИВНОГО САЙТА

## Каталог

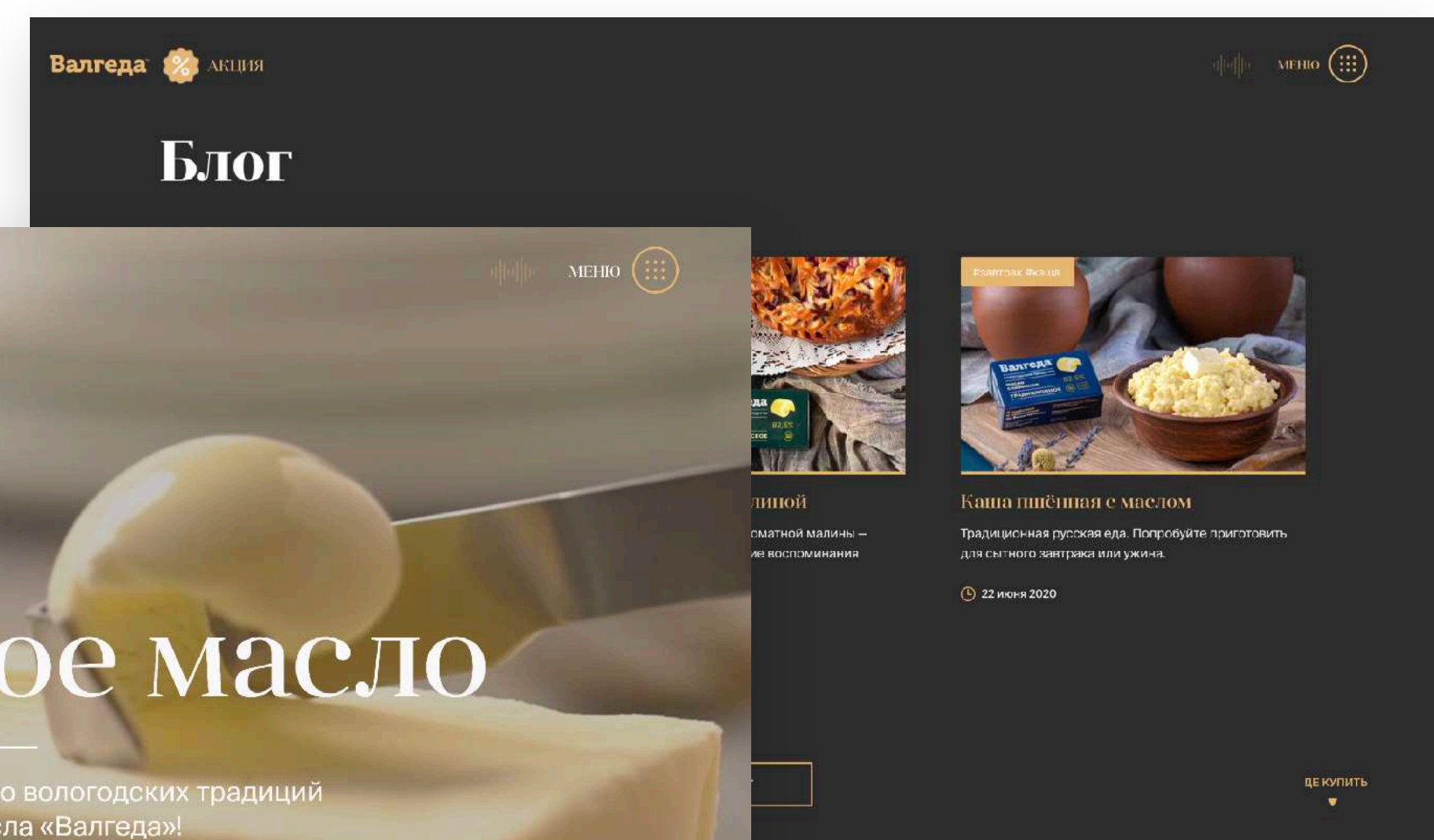
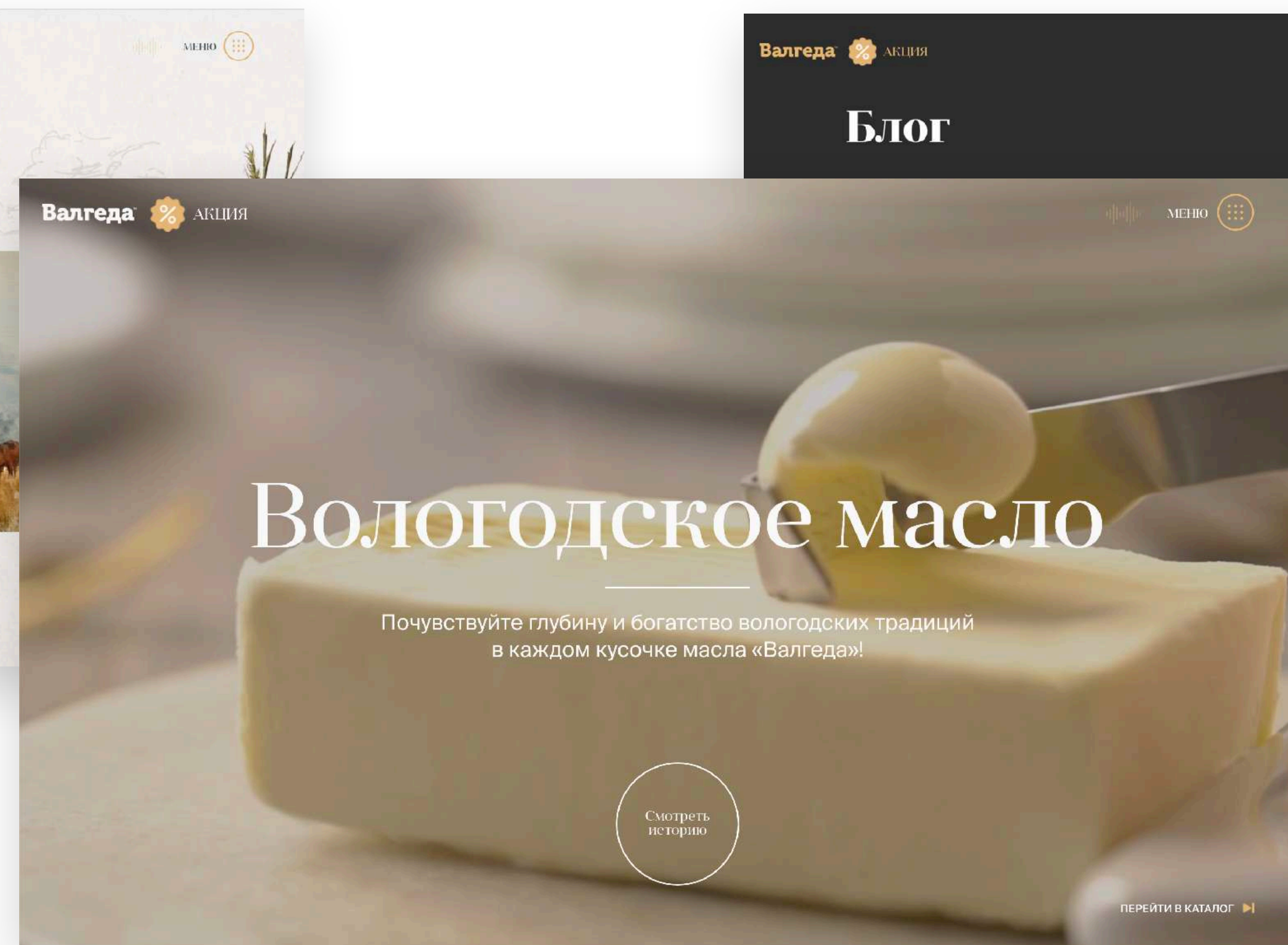
Категории: Сыр, Масло, Сырки

Бренды:  Joyveg  NoVeGe  NoVeVe  Товары на растительной основе



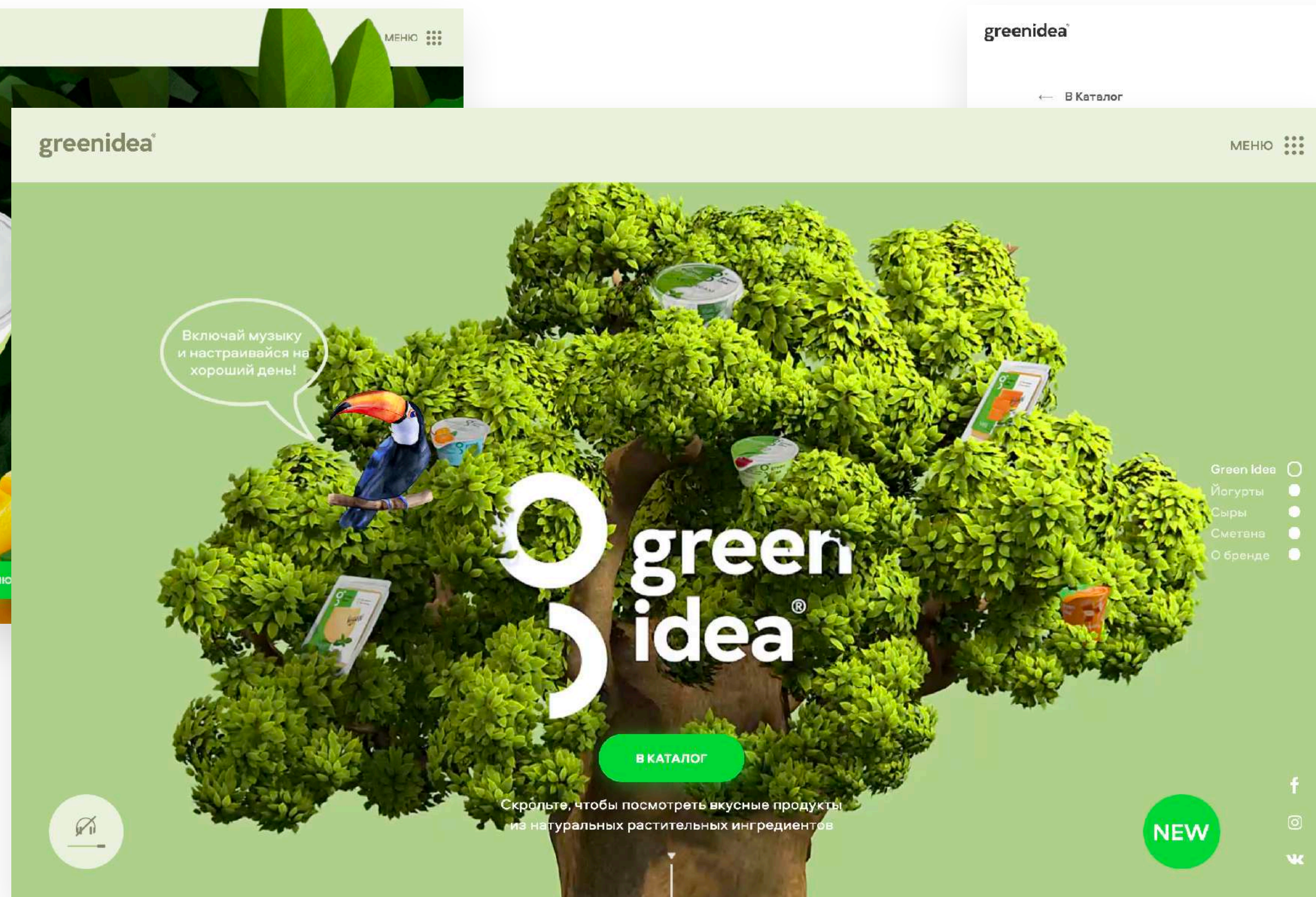
[tdpir.ru](https://tdpir.ru)

# «ВАЛГЕДА»: ПРОДУКТОВЫЙ САЙТ



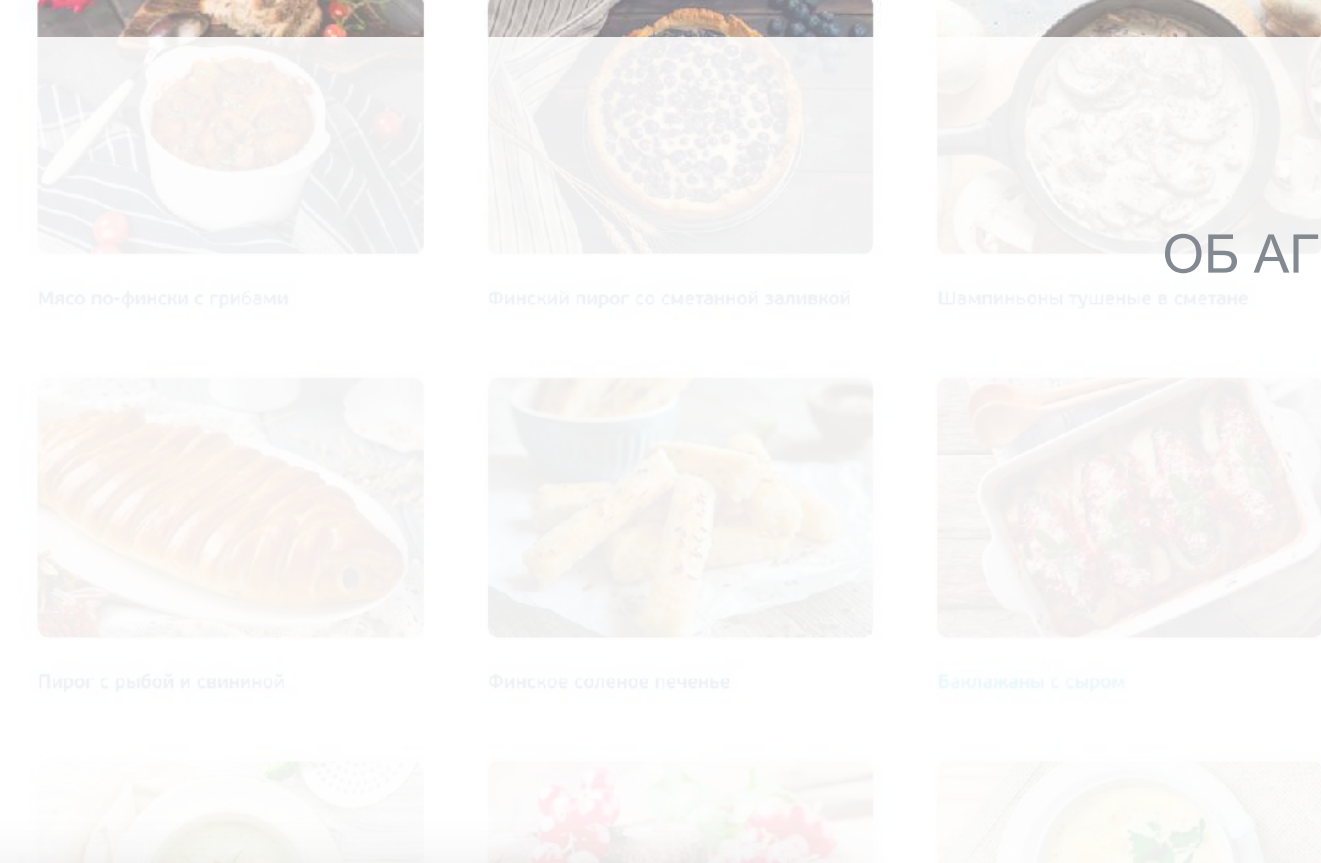
[valgeda.ru](https://valgeda.ru)

# GREEN IDEA: ПРОДУКТОВЫЙ САЙТ



[greenidea.ru](https://greenidea.ru)

# JALO KERMA: ПРОДУКТОВЫЙ САЙТ



Мясо по-фински с грибами

Финский пирог со сметанной заливкой

Шампиньоны тушеные в сметане



Пирог с рыбой и семгой



Финское соленое печенье



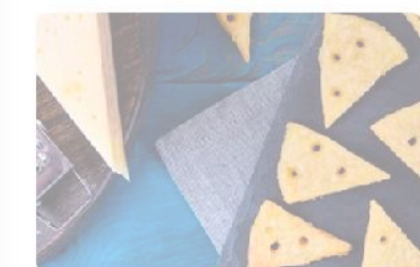
Воздушные сырники



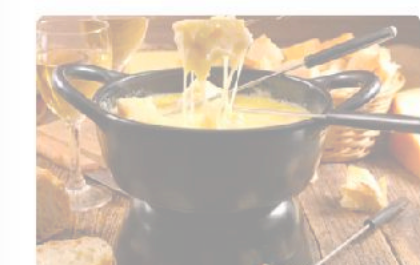
Молочные шари по-фински



Сырные шарики



Сырные крекеры



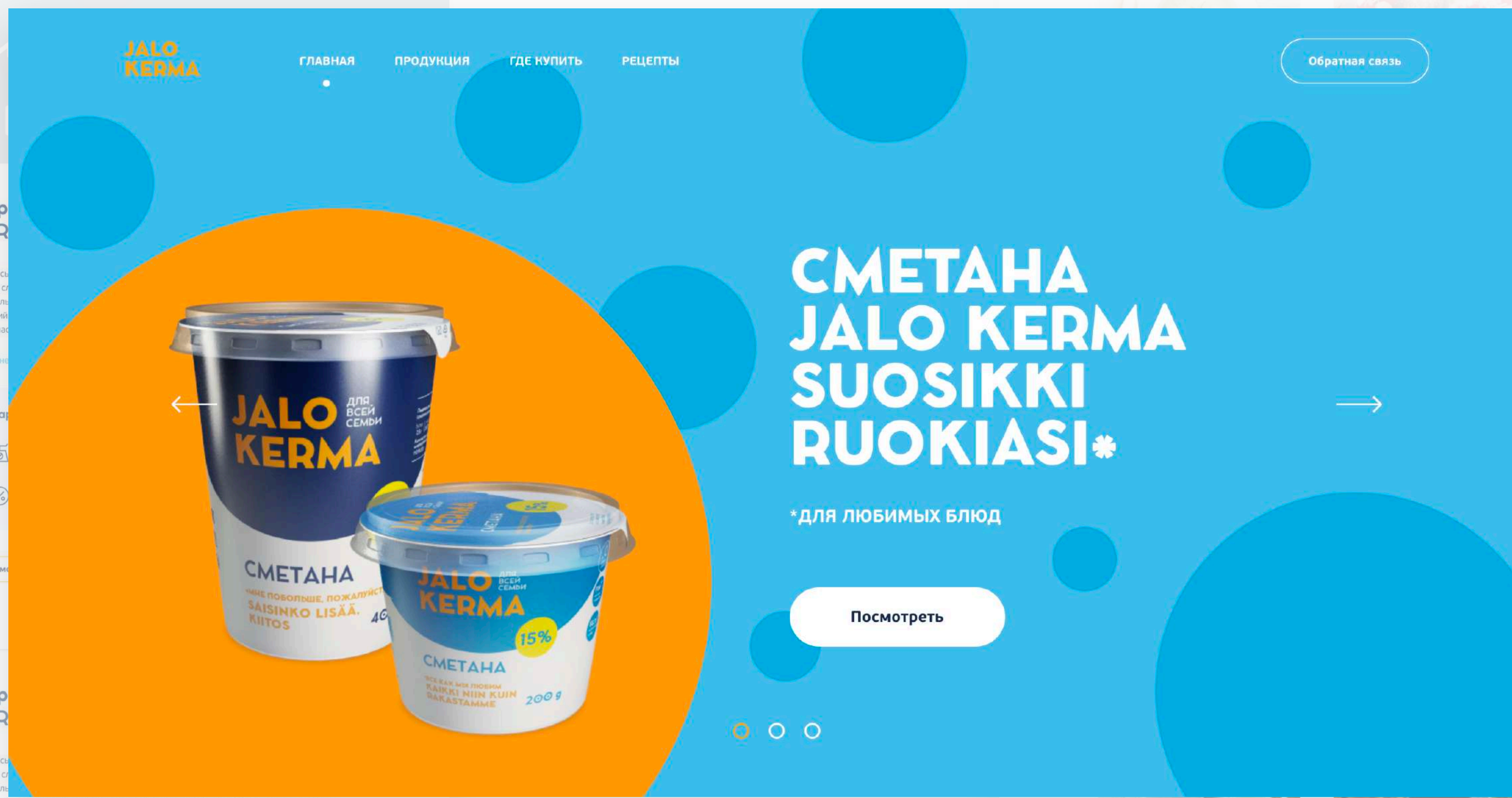
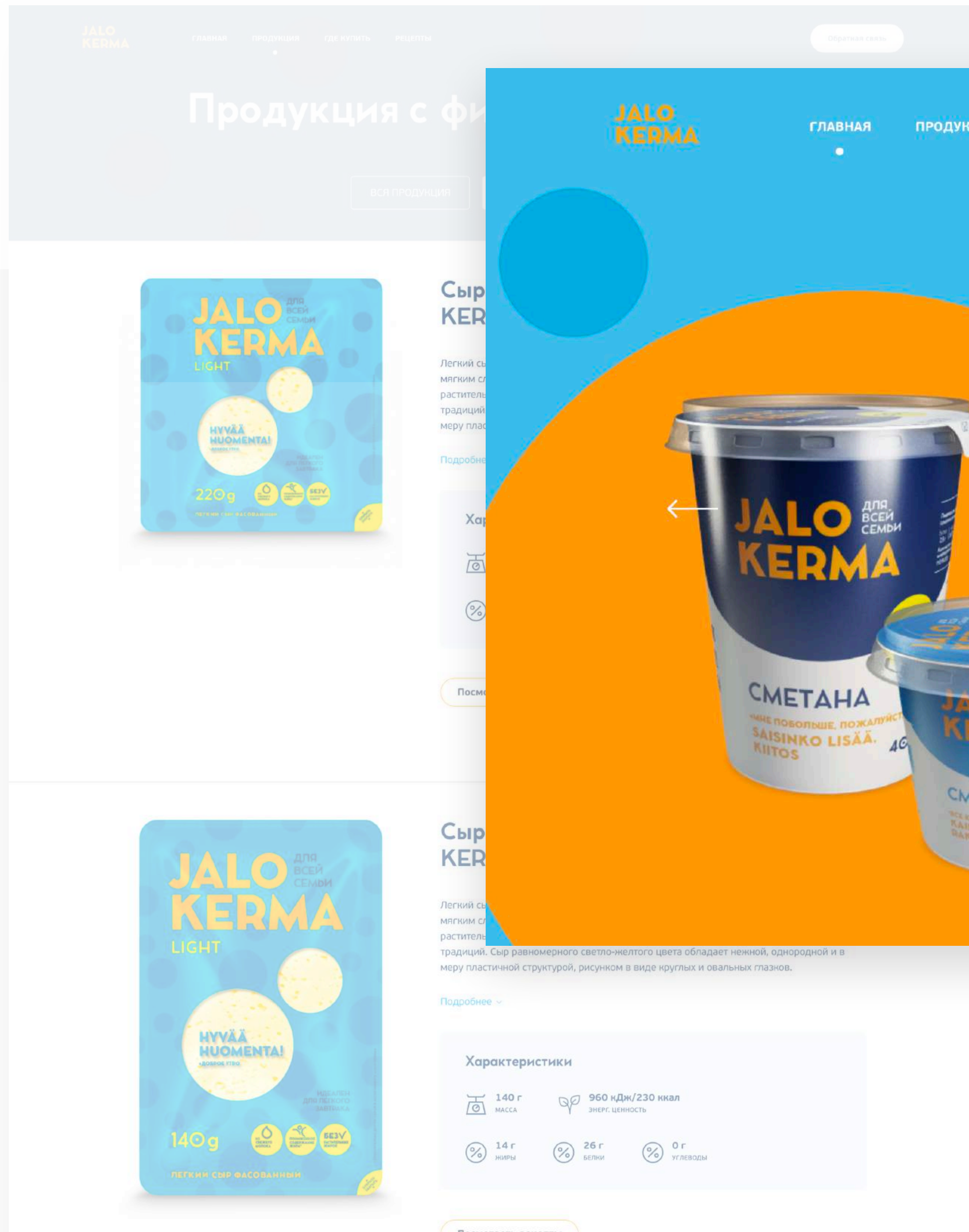
Сырное фондю



Сливочное масло по-фински



Традиционный финский рыбный суп



[jalokerma.ru](http://jalokerma.ru)





# ЛЕНДИНГИ ПОД АКЦИИ И МЕРОПРИЯТИЯ

**КАРО** 30 ЛЕТ

КАК ЭТО РАБОТАЕТ? УРОВНИ Личный кабинет РЕГИСТРАЦИЯ

**ВЕРНЁМ ДО 15% ОТ ПОКУПОК БИЛЕТОВ И ПРОДУКЦИИ КИНОБАРА**

Получай баллы за походы в кино. Обменивай их на новые билеты, и не только.

5% ОТ СУММЫ ПОКУПОК (1 уровень)

10% ОТ СУММЫ ПОКУПОК (2 уровень)

15% ОТ СУММЫ ПОКУПОК (3 уровень)

ВВЕДИТЕ СВОИ ДАННЫЕ: Имя, Дата рождения, E-mail, Мобильный номер.

ЗАВЕРШИТЬ

Подписаться и получать новости о новинках кино и акциях КАРО.

**ЦДМ** **65 ЛЕТ ГЛАВНЫЙ ПО ВПЕЧАТЛЕНИЯМ**

**И МНОГО-МНОГО РАДОСТИ!**

ЦЕЛЫЙ МЕСЯЦ ПОДАРКОВ ЗА ПОКУПКИ

**С 1 АВГУСТА ПО 30 СЕНТЯБРЯ**

Готовься к школе вместе с Главным Детским. Соверши покупки на сумму от 20 000 руб. Получай гарантированные подарки от ЦДМ.

Призы выдаются только по выходным: СБ и ВС с 12:00 до 20:00.

**ФЕСТИВАЛЬ СНОВА В ШКОЛУ С 6 АВГУСТА ПО 4 СЕНТЯБРЯ**

Вход свободный.

6 АВГУСТА - СБ 15:00-17:00. 7 АВГУСТА - ВС 15:00-17:00. 13 АВГУСТА - СБ 15:00-16:00. 20 АВГУСТА - СБ 15:00-17:00.

**BATMAN POP-UP STORE**

ЭТОМУ ГОРОДУ НУЖЕН НОВЫЙ ГЕРОЙ. И СКОРО ОН БУДЕТ С НАМИ.

С 25 февраля по 11 мая 2022 года в Центральном Детском Магазине на Лубянке при поддержке компании Warner Bros. Consumer Products открыт **BATMAN POP-UP STORE** - первый в России официальный временный монобрендовый магазин с лицензионными товарами по вселенной DC и фильму The Batman.

В магазине представлен широкий ассортимент официальной лицензионной продукции по мотивам популярной франшизы - коллекционные и экшн-фигурки, конструкторы, машинки, одежда, сувениры, канцелярская продукция, проекторы, и др.

Погрузитесь в настоящую атмосферу Готэма! Поклонники вселенной DC смогут увидеть уникальные фигурки героев любимой серии, коллекцию комиксов DC и сделать памятные снимки в 3D фотозоне и с фигурой Бэтмена.

КУПИТЬ НА OZON КУПИТЬ НА YMARKET

**ГЛАВНЫЙ ДЕТСКИЙ КЛУБ**

О клубе

Главный Детский Клуб - это бесплатные детские активности для посетителей в ЦДМ! В клубе вас ждет яркий микс шоу, мастер-классов и театральных представлений.

**Играем** (Артисты и аниматоры стараются удивить внимание каждой ребенком, чтобы все понравилось себе в разных интерактивных и получить новые эмоции)

**Учимся** (Ребенок унесет с собой новые знания и умения, полученные из авторских сценариев и творческих мастер-классов клуба)

**Творим** (В ходе мастер-классов дети расширяют свои способности проявляют фантазию, а также выбирают изготовленные подарки домой)

Расписание

3 июля 15:00 - 17:00. 3 июля 15:00 - 17:00. 9 июля 15:00 - 17:00. 10 июля 15:00 - 17:00. 16 июля 15:00 - 17:00.

**БОЛЕЕ 30 ЛЕНДИНГОВ ДЛЯ РАЗНЫХ КЛИЕНТОВ И ПРОЕКТОВ**

SHARE

Наш опыт в продакшне digital

# ГУФ — КОНЦЕПЦИЯ САЙТА

## Видео

ОБ АГЕНТСТВЕ

К альбомам **Фиты** Пригласы Другое



**Знаем ходы**  
GUF, SLIMUS (Slim), Rigos, Kitoboy, Gunz x Deemars, C4, DJ Cave & Shenko Nashinal

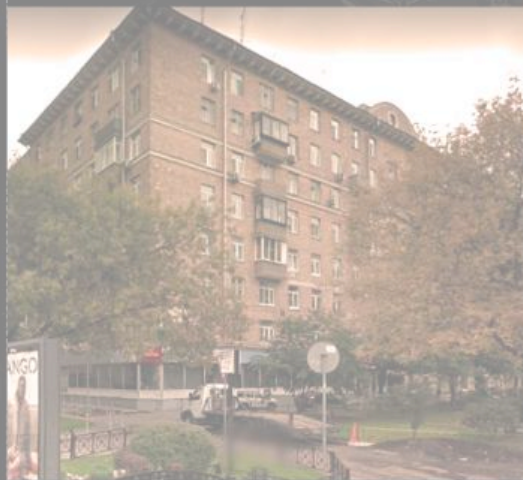
## О Гуфе

**Биография** Лента событий

### Детство

## GUF Долматов Алексей Андреевич

родился в одном из центральных исторических районов Москвы — Замоскворечье в обычной семье среднего класса.



Дом в котором жил Гуф в Замоскворечье

## '81

В 3 года из семьи уходит родной папа Гуфа. Через какое-то время мама Алексея снова выходит замуж за мужчину, которого в итоге Гуф будет считать своим родным отцом.

Вскоре родители решаются на переезд в Китай по службе, Алеша в то время учится в начальных классах (школы №1259, Москвы) и остается на попечение бабушки Тамары Константиновны.

## Альбомы / Музыка

**GUF**

Подробнее →

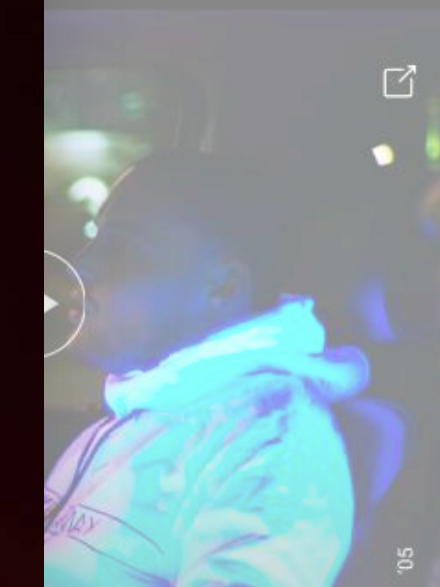
25 апреля, 2020 год  
— "Ребят, по независящим от нас обстоятельствам, концерт в Магадане переносится на 31 декабря"

0:07

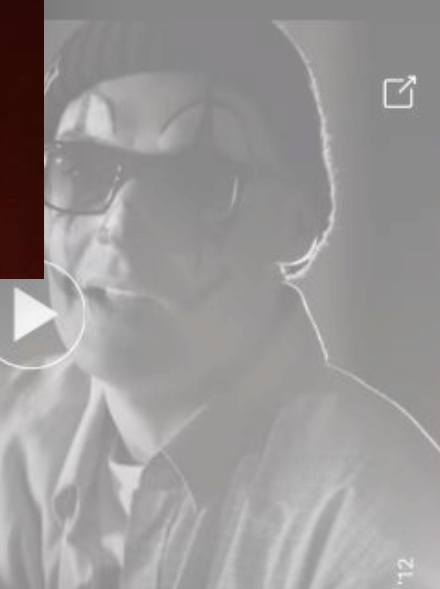
20 СЕНТ.	/	Калининград	1
		23:00 – Клуб "Platinum"	
24 ОКТ.	/	Таллин	2
		19:00 – Клуб "Cathouse"	
08 НОЯБ.	/	Архангельск	3
		19:00 – Клуб "M33"	
22 ДЕК.	/	Вильнюс	4
		23:00 – Клуб "Loftas"	

Посмотреть все выступления →

VK Instagram Twitter YouTube Apple Music



**Поколение**  
Тимати feat. GUF



**Город убийца**  
Зануда feat. Guf

**Нет Конфликта**  
Кравц и Guf



## Клипы на треки к альб

1 838 615

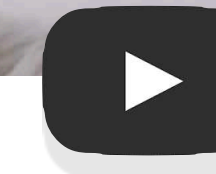
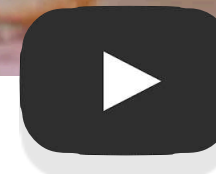
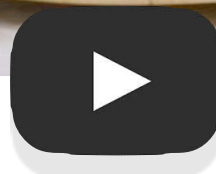
# ПРОДАКШН ФОТО И ВИДЕО

упаковываем коммуникацию в фото и видеоформаты  
для понятного и эмоционального взаимодействия с аудиторией

# JALO KERMA: ФУДСЪЕМКА РЕЦЕПТОВ ДЛЯ САЙТА И СОЦСЕТЕЙ



# JALO KERMA: СЪЕМКА ВИДЕО ДЛЯ REELS И ЛЕНТЫ СОЦСЕТЕЙ



ИДЕЯ

СЦЕНАРИИ

РЕАЛИЗАЦИЯ

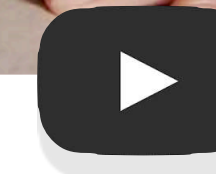
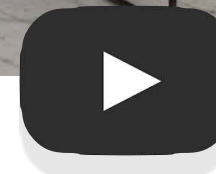
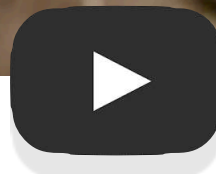
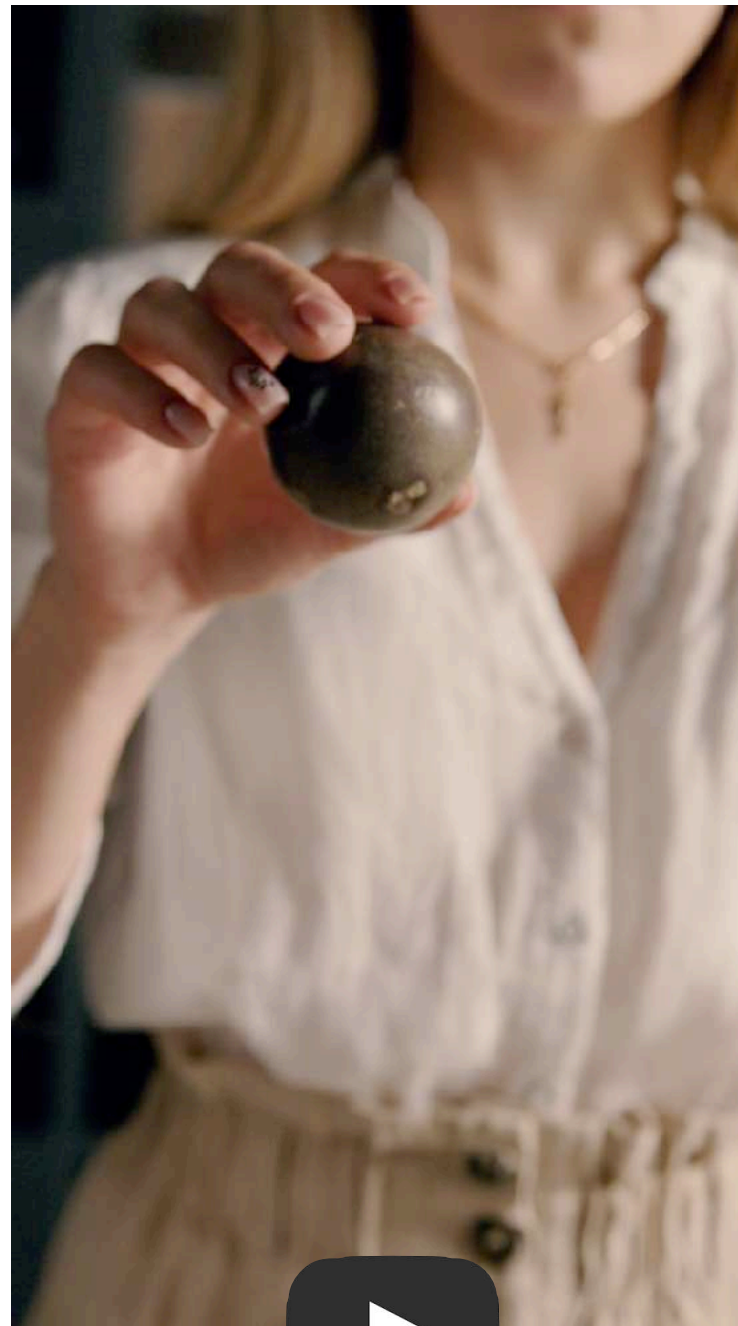
# ВАЛГЕДА: ФУДСЪЕМКА РЕЦЕПТОВ ДЛЯ САЙТА И СОЦСЕТЕЙ



# GREEN IDEA: ФУДСЪЕМКА КОНТЕНТА ДЛЯ СОЦСЕТЕЙ



# GREEN IDEA: СЪЕМКА ВИДЕО ДЛЯ REELS И TIK-TOK



ИДЕЯ

СЦЕНАРИИ

РЕАЛИЗАЦИЯ



# GREEN IDEA: АНИМАЦИОННЫЙ РОЛИК «БОЛЬШЕ ПОЛЕЗНЫХ УДОВОЛЬСТВИЙ»

ИДЕЯ

СЦЕНАРИИ

РЕАЛИЗАЦИЯ

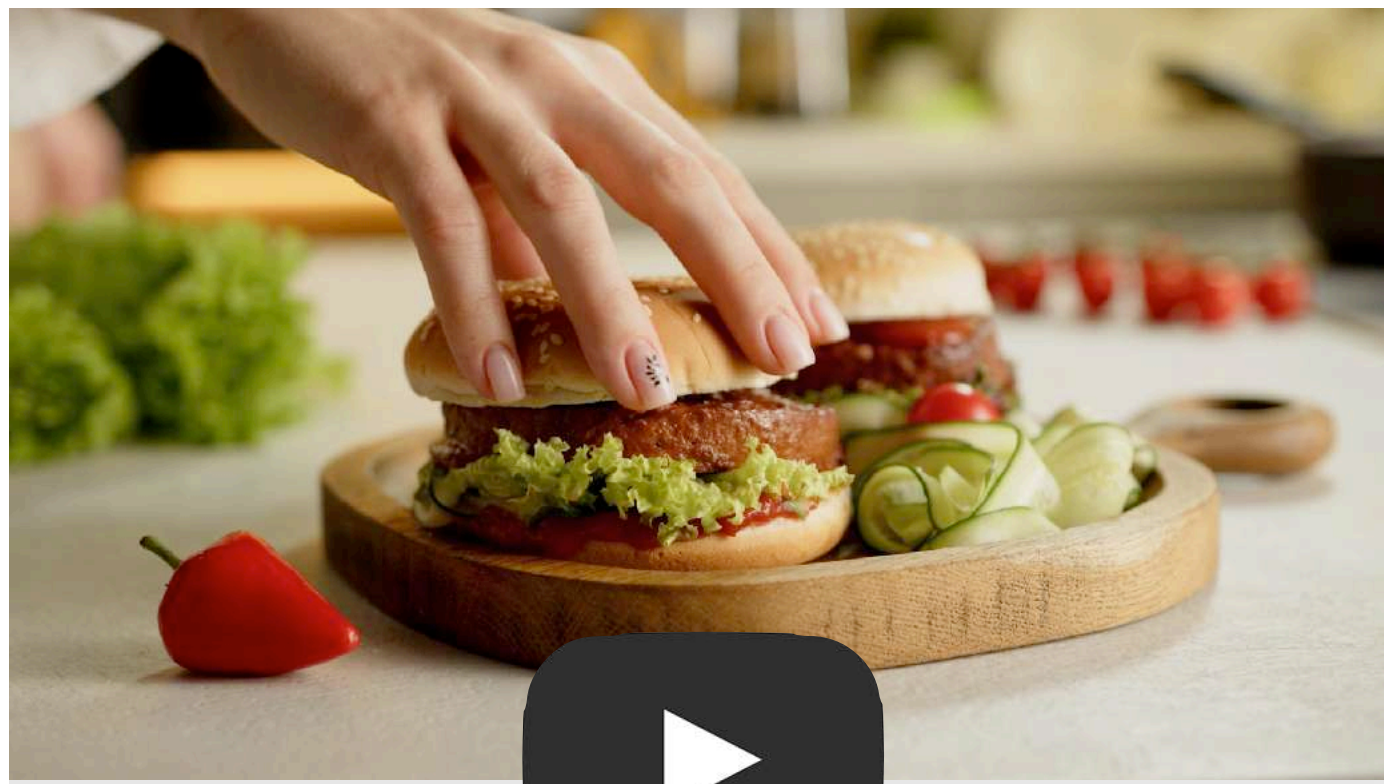


0:21



# GREEN IDEA: ПРОДУКТОВЫЕ ВИДЕОПЭКСШОТЫ С МЯСНЫМИ АЛЬТЕРНАТИВАМИ

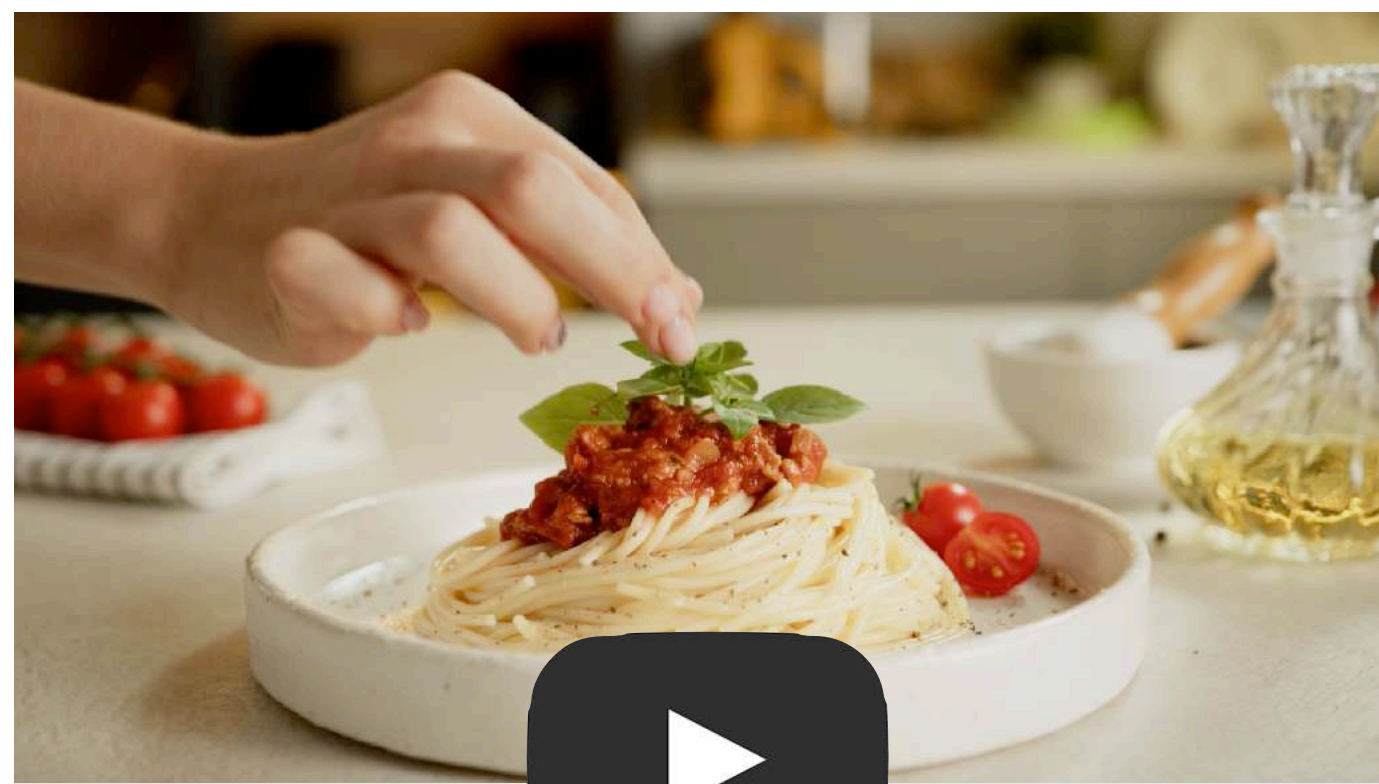
«Бургер»



0:15



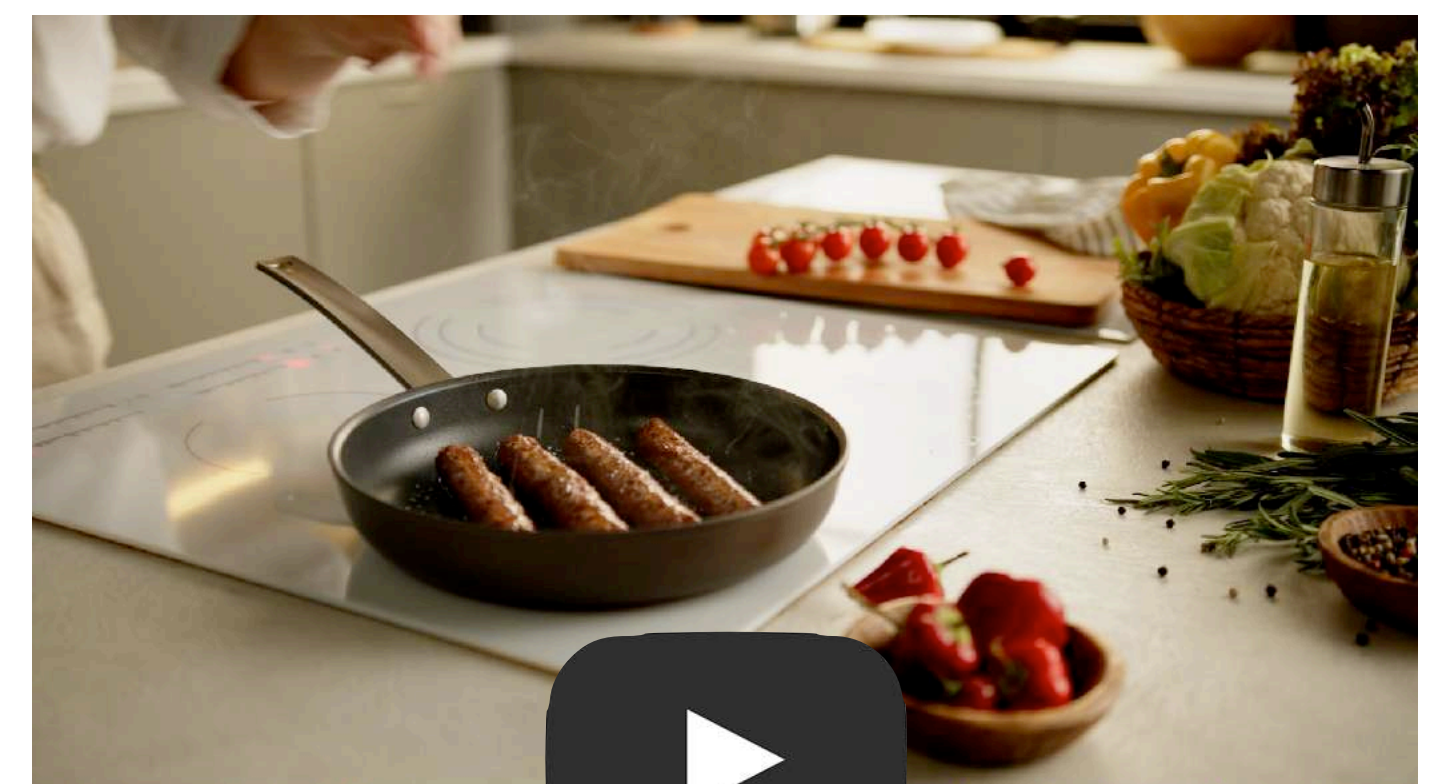
«Спагетти болоньезе»



0:15



«Сосиски гриль»



0:15

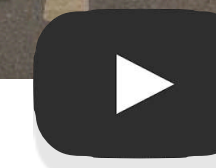
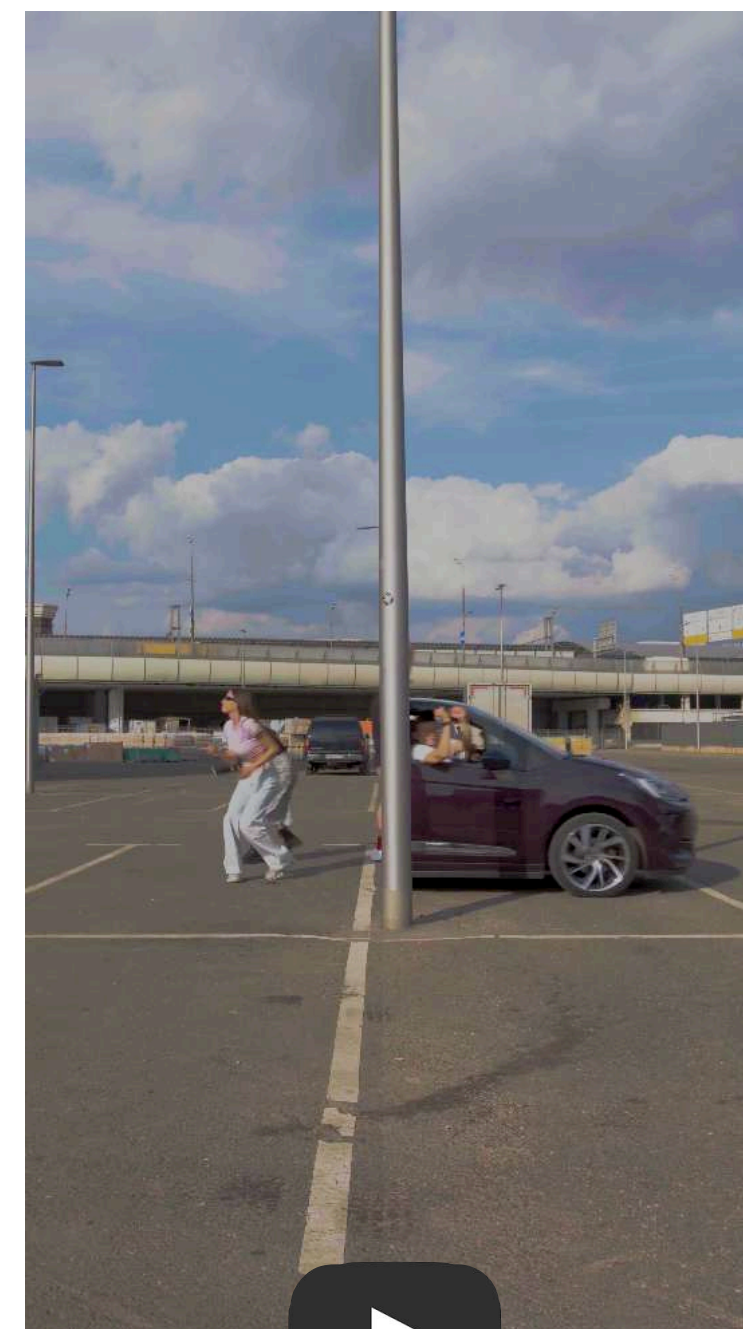
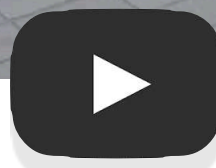
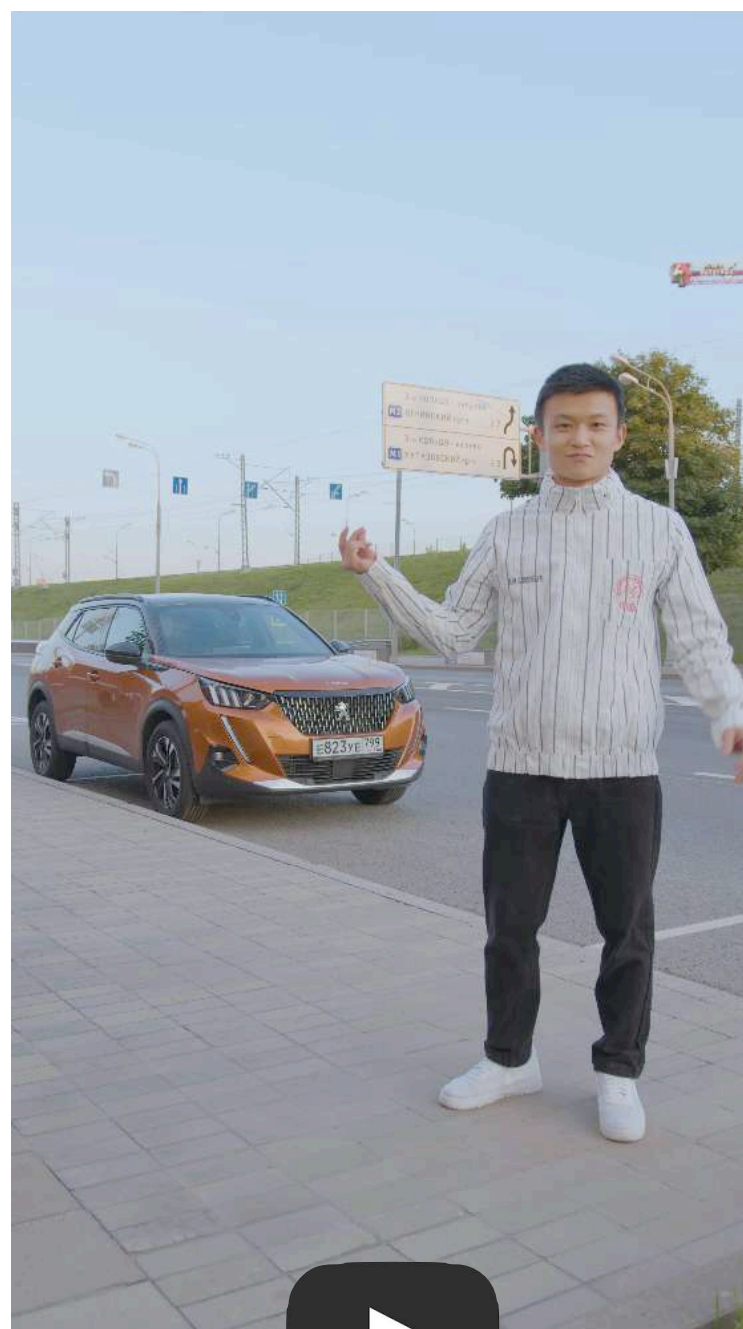


ИДЕЯ

СЦЕНАРИИ

РЕАЛИЗАЦИЯ

# STELLANTIS: СЪЕМКА ВИДЕО ДЛЯ ТИК-ТОК И REELS



ИДЕЯ

СЦЕНАРИИ

РЕАЛИЗАЦИЯ

# JALO KERMA: ВИДЕО ДЛЯ OLV И ТРАНЗИТНОЙ РЕКЛАМЫ В МЕТРО



0:15

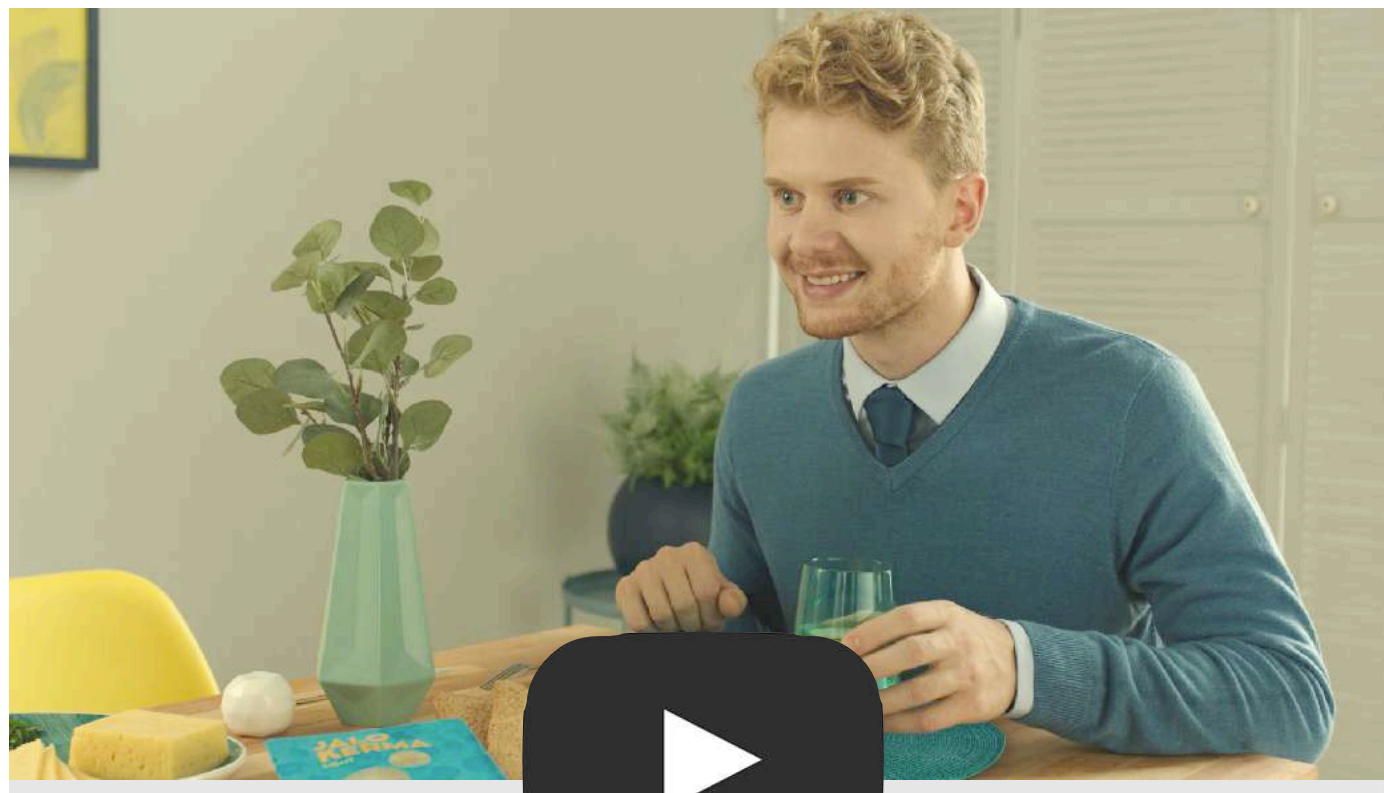
ИДЕЯ

СЦЕНАРИИ

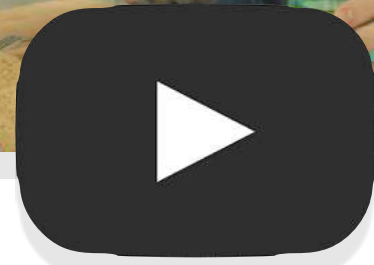
РЕАЛИЗАЦИЯ

# JALO KERMA: РАЗРАБОТКА ИДЕИ И СЪЕМКА СЕРИИ РОЛИКОВ «Я НЕ ГОВОРЮ ПО-ФИНСКИ»

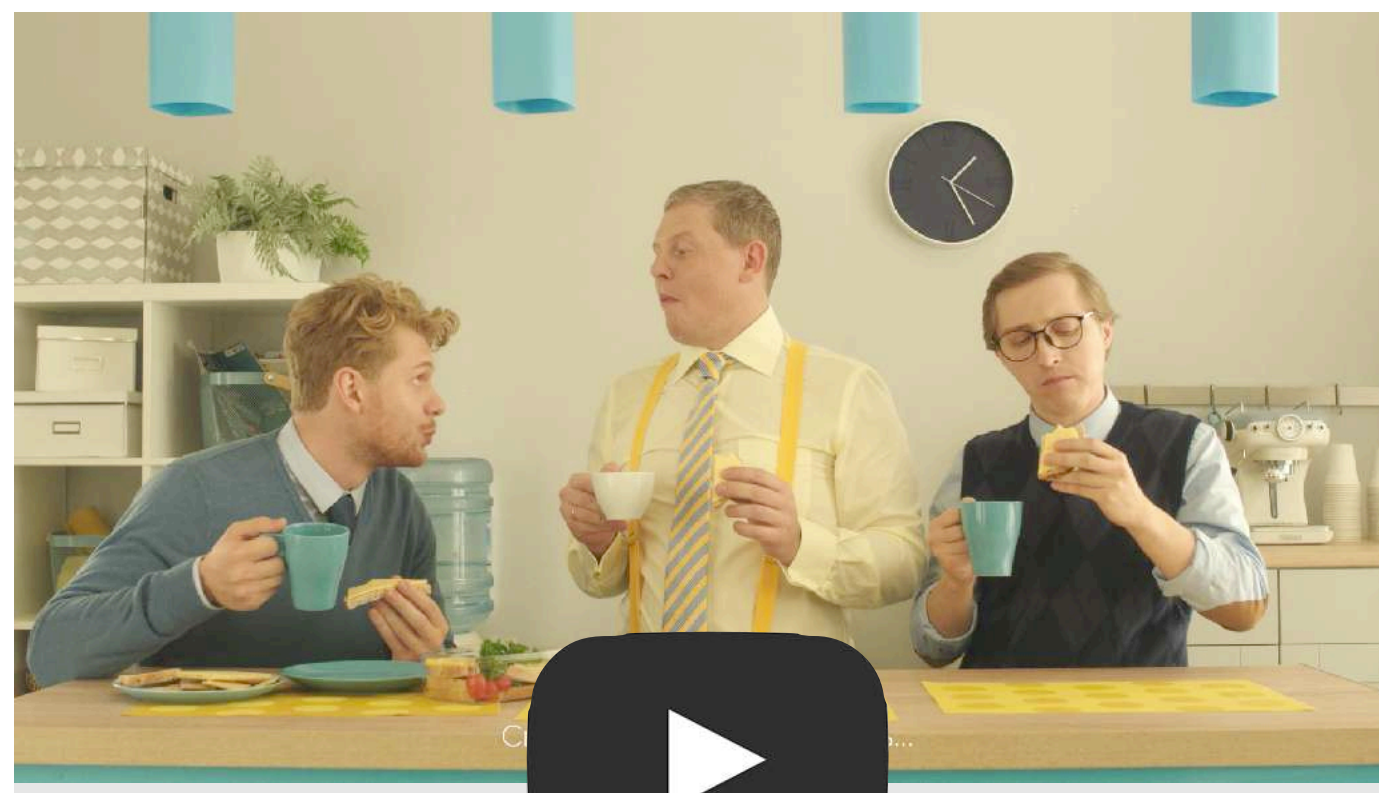
«Завтрак»



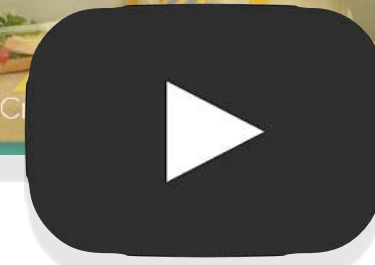
0:30



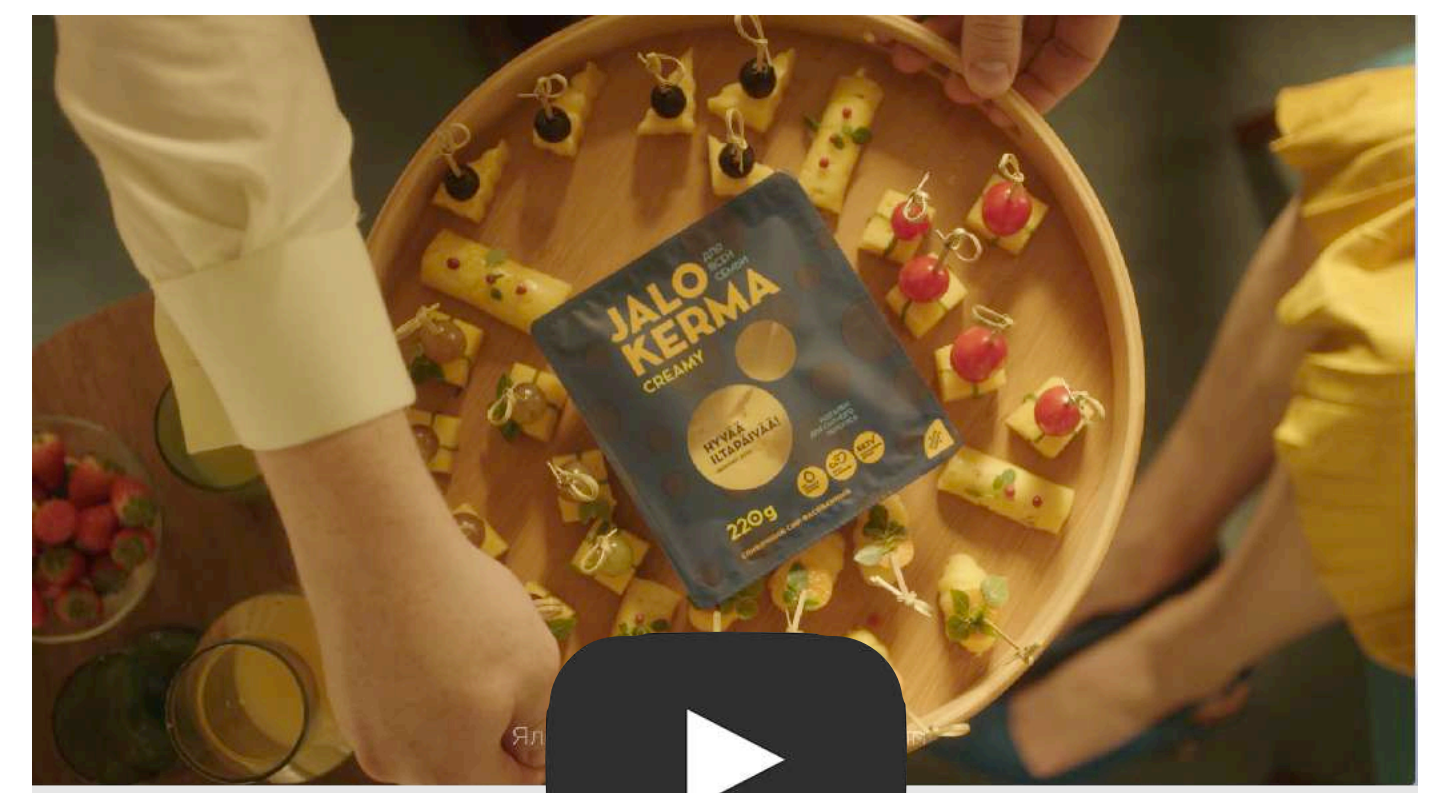
«Обед»



0:30



«Ужин»



0:30



ИДЕЯ

СЦЕНАРИИ

РЕАЛИЗАЦИЯ

ПРОМО

# ВАЛГЕДА: РОЛИК ДЛЯ OLV И ТРАНЗИТНОЙ РЕКЛАМЫ В МЕТРО



0:15

ИДЕЯ

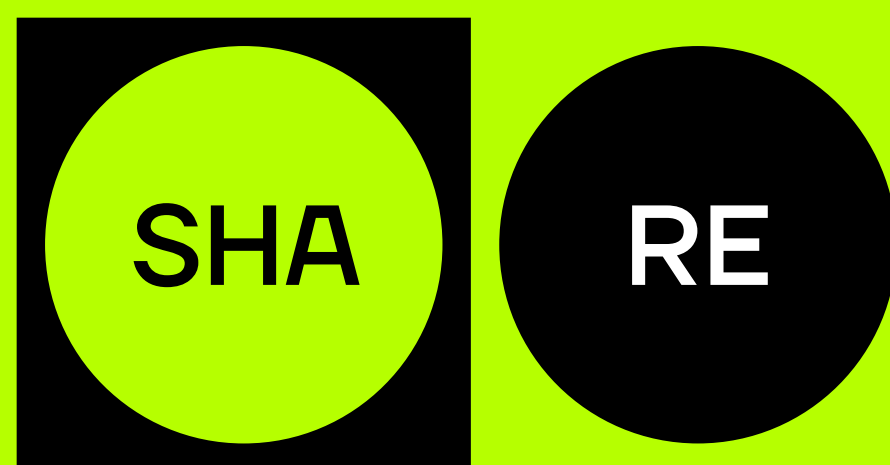
СЦЕНАРИИ

РЕАЛИЗАЦИЯ



# ОБСУДИМ ВАШИ ЗАДАЧИ?

© 2023 SHARE



По вопросам обращаться:

**Ильдар Умяров** // Генеральный директор и основатель  
+ 7 925 301 42 40

[i.umyarov@share-agency.ru](mailto:i.umyarov@share-agency.ru)

г. Москва, ул. Большая Серпуховская, д. 46, стр. 34, офис 15