

НЕЗАВИСИМОЕ КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО MIGEL AGENCY

migel.

MIGEL AGENCY

КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО

SMM, Digital, PR и креативный Performance Marketing для смелых брендов,
готовых задавать правила игры на своих рынках

MIGEL AGENCY

— это **полносервисное
коммуникационное агентство**
с маркетинговой экспертизой в 360°.

У нас нет конвейера и шаблонов.
Мы с самого начала общения
глубоко погружаемся в бизнес
клиента, проводим маркетинговые
исследования и разрабатываем
индивидуальные
коммуникационные стратегии.



5

лет на рынке

35+

отраслевых наград

20+

компаний -
воркшопы для B2B

93%

NPS клиентов

15+

собственных мероприятий
и интеграций

45

сотрудников

2

офиса:
Москва и Дубай

38

клиентов

410+

реализованных задач
на повышение охвата

80+

публикаций

8

профильных
отделов

184+

реализованных
проектов

360°

экспертиза

135+

реализованных
задач на
конверсию

**B2B & B2C
экспертиза**

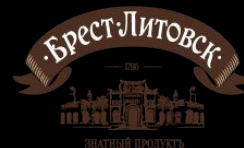
**+
гибкие рейты**



OZON



HAVAL



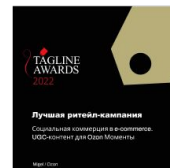
SHEIN



OZON travel



TEOS



Los Angeles CineFest,
 Film Festival, Tagline,
 Золотой кадр и еще 30+
 международных наград

За 2020-2022 годы нам
удалось сохранить команду,
несмотря на все трудности



НАШИ БЛОГИ

↔ [MIGEL AGENCY MAGAZINE](#)

↔ [UNO.DOS.TRENDS/БЛОГ](#)

↔ [Дарья Мигель \(VC\)](#)

↔ [Дарья Мигель \(Sostav\)](#)

За 2021 и 2022 год мы опубликовали более **80 материалов**, нас читает порядка 5000 человек, провели более **15 мероприятий** с совокупной аудиторией более **10 000 слушателей.**

<p>COMMUNITY MANAGEMENT: ПРАВИЛА ОБЩЕНИЯ С ПОДПИСЧИКАМИ</p> <p>29/03/2022</p> <p>Комьюнити менеджмент: правила общения с подписчиками</p>	<p>ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА ТИПОГРАФИКИ</p> <p>16/03/2022</p> <p>Основные правила типографики</p>	<p>ПРОВЕДЕНИЕ БИЗНЕС-ЗАВТРАКОВ, ВОРК-ШОПОВ И ДРУГИХ МЕРОПРИЯТИЙ</p> <p>12/01/2022</p> <p>Проведение бизнес-завтраков, воркшопов и других мероприятий</p> <p>ОПЫТ MIGEL</p>	
<p>SOCIAL E-COMMERCE: ПОПУЛЯРНЫЕ МЕХАНИКИ, СОВЕТЫ БРЕНДАМ</p> <p>08-09-2022</p> <p>uno dos trends.</p> <p>Social e-commerce: популярные механики, советы брендам</p> <p>Вы когда-нибудь «ловили» то, что скроллите ленту маркетплейса, как будто Amazon, ASOS или Ozon Instagram? Если да, спешите обрадоваться: в этом вы не одиноки. И маркетплейсы нуждаются в вашем времени и внимании. В эпоху, когда социальные сети уже не продают, e-commerce обзаводится собственными правилами.</p> <p>ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА</p>	<p>ЧТО ТАКОЕ ТЕХНИКИ КРЕАТИВНОГО МЫШЛЕНИЯ И ЗАЧЕМ ОНИ НУЖНЫ?</p> <p>12/01/2022</p> <p>Что такое техники креативного мышления и зачем они нужны?</p>	<p>PERFORMANCE МАРКЕТИНГ: ГЛАВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ</p> <p>12/01/2022</p> <p>Performance-маркетинг: главные инструменты</p>	<p>10 ФОРМУЛ НАПИСАНИЯ ТЕКСТА</p> <p>22/11/2021</p> <p>10 формул написания текста</p> <p>ПРАВИЛА УДАЧНОГО КОПИРАЙТИНГА</p>
<p>КАК ПРОВЕСТИ КАЧЕСТВЕННОЕ МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ</p> <p>22/10/2021</p> <p>Как провести качественное маркетинговое исследование</p>	<p>КАК СОЗДАТЬ КРЕПКОЕ КОМЬЮНИТИ ВНУТРИ ТВОРЧЕСКОГО КОЛЛЕКТИВА</p> <p>30/09/2021</p> <p>Как создать крепкое комьюнити внутри творческого коллектива</p>	<p>КАК ПОЛУЧИТЬ ПОЛЕЗНЫЙ ФИДБЕК</p> <p>12/09/2021</p> <p>Как получить полезный фидбек</p> <p>РАБОТА БРЕНДА С АУДИТОРИЕЙ</p>	

СТАТЬИ В СМИ

- 1) [Есть контакт: какие каналы коммуникации выбрать офлайн-магазинам, чтобы сохранить близость к клиенту \(Cossa\)](#)
- 2) [Спецпроект «Digital в медиабизнесе». Гайд по продвижению в подкастах и использованию аудиорекламы в интернете \(Cossa\)](#)
- 3) [Пять способов увеличить продажи на маркетплейсе \(MarketMedia\)](#)
- 4) [Чего от дополнительного образования ждут миллениалы и поколение X \(Quokka media\)](#)
- 5) [Какие каналы коммуникации использовать магазинам: мнение аудитории \(CMS magazine\)](#)
- 6) [Лиды и лидогенерация: как бизнесу привлечь потенциальных покупателей \(Roistat.Blog\)](#)
- 7) [Опрос показал, что россияне испытывают стресс при офлайн-шопинге, но все равно идут в супермаркеты \(Rusbase\)](#)

Cossa

[← на главную спецпроекта](#)

Гайд по продвижению в подкастах и использованию аудиорекламы в интернете

Как сделать так, чтобы аудитория в прямом смысле услышала сообщение бренда? Специалисты MIGEL AGENCY составили подробный гайд по диджитал-аудиорекламе.

Дарья Мигель 17 июл 2022

UGC становится профессиональным контентом?

Дарья Мигель, автор статей и преподаватель интернет-общества в блогах, интернет-маркетинга...

Почти 8 миллиардов человек на планете используют социальные платформы. Поэтому, если вы хотите получить больше лайков и охватить его охваты, лучше начать создавать контент. Но как это сделать? Ведь быть в соцсетях важно не только для развлечения, но и для заработка. Многие блогеры, создатели контента и тысячи авторов в среднем за несколько месяцев и зарабатывают. Почему? Потому что с помощью профессионального контента они выигрывают конкуренцию.

UGC СТАНОВИТСЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ КОНТЕНТОМ?

Маркетинг Дарья Мигель 22 июл

Как быть, если быть нельзя. Что стоит знать о работе с блогерами сегодня?

Почти уже достаточно времени для того, чтобы максимально адаптироваться к новым реалиям, связанные с социальными медиа. И если рекламные социальные сети продолжают развиваться и каждый месяц выводят обновления, то дела с социальными сетями, доступ к которым ограничен государством, обещают только хуже. УЖЕ обстоит иначе.

НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ ИНФЛЮЕНСЕР-МАРКЕТИНГА

Маркетинг Дарья Мигель 31 июл

Тренды онлайн-продаж: какие инструменты из соцсетей используют маркетплейсы

Для выяснения (и впоследствии — и для успешного осуществления) на любом рынке важно не только оставаться в курсе событий и быть за умностью, но и уметь обмениваться опытом с теми, чьи знания и практические решения могут быть полезны.

ТRENДЫ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ: КАКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ ИЗ СОЦСЕТЕЙ ИСПОЛЬЗУЮТ МАРКЕТПЛЕЙСЫ

ECCOM x migel.

Sostav БЛОГИ СПЕЦПРОСЬБЫ РЕЙТИНГИ КАТАЛОГИ ИНТЕРВЬЮ АКТУАЛИИ

Жизнь Дарья Мигель

Наша жизнь 80% состоит из работы. Поэтому важно уметь работать в режиме стресса.

Владимир Путин объявил о введении санкций в отношении РФ до 30.09.2022 года.

Финансовые трудности и высокие цены делают ситуацию сложной на 30.09.

Маркетплейсы взяли пример с соцсетей

После нескольких годов работы в продажах, маркетплейсы начинают адаптироваться и проводить вертикальные выкладки. Пользователи приходят на сайты-магазины не только за покупками, но и ради вдохновения.

Креативный директор Migel Agency Дарья Мигель и исполнительный директор Ольга и Павел Рубинич рассказали, как использовать новые тренды в онлайн-торговле и какие российские решения подойдут для продаж в интернете в новых реалиях.

Дарья Мигель
Тренды, онлайн-продажи, в контенте, маркетинговые, social-стратегии

SBlogS

Пять способов увеличить продажи на маркетплейсе

04 АВГУСТА 2022

Дарья Мигель
Креативный директор коммуникационного агентства Migel Agency

Продуктовая карточка — лицо товара на маркетплейсе. Чем она интереснее и содержательнее, тем проще клиенту принимать решение о покупке. Как с помощью самого разнообразного контента привлечь покупателя к вашему товару в интернете, объясняет креативный директор MIGEL AGENCY Дарья Мигель.

Дарья Мигель 19 июл 2022

5 важных вопросов аудитории образовательных курсов: EdTech-исследование MIGEL AGENCY

Маркетинговые и социологические исследования

Вне зависимости от того, является ли вы новым игроком на EdTech-рынке или ваш образовательный проект работает уже не первый год, опираться на статистику предпочтений аудитории необходимо. Все потому, что на фоне мировой повести потребности, пожелания и настроения студентов потенциальных студентов могут меняться, а конкуренты в это время не будут стоять на месте, разрабатывая новые направления. — **Дарья Мигель**

5 ВАЖНЫХ ВОПРОСОВ АУДИТОРИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ КУРСОВ

EDTECH-ИССЛЕДОВАНИЕ

migel.

Дарья Мигель 16 июл

10 трендов коммуникационного дизайна в 2022 году

ТRENДЫ ТRENДЫ ТRENДЫ ТRENДЫ ТRENДЫ ТRENДЫ ТRENДЫ ТRENДЫ ТRENДЫ ТRENДЫ

ДИЗАЙНА ДИЗАЙНА ДИЗАЙНА ДИЗАЙНА ДИЗАЙНА ДИЗАЙНА

Ежедневно нам приходится обрабатывать настолько огромный поток информации, что наш разум упускает значительную часть того, что мы видим и слышим. Мы фокусируемся только на том, что приносит практическую пользу, а ненужное — обрасываем. Стоит ли говорить о том, что из-за обилия рекламы в социальных сетях пользователи научились практически...

Adindex

16 ноября 2022 | 15:34

Migel Agency запустили новый продукт и митап о digital в Q4

Полносервисное коммуникационное агентство Migel Agency запускает новый продукт на международном рынке. Этой осенью в Q4 начал свою работу UGC&Creator ADS проект uno.dos.trends

UGC VIDEO CONTENT AT SCALE

COSSA

Статьи Новости События Вакансии Спецпросьбы Блоги Рейтинги Ресурсы

СДЕЛАЙ РЕКЛАМУ ЭФФЕКТИВНОЙ

Подключай МегаФон Target

37% россиян как минимум один раз бросали курсы: EdTech-исследование от MIGEL AGENCY

Команда коммуникационного агентства MIGEL AGENCY провела собственное исследование EdTech-индустрии, чтобы выяснить, какие направления курсов особенно актуальны для аудитории сейчас и почему не все студенты проходят обучение до конца.

Популярные новости: 80% бюджета мобильной игры тратится на ее продвижение, 22 декабря 2022, 16:16

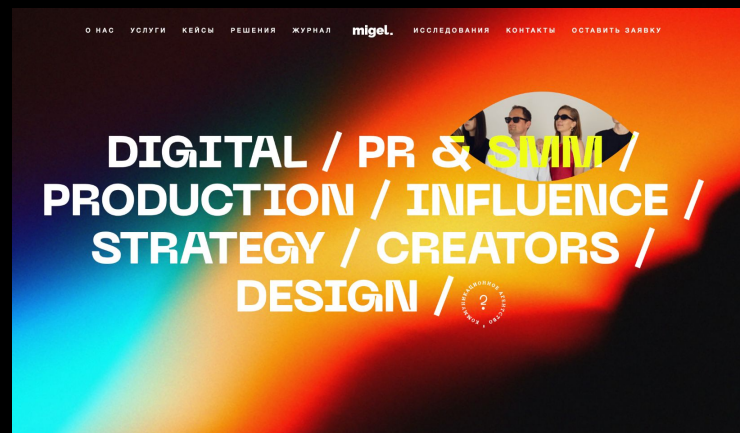
Какие специальности на маркетинге востребованы и почему? 22 декабря 2022, 12:07

Сколько трендсеттеров в России? 22 декабря 2022, 12:07

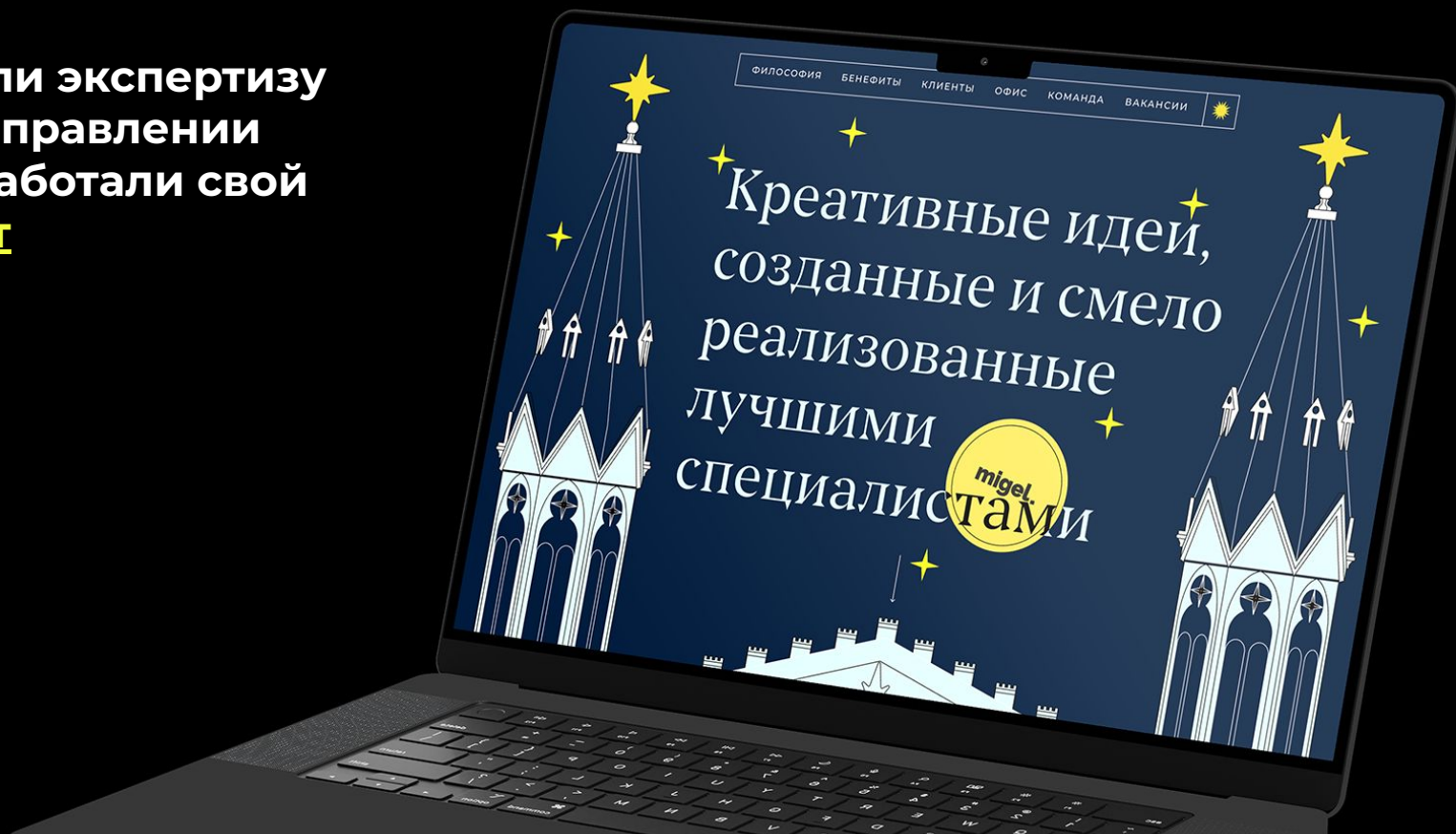
В числе наиболее востребованных участников исследования выделили три направления: иностранные языки (38% респондентов), международный маркетинг (20%), IT-маркетинг (16%).

50Т на новых страницах рейтинга Adindex

В 2022 году мы провели **ребрендинг агентства** и усилили экспертизу в дизайне (и тут же забрали за это серебро в премии Tagline Awards)



Усилили экспертизу
в hr-направлении
и разработали свой
hr-сайт



НАШИ КЕЙСЫ



SHEIN — китайский фэшн-ритейлер, один из мировых лидеров сферы быстрой моды. Для продвижения бренда на рынке России мы провели спецпроект: разработали капсульную коллекцию и запустили интеграцию с амбассадором @lynacom_2000.

Периоды: сентябрь 2021 – январь 2022

РЕЗУЛЬТАТЫ:

24 937 737 — Охват публикаций в аккаунте блогера
11 298 300 — Просмотры роликов в TikTok



Золото на премии Tagline в номинации «Кампании / креатив — Спецпроекты с блогерами» 2022



DIGITAL / PR & SMM /
PRODUCTION / INFLUENCE /
STRATEGY / CREATORS /
DESIGN /



РЕБРЕНДИНГ

РЕБРЕНДИНГ MIGEL

Перед инхаус дизайн-командой MIGEL AGENCY стояла задача сконцентрироваться на ценностях, показать характер агентства и отразить это

в новом фирменном стиле. Этапы ребрендинга:

- исследование рынка и бренда;
- репозиционирование;
- рестайлинг;
- внедрение.

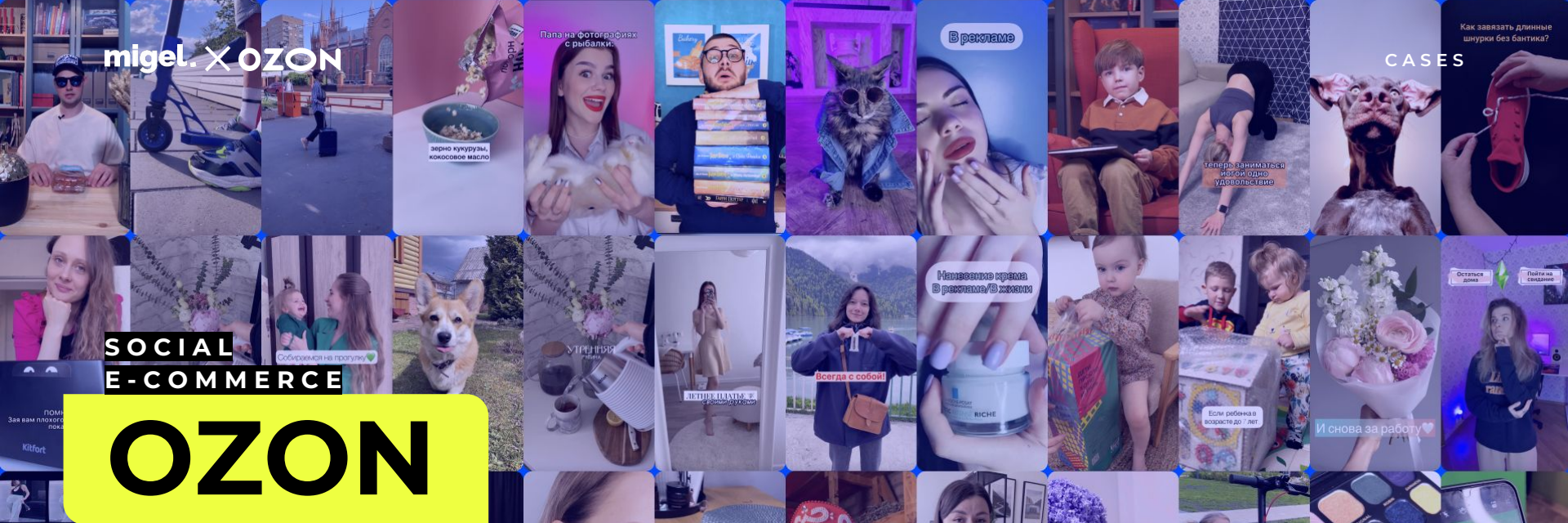
Периоды: ноябрь 2021 – апрель 2022

РЕЗУЛЬТАТЫ:

В результате мы обновили сайт, соцсети и логотип агентства, а также разработали брендбук, адаптивные шаблоны-конструкторы презентаций, иконки, мерч, и фирстиль для фото- и видеоматериалов.



Серебро на премии Tagline в номинации «Совершенное исполнение (КРАФТ) — Лучший дизайн или интерактивный брендинг» 2022



Теперь пользователи приходят на **Ozon** не только за покупкой, а ещё и ради вдохновения. Для этого в течение 5 месяцев вместе с маркетплейсом мы работали над запуском e-commerce проекта Ozon Моменты.

Периоды: декабрь 2021 – август 2022

РЕЗУЛЬТАТЫ:

400+ креаторов, привлеченных на платформу за 5 месяцев работы.

11 000+ размещенных видеороликов.

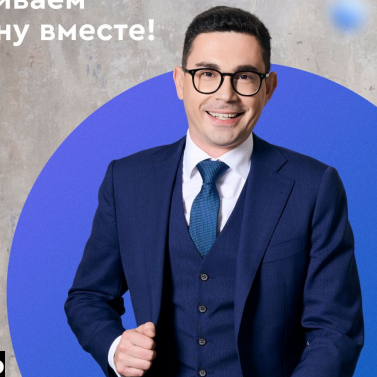


Бронза на премии Tagline в номинации «Кампании / креатив — Ритейл и e-commerce» 2022

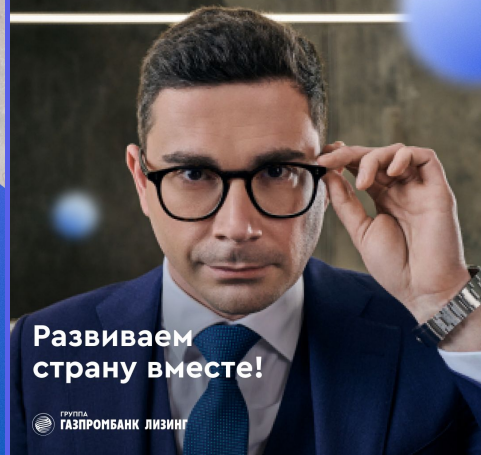
migel. X

ГРУППА
ГАЗПРОМБАНК ЛИЗИНГ

ГАЗПРОМБАНК ЛИЗИНГ
Развиваем
страну вместе!



АМБАССАДОР

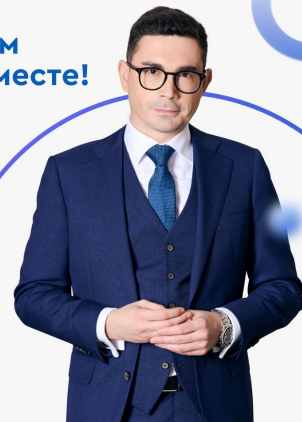


Развиваем
страну вместе!

ГРУППА
ГАЗПРОМБАНК ЛИЗИНГ

ГРУППА
ГАЗПРОМБАНК ЛИЗИНГ

Развиваем
страну вместе!



ГАЗПРОМБАНК ЛИЗИНГ

Для повышения узнаваемости бренда и выхода на новый уровень позиционирования на рынке и медиа был разработан фото и видеоконтент с амбассадором бренда Кириллом Токаревым. Продвижение осуществлялось с помощью посевов в отраслевых TG-каналах и VK-сообществах, также была запущена реклама в Yandex РСЯ и таргет в VK.

Периоды: сентябрь 2022 – январь 2023

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Был снят видеоролик с амбассадором, разработаны статичные макеты, которые размещались в посевах и РСЯ.

Посевы

15 отраслевых
TG-каналов
12 VK-сообществ

РСЯ

6 152 968 показы
5 460 029 охват

Таргет VK

1 480 971 показы
1 036 255 охват

242 898 охват за 6 недель

Вывод:

migel. X Avito

CASES

Сделать один ролик легко,
главное поставить
производство на поток

SOCIAL
E-COMMERCE

AVITO



Для **AVITO** мы организовали офлайн-обучение селлеров (с теорией и практикой) производству видеоконтента с товарами для маркетплейса.

РЕЗУЛЬТАТЫ:

За 6 часов первого воркшопа 100 селлеров смогли создать более 100 готовых для загрузки на платформу Avito **UGC-роликов**.

Периоды: июль 2022 – настоящее время



Школе английского языка **Skyeng** команда агентства помогла провести тестовый запуск новых продуктов — платформ Life и Talks — на итальянском рынке. Разработали креативы и провели А/В тесты.

Периоды: июнь 2022 – август 2022

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Разработка креативов, таргетинг в Италии и Испании с:

- **1 050 000** охватов
- **7,7%** конверсии в лиды
- стоимость лида **12\$**

SOCIAL

KASPERSKY

С помощью посевов в тг каналах мы увеличивали узнаваемость бренда и его продуктов, привлекали новую аудиторию и работали над поддержанием имиджа.

РЕЗУЛЬТАТЫ:

- **276к+** — суммарный охват в тг-каналах
- **600+** — репостов

Периоды: июль 2022 – настоящее время



Чтобы подчеркнуть философию и характер проекта: яркого, смелого, современного и инновационного проекта uno.dos.trends (создание видеоконтента для e- и s-commerce), мы провели масштабный ребрендинг.

РЕЗУЛЬТАТЫ:

В рамках ребрендинга были созданы:

- технологичный сайт-презентация проекта с нелинейной версткой,
- презентационные материалы,
- оформление социальных сетей.

Периоды: сентябрь 2022 – декабрь 2023

КОНЦЕПТ. КРЕАТИВ

ЗДРАВСИТИ

Для онлайн сервиса по заказу лекарств «Здравсити» мы работали над созданием креатива для OLV ролика, который решал задачи повышения узнаваемости бренда, привлечения новой аудитории, а также побуждения к совершению покупки.

Периоды: август 2022

РЕЗУЛЬТАТЫ:

1 концепция: «Здравсити» – город лекарств»

В ролике «Здравсити» становится настоящим городом, в котором живут и — что важно — работают разные лекарственные средства. Они выглядят в соответствии со свойствами и оперативно отправляются на «задания», что подчеркивает скорость и клиентоориентированность сервиса.

2 концепция: «Ценность взаимной заботы»

Главная героиня ролика — женщина, в роли дочери, жены и мамы, от начала до конца показали линию семейных ценностей. Мы отразили суперсилу главной героини — умение и желание заботиться о своих близких, и ценность тех моментов, когда любовь и забота возвращаются к человеку, порой в самый неожиданный момент.



РАЗРАБОТКА ИМИДЖА

ТАФАЛГИН

Новому обезболивающему препарату «Тафалгин» от фармацевтической компании Сотекс мы создали визуальную стилистику, которая адаптировалась под различные носители для его продвижения.

Периоды: октябрь 2022

Первый и единственный* пептидный препарат из группы «прочие анальгетики» для лечения выраженной и умеренной боли, в том числе при злокачественных новообразованиях.




* Данный обезболивающий препарат подпадает под патентное законодательство. Это позволяет быстро выявить любую информацию по безопасности, эффективности и другим аспектам, характеризующим препарат и способам приема, а также рассмотреть возможные альтернативные варианты.

Регистрационный номер: ПД №000191/01-Р/02 от 19.07.2022.
Действующее вещество: Тапалфин.
Формы выпуска: Таблетки.
Фармакологическая группа: Прочие анальгетики.
Фармакодинамика: Тапалфин является пептидным препаратом, который действует на рецепторы в центральной нервной системе, вызывая анальгезию. Он не оказывает влияния на сердечно-сосудистую систему, желудочно-кишечный тракт, почки и печень. Тапалфин не вызывает привыкания и не имеет седативного эффекта.
Фармакокинетика: Тапалфин быстро всасывается в желудочно-кишечном тракте. Его период полураспада составляет около 1 часа. Тапалфин выводится из организма в основном с мочой.
Показания к применению: Тапалфин применяется для лечения выраженной и умеренной боли, в том числе при злокачественных новообразованиях.
Противопоказания: Тапалфин противопоказан при беременности, лактации, а также у пациентов с тяжелой почечной недостаточностью.
Побочные эффекты: Тапалфин может вызывать тошноту, рвоту, диарею, головную боль, головокружение, сонливость и другие побочные эффекты.
Взаимодействие с другими препаратами: Тапалфин не взаимодействует с другими препаратами.
Условия хранения: Тапалфин хранят в сухом, защищенном от света месте при температуре от 15°C до 25°C.
Срок годности: 3 года.
Условия отпуска: Тапалфин отпускается по рецепту врача.

СОТЕКС ЗАО «ФармФарм» (Сотекс), 113281, Россия, Москва, Кавказское шоссе, д. 25, стр. 4, стр. 7
Т: +7 (495) 231-1581, 231-1582
info@cotex.ru
www.cotex.ru
УИН: 7707083892

СОБРАТЬ О НЕКАЧЕСТВЕННЫХ ВЕЩАХ
ПРОСЬБА СООБЩИТЬ ВАМПОМОЩНИКА
ЗАО «ИМАФАРМ» (Сотекс)
Удобный для вас канал
и бесплатный телефон
ПРОСЬБА



Первый и единственный пептидный препарат из группы «прочие анальгетики» для лечения выраженной и умеренной боли, в том числе при злокачественных новообразованиях.



Общая характеристика лекарственного препарата Тафалгин ЛП №0010399-(P.R.U.) от 19.07.2022

СОТЕКС ЗАО «ФармФарм» (Сотекс), 113281, Россия, Кавказское шоссе, д. 25, стр. 4, стр. 7, Т: +7 (495) 231-1581, Факс: +7 (495) 231-1579, www.cotex.ru
Информация для медицинских и фармацевтических конференций.

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Разработали key visuals, рекламный модуль в журнал и roll-up для медицинской конференции.



Дом там, где ты



ДОБРОГРАД

Доброград - новый российский город, где благодаря современным технологиям и передовой урбанистике создаются максимально комфортные условия для жизни, работы и самореализации человека. Для привлечения жителей в Доброград была разработана рекламная стратегия на 360°.

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Была разработана рекламная стратегия на 360°, придуман слоган и визуальная концепция, рекламные креативы и сценарий OLV ролика.

Периоды: июнь 2022



СПЕЦПРОЕКТ

САВУШКИН

«Савушкин продукт» — лидер молочной отрасли Республики Беларусь. Для продвижения брендов компании «Брест-Литовск» и TEOS мы провели промокампанию в соцсетях с трансляцией их философии и ценностей.

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Суммарный охват кампании: **1 667 638 человек.**

Охват публикаций с брендом «Брест-Литовск»: **952 591.**

Охват публикаций с брендом TEOS: **715 047.**

Периоды: сентябрь 2021 – январь 2022

PERFORMANCE-MARKETING
ЧЕРЕЗ LIVESTREAMING

ДЕТСКИЙ МИР

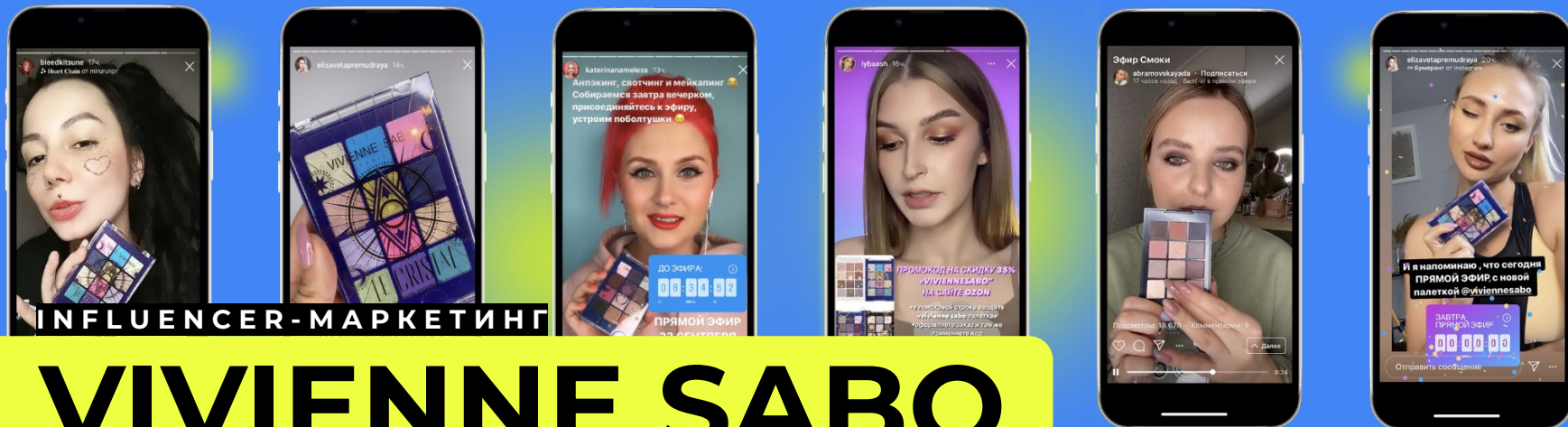
Серия прямых эфиров (от разработки концепции до проведения и технического сопровождения трансляций) для брендов **Hasbro**, **«КотМарКот»**, **Nutricia**, и **Fisher Price**, представленных на маркетплейсе.

Периоды: июнь 2021 – октябрь 2021

РЕЗУЛЬТАТЫ:

По итогам первого эфира для Hasbro:

- мы собрали **>5 тыс.** зрителей онлайн (**14 тыс.** посмотрели в записи);
- кнопку «Купить» онлайн нажал **261** зритель (при просмотре записи **>500**);
- конверсия из зрителя в целевое действие составила **5.17%** (в 2,5 раза выше средних показателей)/



Общение в прямом эфире — лучшее решение для сближения с аудиторией. Именно поэтому livestreaming стал ключевым инструментом в кампании по продвижению новой коллекции теней для век Palette Magique от **Vivienne Sabo**.

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Количество проведенных прямых эфиров: **40**
 Количество постов и сторис с анонсами: **13** и **167**
 соответственно.
 Количество зрителей: **260 000+**.
 Рост продаж в интернет-магазинах «Рив Гош»,
 «Золотое Яблоко» и Ozon: от **68%** до **7 700%**.

Периоды: июнь 2021 – июль 2021



INFLUENCER-МАРКЕТИНГ

ПОЧТА БАНК

В коллаборации с блогерами мы реализовывали 2 проекта:

- ★ **Приложение «Почта Банк».** Привлечение молодой аудитории к скачиванию;
- ★ **Кредитование.** Продвижению услуги «Кредит на строительство».

Периоды: июнь 2021 – октябрь 2021

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Приложение «Почта Банк»:

Количество установок приложения: **1 500.**

Охваты: публикации в ленте — **191 142**; сторис — **35 450.**

Услуга кредитования:

Охваты: публикации в ленте — **381 600**; сторис — **90 629.**



**SMM/ PRODUCTION
/ ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА**

FIX PRICE

С помощью видеоконтента для аккаунтов **Fix Price в TikTok и YouTube (а впоследствии и для VK, VK Клипы и Яндекс.Дзен)** увеличиваем лояльность ЦА бренда и привлекаем новую аудиторию.

Периоды: январь 2021 – настоящее время

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Аккаунты бренда в TikTok и YouTube (в период с мая 2021 по апрель 2022 года): подписки — **55 351**; просмотры — **24 836 612**; охват — **12 602 567**.

Стоимость за подписчика в TikTok (по результатам РК) — **5 рублей**.

Аккаунты бренда в VK и Яндекс.Дзен (за первые 2 недели работы): просмотры — **1 559 984**; охват — **1 365 702**.

PRODUCTION / АЙДЕНТИКА

ГК РОСТ

Минимализм, яркость, простота — три главных характеристики **ГК Рост**, на которые мы ориентировались в процессе создания визуальной стилистики и фотостила для бренда.

Периоды: май 2021 – октябрь 2021

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Для ГК Рост были созданы визуальная айдентика и материалы для оформления аккаунтов в социальных сетях (на основе съемки, проведенной по авторскому концепту).



migel. x BANDI

BANDI

CASES

SMM/PRODUCTION/ТАРГЕТИРОВАННАЯ
РЕКЛАМА/INFLUENCER-МАРКЕТИНГ

BANDI RUSSIA

BANDI — лидер профессионального рынка ногтевой косметики из Кореи.

Для продвижения компании, разрабатывающей экологичные нейл-продукты, мы использовали комплексный подход.

Периоды: январь 2021 – декабрь 2021

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Суммарный охват за полгода сотрудничества по 5 рекламным кампаниям: **1 000 000+**

Показы в социальной сети: **2 350 901.**

Снижение стоимости целевых действий в РК на лидогенерацию: **в 2,5 раза.**

PRODUCTION

PERFECT DERMA

В работе с брендом **Perfect Derma** мы ориентировались на две ключевые задачи: при запуске продукта на российском рынке подчеркнуть аптечность средств, не переходя в категорию лечебной косметики: уйти от ассоциации с этническими индийскими корнями бренда.

Периоды: апрель 2021 – июнь 2021

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Для бренда Perfect Derma была проведена съемка по авторскому концепту.

PERFORMANCE - MARKETING

AGE OF INNOCENCE

Продвижение европейского бренда премиальной обуви **на рынках Америки, Азии, ОАЭ, UK и Middle East**. Для каждого региона были подготовлены креативы с учетом особенностей его культуры.

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Увеличение объема продаж на **30%** благодаря настройке и оптимизации связки между FB/IG и Google (контекст).

SMM / PRODUCTION / INFLUENCER-MARKETING

ЖАЖДА КРОВИ

С мясным рестораном премиум-класса «Жажда крови» мы работали с самого открытия: провели масштабную рекламную кампанию, приуроченную к старту работ, после чего работали над формированием и поддержанием имиджа.

Периоды: сентябрь 2019 – июль 2022

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Количество просмотров контента: за год активного постинга — **11 465 374**; за новый период — **564 674**. Количество подписок: **30 000+**. Увеличение охватов после спада на фоне блокировки Instagram: **с 3 168 до 20 027** (апрель-май 2022)

Охват influence-кампании: **9 000 000+**

Бронза на премии Tagline в номинации «Лучшее Social Media в сфере услуг» 2020-2021



ИССЛЕДОВАНИЯ



migel

ИССЛЕДОВАНИЯ

ИССЛЕДОВАНИЕ

ED-TECH ДЛИННОЙ В ЖИЗНЬ

Даты: март-апрель 2022 года

ЦА: женщины и мужчины, 18-55 лет, проходившие обучение на курсах.

[Подробнее — на сайте.](#)



Золото на премии Tagline в номинации «Сапожник с сапогами — Маркетинговое исследование» 2022

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Чаще всего курсы проходят для **повышения квалификации и расширения компетенций.**

3 самых популярных образовательных направления — **иностраннные языки, менеджмент/управление, IT/программирование.**

Гарантированное трудоустройство и поддержка со стороны преподавателей/однокурсников мотивируют не бросать курсы.

ИССЛЕДОВАНИЕ

НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ BEAUTY-ИНДУСТРИИ

Даты: май — июнь 2020 года

ЦА: женщины, 18-40 лет

[Подробнее — на сайте.](#)



Бронза на премии Tagline в номинации
«Лучшее исследование» 2020-2021

РЕЗУЛЬТАТЫ:

В период самоизоляции потребители стали **чаще покупать уходовую, а не декоративную косметику.**

Поиск косметики чаще всего **начинается с просмотра видеообзоров в интернете.**

Популярность онлайн-шопинга продолжит расти и после пандемии.



ИЗМЕНЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ И ВЛИЯНИЕ
СОЦСЕТЕЙ НА ПОКУПКУ КОСМЕТИКИ В 2021 ГОДУ

BEAUTY 2.0

Даты: апрель 2021 года (продолжение исследования «Красота во время пандемии»)

ЦА: женщины, 18-40 лет

[Подробнее — на сайте.](#)

РЕЗУЛЬТАТЫ:

В период самоизоляции потребители стали **чаще покупать уходовую, а не декоративную косметику.**

Поиск косметики чаще всего **начинается с просмотра видеообзоров в интернете.**

Популярность онлайн-шопинга продолжит расти и после пандемии.

ИССЛЕДОВАНИЕ

РИТЕЙЛ И БРЕНДЫ

Даты: август 2021 года

ЦА: женщины и мужчины, 18-55 лет

[Подробнее — на сайте.](#)

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Покупать продукты аудитория предпочитает офлайн (относится и к мелким, и к крупным закупкам);

При выборе магазина большинство покупателей **ориентируется на уровень цен, ассортимент и близость к дому.**

Собственные мобильные приложения и листовки/брошюры — самые популярные источники информации от магазинов.



migel.

MIGEL.AGENCY

КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО

**Готовы ответить на ваши вопросы
и приступить к работе**

info@migel.agency

www.migel.agency

+ 7 (495) 177-57-21

Москва, ул. Садовническая, 9.



[MIGEL.AGENCY](#)



[Яндекс.Дзен](#)



[TikTok](#)



[Telegram](#)



[Facebook](#)



[Вконтакте](#)



[Instagram](#)



[VC.ru](#)