

The background of the image is a dark blue gradient with a complex, glowing circuit pattern. The circuit lines are composed of small squares and dots, with some lines being a vibrant magenta and others a bright cyan. The overall effect is a high-tech, digital aesthetic.

*Star*GATE

M E D I A G R O U P

Группа компаний StarGATE

КОМАНДА АГЕНТСТВА СТРУКТУРИРОВАНА
ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ВАШИХ ЗАДАЧ

Планирование, клиентский сервис, стратегия, отчетность, баинг,
диджитал, спонсорство, спецпроекты, производство – **все эти сервисы**
ВНУТРИ АГЕНТСТВА

ЭТО ОЗНАЧАЕТ ДЛЯ КЛИЕНТОВ:

Глубина экспертизы
Высокая вовлеченность команды
Возможность реализации сложных проектов
Мы находим решения
Мы доводим воплощение идеи до совершенства

И создаем коммуникации, которые работают!



44 МЕСТО

в рейтинге агентств
по объему медиазакупок
в 2017 году

StarGATE
MEDIA GROUP

ex

communication group

TARGET-MEDIA

ГОДОВОЙ ОБОРОТ

1 134 млн. руб.

ПОДЕЛИТЬСЯ



TV	ПРЕССА	РАДИО	ООН	ИНТЕРНЕТ
38	61	53	63	39
МЕСТО	МЕСТО	МЕСТО	МЕСТО	МЕСТО
933	1	17	4	179
(млн. руб.)	(млн. руб.)	(млн. руб.)	(млн. руб.)	(млн. руб.)

Группа компаний



Медиа группа StarGATE:

обслуживание российских клиентов, полный сервис



Easy Planning Limited:

обслуживание международных клиентов, полный сервис



Креативное бюро:

создание и реализация креативных концепций

Ассоциированные партнеры

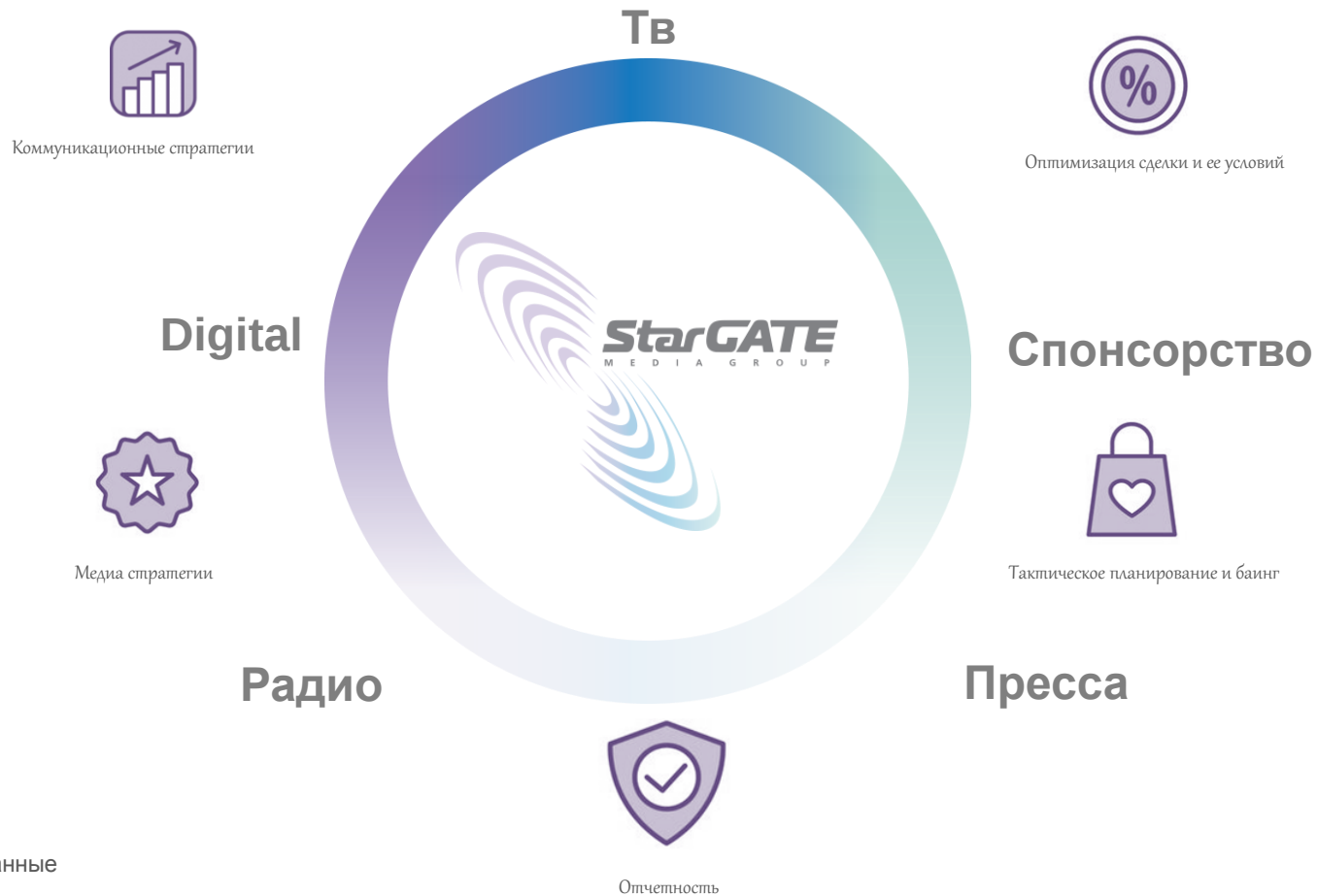


создание креативных идей и роликов



обслуживание клиентов в странах СНГ

Сервисы и направления агентства



Digital направление

Многоцелевые коммуникационные стратегии в digital (B2B и B2C)



Что мы делаем?

анализ репутации бренда и конкурентной среды в интернете

Медийные размещения:

аудиторные закупки Programmatic (RTB)

сотрудничество с крупнейшими площадками

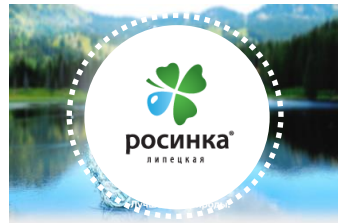
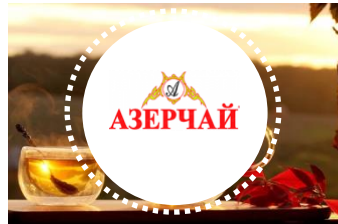


- Web, Mobile development
- работа с лидерами мнений (KOL) и агентами влияния
- создание контента и креативных идей под клиентский запрос
- введение социальных сетей и имиджевая поддержка бренда
- продвижение лендингов клиента: SEO, SERM, контекстная реклама, таргетированная реклама
- спецпроекты с ТОП-блогерами и наиболее популярными медиа-площадками
- создание уникальных VR- проектов и интеллектуальных чат-ботов на платформе Telegram

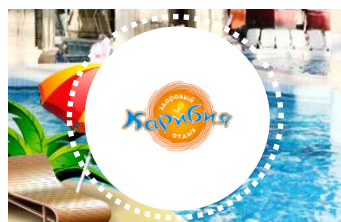
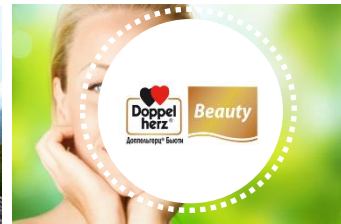
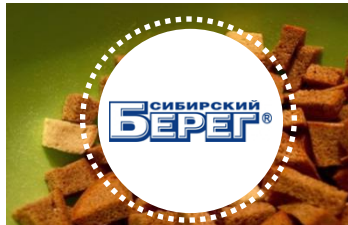
Наши партнеры



Наши клиенты



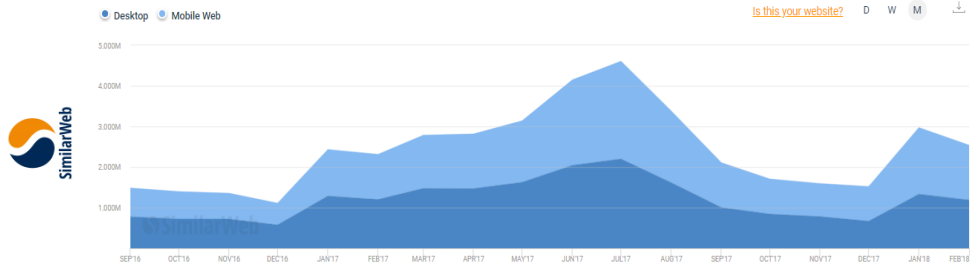
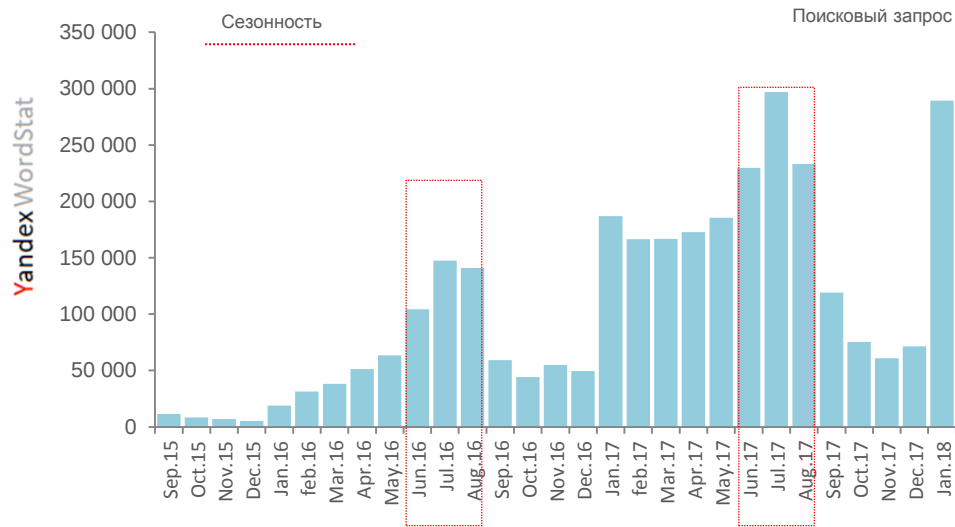
Наши клиенты



Наши кейсы



ТВ размещение



Бренд: **trivago**

Задача ТВ кампании:

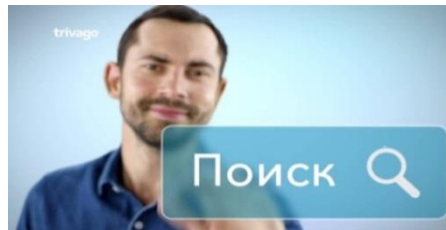
привлечение трафика на сайт

Инструменты: национальное, орбитальное и региональное ТВ

Период: 2016-2018 год

Результат:

- значительный рост трафика на сайт в России в период 2016-2018
- рост поисковых запросов и прямых запросов через адресную строку браузера говорит о постоянно растущем вовлеченном знании бренда
- средняя длительность визита при прямом переходе составляет 07:16, что говорит о преимущественно целевых визитах
- по независимым данным SimilarWeb, в 2017 году российский трафик сайта признан одним из самых эффективных



ТВ размещение

Бренд:



Задача ТВ кампании:

нарастить долю показателя «Знание» в 2017 году не менее, чем на 8% за год

Инструменты: национальное ТВ

Период: 2017 год

Результат:

за 2017 год показатель уровня Знание в категории «Семечки» вырос на 10%



Бренд	1 квартал 2017	4 квартал 2017	прирост +/-
Степановна	16,2	21,8	35%
Бабины семечки	66,1	66,4	0%
Fishka	10,9	11,7	7%
Семечки от Атамана	23,9	26,3	10%
Белочка	18,4	18,5	1%
Джинн	22,1	27,2	23%
Кубанские семечки	29,8	30	1%
От Мартина	42,3	45,9	9%
Плевое дело	14,7	16,3	11%
Потеха	8,2	8,7	6%

ТВ размещение

Бренд:



Задача ТВ кампании:

повысить уровень знания бренда за период кампании не менее, чем на 5% в аудитории All 25-54 BB+

Инструменты: национальное ТВ

Период: 2017 год

Результат:

в 2017 году бренд «Вятский квас» продемонстрировал положительную динамику показателя. Прирост показателя «Знание» в % у бренда «Вятский квас» самый высокий в категории.

Бренды	1 кв. 2017 тыс. человек	4 кв. 2017 тыс. человек	прирост знания
			%
Вятский	3 881 900	4 908 400	26,4
Квасенок	2 486 800	3 060 200	23,1
Благодей	2 313 200	2 591 900	12
Кружка и бочка	5 289 300	5 470 800	3,4
Никола	14 497 000	14 728 000	1,6
Большой квас	2 606 300	2 645 300	1,5
Очаковский	15 093 500	15 074 300	-0,1
Русский Дар	9 570 500	9 341 100	-2,4
Бородинский	4 608 500	4 422 200	-4
Хлебный край	8 375 300	7 758 000	-7,4
Монастырский	3 414 600	3 017 000	-11,6



Спонсорское размещение

Бренд:



Задача спонсорства:

повысить знание бренда

усилить позиционирование бренда как продукта

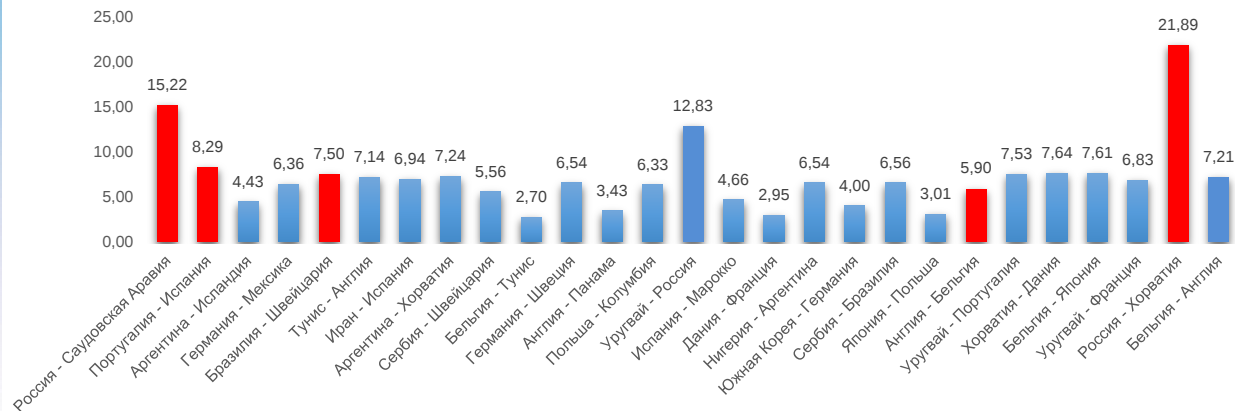
Описание:

Размещение рекламных роликов в рамках показа футбольных матчей на каналах:

Первый, Россия 1 и Матч ТВ. Уникальные показатели рейтингов. Дополнение рекламной кампании было размещение в программе Доброе утро на первом канале.

Период: июнь-июль 2018 год

На примере первого канала Трансляции ЧМФ 2018, Первый канал, аудитория все 18+



FIFA WORLD CUP
RUSSIA 2018



ПЕРВЫЙ КАНАЛ ПРЕДСТАВЛЯЕТ
НОВУЮ РУБРИКУ
В ЭФИРЕ УТРЕННЕЙ ТРАНСЛЯЦИИ



- Главного героя рубрики — медведя зовут Яков Потопыч. Он футбольный предсказатель Первого канала!
- На протяжении всего Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России медведь будет давать свои прогнозы на результаты предстоящих встреч футбольных сборных.

* Рубрика выходит в рамках ежедневной программы доброе утро (5:00-09:00)

Спонсорское размещение

Бренд:



Задача спонсорства:

повысить узнаваемость бренда после ребрендинга

усилить позиционирование бренда как продукта для всей семьи через спонсорскую коммуникацию

Описание:

самая обаятельная сваха страны рекомендует гостям программы "Давай поженимся" «Вятский квас!»

Секрет натурального "Вятского кваса" - северная, вятская рожь и собственная технология. А секрет крепкой семьи - любовь, доверие и взаимопонимание. "Вятский квас" - люби со вкусом!

Период: 2016 год

Опции:

демонстрация продукта, устное объявление ведущей, спонсорская заставка



Спонсорское размещение

Бренд: Алмаг- 01

Задача спонсорства:

повысить лояльность к бренду посредством интеграции в медицинскую программу

Описание:

спонсорство программы «О самом главном!»

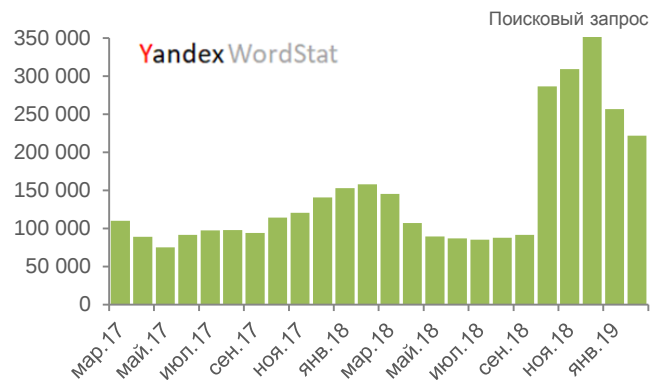
Период: 2017 год

Опции:

демонстрация прибора, устное объявление ведущей, спонсорская заставка, сюжеты с лидерами мнений в студии программы

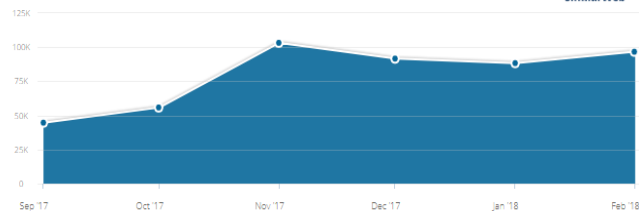
Результаты:

- отмечен рост трафика на сайт в 3 раза в ноябре пик рекламной кампании
- основной источник трафика на сайт поисковые системы и прямые запросы в строке браузера, что говорит об интересе к продукту



Total Visits

On desktop & mobile web, in the last 6 months



Digital

Бренд: SOKOLOV
WATCHES

Задачи:

повышение знания о проходящей новогодней промо акции и подарках от бренда Sokolov Watches

Период: ноябрь—декабрь 2016 год

Решение:

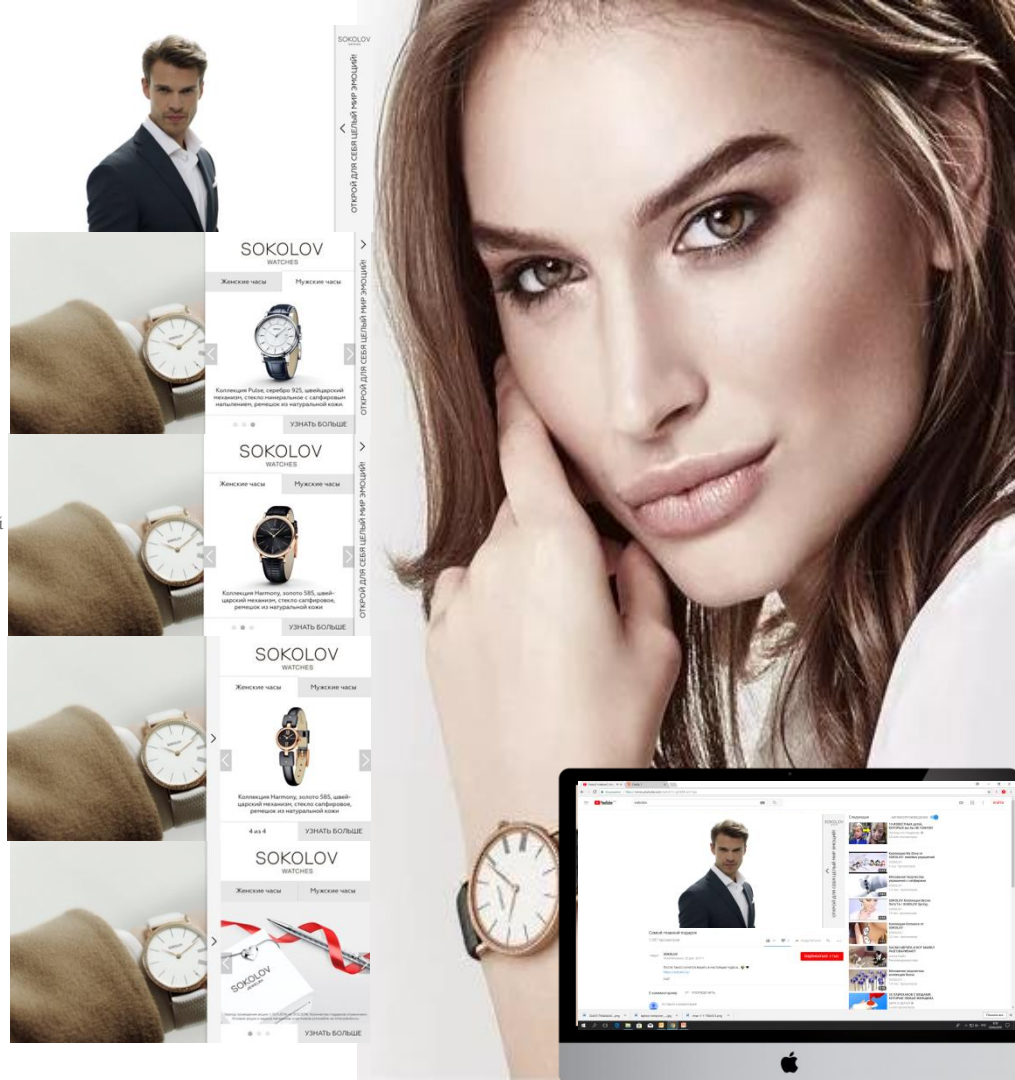
создание единой РК, которая объединила в себе:

баннерную рекламу на различных платформах

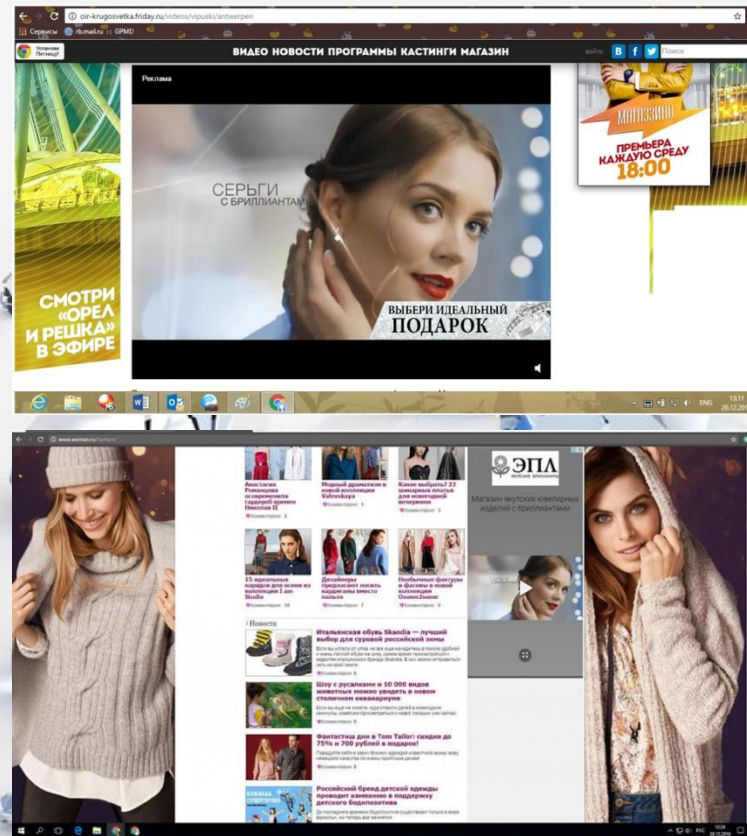
размещение рекламного ролика на Buzzoola + YouTube размещение рекламного ролика с разработкой и использованием «микро-сайта» для повышения вовлеченности пользователя

Результаты:

- охват (за всю кампанию) — более 800 000 человек целевой аудитории
- CTR по ролику на сайте — 16,5%
- CTR по баннерам (средний) — 0,12%



Digital



Бренд: 

Задачи:

увеличение релевантного трафика на сайт и увеличение конверсии в продажи

Период: декабрь 2016 - март 2017

Решение:

использование инструментов рекламы через таргетированные программатик платформы и протокол RTB

посев в релевантные группы и ТТБ реклама в соц.сетях

размещение видео-рекламы в сети GPM Digital с использованием интерактивных форматов call to action

Результаты:

охват за всю компанию — более 500 000 человек

CTR средний — 3,65%

увеличение конверсии более, чем на 7%

ВКУСНОТЕЕВО

Бренд: Масло Вкуснотеево (Молвест)

Задачи:

Увеличение уровня знания бренда в регионах с низким уровнем знания. Повышение уровня лояльности к бренду в регионах с высоким уровнем знания

Период: 2018 г.

Решение:

Размещение pre-rolls на YouTube

Programmatic реклама с таргетом по нужным регионам и ЦА

Размещение pre-rolls в MyTarget

Посты формата «карусель» с рецептами и привязкой ко времени (завтрак/обед/ужин)

Результаты:

- 1 420 234 уникальных просмотров (план перевыполнен на 18,35%)
- Средний VTR 62%
- Охват ЦА по регионам 89%
- По результатам Brand Lift знание бренда среди целевой аудитории в среднем выросло на 10,2%



ОМСКИЙ БЕКОН

Бренд: Омский Бекон (ПРОДО)

Задачи:

Размещение OLV бренда «Омский бекон». Песня «Пароль Сибирь» должна стать неофициальным гимном Зимней Универсиады в Сибири.

Период: февраль - март 2019 г.

Решение:

Размещение pre-rolls на YouTube с таргетингом по городам Сибири

Продвижение поста в Instagram

Продвижение поста в VKontakte

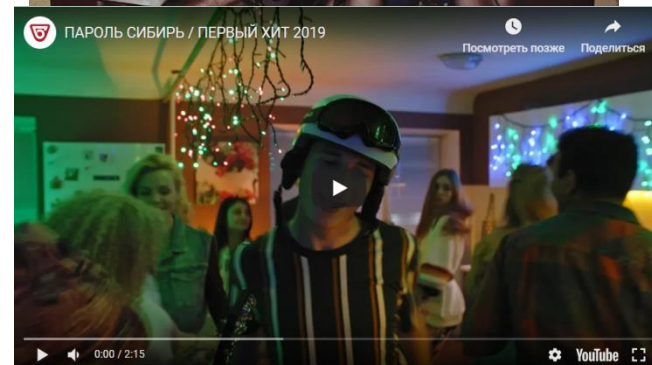
Результаты:

12 120 000 уникальных просмотров (план перевыполнен на 17%)

3 100 000 вирусных просмотров

Охват ЦА по городам Сибири 91%

Вывод запроса «омский бекон» в топ-3 поисковых подсказок по ключевому запросу "Омск" внутри сервиса YouTube





**МЫ МАКСИМАЛЬНО
ПРОЗРАЧНЫ И ОТКРЫТЫ
ДЛЯ НАШИХ КЛИЕНТОВ**

В какой момент я
что заниматься г
стракованием и
— Мы извлека
можно. Пои
развития нуж
важно, нужно
дальнюю с
тически сре
ние компан
ал в Ростон
1993-ем ба
54 субъект
ет на тер

КРИЗИСА НЕТ, ЕСТЬ ВОЗМОЖНОСТИ

В 2017 году страховая компания ВСК отмечает свой 25-летний юбилей. За счет чего ей удалось не только пережить все возможные кризисы, но и войти в число ведущих игроков рынка страховых услуг? Каковы дальнейшие планы компании, и как она планирует достигать тех целей, которые перед ней стоят?

На этот раз другие вопросы-ответы одалова сыновей дореволюционного Дома БСЗ **ссылка дана**

данных, которые влияют на выбор будущей профессии. Если 11 лет прослужил в журналистике, то, скорее всего, не захочу в будущем с этой профессией связывать, потому что журналистика — это профессия, связанная с ответственностью, а ответственность — это ответственность за жизнь других людей. Поэтому я хочу в будущем заниматься тем, что связано с ответственностью за жизнь других людей. Поэтому я хочу в будущем заниматься тем, что связано с ответственностью за жизнь других людей. Поэтому я хочу в будущем заниматься тем, что связано с ответственностью за жизнь других людей.

[illegible]

Будет крайне интересно узнать, какими образом ВСУ стали проявлять признаки развала — «деградации», как утверждают в ДНР.

Судя из публикации в «НГ», в ВСУ уже не работают системы с прицелом на быструю реакцию, который отличает маневренную армию от пехоты, стараясь применять ресурсы. Мы слышали предостережений командной системы, что между ВСУ и командой...

На старковом рынке не появилось 30 компаний, но количество сделок, наоборот, возросло. Компаниям старковом рынке, в основном, удалось продать

стать лидером на рынке страхования для нас не просто мечта, а именно то, к которой мы идем. Совершим конкретные действия и примирим выверенные управленческие решения

Второй вариант — «создание» нового субъекта, который будет представлять интересы населения в отношении экологии. В этом случае необходимо будет изменить законодательство, чтобы обеспечить возможность создания нового субъекта.

[illegible]

1000 : — арабское название для числа тысяч. Произносится: Тысяча.

Verfahren in Gruppen und Einzelarbeit:
Kommunikationsregeln, Rollen und
Normen

Ан. Байдз уверена, что сможет эффективно работать в Бюро. Однако большинство из ее коллег для сохранения престижа своего «домашнего» профессионализма в Уголовном, далеко не все готовы

каковы рынки на протяжении 4-го сектора?

За 25 лет работы на этом рынке я убедился: большинство компаний не растут и не удаются полностью, а живут, процветают, но по сравнению с тем уровнем, на котором они были в другом секторе, но не достигают процветания, и тем образом, что необходимо для процветания в секторе, не отвечает потребностям. Например, в строительном секторе мы не находим при потребностях, а бизнес-идею и эту идею. Создание 25 лет на мой взгляд является и новым фактором, который является и новым фактором, который является и новым фактором, который является и новым фактором.

...иногда он даже недоволен своим творчеством. Но будет ли он когда-нибудь разочарован в жизни? В другом, что он не решает творческие проблемы, потому что не знает, как их решать. Но это не проблема, а проблема, которую он должен решить.

надежные планы КСЗ
У нас система «цели» формируется. Считаю, что и для компании, и для ее клиентов это добрые новости. У меня личный рост возможен за счет бизнеса, потому что важно развитие не только компании, но и ее сотрудников. Считаю, что важно не только развитие компании, но и ее сотрудников. Считаю, что важно не только развитие компании, но и ее сотрудников.

...наш час, а в якийсь момент, коли ми спробуємо навіть підняти цю структуру. В Україні є багато професіоналів, розвиток талантів, але якщо ми не так активно формувати нашу систему. Пошто для нас — це не бреша, в якій ми сиди, сьогодні ми знаємо в якійсь мірі, але це не так, як в країнах, які розвиваються

Бренд:

Задача:

донести до бизнес сообщества России информацию о достижениях ВСК
в преддверии 25-ти летия компании

Период: ноябрь- декабрь 2017 года

Место: 76 городов России

Инструменты:

выбор самых рейтинговых региональных бизнес изданий

размещение интервью с Генеральным директором компании

организация и проведение записи интервью в региональных блоках новостных ТВ каналов



из истории. Это были римляне, многовежные иллирийцы, славяне, германцы. Однако большинство из них не оставило никаких следов в культуре и искусстве. К тому же, в отличие от древних египтян, греков и римлян, которые не только жили, но и творили, а также строили, создавали, изобретали, мы же, русские, не имеем ни одного из этих достижений.

Как развивались науки на протяжении тысячелетий?

Вспомогательные науки, такие как математика и естествознание, развивались постепенно, шаг за шагом, и в итоге достигли, по моему мнению, своего совершенства. В то же время, по моему мнению, гуманитарные науки, такие как философия, история, литература, искусство, не развивались, а наоборот, деградировали. Вспомогательные науки развивались, потому что они были нужны для практической деятельности человека. А гуманитарные науки развивались, потому что они были нужны для души человека.

Вспомогательные науки развивались, потому что они были нужны для практической деятельности человека. А гуманитарные науки развивались, потому что они были нужны для души человека.

и «САММИ». Однако, тем не менее компания, и ее сотрудники работают в целом на общие цели компании. В результате устойчивый длительный рост компании и ее подразделения Бизнес, поэтому даже при отсутствии официального плана стратегических действий. Мы считаем, что для нас важно сохранить стратегический эффект от объединения компаний компаний.

Вопрос: Бизнес-система Группы компаний Шинко не является самым развешенным делом – от информации о деятельности в Бизнесе и компаниях Группы Шинко не сообщается. Каким образом вы планируете реализовать стратегический комплексный проект объединения компаний компаний? Какие планы на будущее ВСС-компания?

различные компании как до компании-создателя, так и при выборе партнера по стратегическому партнерству, основываясь на рыночной структуре. В первую очередь, компаниям необходимо понимать, насколько они являются конкурентами, а не партнерами. Для нас важно, если компания-партнер, «разрывает рынок компании». Но это для нас — мечта, а не реальность, в которой мы живем, поэтому, наоборот, для нас и критически важным элементом является понимание.

Non TV

Бренд: 

Задача промо:

знакомство с горячим квасом, повышение уровня продаж в период акции

Период:

ноябрь 2017 год

Место:

сеть супермаркетов «Виктория», г. Москва

Количество участников:

25 магазинов

Результат:

 повышение продаж в период промо акции на 12,6%



Non TV

Бренд: **REDMOND**

Задача кампании:

повысить уровень знания бренда Редмонд в городе Москва

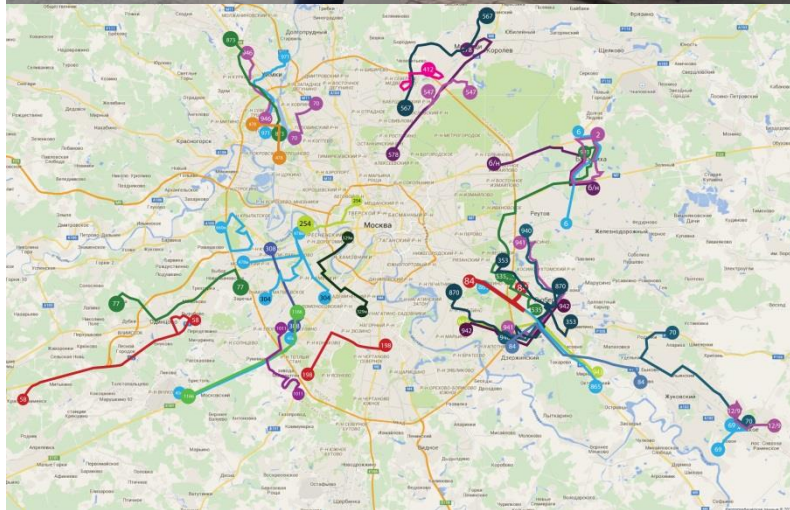
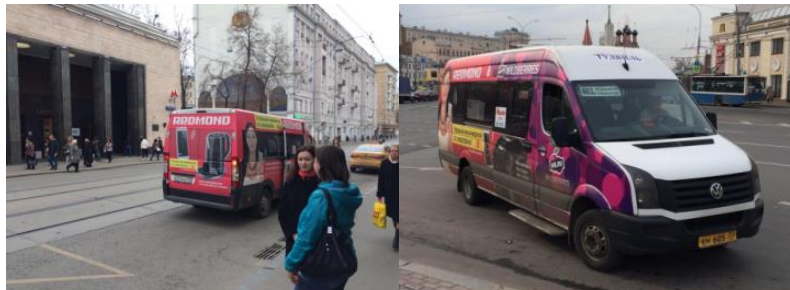
Место:

150 маршрутных такси в городе Москва

Период: 2016 - 2017 год

Результат за РК:

- Охват (18+) % 86,18
- Частота 493,18
- OTS (тыс.) 3424602



Комплексный подход на примере клиента Сармич



Задача:

медиа поддержка в Нижнем Новгороде

повышение знания о продукте, вхождение в сети в городе Нижний Новгород

Период:

май - июль 2017 год

Инструменты:

разработка и создание рекламного ролика

разработка макетов для наружной рекламы

региональное ТВ

наружная реклама: щиты зхб

реклама на транспорте (троллейбусы)

Результат:

 лонч продукции в продуктовых сетях в Нижнем Новгороде



Международный бизнес

«Палладиевый Альянс»



Контракт с «Палладиевым Альянсом» на мировое продвижение палладия как драгоценного металла с целью повышения его стоимости и увеличения использования палладия в производстве ювелирных изделий, 2010-2012 года

Продвижение палладия на ювелирных рынках: США, Великобритании, стран Западной Европы

Проведение конкурса и подписание договора со школой дизайнеров «Central Saint Martins» Лондона на разработку изделий из палладия и школы «FIT» в США

Проведение презентаций коллекции изделий из палладия, с привлечением журналистов в Великобритании (Лондон) и США (Лос Анджелес)

Подписание договора с дизайнером Вивьен Вествуд на создание коллекции ювелирных изделий и топ моделями на представление коллекции

Организация и участие на неделях высокой моды в Лондоне, Париже и Нью Йорке, с анонсированием в СМИ



Международный бизнес



проведение комплексной PR кампании в прессе и в интернет пространстве США и Западной Европы, с целью повышения инвестиционной привлекательности компании «Норильский Никель»

создание цикла передач о компании и размещение информации на каналах «Euronews» и «National Geographic»

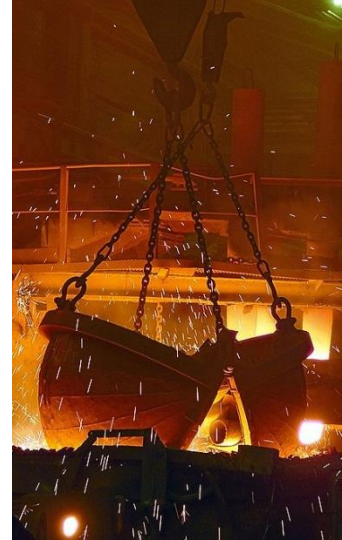
создание сюжетов об экологии Российского севера и вкладе компании «Норильский Никель» в улучшение экологической ситуации в местах добычи полезных ископаемых



создание цикла передач «Moscow Life» совместно с каналами «Euronews» и «National Geographic»

размещение в эфирах мировых вещаний «Euronews» сюжетов о Москве

проведение пресс тура для журналистов, с целью дальнейшего размещения информации в зарубежных изданиях



Ролики



Рекламный ролик Сармич



Рекламный ролик Солнце и луна



Рекламный ролик аквапарк Кармич



Рекламный ролик ВСК



Рекламный ролик Каффетин



Рекламный ролик Галазолин

*Star*GATE

M E D I A G R O U P

Тел. +7(495) 933-9903
Адрес: 105066, г. Москва,
ул. Нижняя Красносельская,
д.40/12, к 20. БЦ «Новь», офис 641
www.stargate-media.ru