



d'Alba
p i e d m o n t

×

WHY. B.
CONSULT

ПРЕСС-ТУР, О КОТОРОМ ГОВОРЯТ

WHYBCONSULT.RU

d'Alba В ИТАЛИИ: ПРЕСС-ТУР, О КОТОРОМ ГОВОРЯТ

Глобальная кампания по продвижению линейки SPF от d'Alba с участием Ирины Шейк набрала охват ~60 млн

ПРЕМИЯ RUWARD

Точка зрения рынка

Диджитал-маркетинг

Кейс года – Инфлюенсер-маркетинг



d'Alba

ПРЕМИАЛЬНЫЙ УХОД ЗА КОЖЕЙ
НА ОСНОВЕ ЭКСТРАКТА ИТАЛЬЯНСКОГО
БЕЛОГО ТРЮФЕЛЯ С ПРИМЕНЕНИЕМ
СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.

Уход сочетает классическую итальянскую элегантность
с современным шиком и роскошью.

Продукты d'Alba есть в странах СНГ, США, Европе
и Азии.



МЫ РАБОТАЕМ С d'Alba УЖЕ 3 ГОДА И ЗА ЭТО ВРЕМЯ ПОЛНОСТЬЮ ПОГРУЗИЛИСЬ В СПЕЦИФИКУ БРЕНДА:

организовывали пресс-туры в Италии и Корее

запускали эффектные коллаборации

работали со СМИ и инфлюенсерами

проводили мероприятия

В преддверии лета 2025 d'Alba объявил о запуске новой весенней кампании SPF, а лицом бренда стала Ирина Шейк.

d'Alba обратился к нам с просьбой помочь в организации и сопровождении гостей в глобальном пресс-туре в Италию на озеро Комо в честь запуска новой продукции.



РЕШЕНИЕ

ПЕРЕД НАМИ СТОЯЛА ЗАДАЧА СОЗДАТЬ ЖИВОЙ И ЗАПОМИНАЮЩИЙСЯ ОПЫТ, СФОРМИРОВАТЬ ЭМОЦИОНАЛЬНУЮ СВЯЗЬ С АУДИТОРИЕЙ И ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ К КЛЮЧЕВЫМ ПРОДУКТАМ d'Alba, ВКЛЮЧАЯ SPF-ЛИНИЮ.

Таким образом, перед нами стояла комплексная задача:

01

Отобрать блогеров
в соответствии
с философией бренда

02

Собрать все
необходимые документы
для поездки

03

Обеспечить комфортное
нахождение блогеров
от момента встречи в аэропорту
до возвращения домой

04

Обеспечить широкое освещение
кампании в социальных сетях
и получить значимый
эмоциональный отклик
аудитории

В КАЧЕСТВЕ КАНАЛОВ ПРОДВИЖЕНИЯ МЫ ВЫБРАЛИ ИНСТАГРАМ И ТЕЛЕГРАМ, ПРИВЛЕКЛИ 10 ВЕДУЩИХ БЛОГЕРОВ, КОТОРЫЕ СООТВЕТСТВУЮТ ФИЛОСОФИИ БРЕНДА:



СЕРДАР КАМБАРОВ
ЗВЕЗДНЫЙ СТИЛИСТ

КОЛИЧЕСТВО ПОДПИСЧИКОВ:
2 000 000



ДИАНА ГУБОГЛО
БЛОГЕР

КОЛИЧЕСТВО ПОДПИСЧИКОВ:
1 900 000



ЯНА ПИЛЕЦКАЯ
БЛОГЕР И ТЕЛЕВЕДУЩАЯ

КОЛИЧЕСТВО ПОДПИСЧИКОВ:
1 500 000



КАТЯ ГОЛДЕН
БЛОГЕР

КОЛИЧЕСТВО ПОДПИСЧИКОВ:
879 000



МАРИЯ ГЛАДКИХ
БЛОГЕР И ТЕЛЕВЕДУЩАЯ

КОЛИЧЕСТВО ПОДПИСЧИКОВ:
787 000



ЕКАТЕРИНА САПЕГИНА
ЗВЕЗДНЫЙ СТИЛИСТ

КОЛИЧЕСТВО ПОДПИСЧИКОВ:
545 000



АННА СТРЕЛКОВА
БЛОГЕР

КОЛИЧЕСТВО ПОДПИСЧИКОВ:
415 000



ЕЛЕНА СУХИНИНА
БЛОГЕР

КОЛИЧЕСТВО ПОДПИСЧИКОВ:
215 000



ТАИСИЯ АНТОНОВА
БЛОГЕР

КОЛИЧЕСТВО ПОДПИСЧИКОВ:
140 000



ЕКАТЕРИНА ФЕДОСЕЕВА
БЛОГЕР

КОЛИЧЕСТВО ПОДПИСЧИКОВ:
100 000

РАБОТА АГЕНТСТВА СОСТОЯЛА ИЗ СЛЕДУЮЩИХ ЭТАПОВ:

Подготовительный

Сопровождение блогеров от момента встречи
в аэропорту до возвращения домой

Сбор отчёта и статистики

ЭТАП 1 – ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ

НА ЭТОМ ЭТАПЕ МЫ ВНИМАТЕЛЬНО ИЗУЧИЛИ КОНТЕНТ БЛОГЕРОВ, ЧЬИ ЦЕННОСТИ СООТВЕТСТВУЮТ ФИЛОСОФИИ БРЕНДА И СОСТАВИЛИ СПИСОК ИЗ 10 ИНФЛЮЕНСЕРОВ.

СО МНОГИМИ ИЗ НИХ МЫ ДАВНО ДРУЖИМ И БЫЛИ РАДЫ ПОЛУЧИТЬ МГНОВЕННЫЙ ОТКЛИК О ЖЕЛАНИИ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В ПРЕСС-ТУРЕ.

Мы начали сбор документов для бронирования билетов, бизнес-залов в аэропорту и гостиниц, а также для получения виз.

Здесь мы столкнулись со сложностями: не все блогеры вылетали группой из Москвы - двое из них находились в других странах, поэтому нужно было уделить отдельное внимание каждому и учесть их пожелания.



ЭТАП 2 – ПРЕСС-ТУР:

ОТ МОМЕНТА КАК БЛОГЕР ПЕРЕСТУПАЕТ ПОРОГ И САДИТСЯ
В ТРАНСФЕР ДО МОМЕНТА ВОЗВРАЩЕНИЯ ДОМОЙ

**ПЕРЕД НАМИ СТОЯЛА ЗАДАЧА ПОЗНАКОМИТЬ
ВСЕХ УЧАСТНИКОВ ПРЕСС-ТУРА И СОПРОВОДИТЬ
ИХ В ПЕРЕЛЁТЕ ДО ИТАЛИИ И ОБРАТНО, А ТАКЖЕ
ВО ВРЕМЯ ИХ НАХОЖДЕНИЯ В ТУРЕ.**

Мы старались максимально окружить гостей пресс-тура заботой и теплом, отвечали на любые просьбы и пожелания. Именно за это нас ценят и об этом говорят, ведь к нам можно обратиться 24/7.

Также важно отметить, что пресс-тур расписан по минутам и на нас была полная координация процесса: блогеры - творческие люди и могут забыть во времени или не взять оборудование для съёмок. Мы сделали так, чтобы все успели по таймингу и насладились процессом, даже несмотря на то, что на этом этапе также

возникла непредвиденная ситуация. Мы попали в пробку, когда ехали на вечеринку на яхте и не могли добраться до автобусов. Блогеры нервничали из-за долгого ожидания, а мы купили всем итальянское джелато и снизили градус тревоги, сделали момент долгого ожидания более приятным.



МЫ СЛЕДИЛИ ЗА ВСЕМ КОНТЕНТОМ ВО ВРЕМЯ ПРЕСС-ТУРА, А ТАКЖЕ СОБРАЛИ СТАТИСТИКУ ПОСЛЕ

Мы также сопровождали инфлюенсеров в процессе съёмок: помогали с образами, делали скрины, согласовывали контент, контролировали публикации с ссылками, которые нужно было промаркировать и выдать необходимые данные блогеру, чтобы он выложил официальную рекламу.



РЕЗУЛЬТАТЫ СОТРУДНИЧЕСТВА

WHY. B.
CONSULT

8 МЛН

OTS

10

КОЛИЧЕСТВО
БЛОГЕРОВ

100%

СООТВЕТСТВИЕ БЛОГЕРОВ
ФИЛОСОФИИ БРЕНДА

5 МЛН

СРЕДНИЙ ПОКАЗАТЕЛЬ
ПРОСМОТРА REELS

620

КОЛИЧЕСТВО
ПУБЛИКАЦИЙ

~60 МЛН

ОБЩИЙ ОХВАТ
КАМПАНИИ

1000+

ПРИРОСТ НОВОЙ
АУДИТОРИИ БРЕНДА

По итогам пресс-тура мы получили широкий охват, а многие Reels набрали миллионные просмотры. Такой результат стал возможен благодаря формату поездки, в котором инфлюенсеры могли свободно делиться своим опытом и показывать атмосферу пресс-тура через личный контент. Вместо стандартного демонстрирования продуктов аудитория увидела живую историю — поездку, общение, совместные активности и настоящую атмосферу бренда. В этом контексте органично появлялись продукты

d'Alba, что позволило сформировать более естественную и запоминающуюся коммуникацию с аудиторией.

По отзывам самих инфлюенсеров, после поездки многие подписчики проявили повышенный интерес к бренду и продуктам — в частности к патчам и SPF-линейке — что дополнительно стимулировало желание познакомиться с продуктами.

[СМОТРЕТЬ РИЛС](#)

2 МЛН. ПРОСМОТРОВ

[СМОТРЕТЬ РИЛС](#)

700 ТЫС. ПРОСМОТРОВ

[СМОТРЕТЬ РИЛС](#)

3,5 МЛН. ПРОСМОТРОВ

[СМОТРЕТЬ РИЛС](#)

1,8 МЛН. ПРОСМОТРОВ

[СМОТРЕТЬ РИЛС](#)

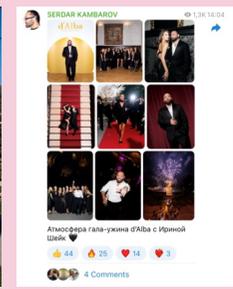
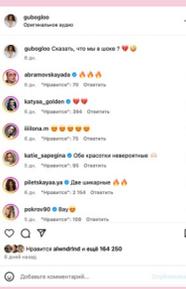
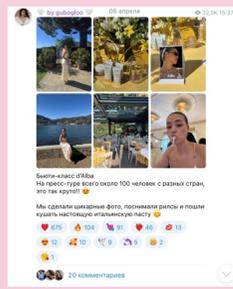
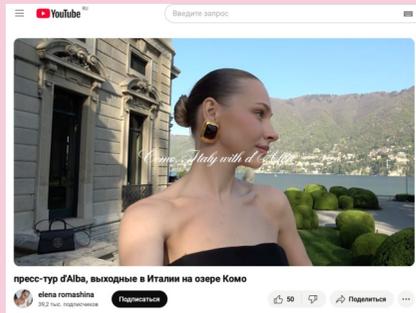
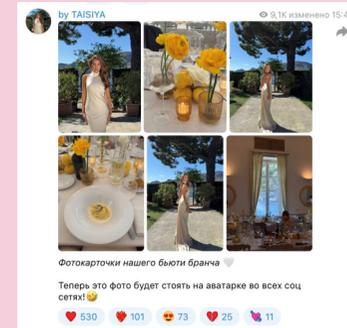
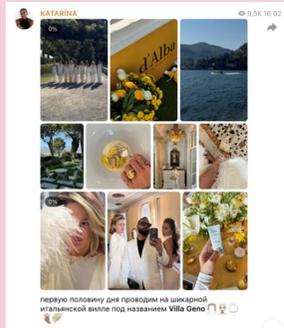
16 МЛН. ПРОСМОТРОВ

[СМОТРЕТЬ РИЛС](#)

5 МЛН. ПРОСМОТРОВ

РЕЗУЛЬТАТЫ СОТРУДНИЧЕСТВА

WHY. B.
CONSULT





Данный пресс-тур стал международной поездкой с участием инфлюенсеров из разных стран, поэтому одной из ключевых задач было создать для гостей максимально комфортную и запоминающуюся атмосферу, соответствующую уровню бренда.

Мы благодарны команде WHYBCONSULT за помощь в сопровождении инфлюенсеров и координации коммуникации на протяжении всей поездки. Благодаря совместной работе нам удалось создать действительно яркий опыт для участников.

По итогам пресс-тура мы увидели заметную волну интереса к бренду и еще раз укрепили позиционирование d'Alba как премиального бренда, который не только предлагает качественную продукцию, но и создает особенный бренд-экспириенс для своей аудитории.

Полина Жигалкина
Marketing lead

ЭТОТ КЕЙС
— ПРО ИНФЛЮЕНС-МАРКЕТИНГ,
КОТОРЫЙ НЕ ПРОСТО РАССКАЗЫВАЕТ
О ПРОДУКТЕ, А ФОРМИРУЕТ
ОТНОШЕНИЕ К БРЕНДУ, ВДОХНОВЛЯЕТ
АУДИТОРИЮ И ЗАДАЁТ НОВЫЕ
СТАНДАРТЫ ИНДУСТРИИ.

ИМЕННО ТАКОЙ ПОДХОД ДЕЛАЕТ d'Alba
И WHYBCONSULT ЛИДЕРАМИ В МИРЕ
ПРЕМИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ.

