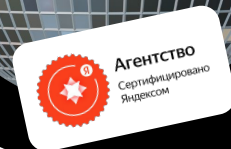
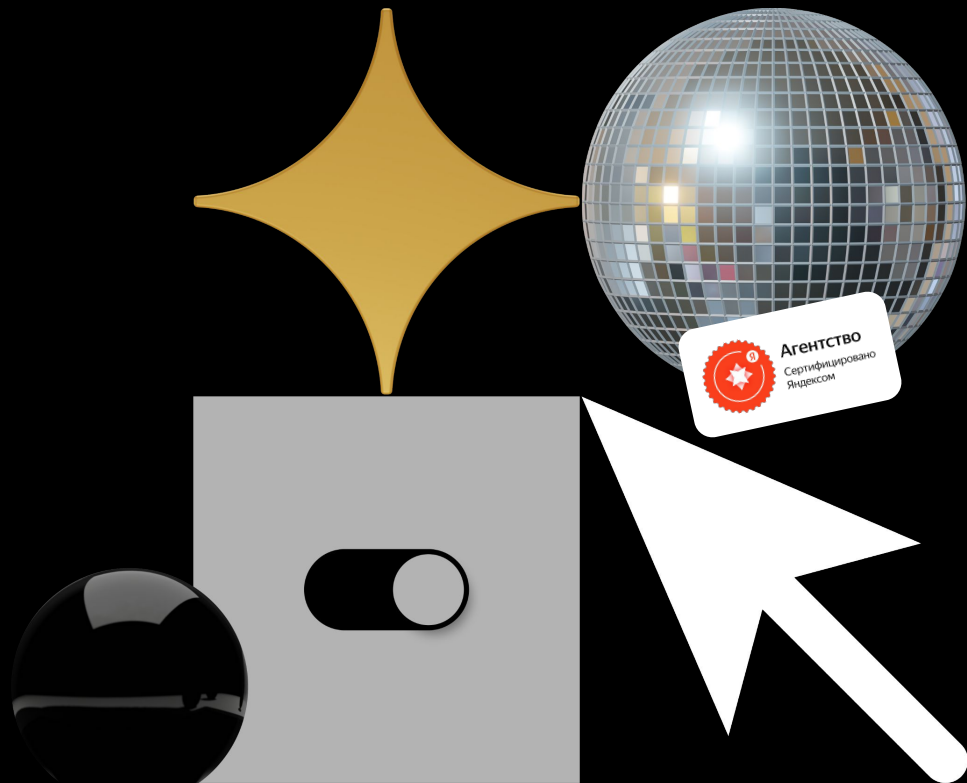


БРЕНДФОРМАНС АГЕНТСТВО

SALO

Формируем спрос и растим
продажи через создание
и продвижение контента



2019: создаем компетенцию контент-продюсеров

- менеджеры проекта с сильной экспертизой в контенте
- могут работать с контентом разных форматов: от текстов до сайтов, приложений и видео
- все компетенции и процессы для продюсеров мы разрабатывали сами, ровно как и учили первых специалистов

[Школа контент-продюсеров →](#)

[Заповеди продюсеров SALO →](#)

Настя, контент-продюсер

Катя, контент-продюсер

Алина, контент-продюсер

Даша, контент-продюсер

Сейчас: клиентский лист

OZON

Haier

X5Group

► PREMIER

Яндекс Go

ТН ТЕХНО
НИКОЛЬ

segezha
group

AliExpress™

ЕВРАЗ

АЛЬФА
СТРАХОВАНИЕ

Наш подход — брендформанс

Мы выстраиваем полный цикл привлечения клиентов через digital-инструменты: от формирования спроса до роста продаж. По статистике пользователю необходимо от 5 до 8 касаний с брендом, чтобы в итоге выбрать именно его.

1 - Идея

Пользователь: Живет без сформированной потребности

SALO: Формируем спрос на продукт или услугу

3 - Оценка

Пользователь: Оценивает выбранные бренды

SALO: Формируем лояльность к вашему бренду и работаем с возражениями

2 - Исследование

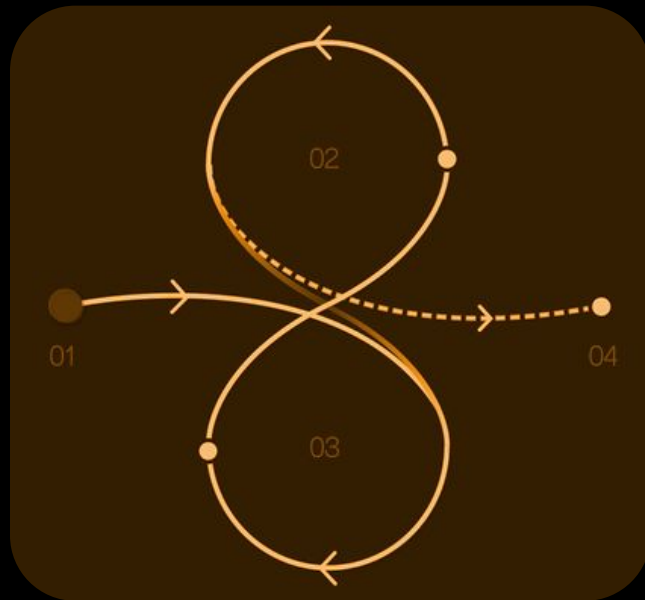
Пользователь: Ищет подходящие бренды

SALO: Помогает бренду стать заметнее для пользователя через контентные каналы и блогеров

4 - Действие

Пользователь: Готов совершить покупку на основе полученного опыта

SALO: Работаем с перформанс-каналами



[Подробнее о брендформансе →](#)

Бизнес



x2

рост среднего чека

+100%

рост выручки

x2

рост сотрудников

3 года

средний LTV клиента

Подписали партнерское соглашение с компанией D`Terra

Можем комплексно работать над большими контентными проектами — начиная от разработки, заканчивая дистрибуцией.

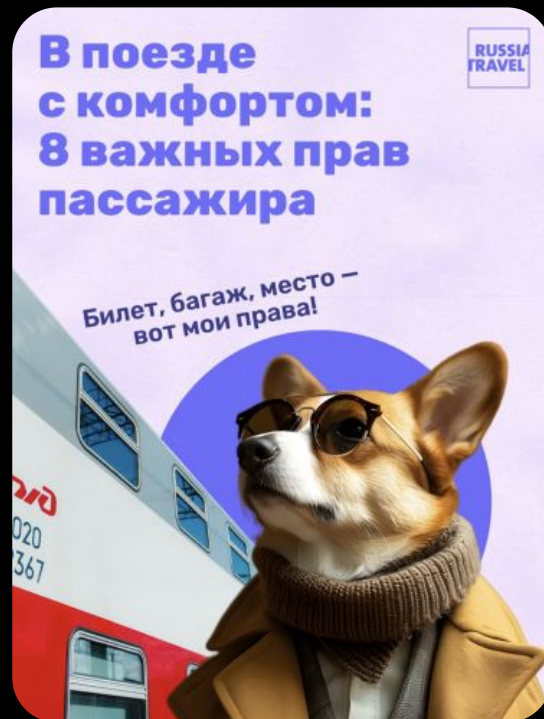
Активно развиваем отдельное направление по продвижению публичных компаний

Нейросети в контенте

Внедряем нейросети в работу с контентом

Не заменяем дизайнеров, но за 2023-й год научились использовать нейросети как мощную поддержку при создании контента.

Время на создание креативов сократилось на 20%.



**В поезде
с комфортом:
8 важных прав
пассажира**

RUSSIA
TRAVEL

Билет, багаж, место –
вот мои права!

Проекты



SilverMercury™

Серебро на премии «Серебряный Меркурий» с контентом для Segezha Group

AKMP

Номинант премии Digital Communications Awards 2023 с ТГ-каналом «Неприниматели» для банка «Открытие»

WDA

2-е место на премии Workspace Awards с контентом для Segezha Group

TAGLINE

Серебро на премии Tagline в номинации «Лучшее исследование» с рейтингом цифровой зрелости SDI

Доставляем счастье сотрудникам компаний вместе с Яндекс GO



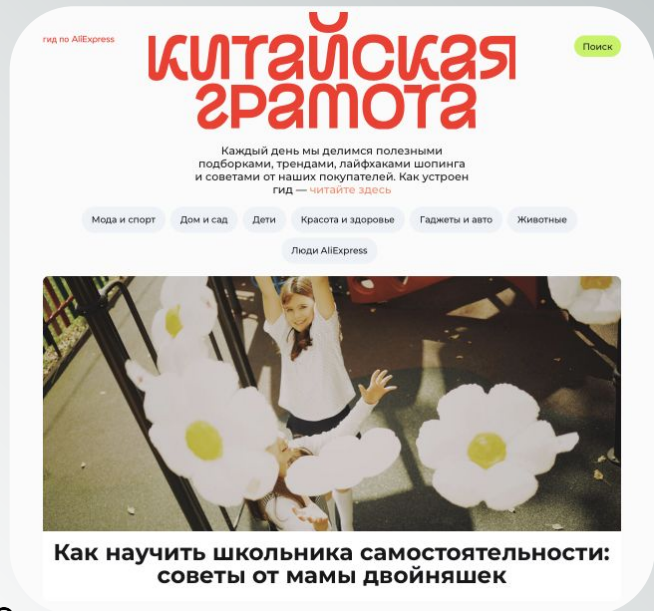
Сплит контента для разных направлений

Задача: рассказать бизнесу о новых возможностях: даже после запуска личного кабинета для бизнеса значительная часть компаний все равно использовала сервисы по-старинке

1. **Исследовали пользовательские сценарии вместе с брендом и писали статьи-кейсы.** Поскольку основной контент инструмента — это тексты, мы рассчитывали на возможность подробно рассказать о преимуществах и способах работы с сервисом.
2. **В ходе кампании выделили три главных приоритета** при создании контента: фокус на жизненный сторителлинг и базовую связку «боль + продукт», акцент на деталях, демонстрация интерфейса в визуалах

С марта по ноябрь 2023 канал в ПромоСтраницах по CPL стал сопоставим с контекстной рекламой. Учитывая B2B-направленность, специфику бизнеса и тот факт, что мы изначально не нацеливались на лиды, это очень внушительный показатель.

«Китайская грамота»: гид по AliExpress



Задача: полноценно вести бренд-медиа, взять на себя формирование контент-плана, написание статей, их верстку и публикацию.

Как мы это делаем:

1. Ежемесячно согласовываем контент-план с брендом. Помимо создания текстов по запланированным темам, отслеживаем тренды и инфоповоды, чтобы запускать ситуативные статьи.
2. Работаем с редакцией, обеспечивающей бесперебойный поток контента (публикация минимум три раза в неделю).
3. Создаем спецпроекты с привлечением инфлюенсеров.
4. Занимаемся дистрибуцией контента из журнала: делаем таргетированную рекламу в соцсетях и Stories в приложении AliExpress, с которых ведем на статьи.

«Китайская грамота»: гид по AliExpress

Журнал хорошо работает сразу на несколько направлений:

- имидж бренда — AliExpress выступает как эксперт во всем, что связано с тематикой lifestyle;
- перформанс — встроенные в текст ссылки ежемесячно приносят AliExpress тысячи продаж;
- комьюнити — у журнала есть преданные читатели и дружественные инфлюенсеры, которые участвуют в создании контента.

[Посмотреть проект →](#)

Дети

Все статьи



18.08.2023 10 минут

Путешествие с ребёнком: готовимся, чтобы не сойти с ума

Что взять в поездку с детьми? Главное — хороший настрой, а нужные девайсы и полезные вещи можно заказать прямо по нашему списку.



02.08.2023 10 минут

Готовимся к школе: рабочее место для учёбы дома

Сделайте для вашего ребёнка уютный и функциональный уголок, где он сможет спокойно сконцентрироваться на уроках. В статье выбрали все самое полезное с доставкой как раз к сентябрю.



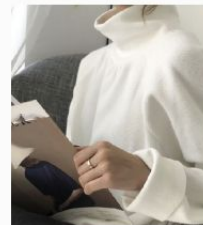
18.07.2023 10 минут

Гаджеты для безопасности детей: на улице, дома и в сети

В статье вас ждут самые разные гаджеты: от видеоняни и GPS-трекера до наклейки-термометров и даже детектора активности мозга.

Мода и спорт

Все статьи



28.08.2023 3 минуты

Цвет месяца: белый

В последнее время цвет стал особенно популярен благодаря нарастающему интересу к вещам и интерьерам в стиле old money.



16.08.2023 10 минут

Как завязывать платок: выбираем стильные и носим красиво

Представляем вашему вниманию большую подборку самых разных моделей. Настроение — от богеми до хулиганского!



31.08.2023 10 минут

В чём пойти на учёбу: образы в стиле librarian core

В моду входит librarian core — так называемый библиотечарский стиль с юбками в клетку, квадратными очками и шерстяными кардиганами.

Премьера нового сезона «Мир! Дружба! Жвачка!»

Задача: в максимально короткие сроки анонсировать запуск нового сезона сериала «Мир! Дружба! Жвачка!» в 100 тг-каналах

Как достигнут результат

Для реализации подготовили подборку тг-каналов. В сплит вошли тг-каналы о фильмах, лайфстайл-каналы и каналы, связанные с поп-культурой. Поскольку срок на реализацию проекта был ограничен, в подборку отправлялись каналы только с проверенной эффективностью — работали с теми авторами, которые ранее показывали хороший результат.

Для каждого тг-канала редакция агентства готовила отдельный пост, соблюдая стиль автора и нативно рассказывая о новом сезоне сериала, учитывая особенности проекта, которые важно было подсветить.

P.S. Смотрите третий сезон «Мир! Дружба! Жвачка!» на PREMIER

Результат

- ❑ Третий сезон вышел эксклюзивно на видеосервисе PREMIER 4 мая и за период с 4 по 9 мая (вкл.) собрал 2 млн. просмотров, а суммарные просмотры всех трех сезонов за эти шесть дней превысили 4 млн.
- ❑ Новый сезон «Мир Дружба! Жвачка!» показал высокий рейтинг ожидания



2 млн.

просмотров нового сезона за 6 дней майских праздников

4 млн.

просмотров всех сезонов за этот же период

Примеры публикаций: [БЛОГ ГАЛИНЫ](#), [НЕПРОЗАМУЖ](#), [кабачковая икра по акции](#)

Вклад в развитие рынка

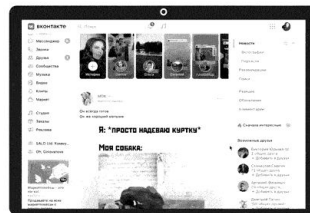
Читаем лекции для студентов
РХТУ им. Менделеева и ВШЭ



Выпустили 3 курса по digital-
маркетингу для студентов МФТИ

УМНАЯ ЛЕНТА VK

МФТИ



Если вы досмотрели до конца, вам бонус — рассказываем, почему агентство называется SALO

SALO — это аббревиатура от имен четырех основателей агентства: Сергея, Александра, Леры и Олега. Иногда это не просто помогает выделиться и запомниться, но и играет решающую роль в выборе подрядчика.

Один из наших клиентов долго выбирал себе агентство по работе с инфлюенсерами. На последнем этапе, когда надо было сделать выбор между нами и еще одним агентством, директор по маркетингу компании клиента никак не мог сделать последний шаг. Точку поставил один из основателей: «У нас на подряде уже работает агентство «Борщ», пусть теперь будут «Борщ с Салом».

Такие дела ~_(ツ)_/~
Спасибо за ваше внимание

