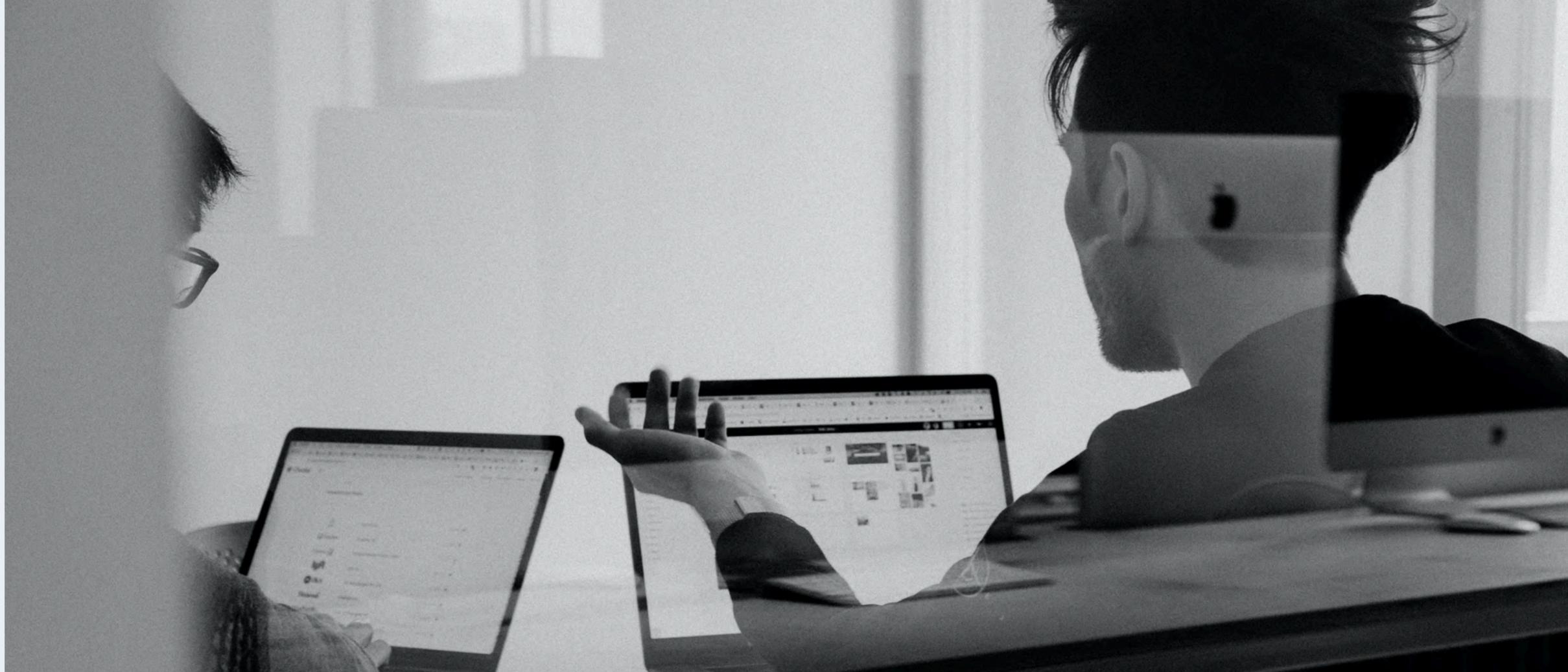


РЫБАТУТ

Никому не хочется слушать лекцию, но все любят истории.
А мы умеем их рассказывать



Привет. Мы –
коммуникационное
бюро «Рыба Тут»

Наша специализация – настраивать общение между брендом и аудиторией в диджитал-среде. Все наши творческие идеи и решения мы пропускаем через ожидания, поведение и потребности обычных людей.

Бюро основано в 2012 году, и сейчас им руководят вот эти классные ребята



Светлана Иванникова
CEO



Александр Катенкарь
CVO



Игорь Городецкий
Head of Projects



Александра Каленская
Art Director



Алексей Агаев
CFO

Tagline

TOP-50 лучших
SMM-агентств России

Ruward

рейтинг «Digital-прорыв 2017»
«Лучшие агентства России»

Likeni

TOP-50 рейтинга
известности 2020



Принципы

Делай вопреки
Делай от руки
Мир переверни
Небо опрокинь

С 2012 года мы работаем с крупнейшими брендами, среди которых:
«Спортмастер», Ostin, IMAX, Columbia, Nestle, Acuvue, Beluga, Ford, Chevrolet,
Mazda, Gerber, KLM, Air France, Hoya, Lipton, Friskies, Nescafe и другие



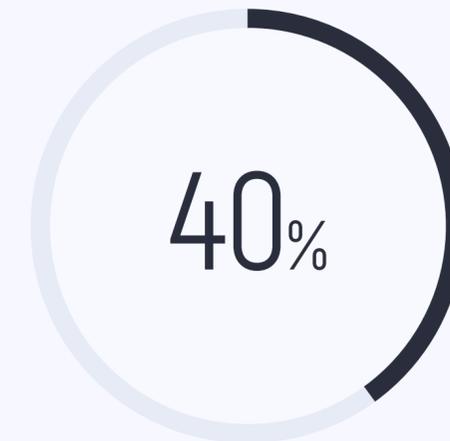
Проектов онлайн



Клиентов, в среднем,
работают с нами
3 года и более



Средний процент
перевыполнения
плана



Сотрудников
работают в компании
с момента основания

Мы выделяем следующие ключевые направления:



Strategy & Creative

Разрабатываем стратегии и коммуникационные платформы: анализируем конкурентов, тренды, инфополе, риски, выявляем инсайты, подбираем площадки и каналы и придумываем идею



SMM

Разрабатываем и реализуем SMM-стратегии: создаем контент, разрабатываем и реализуем стратегии продвижения, организуем модерацию и ORM



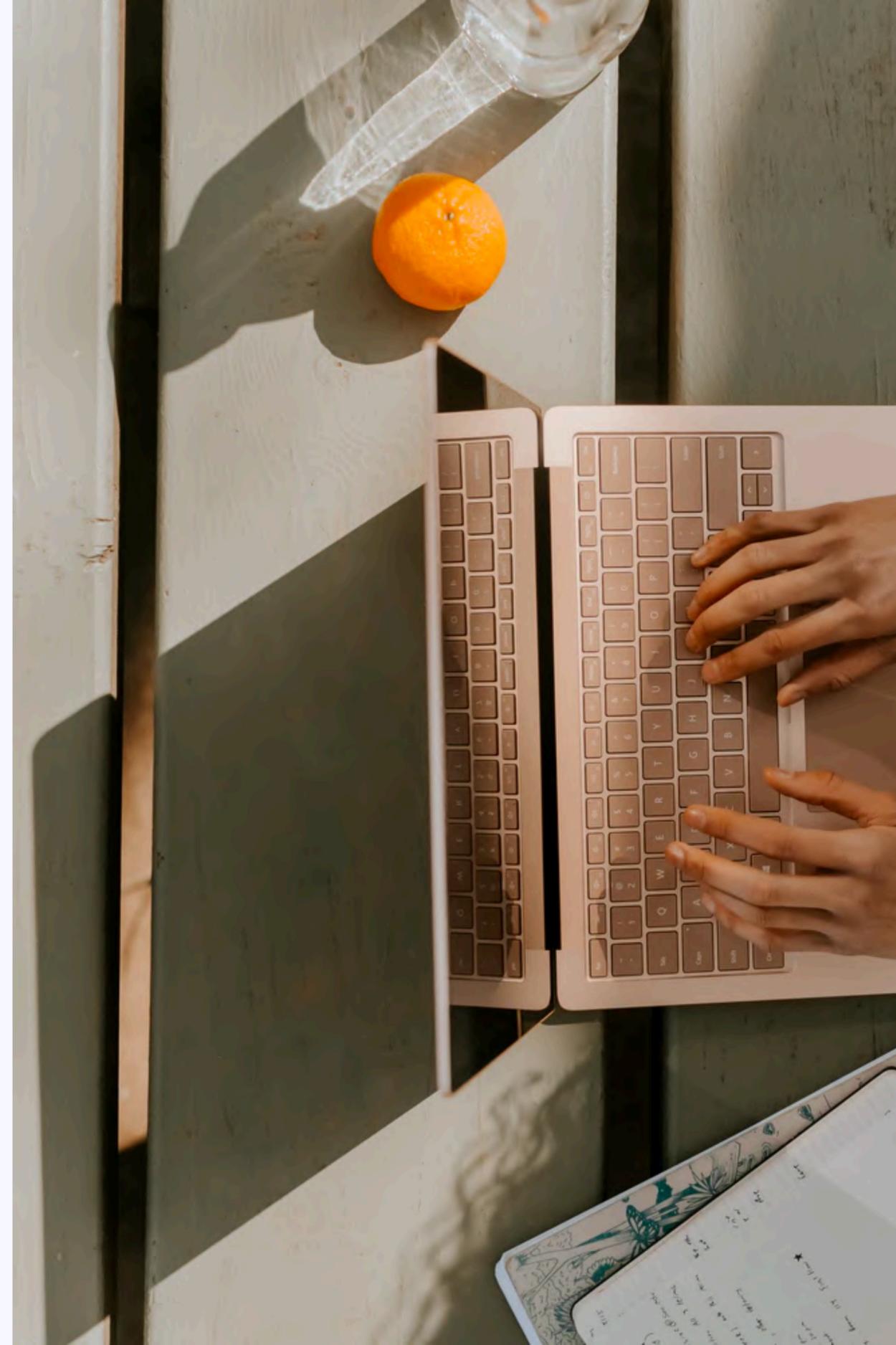
Production

Делаем фотосъемки, проводим видеосъемки, создаем визуальный продукт – графика, иллюстрации, моушн, коллажи, разрабатываем визуальный язык и идентификацию



Influence

Работаем с блогерами и лидерами мнений, реализуем интеграции и спецпроекты: TikTok, Instagram, YouTube, Telegram, подкасты



Columbia



IMAX® *спортМастер* PRO

TONI & GUY
HAIRDRESSING



Gerber

Любятово

KLM

AIRFRANCE

HOYA

DIVAGE

askona
СПИТЕ, ЧТОБЫ ЖИТЬ



ASUS®



Friskies



TORIS

BELUGA
NOBLE RUSSIAN VODKA

Freixenet

URBAN
GROUP

NESCAFÉ

EFES

МАЧЕТЕ
УБИВАЕТ

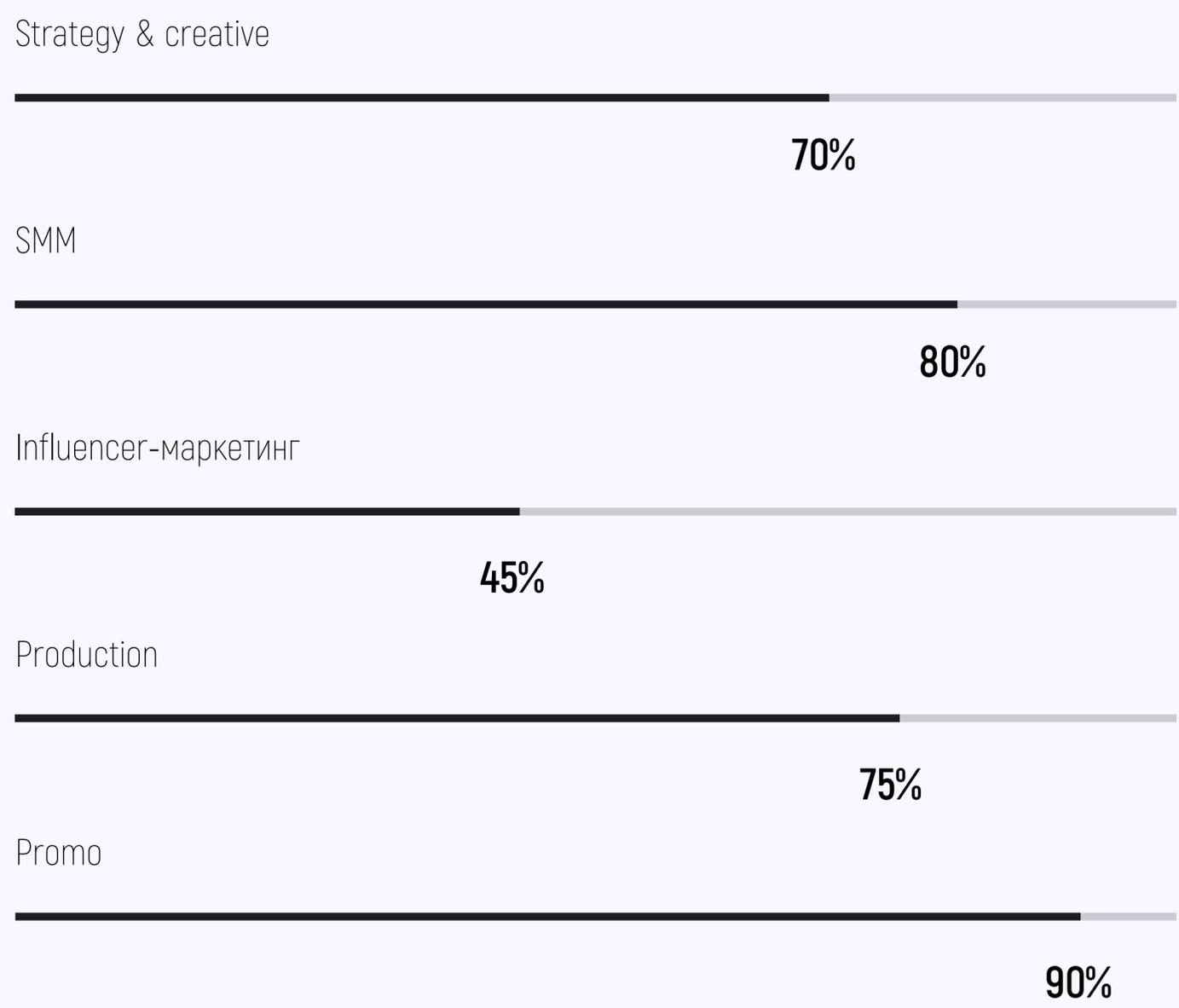


CHEVROLET

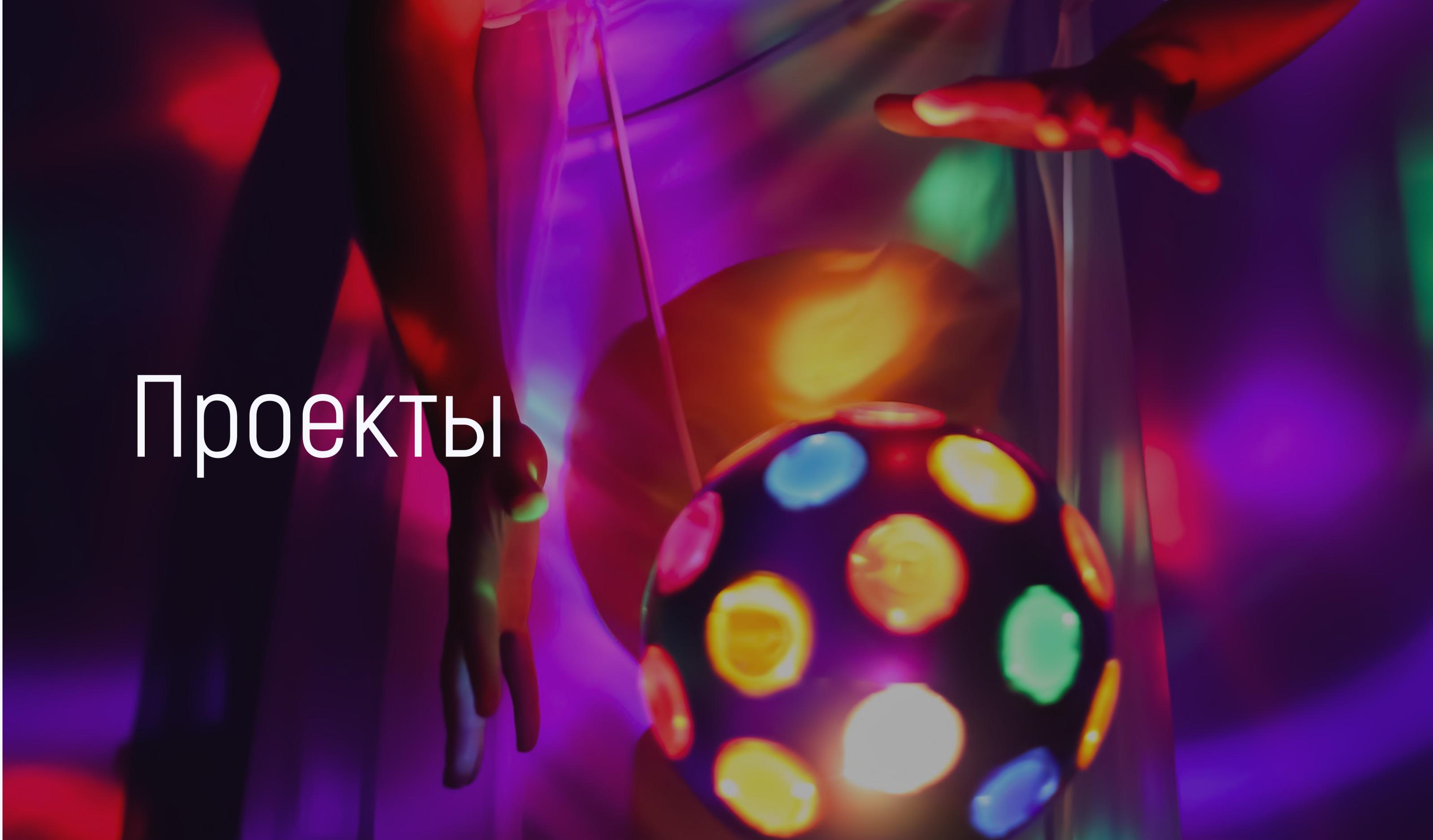


ACUVUE®

Более 100 проектов с момента основания бюро



Проекты



Ведем коммуникацию в соцсетях, проводим прямые эфиры, активации, а также формируем понятный и полезный контент о спорте, outdoor-активностях и рассказываем о нашей продукции нативно и в формате интеграций в контекст постов. Также был разработали уникальный визуальный язык с авторскими рисованными элементами

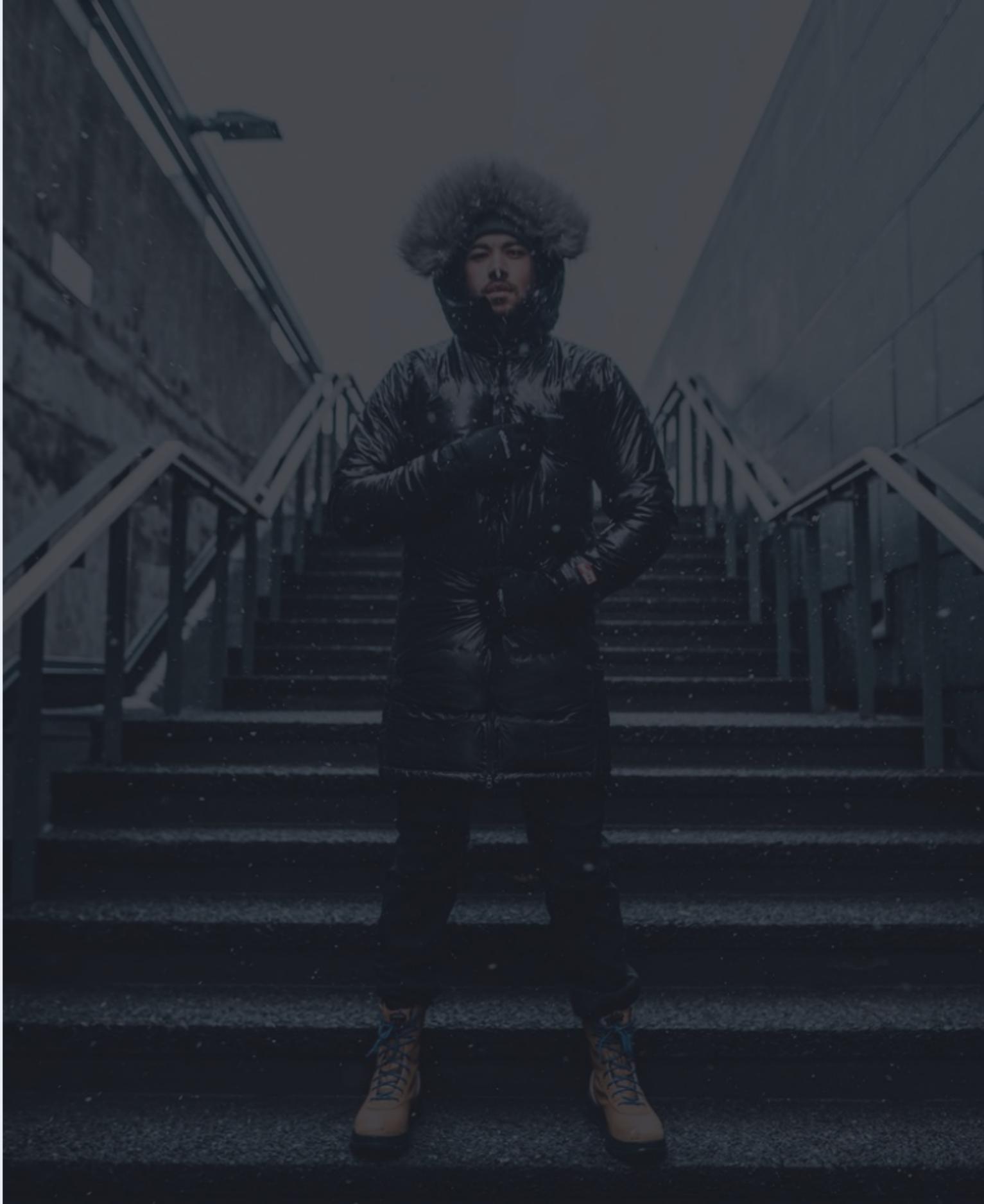


с 2021 – по
настоящее время



COLUMBIA





+78%

Показатель увеличения интеракций по сравнению с аналогичным периодом до старта работы.
To be continued

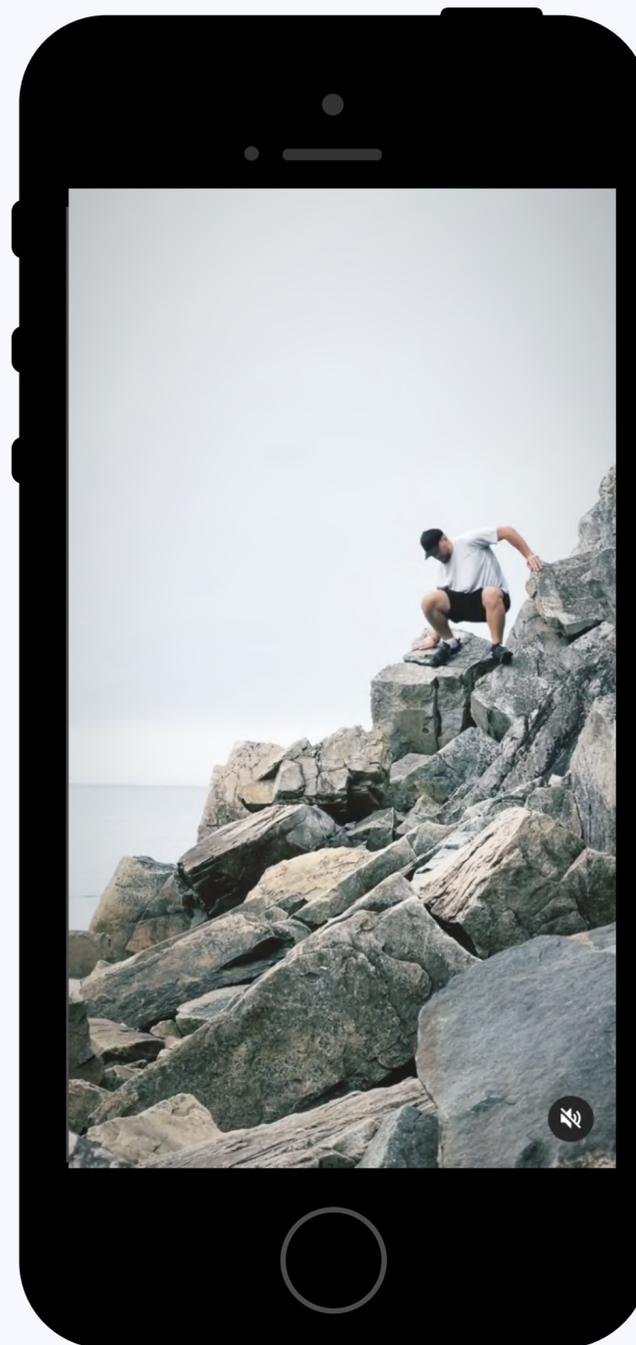
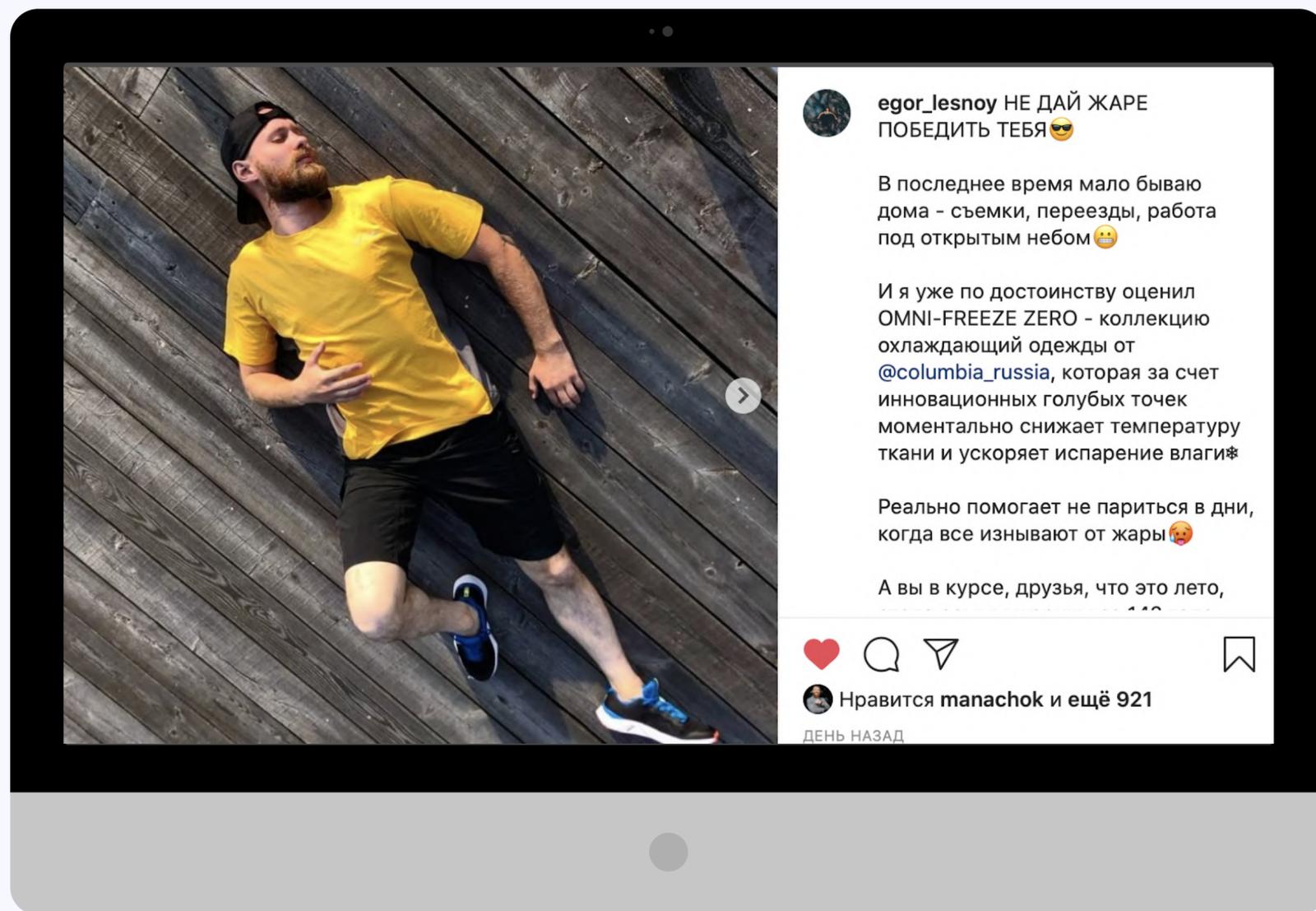


Посмотреть проект можно в [Instagram](#), [ВКонтакте](#) и [Facebook](#)

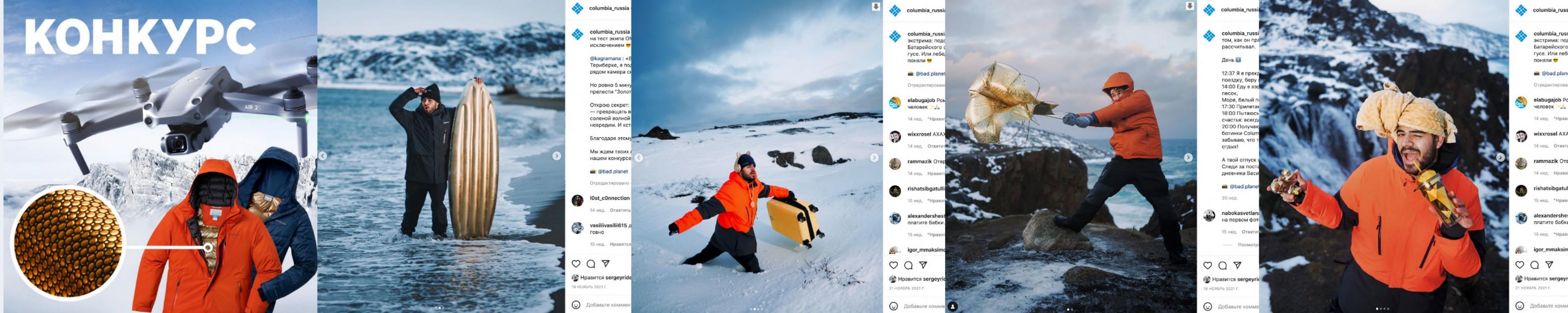


Проект не завершен

Регулярно проводим интеграции с блогерами. С целью продвижения новых коллекций или капсульных проектов бренда.



Посмотреть ряд публикаций можно по ссылкам
<https://www.instagram.com/p/CSopHK6la0x/>
<https://www.instagram.com/p/CSoRzdfD17w/>
<https://www.instagram.com/p/CSmlPt3lX-b/>
<https://www.instagram.com/p/CSstmX6llp4v/>



Спецпроект «Забери Золото Columbia» – в рамках масштабной кампании по продвижению технологичной линейки одежды с технологией OMNI-HEAT Infinity. Спецпроект включал в себя создание эксклюзивных фото- и видео-материалов, организацию блог-тура на Кольский полуостров (Териберка) с участием популярных блогеров @saska_vash, @shakulin_vasya, @kagramana, @bad.planet.

700

Столько участников конкурса было за все время проекта

38K

Столько тысяч комментариев участников конкурса было собрано под основным базовым постом проекта

2KK

Столько миллионов – общий показатель media outreach



Посмотреть базовый пост проекта можно по ссылке <https://www.instagram.com/p/CWBD-YXtpnR/>

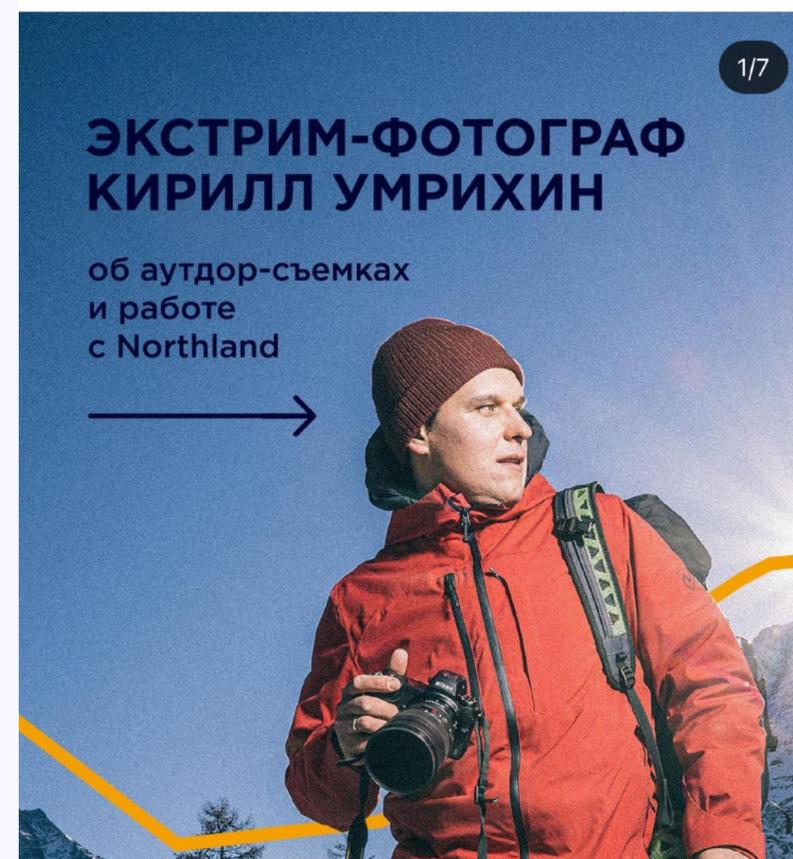
Ведем коммуникацию в соцсетях, проводим прямые эфиры, активации, а также формируем понятный и полезный контент о спорте, outdoor-активностях и рассказываем о нашей продукции нативно и в формате интеграций в контекст постов.



с 2021 – по
настоящее время



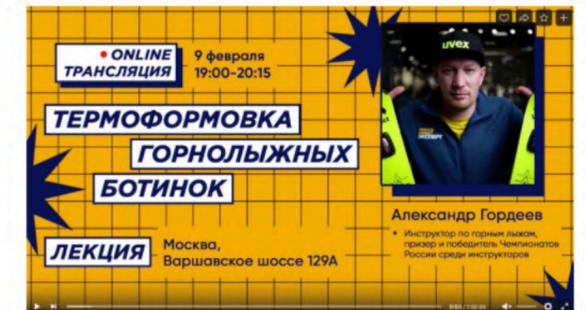
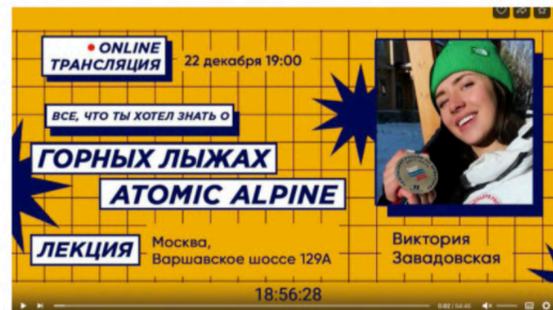
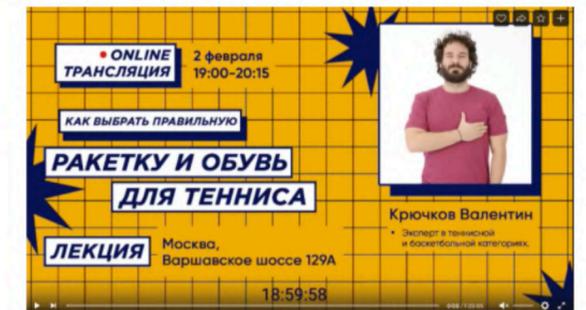
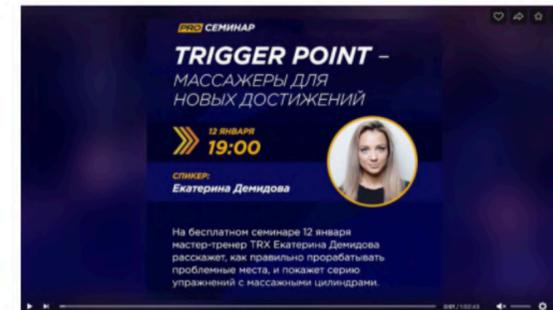
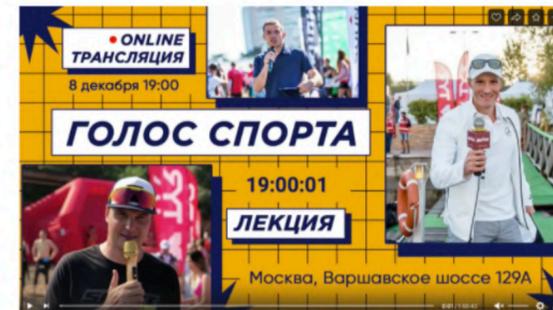
СПОРТМАСТЕР

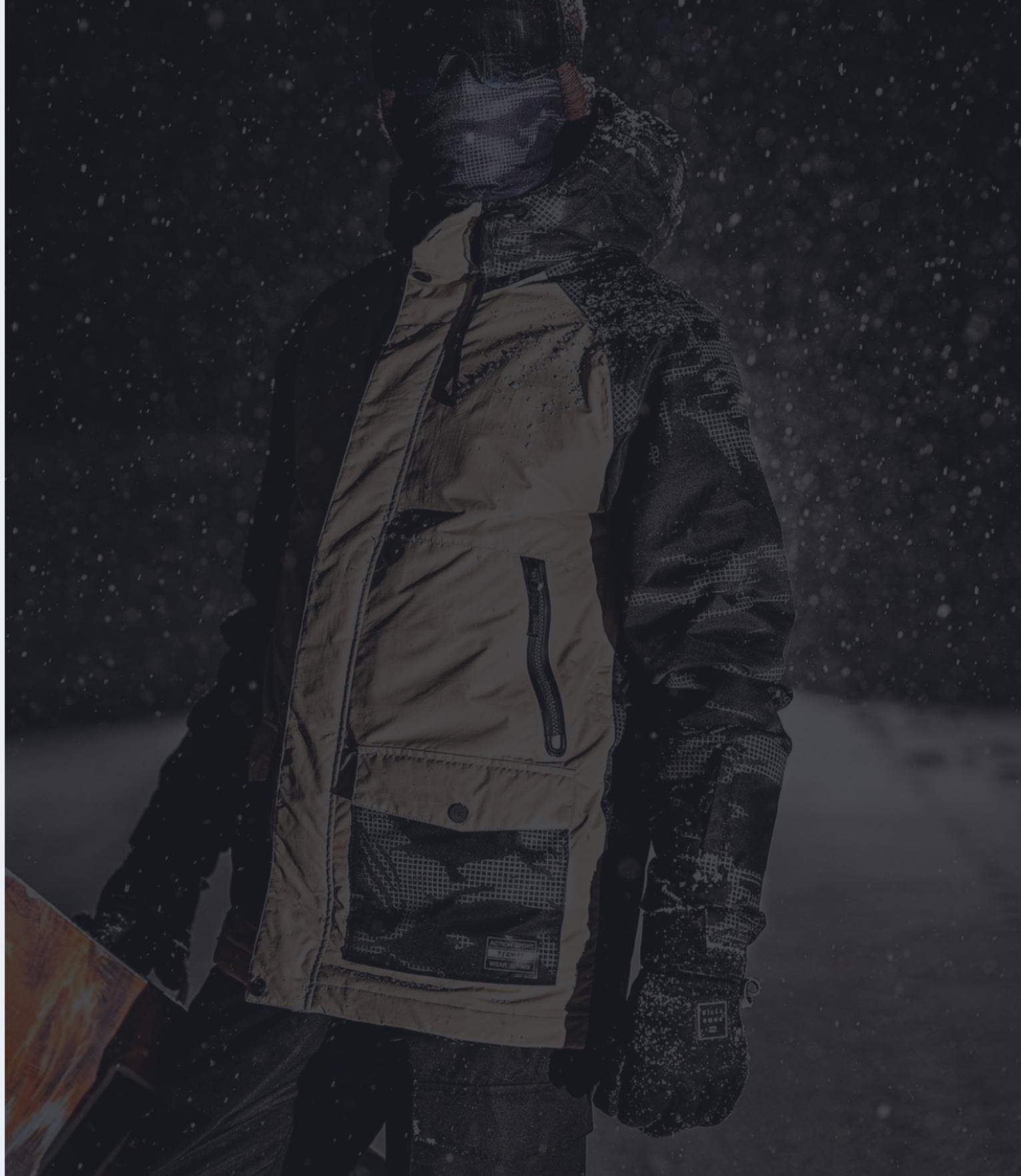




В 19:00 в @sportmaster pro стримим про :)

Активно проводим прямые эфиры. Ежемесячно с участием экспертов реализуется по 2 эфира с хронометражем от 1 до 3. Две или три камеры, один или три спикера, работа модератора, микрофон в зале.



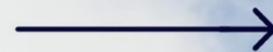


в 16 раз

Выросли все показатели
с момента старта кампании

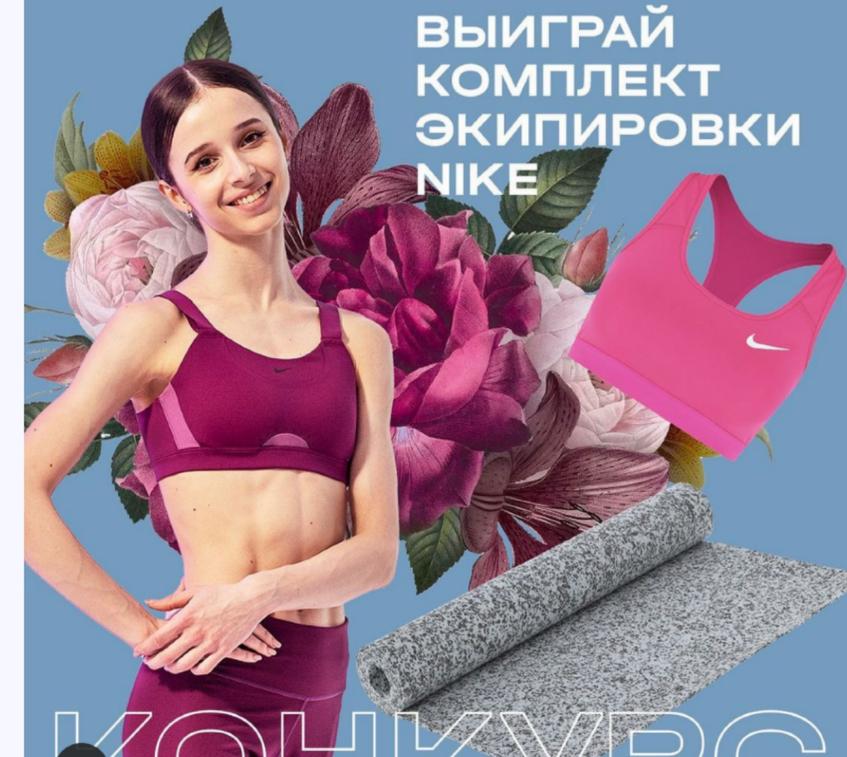
КУДА ЕХАТЬ КАТАТЬСЯ? В АРХЫЗ!

Читай подробности
о курорте



КОНКУРС КОНКУРС

ВЫИГРАЙ
КОМПЛЕКТ
ЭКИПИРОВКИ
NIKE



Посмотреть проект можно
в [Instagram](#), [ВКонтакте](#) и [Telegram](#)



Проект не завершен

Разработали стратегию продвижения IMAX в России.
Ведем всю коммуникацию в социальных медиа и реализуем диджитал-активации



с 2014 года – по
настоящее время

IMAX[®]

IMAX





30

Во столько раз выросло число подписчиков в соцсетях

75

Игровых активаций и спецпроектов было реализовано

200

Кинорелизов было поддержано отдельными кампаниями

300КК

Столько миллионов – общий показатель media outreach



Посмотреть проект можно во всех соцсетях по запросу @imaxrussia

В рамках кампании фильма «ЛЕГО: Бэтмен» во «ВКонтакте» запущен конкурс с применением простой игровой механики: веселая и лаконичная игра на ловкость и внимание к запуску нового LEGO-мультика. Задача участников – «поймать» изображение Бэтмена среди других героев на гифке



преьера фильма
– 2017 год



ИМАХ
Официальное сообщество

Написать сообщен...

Закреплённая запись Информация Свежие новости



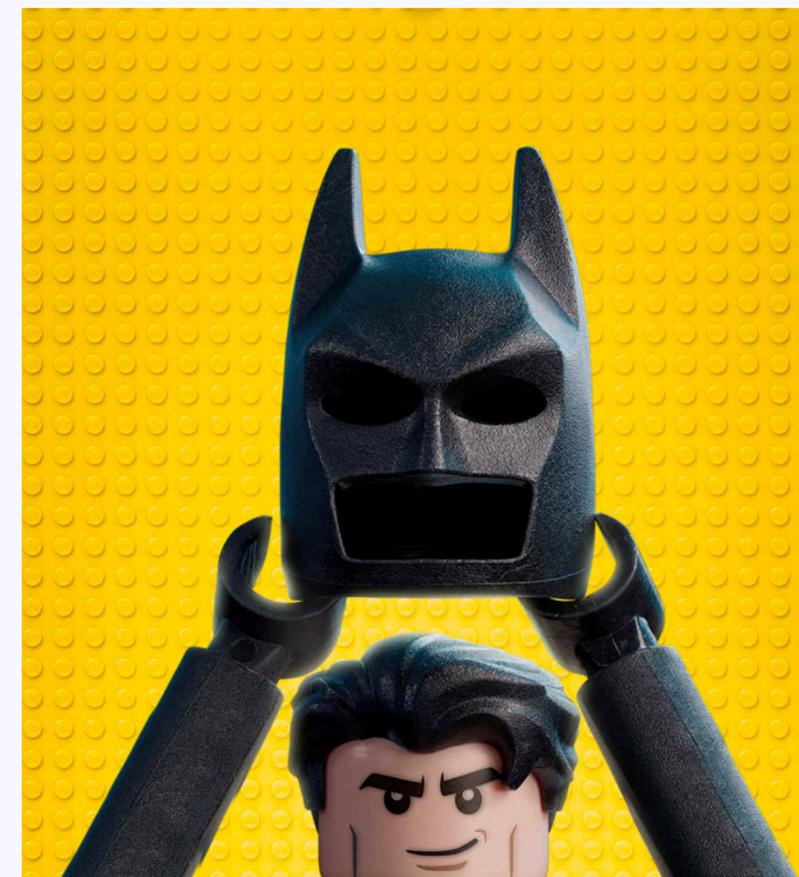
ИМАХ
6 фев в 18:44

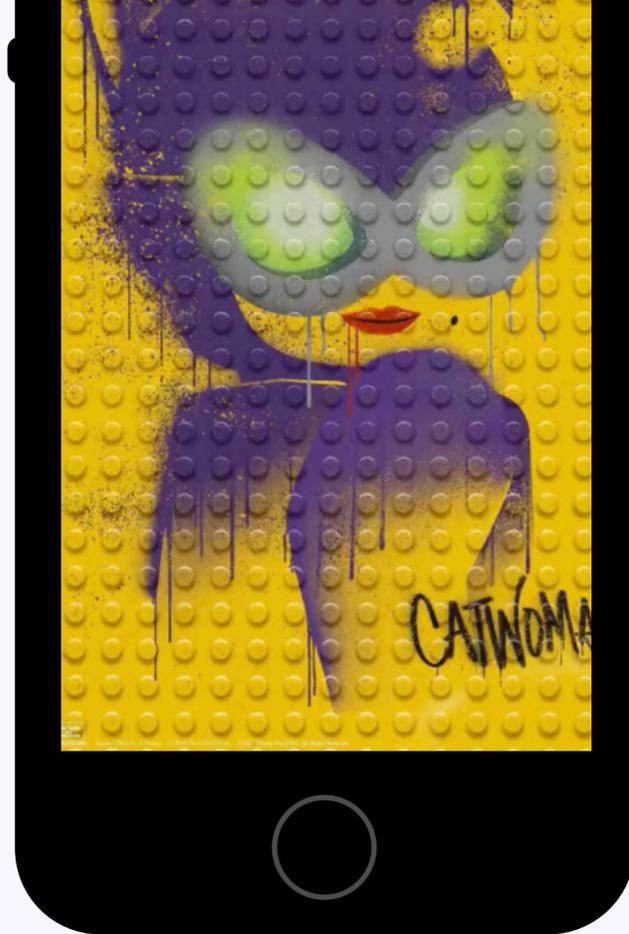
Эй, ребята, у нас тут конкурс – для самых быстрых и внимательных. Среди героев и злодеев на этой gif-анимации мелькает #ИМАХ-постер с виновником торжества Бэтменом. Его-то и нужно поймать (успеть сделать скриншот) и прислать нам в ЛС! Это будет вашей заявкой на участие.

15 февраля среди всех ловкачей, выполнивших это единственное условие, мы разыграем 5 крутых наборов с призами: два билета в ИМАХ на фильм #ЛегоБэтмен, крутой набор #Lego, наклейки, сумки и чехол для телефона. Одним словом, все, что необходимо взрослому и состоявшемуся человеку!

#ИМАХrussia #зима #февраль #кино #DCComics #конкурс

ЛЕГО ФИЛЬМ: БЭТМЕН





2,5K

Участников активации
за 10 дней

2K

Новых подписчиков
в сообществах

1,5KK

Столько миллионов – общий
показатель media outreach

→ Посмотреть проект
можно [здесь](#)

Задача – максимально широко осветить выход фильма «Салют-7» в интернет-пространстве; создать эффект ожидания, выбрав определенную тактику вовлечения целевой аудитории и конкретные заходы и инструменты. При этом максимально абстрагироваться от фильма «Время первых», а также значительно снизить патриотически-политическую патетику, тональность которой была задана кампанией фильма «Время первых»

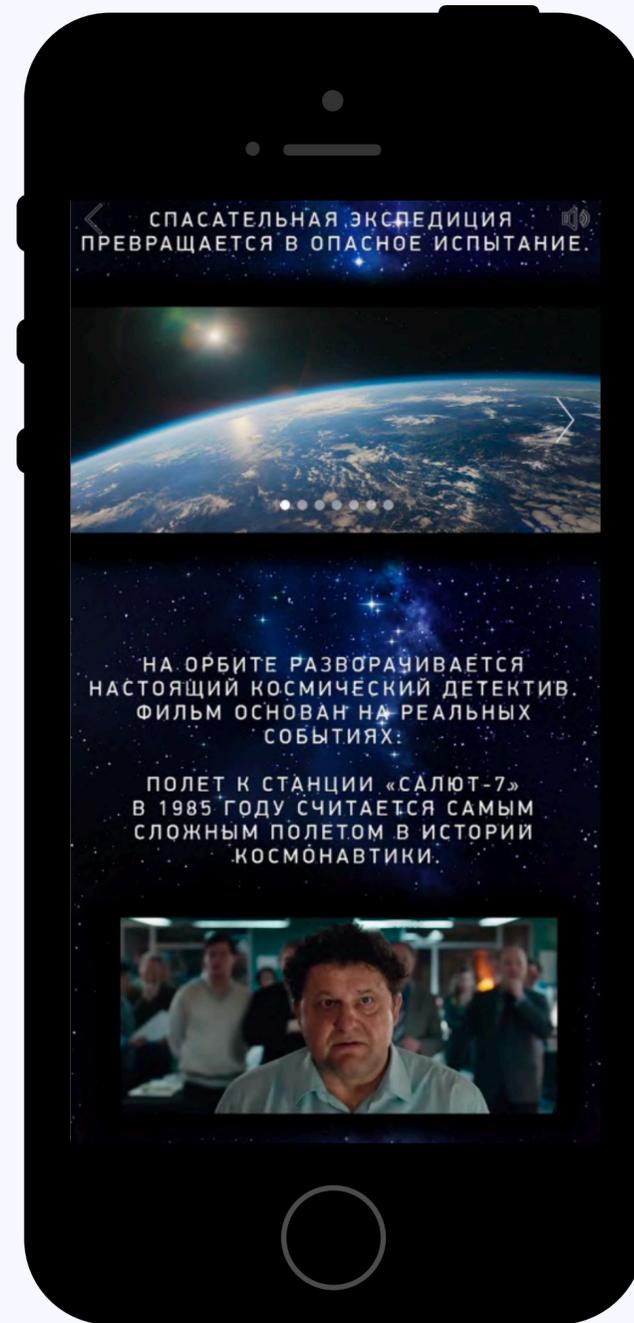


преьера фильма
– 2017 год

САЛЮТ ★ 7

САЛЮТ-7





Инструменты: официальные сообщества фильма, в которых планомерно осуществлялось погружение в историческую подоплеку фильма, а также рассказывалось об уникальных съемках. Отдельно был запущен canvas-лэндинг фильма в Facebook. Были регулярные посеы в сообществах, бусты постов, а также интеграции с инфлюенсерами под разные креативы, которые тоже отдельно разрабатывались на разные сегменты ЦА. Также отдельно медийная кампания ТВ-спотов, тизеров и трейлеров

35

Уникальных постов у инфлюенсеров

56%

Пользователей досматривали canvas-лэндинг до конца

70КК

Показатель media outreach



Посмотреть проект можно [здесь](#)

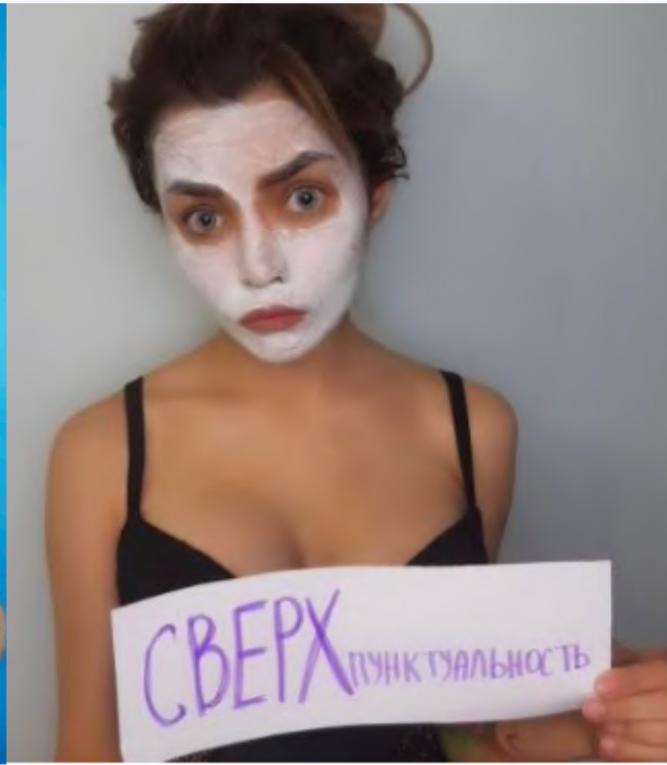
INHUMANS

Inhumans, или «Сверхлюди» – грандиозный сериал от Marvel, первые две серии которого транслировались в кинотеатрах. Задача кампании заключалась в том, чтобы соединить традиционные ухватные промо-инструменты, такие как продвижение роликов и размещение креативов в соцсетях, – с вирусоемкими заходами, чтобы усилить эффект ожидания и погружения во вселенную кинопроекта. Для этой цели совместно с известными мэшаперами были созданы коубы с кадрами фильма и запущен флешмоб #ЯСверхлюдь



преьера фильма
– 2017 год





>1,5КК

Показатель охвата
флешмоба #ЯСверхлюдь

>4,7КК

Просмотров
ТВ-спотов и видеороликов

>5КК

Показатель охвата
всей кампании

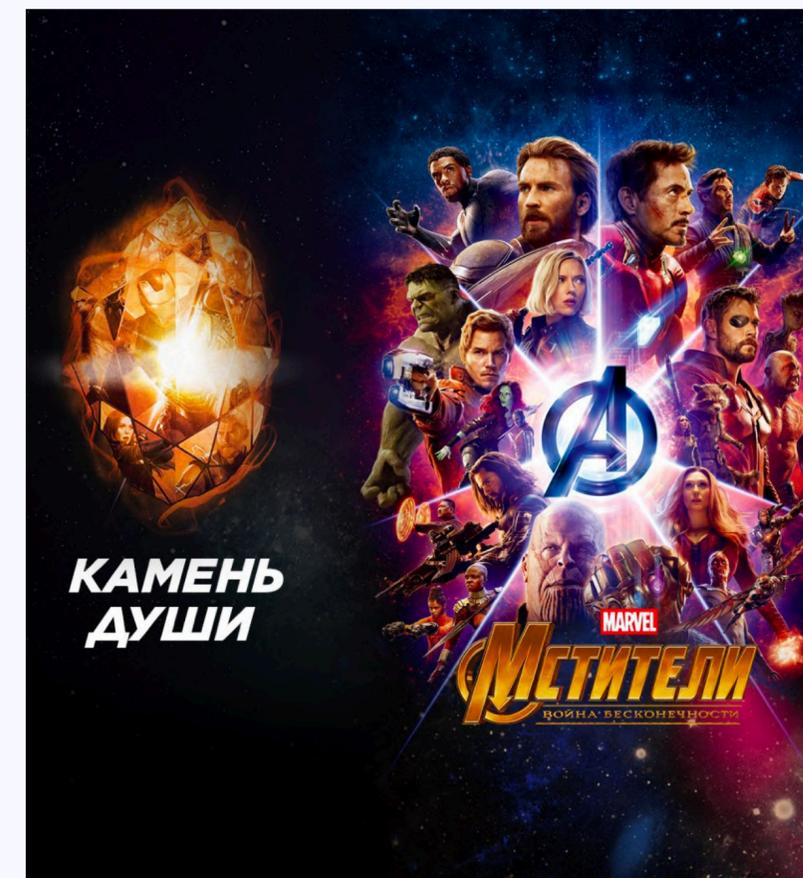
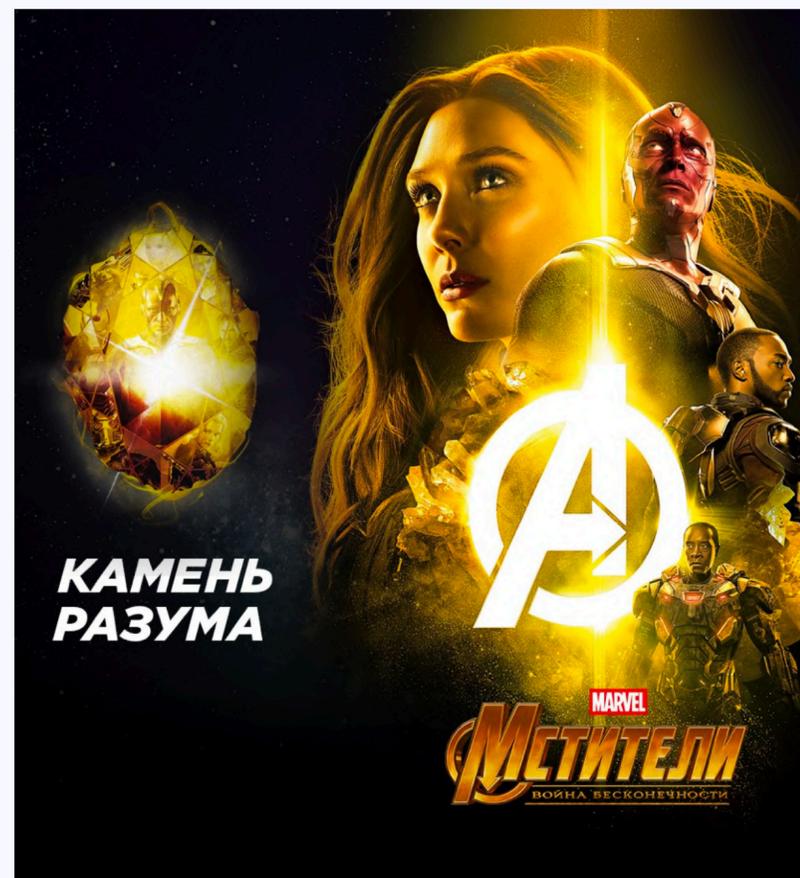


Посмотреть проект
можно [здесь](#)

Многоярусная активация в жанре digitalquest в рамках кампании фильма. В основе геймплея – интерактивное путешествие по вселенной «Мстителей». Задача участников: найти подсказки, отгадать загадки и собрать все «камни бесконечности». В этом им помогал специально разработанный чат-бот, а также специально созданная для проекта механика динамической шапки с счетчиком хэштегов в профиле сообщества в «ВКонтакте».



преьера фильма
– 2018 год



МСТИТЕЛИ: ВОЙНА БЕСКОНЕЧНОСТИ

За две недели число «искателей камней» превысило показатель в 3 500 участников, а основной конкурсный пост в сообществе @imaxrussia собрал более 15 000 уникальных комментариев.

3,5K

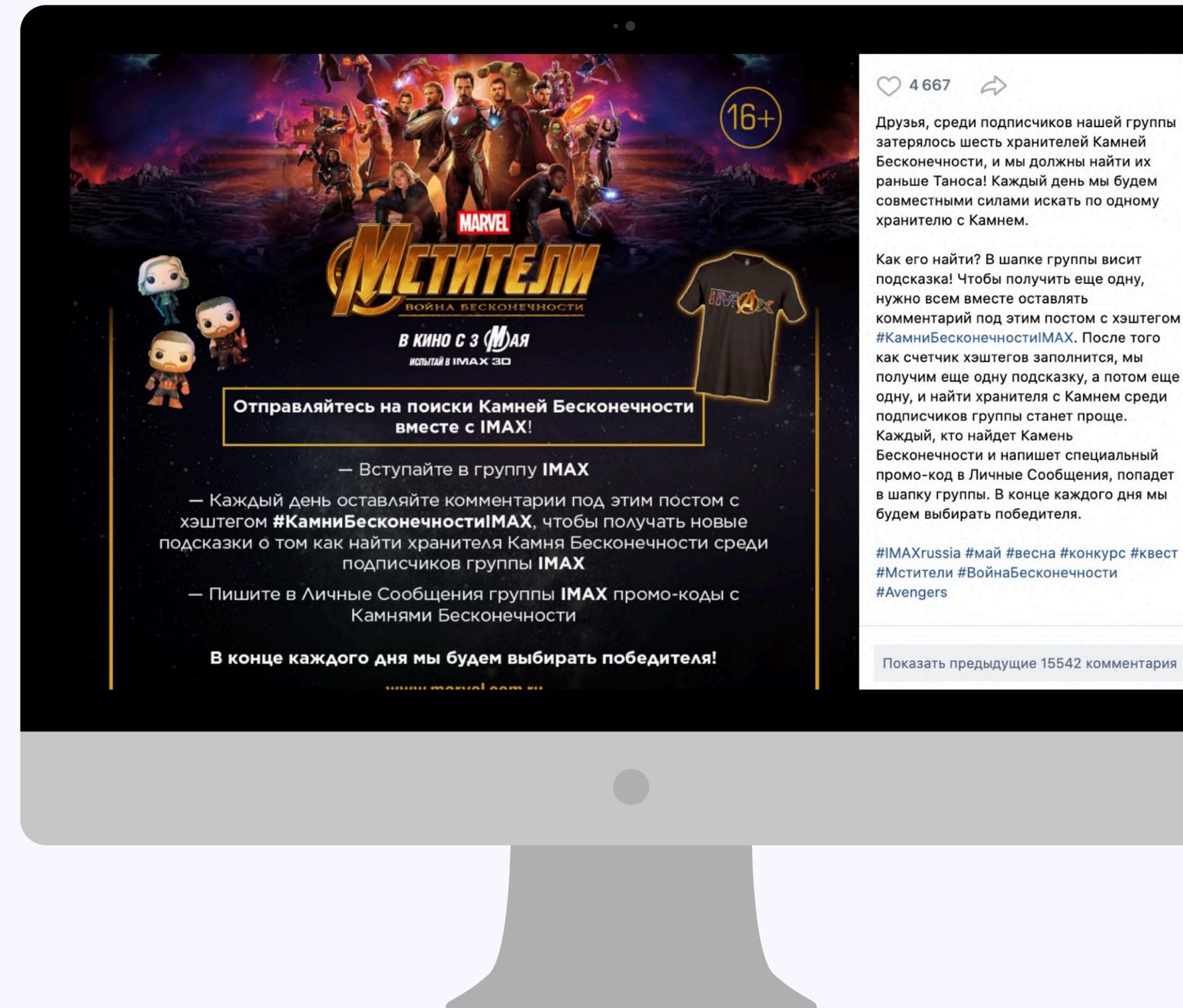
Участников активации
за 2 недели

15K

Уникальных комментариев
к основному конкурсному посту



Посмотреть проект
можно [здесь](#)



Задача: разработать игровую активацию для вовлечения в коммуникацию пользователей, которые не являются фанатами киновселенной «Мстителей», но готовы пойти в кинотеатры на фильм «Мстители: финал». Решение: многоэтапная активация с применением нестандартных возможностей «Вконтакте»: чатбот, «живая шапка» и механики, позволяющие собирать данные.



преьера фильма
– 2019 год



МАРВЕЛ
Мстители
ФИНАЛ

БИТВА С ТАНОСОМ! РОЗЫГРЫШ ПРИЗОВ!

Получи задания. Пиши в личные сообщения сообщества #КонецЭтоЧастьПути

11 САМЫХ АКТИВНЫХ ПОЛУЧАТ ПО ОДНОЙ ФИГУРКЕ FUNKO POP

КАЖДЫЙ УЧАСТНИК МОЖЕТ ВЫИГРАТЬ ПРИЗ-СЮРПРИЗ

ЛУЧШИЙ МСТИТЕЛЬ ПОЛУЧИТ ФИГУРКУ И СУПЕРПРИЗ

ВСТУПИ В БИТВУ ОСТАВИВ В КОММЕНТАРИЯХ #ЯМСТИТЕЛЬ

IMAX
27 апр 2019

15 753 4

Друзья, время пришло, — и именно вы можете сразиться с самим Таносом. Нас ждет сегова битва, поэтому вооружитесь лайками и комментариями, разомните свои пальцы и разогрейте свои девайсы! Мы подготовили для вас много призов — надеемся, это вдохновит вас победить титана.

Правила простые:

1. Для того, чтобы вступить в битву, вы должны быть участником сообщества IMAX.
2. Чтобы нанести урон Таносу, вам нужно оставить комментарий #ЯМститель под этим постом в сообществе IMAX, либо поставить лайк к этому посту в сообществе.
3. Арифметика такова: 1 лайк = минус 1 жизнь Таносу, 1 комментарий = минус 1 жизнь Таносу. Количество комментариев не ограничено.
4. Вы также можете получить дополнительные задания, написав в личные сообщения сообщества IMAX хештег #КонецЭтоЧастьПути. За каждое выполненное дополнительное задание Таносу будет нанесен определенный урон, или же он восстановит часть своих сил в случае невыполнения задания.

И наконец, вас ждут приятные сюрпризы!

- Каждый новобранец будет появляться в шапке сообщества. Также в шапке вы сможете увидеть тройку самых активных игроков!
- Каждый участник может выиграть наш приз-сюрприз — брендированную футболку!
- 11 самых активных участников, получат по фигурке Funko Pop из коллекции #МстителиФинал.
- Лучший мститель, помимо фигурки, выигрывает суперприз — Энциклопедия «Marvel. Мстители».

Вперед, дорогие друзья, битва начинается — и пусть победит сильнейший!

#IMAXrussia #апрель #весна #конкурс #AvengersEndgame #ХалкКрушит

Показать предыдущие 1183662 комментария

Савелий Пех
Дсл
29 мая 2019 Ответить

Савелий Пех

МСТИТЕЛИ: ФИНАЛ

МАРВЕЛ
Мстители
ФИНАЛ

ИТОГИ БИТВЫ

11 САМЫХ АКТИВНЫХ ПОЛУЧАТ ПО ОДНОЙ ФИГУРКЕ FUNKO POP

КАЖДЫЙ УЧАСТНИК МОЖЕТ ВЫИГРАТЬ ПРИЗ-СЮРПРИЗ

ЛУЧШИЙ МСТИТЕЛЬ ПОЛУЧИТ ФИГУРКУ И СУПЕРПРИЗ

ВСТУПИ В БИТВУ ОСТАВИВ В КОММЕНТАРИЯХ #ЯМСТИТЕЛЬ

IMAX
13 мая 2019

190 4

Дорогие друзья, вот и закончилась наша великая битва с Таносом, вы победили! Пришло время подвести итоги этого знаменательного сражения!

В первую очередь мы хотим поздравить Катина Petrova! Именно вы стали нашим главным мстителем! Вы получаете наш суперприз и фигурку Funko Pop из коллекции к фильму #МстителиФинал!

Также мы хотим поздравить участников, которые отважно сражались бок о бок с титаном и завоевали следующие позиции. По фигурке Funko Pop получают: Жена Мизнинова, Миша Пономарев, Юля Вяхромеева, Виктория Абакумова, Ана Маркова, Никита Бондарев, Татьяна Воронова, Владимир Литвинов, Дмитрий Тарасюк, Лиза Логаева!

Мы не забываем и о тех, кто получил свои призы-сюрпризы, которые выпали в комментариях.

И наконец, спасибо всем вам, дорогие участники, Танос побежден, теперь можно вновь сходить в #IMAX и посмотреть развязку этой великой комикс-эпопеи про Мстителей в кино!

Просьба победителей написать в личные сообщения сообщества для получения подробной информации по поводу призов.

#IMAXrussia #май #весна #конкурс #AvengersEndgame #ХалкКрушит

Показать предыдущие 79 комментариев

Владимир Литвинов Артему
Спасибо за конкурс, особенно долгий-ужас, зато упорство вознаградилось. Еще раз спасибо!

16 мая 2019 Ответить

IMAX Владимиру



Мы «сломали» социальную сеть «Вконтакте». За 20 дней кампании пост с активацией стал самым популярным среди всех отраслей соцсети в мае!

> 1КК

Более 1 млн комментариев к конкурсному посту

10К

Новых подписчиков за 2 недели

70%

Таков процент показателя ER конкурсного поста



Посмотреть проект можно [здесь](#)

Задача: придумать и реализовать игровую активацию с максимальным вовлечением гиков и кинофанатов. Решение: игровая активация с применением gif-механики в официальном сообществе @imaxrussia в «ВКонтакте». Участникам конкурса предлагалось сделать скриншот зацикленной gif-анимации и выложить в комментариях к посту полученный кадр с одной из фигурок героев фильма.



преьера фильма
– 2019 год

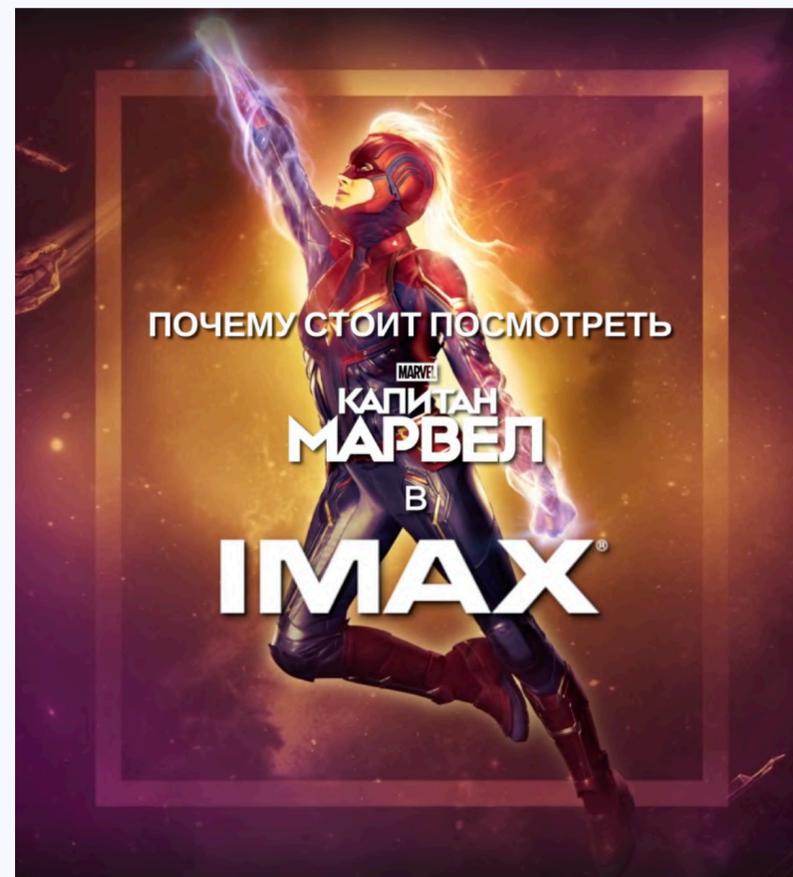
MARVEL
**КАПИТАН
МАРВЕЛ**



КОНКУРС

MARVEL
**КАПИТАН
МАРВЕЛ**

С 7 МАРТА
В IMAX 3D



КАПИТАН МАРВЕЛ



ИТОГИ

MARVEL
**КАПИТАН
МАРВЕЛ**

С 7 МАРТА
В IMAX 3D





Результаты: благодаря простой механике, всего за 10 дней активной фазы кампании в конкурсе приняли участие более 18,000 человек!

18K

Участников активации
за 10 дней

19K

Новых подписчиков
в сообществе

775K

Показатель
media outreach



Посмотреть проект
можно [здесь](#)



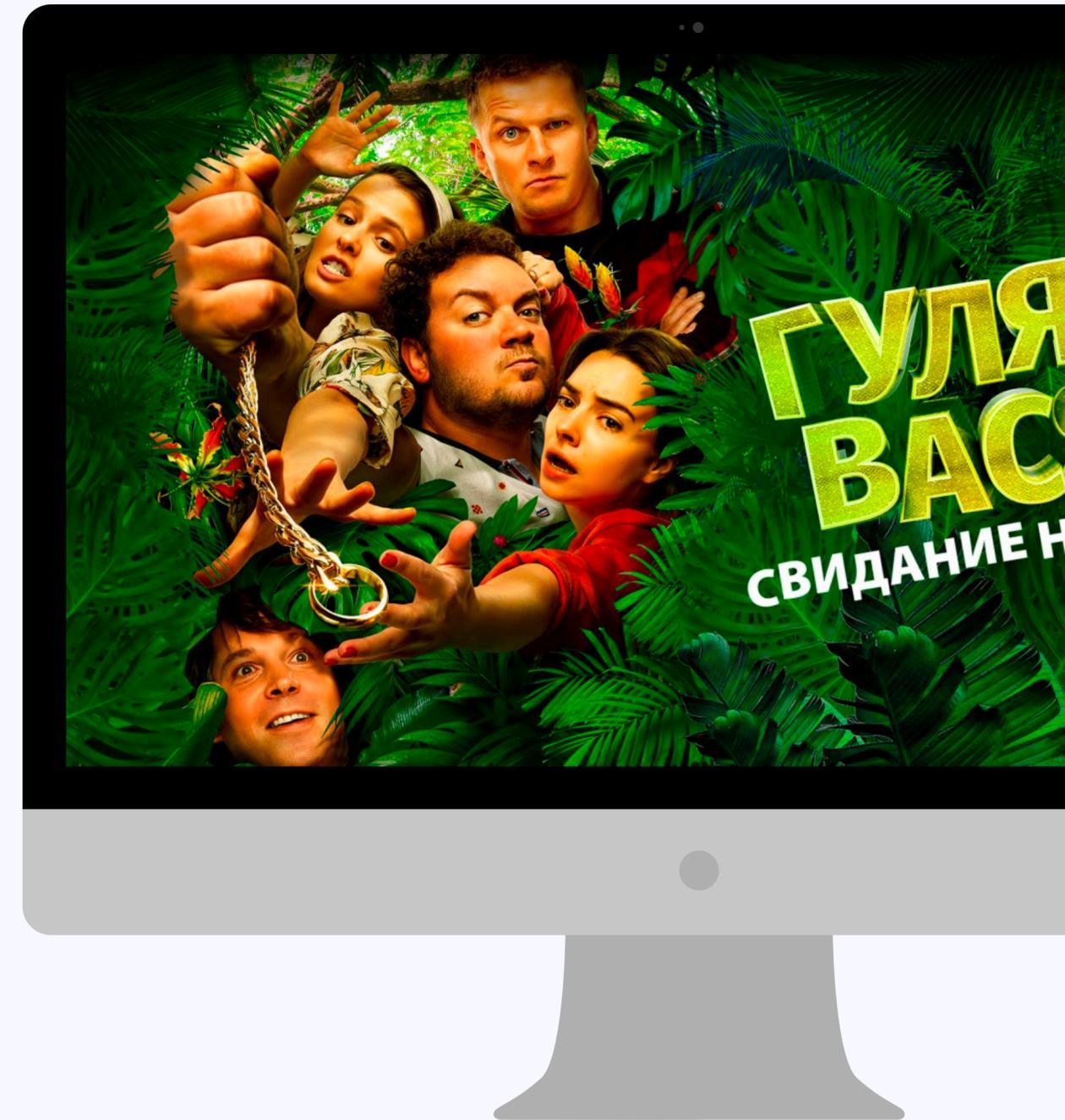
Посмотреть примеры размещений можно [здесь](#), [здесь](#), [здесь](#) и [здесь](#).

5,9КК

Общее число просмотров всех роликов, которые репостил у себя популярный Instagram-канал ptencoff

6,4КК

Общее число просмотров всех роликов, у самих блогеров в их аккаунтах



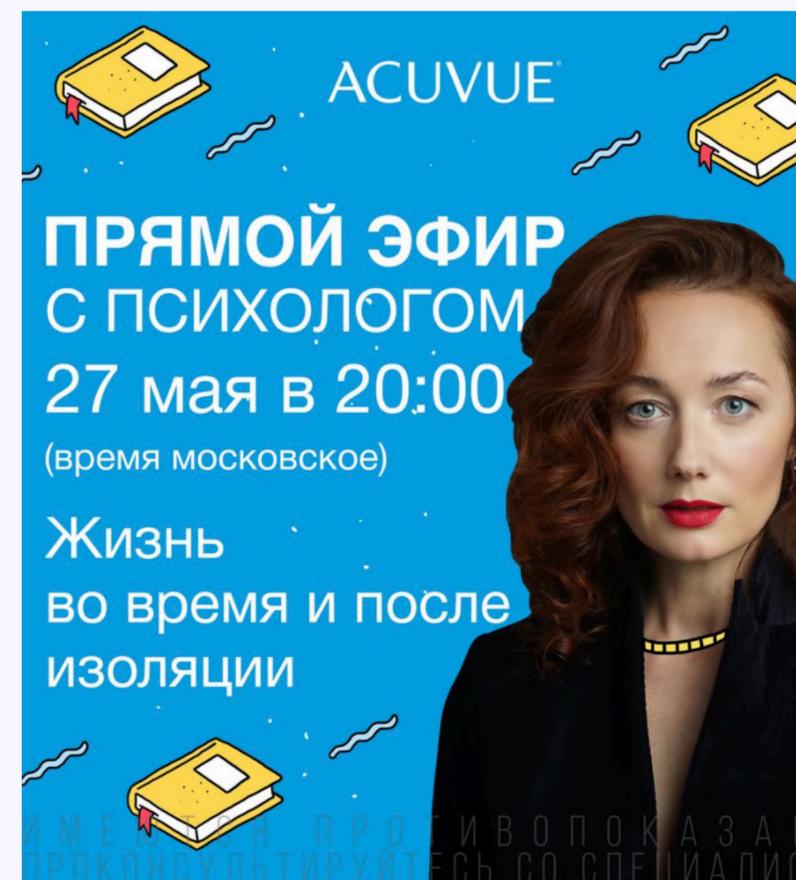
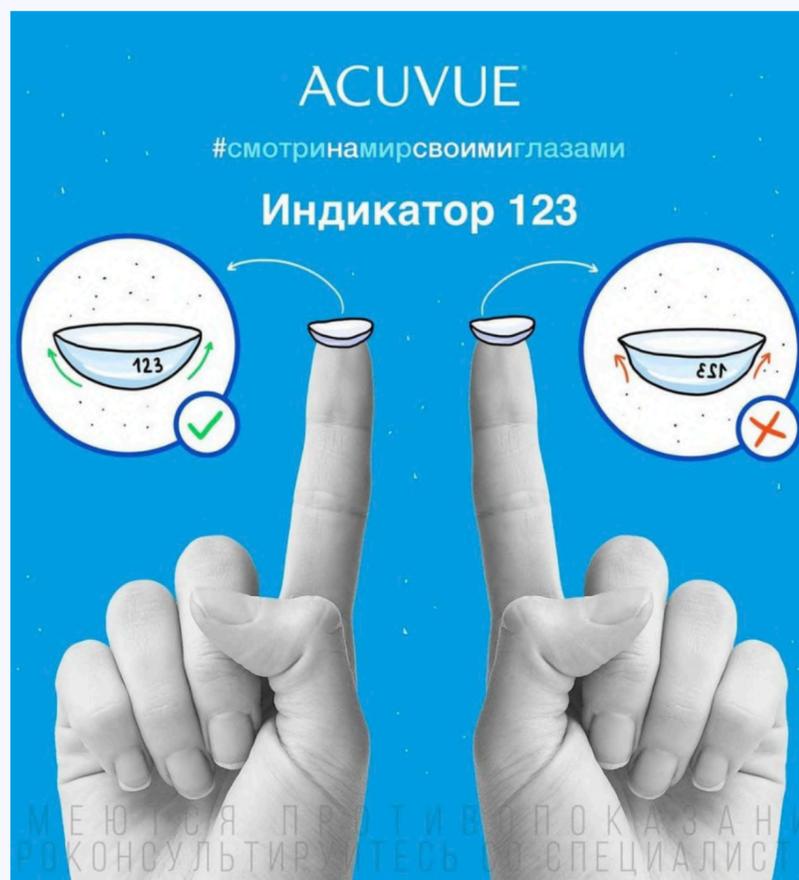
Разработали новую контентную стратегию для ACUVUE®. Ведем всю коммуникацию в социальных медиа, реализуем диджитал-активации, проводим прямые эфиры, а также формируем понятный и полезный контент о здоровье глаз и преимуществах линз. Также мы разработали уникальный и узнаваемый визуальный язык для аккаунтов, который в апреле 2021 планирует перенять бразильский офис ACUVUE®

ACUVUE®



с 2020 года – по настоящее время

ACUVUE®



23%

На столько процентов
перевыполнен план
по показателю ER

60%

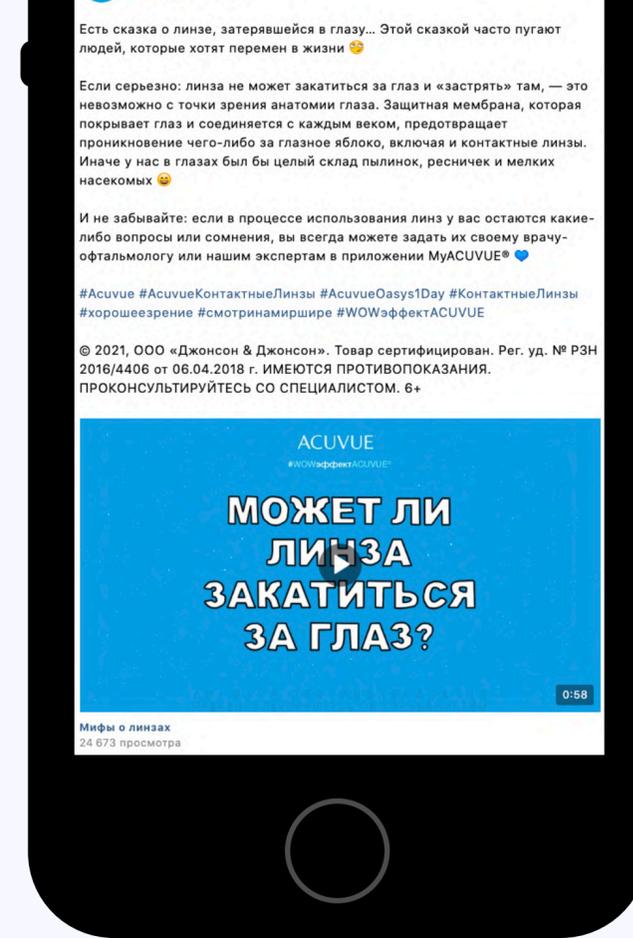
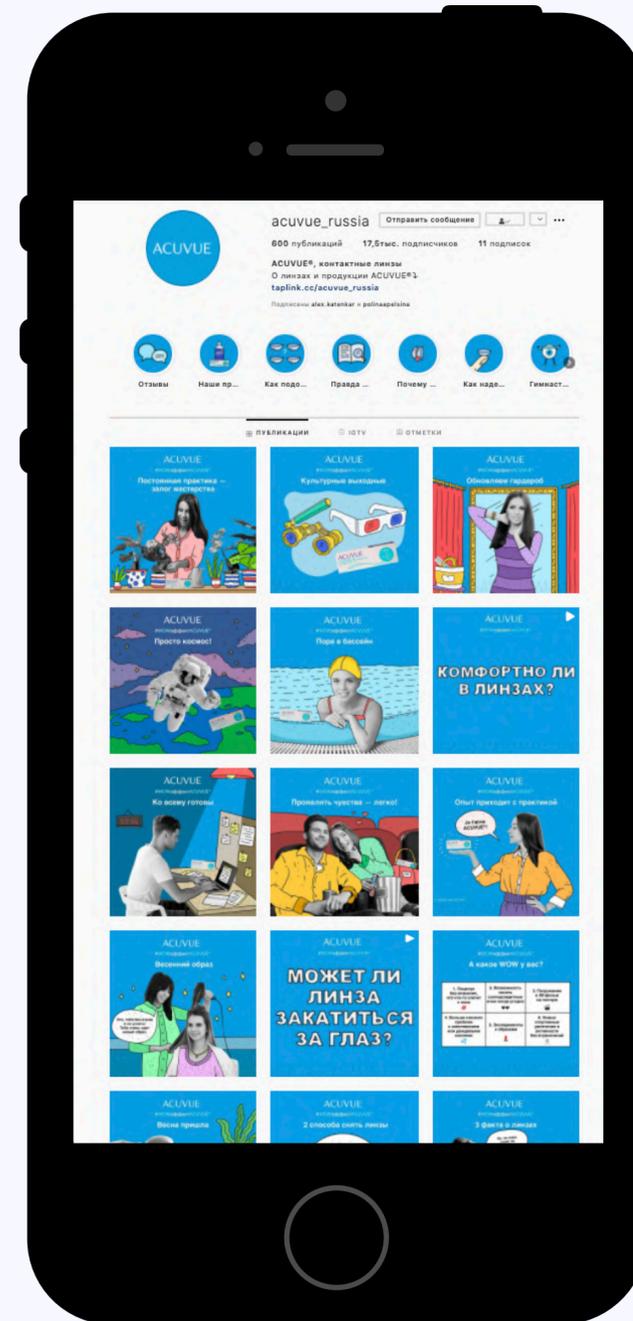
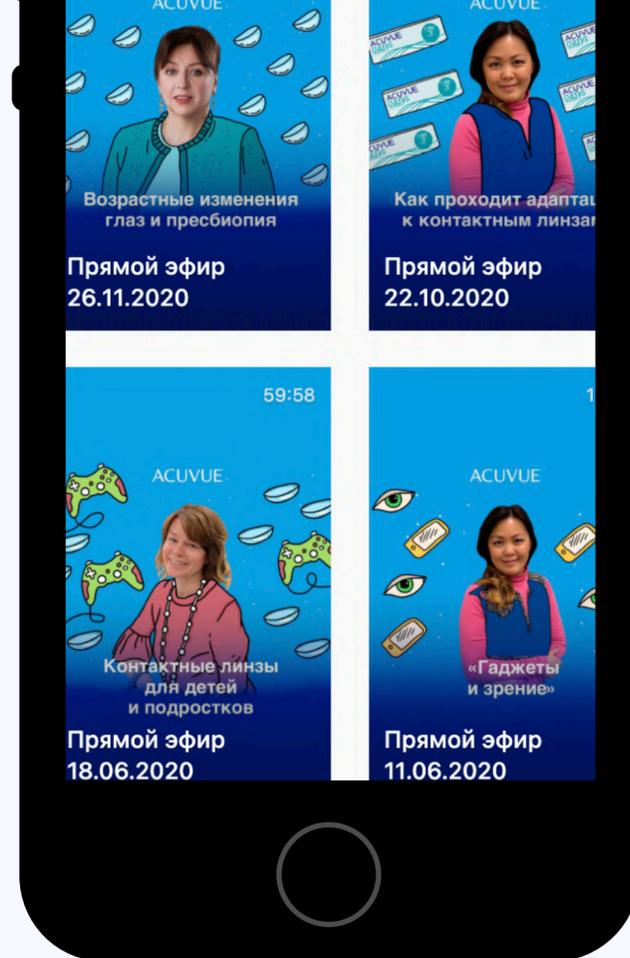
На столько процентов
перевыполнен план по
приросту
новых подписчиков

71

На столько процентов
перевыполнен план
по охватам

>3K

Сообщений от пользователей
отработаны в формате
клиентского сервиса



Посмотреть проект можно
в [Instagram](#), [ВКонтакте](#) и [Facebook](#)



Проект не завершен

Создали всю коммуникационную стратегию с нуля, разработали контентную концепцию, провели фотосэты, разработали визуальный язык, реализовали коллаборации с блогерами

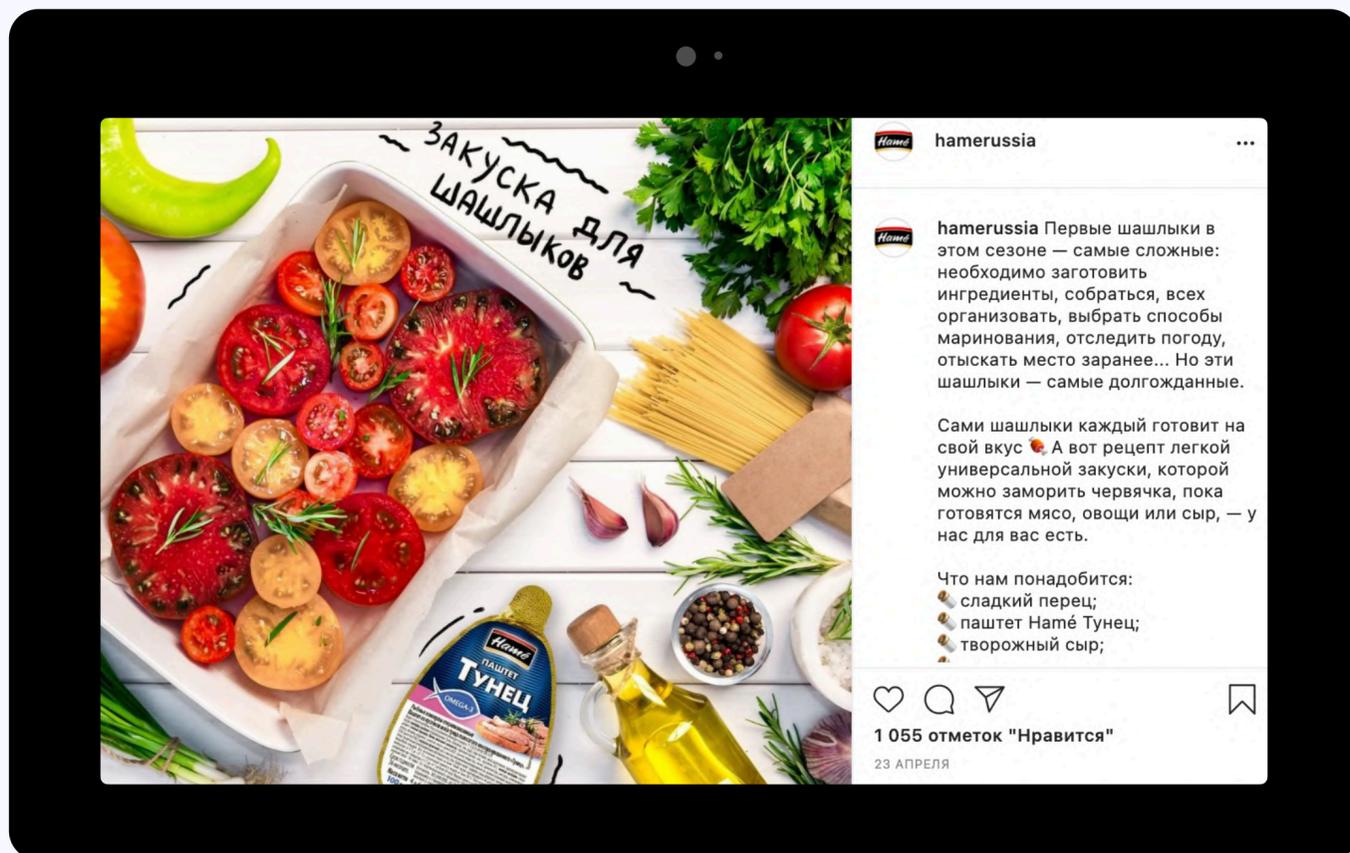


с 2020 – по
настоящее время



Посмотреть проект можно
в [Instagram](#), [ВКонтакте](#), [Одноклассники](#) и [Facebook](#)

Проект не завершен



+500

Ежемесячный органический
прирост подписчиков

В 1К

Во столько раз вырос
показатель интеракций

9КК

Общий показатель
media outreach

НОУА

Создали всю коммуникационную стратегию, разработали контентную концепцию, провели фотосэты, разработали визуальный язык, реализовали коллаборации с блогерами. Основная задача – доступным языком рассказывать об инновационных технологиях бренда в области коррегирования зрения и помочь с выбором средств для коррекции.

с 2020 – по
настоящее время

НОУА

Логика, внимательность и острый взгляд

$\text{case} + \text{case} + \text{case} = 30$
 $\text{case} + \text{glasses} + \text{glasses} = 18$
 $\text{glasses} - \text{contact} = 2$
 $\text{contact} + \text{case} \times \text{glasses} = ?$

НОУА

Покупка очков — это не скучно!

Комфорт для глаз в солнечный день



Посмотреть проект можно в [Instagram](#), [ВКонтакте](#), [Одноклассники](#) и [Facebook](#)



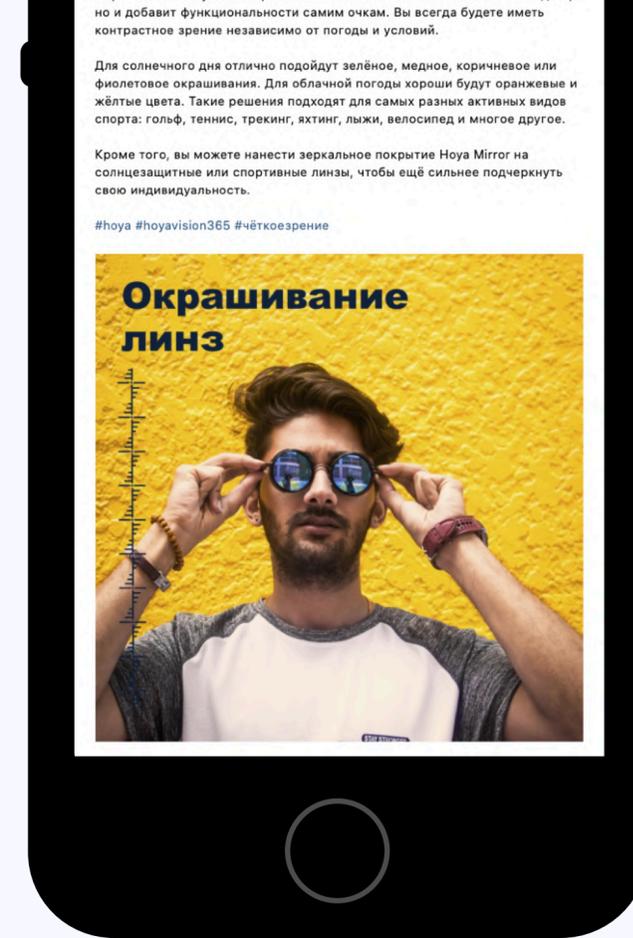
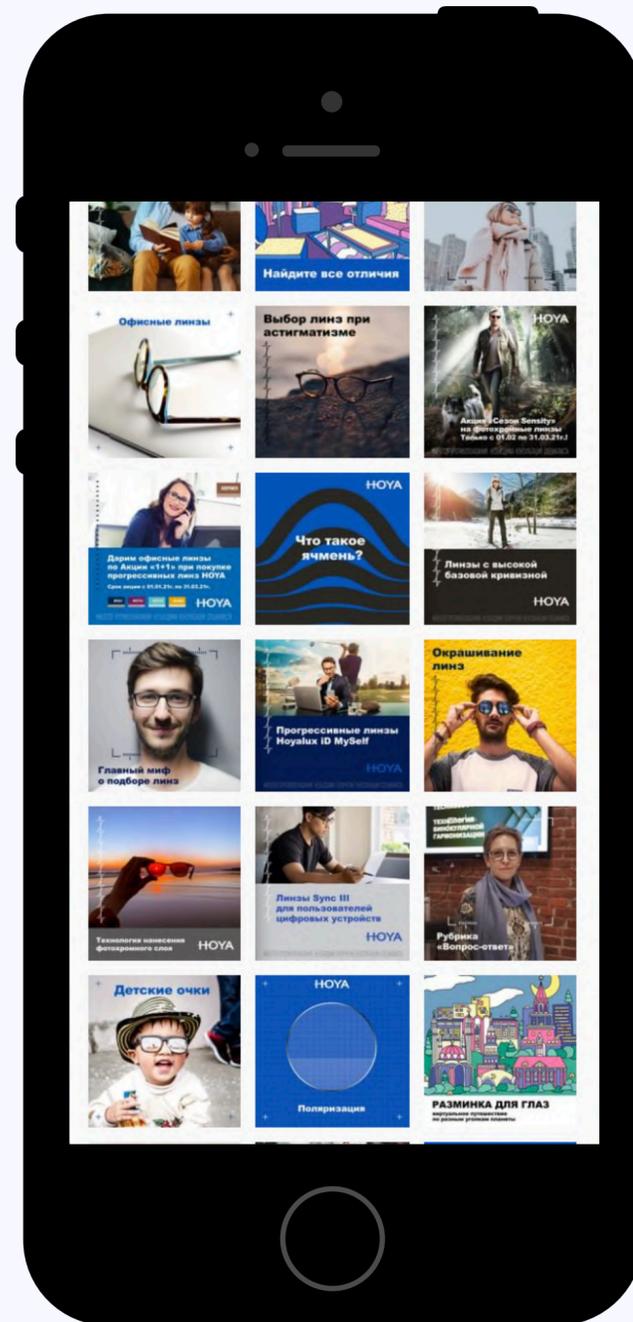
Проект не завершен

+88%

Показатель роста числа подписчиков

В 2

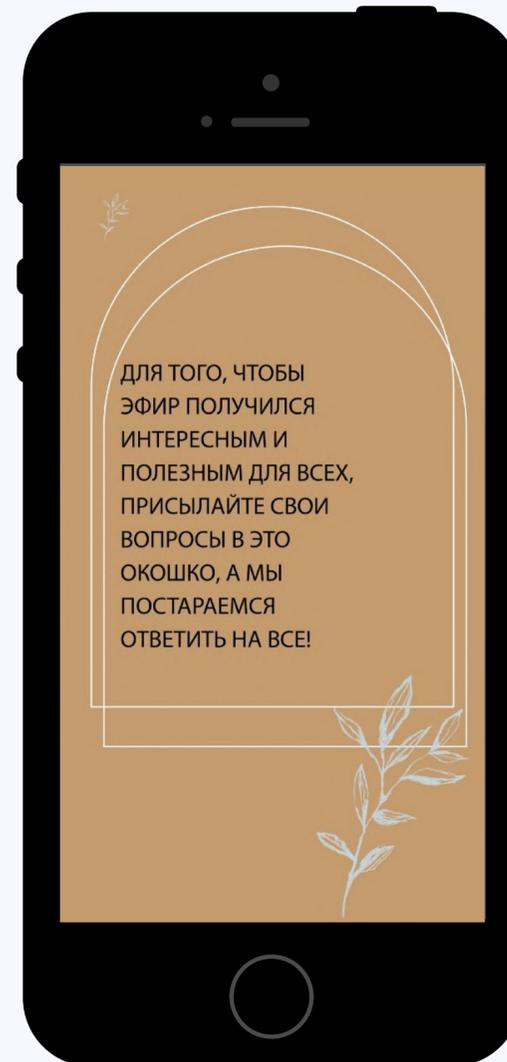
Во столько раз вырос показатель интеракций



Разработали новую контентную стратегию для Nordic. Ведем всю коммуникацию в социальных медиа, реализуем диджитал-активации, проводим прямые эфиры и марафоны, а также формируем понятный и полезный контент о здоровой еде и значимости злаков в семейном рационе.



с 2020 года – по
настоящее время



NORDIC



Посмотреть проект можно
в [Instagram](#), [ВКонтакте](#) и [Facebook](#)



Проект не завершен

В 2

Во столько раз вырос
показатель охвата

В 2,5

Во столько раз выросло
число подписчиков

В 3

Во столько раз выросло
число интеракций



Адрес:

119121, Москва, 2-ой
Вражский переулок, 7

Телефон:

+7 903 75777150
+7 999 9892281

Web:

www.rybatut.ru
info@rybatut.ru

РЫБАТУТ