



# agency cases & credentials 2010-2013

**e:very single detail matters**

**e:mg** Effective Marketing  
Group





# background

**e:very single detail matters**

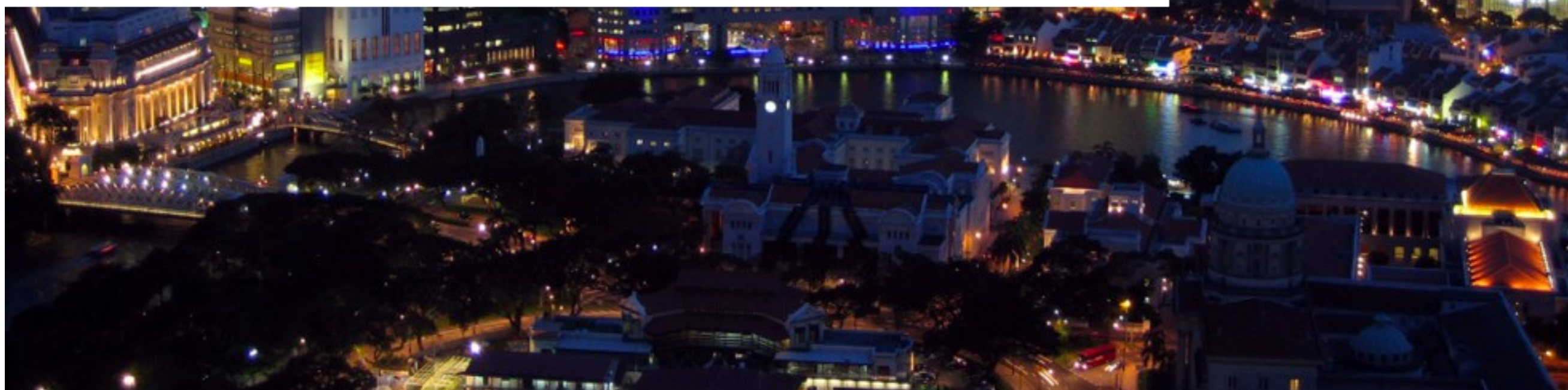
**e:mg** Effective Marketing Group





**effective\*** |*l'fektiv*|: successful in producing a desired or intended result

\*Oxford American Dictionary



# establish

**e:ffective marketing group**

successful in producing an intended result

**e:ffective marketing group**

эффективный маркетинг



# establish

Our main product is effectiveness, which we understand as proven ability to deliver such expertise and services, that empower our client to sell smarter: to do it in a more affordable, fast and consumer-friendly way.

Наш продукт - **эффективность**, то есть **обоснованные, выверенные решения, позволяющие** клиенту **продавать больше и умнее**: с меньшими затратами, быстрее и с учетом целевой аудитории.





# enumerate

**5th PLACE**

in top 5  
in the market

---

**5000+**

fulfilled  
projects

---

**17 YEARS**

of successful  
operations

---

**55+**

professional  
awards

---

**150**

team members  
**PERSONS**

Founded in 1996

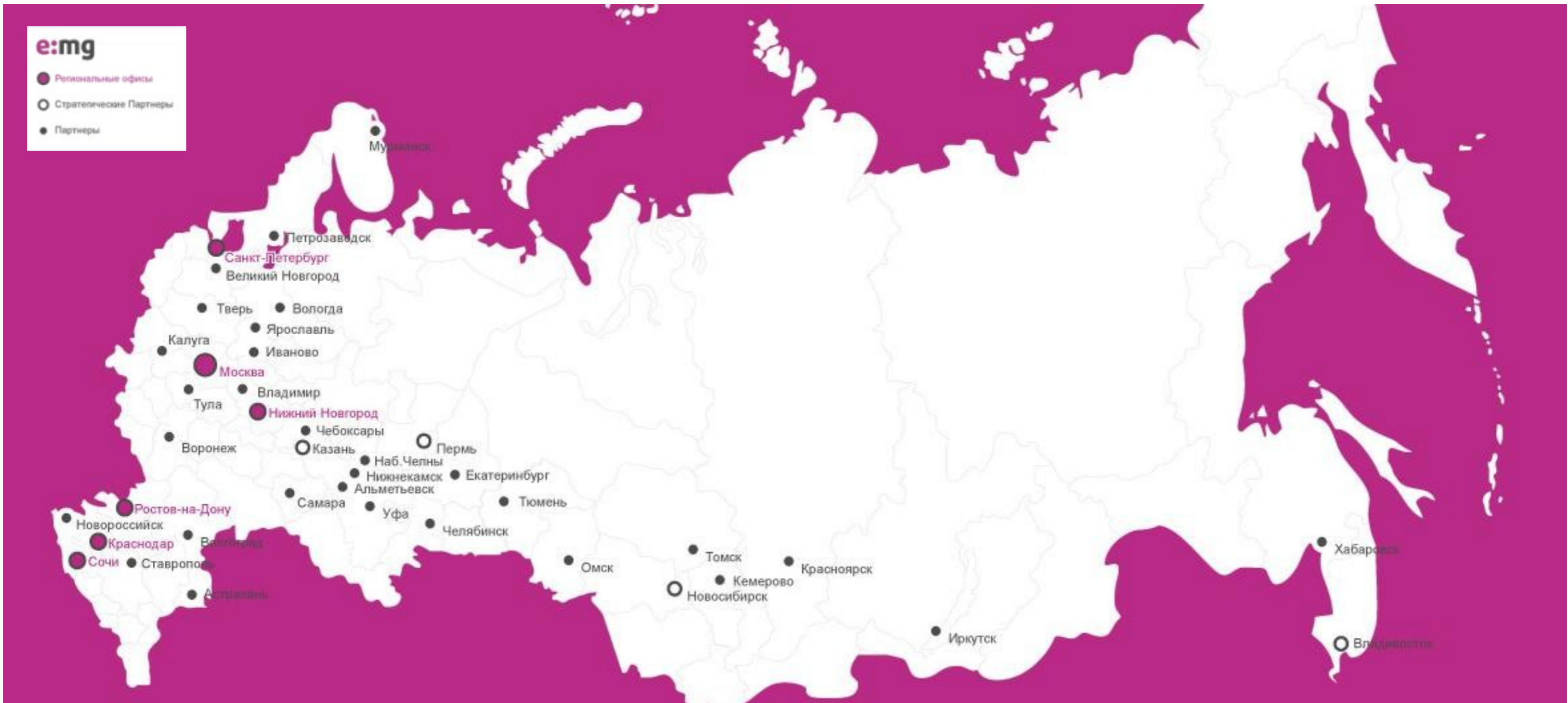
National coverage  
includes 1125 cities

Member of  
AKAP, PAMY, PMA

Creation & execution  
of all types of events  
from A to Z

In house creative  
studio, production,  
logistics, warehouse,  
procurement





# e:mg - national coverage regional offices & affiliates





# Evaluate - year 2012 awards & diplomas

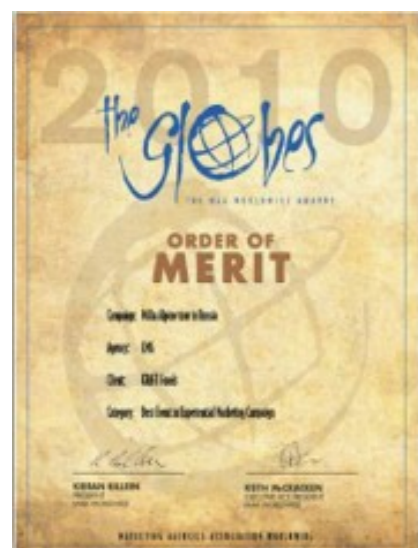
## 2012 - «Silver Mercury»

1st place - «Digital Marketing: best campaign execution in the interactive marketing segment» - for «IKEA Thingternal Values»

1st place - «Event Marketing: best execution of the b2c event» - for «IKEA Thingternal Values»

2nd place - «Event Marketing: best execution of the b2c event» - for «Coca-Cola Exhibition 125 Happy Years»

and other 6 awards



## 2012 - Kiev International Advertising Festival

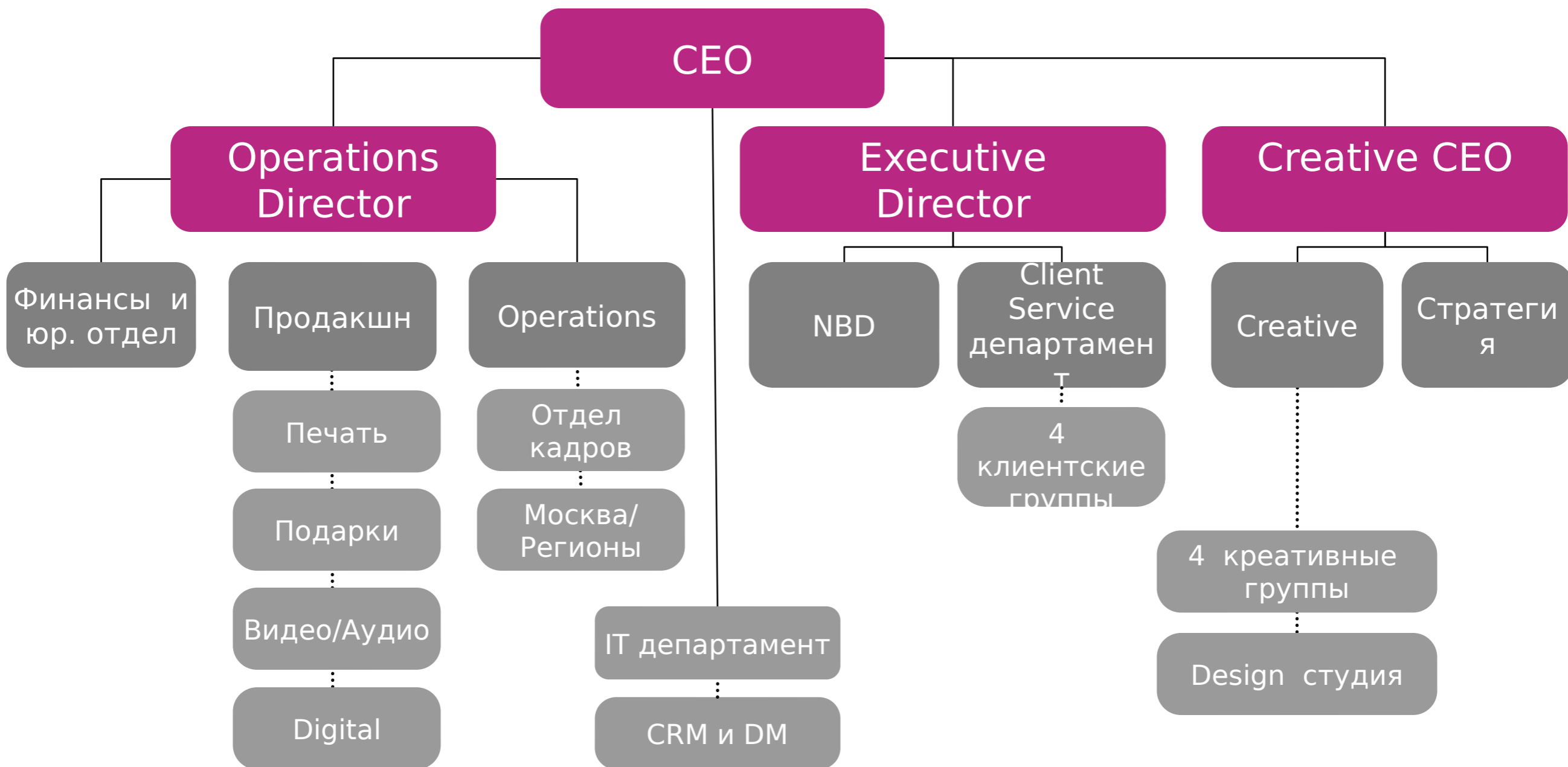
1st place - «Marketing services projects/ Event marketing» - for «IKEA Thingternal Values»

PLUS! Four awards at «Belij Kvadrat» and two awards at «IDEA!»





# e:structure





**empower**

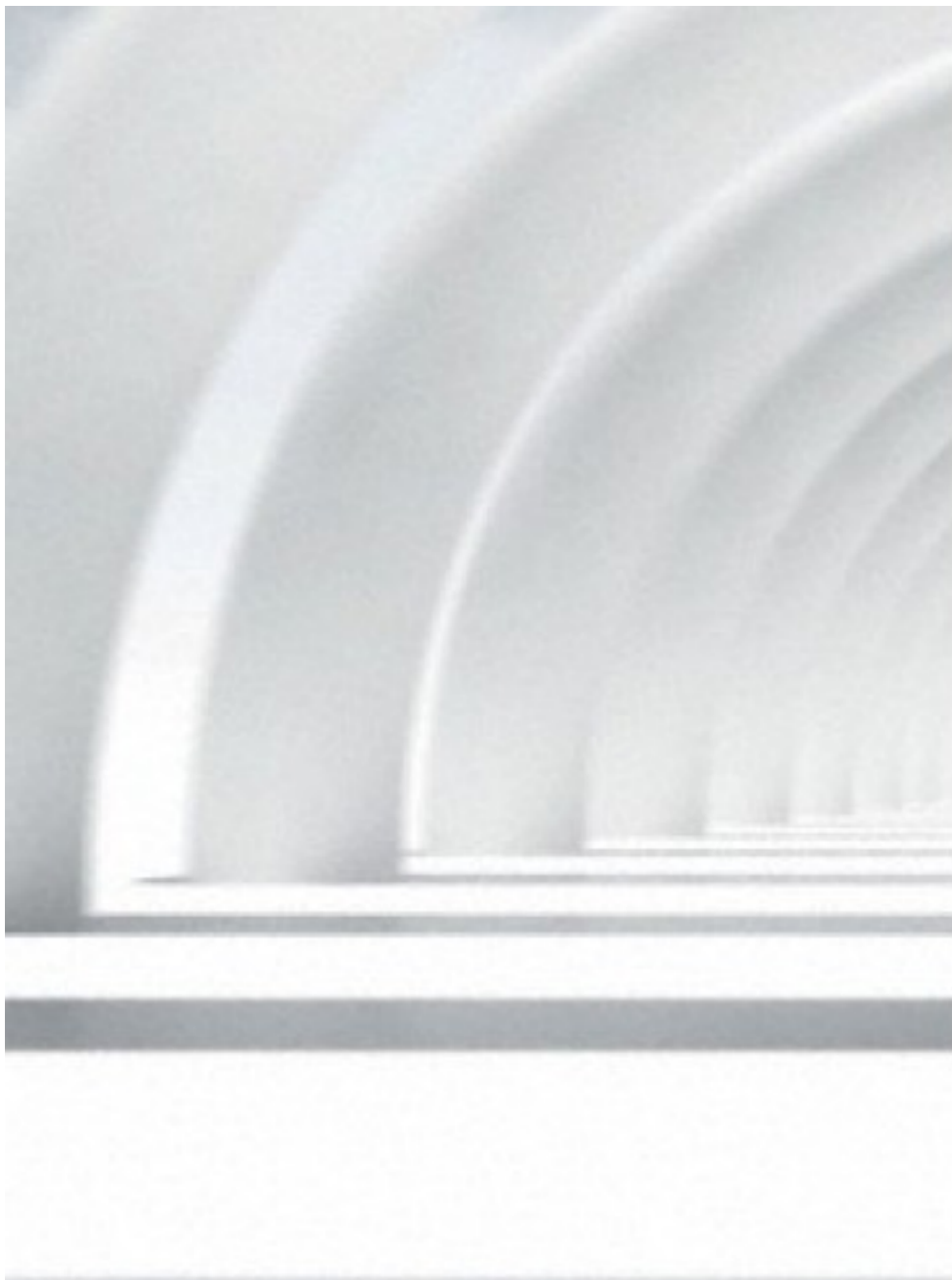
**e:very single detail matters**

**e:mg** Effective Marketing Group





# empower - agency services



**consumer** promo

**trade** marketing

**event** marketing

**ttil** 360 degree, creative solution

**digital** activation

**sport & social** marketing





Unilever



Mercedes-Benz



evaluate - key agency clients



# **btl practices: consumer & ttl**

**our best projects in 2011/2012**

**e:mg** Effective Marketing  
Group





# «Миллиономагия»

**Период проведения:** 30.06.2012 - 31.07.2012 г.

**Призовой фонд:** 32 сертификата на 1,000,000 руб, которые вручались ежедневно в течение месяца

**Механика:** необходимо купить одну банку кофе Jacobs Monarch и две плитки шоколада Alpen Gold, зарегистрировать и сохранить кассовый чек, а также кратко ответить на вопрос «Почему моя семья достойна миллиона рублей?». А дальше нужно было просто ждать команду экспертов «Миллиономагии» у себя дома с 19.00 до 21.00.

**Запуск проекта:** ивент в Парке Горького в Москве - создание самой большой картины из более чем миллиона кофейных зерен (рекорд





### Миллионномагия. Итоги

Акция «Миллионномагия» подошла к своему завершению. 31 июля был вручен последний миллион. За время проведения акции мы подарили в общей сложности 31 миллион рублей, побывали в 28 городах и их пригородах. В ходе проведения Миллионномагии нашу команду, как и самих участников, ожидало множество испытаний. В Казани не был вручен приз, так как дома ни оказалось ни одного из претендентов. Смотрите репортажи о вручении призов и следите за следующими акциями!



### Призовой фонд акции разыгран!

Наша акция подошла к концу. Мы объездили всю Россию, стучались в двери наших претендентов, и теперь список миллионеров пополнился на тридцать одного счастливица. Тем, кто не выиграл Приз в этот раз, желаем удачи в будущих акциях. Благодарим всех за участие в акции «Миллионномагия Вашему дому!»



01.08.12 05:08

### Остался последний миллион!

Наша акция, увы, подходит к концу. За месяц мы ошастливили 30 семей, подарив им по миллиону рублей, всего за одну банку кофе Jacobs Monarch и две шоколадки Alpen Gold. Дорогие участники, к которым еще не постучалась в дверь наша команда Миллионномагии, у вас еще есть шанс, и сегодня именно Вы сможете стать последним победителем акции, просто будьте сегодня дома с 19-00 до 21-00 и быть может удача сегодня придет именно к Вам!



31.07.12 10:07



Новости

Правила акции

Призы

Победители

Интерактивная карта

Обратная связь



# «Берем курс на вкусный отдых»

## Продукт:

Линекс - профилактика дисбактериозов, упаковки 16 и 48 капсул

**Задача:** увеличение продаж в несезон

**Период проведения:** с 25.04.2013 по 20.07.2013 г

## Призовой фонд:

1. Гарантированный приз в аптеке  
Упаковка 16 капсул: гид по кухням мира – 15 000 шт

Упаковка 48 капсул: футляр для лекарств

2. На сайте:

каждый 16-ый - розыгрыш дорожного набора  
Каждый 48-ой - розыгрыш дорожной сумки

Longchamp

**АКЦИЯ! ПОЛУЧАЙ НЕОБХОДИМЫЕ  
В ПОЕЗДКЕ ПРИЗЫ\* ОТ ЛИНЕКС®!  
ЗАГРУЗИ ЧЕК НА [WWW.LINEX.SU](http://WWW.LINEX.SU)**

**ЛИНЕКС®  
БЕРЕМ КУРС  
НА ВКУСНЫЙ ОТДЫХ!**

**ПОДРОБНОСТИ НА [WWW.LINEX.SU](http://WWW.LINEX.SU)**

**РОЗЫГРЫШ ПРИЗОВ\***

**ДОРОЖНЫЙ НАБОР**

**ДОРОЖНАЯ СУМКА**

\* Количество призов ограничено.

a Novartis company  
123317 Москва, Пресненская набережная, дом 8, строение 1, комплекс  
«Город столиц», 8-9 этаж, ЗАО «Сандоз», тел.: (495) 680-75-09, [www.sandoz.ru](http://www.sandoz.ru)

**SANDOZ**  
1-КРТО1-ЛИН-ОТС-НН-03-13  
RU1303090433

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. ПЕРЕД ПРИМЕНЕНИЕМ НЕОБХОДИМО ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ





# ЛИНЕКС®

О ПРОДУКТЕ

ПРАВИЛА АКЦИИ

ГЕНЕРАТОР ВКУСНОГО ОТДЫХА

НАШИ ПАРТНЕРЫ

ПРИЗЫ

ФОТОКОНКУРС

ПОБЕДИТЕЛИ

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

ГИД ПО СТРАНАМ



Загрузить чек

Войти в Личный кабинет

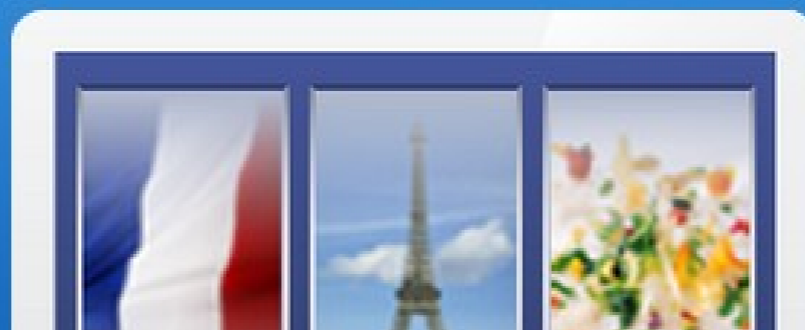
Загрузить фото

**ЛИНЕКС®**  
**БЕРЕМ КУРС**  
**НА ВКУСНЫЙ ОТДЫХ!**

**ПОДГОТОВЬТЕСЬ К ОТПУСКУ С ЛИНЕКС®**

ЛИНЕКС®  
капсулы  
нормализуют микрофлору кишечника

Рег. номер: ПН012064/01



**FRANCE**

**РАСЧУЖИВАНИЕ**

Средство выбора	Вино	Вино
Как принимать?	После еды, запивая водой.	После еды, запивая водой.
Время приема	В любое время суток.	В любое время суток.
Возраст и противопоказания	Для взрослых и детей старше 12 лет.	Для взрослых и детей старше 12 лет.
Важные моменты	Важно соблюдать диету и пить достаточное количество воды.	Важно соблюдать диету и пить достаточное количество воды.
Состав	Линекс	Линекс
Срок годности	3 года	3 года
Условия хранения	В сухом, защищенном от света месте.	В сухом, защищенном от света месте.

**GERMANY**

**РАСЧУЖИВАНИЕ**

Средство выбора	Вино	Вино
Как принимать?	После еды, запивая водой.	После еды, запивая водой.
Время приема	В любое время суток.	В любое время суток.
Возраст и противопоказания	Для взрослых и детей старше 12 лет.	Для взрослых и детей старше 12 лет.
Важные моменты	Важно соблюдать диету и пить достаточное количество воды.	Важно соблюдать диету и пить достаточное количество воды.
Состав	Линекс	Линекс
Срок годности	3 года	3 года
Условия хранения	В сухом, защищенном от света месте.	В сухом, защищенном от света месте.

**GREECE**





# ЛИНЕКС®

О ПРОДУКТЕ

ФОТОКОНКУРС

ПРАВИЛА АКЦИИ

ПОБЕДИТЕЛИ

ГЕНЕРАТОР ВКУСНОГО ОТДЫХА

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

НАШИ ПАРТНЕРЫ

ГИД ПО СТРАНАМ

ПРИЗЫ



# SANDOZ

Загрузить чек

[Вернуться на главную страницу](#)

[Войти в Личный кабинет](#)

кабинет

Загрузить фото

## ПРАВИЛА УЧАСТИЯ



### ШАГ 1

Купить «Линекс®»



### ШАГ 2

Зарегистрироваться в акции и загрузить чек



### ШАГ 3

Загрузить фотографию



### ШАГ 4

Попасть в ТОП-10 по количеству голосов и стать победителем по мнению жюри

## ВЫИГРАЙ ГЛАВНЫЙ ПРИЗ – УЖИН В РЕСТОРАНЕ ТВОЕГО ГОРОДА НА 15 000 РУБ!





Клиент: Kraft Foods  
 Бренд: Cote d'Or  
 Период проведения: май 2012 г.  
 Бриф (коротко): проведения семплинга конфет Cote d'Or на Церемонии награждения « TOPBEAUTY AWARDS»

Решение: на церемонии награждения « TOPBEAUTY AWARDS» был проведен семплинг конфет, организована работа шоколадного фонтана, а так же Cote d'Or выступил спонсором одной из номинаций. Победителям были вручены следующие призы:  
 Сертификат в салон красоты – 1 (Одна) штука  
 Билет на концерт MADONNA - World Tour 2012



# «Эко-ремонт» юбилейное

**Юбилейное**  
лучшее от природы

ПРАВИЛА АКЦИИ   ПРИЗЫ   ПОБЕДИТЕЛИ   О ПРОДУКТАХ   ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬ КОД

Выиграйте 1 из 3 эко-ремонтов квартир и денежные призы!

Призовой фонд 10 000 000 рублей!

Акция проводится с 16 апреля 2012 года по 16 октября 2012 года (включительно) на территории РФ. Коды принимаются и регистрации с 16 апреля 2012 года по 16 июля 2012 года (включительно).

**Юбилейное**  
лучшее от природы

Покупайте «Юбилейное»!

Выигрывайте эко-ремонт и денежные призы!


WWW.JUBILEE-MILLION.RU

Призовой фонд 10 000 000 рублей

Один из трех эко-ремонтов



 Победители

 Призы

# Picnic

набит  
призами!

Получай призы каждый час!

▶ Зарегистрируй код

Горячая линия: 8-800-555-8-000  
2012 Picnic. All rights reserved.

[О Picnic](#)

[Правила акции](#)

[Напиши нам](#)

[Творческий конкурс](#)

Клиент: Kraft Foods

Бренд: Picnic

Период проведения: май 2012 г.

Национальное промо, digital, продвижение через Интернет

FUN-призы получает каждый участник, зарегистрировавший 100й код каждый час .

Ежедневный приз iPad получает участник, зарегистрировавший 1000й код в день.

Мобильный контент получает каждый участник, зарегистрировавший код на сайте акции или через SMS.

Macbook получает победитель творческого конкурса Акции, набравший наибольшее количество голосов



В f

Победители Призы

Зарегистрируй код

# Picnic

## набит призами!

Фан-приз каждый час

Ежедневный приз

Гарантированный приз

2012 Picnic. All rights reserved.

О Picnic Правила акции Напиши нам

количество разыгранных призов:  
флеш карты - 1 498 шт / 14 шт в сутки  
сертификаты OZON - 428 шт / 4 шт в сутки  
наушники - 321 шт / 3 шт в сутки  
часы - 321 шт / 3 шт в сутки  
iPAD - 107 шт / 1 шт в сутки





# EFES Dance Square Off

**Бренд:** EFES

**Каналы проведения:** Modern trade и On-Trade

**Период проведения:**

Modern Trade: 15 февраля – 14 марта 2013 года

On-Trade: 01 февраля – 28 февраля 2013 года

**Механики:** интеллектуальная игра с участием промоперсонала и подарок за покупку.

Призы на 2 канала: билеты на фестиваль чирлидеров Efes Dance Square Off, бокалы с брендингом, сумка холодильник, ароматизаторы, брелки и релаксаторы.

**Города:** Москва



# EFES Dance Square Off

## Интеллектуальный баскетбол

**(MIND FLEX Duel)** - игра в которой два соперника могут напрямую посоревноваться у кого мысль сильнее, кто лучше умеет концентрироваться.

В качестве контроллера в Mindflex Duel используется аппарат, надеваемый на голову и считывающий мозговые волны у лба, височных долей и ушных мочек.

Цель игры - перетянуть легкий шарик, левитирующий на восходящих воздушных потоках.







# POSM, призы



напольный стикер



промостойка



релаксатор



сумка-холодильник



ароматизатор



брелок



билеты



Клиент: SABMiller  
Бренд: Holsten и Saltletts («Lorenz»)

Механика: подарок за покупку (cross-promotion)  
при покупке 2-ух любых бутылок пива Holsten покупатель гарантированно получал упаковку соленых палочек Saltletts к пиву





Клиент: Kraft Foods  
Бренд: Alpen Gold Composition, Cote d'Or, Carte Noire  
Период проведения: февраль-март 2012 г.  
Механика: подарок за покупку (мультибренд)

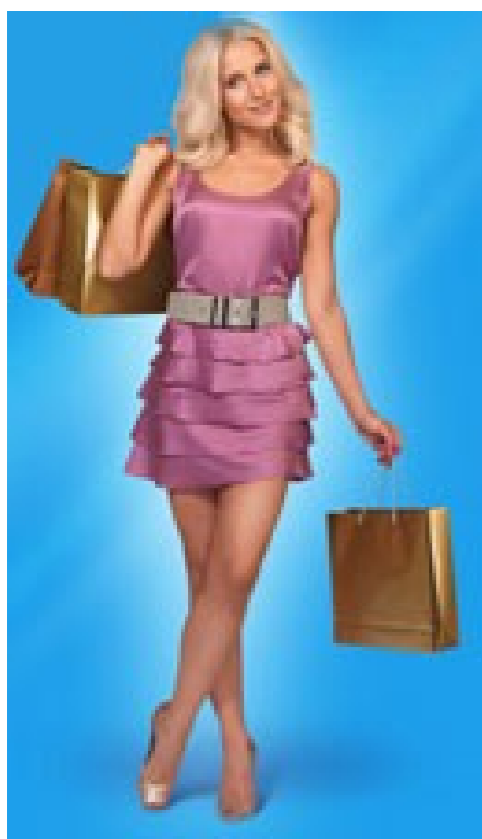
#### Подарки:

Декорирование купленной продукции праздничными бантами

Упаковка купленной продукции в подарочный пакет

Поздравительная открытка в подарок на выбор (с готовым универсальным пожеланием или с обращением «Дорогая!» и возможностью вписать имя одариваемого)





# Воздушный

## АКЦИЯ «ЗАОБЛАЧНЫЙ ШОППИНГ» С ЮЛЕЙ КОВАЛЬЧУК

Главная  
 О марке  
 Призы  
 Правила  
 FAQ  
 Победители

Введите уникальный код  
 Авторизоваться кодом

Зарегистрируйтесь, Анастасия!  
 Ваш личный кабинет готов!

### Призы

100 рублей на «Заблачный шоппинг»!  
 выходя в Москву\*, чтобы пройтись по  
 столичным улицам вместе с певицей Юлей Ковальчук!

Юля советами модной, стильной, известной  
 участницы модных показов  
 и знаменитой певицы российской столицы

и в течение 2 дней проведет в столице  
 эксклюзивный показ.

Samsung S7070 Diva  
 новинка в использовании и устройстве,  
 функциональной и стильной. Ты сможешь  
 быть в лучшем настроении, которое дарит  
 тебе этот телефон!

100 000 рублей на шоппинг!

Выигрывает каждый пятый уникальный код, зарегистрированный  
 в течение каждого дня программы.\*  
 Обладая кодом вместе с «Воздушным»!

\* на более 990 кодов в день.

# АКЦИЯ

## Воздушный

шоколад молочный пористый

### ЗАОБЛАЧНЫЙ ШОППИНГ

ПОЛУЧАЙТЕ ПРИЗЫ ОТ «ВОЗДУШНОГО»!

100 рублей на мобильный каждому пятому

100 000 рублей для шоппинга

10 мобильных телефонов в неделю

Клиент: Kraft Foods  
 Бренд: Воздушный  
 Проект: всероссийская стимулирующая лотерея

Призовой фонд:  
 Ежедневно - 100 рублей на счёт твоего мобильного;  
 Ежеженедельно - новый стильный мобильный телефон;  
 Главный приз - 100 000 рублей на Заоблачный шоппинг с Юлей Ковальчук в одном из крупнейших мегамоделлов Москвы!





# btl practices: trade

**our best projects in 2011/2012**

**e:mg** Effective Marketing  
Group





# castrol drive, 2011

2011, Россия

Social Media, Internet, розница

“Ты vs Нюрбургринг”

Castrol Edge - премиальное масло для требовательных водителей

Задача кампании: поддержка запуска нового продукта Castrol Edge.

Решение: выиграй виртуальные гонки и получи реальный шанс прокатиться по легендарным петлям Nurburgring. Играй и выигрывай на [www.castroldrive.ru](http://www.castroldrive.ru)

Механика: участвуй в виртуальных гонках и набирай баллы, купи масло Castrol Edge, зарегистрируй код, активируй баллы, получай подарки и шанс прокатиться по реальной трассе Nurburgring

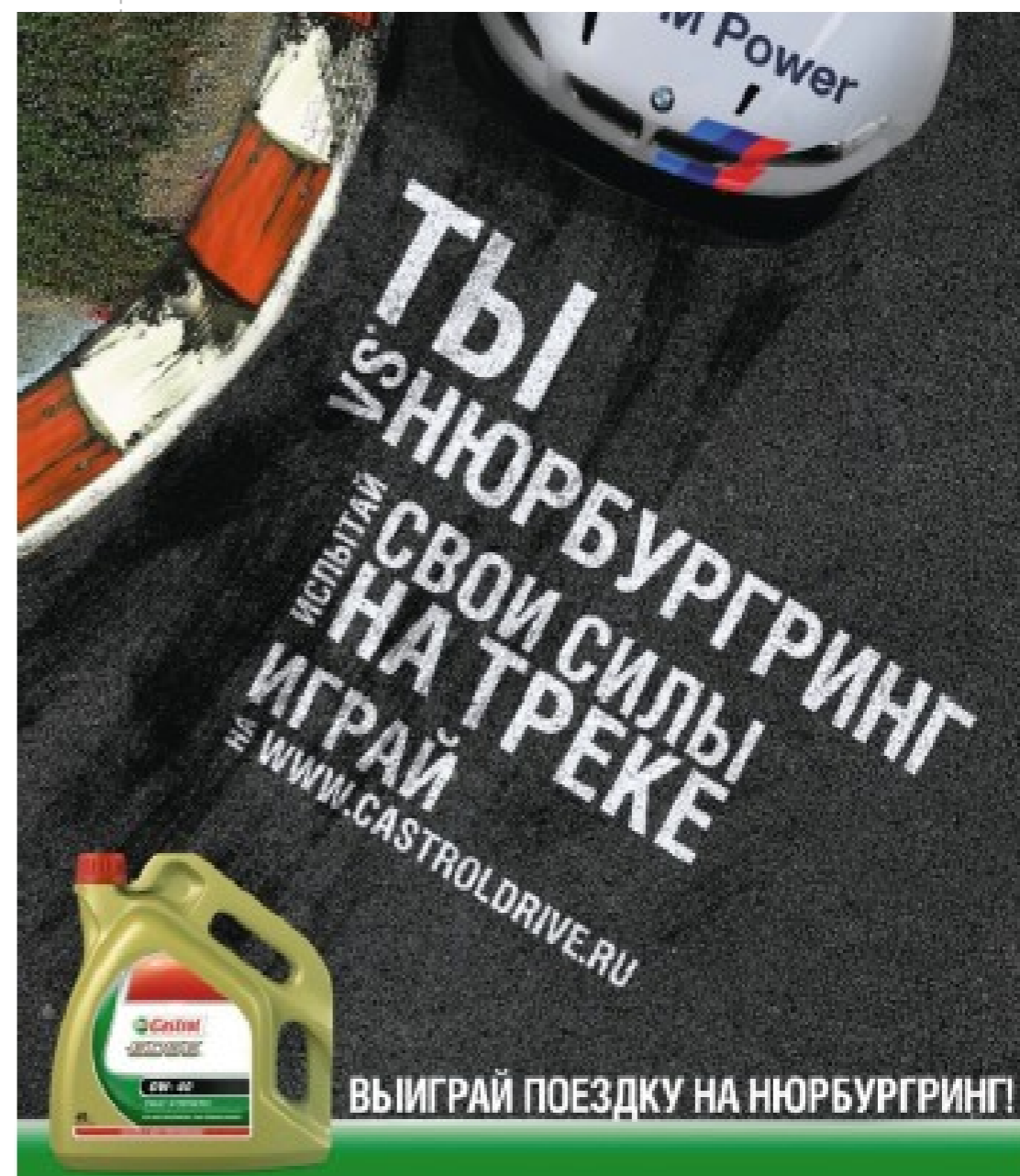
Уникальность: использование механизма дополненной реальности в ПОСМ: нехенгер, размещенный на канистре был сделан в виде руля, который можно было использовать как джойстик в игре

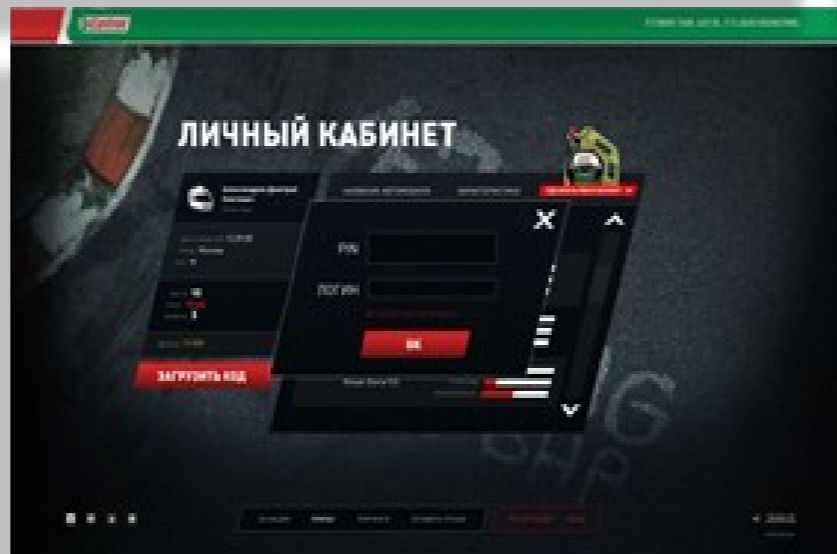
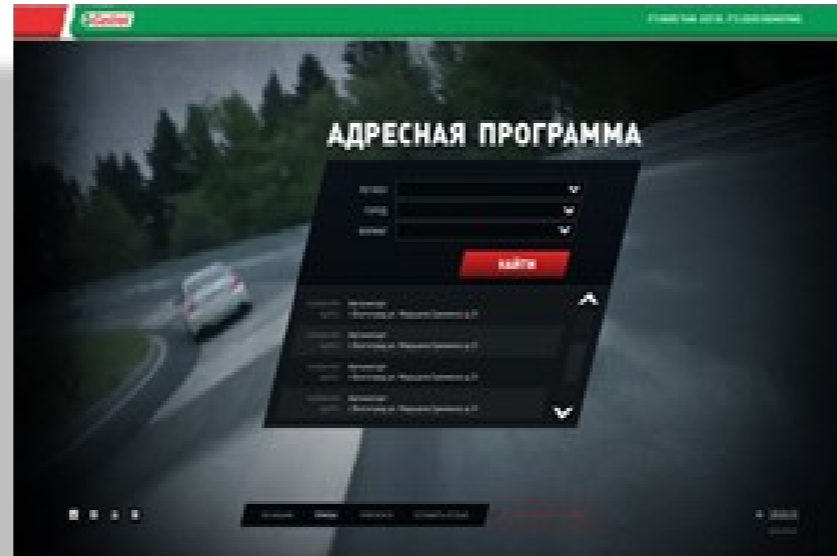
Общее количество посещений сайта - 602 964

Из них уникальных посетителей - 403 979

Среднее время пребывания на сайте - 4,03 мин.

Показатель отказов - 21%



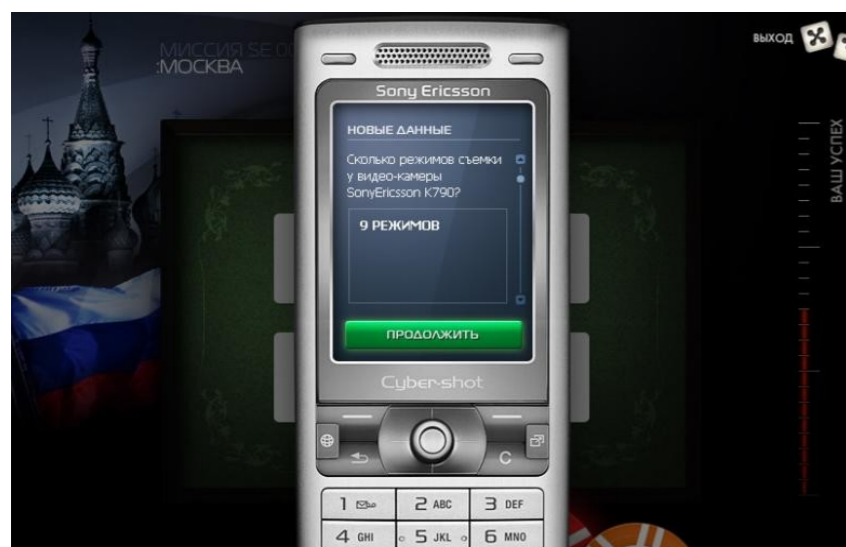
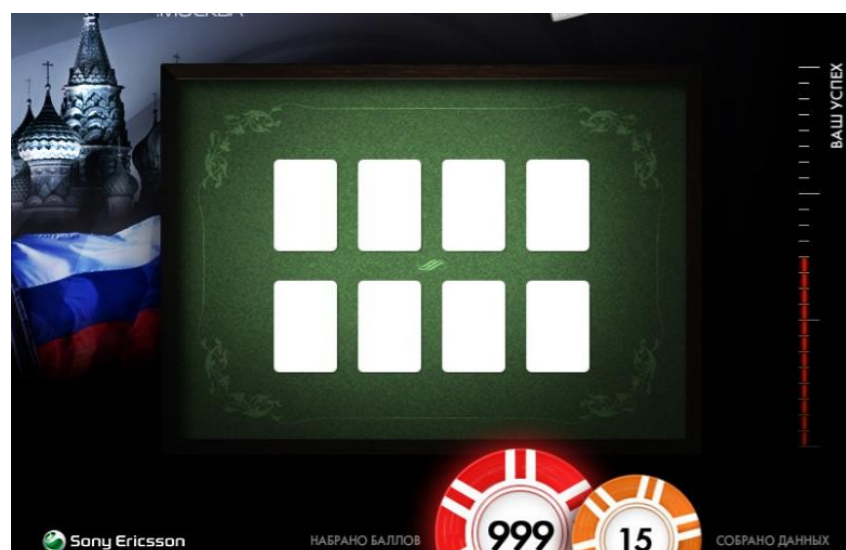


страницы игры на сайте  
трасса: дубль знаменитой трассы в г. Нюрбургринг  
лучшие игроки получили поездку в г. Нюрбургринг на реальную трассу









# казино рояль

6 городов России

TCS, CES, CSS

Мотивационная программа для торгового персонала “Казино Рояль”

Методология: Brand Reflex

Обучение торгового персонала (on-line тренинги на сайте)

Оценка торгового персонала (site, телефонная викторина, проверочные визиты)

Награждение победителей(призы, ивенты)

Оригинальность и вирусность

% вовлечения – 92%

Уровень знания– свыше 75%

Уровень приоритетной рекомендации – свыше 65%





## Castrol

внедрение продукта в on-line игру: гоночная трасса с улицами реальных городов  
активация через on-line игру - лучшие результаты + продажи + данные от чекеров

приз поездка на настоящую трассу в Дубае



основные результаты проекта:

всего посетили сайт (в месяц)  
602 964

уникальных игроков=гонщиков  
430 979

всего участников программы  
78 357





# axe shift cartoon

Россия

интернет, розница, ВУЗы

“AXE SHIFT CARTOON”

Задача кампании: Запуск нового дезодоранта AXE Shift при ограниченном бюджете и отсутствии ATL поддержки.

Продукт: Дезодорант Ахе Shift, который меняет аромат в течение дня и пробуждает интерес девчонок

Решение: создание мультсериала с главным героем Ахе Shift.

Механика: купи Ахе Shift, зарегистрируйся на сайте, напиши свой сценарий серии. По сценарию победителей снимались последние 3 из 12 серий.

Задачи Агентства:

Разработка стратегии, креатива и дизайн всех материалов

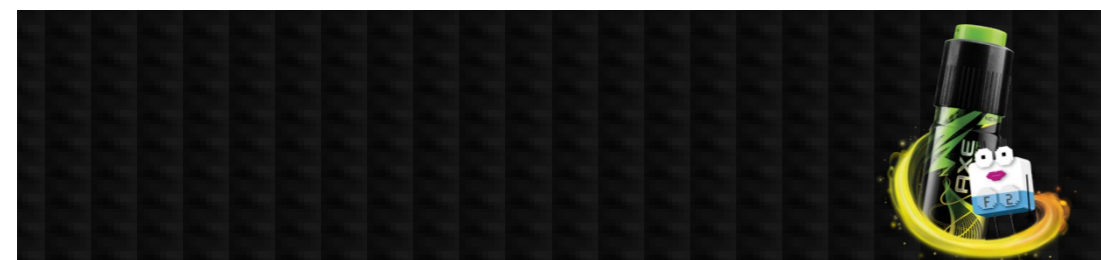
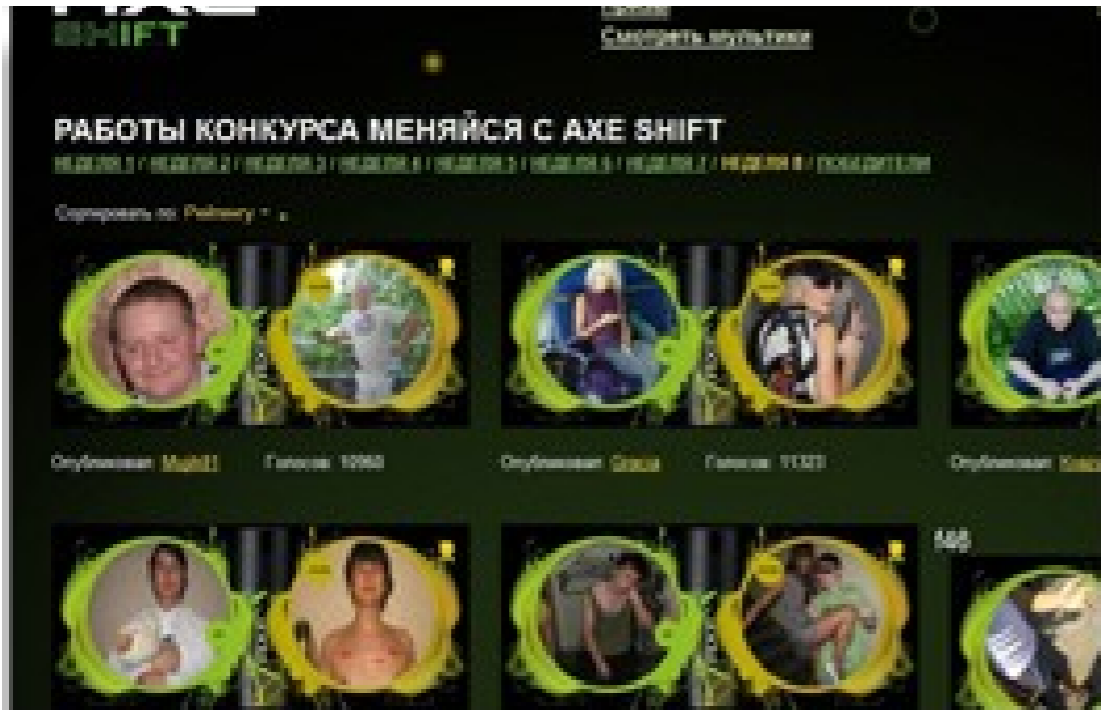
Сценарий, копирайтинг и съемка всех серий (использовалась технология motion capture (Аватар)))

BTL поддержка акции в ВУЗах

2 500 000 просмотров, 300 000 посетителей сайта, 40 000 участников акции

Мультфильм четыре недели возглавлял рейтинг rutube.ru







### НОВАЯ ЛИНЕЙКА ЕВРОПЕЙСКИХ АВТОМОБИЛЬНЫХ МАСЕЛ

G-Energy — новая линейка моторных масел, предназначенная для самых современных легковых автомобилей европейского, американского и японского производства. G-Energy — это синоним высокой технологичности, инноваций, европейского качества и профессионального подхода к производству автомобильных масел и смазок. Вся продукция G-Energy производится исключительно из компонентов (базовых масел и присадок), одобренных европейскими автомобильными производителями и уже успела завоевать доверие европейских потребителей.

Масла G-Energy производятся компанией Gazpromneft Lubricants Italia S.p.A. на одном из самых современных европейских заводов смазочных материалов в г. Бари. Предприятие соответствует самым жестким требованиям по качеству, безопасности и экологии.

Смазочные материалы G-Energy — это продукты, призванные обеспечить максимальную защиту, работоспособность и долговечность двигателя. Все без исключения продукты G-Energy соответствуют требованиям ведущих мировых производителей автомобильной техники и являются инструментами как наилучшей защиты, так и достижения наибольшей эффективности силового агрегата. Благодаря этому потребитель всегда может быть уверен, что его автомобиль готов к максимальным достижениям в любых условиях эксплуатации.



Бренд G-Energy принадлежит семейству брендов смазочных материалов группы компаний «Газпром нефть» — G-Family. Помимо линейки моторных масел, G-Family включает в себя линейку моторных масел для коммерческого транспорта — G-Profi; линейку трансмиссионных масел для легкового транспорта — G-Box; линейку трансмиссионных масел для коммерческого транспорта — G-Truck



Gazpromneft Lubricants Italia S.p.A.  
Via Bitonto, km 7.800 - 70124 Bari - Italy.  
Tel. +39 080 5054411 - Fax +39 080 5055022  
Эксклюзивный поставщик в России — ООО «Газпромнефть-СМ»,  
117218, Москва, ул. Крюково-Косовского, д.14, корп. 3, блок А  
тел.: +7 (495) 642-99-60, факс: +7 (495) 642-99-60 (доб. 1487)  
[www.gazpromneft-oil.ru](http://www.gazpromneft-oil.ru)

Газпром, G-Energy

Программа мотивации продавцов и владельцев торговых точек

#### Выполняемые работы в рамках CRM:

Разработка и поддержка сайта,

Создание личного кабинета участника,

Создание баз данных с дифференциацией доступа к информации по принципу участник – продавец, участник- продавец, дистрибьютор, клиент.

WEB и SMS рассылки, поддержка обратной связи с участниками





1500 ТТ  
15 Крупнейших городов России

обучение Продавцов  
чекинг с использованием КПК





*Living innovation*

**KENWOOD**

Listen to the Future

Клиент: De'Longhi/Kenwood  
Бренд: De'Longhi, Kenwood

Период проведения: 2008 г – по настоящее время

Задачи: увеличение продаж в ТТ, повышение лояльности пользователей, привлечение новых пользователей

Описание: программа консультантов, + демонстрация свойств продуктов







**период:** 2009-2012

**охват:** 15 городов

**объем базы:** более 15 000 продавцов

**механика:**

- аудит торговых точек - Mystery Shopper - с занесением информации на сайт в течение 60 минут (работа с коммуникаторами), сбор информации о продажах, учет продаж по каждому продавцу/тт, закупка и вручение подарочных сертификатов
- выполняемые работы в рамках CRM:
  - Разработка и поддержка промосайта,
  - Создание личного кабинета участника,
  - Создание баз данных с дифференциацией доступа к информации по принципу участник - продавец, участник-продавец, дистрибьютор, клиент.
  - WEB и SMS рассылки
  - Поддержка обратной связи с участниками



# HANSGROHE

## программа мотивации продавцов и владельцев торговых точек





# HANSGROHE





**период:** 2009-2010

**охват:** более 1500 торговых точек

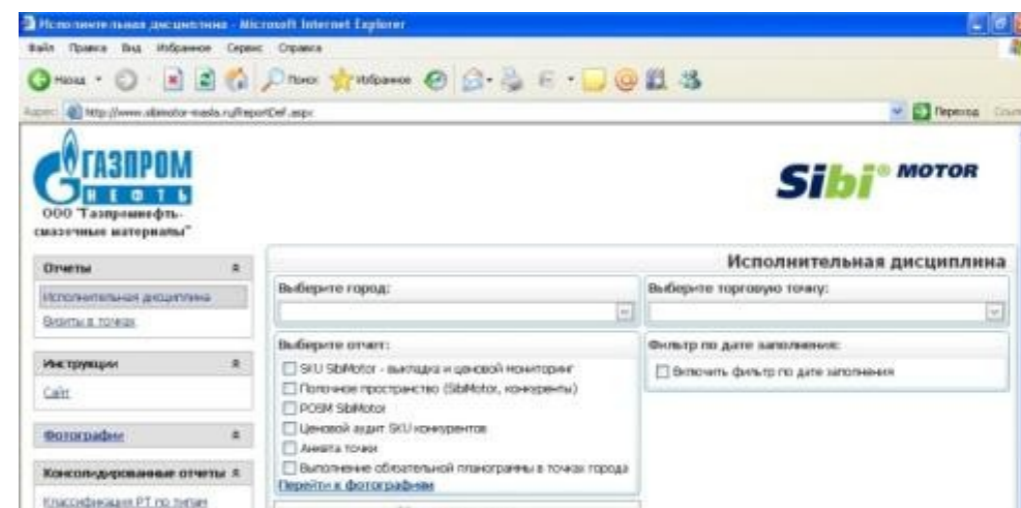
**объем базы:** более 8000 продавцов

**описание:**

- Программа мотивации продавцов и владельцев торговых точек, аудит товаров и цен с использованием коммуникаторов

**механика:**

- Мерчандайзинг тт, аудит торговых точек, стор чекинг, сбор информации о продажах, учет продаж по каждому продавцу/тт, закупка и вручение подарочных сертификатов
- Выполняемые работы в рамках CRM:
- Разработка и поддержка промосайта,
- Формирование баз данных с дифференциацией доступа
- On line отчетность по итогам посещения точек



программа мотивации  
ГАЗПРОМНЕФТЬ





Газпромнефть  
25 городов России

аудит магазинов, осуществляющих продажу масел  
отслеживание выкладки, цен, количества SKU





период: 2005 г – по настоящее время  
география: 14 городов России, 4 города Украины

основные задачи:  
увеличение места на полках и расширение представленного ассортимента  
увеличение узнаваемости бренда  
увеличение объемов продаж  
увеличение лояльности покупателей и продавцов к марке AMD

описание:  
рекрутинг и тренинг команды консультантов (полная занятость)  
разработка, производство и размещение postm  
регулярные sales-тренинги





# «Rich City»

**Проект:** мотивационная программа Rich City

**Клиент:** Мултон

**Бренд:** Rich, Добрый

**Период проведения:** 11.01.2010 - 20.08.2010 г.

**Охват :** 45 городов России

**Цели программы:** увеличить дистрибуцию, улучшить качество выкладки на соковой секции, расширить количество SKU, создать дополнительные точки продаж

**Описание:** в рамках программы был создан интернет-сайт Rich City. Город богатых и успешных, в котором каждый представитель отдела продаж активно «жил» в течение всей программы! Возможности на сайте напрямую зависели от выполнения KPI. KPI начислялись по результатам регулярного аудита. Лучшие «жители» получали бонусы и призы. В качестве суперприза была разыграна поездка в страну мечты - Норвегию.

**Результаты:** Средний показатель выполнения всех условий программы был выше запланированного на 10%, в 5-ти городах процент выполнения всех условий превысил 90%





# мерчендайзинг

**Проект:** мерчендайзинг, «Команда торговых представителей Aquafresh»

**Клиент:** GlaxoSmithKline Healthcare

**Бренд:** Aquafresh, Lactacyd, Parodontax, Sensodyne

**Период проведения:** январь 2006 г. - октябрь 2010 г.

**Охват :** 32 города России

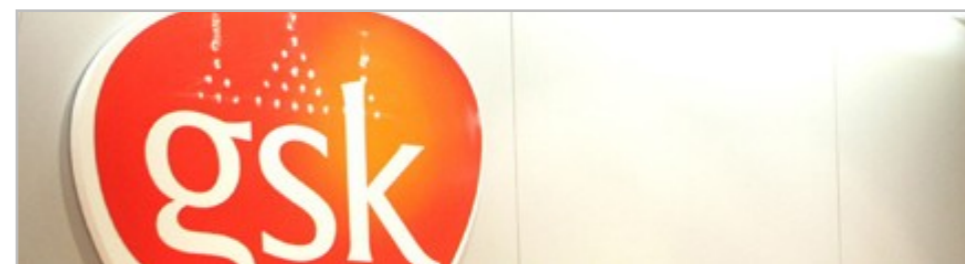
**Цели программы:** улучшить качество выкладки по всем брендам

**Описание:**

Рекрутинг, кастинг и тренинг персонала  
Оформление всех 90 мерчендайзеров в штат  
Разработка системы мотивации персонала (KPI)  
Организация ежегодных team-building

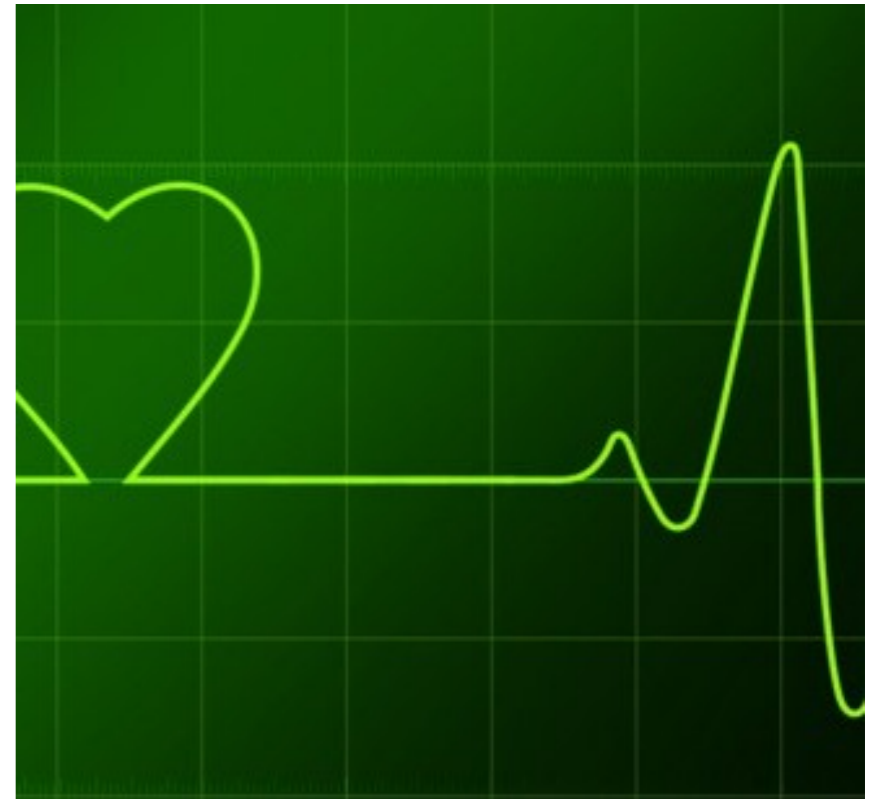
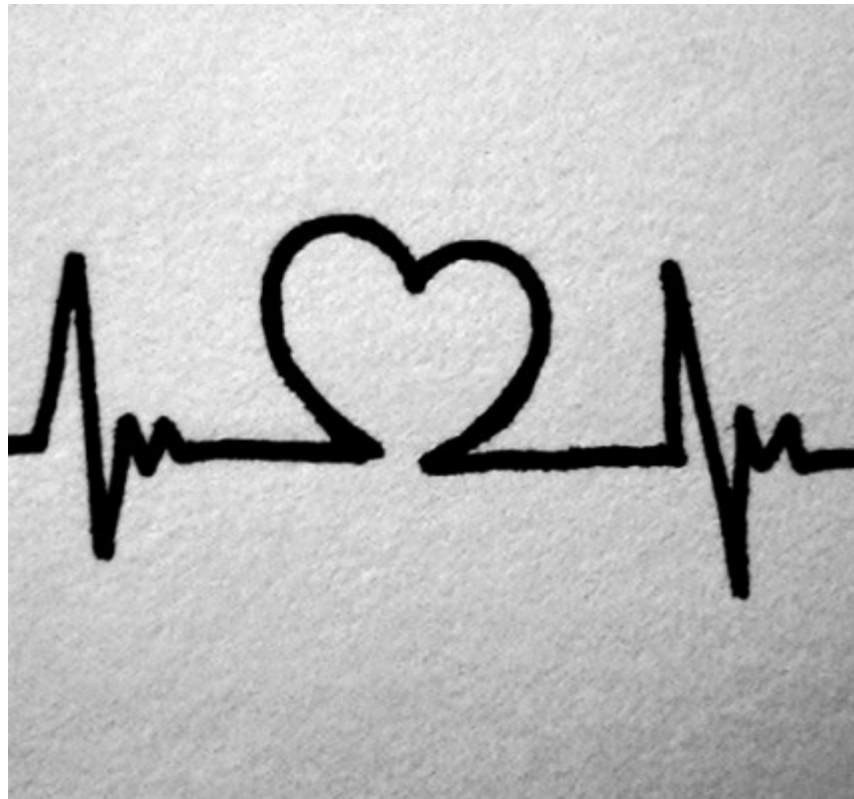
**Отчетность:**

Автоматическая отчетность (сбор отчетов и предоставление аналитической информации на сайте)





# e:mpower - e:vent marketing



Sports Events

Test Drives

Fashion Shows

Product Launches

City Celebrations

Experiential Events

etc.







Mercedes-Benz



evaluate - top 5 event clients



# IKEA Catalogue Launch 2011



## Launch 2011 Event (25-28 August, 2011)

*4 дня, мероприятие  
на открытом  
воздухе, площадка  
- ЦПКИО им  
Горького*

*глобальный запуск  
каталога,  
включающий в  
себя размещение  
макета каталога,  
размером с 3-х  
этажный дом, и  
инсталляция  
ящиков IKEA  
внутри которых  
были размещены  
интерьеры IKEA*







## основные результаты:

мероприятие посетили более **150 000** человек, в том числе 4 пары молодоженов, которые фотографировались на фоне каталога и интерьеров IKEA

Около **2 000** человек посетили концерт Евгения Гришковца, проходивший 26 августа

Более **4 200 каталогов** IKEA были распространены в ходе мероприятия

**102 951** уникальных посетителей сайта

<http://vsyovdom.ikea.ru> в период 8 августа - 13 сентября



# IKEA Catalogue Launch 2012





## IKEA Catalogue Launch 2012 Event (23-26 August, 2012)

4 дня, мероприятие  
на открытом  
воздухе, площадка  
- ЦПКИО им  
Горького

Четыре комнаты  
(кухня, игровая  
комната, гостиная и  
спальня), декор  
центральных ворот  
- колон, тканью.

Цветопереключение  
при помощи  
смены текстиля в  
«комнатах» -  
команда из 120  
фланжберов









## «Включите Цвет» 23 - 26 августа 2012 г:

около **450 000** человек посетили мероприятие, включая 9 пар молодоженов

**92 000** уникальных посетителей сайта [www.dom.ikea.ru](http://www.dom.ikea.ru)

**106** журналистов посетили мероприятие в пресс-день 23 августа

более **1 000 000** человек увидели украшенные текстилем ИКЕА ворота



# Mitsubishi Тест Драйвы осень 2011





**Mitsubishi**  
**Тест Драйв**  
**«Кодекс**  
**Надежности»**

**(3 сентября -**  
**СПб; 10 сентября**  
**- Москва)**

*Ряд уникальных тестов, призванных продемонстрировать технические характеристики автомобилей Mitsubishi.*







## Тест-драйв «Кодекс Надежности» (3 сентября - СПб; 10 сентября - Москва):

**12 000** человек посетили мероприятие за 2 дня – в Москве и Спб

Более **4 000** человек стали участниками тест-драйва и «прокатились» хотя бы на 1 модели автомобиля

было роздано **2500** сувениров

Более **2 500** человек приняли участие в индивидуальных соревнованиях





**Mercedes Benz**  
**125 Years of Innovation/125 лет**  
**Инноваций**



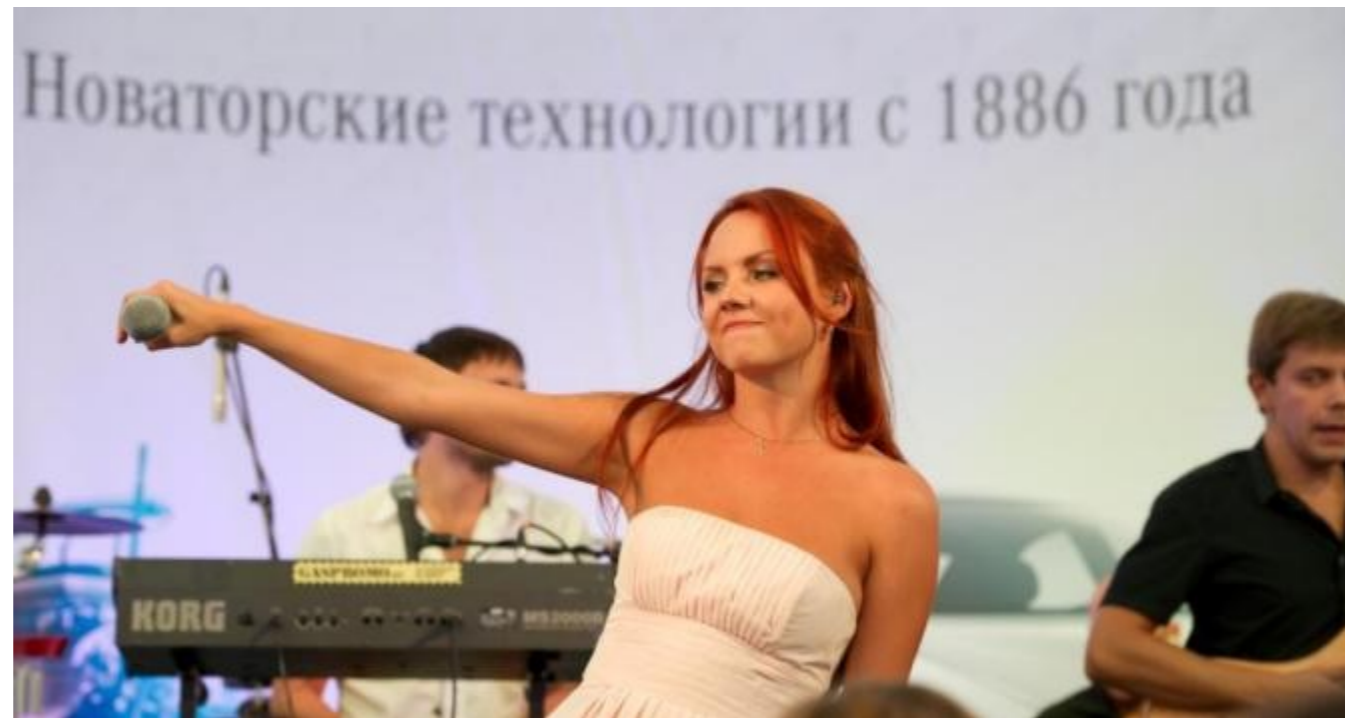


## **Mercedes Benz 125 лет Инноваций (26- 27 августа 2011)**

*2-х дневное  
корпоративное  
мероприятие  
для сотрудников  
МВР.*

*Уникальный  
город,  
созданный при  
помощи белых  
шатров с  
крытым и  
открытым  
области.*









**мероприятие Mercedes Benz Город Инноваций (26 -27 августа 2011):**

**2 000** посетителей за 2 дня.

**5** знаменитостей приняли в нем участие.

**площадь территории мероприятия составила более 2 500 кв м**, в том числе площадь уникальных шатров

общее время работы мероприятия составило 18 часов





# Соса-Сола Выставка

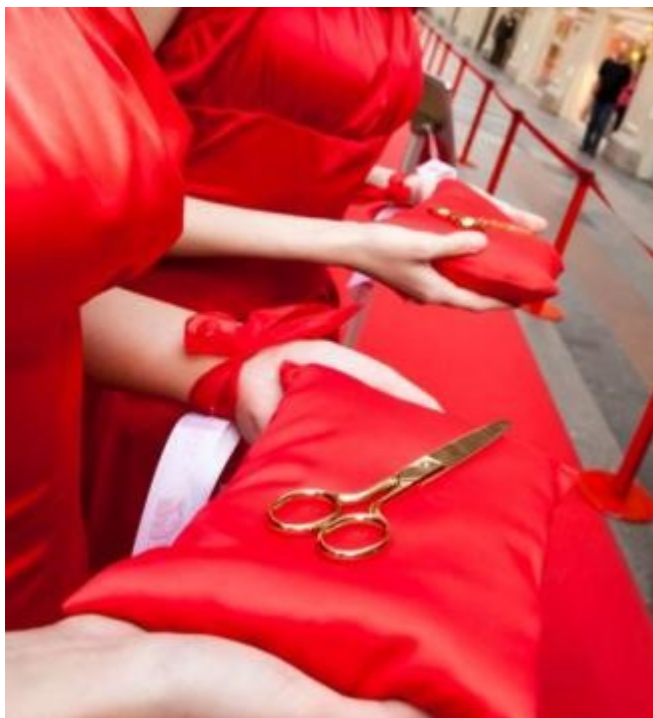
## Open Happiness/Откройся счастью



**Соса-Сола  
Выставка  
«Open  
Happiness» (май  
- Спб; май -  
Москва)**

**уникальная  
выставка  
предметов,  
специально  
привезенных в  
Россию из  
музея Соса-  
Сола в Атланте**







## Выставка «Coca-Cola Open Happiness» (май - Спб; май - Москва):

около **20 000** человек посетили выставку в Москве и СПб

**12** уникальных стендов и более 100

**35** знаменитостей посетили мероприятие в ГУМе, Москва (вечеринка проходила в Bosco Cafe)

Более **100** публикаций, телевизионных роликов и статей



**Hell, there are no rules here -  
we're trying to accomplish  
something\***

**\*Thomas A.Edison**





**many thanks!**

