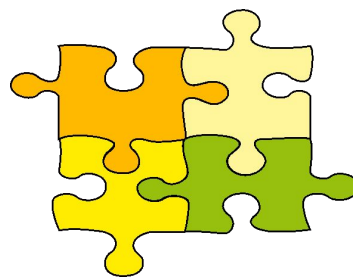


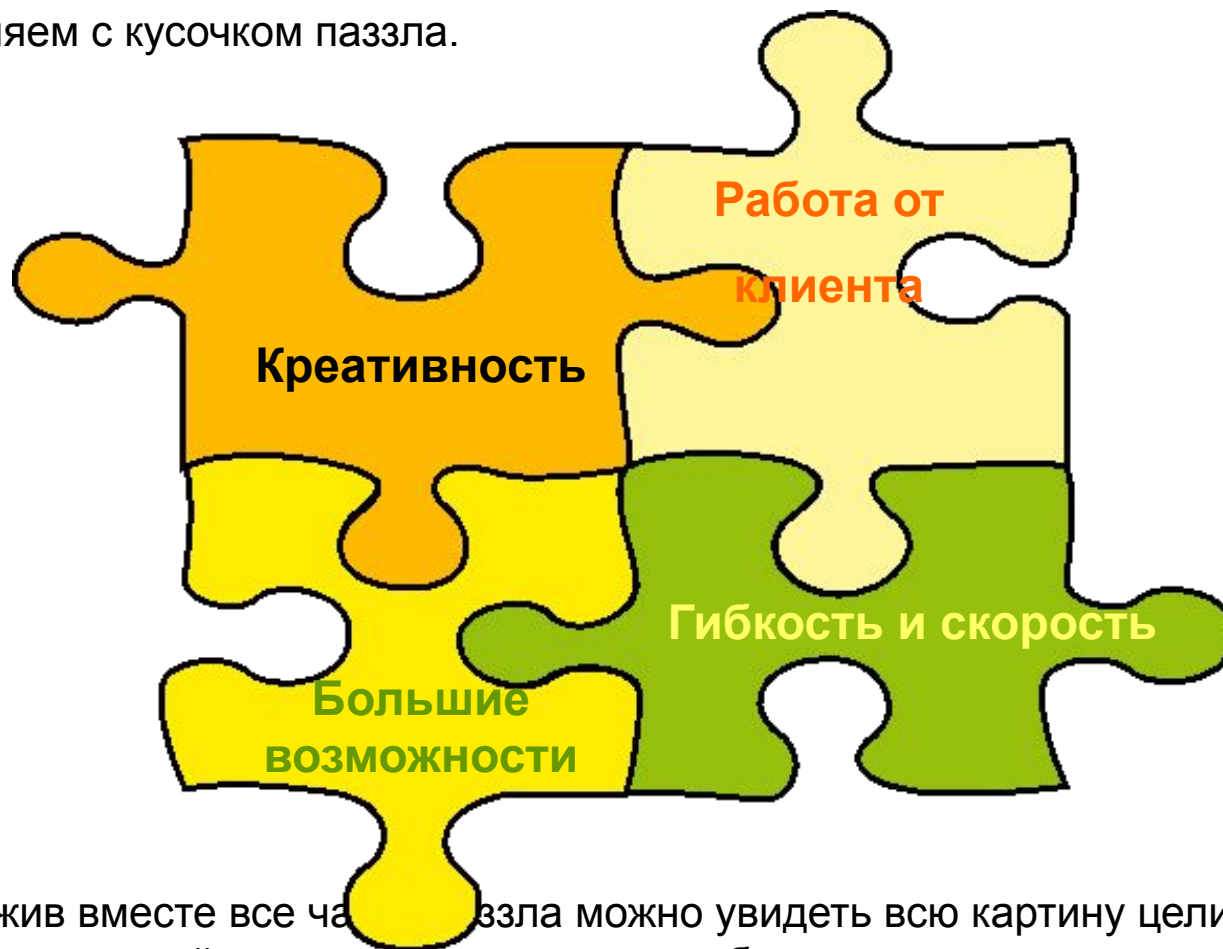
Презентация рекламного агентства

Ambitica

Наш подход



Особенность рекламного агентства «Ambitica» заключается в том, что для решения задач клиента мы используем комплексный подход. Каждый элемент нашего подхода мы отождествляем с кусочком паззла.



Только сложив вместе все части паззла можно увидеть всю картину целиком, так и для проведения успешной рекламной кампании необходимо использовать все возможности вместе.

С каждым клиентом мы работаем индивидуально.

Прежде всего мы проводим тщательный анализ рынка, продукта и его конкурентов.

Основываясь на данных проведенного анализа мы определяем цели рекламной кампании.

Исходя из поставленных целей мы формируем определенную рекламную стратегию.



Для нас нет задач, за решение которых мы побоялись бы взяться.

Самые неожиданные, безумные идеи – мы готовы их проработать или предложить сами.

Мы обладаем ресурсом агентства полного цикла:

- Клиентский отдел
- Креативный отдел
- Исследовательский отдел
- Производственный отдел

Это позволяет нам видеть более общую картину при решении клиентских задач и оперативно предоставлять более расширенные услуги в областях BTL, ambient media, events, internet.



«Ambitica» отличается от крупных сетевых агентств или рекламных холдингов более простой структурой управления, что позволяет ускорить подготовку предложений клиентам, избегая прохождения и утверждения через длинные сети вертикальных коммуникаций.

Мы ненавидим хаос. На каждом этапе проекта, каждый из участников проекта может получить четкую и оперативную картину происходящего.

Мы уважаем дедлайн.

Направления деятельности



Ambient media – это нестандартное размещение рекламы в городской среде. Очень популярное направление в западной рекламе.

Дефиниция **ambient media** предполагает 3 следующих аспекта:

→ **Альтернативный:** понятие «альтернативный» в данном контексте охватывает специфические области среды, в которых проживает целевая аудитория и атмосферу этих областей. Внимание таргет-группы все сложнее завоевать, используя стандартные (ATL) каналы: прессу, радио, телевидение, наружную рекламу и рекламу в кинотеатрах. *Ambient media* напрямую ведет к месту обитания ЦА и достигает ее повсеместно: от метро до супермаркета или бара.

→ **Внешний:** несмотря на характер, близкий к наружной рекламе, *ambient media* отграничиваются от традиционных коммуникативных форм и продвигаются ближе к потребителю – в интимную сферу целевой группы, – разрабатывая новые носители, отличные от классических средств массовой информации в общественных местах.

→ **Поддающийся планированию:** планирование и оценка эффективности *ambient media* выглядят иначе, нежели в классической области. В оценке *ambient media* важным параметром является гомогенность целевой группы и удачность не столько формата, сколько самого размещения и доступности для целевой аудитории. Ставка делается не на количество контактов, а на качество.



Ambient media может использоваться как одновременно с традиционными СМИ, так и автономно. Ключ к успешной *ambient media* кампании – выбор наилучшего доступного формата СМИ и удачное его комбинирование с эффективным сообщением.

Ambient media outdoor







→ BTL вовсе не должен ассоциироваться с унылыми промоутерами в футболках и кепках →

→ Мы считаем, что промо акцию можно превратить в яркий перформанс так, чтобы целевой аудитории было интересно принять в этом участие. Креатив акции с промоутеры в необычной форме привлекают внимание людей, которые получив заряд положительных эмоций стремятся запечатлеть увиденное, рассказать друзьям, выложить фото и видео материалы в интернет.



Приоритетными направлениями деятельности нашего агентства является BTL и ambient media.

Мы постоянно расширяем сферу деятельности агентства и занимаемся:

- Product placement
- Events
- Outdoor
- Internet
- Production



Портфолио



Бренд: «Вольтарен Эмульгель»

Цели рекламной кампании: продвижение геля от боли в спине и мышцах

Концепция: поддержка регионального тура «Танцы на льду» и «Ледниковый период»

Механика: промо активность в фойе, спонсорский пакет, баннеры на бортах

Региональность: Москва, регионы



Бренд: «Nivea»

Цели рекламной кампании: продвижение геля для душа «Happy time»

Концепция: промо акция в бассейнах

Механика: сэмплинг, размещение рекламных плакатов

Региональность: Москва, регионы



Бренд: «Nivea»

Цели рекламной кампании: продвижение продукции для молодой кожи

Концепция: промо акция в кинотеатрах

Механика: сэмплинг

Региональность: Москва, Санкт-Петербург



Бренд: «Ламизил»

Цели рекламной кампании: продвижение противогрибкового средства

Концепция: нестандартное размещение рекламы в бассейнах и фитнес клубах

Механика: стикеры на шкафчиках и напольные стикеры в раздевалках, информационные купоны на стойках администрации

Региональность: Москва



Бренд: «Quelle»

Цели рекламной кампании: продвижение каталогов одежды

Концепция: нестандартное размещение рекламы в парикмахерских

Механика: раскладка каталогов размещение стикеров на зеркалах в парикмахерских

Региональность: Москва



Бренд: «CibaVision»

Цели рекламной кампании: продвижение контактных линз

Концепция: нестандартное размещение рекламы в туалетах кафе и в кабинках соляриев

Механика: размещение стикеров на зеркалах в туалетах кафе и в кабинках соляриев

Региональность: Москва, регионы



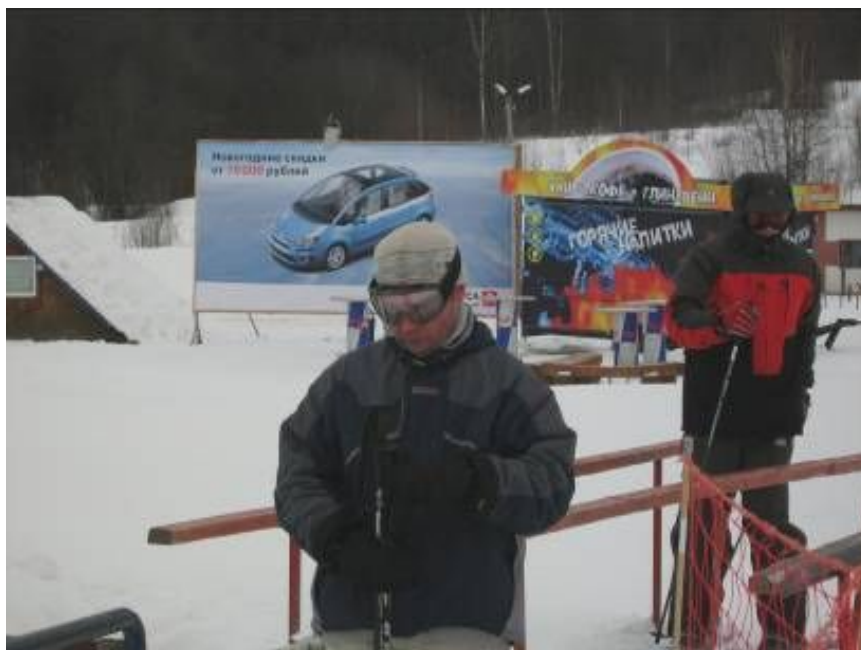
Бренд: «Citroen»

Цели рекламной кампании: продвижение автомобиля Citroen C4

Концепция: размещение рекламы на лыжных склонах Подмосковья

Механика: размещение щитов и сити-форматов на территории Сорочан и Волена

Региональность: Москва



Бренд: «Quelle»

Цели рекламной кампании: продвижение каталогов одежды

Концепция: нестандартное размещение рекламы в поездах

Механика: раскладка каталогов в купе

Региональность: Москва



