



 marketorium
территория нового маркетинга

portfolio

Адамия Лолита

Креатор – существую, чтобы вдохновлять!

Образование

Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им.М.А.Бонч-Бруевича

Реклама и связи с общественностью (бакалавриат)

2014-2018 г.

Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики

Инновационный маркетинг (магистратура)

2018-2020 г.

Доп. Образование

Санкт-Петербургская школа телевидения
Полный курс «Реклама и маркетинг»
2017-2018 г.



summary

Опыт работы

Место работы: BTG-event solution

Должность: помощник менеджера по продажам

Период: июнь 2016

Место работы: Event-агентство TFD

Должность: помощник менеджера по реализации проектов

Период: март-август 2017

Место работы: Granat communication

Должность: стажер в отделе по работе с ключевыми клиентами

Период: апрель-июнь 2018



experience

Опыт работы

Место работы: InGUD – информационное пространство СПбГУТ

Должность: smm-менеджер

Период: 2015-2018 г.

Место работы: BONCH-MEDIA

Должность: корреспондент

Период: 2017-2018



experience

Участие в конкурсах

Участие в конкурсе Big game by Marketorium – осень 2018,
кейс от компании «Велком» в секции «Управление опытом»,
роль – креатор команды «Коммуникационная,18»

Призовые места:

Первое место в секции «Управление опытом»;

Приз зрительских симпатий в секции «Управление опытом».



achievement

Участие в конкурсах

Участие в конкурсе Big game by Marketorium – весна 2019,
кейс от компании «Valio» в секции «Рекламный креатив», роль
– креатор команды «Etude»

Призовые места:

Третье место в секции «Рекламный креатив».

achievement



Участие в конкурсах

Участие в конкурсе Big game by Marketorium – осень 2019, кейс от компании «Valio» в секции «Product-маркетинг», роль – креатор команды Futurice

Призовые места:

Второе место в секции «Product-маркетинг».

Номинации:

«Лучшая креативная концепция» в секции «Креатив и дизайн»

«Лучший креатор»

Призы:

Приз зрительских симпатий

«Стажировка от компании ООО «Лейпурин Тукку»»



achievement



Достижения

Кандидат в мастера спорта по боксу

Причем здесь бокс спросите вы? Что бы выигрывать на ринге, нужно быть не просто сильным, нужно быстро генерировать идеи и подбирать тактику, что бы ваш соперник оказался в накауте. Быстрая реакция, стратегическое мышление, именно это помогает мне молниеносно и точно подбирать решения для потребителей.

achievement



Профессиональные навыки

1. Создаю идеи, что бы вдохновлять
2. Многозадачность
3. Амбициозность
4. Организация мероприятий
5. Написание рекламных и продающих текстов
6. Уверенный пользователь ПК MS Office

*basic skills
and
knowledge*

Личные качества

1. Лидерство
2. Харизматичность
3. Стратегическое мышление
4. Умение подавать себя
5. Коммуникабельность
6. Ответственность
7. Умение работать в команде и управлять ею
8. Организаторские способности
9. Умение поддержать и зажечь людей новыми идеями
10. Постоянное самосовершенствование



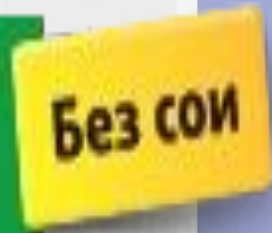
portfolio

Кейс от компании «Велком»

Цель: разработать решения для компании «ВЕЛКОМ» по привлечению новой целевой аудитории (18-25 лет) с целью роста продаж.

Задачи:

- Анализ компании Велком, оценка целесообразности и возможности формирования системы управления опытом;
- Анализ ЦА компании для определения актуальных потребностей в приобретении знаний и опыта, связанных с выбором и потреблением товаров Велком и возможностей удовлетворения этих потребностей;
- Анализ пути клиента и соответствующего получаемого опыта, анализ точек контакта и коммуникаций с брендом, построение карты путешествий клиента Велком;
- Определение возможных действий компании, направленных на формирование опыта различного типа;
- Генерация идей в отношении построения системы управления опытом;
- Формирование тактических решений по построению системы управлению опытом



experience

Big game by Marketorium – осень 2018

Результат

— Был разработан и визуализирован новый продукт на рынке, не имеющий прямых конкурентов на сегодняшний день в РФ. В ходе тестирования и проработки идеи вывода нового продукта на рынок был выявлен интерес и готовность приобрести ланч-бокс (около 70% ЦА дали положительный ответ о возможной покупке).

— Стратегическая часть проекта раскрывается с помощью портфельной стратегии, где новый продукт ланч-бокс является серебряной пулей, которая должна притянуть ЦА к дойной корове (вареная колбаса) и стратегическому бренду (сосиски и сардельки).

— Обновленные линейки упаковок сосисок и сарделек для молодой аудитории визуализированы в ходе работы над проектом.

— Также были продемонстрированы рекомендуемые каналы коммуникаций с молодой аудиторией, которые могут лечь в основу разработки рекламной кампании.



Кейс от компании «Valio»

Цель кейса: Разработка концепции новогодней кастомизированной промоакции продукции Valio для сети PRISMA.

Задачи кейса:

- Создание комплексного решения по продвижению продукции Valio в сети Prizma;
- Создание креативной концепции рекламной кампании;
- Разработка механики стимулирующей акции;
- Выбор каналов коммуникации с потребителем;
- Выбор инструментов и способов воздействия на потребителя в рамках выбранных каналов;
- Разработка рекламных материалов, используемых в рамках кампании;
- Создание уникального контента, используемого в рамках кампании;
- Использование digital-инструментов для привлечения внимания потребителей к акции;



experience

Кейс от компании «Valio»

Результаты: создана рекламная концепция «Valio.Fam», в которую включались: механика подарка за покупку в виде скретч-карт, создание бренд-персонажа, проведение благотворительной акции, разработка рекламных материалов в instore. Также были предложены дополнительные рекомендации в digital-коммуникациях.



experience

Решения в Instore



Valio

Нежнее тебя только сливки от Valio

Название блюда: **Куричка с грибами в сливочном соусе**

Ингредиенты:

- Куриные филе — 500 г
- Куриное филе — 4 шт.
- Куриные бульонные кубики Valio кулинарные 20% — 200 мл
- Сливки — 1 зубчик
- Сыр — 1/2 шт.
- Сыр для курицы — по вкусу
- Сливочное масло — по вкусу

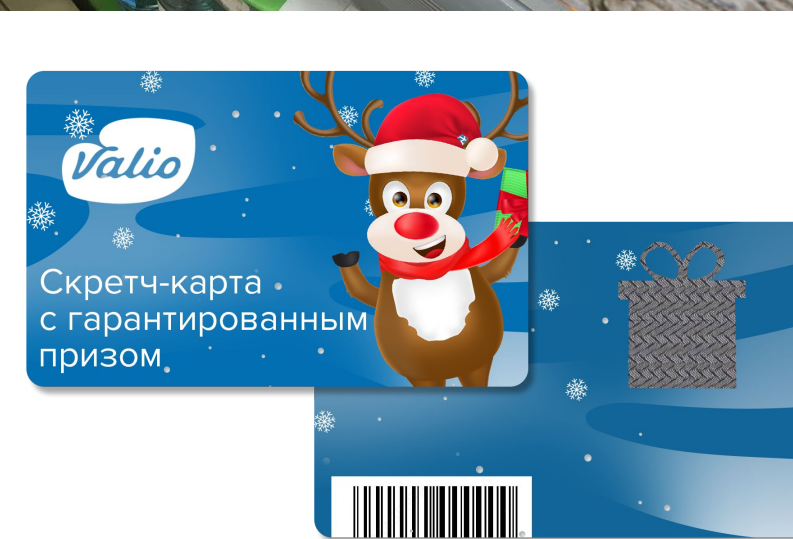
Приготовление:

Мелко нарезать лук на оливковом масле. Куриное филе нарезать на небольшие кусочки, отправить к луку и приправить. Жарить минут 5-7 на среднем огне.

Сливочным маслом порезать шампиньоны и отправить на сковородку к луку. Готовить еще минуты 2-3.

Курицу и лук. Готовить 5 минут на среднем огне, затем накрыть крышкой и посидеть на медленном огне еще 5-7 минут. Выключить, но на этом пока не все!

Сыр натереть, помешать, добавить соль и перец по вкусу. Накройте крышкой и ждите еще 3 минутки. И подавайте с любимым гарниром или салатом.



Кейс от компании «Valio»

Цель кейса: Разработать маркетинговую поддержку вывода плавленого сыра Viola в мягкой упаковке на рынок России.

Задачи кейса:

- Активный рост в новой категории «плавленый сыр в мягкой упаковке». Viola остается единственным брендом в этой продуктовой категории.
- Рост знания, лояльности и потребления плавленого сыра Viola в мягкой упаковке.
- Стимулирование пробной и повторной покупки.
- Привлечение новой целевой аудитории (переключение с соусов) аудитории, потребляющей



experience

Кейс от компании «Valio»

Результаты: предложен и обоснован выход на новую целевую аудиторию за счет разработки отдельного аккаунта в социальной сети instagram для бренда Viola, также был предложен контент-план (механики продвижения + визуализирована брендированная инста-маска) и разработан пример рекламного ролика для плавленого сыра в мягкой упаковке. Предложен выход на молодую ЦА за счет создания аккаунта на видео-хостинге ТИКТОК, также разработан пример видео-контента для канала.

Разработаны и визуализированы дизайн обновленных аккаунтов для VALIO и VIOLA.



experience





ViolaRussia
ViolaRussia



1.984 likes

ViolaRussia Приветтики пуси!!!
#violarussia #виолабезножа30

Стажировка в отделе по работе с ключевыми клиентами

Проектная координация в деятельности по работе с ключевыми клиентами, а конкретно с компанией транспортных услуг «Таксовичкофф» и студией маникюра и педикюра «Kistochki».

В число реализованных проектов входили:

- Подготовка рекламной кампании в метрополитене;
- Подготовка рекламной кампании по радиостанциям;
- Заключение договоров с гостиницами Санкт-Петербурга;
- Курирование разработки фирменного раздаточного материала;
- Выполнение рабочих поручений сотрудников отдела по работе с ключевыми клиентами.



Медиа-портал Bonch-Media

Корреспондент, журналист Bonch|News, ответственная за подачу информации студентам СПбГУТ в интересном и неформальном формате.

За год работы корреспондентом были съедены килограммы пиццы, сменено более 30 образов, снято более 20 репортажей, некоторые из которых длились по семь съёмочных дней.

Признана лучшим корреспондентом 2018 года.

Группа медиа-портала: <https://vk.com/bonch.media>

media portal

Организатор университетских и общегородских мероприятий

Слышали что-нибудь о человеке празднике?

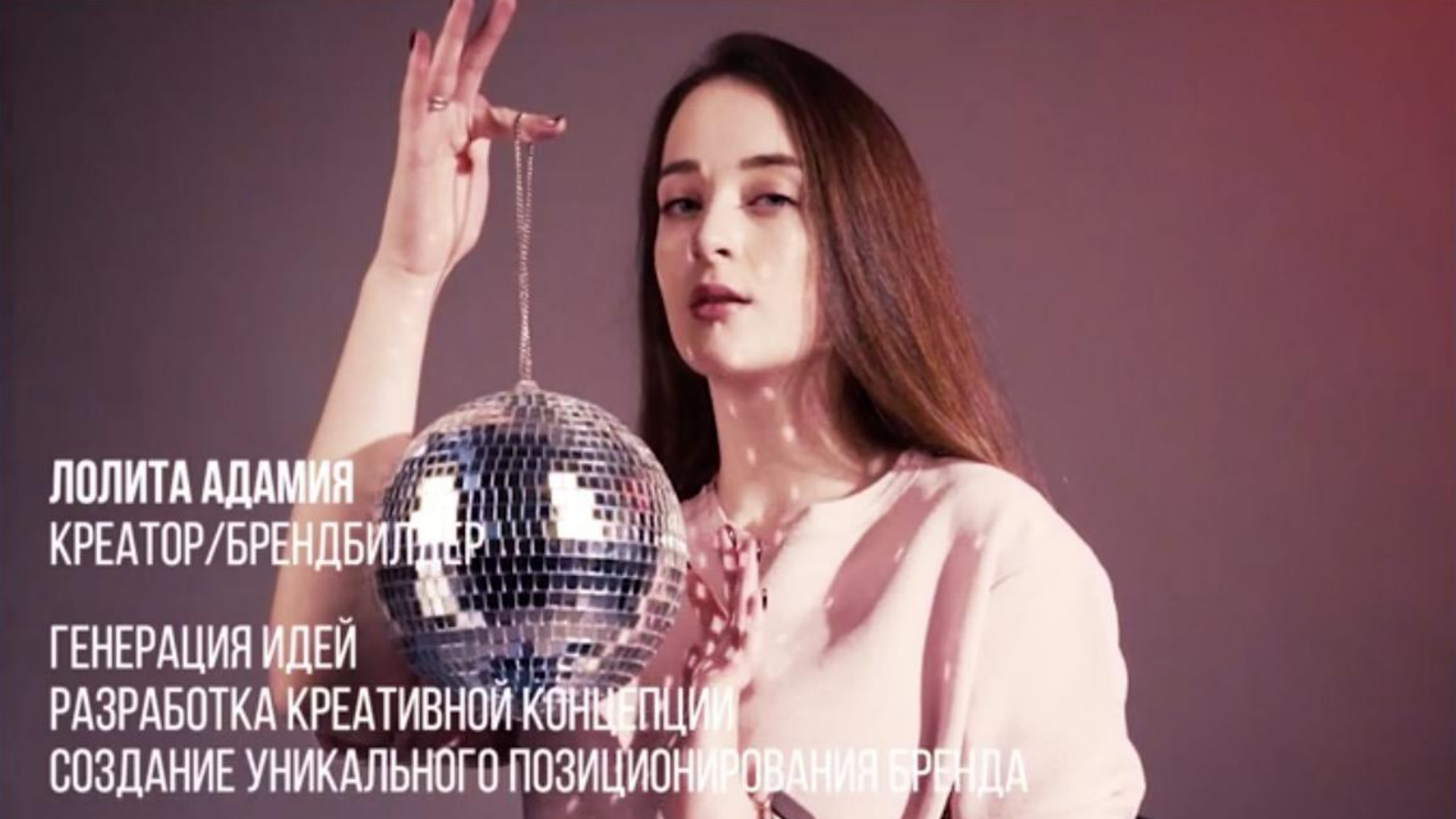
Если нет, то будем знакомы! Генерирую атмосферу счастья под ключ!

Написание сценариев, организация и проведение мероприятий всевозможных масштабов, придание уникальности и душевности любому торжеству, вот что доставляет мне неизгладимое удовольствие.

На фотографии с коллегой из event-агентства TFD на детском турнире «Кожаный мяч - кубок Кока-Колы», организацией которого мы занимались.



event

A woman with long, dark hair is shown from the chest up, looking slightly to her right. She is holding a large, reflective disco ball with her right hand, which is raised. She is wearing a light-colored, possibly white, top. The background is a solid, muted purple or pink color. The lighting is soft, highlighting her face and the reflective surface of the disco ball.

ЛОЛИТА АДАМИЯ
КРЕАТОР / БРЕНДБИЛДЕР

ГЕНЕРАЦИЯ ИДЕЙ
РАЗРАБОТКА КРЕАТИВНОЙ КОНЦЕПЦИИ
СОЗДАНИЕ УНИКАЛЬНОГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ БРЕНДА

Адамия Лолита

Креатор

e-mail lolita.adamia@yandex.ru

+ 7 (981)-963-63-41

Thanks