

**КОММУНИКАЦИОННОЕ
АГЕНТСТВО
22:22**



ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ 22:22

22:22 — первое в Беларуси студенческое коммуникационное агентство.

Смелость, гибкость, креативность, нестандартность мышления — качества, отличающие нас, поколение Z, от других. Кому, как ни нам, знать и понимать современные тренды.

Изменения вокруг происходят каждый день и каждую минуту. Возможно, именно сейчас зарождается новый тренд, который всколыхнет весь мир. Именно поэтому так важно *stay tuned*, при этом сохраняя свою уникальность и индивидуальность. Это именно то, что мы можем дать клиенту — способность выделиться среди других компаний.

МИССИЯ 22:22

Помочь брендам адаптироваться в новой реальности.

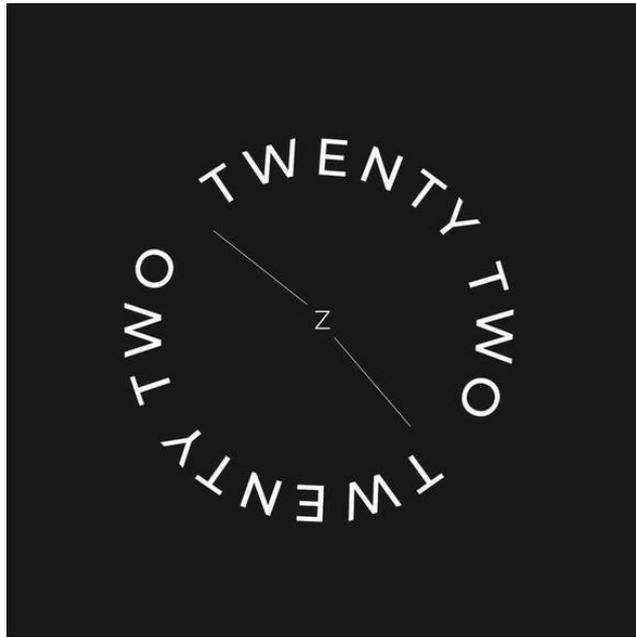
ЛЕГЕНДА 22:22

На часах 22:22. День подходит к концу. Приближается ночь. Время, когда мечты теряют границы, а стремления обретают новую силу. Время самых смелых идей и уверенности в своих возможностях.

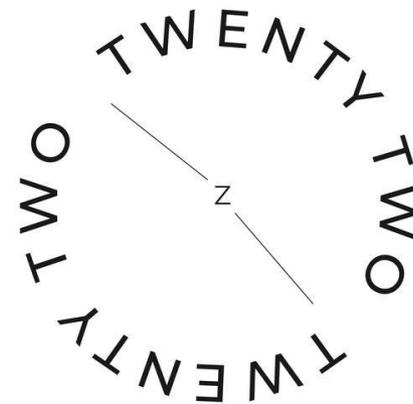
В нашем агентстве стрелки всегда на том времени, когда хочется действовать — 22:22.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ 22:22

ЛОГОТИПЫ



Оригинальный
вариант логотипа



Адаптированный
вариант логотипа для
белого фона

КОМАНДА



Премия «Лидер потребительского рынка»

- подготовка и рассылка пресс-релиза
- помощь в организации мероприятия: встреча гостей, рассадка, формирование пакетов участников.



Стоматология VASILENKO DENT

- разработка концепции, философии и позиционирования бренда;
- создание нейминга компании;
- создание слогана компании;
- разработка легенды бренда;
- создание логотипа;
- полная разработка фирменного стиля (логотип, фирменные цвета и ключевые визуальные образы);
- разработка дизайна визиток;
- бланк электронного письма;
- создание дизайна бейджа.

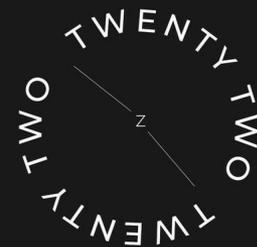


ЛОГОТИП

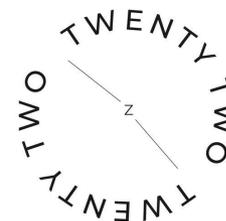


Содержится визуальный образ зуба и медицинского винта, которые демонстрируют клиенту предоставляемые услуги.

Название клиники лаконично дополняет логотип, развивая личный бренд дантиста.



Варианты дизайна визиток



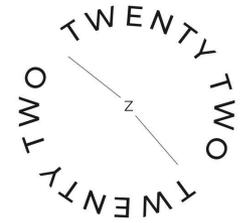
Лицевая сторона



Обратная сторона



Варианты дизайна бейджей



Детские игрушки PLAYWOOD

Продукт: игрушки для детей от 0 до 6 лет, направленные на развитие мелкой моторики и мышления.

Заказчик: производитель и продавец детских игрушек.

- нейминг;
- создание логотипа;
- выбор цветового решения;
- разработка позиционирования;
- ребрендинг Instagram;
- создание контента;
- организация фотосессии, подбор моделей.



Брендинг



Логотип



playwood_toy

Подписаться

...

96 публикаций · 243 подписчиков · 206 подписок

Детские игрушки PLAYWOOD
Товары для малышей/товары для детей
Детские игрушки из дерева!
#playwoodshop #игрушкимиск



backstage

ПУБЛИКАЦИИ

ОТМЕТКИ



Вариант 1



ПОЧЕМУ CRAFT?

- создавать
- разрабатывать
- умение
- самодельный

Продукция заказчика направлена на развитие детей создавать своими руками различные предметы. Именно поэтому сделан выбор в пользу такого слова

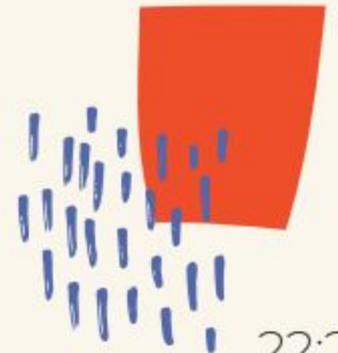
ВЫБОР ЦВЕТА

Пазл выполнен в салатовом цвете и акцентирует внимание на основном элементе продукции заказчика

ПОЧЕМУ РУКА?

Изображение детской руки делает отсылку к тому, к тому, что дети своими руками смогут собрать, например, конструктор или пазл, тем самым развивая свою мелкую моторику и мышление

1 вариант



Вариант 2

2 вариант

ПОЧЕМУ PLAYWOOD?

Часть изделий заказчика представляют собой игрушки из дерева, а именно из фанеры.

Plywood (англ.) - фанера

PLAYWOOD

- Созвучно с материалом изделий
- PLAY - играть
- WOOD - древесина
- "Ребенок будет играть с деревянными игрушками"



Вариант 3

3 вариант



smart baby

ПОЧЕМУ SMART?

Smart (англ.)

- умный
- сообразительный
- ловкий
- интеллектуальный

Продукция заказчика - развивающие игрушки, направленные на развитие именно этих способностей.

ПОЧЕМУ ТАКОЙ СМАЙЛ?

В данном логотипе использованы пазл и шестеренка - части продукции заказчика.

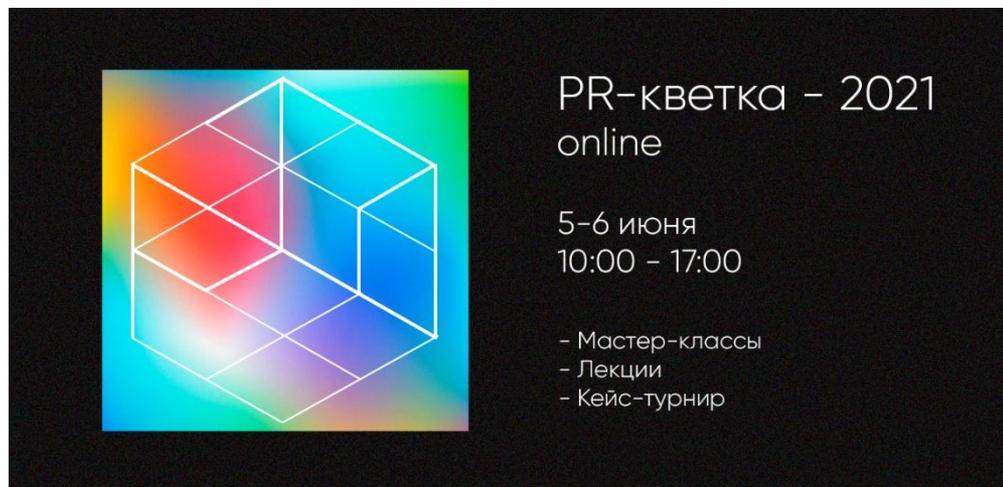
В логотипе используются гендерно нейтральные спокойные цвета.

Коммуникационный форум «PR-цветка»

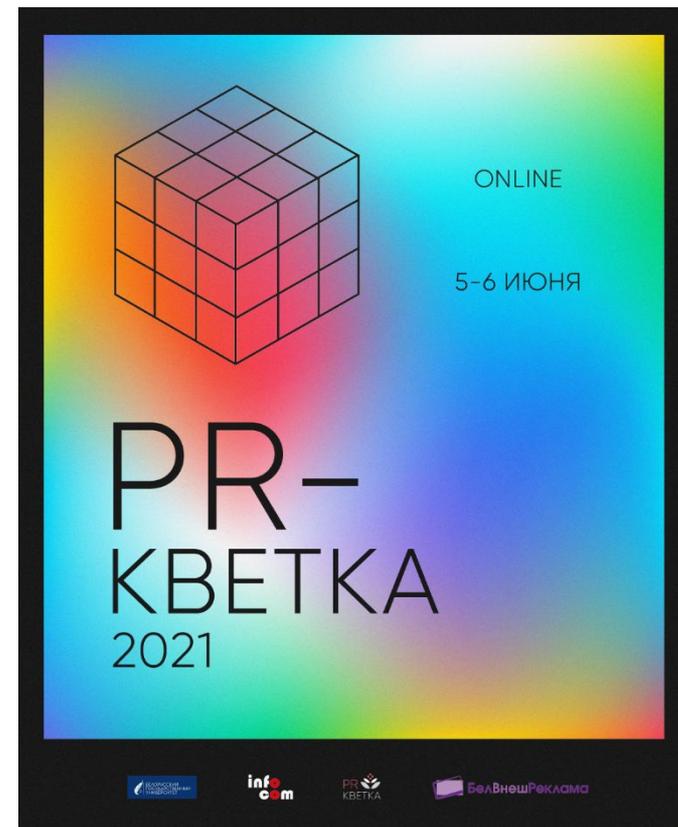
- разработка программы форума;
- поиск и приглашение спикеров;
- поиск партнеров (фандрайзинг);
- разработка визуального оформления;
- ведение социальных сетей (VK, FB, Instagram, Telegram, YouTube);
- работа с участниками;
- оформление и наполнение сайта;
- работа с медиа (медиаарилейшнз);
- самостоятельная организация работы команды;
- осуществление видеотрансляций;
- координация работы на площадке.



Визуальное оформление мероприятия



Бейджик для постов



Афиша

Сайт форума «PR-кветка–2021»

<http://prkvetka.bsu.by>
/



БЕЛОРУССКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

ПРОГРАММА
ТРАНСЛЯЦИЯ

СПИКЕРЫ
КОНТАКТЫ

КЕЙС-ТУРНИР



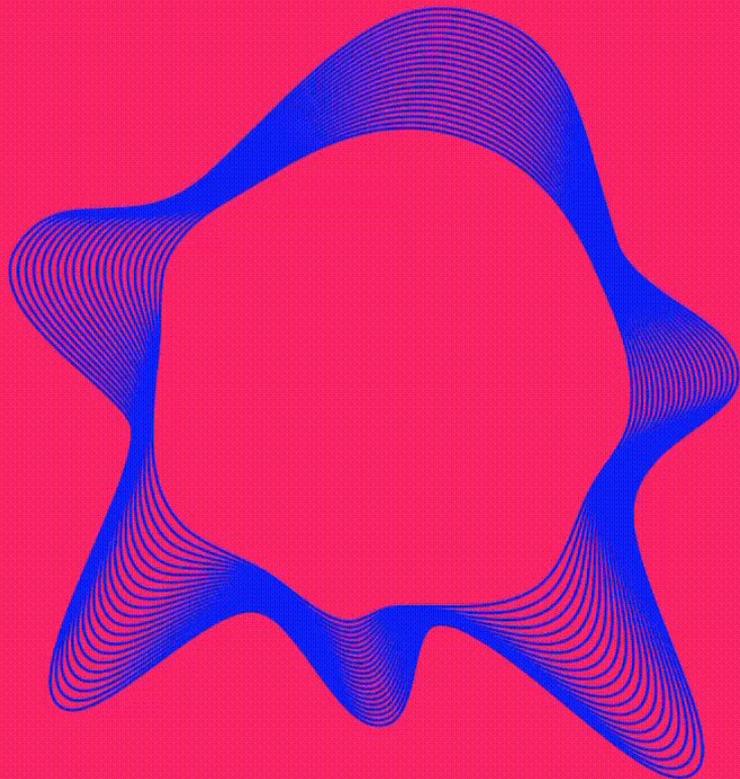
РЕГИСТРАЦИЯ НА КЕЙС-ТУРНИР

РЕГИСТРАЦИЯ СЛУШАТЕЛЕЙ ФОРУМА

SINCE 2008

PR-КВЕТКА – 2021

XIII Международный открытый студенческий
коммуникационный онлайн-форум



Социальные сети

infocomevents [Подписаться](#)

776 публикаций 682 подписчиков 538 подписок

PR-квартал
Проекты кафедры технологий коммуникации БГУ:
• международный форум "PR-квартал"
• образовательный проект "Академия коммуникации"
youtu.be/eNCEUxwHrJk

Ак #1 Ак #2 Ак #7 Ак #6 Ак #5 Ак #4 Ак #3

ПУБЛИКАЦИИ IGTV ОТМЕТКИ

<p>Мэрия Васильенко</p>	<p>Яся Каролевич-Картель</p>	<p>Александр Нехведович</p>
<p>Лизавета Елиневич</p>	<p>Роман Костицын</p>	<p>Екатерина Керемша</p>
<p>IPR BELARUS</p>	<p>Роман Костицын</p>	<p>Лизавета Елиневич</p>
<p>Евгений Малышинский</p>	<p>Александр Мудрик</p>	<p>FOTOPRO.BY</p>
<p>Александр Нехведович</p>	<p>Яся Каролевич-Картель</p>	<p>BELVNEШРЕКЛАМА</p>

КОНТАКТЫ

Координаторы проекта:

Алексей Вергейчик, заместитель директора по маркетингу компании «Белвнешреллама»

Ксения Мартуль, ст. преподаватель кафедры технологий коммуникации и связей с общественностью факультета журналистики БГУ

22-22.by

+375 29 567 87 36

22agencyby@gmail.com