



# Презентация агентства

**e:very single detail matters**

**e:mg** Effective Marketing Group



# Our Philosophy

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





# e:mg в цифрах

**5th PLACE**

in top 5 on  
the market

---

**5000+**

fulfilled  
projects

---

**18 YEARS**

of  
successful  
operation

---

**50+**

professiona  
l awards

---

**160 + PERS.**

**e:mg** staff

Founded in 1996

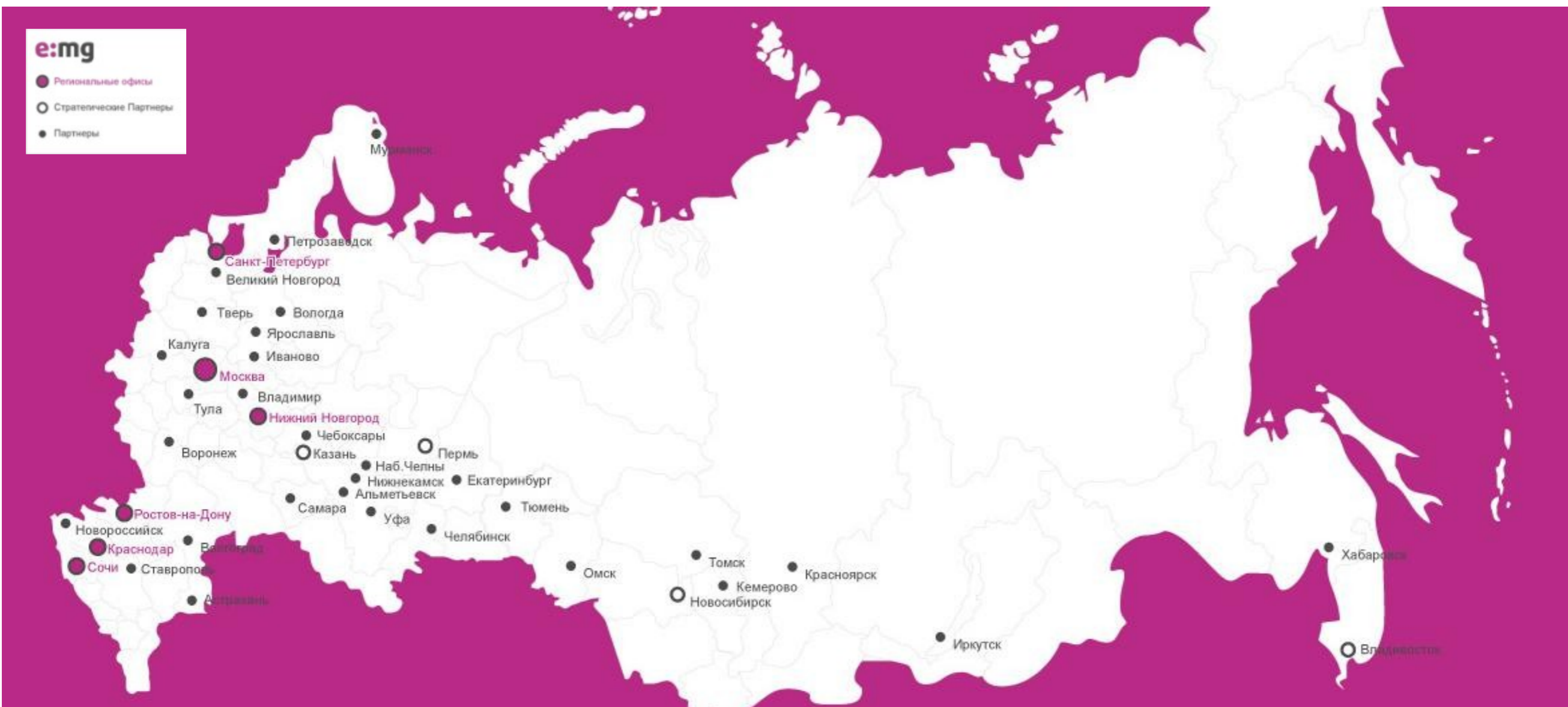
National coverage -1125  
cities

Permanent member  
AKAR, RAMU, PMA

Creation and realization of  
all types of events from A to  
Z

The agency has its own  
creative department, design  
studio, production  
department, the  
department of logistics,  
warehouse, department of  
personnel selection for



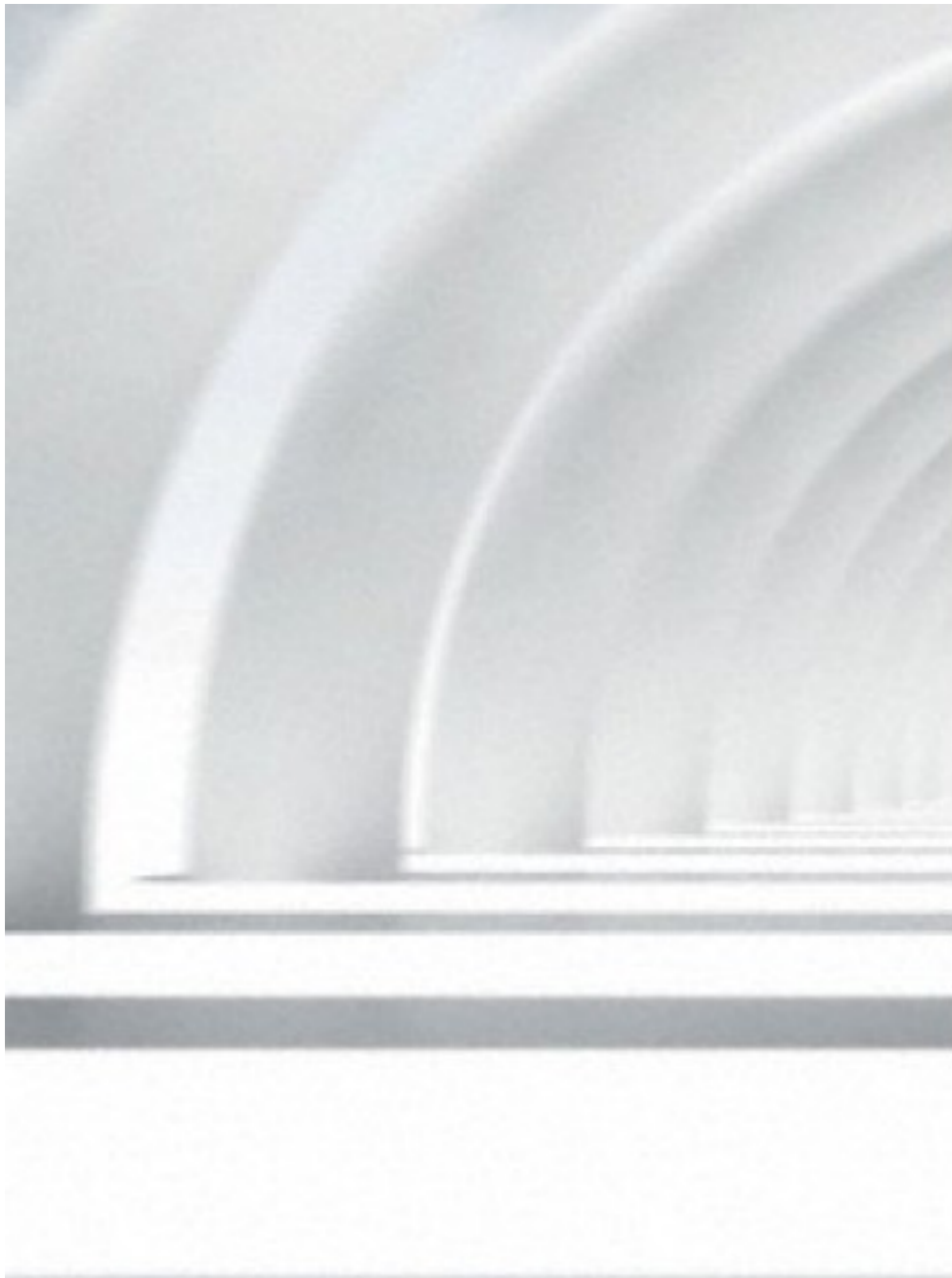


# e:mg – national coverage

Региональные офисы & партнеры



# e:xpertised in:



**consumer** promo

**trade** marketing

**event** marketing

**ttl** 360 degree, creative solution

**digital** activation

**sport & social** marketing





Mercedes-Benz



Unilever



# KEY CLIENTS

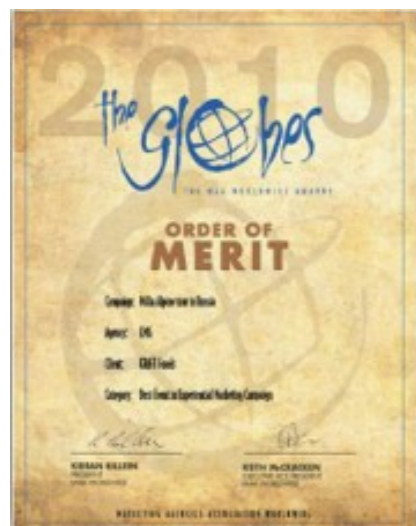




# Awards & Diplomas 2011

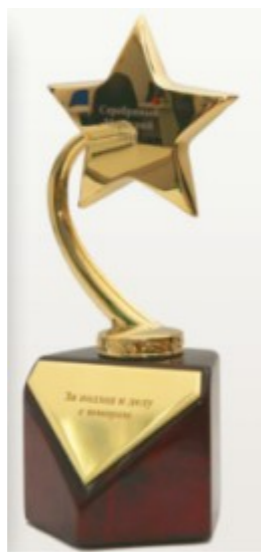
**2011** - «Zolotoy Propeller»

**Bronze** in the nomination "Event Marketing" .  
Project - "IKEA Veshnue Zennosty"



**2011** - «Serebryanny Merkurs»

**Silver** in the nomination в «The best project in points of sales” .  
Project - Lottery "Win the flats in Moscow!" for the supermarket chain "Kopeika”.



**2011** - OMA Russia Awards

**Gold** in the nomination «Trade Marketing» .  
Project - “Mix the dark with the light!”- Velkopopovizky Kozel»





# Награды и дипломы 2012

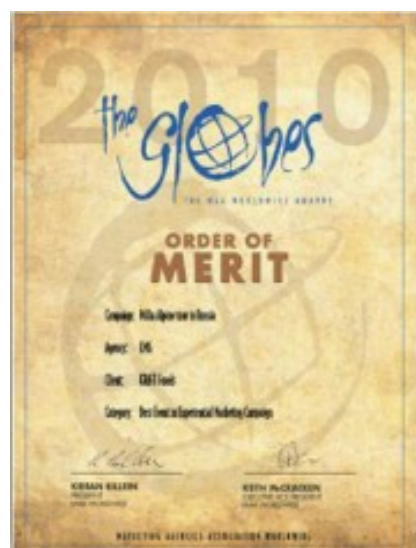
## 2012 - «Серебряный Меркурий»

1 место - «Digital Marketing: best campaign execution in the interactive marketing segment» - «IKEA Вещные ценности»

1 место - «Event Marketing: best execution of the b2c event» - «IKEA Вещные ценности»

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

И еще 8 наград



## 2012 - Kiev International Advertising Festival

1 место- «Marketing services projects/ Event marketing» - «IKEA Вещные ценности»

ПЛЮС! 4 награды фестиваля «Белый квадрат» и две награды на





# Awards & Diplomas 2012

СЕРЕБРЯНЫЙ  
МЕРКУРИЙ

2012

**ДИПЛОМ**  
«СЕРЕБРЯНЫЙ МЕРКУРИЙ 2012»

Лучшая реализация b2c ивент-мероприятия

**1 место**  
ПРОЕКТ  
Вещные ценности  
e:mg

Председатель жюри  
премии «Серебряный Меркурий»  Игорь  
Писарский

СЕРЕБРЯНЫЙ  
МЕРКУРИЙ

2012

**ДИПЛОМ**  
«СЕРЕБРЯНЫЙ МЕРКУРИЙ 2012»

Лучшая реализация кампании  
в области интерактивного маркетинга

**1 место**  
ПРОЕКТ  
Вещные ценности  
e:mg

Председатель жюри  
премии «Серебряный Меркурий»  Игорь  
Писарский

СЕРЕБРЯНЫЙ  
МЕРКУРИЙ

2012

**ДИПЛОМ**  
«СЕРЕБРЯНЫЙ МЕРКУРИЙ 2012»

Лучшая реализация b2c ивент-мероприятия

**2 место**  
ПРОЕКТ  
Выставка Coca-Cola «125 счастливых лет»  
e:mg

Председатель жюри  
премии «Серебряный Меркурий»  Игорь  
Писарский





# Awards & Diplomas 2012

СЕРЕБРЯНЫЙ  
МЕРКУРИЙ

2012

## ДИПЛОМ

«СЕРЕБРЯНЫЙ МЕРКУРИЙ 2012»

Лучшая b2b кампания

**2 место**  
ПРОЕКТ  
Ребрендинг e:mg  
e:mg

Председатель жюри  
премии «Серебряный Меркурий»



Игорь  
Писарский



СЕРЕБРЯНЫЙ  
МЕРКУРИЙ

2012

## ДИПЛОМ

«СЕРЕБРЯНЫЙ МЕРКУРИЙ 2012»

Лучшая реализация интегрированной кампании

**3 место**  
ПРОЕКТ  
Вещные ценности  
e:mg

Председатель жюри  
премии «Серебряный Меркурий»



Игорь  
Писарский



СЕРЕБРЯНЫЙ  
МЕРКУРИЙ

2012

## ДИПЛОМ

«СЕРЕБРЯНЫЙ МЕРКУРИЙ 2012»

Лучшее концептуальное решение b2b ивент-кампании

**3 место**  
ПРОЕКТ  
e:party от e:mg  
e:mg

Председатель жюри  
премии «Серебряный Меркурий»



Игорь  
Писарский





# Награды и дипломы 2013

## 2013 - «Серебряный Меркурий»



1 место - «Лучший проект в точках продаж с использованием сложных POSm» - «Крафт Фудс – Голос Нежности»

2 место - «Лучшее стратегическое решение директ-маркетинговой или CRM-программы» - «Крафт Фудс – Голос Нежности»



2 место- «Лучшая реализация b2c ивент-мероприятия» - «ИКЕА – Включите цвет!»

2 место- «Лучшее концептуальное решение b2b ивент-кампании» - «Volvo construction equipment – Танцующие экскаваторы»

2 место- «Лучшая полевая реализация» - «Крафт Фудс – Голос Нежности»

И еще 3 награды...





# ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ



1 июля 2011 г.

Уважаемые коллеги!

Бренд команда Клогг выражает вам искреннюю благодарность и глубокую признательность за отличную работу, сделанную вами в рамках реализации BTL-кампании в поддержку бренда «Клогг на Второе» – проекта «Что хотят мужчины?»

Предложенная вами креативная идея «Что хотят мужчины?» сразу нашла отклик у многих женщин – представительниц целевой аудитории, что стало залогом успеха кампании в целом.

Реализация проекта – начиная с уличных опросов общественного мнения, проводимых силами промоутеров вашего агентства, и заканчивая масштабным мероприятием в Санкт-Петербурге и установлением рекорда по массовой дегустации буженины, приготовленной с «Клогг на Второе», – была проведена на высоком уровне!

Особо хочется отметить профессионализм проектной команды. Благодаря их грамотной и оперативной работе программа имела должный успех.

Акция оказалась своевременной и эффективной, поставленные цели по росту продаж и доли рынка были достигнуты.

Мы искренне благодарим ваше агентство за сотрудничество и желаем успехов в проведении не менее интересных и масштабных проектов!

С наилучшими пожеланиями,

От лица Бренд команды Клогг

Ольга Третьякова

Junior Brand Manager

-----Original Message-----  
From: norbert.luetze@daimler.com [mailto:norbert.luetze@daimler.com]  
Sent: Friday, June 22, 2012 6:00 PM  
To: Заичкина Олеся  
Subject: Antwort: RE: Sondierungsfahrt Russland

Hello Olesya,

The trip was very interesting and everything, what we want to see was possible. Thank you for your great support. It was very easy, to change the plannings and to make the best in different critical situations. We have to thank Natalya an very specially Anastasya for the "escort" all the days.

We can approve your agency for further events, you do your business very professional.

Mit freundlichen Grüßen  
Norbert Lütze

DAIMLER AG  
MTC Sindelfingen, RD/OTE  
Leiter Organisation Versuchsfahrten  
und Koordination Prüfgelände  
Tel.: +49 (0)7031 90 42843  
Fax: +49 (0)7031 90 43535  
Mobil: +49 (0) 160 861 1210  
email: norbert.luetze@daimler.com



ВСЁ В ДОМ

## ОТЗЫВ КЛИЕНТА

EMG - команда, которая профессионально ведет большой проект, творчески подходя к любой его детали, предлагая интересные инновационные идеи по воплощению казалось бы даже нереальных условий. Для нас в ИКЕА во всем, что мы делаем, важно прежде всего то, как чувствует себя наш потребитель: его безопасность, комфорт, приятные эмоции. Все это было обеспечено на мероприятии нашими партнерами EMG на высшем уровне. Мне хотелось бы выразить признательность за энтузиазм и отдачу всем сотрудниками, которые готовили проект «Вещные ценности». Он является предметом нашей гордости, и кстати, пополнил коллекцию лучших примеров в нашей библиотеке в мировом сообществе ИКЕА. ☺

Искренне Ваша,

Юлия Прыгункова  
Менеджер по связям с общественностью  
розничной сети ИКЕА в России



ООО «САБМиллер РУС»  
Филиал г. Москва  
Россия, 127006, Москва  
ул. М. Дитропа, д. 20

Тел. +7 (495) 637 93 10  
Факс +7 (495) 637 93 11  
info@ru.sabmiller.com  
www.sabmiller.ru

Уважаемые коллеги!

От имени компании ООО «САБМиллер РУС» выражаем благодарность за сделанную вами работу в рамках проекта «Смешай Светлого с Темным» для бренда Velkorovicky Kozel.

Основные цели программы – представление нового ритуала потребления пива Velkorovicky Kozel, который состоит в смешивании двух сортов пива Velkorovicky Kozel Светлое и Темное, а также увеличение объема продаж бренда – были успешно достигнуты благодаря разработанной вашим агентством интерактивной механике.

Об успехе проведенной акции говорит количество посетителей, вовлеченных в интерактив с промоутерами за весь период проведения программы, – более 20000 человек. Среди участников акция получила значительный эмоциональный отклик, большинство гостей захотели повторить эксперимент и смешать два сорта пива Velkorovicky Kozel у себя дома.

Особо хочется отметить профессионализм проектной команды. Благодаря их грамотной и оперативной работе мы смогли достичь желаемых результатов. Компания SABMiller RUS благодарит ваше агентство за сотрудничество и желает успехов в реализации интересных и эффективных проектов!

С уважением,  
Компания ООО «САБМиллер РУС»



# ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ



## БЛАГОДАРНОСТЬ

Обществу с ограниченной ответственностью «ЭМГ»  
Генеральному директору Лысову В.Н.  
Директору Event отдела Кондеевой С.В.

Уважаемые Виталий Николаевич и Светлана Вячеславовна!

Позвольте выразить Вам искреннюю благодарность и признательность за профессиональную работу ваших сотрудников при организации праздника для воспитанников детских учреждений «125 ЛЕТ ИЗОБРЕТЕНИЮ АВТОМОБИЛЯ».

Учитывая специфику мероприятия: на торжества, посвященное 125-летию юбилею компании Mercedes-Benz, были приглашены дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей, которые нуждаются в особом внимании, - хотелось бы особо подчеркнуть грамотную разработку сценария праздника, невероятное чутье при выборе тематических мероприятий и великолепную реализацию задуманного на площадках.

Безусловно, во многом благодаря усилиям ваших сотрудников праздник получился по-настоящему ярким и запоминающимся, подарил детям незабываемые впечатления, а всем, кто принимал в нем участие, истинное удовольствие от сопричастности.

Мы можем смело назвать праздник «125 ЛЕТ ИЗОБРЕТЕНИЮ АВТОМОБИЛЯ» уникальным, потому что столь ценное и органичное сочетание яркого действия и познавательного, образовательного момента – явление в социальных проектах действительно редкое. У вас это получилось.

Спасибо всем за незабываемые эмоции, за хорошее настроение детей, еще раз - за профессионализм!

Управляющий директор УК  
«Кладочер»



В.П.Мифодовский

www.kladocher.ru  
127013, Москва, ул. Опытова, 34  
телефон: +7 (495) 53 93 33



Уважаемые коллеги!

Настоящим письмом выражаем вам благодарность за отличную работу над проектом «Альпийский тур Milka в России».

Программа с участием знаменитого диллового грузовика Milka была успешно реализована в десяти российских городах. Профессионализм и оперативность команды агентства EMG позволили провести акцию на европейском уровне. В России мероприятие приобрело статус городского праздника, и посетителями стали более 220 000 человек.

Слоган «Milka. Один кусочек – и Вы в Альпийском мире!» был воплощен буквально, благодаря тщательно продуманной механике и ее грамотной реализации сотрудниками агентства. Взрослые и дети получили новые, яркие впечатления от посещения городка Milka, остались довольны анимационной программой и оставили благодарственные отзывы. Многие сценарные разработки, придуманные агентством специально для России, оказались настолько популярными у целевой аудитории, что вошли в программу европейского тура. Большинство потребителей изменило свое отношение к бренду в лучшую сторону, многие выразили надежду, что Альпийский тур Milka в их городе повторится. Задачи, поставленные перед проектной командой, были успешно выполнены.

Надеемся продолжить наше плодотворное сотрудничество на новых проектах Milka!

Бренд-группа Milka  
от имени компании Kraft Foods Russia





ООО «Кraft Foods Рус»  
Российская Федерация, 601123, Владимирская обл., Петушковский район, с. Петушки, ул. Флотия Шендеровича, д. 19  
Тел.: +7 (491) 743-29-26, +7 (491) 426-41-11, Факс: +7 (491) 743-26-21  
Филиал в Москве: 127006, с. Москва, ул. Давыдовская, д. 7  
Тел.: +7 (495) 960-24-80, Факс: +7 (495) 960-24-90  
Филиал в Брянске: 190121, Брянская область, Дзержинский район, промышленная зона «Нарисов», квартал №6  
Высотный этаж, д. 7/1, Тел.: +7 (4812) 346-76-30, Факс: +7 (4812) 346-76-24

## The Coca-Cola Export Corporation

МОСКОВСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО


УЛ. ИВАНА ФРАНКО, Д. 8, МОСКВА, 121108, РОССИЯ  
ТЕЛЕФОН +7-(495)-651-69-00, ФАКС +7-(495)-651-69-01

Генеральному директору ЗАО «ЭМГ»  
Соколову А.В.

Уважаемый Андрей Владимирович,

Данным письмом я хочу выразить благодарность всему коллективу агентства «ЭМГ» за работу, проделанную Вами в рамках программы поддержки Компанией детско-юношеского турнира по футболу «Coca-Cola Кожаный мяч».

Мы рады, что, несмотря на сжатые сроки и широкую географию, персонал агентства в полном объеме выполнил свои обязательства по организации серии мероприятий в 18 городах России, которые включали в себя в зависимости от города: пресс-конференции, конкурсы, развлекательные программы для зрителей, мастер-классы известных футболистов и спортсменов, официальные церемонии награждений и поездки для победителей, что, несомненно, помогло сделать каждый матч турнира настоящим праздником.

  
Анна Козловская  
Директор по внешним связям  
Россия, Украина, Белоруссия



# Кейсы по напиткам





# Летние Олимпийские ЦВП Coca-Cola





## Механика:

купи промо-продукт: Coca-Cola, Coca-Cola Light, Sprite, Fanta Апельсин, собери баллы с крышек, принеси такие крышки в Центр Выдачи Подарков и обменяй их на стакан с логотипом «Сочи 2014»

## Период проведения:

30 апреля– 10 июня 2014  
(пт., сб. и вс.)

## География:

- 7 городов (Москва и МО, Иваново, Ярославль, Рязань, Владимир, Кострома, Тверь)

## Охват:

- 61 магазин
- В подотчетном агентстве регионе выдано более 297 000 призов







**Собери коллекцию  
олимпийских промо мишек**



## Механика:

купи промо-продукт: Coca-Cola, Coca-Cola Light, Sprite, Fanta Апельсин, собери 22 балла с крышек, принеси такие крышки в Центр Выдачи Подарков и обменяй их на Коллекционных мишек Coca-Cola «Сочи 2014»

## Период проведения:

14 ноября – 28 декабря 2013  
(пт., сб. и вс.)

## География:

- 7 городов (Москва и МО, Иваново, Ярославль, Рязань, Владимир, Кострома, Тверь)

## Охват:

- 58 магазинов
- В подотчетном агентству регионе выдано более 260 000 призов





**Конференция  
«Запуск Олимпийского года в  
России»  
Coca-Cola, 19 января 2013 г.**





## Конференция «Запуск олимпийского года в России» 19.01.2013

Совместная конференция торговых представителей, маркетинга и топ-менеджеров Coca-Cola. Погружение в мир Олимпийских Игр Сочи-2014, повышение мотивации продаж продукции.







19 января 2013 г., с 8:00 до 14:00

Место проведения: КЗ «Академический» РАН, Ленинский пр. 32А

Целевая аудитория: Торговые представители ССНВС Москвы и МО

Количество участников: 600 человек

В рамках конференции были продуманы интерактивные зоны брендов «Деревенские яблочки», «Гладиатор», Coca-Cola, Powerade, «Добрый». Гости в перерывах между блоками конференции не только участвовали в различных дегустациях, но и играли на симуляторах лыжных гонок, фотографировались с Александром Овечкиным, факелом Сочи2014, настоящими девушками-гладиаторами и в необычном деревенском саду.

Конференцию открыло необычное, яркое флаг-шоу — хореографическая режиссерская постановка, стилизованная под идею Олимпийского движения. Танцовщицы выступили под аккомпанемент барабанного коллектива.

Деловая часть конференции позволила менеджерам более полно познакомиться с целями компании на 2013 год и вариантами достижения этих целей.



**«День Черного моря»  
Coca-Cola, 2009-2013 гг.**





## «День Черного моря» Coca-Cola, 2009-2013 гг.

Совместная экологическая программа в рамках Всемирного дня Черного моря компании Coca-Cola и Организационного комитета «Сочи 2014».









# МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕНЬ ЧЕРНОГО МОРЯ

27 Октября,  
2012

В рамках программы ежегодно проходят активности по уборке пляжа, эко-выставки, пресс-туры, городские праздники, программы открытия и церемонии награждения, эко-десанты, круглые столы.

Более **6 000** гостей и участников мероприятий, **1 500** человек в составе эко-десанта осуществляли уборку пляжа в г.Сочи.

Программа имеет широкую рекламную поддержку и освещение в СМИ:

160 журналистов из печатных СМИ, 160 публикаций в электронных и печатных изданиях, 5 пресс-конференций, 3 круглых стола, участие представителей городской Администрации, компании Coca-Cola и Оргкомитета «Сочи 2014».





# Coca-Cola Exhibition 2011

## 125 years of Happiness



**Coca-Cola  
Exhibition «125  
years of  
Happiness»  
(Май - СПб; Май  
- Москва)**

*Выставка  
уникальных  
экспонатов музея  
Coca-Cola,  
привезенная из  
Атланты*







## Мероприятие «125 years of Happiness» (май - St Pete; июнь - Москва) в цифрах:

Более **20,000** человек посетило выставки в СПб и Москве.

**12** уникальных выставочных стендов и более 100 редких выставочных экземпляров были представлены во время проведения выставки.

**35** звезд российского шоу - бизнеса посетили официальное открытие выставки, которое проходило в кафе Bosco

Более 100 публикаций, TV роликов и блогов осветили данное событие.





# «Coca-Cola Кожаный Мяч» 2009-2013 гг.





## «Coca-Cola Кожаный Мяч» 2009-2013 гг.

Организация совместно с РФС Всероссийских юношеских турниров по футболу Кожаный мяч в 2009-2013 годах.

PR поддержка турнира. Городские праздники футбола в 23 городах. России. Более 1 млн участников и зрителей.









## «Соса-Сота Кожаный Мяч» 2009-2015 гг. в цифрах.

За годы проведения соревнований в мероприятиях приняли участие более **1 400 000** зрителей и участников.

Обширная PR-поддержка:

- 18 пресс-конференций с участием представителей более чем из 180 СМИ
- 350 публикаций в печатных СМИ
- 350 публикаций в Интернет-ресурсах
- 90 телевизионных репортажей
- 85 радио выходов



# Выставка «Coca-Cola: Пронеси Олимпийский огонь. Вливайся!» 2013





## Детская программа на Выставке «Coca-Cola: Пронеси Олимпийский огонь. Вливайся!» 2013

Организация детских  
дней на выставке в  
Центре Фотографии  
им.Братьев Люмьер

Участники мероприятия:  
учащиеся детских  
образовательных  
учреждений,  
воспитанники детских  
домов и интернатов в  
возрасте от 12 лет







## Детская программа на Выставке «Coca-Cola: Пронеси Олимпийский огонь. Вливайся!» 2013 в цифрах:

1012 человек посетили выставку в период с 22 по 24 января 2013г.

Участники мероприятия: детские образовательные учреждения из Москвы, Московской области, Рязанской области и Тульской области.

Партнером программы выступил благотворительный фонд САФ Россия.





Клиент: Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг

Проект: Сэмплинг BURN 2010

География: 10 городов

Бриф: Предложение оригинальной идеи и механик для семплинга продукта

В рамках приложения на сайте Вконтакте «Календарь интенсивной жизни burn» были проведены:

- Более 480 семплингов перед мероприятиями в 10 городах
- Более 190 семплингов в вузах в 10 городах
- Радиоконкурсы burn (вирусный семплинг в офисах) в 7 городах
- Программа лояльности Календаря Интенсивной жизни в 12 городах (Еженедельная доставка призов победителям программы)
- 2 семплинга перед спец.мероприятиями «Пикник Афиши» в Коломенском и перед концертом «U2 360» в Лужниках

Результаты: более 13 000 качественных контактов





# «Cask Of Dreams» для William Grant & Sons 2012





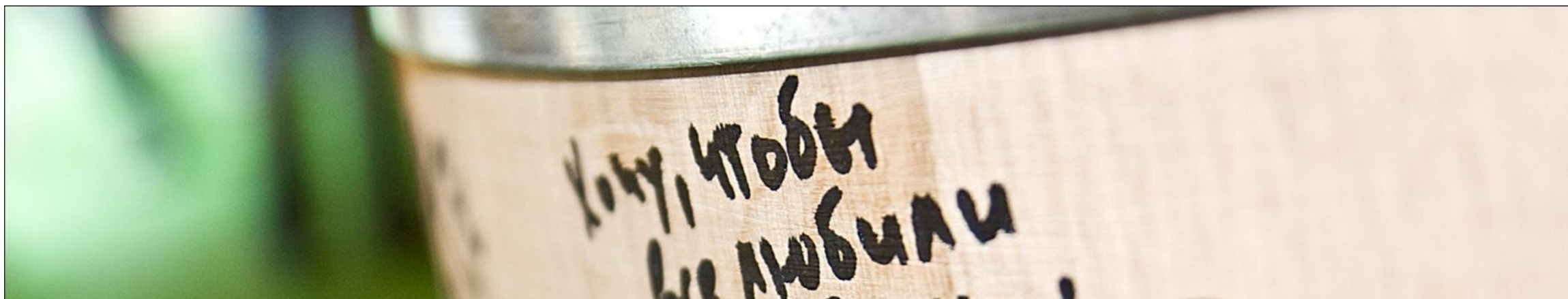


## «Cask Of Dreams» для William Grant & Sons 2012

Event - мероприятие в  
парке Горького с  
участием celebrities в  
рамках фестиваля  
«Черешневый лес»







## «Cask Of Dreams» для William Grant & Sons 2012 в цифрах:

Компания William Grant & Sons выступила партнерами фестиваля «Черешневый лес» в Парке Горького, в рамках которого был представлен уникальный проект «Cask of Dreams».

Участниками акции стали более **300** человек .

Более **25** звезд российского шоу - бизнеса посетили зону «Cask of Dreams».

По результатам мероприятия вышло более 20 публикаций в печатных и электронных СМИ.



# «Консультанты Талка» для РусАлко 2014





## Консультанты «Талка»

### Механика:

Консультация покупателей по водке «Талка». В качестве комплимента подарок от бренда – стопка. Установка брендированных паллет, мерчендайзинг - упаковка стопок на бутылки в торговых точках

### Период проведения:

8 марта– 5 апреля 2014  
(чт., пт., сб.)

**География:** 5 городов  
(Москва, Санкт-Петербург,  
Новосибирск, Краснодар,  
Екатеринбург)

### Охват:

- 104 магазина

### Результаты акции:

Продано: 6304 литра водки  
Выполнено: 55 000 контактов  
Увеличение плана продаж на 101%





**«Консультанты Зеленой марки»  
для РусАлко 2013**



## Консультанты «Зеленая марка» осень 2013г

### Механика:

Консультация покупателей по водке «Зеленая марка». В качестве комплимента подарок от бренда - магнит

### Период проведения:

1 ноября– 28 декабря 2013  
(чт., пт., сб.)

### География:

14 городов  
(Москва, Санкт-Петербург, Омск, Самара, Саратов, Воронеж, Иркутск, Хабаровск, Владивосток, Н.Новгород, Новосибирск, Челябинск, Пермь, Екатеринбург)

### Охват:

- 880 магазинов

### Результаты акции:

Продано: 18 762 литра водки  
Выполнено: 125 000 контактов  
Увеличение плана продаж  
на 131%





# Активации Tornado Energy на Черноморском побережье







**Механика активаций:**

1. Семплинг

- Семплинг проходил с использованием Колеса Фортуны: участнику вручалась бутылка Tornado Energy, вкус которого выпадал на Колесе. При выпадении призового сектора, вручался вкус на выбор и приз – летающая тарелка

2. Buy&Get

- За покупку 1 бутылки Tornado Energy участник получал приз – летающая тарелка
- За покупку 3 бутылок Tornado Energy участник получал приз - неопреновый чехол для бутылки

**Период проведения:**

ежедневно 22 июля– 17 августа 2013

**География:**

- Сочи, Адлер, Дагомыс, Лазаревское, Лоо, Анапа, Геленджик







## Активации Tornado Energy на Черноморском побережье в цифрах:

2 промо команды по 4 человека (3 промоутера и 1 супервайзер)

48 промо дней

Более 34 000 выданных бутылок Tornado Energy

6 400 выданных призов





# Примеры других категорий





**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**

Реклама

\* Количество призов ограничено.

## «Линекс. Берем курс на вкусный отдых»

*Продукт:  
Линекс - профилактика  
дисбактериозов, упаковки 16 и  
48 капсул*

*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*





# 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

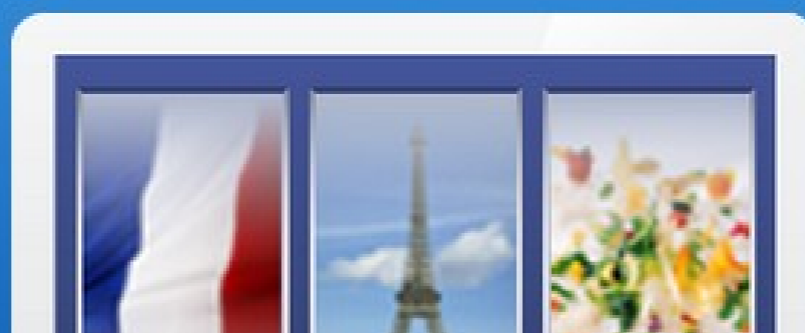
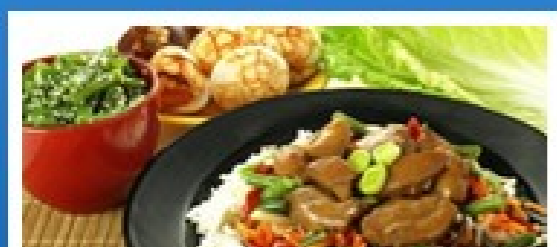
Загрузить фото

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

**ПОДГОТОВЬТЕСЬ К ОТПУСКУ С ЛИНЕКС®**

ЛИНЕКС®  
капсулы  
нормализуют микрофлору кишечника

Рег. номер: П N012064/01



**FRANCIJA**

**РАСЧИСЛЕНИЕ**

Продукты	Возраст	Время
Хлеб, макароны	18 лет и старше	15-20 минут
Мясо, птица	18 лет и старше	30-40 минут
Рыба, морепродукты	18 лет и старше	10-15 минут
Овощи, фрукты	18 лет и старше	10-15 минут
Салаты	18 лет и старше	10-15 минут
Напитки	18 лет и старше	10-15 минут

**GERMANIA**

**РАСЧИСЛЕНИЕ**

Продукты	Возраст	Время
Хлеб, макароны	18 лет и старше	15-20 минут
Мясо, птица	18 лет и старше	30-40 минут
Рыба, морепродукты	18 лет и старше	10-15 минут
Овощи, фрукты	18 лет и старше	10-15 минут
Салаты	18 лет и старше	10-15 минут
Напитки	18 лет и старше	10-15 минут

**GRECIA**



# ЛИНЕКС®

О ПРОДУКТЕ

**ФОТОКОНКУРС**

ПРАВИЛА АКЦИИ

ПОБЕДИТЕЛИ

ГЕНЕРАТОР ВКУСНОГО ОТДЫХА

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

НАШИ ПАРТНЕРЫ

ГИД ПО СТРАНАМ

ПРИЗЫ



# SANDOZ

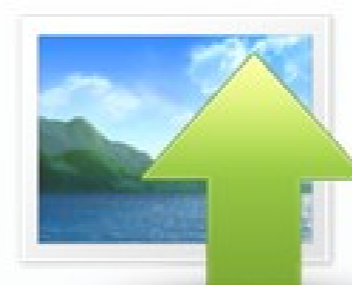
Загрузить чек

[Вернуться на главную страницу](#)

[Войти в Личный кабинет](#)

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: JTI

Бренд: Winston

Название проекта: «W Know-How» (Дабл Ю Ноу Хау)

Период проведения: 2013 г.

Охват: Москва, Санкт-Петербург, Калининград

Описание проекта: Серия клубных вечеринок для избранных представителей HoReCa, посвященная презентации новых сигарет Winston XStyle ChillOut и Winston XSence Chillout.

Результаты: Всего мероприятие посетили 544 чел. Прошли лабораторию 406 чел.







**Название проекта:** EFES Dance Square Off

**Бренд:** EFES

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

**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.



# POSM, призы



напольный стикер



промостойка



релаксатор



сумка-холодильник



ароматизатор



брелок



билеты



Клиент: САБМиллерРУС ООО

Бренд: Velkorovicky Kozel

Период проведения: 2010 г.

Охват (количество городов): 7

Промо команда предлагала сыграть в игру и попробовать новое пиво ВК Смешанное.

Результаты:

Суммарное количество игр (бесплатных + повторных) – 20 803

- Суммарное количество первичных игр (бесплатных) – 17 097

- Выполнение плана по играм – 361%

- Выполнение плана по призовым кружкам – 270%





**Клиент:** SABMiller Rus LLC

**Проект:** VK интерактивный сэмплинг

**Период проведения:** 2009 г.

**География проекта:** 12 городов-миллионников

**Описание проекта:** Цель – дать потенциальным потребителям попробовать «Velkorovický Kozel» Темное и тем самым стимулировать пробную покупку. Креативным решением проекта был необычный сэмплинг, который проводился на улицах крупных городов. Всеобщее внимание привлекали лошади, впряженные в деревянные телеги с большими брендированными пивными бочками. Аниматор в маске Козела приглашает людей принять участие в дегустации и раздает брендированные жетоны, которые можно обменять у селянок на банку пива «Velkorovický Kozel» Темное.

**Результаты:**

Плановое количество контактов было выполнено на 103%, а по Москве – на 164%.





## «Миллиономагия»

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.

Запуск проекта: ивент в Парке Горького в Москве - создание самой большой картины из более чем миллиона кофейных зерен (рекорд был официально зарегистрирован Книгой Рекордов России)





### Миллиономагия. Итоги

Акция «Миллиономагия» 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 Миллиономагии 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 счастливчика. Тем, кто не выиграл Приз в этот раз, желаем удачи в будущих акциях. Благодарим всех за участие в акции «Миллиономагия Вашему дому!»



01.08.12 05:08

### Остался последний миллион!

Наша акция, увы, подходит к концу. За месяц мы осыпали 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 Миллиономагии, 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



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 квартиры и денежные призы!

Призовой фонд 10 000 000 рублей!

Юбилейное Утреннее Энергия на 4 часа МЕДОВОЕ С ОРЕХАМИ

Юбилейное лучшее от природы традиционное

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

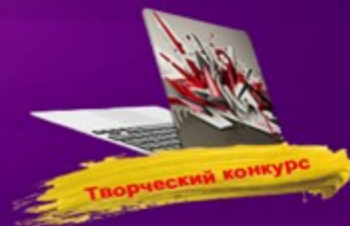
▶ Зарегистрируй код

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

О Picnic

Правила акции

Напиши нам



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





 Победители

 Призы

[Зарегистрируй код](#)

# Picnic набит призами!



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

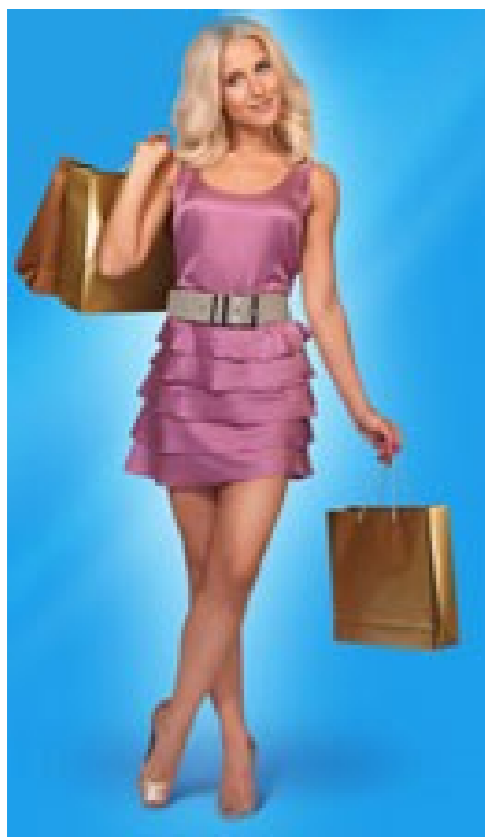




Клиент: Kraft Foods  
Бренд: Alpen Gold Composition, Cote d'Or, Carte Noire  
Период проведения: февраль-март 2012 г.  
Механика: подарок за покупку (мультибренд)

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

**ПРИЗОВАЯ ПРОГРАММА «ЗАОБЛАЧНЫЙ ШОППИНГ» С ЮЛЕЙ КОВАЛЬЧУК**

10 мобильных телефонов в неделю  
 100 000 рублей на шоппинг  
 100 рублей на мобильный каждый пятый

**Призы**

100 рублей на Заоблачный шоппинг! выходя в Москву\*, чтобы пройтись по стопам вместе с певичей Юлей Ковальчук!

Ю, советами модной, стильной, известной участницей модных показов и знаменитой звездой российского шоу-бизнеса!

и в течение 2 дней променяет в столице на желаемое!

Samsung S7070 Diva

нов в использовании устройство, функциональной и опер. ты сможешь по, радостного настроения, которое дарит телефон Samsung S7070 Diva, как и три больше твоих шансов выиграть!

мобильного телефона!

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

\* на более 990 точек в день.

Зарегистрируйся, Анастасия! Введи уникальный код  
 Авторизуйся, Анна! Введи уникальный код

**АКЦИЯ**

# Воздушный

шоколад молочный пористый

**ЗАОБЛАЧНЫЙ ШОППИНГ**

ПОЛУЧАЙТЕ ПРИЗЫ ОТ «ВОЗДУШНОГО»!

10 мобильных телефонов в неделю  
 100 000 рублей для шоппинга  
 100 рублей на мобильный каждому пятому

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

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





Клиент: Kraft Foods

Проект: Milka Augmented Reality

Период проведения: 08.11.2011 - 31.05.2012 г.

Охват (количество городов): 10

Бриф (коротко): Запрос на нестандартную инновационную активацию

Решение: Интерактивные стенды с технологией киннект в торговых центрах. Разработаны специальные сценарии – игры с бесконтактным взаимодействием.

Результаты: около 3 млн контактов (включая игровые действия и визуальный контакт)





Клиент: Valio

Бренд: Oltermanni

Проект: В кругу семьи

Период проведения: 04.02.2013 -  
20.06.2013 г.

Охват (количество городов): 11

Бриф (коротко): провести дегустацию  
сыра Oltermanni и поддержать  
продажи в регионах

Решение: проведение дегустации +  
механика GWP, подарок определялся  
лотерей (использование скретч-карт).  
Подарки: Подставки, полотенца,  
сырорезки, буклеты

Результаты: около 71 000 контактов,  
около 23 000 покупателей,  
выполнение плана продаж - 127,9%,  
инкрементальный прирост продаж во  
время акции составил 313% от  
уровня продаж без акции





Клиент: Valio

Бренд: Oltermanni

Проект: «Скажите СЫЫЫР! Подаркам OLTERMANNI»

Период проведения: 01.08.2011 - 17.05.2012

Охват (количество городов): вся Россия

Бриф (коротко): Разработать креативную идею и механику совместной промо-акции бренда Oltermanni и премьеры 3D мультфильма «Приключения Тинтина».

Решение: Креатив - МИСТЕР ОЛТЕРМАННИ и ТИНТИН ПРИГЛАШАЮТ ВАС НА ПРИКЛЮЧЕНИЯ ВСЕЙ СЕМЬЕЙ. Механика - лотерея - регистрируй коды и принимай участие в розыгрыше, получай гарантированный приз за 3 кода. Гарантированный приз - кружка

Результаты: активировано 174 557 кодов, выполнение плана по кодам - 139,6%, то есть план перевыполнен в 1,4 раза. Response rate составил 3,5% (при запланированном 2,5%) Суммарное количество уникальных участников - 36 776





Disney Pixar  
**ХРАБРАЯ СЕРДЦЕМ**  
ТОЛЬКО В КИНО

Timotei  
РАСКРОЙТЕ ТАЙНУ КРАСИВЫХ ВОЛОС

www.timotei-promo.by  
Выигрывай призы

Сроки регистрации кодов с 02.07.12 по 23.09.12 телефон горячей линии 8 (017) 239 06 56

Купите любую продукцию Timotei в период с 02.07.2012 по 23.09.2012, участвующую в Игре, зарегистрируйте уникальные коды на сайте [www.timotei-promo.by](http://www.timotei-promo.by) и выиграйте королевские призы:

- Каждый 5-ый, приславший 1 код, выиграет зонтик из королевских запасов
- Каждый 5-ый, приславший 2 кода, выиграет сказочный плед

И помните, призы, как заветные желания, их количество ограничено. Сохраняйте чеки для получения призов.

Развлечение игра проводится с 02.07.2012 по 23.09.2012 года на всей территории Республики Беларусь. Свидетельство №2038 от государственной регистрации рекламной игры, зарегистрированной 25 июня 2012г. Министерством торговли Республики Беларусь. Призы, изображенные на рекламных материалах, могут отличаться от оригиналов.



Клиент: Unilever

Бренд: Timotei

Проект: «Timotei Brave»

Период проведения: Май-июль 2012

Охват (количество городов): вся Россия

Бриф (коротко): Увеличение продаж Timotei в период май-июнь

Увеличение trial среди occasional users

Повышение частоты покупок Timotei среди лояльной аудитории

Построить четкую связь бренд – семейные ценности

Решение:

Результаты: Суммарное количество активированных кодов – 42 955

Суммарное количество участников – 16 499

Суммарное количество выданных призов – 5 800







# ЧЕГО ХОТЯТ МУЖЧИНЫ?

СМОТРИ ВИДЕО И ТЫ УЗНАЕШЬ ВСЕ О МУЖЧИНАХ

А ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ, ЧЕГО ХОТЯТ МУЖЧИНЫ? ПРОЙДИТЕ ТЕСТ И УЗНАЙТЕ.

Вы отлично знаете, чего хотят мужчины!  
Вы не просто можете свернуть горы, но и знаете, как заставить мужчину свернуть к нужному вам магазину. Остается надеяться, что мужчины проявят столько же рвения, чтобы узнать, чего хотят женщины. И вечная проблема непонимания просто перестанет существовать.

И 11 ФЕВРАЛЯ ВЫ УЗНАЕТЕ, ЧЕГО ЖЕ ОНИ ХОТЯТ НА САМОМ ДЕЛЕ...

ПОДЕЛИТЬСЯ С ДРУЗЬЯМИ:

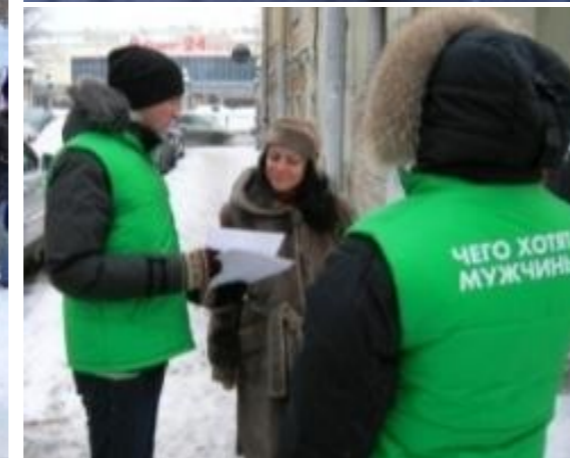
Сохранить | Share | В Мой Мир | Tweet

Предложи свой вариант... **Я ТАК ДУМАЮ!**

САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ОТВЕТЫ ПОСЕТИТЕЛЕЙ:

2841 Заботы и уважения другое	2841 Заботы и уважения другое
2841 Играть в WOW сутками РАЗВЛЕЧЕНИЯ	2841 Играть в WOW сутками РАЗВЛЕЧЕНИЯ
2841 Вторую квартиру, третью машину, четвертую жену ВСЕ ДЕНЬГИ МИРА	2841 Вторую квартиру, третью машину, четвертую жену ВСЕ ДЕНЬГИ МИРА

Правовая информация



Клиент: Unilever

Бренд: Knorr

Проект: «Timotei Brave»

Период проведения: : 4.02.2011 - 5.03.2011 г.

- Охват (количество городов): 1  
Бриф (коротко): Разработать комплексную промо кампанию для Knorr на Второе, посредством которой необходимо:
- Донести коммуникацию «Smart solution to homemade taste»
  - Познакомить целевую аудиторию в 2-мя новыми продуктами в линейке
  - Стимулировать пробную покупку

Решение: 1 этап – тизер (соц опрос ЦА на улице и выведение наиболее популярного ответа на вопрос «Чего Хотят Мужчины?»), 2 этап – плизер (семплинг продукта и приглашение на участие в мероприятии по установлению рекорда России, 2 этап – ивент (установление рекорда России - «Самая массовая дегустация сочной буженины, приготовленной с Knorr на Второе»)

Результаты: 1 этап – выявлен самый популярный ответ ЦА: «Мужчины хотят вкусной домашней еды», кол-во контактов 6160. 2 этап – кол-во





В 2011 году было собрано  
**3 567 337 рублей**  
Они помогли детям, которым  
было неоткуда ждать помощи



# БОЛЬШОЕ ДЕТСКОЕ СПАСИБО



С 17 по 30 мая, приобретая в магазинах Metro C&S любую товарную единицу Unilever, вы перечисляете 1 рубль в благотворительный фонд «Подари жизнь» на счет программы адресной помощи детям, которым необходимы лекарства.



**БОЛЬШОЕ  
ДЕТСКОЕ  
СПАСИБО**



«Условия Акции: с каждого приобретенного во всех торговых центрах сети магазинов «METRO C&S» товара - участника Акции\* 1 рубль перечисляется на оборудование донорского отделения в Центр Детской Гематологии. Организатор Акции: ООО «Юнилевер Русь», 125047, г. Москва, 4-ый Лесной пер., д. 4. Срок проведения Акции: с 19 мая по 01 июня 2011г.  
\*В Акции принимают участие товары Unilever, производимые под следующими товарными знаками: Rexona, CLEAR VITE-ABE, AXE, Dove, SUNSILK, Timotei, Glorix, Cif, Domestos, Rama, Unilever foodsolutions, Брук Бонд, Calvé, Балтимор, HELLMANN'S, Knorr, Иммарко, Crème Bonjour, ПЫШКА, Lipton, Беседа, с нанесенным на указанные товары знаком Акции\*\*  
\*\*Знак Акции – стикер с логотипом Акции. Каждый участник имеет право участвовать в Акции неограниченное количество раз.



Клиент: Unilever

Бренд: Мультибренд Unilever

Проект: «Большое детское спасибо!»

Период проведения: : 02.04.2012 - 20.06.2012 г.

Охват (количество городов): 1  
Бриф (коротко): Придумать креативную концепция для проведения Благотворительной акции Юнилевер и сеть Метро

Решение: «Большое детское спасибо!»  
Покупая единицу продукции компании Юнилевер 1 рубль перечисляется в благотворительный фонд «Линия жизни»

Результаты: за 2 недели работы Акции в фонд было перечислено около 600 000 рублей





**Активация IKEA и ЮНИСЕФ в поддержку  
благотворительной кампании**



**Промо оффер  
благотворительной  
кампании «Помогите нам  
сделать мир мягче!»:**

С каждой купленной мягкой игрушки IKEA направит около 40 рублей на осуществление образовательных проектов Детского фонда ООН (ЮНИСЕФ)

**Механика активации в  
поддержку кампании:**  
Танцевальный флешмоб и парад с использованием ростовых кукол, аналогичных игрушкам-участникам акции, лифлетинг

**Период проведения:**  
4 ноября 2012 – 5 января 2013  
(сб. и вс.)

**География:**

- 11 городов (Москва, СПб, Екатеринбург, Омск, Н.Новгород, Казань, Уфа, Самара, Краснодар, Ростов-на-Дону, Новосибирск)

**Охват:**

- 14 магазинов МЕГА







## Активация в поддержку благотворительной кампании ИКЕА и ЮНИСЕФ в цифрах:

14 промо команд по 6 человек (3 промоутера и 3 ростовые куклы)

266 промо дней

Более 1600 проведенных флешмобов

1 180 000 проданных игрушек по всей России





**СПАСИБО!**

