

BRO : CREATIVE
AGENCY

CREDENTIALS PRESENTATION



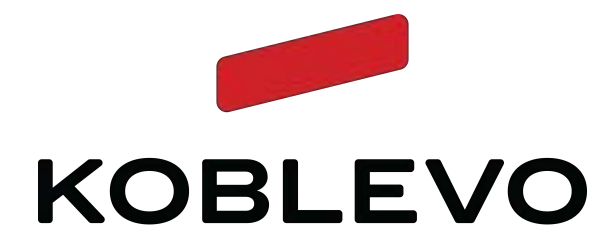
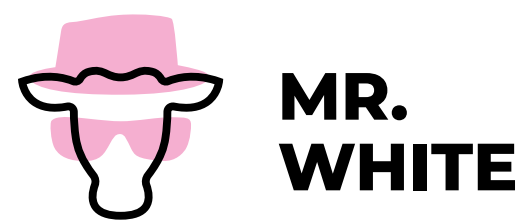
Вже 5 років генеруємо і впроваджуємо комунікаційні стратегії, створюємо креативи та контент, розвиваємо соцмережі та реалізовуємо PR проекти для FMCG брендів.

Любов до бренду та ідеї, що ґрунтуються на дослідженнях та емоціях аудиторії, формують наші стратегії.

Увага до кожної деталі, конструктивний аналіз та дружба формують нашу співпрацю.



OUR BROS:



SERVICE MATRIX



BRAND STRATEGY

Створюємо усі типи стратегій та впроваджуємо їх у життя разом із брендами

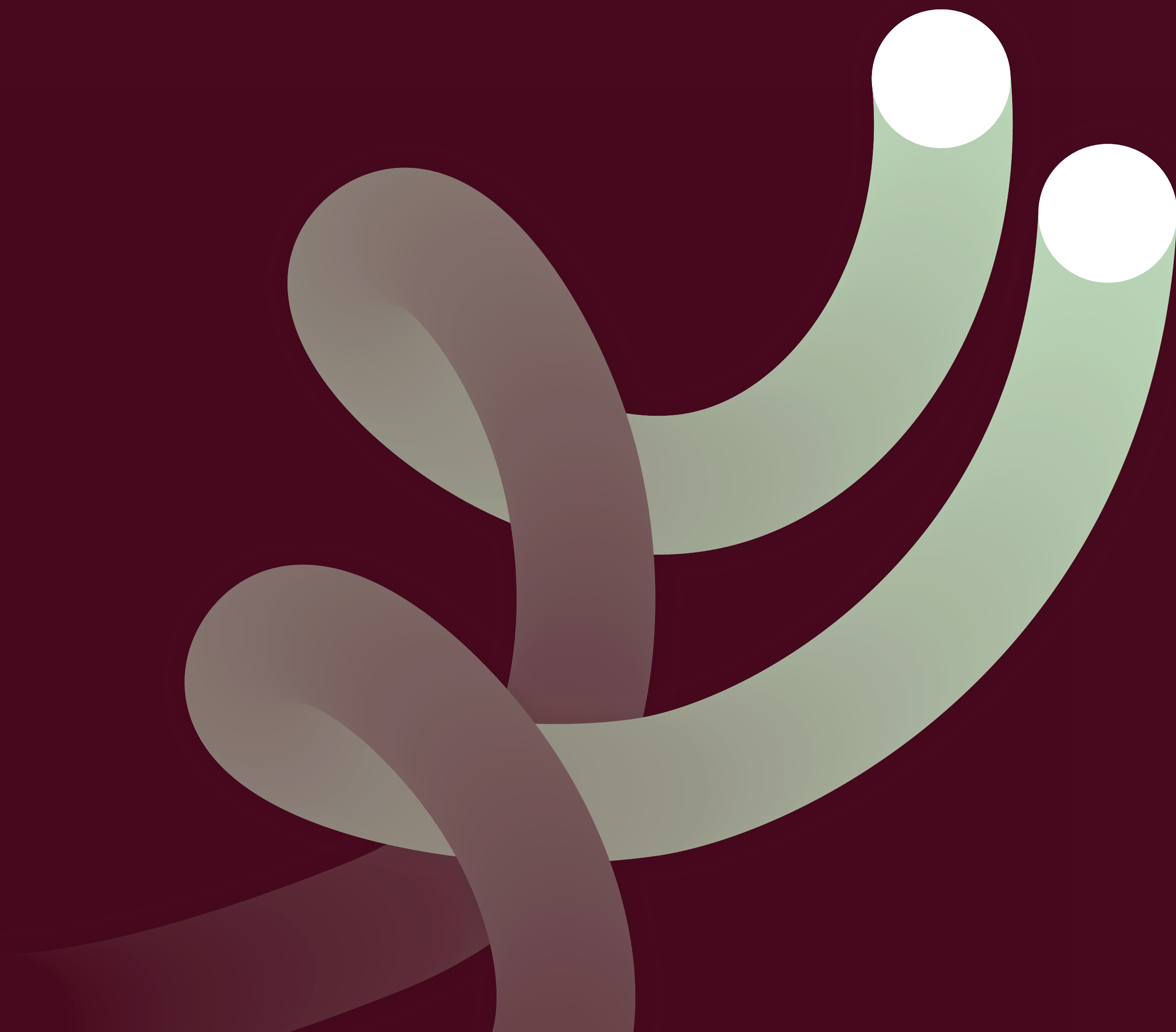
BRAND CONTENT

Ведемо соцмережі та створюємо візуальний контент для будь-яких цілей

BRAND COMMUNICATION

Реалізовуємо комунікаційні та pr- стратегії, закриваємо повний цикл послуг, від інфлюенсерів до BTL

КЕЙСИ



РЯБСНІСК

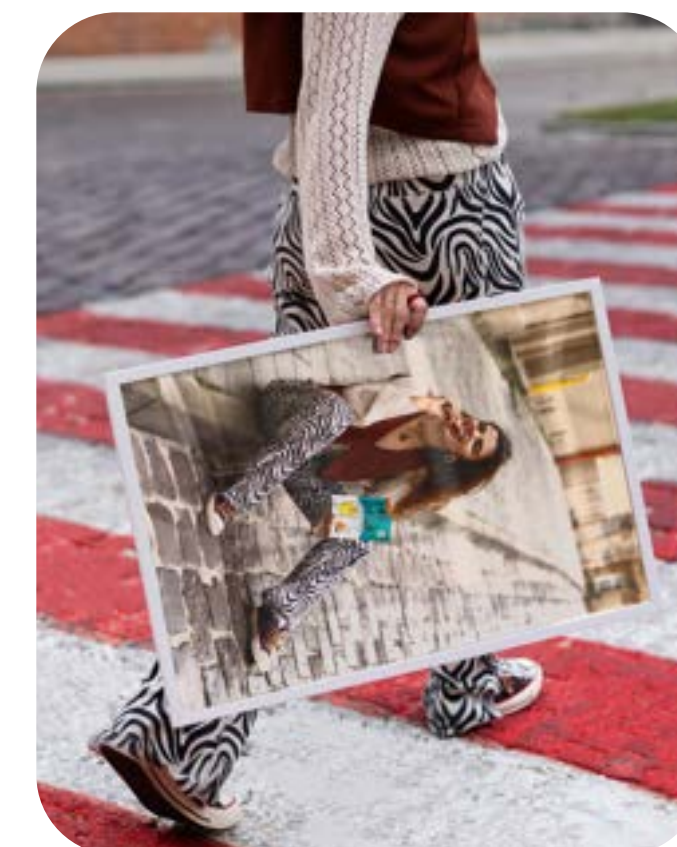
РябChick [МХП] - сушені курячі слайси із яскравим настроєм та бунтівним характером



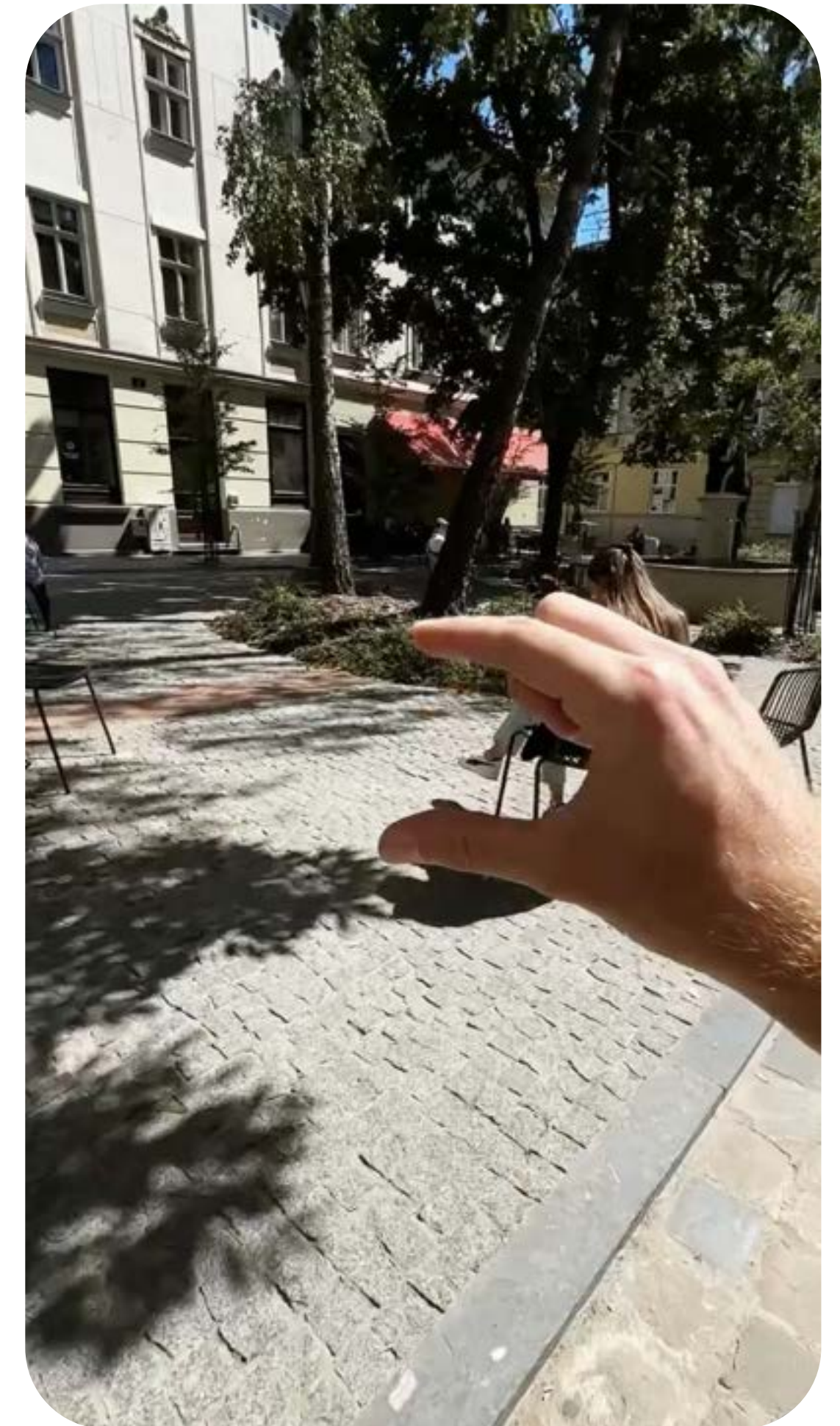
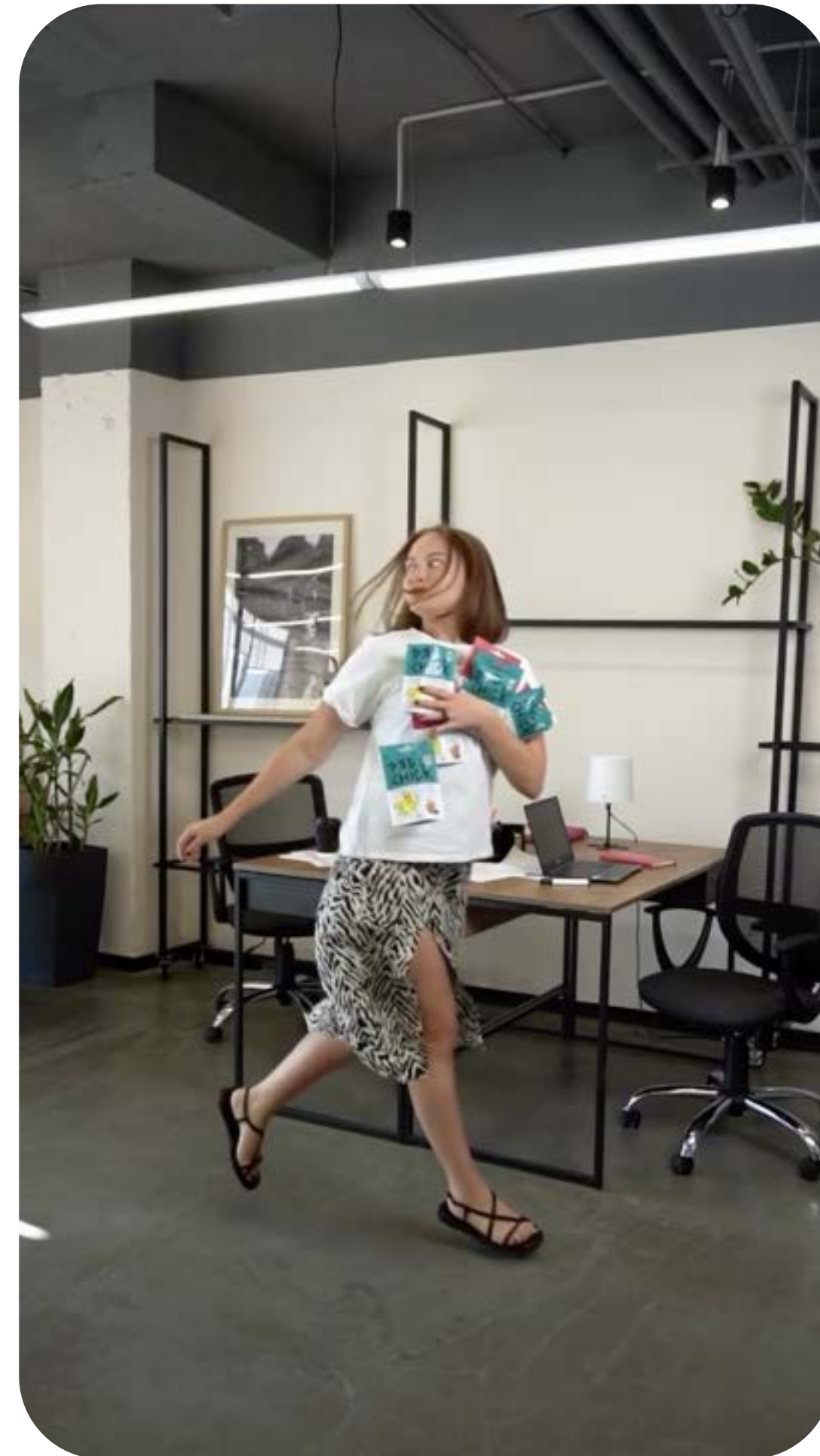
ЧІКС - І ЖИВИЙ КОНТЕНТ

Справжність та натхненність кіно-стилем у статичних креативах. Аудиторія була вже добре знайома із бренд-героєм та характером Ряб Chick. Ми вирішили, що час їй показати бренд стильним, живим та бунтівливим.

Фотокреативи із ситуаціями споживання у стилістиці 70-х, трушні кадри на плівку, щоб показати, що наш бренд про свободу думок та самовираження, яскравість кольорів та особистостей.



ДУУУУЖЕ БАГАТО ФАНОВИХ, ІНСАЙТОВИХ, ВАЙБОВИХ REELS ТА ТІК ТОК'ІВ





КІНОДЕБЮТ

Щомісяця ми створювали ролики з професійними акторами, продумуючи унікальні сценарії, що відповідають інсайтам цільової аудиторії бренду, додаючи дубляж кіношної української озвучки з використанням автентичних чи рідкісних українських слів, подекуди лайливих (але зовсім трішечки).

СУПЕР ФІЛЕО

Наша улюблена частина Ряби від МХП.
Підтримали лонч продукту на українському
ринку та запустили соцмережі з нуля.



СТВОРЮВАЛИ КОНТЕНТ
ІЗ ІНТЕГРАЦІЄЮ
БРЕНДОВОГО КОЛЬОРУ —
ФІЛЕТОВОГО



СММ & PR
СУПРОВІД
КОЛАБИ З
TEFAL



РОЛИКИ
СУПЕР
SIMPSEO



GALICIA

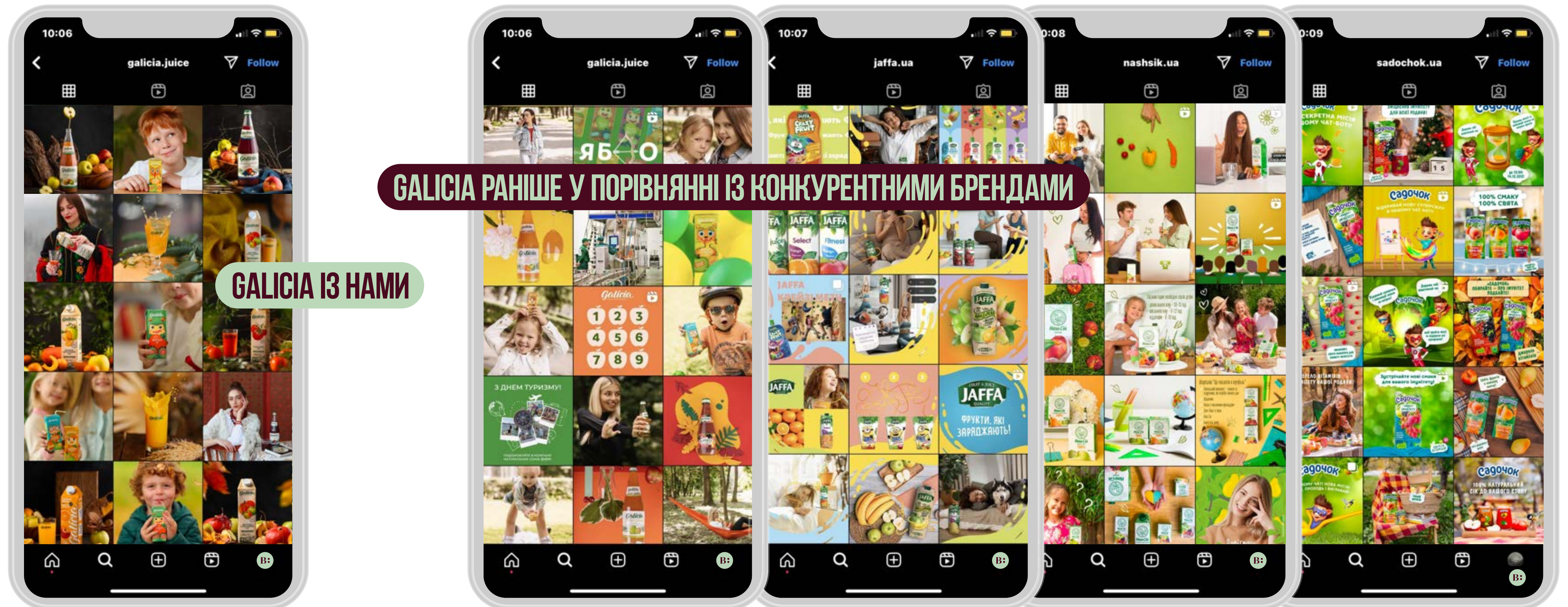
Національний бренд соків прямого
віджиму у склі, тетра-паках та із
соломинкою у HarryMeal



РОЛИК
ЛОНЧУ
ЕКЗОТИКИ



Основна місія нашої комунікаційної стратегії креативів: за допомогою головних переваг Galicia диференціювати бренд споміж інших, донести цінність споживання до аудиторії.



MR. WHITE

Mr. White – професійне молоко, створене бариста для барист. Підтримує новачків та професіоналів й прагне розвивати свідому coffee-культуру в країні.



БУНТУВАЛИ НЕ ЛИШЕ В ТОВ,
АЛЕ Й У ВІЗУАЛЬНОМУ
КОНТЕНТІ, ДИФЕРЕНЦІЮЮЧИ
ЙОГО СЕРЕД КОНКУРЕНТІВ

LIVE
КОНТЕНТ НА
ФЕСТИВАЛІ

ШОУ
БІЛИМ ПО
БІЛОМУ

MARENGO

Національний бренд
ігристих вин та вермутів
компанії Bayadera Group



ПРОДАКТ ТА
ЛАЙФСТАЙЛ
КОНТЕНТ ДЛЯ
MARENGO



КОНТЕНТ ДЛЯ
НОВОГО САЙТУ
MARENGO

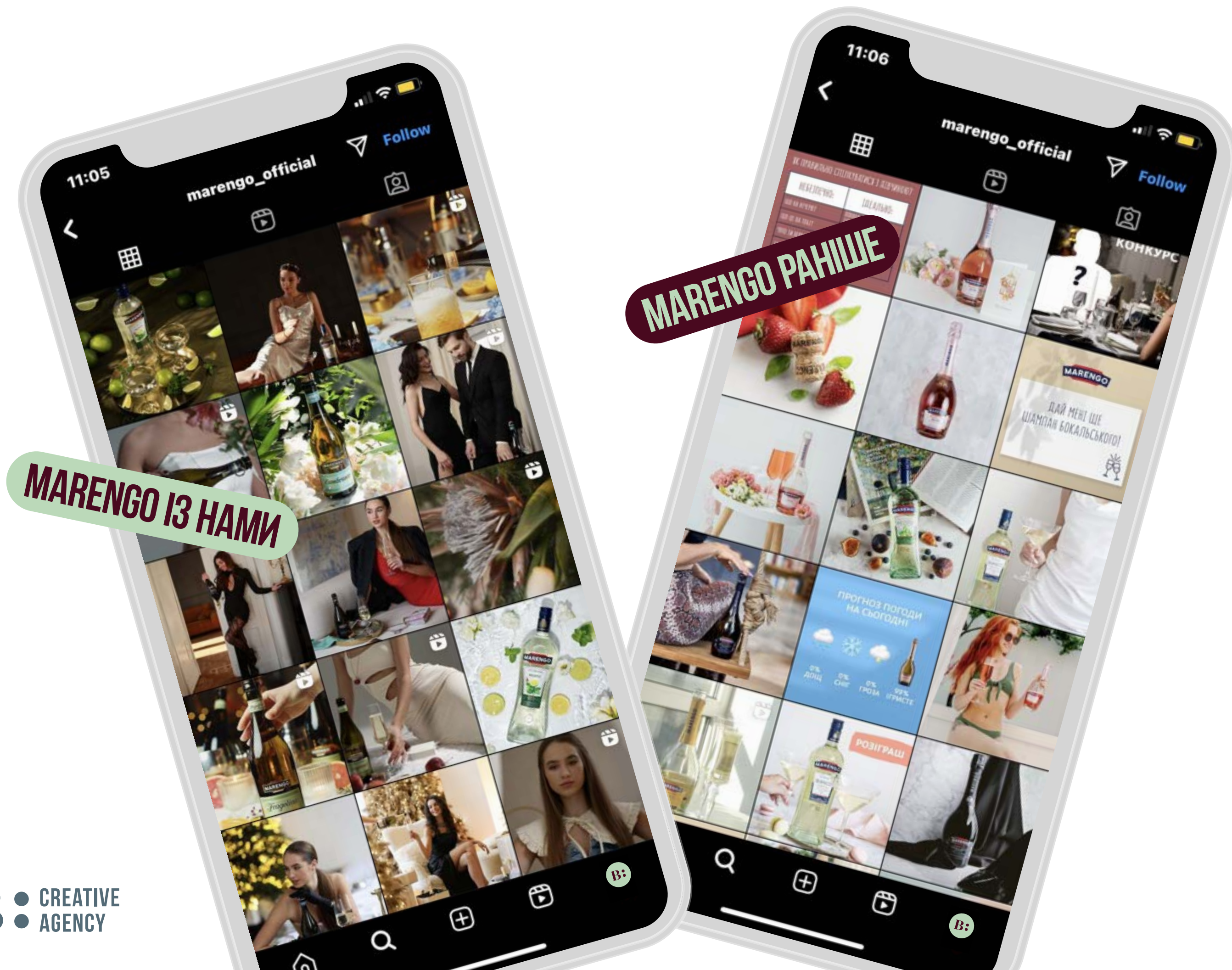


РОЛИКИ
ПРИГОТУВАННЯ
ОРИГІНАЛЬНИХ
КОКТЕЙЛІВ



Ми повністю оновили бренд та змінили його TOV. Marengo більше не про «рожевий настрій», а про свободу та натхнення.

Разом із паралельним запуском нової комунікаційної кампанії ми створили новий Marengo. Також через рік плідної співпраці ми долучились до кампанії комунікації лончу нової лінійки SKU – італійського ігристого.

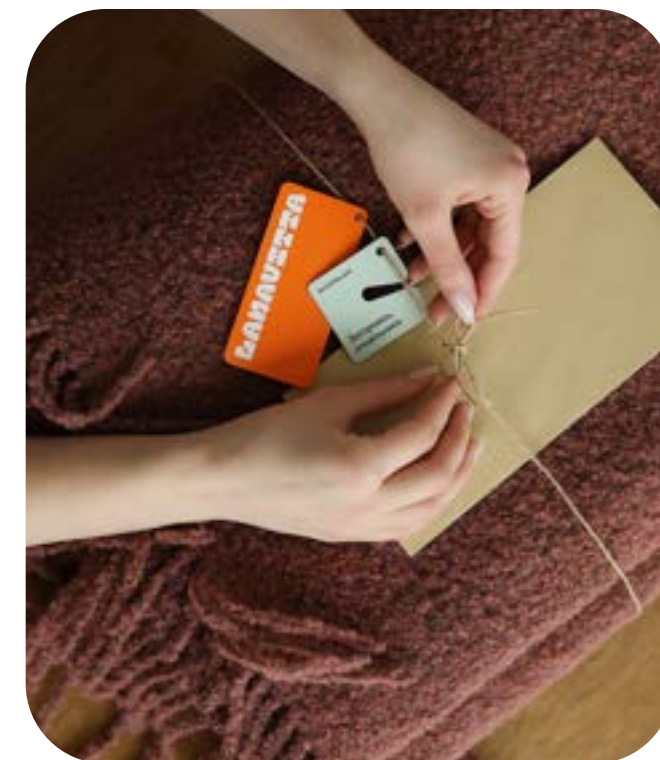


КОЛАБОРАЦІЇ UA FASHION

Коли Україна стала трендом No1 у світі, ми підтримали тих, хто творить та поширює тренди на своє, рідне і традиційне. Так після повномасштабного вторгнення народилася рубрика UA FASHION, у якій ми створюємо фото та відеокреативи для Marengo у кооперації із українськими брендами одягу та прикрас. Street style образи поєднувалися із традиційними елементами у одязі, а келихи ігристого підіймалися за великі та маленькі перемоги.

LANAVITTA

Lanavitta – пледи українського виробництва компанії Вултекс із міста Суми, що допомагають насолоджуватися моментом та сповільнитись



ФІЛОСОФІЯ
СПОВІЛЬНЕННЯ ТА
ЗАТИШКУ У ПРОДАКТ
ТА ЛАЙФСТАЙЛ
КОНТЕНТІ



ЗАГОРТАЙ СЛОВАМИ

Разом із брендом ми створити лімітовану лінійку пледів із вишитими рядками творів Кузьми, Ліни Костенко та Сергія Жадана та приурочили її вихід до Дня Незалежності. Дані пледи не можна було купити - лише ексклюзивно виграти в рамках розіграшу на сторінці бренду.



ІНФЛЮЕНС-МАРКЕТИНГ

Стратегію сповільнення ми також продовжили в інтеграціях з інфлюенсерами, що загортались у наші пледи на пікніках, на березі моря, в затишному домі та у засніженому лісі.



КВАРТИРНИКИ ПІД ПЛЕДОМ

Ми реалізували рубрику поетичних читань та пісень на сторінці бренду - молоді виконавці декламували класичні та сучасні твори українських поетів, а також співали українські пісні, загорнувшись у Lanavitta.



ПИРЯТИН

Національний бренд сирів, що входить у групу сирів “Молочний Альянс”. Ми розпочали роботу зі створення сторінки з нуля.



PROCHEESE

Спільнота поціновувачів сиру. Проект найбільшого імпортера сиру в Україну, компанії Ardis Group



0,001 Cost per view у Facebook.
Створювали ролики сирних рецептів із шефом та моушн анімацію #ProВиди Cheese.



0,003 Cost per view у YouTube.
Створювали ролики рецептів із озвучкою, анімованою інфографікою та ролики із сирними крафтярами.



≈ 500 000 Reach щомісяця у Facebook та Instagram. Охоплюємо цільову аудиторію та збільшуємо впізнаваність.



≈ 1 000 Interactions per post у Instagram. Показники взаємодій із дописами та показів публікацій динамічно зросли.



#ПРОКРАФТОВИЙCHEESEUA

Щомісяця наша команда подорожувала Україною до крафтових виробників сиру для зйомок серіаліті. Ми створювали 3 ролики щомісяця про одного із крафтових виробників сиру в Україні. Підкреслюючи компетентність ProCheese та залученість у ринок, як ментора та експерта. Підтримували виробництва та перетинали аудиторії у соцмережах.



ПРОРОБЛЯВ ТА
ГОТУВАВ РЕЦЕПТИ
ШЕФ-КУХАР



НАДИХАЮЧА
РУБРИКА «СИР ЦЕ
МИСТЕЦТВО»



EXTRA СПИРТОВІ ЛЬВІВСЬКІ ДРІЖДЖІ

Продукт для домашніх міцних напоїв

EXTRA
спиртові

ВИКЛИКИ

- Незвичний продукт для соцмереж
- Перша маркетингова активність продукту

ЗАВДАННЯ ТА KPI

- Презентація та впізнаваність продукту
- Середній чек у національній мережі АТБ
- Тестовий період продукту у АТБ



Як кажуть наші колеги, журналісти: «Далі коротко про головне»

ДАВАЙТЕ ДИВИТИСЬ →



ХАЙ ЛУНАЮТЬ ТОСТИ!

Розробили та втілили стратегію просування та досягнення KPI. Для транслявання настрою продукту цільовій аудиторії ми обрали амбасадора – Павла Зіброва, а для неймінгу кампанії цитату із відомої пісні народного артиста.



Ми створили рекламні кампанії із креативами та СТА спрямовані на географічне покриття навколо торгових точок.

У результаті охопили понад 4 млн користувачів у Facebook.



Для влучного потрапляння у цільову додатково залучили спільноти у Facebook та Viber, по типу «Моя дача» чи «Заготовки на зиму». Рекламні креативи принесли нам понад 500 000 охоплення.



Для перетину аудиторій із спільнот Viber та Facebook на нашу новостворену сторінку у Facebook запустили розіграш сувенірної продукції, повний цикл якої повністю закрили за собою.

EXTRA
спиртові + АТБ +  = ∞

У результаті середній чек зріс утричі та перевищив на 200% планові показники, а продукт ви можете зустріти на полицях АТБ та приготувати міцні домашні напої, рецепти яких ми зараз публікуємо для нашої аудиторії у Facebook!

Хай лунають ваші тости!



PHILADELPHIA

Міжнародний бренд, top of mind у світі серед крем-сирів. Представлений в Україні компанією Ardis



АУДИТОРІЯ БРЕНДУ



до нас:
5 894

з нами:
≈15 000



до нас:
18 294

з нами:
≈24 000





ІНФЛЮЕНС МАРКЕТИНГ

Реалізували більше сотні інтеграцій із лідерами думок, які готували страви із Philadelphia та комунікували про ніжність у сценаріях інтеграцій. Ніжність — це про взаємодію між членами сім'ї, між улюбленцем і господарем, це про сніданки з дітьми і романтичні вечери, тож інфлуенсери транслиували ці патерни поведінки у відеороликах.

ЛІМО

Національний бренд морозива та напівфабрикатів, знайомий кожному з дитинства



АУДИТОРІЯ АКАУНТІВ



до нас:
3 964

з нами:
≈10 000



до нас:
33 362

з нами:
≈50 000

ОХОПЛЕННЯ АУДИТОРІЇ

4X

органічне охоплення
зросло у 4 рази

≈3 МЛН

охоплення таргетингової
реклами щомісяця

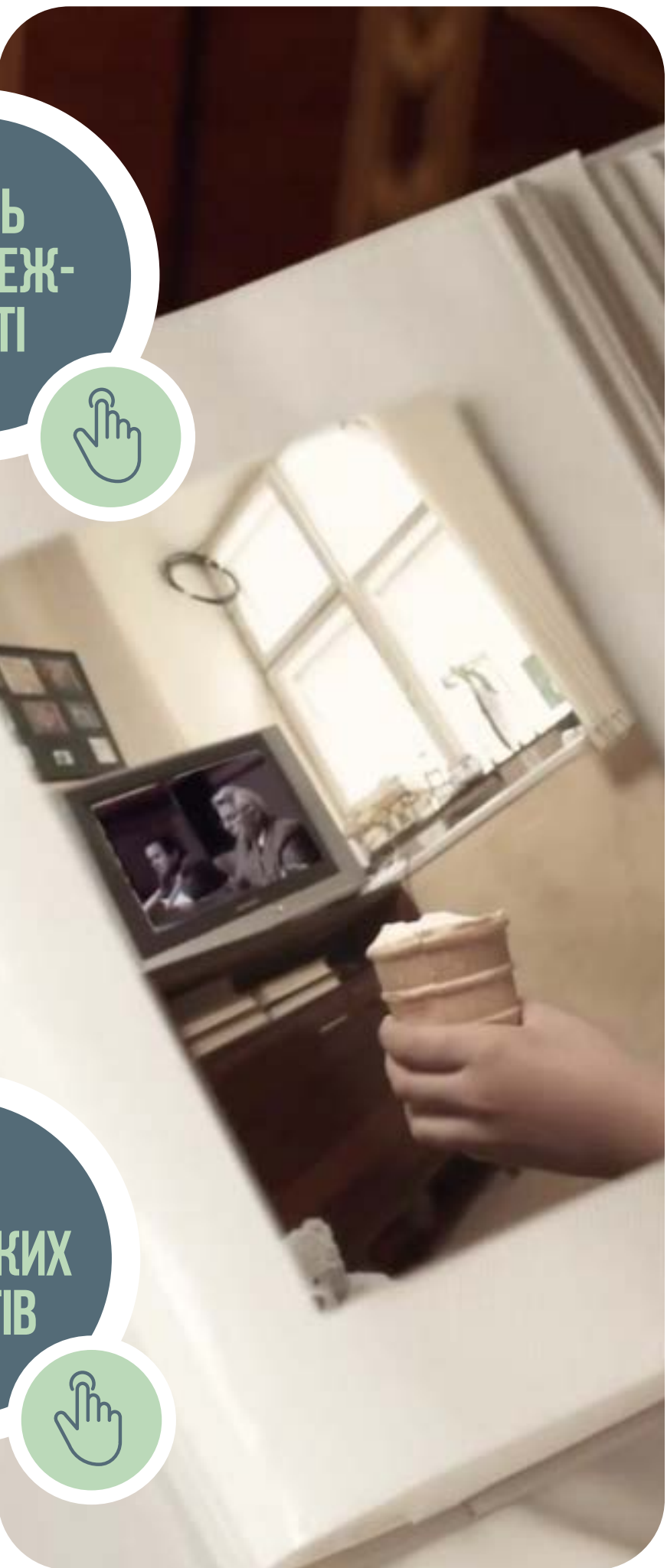




ДЕНЬ
НЕЗАЛЕЖ-
НОСТІ



ШОУ
МАЛЕНЬКИХ
ІНСАЙТІВ



ЯБКО

Мережа особливої техніки та сервісу із
основним вектором на Apple.
Бренд представлений у 52 містах України



≈300
ЗБЕРЕЖЕНЬ
НА КОЖНОМУ
ДОПИСІ У
INSTAGRAM



АУДИТОРІЯ АКАУНТІВ



до нас:
15 744

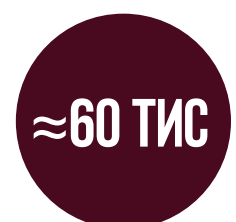
з нами:
≈184 000



до нас:
5 811

з нами:
≈28 000

ОХОПЛЕННЯ АУДИТОРІЇ



органічне охоплення у
IG на кожній публікації



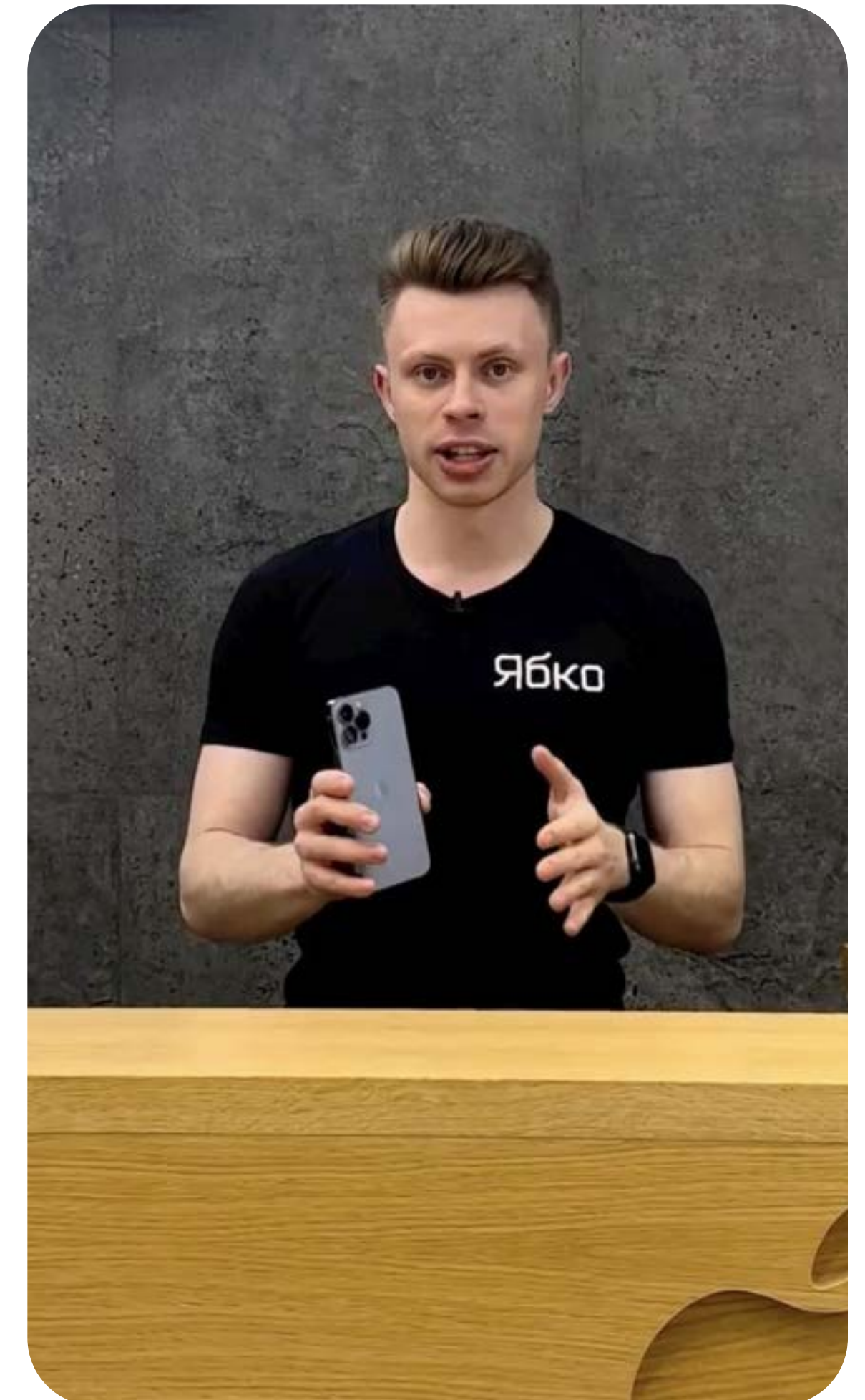
охоплення таргетингової
реклами щомісяця

ПОРТАТИВНИЙ БРЕНД

У 2020-2022 роках ми розробили та втілювали у життя комунікаційну стратегію портативного бренду.

Основна наша мета полягала в тому, щоб бренд Ябло завжди був у кишені та проник у девайси нашої аудиторії через соцмережі. Для нас було важливо, щоб зв'язок із брендом не втрачався після покупки техніки, а щоб Ябло й надалі був корисним та потрібним.

Тому ми захопили мережу лайфхаками, створювали глейлісти та шпалери на iPhone аудиторії



KRAUFF

У кожного є улюблений кухонний інвентар, але BRO: creative agency прагне, щоб це був посуд від бренду Krauff. Над цим і працювали під час PR-кампанії



НАШЕ ЗАВДАННЯ:

Налагодити співпрацю з великою кількістю UGC-кріейторів та інфлюенсерів, щоб підвищити знання про бренд на ринку і збільшити кількість контактів з цільовою аудиторією.

РЕАЛІЗАЦІЯ:

PR-відділ BRO: creative agency організував PR-кампанію для бренду Krauff, залучивши інфлюенсерів, які відповідають цінностям бренду. Кріейторам надавали продукцію Krauff для створення контенту. Основний акцент зроблено на простих рецептах, які легко повторити вдома.



ЯКІСНИЙ ПОСУД + ЧІТКІ ТЗ + 42 РЕЛЕВАНТНІ КРЕЙТОРИ =
>101 МЛН ПЕРЕГЛЯДІВ

***ПРИ РЕКЛАМНОМУ БЮДЖЕТІ 0 ГРН!**

АПЕТИТНА

Бренд №1 в Україні в категорії свіжомаринованої курочки. Це сучасне рішення для простого та швидкого приготування звичної їжі



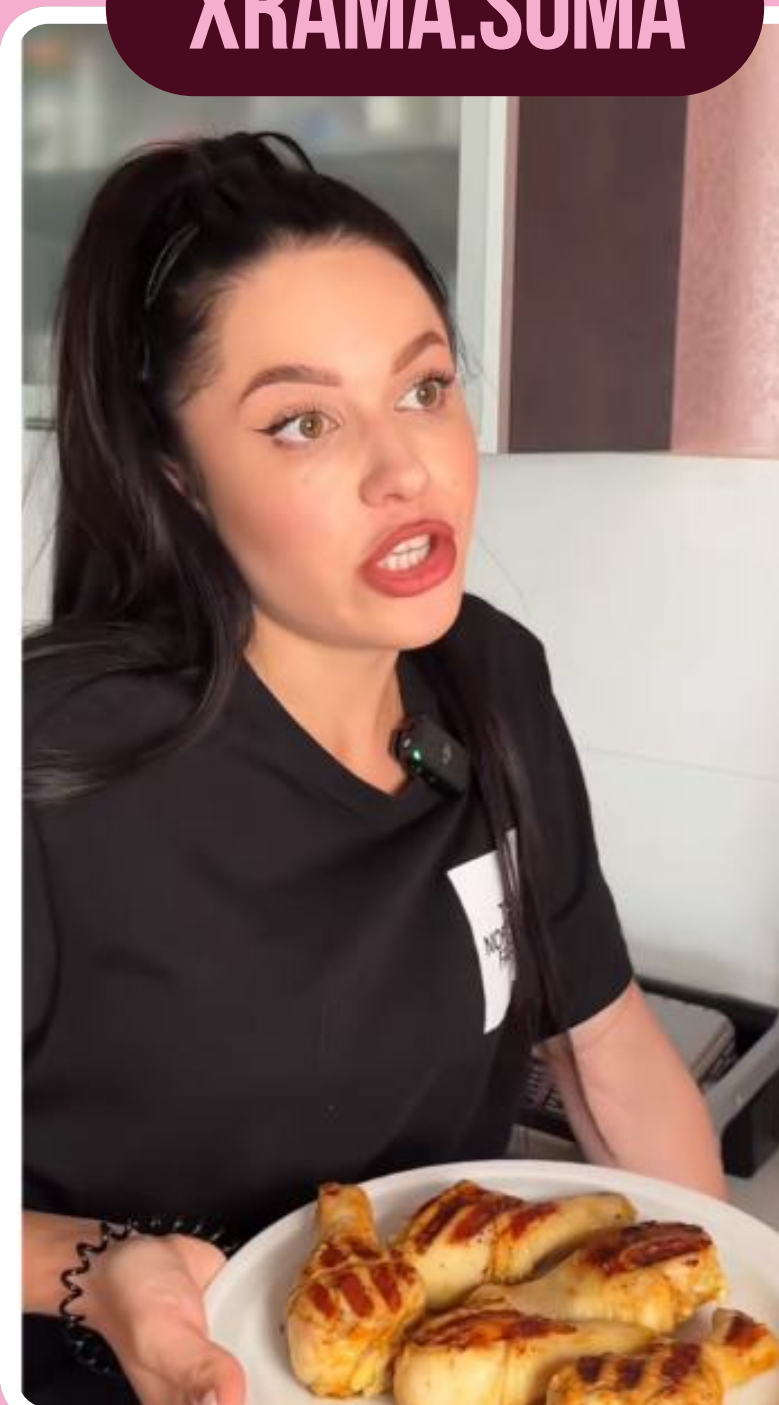
НАШЕ ЗАВДАННЯ:

Підтримувати рівень впізнаваності продукту та присутність бренду в медіапросторі у сезон барбекю. Запропонувати активності на різних майданчиках, щоб охопити більше аудиторії.

РЕАЛІЗАЦІЯ:

Залучили UGC-креїторів, Insta і TikTok блогерів, які інтегрували продукт у свій контент. Створили PR-kit – набір для пікніку: сумка-холодильник, панама, дощовик, гамак, дощечка, санітайзер і спрей від комарів.

XRAMA.SOMA



PR-KIT



ВЛАД ШЕВЧЕНКО



ОЦЕ АПЕТИТНА-КЕЙС!

ПЕРЕВИКОНАЛИ

КРІ ПО ОХОПЛЕННЮ НА

>140%

КРІ ПО КОНТАКТАХ НА

>135%

ЗА РАХУНОК UGC-КОНТЕНТУ
ЗМЕНШИЛИ ВАРТІСТЬ

1 ТИС КОНТАКТІВ НА

87,2%



LET'S DO
BUSINESS



А ТЕПЕР ВРО-ВИСНОВКИ:

Паралельні активності, об'єднані різними каналами комунікації, ідеально працюють в комплексі.

А яскравий PR-kit, що відповідає сезону і є релевантним для аудиторії – гарне рішення, щоб справити враження і підвищити впізнаваність бренду.

НЕ ОБМЕЖУЙТЕ КАМПАНІЮ ОДНИМ МАЙДАНЧИКОМ

DÖNER MARKET



НАШЕ ЗАВДАННЯ:

За мінімальний термін організувати інформаційну підтримку кожної нової відкритої локації, щоб поширити знання про продукт.

ВИКЛИКИ:

Міста з невеликою кількістю населення, а відповідно й мінімальною кількістю каналів комунікації.



В умовах повномасштабного вторгнення, Döner Market відкриває все нові й нові локації з кебабом у малих і великих містах України.

Але як зробити так, щоб про них швидко дізналися люди?

МУЛЬТИКАНАЛЬНІСТЬ —

Основа наших PR-активностей для цього кейсу. Щоб залучити якомога більше ЦА, виходимо з новиною про відкриття локації у місцевих Telegram-каналах та на сторінках Instagram/TikTok блогерів будь-якого масштабу.



ЗАДЛЯ ВЕЛИКОГО ОХОПЛЕННЯ

Створюємо неочікувані колаборації. Наприклад, зі священником. Чого б ні? :)

ДІЗНАЛИСЯ ЛЮДЕЙ

> 700 ТИС

ОТРИМАЛИ КОНТАКТІВ

> 2 МЛН

Поставлені KPI перевиконані, а люди насолоджуються Döner, про який знаєш все

АПЕТИТНА

Наша Ряба Апетитна – бренд №1 в Україні в категорії свіжомаринованої курочки



ВЕСНЯНИЙ КАМПЕЙН

Створили PR-kit для інфлюенсерів “АП-team пісніс: посвячення” із атрибуами для затишного часопроведення на природі.

А Тік Ток співали оду аромату курочки і дриґались під унікальне аудіо — міні-коломийку “АП! І рихтуємо мнєсо”, яку написала та заспівала для нас Fiinka.

Інфлуенсери підхопили і знімали ролики у своїх профілях, але під наш аудіозапис.



АПБЕЕР

Апетитна у колаборації з крафтовою броварнею Underwood створили літній ель АПbeer з нотками апельсину та чилі



НАШЕ ЗАВДАННЯ:

Презентувати продукт-колаборацію у соцмережах + інфлюенсерам, аби ефективно поєднати аудиторії брендів.

РЕАЛІЗАЦІЯ:

Розробили PR-kit: брендований терморюкзак з цитрусовим елем, продукцією Апетитної, стікерпаком та музичною листівкою



СИНГЛ ХАЗЯЇНА ХАРИЗМИ ПРО ЛІТНІЙ ЧІЛ

*записаний спеціально для нашої піар-кампанії



ДЛЯ ІНФЛЮЕНСЕРІВ ПІДГОТУВАЛИ ЯСКРАВУ ПРЕЗЕНТАЦІЮ:

Аніматор з дерев'яним гравійованим ящиком,
а всередині продукція Апетитної + ель + led-
світло з димом зі сухого льоду.

РЕЗУЛЬТАТ: ЕФЕКТ НЕСПОДІВАНКИ ТА ВІДМІТКИ ВІД БЛОГЕРІВ



ПЕРЕВИЩИЛИ ПЛАН НА 6%

КОНТАКТИ

~2 МЛН

ПЕРЕВИЩИЛИ ПЛАН НА 15%

ОХОПЛЕННЯ

~600 ТИС

М'ЯСОМАРКЕТ

Всеукраїнська мережа кулінарних ідей компанії МХП



СПРАВЖНІЙ ВЕЛИКДЕНЬ

У весняній кампанії ми створили PR-kit “Справжній Великдень”, що містив, окрім продукції бренду, буклет із інформацією про автентичні традиції Великодня, розроблений з етнографом.

Також додали інструкцію як створити писанку власноруч та персоніфікований набір для писанкарства (відповідно до регіону походження інфлуенсера).

За результатами кампанії ми отримали 12 відміток у сторіз інфлюенсерів з 14 розісланих подарункових PR-kit-ів.



SKOTT SMEAT

Бренд добірної фермерської
яловичини компанії МХП



КОТЛЕТА ДЛЯ БУРГЕРА І НЕ ТІЛЬКИ

У інтеграціях з інфлуенсерами в Instagram передавали атмосферу лампового літнього відпочинку під час якого вони готували бургери та інші страви.

На майданчику Тік Ток показали інші варіації приготування різноманітних страв з яловичими котлетами, а у телеграм-каналах змінювали інформацію щодо знижок і промоакцій у кожній публікації, відповідно до актуальних пропозицій бренду.



BRO ● CREATIVE
● AGENCY

КИЇВ | БЕРЕТЕЙСЬКИЙ ПРОСПЕКТ, 11
ЛЬВІВ | ПРОМИСЛОВА, 50/52

OFFICE@BROCREATIVE.AGENCY

