



2006

**Презентация  
креативного агентства  
Type Market**

# Информация об агентстве



Креативное агентство **Type Market** специализируется на комплексных программах поддержки и продвижения брендов. В компании существуют несколько основных направлений деятельности:

- **PR**
- **Direct Marketing**
- **Event marketing**
- **Production**
- **Marketing and Competitive Research**

Отличительной чертой **Type Market** является творческий подход ко всем проектам агентства, использование максимально эффективных технологий продвижения и поддержки брендов, активно применяемых на Западе и только набирающих свои обороты в России.

# Информация об агентстве



Мы используем проверенные точечные удары партизанского маркетинга, эпатажа, нестандартных рекламных и промопроектов, новые методики поиска и анализа информации, также проводим долгосрочные программы формирования положительного имиджа, повышения лояльности.

**Наша главная задача** – достигнуть результата, обозначенного Клиентом. Мы вкладываем в работу свой опыт, знания, связи, энергию, ум, обаяние и желание, желание работать и достигать вместе с Клиентом поставленных целей.



# Специалисты



**Type Market** состоит из профессионалов, давно работающих в области рекламы и PR, как со стороны клиента, так и исполнителя заказов. У всех нас дипломы самых разных учебных заведений мира.

*Что же могло объединить вместе таких разных людей?* Очень просто: все мы рано или поздно обрели особый, маркетингоориентированный подход. Его с успехом закладывают в головы всем желающим в голландской школе маркетинга «Римма». Эта программа – одна из немногих успешных систем обучения, построенных на кейсах и реальных задачах из российского бизнеса. Такой подход помогает нам разрабатывать эффективные схемы продвижения брендов.



# Специалисты



Гибкое отношение к рынкам и отсутствие устойчивых догм делает нас чуткими к любым изменениям. Каждый Клиент уникален для нашего агентства, поэтому в нашем понимании невозможно реализовывать одну и ту же идею дважды. Чувство уважения себя и Клиента делает нас собранными и точными. Сотрудники нашей компании соблюдают кодекс чести, который гарантирует полную конфиденциальность.

**Наша миссия - приносить удачу нашим клиентам.**



# Клиенты



# Direct Marketing



**Direct marketing** - прямая адресная доставка или рассылка информации по почте, один из самых эффективных современных способов воздействия на целевую аудиторию. При рассылке сообщение напрямую попадает потенциальному клиенту, и вероятность обращения очень высока.

## **Особенности восприятия мейлингов:**

1. Личное восприятие (сообщение пришло лично адресату, не напечатано в журнале, не написано на стене).
2. Зависимость реакции от того состояния, в котором находится адресат в момент получения (его нельзя предугадать, с ним необходимо работать по факту).
3. Многоуровневое восприятие (адресат может отложить письмо на неделю и вспомнить о нем через некоторое время).
4. Традиционно в нашей стране относительно бережно относятся к переписке. Культура переписки присутствует.
  - Письмо имеет обратного отправителя – конкретного человека, к которому всегда можно обратиться за разъяснениями. Это необходимо учитывать секретарю, потому что адресаты могут звонить и просить соединить напрямую с директором.

# Direct Marketing



**Type Market** организует комплексные DM-программы:

- по имиджевым и PR-рассылкам (опросы и оценка рекламных кампаний потребителями, анкетирование, телемаркетинг);
- для привлечения новых и поддержания лояльности уже существующих клиентов в сфере услуг и продажи товаров;
- программы лояльности;
- программы скидок и специальных предложений;
- программы презентации новых продуктов и услуг.

А также отдельные DM-рассылки:

- поздравления с праздниками и приглашения;
- программы продаж по мейлингам и каталогам;
- опросы, анкетирование;
- ТОП-100;
- купонинг;
- тестовые рассылки, соседские рассылки и пр.



# Direct Marketing. Проекты



## Рассылка «Хватит месить грязь!»

При работе со студией ландшафтного дизайна «Верто» перед специалистами агентства стояла непростая задача – увеличить продажи в короткие сроки с небольшим маркетинговым бюджетом, используя эффективные технологии, которые приведут в Компанию новых Клиентов. Целевая аудитория – состоятельные люди, владельцы дорогих загородных домов.

Для решения поставленных задач был выбран агрессивный маркетинг, основным инструментом которого стала эпатажная рассылка галош. Слоган акции: «Хватит месить грязь!». Галоши были разосланы по владельцам коттеджей, успешным бизнесменам и звездам. Посылка представляла собой коробку с логотипом «Верто» и слоганом акции, внутри которой были упакованы пара настоящих черных блестящих галош с бордовой байкой, стильный креативный буклет и письмо с обращением генерального директора.



# Direct Marketing. Проекты



## Рассылка «Хватит месить грязь!»

В результате акции в офис Компании поступил шквал звонков с самыми разными вопросами, Клиенты приезжали в офис, чтобы выяснить значение пришедшего подарка, эмоции били ключом.



1. Отклик составил 3,89%
2. Возврат составил около 10%. Основная причина возврата – получатели отказывались от столь необычного послания.
3. Два заказа на сумму более 1млн долл. США
4. Известность среди целевой аудитории
5. Приобретение эмоционального отношения к новому бренду на первом этапе формирования имиджа

За рассылку «Хватит месить грязь!» креативное агентство **Type Market** получило диплом на VI Международной конференции «Директ-Маркетинг, XXI век» в номинации «Лучшая ДМ-компания, ориентированная на стимулирование покупок»



# Direct Marketing. Проекты



**Type Market** организует комплексные DM-программы:

- по имиджевым и PR-рассылкам (опросы и оценка рекламных кампаний потребителями, анкетирование, телемаркетинг);
- для привлечения новых и поддержания лояльности уже существующих клиентов в сфере услуг и продажи товаров;
- программы лояльности;
- программы скидок и специальных предложений;
- программы презентации новых продуктов и услуг.

А также отдельные DM-рассылки:

- поздравления с праздниками и приглашения;
- программы продаж по мейлингам и каталогам;
- опросы, анкетирование;
- ТОП-100;
- купонинг;
- тестовые рассылки, соседские рассылки и пр.

# Production



В области **Production** креативное агентство **Type Market** использует нестандартный подход: сначала мы придумываем декорации, сувениры или полиграфию для Клиента, а после этого находим необходимое в готовом виде или занимаемся производством в соответствии с утвержденной идеей. **Production** направление объединяет несколько видов деятельности:

## Полиграфия

Мониторинг тенденций в области полиграфии, профессионализм наших специалистов и большой опыт работы позволяют агентству реализовывать заказы любой сложности и нестандартно решать поставленные задачи. Агентство **Type Market** занимается разработкой креативной концепции и производством всех видов полиграфической продукции:

- листовки, буклеты, каталоги, брошюры;
- календари (карманные, домики, квартальные, перекидные);
- весь спектр POS-материалов;
- визитки, бланки, конверты, папки, блокноты, открытки, наклейки.

# Production



## Сувенирная продукция

Сувенирная продукция является отличным помощником в создании благоприятного имиджа компании и проведении различных рекламных акций. Агентство **Type Market** осуществляет подбор необходимой сувенирной продукции и нанесение на нее логотипа заказчика любым способом (тампопечать, тиснение, лазерная гравировка, шелкография).

## Дизайн

Яркий, неповторимый, запоминающийся дизайн крайне важен для успеха рекламной кампании. Агентство **Type Market** предлагает следующий спектр услуг в этой области:

- разработку полного комплекса фирменного стиля и отдельных его элементов;
- разработку элементов деловой документации;
- дизайн и подготовка макетов полиграфической продукции;
- изготовление web-проектов любой сложности.

# Production. Проекты



## Каталог «Время пришло!» ИД «Главбух»

**Цель:** создание каталога, способного продавать бухгалтерские издания. Информационный повод обращения: аттестация бухгалтеров в 54 городах России.

**Реализация:** заказчику было предоставлено 12 идей о том, как можно логически и эмоционально увязать издания и аттестацию. Среди них: образ восходящего солнца – как символа восхода карьеры бухгалтера; образ мужчины-начальника, поздравляющего женщину-бухгалтера с успехами ( по аналогии с рекламным роликом, который шел по TV на момент создания каталога); типографика отраслевых значков, используемых в 30-х годах ( машины, трубы, пароходы и пр.), – как символ равенства всех отраслей перед аттестацией.



# Production. Проекты



## Каталог «Время пришло!» ИД «Главбух»

Заказчик выбрал вариант курантов как символ государственности (масштаба мероприятия) и времени (особой важности наступающего момента).

Дополнительно были разработаны: Stop-страницы (специальное предложение с подарками), система навигации в каталоге, которая позволяла постепенно вовлекать читателя в процесс принятия решений о покупке. Сначала потребитель узнавал новости об аттестации, потом ему предлагался продукт, который поможет ему подготовиться к аттестации, были использованы оценки лидеров мнений в отношении некоторых продуктов.



# Event Marketing



В настоящее время **мероприятия** являются частью программы продвижения любой крупной компании.

Специалисты **Type Market** имеют большой опыт в организации мероприятий любой сложности:

- **Корпоративные** – формируют и поддерживают корпоративную культуру и имидж компании в коллективе и среди партнеров.
- **Пресс-мероприятия** – конференции, ланчи, завтраки, туры - все, что необходимо для создания отношений со СМИ и формирования лояльности среди журналистов.
- **Социальные** - общественные, благотворительные программы, связанные с привлечением правительства, государственных, городских структур.
- **Региональные** – масштабные проекты, реализуемые в Москве и других городах, благодаря разветвленной сети партнеров **Type Market**.
- **Деловые** – семинары, конференции, симпозиумы,
- а также вечеринки, фестивали, показы, презентации и многое другое.



# Event Marketing



Агентство **Type Market** организует мероприятия «под ключ»:

- Разработка концепции, программы, графика, сценария и всех составляющих мероприятия.
- Подбор артистов, аниматоров, звезд, ведущих, инструкторов, моделей и остальных участников программы.
- Контроль процесса подготовки, информирование клиента о всех происходящих событиях.
- Подбор и осуществление договоренностей с площадками (ресторанами, пансионатами, клубами, полянами и пр.).
- Обеспечение присутствия гостей, звезд, партнеров заказчика.
- Организация мероприятия, предоставление фотоотчета и финального отчета заказчику.

# Event Marketing



## Регионы

Для реализации проекта в агентстве формируется рабочая группа, включающая от 3 до 6 менеджеров. Рабочая группа выезжает на площадку во время ивента, что особенно важно при проведении региональных мероприятий, когда культура и традиции другой страны или города существенно усложняют соблюдение критериев качества и координацию подрядчиков.

Специалисты агентства имеют опыт успешной работы и налаженные контакты во многих городах России: Самаре, Новосибирске, Санкт-Петербурге, Сочи и др., - а также за рубежом: Казахстан, Турция, Египет, Франция.



# Event Marketing. Проекты



## Открытие завода-ресторана «Тинькофф» в г. Алматы

Для открытия первого за границами России пивоваренного завода «Тинькофф» была выбрана идея, объединяющая Казахстан, пиво и великолепную новую площадку ресторана, – поиски утраченного «золота скифов». Перед входом в здание для гостей развернулось настоящее театрализованное представление с огнем, факирами, лошадьми, прекрасными жрицами и древними воинами.



# Event Marketing. Проекты



## Открытие завода-ресторана «Тинькофф» в г. Алматы

Ведущий вечера – Николай Фоменко – поведал гостям о древнем пророчестве, местах силы и волшебном золотом эликсире, дарующем свободу. Впервые для жителей Алматы выступали группы «Обморок и мама», «Синяя птица», «Мумий Тролль». Среди гостей были разыграны ключи от именной пивной ячейки ресторана, передающиеся по наследству в течение 200 лет, шеф-повар «Тинькофф» приготовил свой фирменный торт для торжественного случая. Главной звездой вечера конечно, был сам Олег, за которым пустились в пляс даже самые VIPастые приглашенные. Праздник завершился разноцветными взрывами фейерверка на темном глубоком небе Казахстана.



# Event Marketing. Проекты



## Празднование 10-летия российского офиса OKI Printing Solutions

Ключевым слоганом празднования 10-летия российского офиса OKI Printing Solutions, стала фраза «Найди свой путь, выбери свою стихию». Искусство управления цветом OKI Printing Solutions в ходе мероприятия транслировалось через образы природных стихий: воды, огня, земли/камня, металла и дерева. Гости прошли увлекательный путь в поисках гармонии, в этот праздничный вечер многие привычные для них вещи были представлены совсем с иной стороны.

Каждая из стихий была представлена на вечере посредством искусства известных артистов и дизайнеров. Ведущими праздничного вечера стали Алла Довлатова и Александр Олешко.



# Event Marketing. Проекты



## Празднование 10-летия российского офиса OKI Printing Solutions

Во время сбора гостей в зале была установлена инсталляция Теодора Тэжика - пластиковый шар, наполненный Водой и воздухом, наверху которого гибкая изящная танцовщица исполняла пластический перформанс. Стихию Металла символизировало дефиле Хаика Симоняна. Образ Земли транслировался в выступлении травести-шоу "Райские птицы". Яркие представители стихии Огня - артисты театра "Огненные люди" исполнили зажигательный перформанс под аккомпанемент пожарного оркестра. Символом Гармонии, объединившим все стихии, стал джаз в исполнении американского гостя Эрика Мариенталья.



# Event Marketing. Проекты



## Запуск нового бренда Gillette Venus Divine

Для анонсирования запуска новой бритвенной системы для женщин Venus Devine for Women было запланировано 3 мероприятия: один ивент для представителей глянцевого СМИ и 2 мероприятия для дилеров компании в Москве и Санкт-Петербурге. Основной идеей программы был выбран балет. Мероприятия в Москве проходили в ресторане «Адриатико» и клубе «Высотка».



# Event Marketing. Проекты



## Запуск нового бренда Gillette Venus Divine

Ведущим вечера для прессы стал Алексей Анатольевич, интерьер ресторана оформил известный дизайнер Теодор Тежек, для гостей была организована тематическая выставка известного фотографа Александра Гусова, прошел показ шелковых аутфитов Ольги Солдатовой. На лонче присутствовали известные балерины, одной из которых – Нели Кобахидзе – была вручена премия красоты и грации Venus Divine.





# Event Marketing. Проекты



## Мероприятия для партнеров и сотрудников компании «И.Т.И.»

Агентство провело 2 мероприятия, приуроченных к 15-летнему юбилею компании «И.Т.И.» - одного из лидеров рынка канцтоваров.

Мероприятие для сотрудников, стилизованное под ретро-вечеринку, прошло в Подмосковье. Слоган программы – «Ярко. Остро. Со вкусом.». Банкетные столы украшали композиции из чилийских перцев. А на сцене зажигали «звезды» 70-х и 80-х гг.: очаровательные солистки «Миража», «Комбинации», Алла Пугачева и Ирина Аллегрова. Яркие, смешные, нестандартные конкурсы раскрыли творческий потенциал сотрудников компании.



# Event Marketing. Проекты



## Мероприятия для партнеров и сотрудников компании «И.Т.И.»

Мероприятие для партнеров под названием «Операция «Море» проходило в г. Сочи. Три дня гости провели вместе с морскими пиратами, чудищами, матросами, аборигенами. Все вместе искали сундук с сокровищами, обучались латиноамериканским танцам, игре на барабанах и завязыванию морских узлов. Ночью на пляже для гостей проходило фееричное огненное шоу, на финальном банкете выступали московские красавицы из группы «Ангел А» и всенародно любимый экс-солист группы «Ласковый май» Андрей Разин, который, по удачному замечанию ведущего, вместо Дня Рождения президента поехал на юбилей компании «И.Т.И.»





**Type Market** организует все этапы эффективной **PR-кампании**:

- установление контактов с профильными СМИ;
- формирование журналистского пула;
- подготовка пресс-релизов;
- написание тематических статей;
- размещение в СМИ материалов о компании и интервью с руководством;
- мониторинг и клиппинг упоминаний компании в СМИ;
- мониторинг публикаций конкурентов;
- организация и проведение пресс-конференций, брифингов, круглых столов.

# PR



## **Программы личного PR:**

- разработка подробной программы личного PR;
- формирование положительного имиджа в глазах целевой аудитории;
- усиление влияния в бизнес-среде и в органах власти;
- увеличение показателя цитируемости персоны;
- организация теле-, радиоинтервью, интервью в печатных и электронных СМИ;
- разработка программы и формата участия в форумах, конференциях, семинарах.

## **Программы антикризисного PR:**

- выявление и устранение проблем в информационном пространстве компании;
- работа с имиджем клиента;
- блокада негативных публикаций в СМИ.



Специалисты **Type Market** коммуницируют со всеми основными СМИ медиа-рынка, имеют опыт совместных проектов с телеканалами: *НТВ «Личный вклад»; РТР «Доброе утро, Россия», ТВЗ, СПОРТ, - рабочие контакты с программами: ОРТ - «Время», «Основной инстинкт», «Времена», «Однако», «Человек и закон»; НТВ - «Сегодня», «Страна и мир», «Женский взгляд О. Пушкиной», «Утро»; РТР - «Доброе утро, Россия», «Вести», телеканал СПОРТ, REN TV – информационная служба, ДТВ, телеканала «Домашний», 5 канал Спб., РБК, ТВЦ «Газетный дождь», «Культура», СТС Спб., телекомпания «ЭХО», телекомпания «МИР», службы новостей ВВС, CNN, «Русского радио», «Русского радио 2», «Радио Монте-Карло», «Маяк», «Авторадио», «Наше радио», Радио России, «Радио Next», «Тройка», «Радио Куранты», «Радио Мегалполис», «Эхо Москвы», «Радио Балтика», «Радио Эрмитаж», «Эльдорадио» и мн. др.*

PR-специалисты **Type Market** :

- постоянно актуализируют сформированные журналистские пулы по различным отраслям;
- тесно взаимодействуют с редакциями гляцевых журналов;
- имеют налаженные связи корреспондентскими бюро иностранных СМИ в России (ТВ, радио, пресса).

# PR. Проекты



## Вывод на рынок нового продукта – журнала «Финанс.»

В 2003 году перед специалистами Агентства стояла задача вывода на рынок нового продукта – журнала «Финанс.». Ниша деловых еженедельников была на тот момент достаточно насыщенной, поэтому от успешности запуска зависела дальнейшее место издания относительно конкурентов.

Эпатажная рекламная кампания «Финанс. – Журнал про то, как делаются деньги!» запомнилась москвичам надолго. Через неделю после размещения 87 постеров на билбордах основных магистралей комитет по наружной рекламе г. Москва отправил рекламному Агентству, занимающимся наружной рекламой, письмо с категорической рекомендацией заменить макет. Подобный вариант развития событий был предусмотрен, поэтому на 75 поверхностях макет заменили, а 12 поверхностей висели с эпатажным макетом до конца рекламной кампании. Об этом инциденте написала вся деловая пресса России. Таким образом, целевая аудитория узнала о новом финансовом еженедельнике.



# PR. Проекты



## PR-поддержка журнала «Семейный Бюджет»

Комплексная PR – поддержка журнала «Семейный бюджет» направлена на две основные целевые аудитории: потенциальных читателей и потенциальных рекламодателей. Формой взаимодействия между компаниями стало Абонентское обслуживание.

Активные действия специалистов креативного агентства **Type Market** направлены сейчас на установление доверительных отношений с целевыми СМИ, в т.ч. на появление журнала в обзорах прессы на ведущих телевизионных каналах и участие в новых ТВ проектах.

Также креативное агентство **Type Market** специально для журнала «Семейный бюджет» разрабатывает концепцию мероприятия для рекламодателей и готовит новогоднюю кампанию по поздравлению партнеров и коллег Издательского дома «Бюджет».



# Marketing & Competitive research



## Marketing and Competitive Research (Маркетинг и конкурентная разведка)

- Данная услуга предназначена для компаний, которым необходима достоверная информация об объеме и структуре рынка, внутренняя информация о поставщиках, клиентах и конкурентах.
- Мы можем предоставить не только общую информацию, но и определить точные факторы успеха Ваших конкурентов.
- Мы специализируемся на проведении сложных исследований, где требуется не оценочная, а максимально точная и достоверная информация.



# Marketing & Competitive research



Креативное агентство **Type Market** проводит исследования по маркетингу и конкурентной разведке Ad Hoc, в следующих направлениях:

- **Исследования отрасли**
- **Разработка позиционирования / Уникальное торговое предложение**
- **Продвижение продукции в канале сбыта**
- **Разработка презентационного пакета для деловых партнеров**
- **Бенчмаркинг**
- **Trade Show Intelligence**
- **Мониторинг удовлетворенности клиентов**
- **Разработка стратегии развития бизнеса**

В качестве одной из форм сотрудничества с клиентами мы предлагаем **Проект долговременного партнерства** - коммуникационная программа, разрабатывается индивидуально для каждого клиента.

В реализации Проекта долговременного партнерства принимают участие все практики Креативного агентства **Type Market**.

# Контакты



**Мы будем рады с Вами сотрудничать!**

## **Наши контакты**

**Тел (495) 508-25-66**

**E-mail [typemarket@mail.ru](mailto:typemarket@mail.ru)**

**[www.type-market.ru](http://www.type-market.ru)**