HELLO
MY NAME IS



website /// brocreative.agency
mail /// welcome@brocreative.agency

call to new biz Dariia /// +38 095 583 52 91
office /// Kyiv, Honcharna 9A

BRO: creative agency

ми віримо у дружбу між брендом та агентством і вже 7 років доводимо, що слово bro – щось означає.

на нашому лого двокрапка, бо завжди є що перелічити: друзів, команду та те, що ми створюємо. створюємо, бо любимо та вболіваємо.

тож, як ми завжди кажемо нашим бро: якщо що – ми тут.





ДАЛІ БУДУТЬ КЕЙСИ

будуть-будуть, куди без них, але спершу ми хочемо розповісти про наше бачення комунікацій та метод роботи із брендом

це ж важливо, правда?

welcome@brocreative.agency
brocreative.agency



ЩО КОЇТЬСЯ ?? на ринку комунікацій

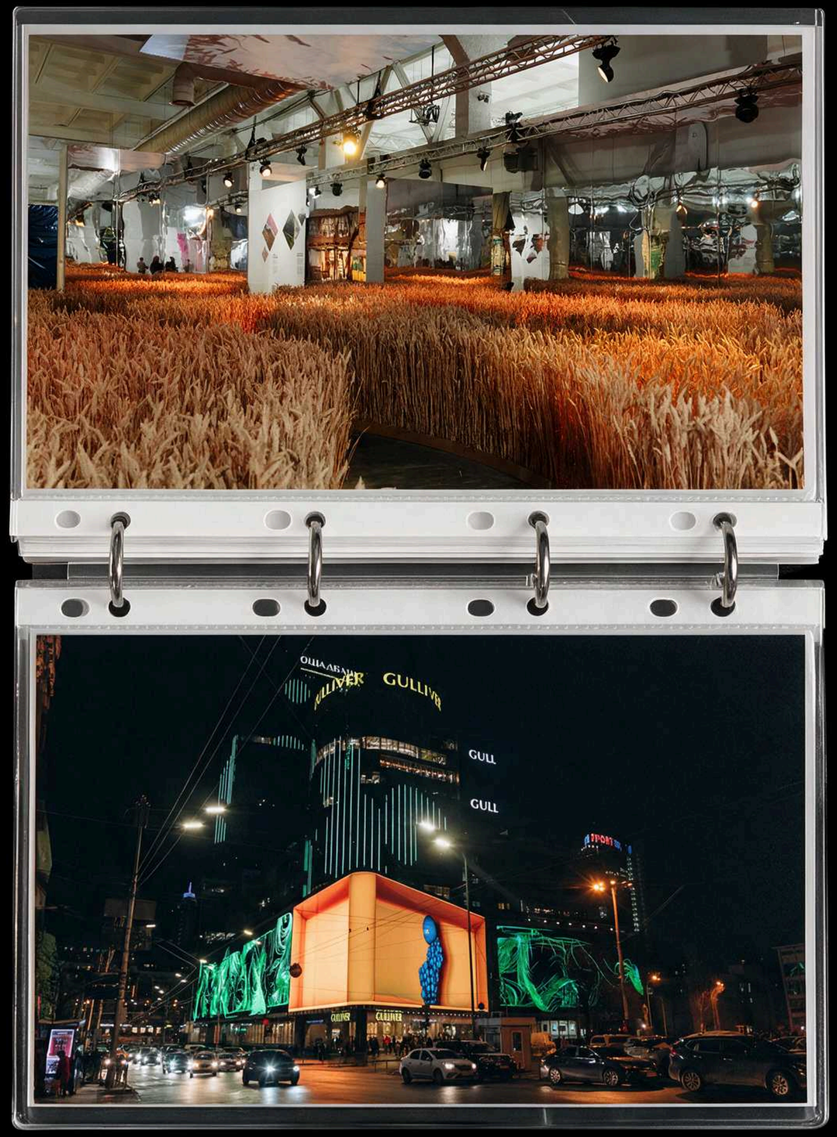
TikTok уже давно не «ще одна соцмережа». В Україні його аудиторія виросла до 54%, а рекламне охоплення сягнуло 21,5 млн. TikTok уже вирощує не тільки блогерів, а цілі бізнеси. Наприклад, Katy Soho — 755 тис. підписників, 31,4 млн лайків і вже 12 офлайн-магазинів у 10 містах України. Бренд, який виріс на органічному контенті, сьогодні конкурує за покупця у тих самих ТРЦ, що й бренди з роками традиційного маркетингу за плечима.

І поки всі звикали до TikTok, наступний формат уже розганяється: застосунки з вертикальними серіалами у 2025 році набрали 2,3 млрд завантажень, а ReelShort навіть обігнав TikTok у категорії Entertainment у App Store.

Джерело: Gradus, «Медіаспоживання 2025»; Forbes Україна, січень 2026; The Guardian; Adjust, 2026

Threads пройшов шлях від «кому він потрібен?» до «чому нас там досі немає?», і чи найголовнішої платформи "щоб бути в курсі, що відбувається". На старті в Україні платформа показувала близько 900 тис. користувачів. А на початку 2026-го — вже 2,6 млн, майже втричі більше за X (Twitter), і продовжує рости.

Джерело: Kosht; dev.ua, січень 2026



Старі точки контакту продовжують втрачати вагу. ТБ як джерело новин впало з 85% у 2015-му до 33% у 2025-му, а ринок ТБ-реклами скоротився на 4%. Люди не перестали дивитися контент — вони просто дивляться його в інших місцях.

Джерело: Internews Ukraine, 2025; Всеукраїнська рекламна коаліція, 2025; The Page

Офлайн, який у 2022-му бренди майже поховали, повернувся: у 2025-му ринок маркетингових сервісів виріс на 23%. Digital detox, offline clubs і third places стали глобальним трендом. Ukraine WOW — 160 тис. відвідувачів, Mastercard «Третє дихання» — понад 110 тис.; тисячі людей приходять на Кураж та офлайн-досвіди IQOS.

Джерела: Всеукраїнська рекламна коаліція / MAMI, 2025; Ukraine WOW, 2025; Mastercard, 2025; Кураж; IQOS, 2025.

А зовнішня реклама переживає ренесанс. У 2025 році ринок виріс на 26%, а DOOH, OOH і digital-ТБ стали одними з головних драйверів зростання. Екран на вулиці теж став digital — просто повз нього не можна свайпнути.

Джерело: Всеукраїнська рекламна коаліція, 2025

що ми думаємо про це?

те, що присутність ≠ участі. бренд може бути скрізь і все одно залишатися фоном. наше завдання збудувати органічний зв'язок – дружбу між брендом і людьми.



тому завжди починаємо з двох питань:

що має статися між Юрою, Андрієм, Олею і брендом?
що вони зроблять, окрім того, що побачать його?

welcome@brocreative.agency
brocreative.agency

тож наш підхід та принцип роботи
із брендами ми називаємо:



бо як ми вже сказали –
присутність ≠ участі

welcome@brocreative.agency
brocreative.agency



BRO: MINDSET
ЯК МИ ДУМАЄМО

ми не просто виконуємо бриф. ми хочемо, щоб аудиторія бачила в брендах не просто товари чи послуги, а друзів, з якими хочеться проводити час і ділитися емоціями.

01 / REAL PEOPLE

для кого?

конкретні люди, їхні потреби, звички та поведінка, а не абстрактна ца.

02 / TRUE TENSION

що їх хвилює?

справжній бар'єр, бажання чи суперечність, з якою можна працювати та створювати зміни

03 / POINT OF INFLUENCE

знаходимо правильний момент чи місце, людину чи групу людей

де ми можемо справді вплинути

04 / SPARK → IDEA

що справді зачепить аудиторію?

створюємо ідею, яка привертає увагу, пробуджує емоції та знаходить відгук

05 / PARTICIPATION

як залучити людей до взаємодії?

що аудиторія зробить, окрім того, що побачить креатив

06 / SUPER POWERS

як масштабувати?

обираємо інструменти під ідею, а не ідею під звичні інструменти.
канали не мають визначати спосіб мислення

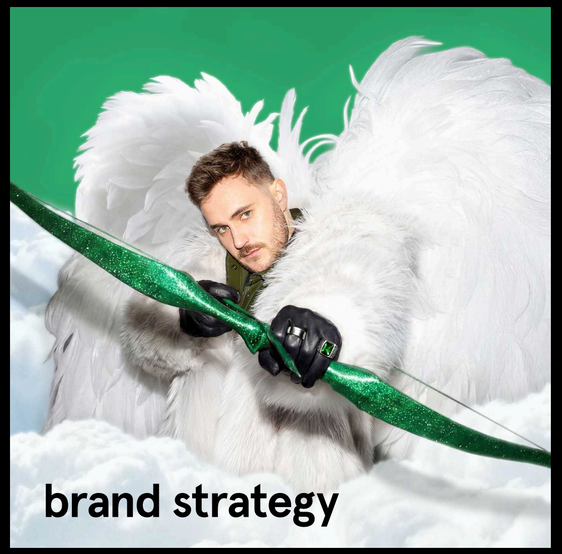
07 / REAL IMPACT

що змінилося?

прогнозуємо, а далі вимірюємо реальний вплив на людей, бренд і бізнес, а не кількість контенту

BRO:

welcome@brocreative.agency
brocreative.agency





brand content



influence &
media

ONE BRO:
ONE WAY OF THINKING.
MANY CAPABILITIES.





brand
experience

welcome@brocreative.agency
brocreative.agency

BRO: SUPERPOWERS

agency units

BRAND STRATEGY

не приймаємо бриф за чисту монету. шукаємо справжню проблему, розбираємося в людях і знаходимо ідеї, які мають значення для обох сторін: бренду й аудиторії.

що робимо: бренд-стратегія, креативні кампанії, айдентика, бренд-дизайн, продакшн.

BRAND EXPERIENCE

перетворюємо присутність бренду на досвід, у якому хочеться брати участь. створюємо приводи зустрітися з брендом у реальному житті, а не просто побачити його рекламу.

що робимо: special events, бренд-зони, pop-ups, pr-кіти, колаборації, creator events

INFLUENCE & MEDIA

знаходимо людей, яким із брендом по дорозі. будуємо дружбу, а не купуємо прихильність на один пост. створюємо інфоприводи, які цікаві не лише самому бренду.

що робимо: 360° амбасадори, інфлуенс-кампанії, pr, медіа, спецпроєкти у медіа та із лідерами думок.

BRAND CONTENT

не віримо в контент-плани. розбираємося в культурі платформ, поведінці людей і знаходимо для бренду власний голос. бо бути присутнім у стрічці й бути її частиною — різні речі.

що робимо: social (instagram, tiktok, threads), контент-продакшн, спецпроєкти.

welcome@brocreative.agency
brocreative.agency

BOLT DORITOS PEPSI

ROZETKA НАША РЯБА

КРАЙНА ЧЕРНІГІВСЬКЕ

VOGUE ATLAS SMILE

KOBLEVO BIC BINANCE

DE'LONGHI LAY'S МХП

welcome@brocreative.agency
brocreative.agency



project type: seasonal campaign

2026

industry: mobility

BOLT

[любов не стоїть у заторах]

замість типової комунікації у день валентина ми пішли шукати інсайт:

жителі великих міст (а це наша кор-ца) проводять у заторах 101 годину на рік – це час, що сповнений роздратування та очікування. ми як бренд не можемо змінити ситуацію на дорогах, але можемо змінити те, як люди її сприймають.





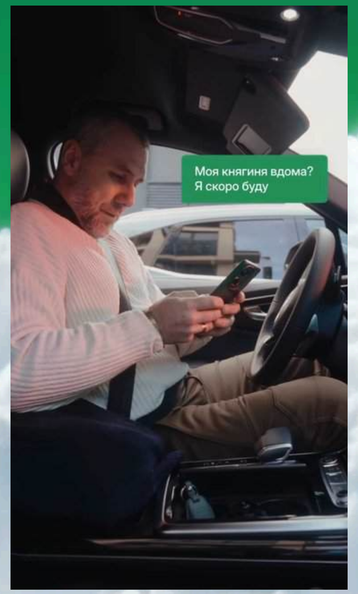
тому ми перетворили 101 годину роздратування на 101 годину ніжності. разом із latexfauna bolt переосмислив затори як моменти, коли можна зупинитися та сказати важливим людям, що ви скучили і вже везете чіпсики.

welcome@brocreative.agency
brocreative.agency

bolt та latexfauna створили романтичний джингл і ролик. у соцмережах кампанію продовжили трушні «latextинки», за допомогою яких користувачі могли ділитися своїми зізнаннями.
кампанія завершилася розіграшем боксів для побачень із вином, грою, промокодами на поїздки та листівками — перетворивши час у заторах на можливість для близькості та емоцій.







тиць, щоб глянути

результати за 10 днів кампанії без paid ads:

≈ 2,1 млн показів (incl. app coms)
≈ 12 тис учасників розіграшу
≈ 280 тис переглядів ролику
+4,88% замовлень



welcome@brocreative.agency
brocreative.agency



project type: experience & event activities 2026 industry: media & publishing

VOGUE [wellness escape]





vogue wellness escape

vogue wellness escape – щорічна wellness-ініціатива, що об’єднує провідних представників beauty-індустрії та ентузіастів турботи про себе.

нашим завданням було підсилити креативну основу події та об’єднати в одну концепцію все, з чим взаємодіятимуть гості: програму, активності, простір, декор і фізичні атрибути. важливо було зберегти ідею на кожному етапі реалізації – від першого візуального брифу до супроводу події на локації.

welcome@brocreative.agency
brocreative.agency

Ми живемо у світі, де дедалі частіше взаємодіємо через екрани. Тому особливо цінною стає можливість повернутися до фізичного: відчути власне тіло, доторкнутися до природи, побути разом і зосередитися на моменті.

Так народився Vogue Wellness Escape — сенсорний досвід, що допомагає сповільнитися та відновити контакт із собою.











Навколо цієї ідеї ми створили програму активностей: джорналінг, босоногі практики, лекції із сексологом та інші формати. Кожен із них отримав продовження у візуальних зонах, декораціях і фізичних атрибутах, які допомагали прожити wellness усіма відчуттями.



BRO: creative agency

project type: social & culture activation

2026

industry: mobility

BOLT

[місяць театрів]

під час війни український театр переживає культурне відродження, але водночас стикається з браком ресурсів. для українців похід до театру — це більше, ніж дозвілля. це спосіб зберігати свою ідентичність, підтримувати культуру та залишатися собою.

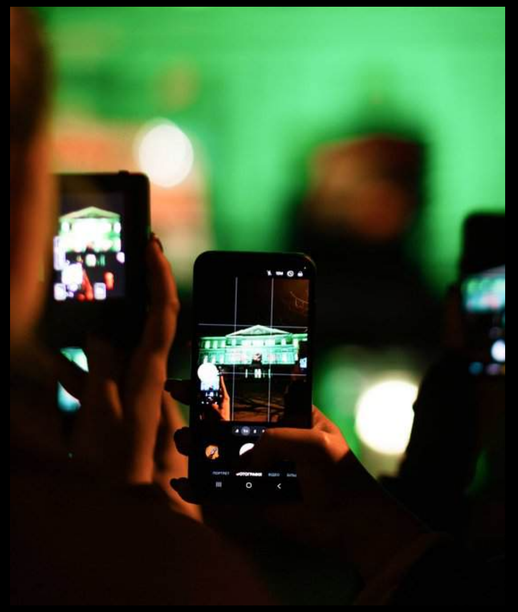












ми перетворили звичайні поїздки на підтримку української культури. у межах платформи bolt «зелене світло твого дозвілля» де бренд підтримує українську культуру – 30% вартості кожної поїздки до або з театру спрямовувалися на його розвиток. без додаткових дій чи донатів — достатньо було просто поїхати на виставу.




молодий
театр


ТЕАТР
ДРАМИ І КОМЕДІЇ



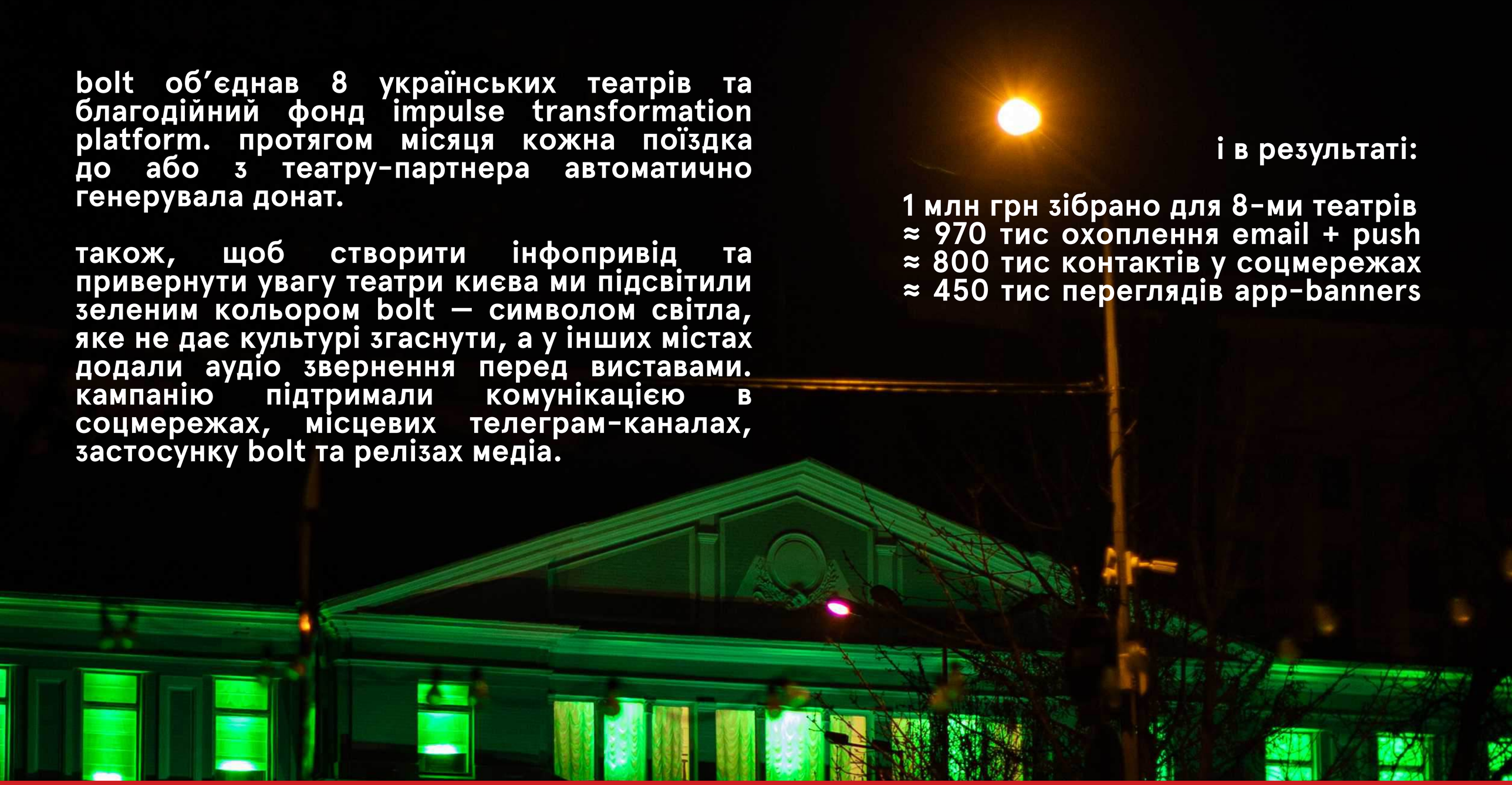

молодий
театр

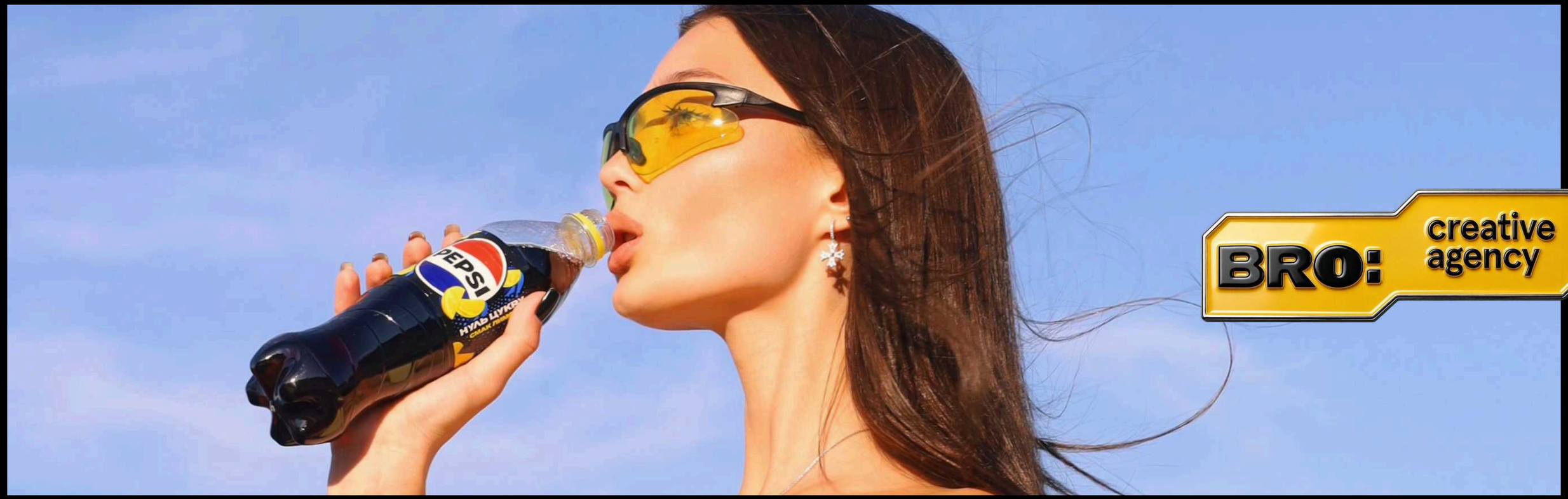

bolt об’єднав 8 українських театрів та благодійний фонд impulse transformation platform. протягом місяця кожна поїздка до або з театру-партнера автоматично генерувала донат.

також, щоб створити інфопривід та привернути увагу театри києва ми підсвітили зеленим кольором bolt — символом світла, яке не дає культурі згаснути, а у інших містах додали аудіо звернення перед виставами. кампанію підтримали комунікацією в соцмережах, місцевих телеграм-каналах, застосунку bolt та релізах медіа.

і в результаті:

1 млн грн зібрано для 8-ми театрів
≈ 970 тис охоплення email + push
≈ 800 тис контактів у соцмережах
≈ 450 тис переглядів app-banners





project type: influencer & collaboration campaign

2026

industry: fmcg

PEPSI

[домафінове літо із pepsi]



у кампанії стояло завдання:

нагадати всім про круті zero sugar смаки pepsi: лимон і вишня та познайомити із новинкою – тропік

після такої зими хотілося одного — кольору. бажано багато
і цифри, і тренди, що неслись підтвердили – дофаміну потребували всі, а смаки pepsi – яскраві та дуже джусі.
тож ми вирішили присвятити кампанію дофаміновим образам, де pepsi стає головним аксесуаром луку 💅

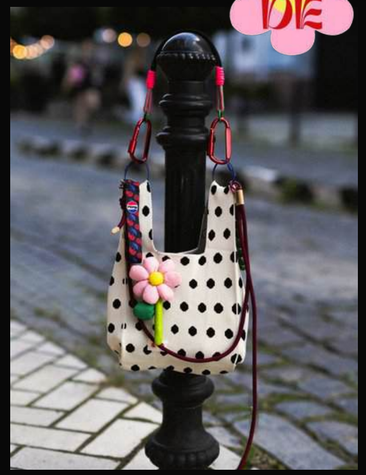


welcome@brocreative.agency
brocreative.agency

разом з українським брендом node ми створили домафінові сумки для pepsi















створили із ними більше 20 ugc-інтеграцій із фешн та лайфстайл креаторами









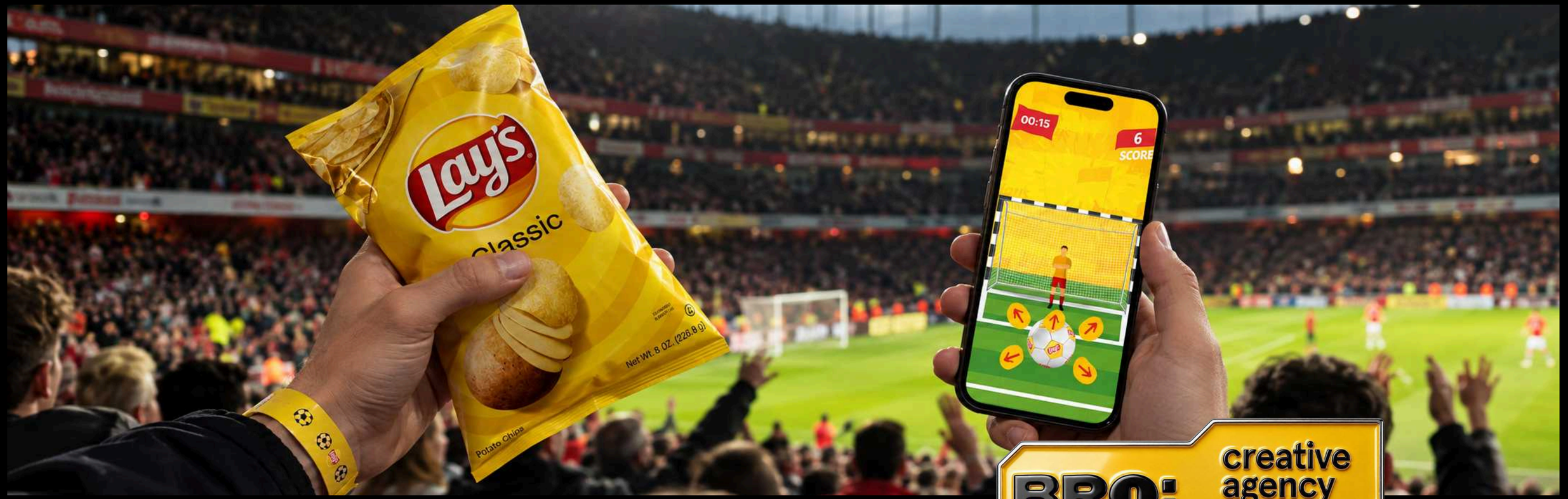






і це все під мудовий трек для tik tok, який нам створив vlad.gruvnya

welcome@brocreative.agency
brocreative.agency



project type: special project on tik tok

2025

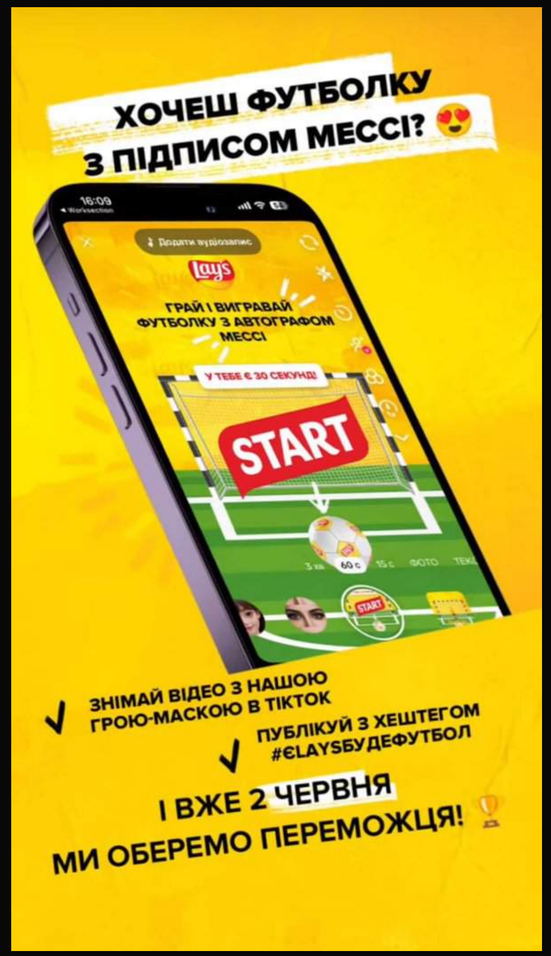
industry: fmcg

LAY'S

[є лейс? буде футбол!]

lay's tik tok activation

full-cycle спецпроєкт для підтримки нац.акції





BRO:

welcome@brocreative.agency
brocreative.agency



ЗВУК ДЛЯ АКТИВАЦІЇ У ТІК ТОК

із відомим українським футбольним коментатором **Ігорем Цигаником**

РОЛИКИ ДЛЯ ТІК ТОК LAY'S

у акаунт Lay's, щоб розіг-ріти інтерес аудиторії та розповісти про національ-ну акцію бренду





AR-МАСКА ІЗ ГЕЙМІФІКАЦІЄЮ

як інструмент розіграшу та інтерактивного залучення аудиторії

ІНТЕГРАЦІЇ ІЗ ІНФЛУЕНСЕРАМИ

та акаунтами футбольних клубів для залучення до розіграшу цільової ауд.





ФУТБОЛКА ІЗ ПІДПИСОМ МЕССІ

яку ми розіграли серед юзерів маски та вручили переможцю особисто на його 18-ти річчя!

welcome@brocreative.agency
brocreative.agency



понад 110 к спроб

використання
маски у tik tok

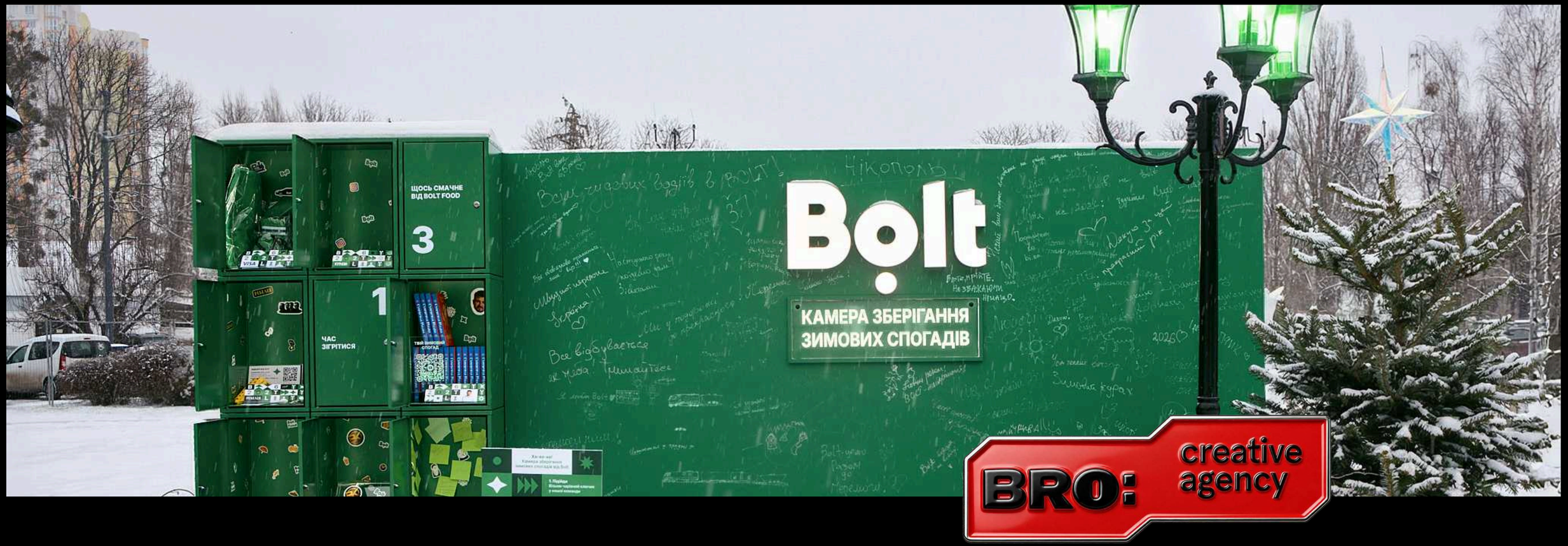
понад 2 100

ugc контенту
з маскою

понад 2 млн

контактів із зменшенням
планового cpt на 60%

welcome@brocreative.agency
brocreative.agency



project type: brand experience

2025–2026

industry: mobility

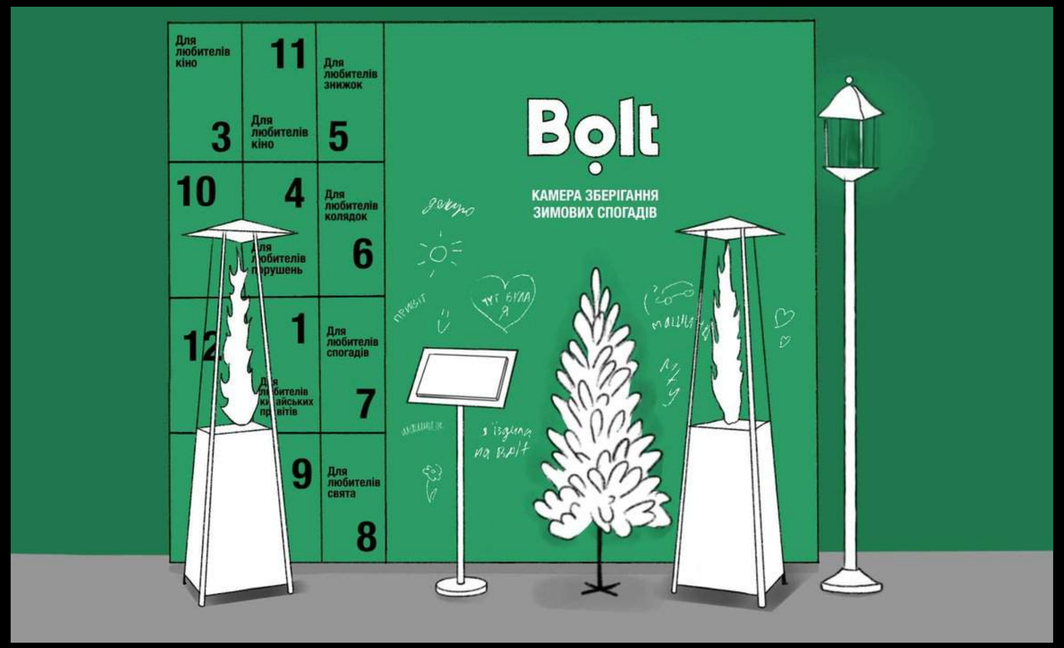
BOLT

[веземо на кураж!]

кураж — більше, ніж маркет. це місце, де зустрічаються люди, які формують культурне життя києва.

для бренду бути частиною такої події — не про логотип на банері, а про спільний досвід. і справжня інтеграція починається тоді, коли бренд стає постійною частиною події, а не з'являється на один вікенд.





ми перетворили разову активацію на довгострокове партнерство. у межах платформи «зелене світло твого дозвілля» створили інтерактивний простір bolt, який змінювався разом із кожним куражем. через гру, подарунки та нові враження гості знайомилися з партнерами, амбасадорами й ініціативами бренду.


Bolt
ЗЕЛЕНЕ СВІТЛО
ТВОГО ДОЗВІЛЛЯ


ОДА З КОМАНДОЮ МЮЗИКЛУ
«РЕБЕЛІЯ [1991]» ВІД МУР




ЗЕЛЕНЕ СВІТЛО
ТВОГО ДОЗВІЛЛЯ




Bolt Food


Bolt
КАМЕРА ЗБЕРІГАННЯ
ЗИМОВИХ СПОГАДІВ


Bolt


Bolt
КАМЕРА ЗБЕРІГАННЯ
ЗИМОВИХ СПОГАДІВ

протягом чотирьох куражів ми постійно оновлювали простір bolt: від різдвяної камери зберігання спогадів до інтерактивних ігор, vr-поїздок хрещатиком та благодійних активностей. додали зустрічі з амбасадорами мур, офлайн-лекцію з женею яновичем і промокоди на поїздки до та із куражу

так bolt став частиною всього досвіду відвідувачів — від дороги на кураж до повернення додому

бо присутність ≠ участі



і в результаті:

+93% зростання поїздок на вднг
≈ 5 млн переглядів сторінки
≈ 900 тис охоплення email + push
≈ 130 тис органічних переглядів
≈ 3 тис нових підписників



project type: experience & event activities

2025

industry: home appliances

DE'LONGHI

осінній wellness



ВИКЛИК КЛІЄНТА

розробити комплексну концепцію події: від ідеї та логістики до інфлюенсерів, активностей, kpi, pos-матеріалів і фінального pr-паку — в межах одного цілісного рішення.

НАШ ВИКЛИК

створити не черговий прес-тур, а подієвий досвід, де бренди проживають разом із гостями повноцінну історію.

з акцентом на концепцію, продуктову взаємодію та живу емоцію — замість формального pr-формату.

welcome@brocreative.agency
brocreative.agency

наш концепт – турбота про власний wellness

wellness – баланс усіх станів в житті: від фізичного до соціального. і саме восени, коли світ сповільнюється, закінчується гонка за літом – настає час, щоб знайти гармонію між цими станами.













ми запропонували 3 дні, як 3 точки турботи про окремі стани велнесу для кожного учасника прес-туру, і вони просто ідеально заметчились із нашими брендами.

welcome@brocreative.agency
brocreative.agency






1 день

турбота про фізичне здоров'я – "те, що зовні". цей день був присвячений активностям від nutribullet, бо що, як не хелсі лайфстайл забезпечить це.

інстаграмний смузі-бар, йога із тренером smartass, кастомна карткова гра-знайомство та саунд-хілінг

2 день

турбота про соціальне здоров'я – "те, що між нами". цей день був присвячений активностям від de'longhi, бо що, як не кава об'єднує.

dj під ранкову каву та дуже вайбовий осінній бар із сезонними напоями.















3 день

турбота про емоційне здоров'я – "те, що всередині". цей день буде присвячено активностям від braun, бо що, як не супер-смачна вечеря підніме настрій.

чайна церемонія, справжній мастер-шеф та пінтересна гала-вечеря.

welcome@brocreative.agency
brocreative.agency



project type: smm & content creation

2025

industry: fmcg

DORITOS

[boldness social media]





ми створили новий характер doritos у tik tok та insta











welcome@brocreative.agency
brocreative.agency

reels із унікальними саундами (які ми записали) та щоразу іншою ідеєю





Click on reel you want to watch it











welcome@brocreative.agency
brocreative.agency

позиціонування бренду – це boldness, рішучість бути собою та бути справжнім, тому bro створили шоу, де кожен може розширити межі своєї рішучості. абсолютно змінити стиль, набити тату, пофарбувати волосся в фіолетовий – бо давно мріялось, але наважитись було важко.

Click on Tik Tok video to watch it

tik tok show





welcome@brocreative.agency
brocreative.agency



project type: influencer & media campaign

2025

industry: fmcg

ЛЕГКО [хвилини на улюблене]

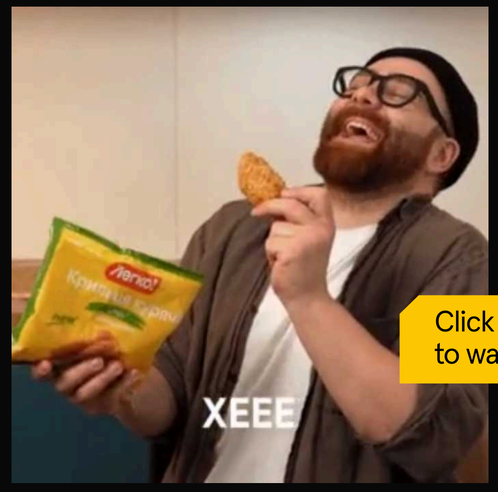
а дааааавайте Легко! на прикладі кампанії для бренду  легко глянемо,  як працює  наш participation 

first підхід?

welcome@brocreative.agency
brocreative.agency







Click on .gif
to watch it





gif-ки для telegram media

скажіть чесно, читаєте рекламу в телеграм-каналах? от і ми так подумали, тому вирішили розповісти що із легко – смачно і легко через знайому мову чатів із друзями – веселих гіфок. круто вийшло!

welcome@brocreative.agency
brocreative.agency

найкоротший ролик для you tube

і тут – скажіть чесно, дивитесь рекламу на youtube-каналах? от і ми так подумали, тому вирішили створити ролик, який триватиме допоки ви дотягуєтесь, щоб пропустити його. круто вийшло!



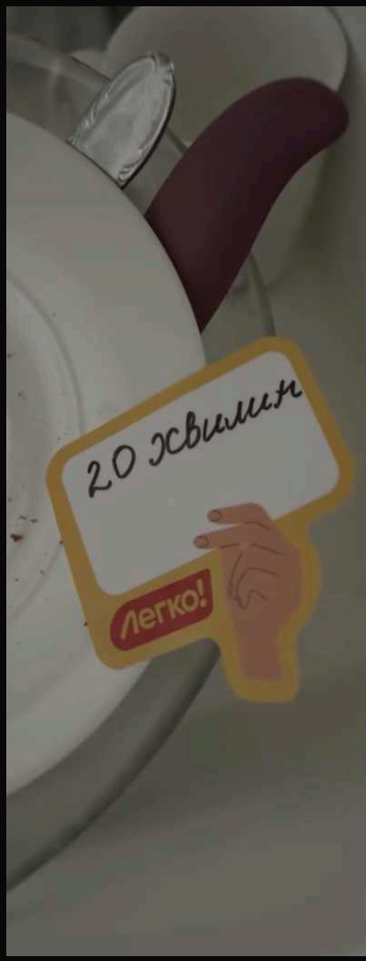
welcome@brocreative.agency
brocreative.agency

часові стікери у блогерів

і на кінець, ще тут скажіть чесно, часто вам буває ліньки готувати щось? от і ми так подумали, тому вирішили інтерактивно показати із інфлуенсерами як все легко із легко. ми створили часові стікери для них і вони класно впорались із поставленим завданням перевиконавши kpi на 90 % 😱!







welcome@brocreative.agency
brocreative.agency



BRO: creative agency

project type: smm & content creation

2025

industry: entertainment

ATLAS

[турбо smm]

за **5 місяців** підготовки фестивалю ми створили понад **400** креативів



для atlas і партнерів та повністю змінили **контент-стратегію** фестивалю

welcome@brocreative.agency
brocreative.agency



















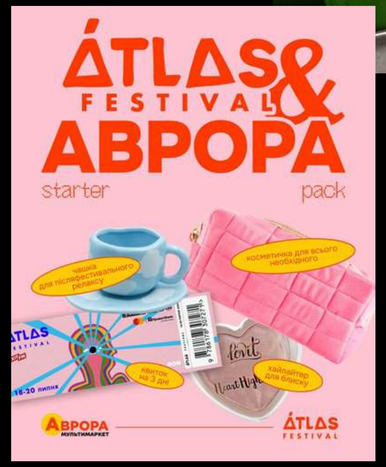
Click to watch















welcome@brocreative.agency
brocreative.agency



за три дні фестивалю:

відзняли, змонтували та опублікували
понад **240 сторіз**

написали та опублікували
понад **50 дописів**

відзняли на про-камеру та змонтували
понад **15 роликів**

спали у сумі: понад **12 годин**

танцювали під the rasmus та
півоварова і співали піна-коладу

Click on Reels
to watch it

ÁTLAS
FESTIVAL



welcome@brocreative.agency
brocreative.agency

ТРЕБА БІЛЬШЕ?

це також наші bro:

1909 Krauff GERMANY
KENWOOD
BRAUN
лімо СМАКУЄ З 1965
CENTRAL MALL
PAPER CUPS
BORN IN UKRAINE HLIBNY DAR SINCE | 2002
БАЩИНСЬКИЙ М'ЯСНІ ПРОДУКТИ
BADVASY
MR. WHITE
Садочок
ПИРЯТИН
Трускавецька
MARENGO
РЯБ CHICK
lel
Ябко
HiPP
barvy manufacture
Легко!
ЦАРА ШТА
ORIGINAL PHILADELPHIA
СУПЕР ФІЛЕО
ХРУМ ТІМ
Galicia

запитайте деталі, якщо потрібно

welcome@brocreative.agency
brocreative.agency



BRO:

website: brocreative.agency
mail us: office@brocreative.agency
office: Kyiv, Honcharna 9A

inst: bro.creative.agency
tt: bro.creative.agency