



AFP // Bass stage by s7 Airlines

- >>> intro
- >>> market trends
- >>> workflow
- >>> inside eventum premo

**eventum
premo**
EVENT / PR / DIGITAL

deep
creative / digital

INTRO



Алексей Берлов

Партнер и основатель
Eventum Premo

Тренды, кейсы и вдохновение – хотите знать все самое главное за квартал?

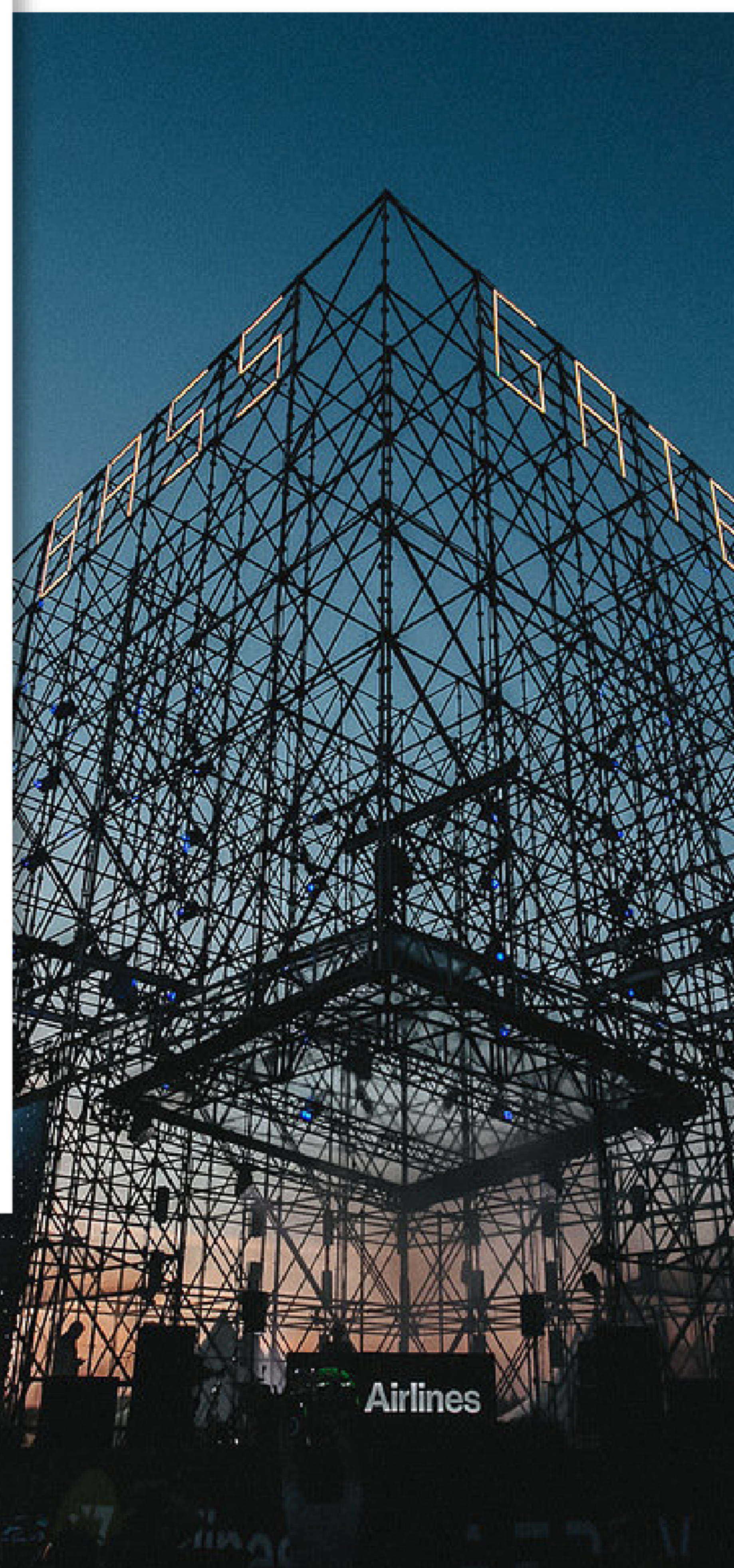
Специально для вас мы в Eventum Premo регулярно собираем максимально полезную информацию и упаковываем ее в оптимальный формат.

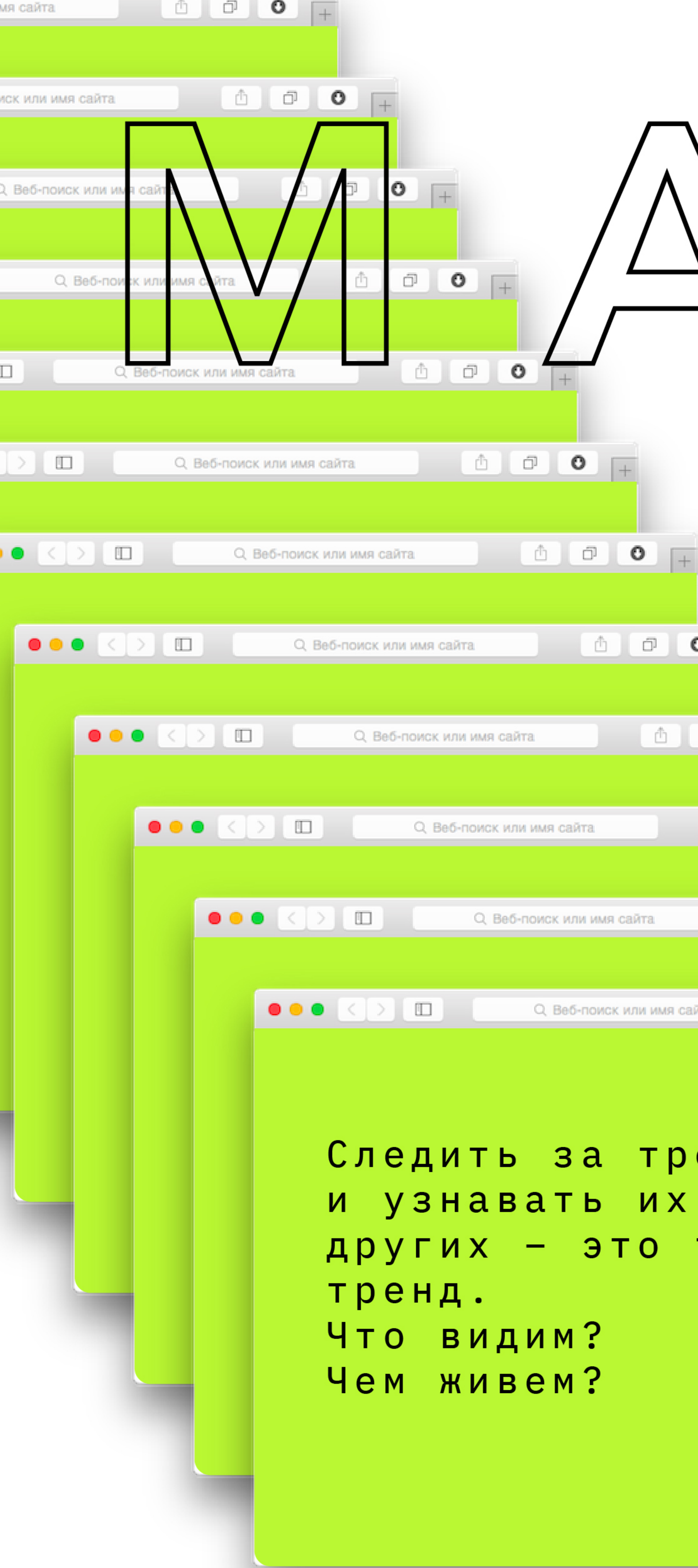
Тренды – что и как меняет историю коммуникаций прямо на наших глазах.

Кейсы – секреты проектов Eventum Premo, а также работы, которые восхищают нас.

Вдохновение – фильмы, книги и места, о которых говорят.

И все это – уже проверено на нашем опыте!



A stack of several overlapping browser window icons. Each window has a grey title bar with standard OS controls (red, yellow, green buttons) and a search bar containing the Russian text "Веб-поиск или имя сайта". The main content area of each window is a solid bright green color.

MARK

ET

Следить за трендами
и узнавать их раньше
других – это тоже
тренд.
Что видим?
Чем живем?

TRENDS

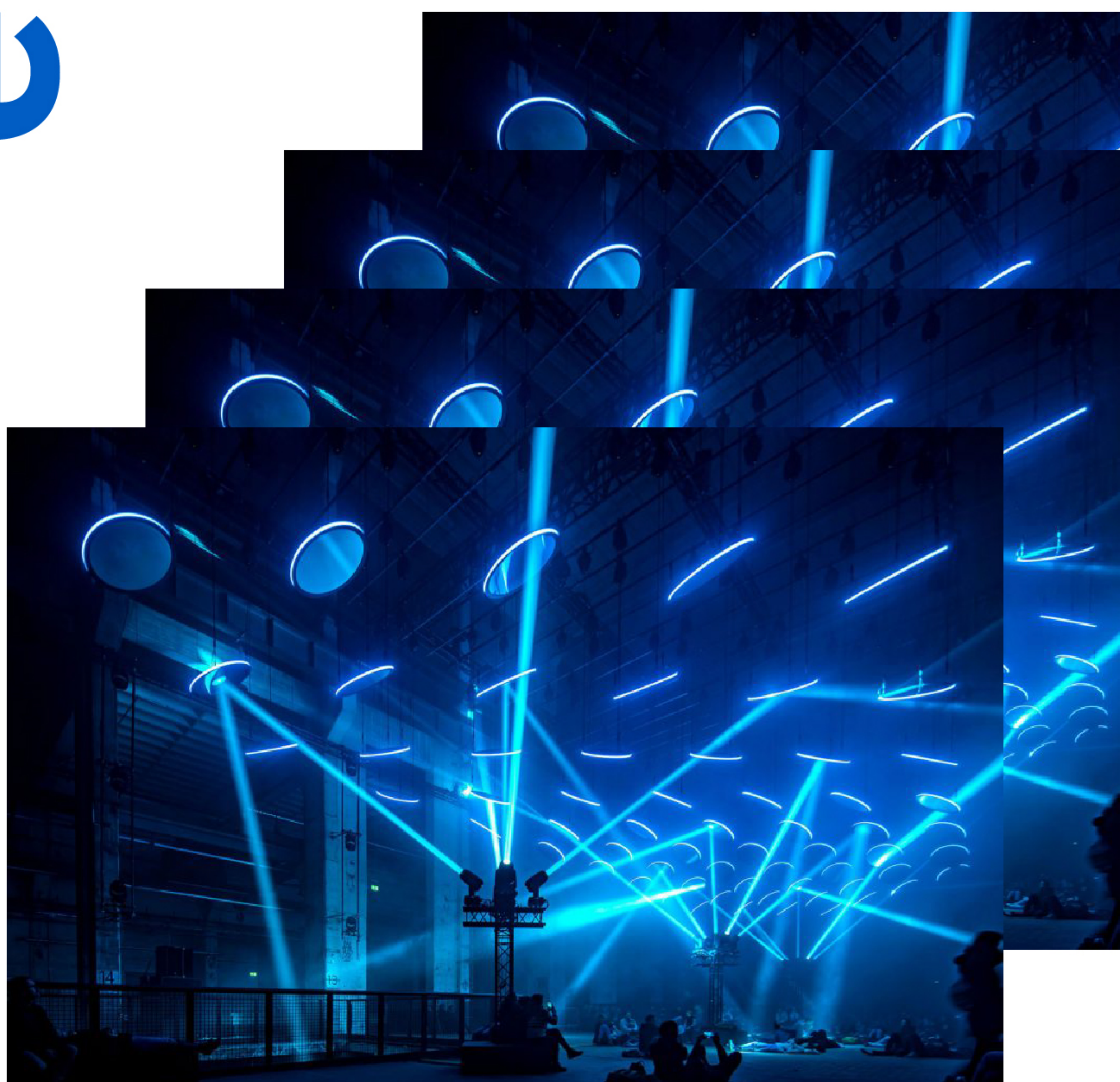
Соперничество или точка зрения

Почему в маркетинге опыт заменил продукт и услугу? Есть теория, что все дело в миллениалах, которые родились в эпоху перепроизводства и не ценят вещи – убеждены, что их всегда будет много.

Почему организаторы больших деловых форумов справедливо говорят, что продают не информацию, а мотивацию? Потому что в нашем мире можно всегда не только купить любую вещь, но и найти любую информацию.

Опыт и мотивация – именно за ними идет сейчас охота, создающая множество актуальных требований и минитрендов.

Кастомизация, персонализация, сторителлинг, иммерсив – все отсюда. Так меняются и требования к шоу. Еще недавно шоу чаще всего шло само по себе, а гость был лишь зрителем. Сейчас оно вовлекает и полностью погружает гостей в процесс, дающий им новый опыт.



skalar // reflections on light and sound

Р
У
-
Р
О
Р

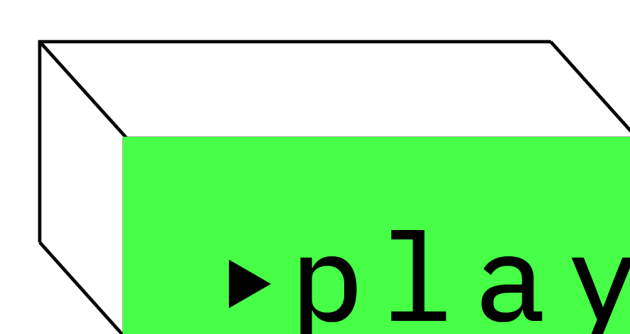
Все началось с retail, когда стали появляться классные магазины с тремя очень хитрыми свойствами: они находятся в неожиданных местах, именно в этих местах постоянно бывает их целевая аудитория, магазин работает лишь определенный отрезок времени. Эта концепция – протест против любых массовых тиражей, любого очевидного выбора, доступного всем. Закрытые временные пространства и ограниченные коллекции сейчас точно на взлете!



nike // just do it hq at the church

Когда-то дизайн был лишь свойством продукта. Сейчас дизайн уже и есть сам продукт. Дизайн теперь – это не КАК, а ЧТО.

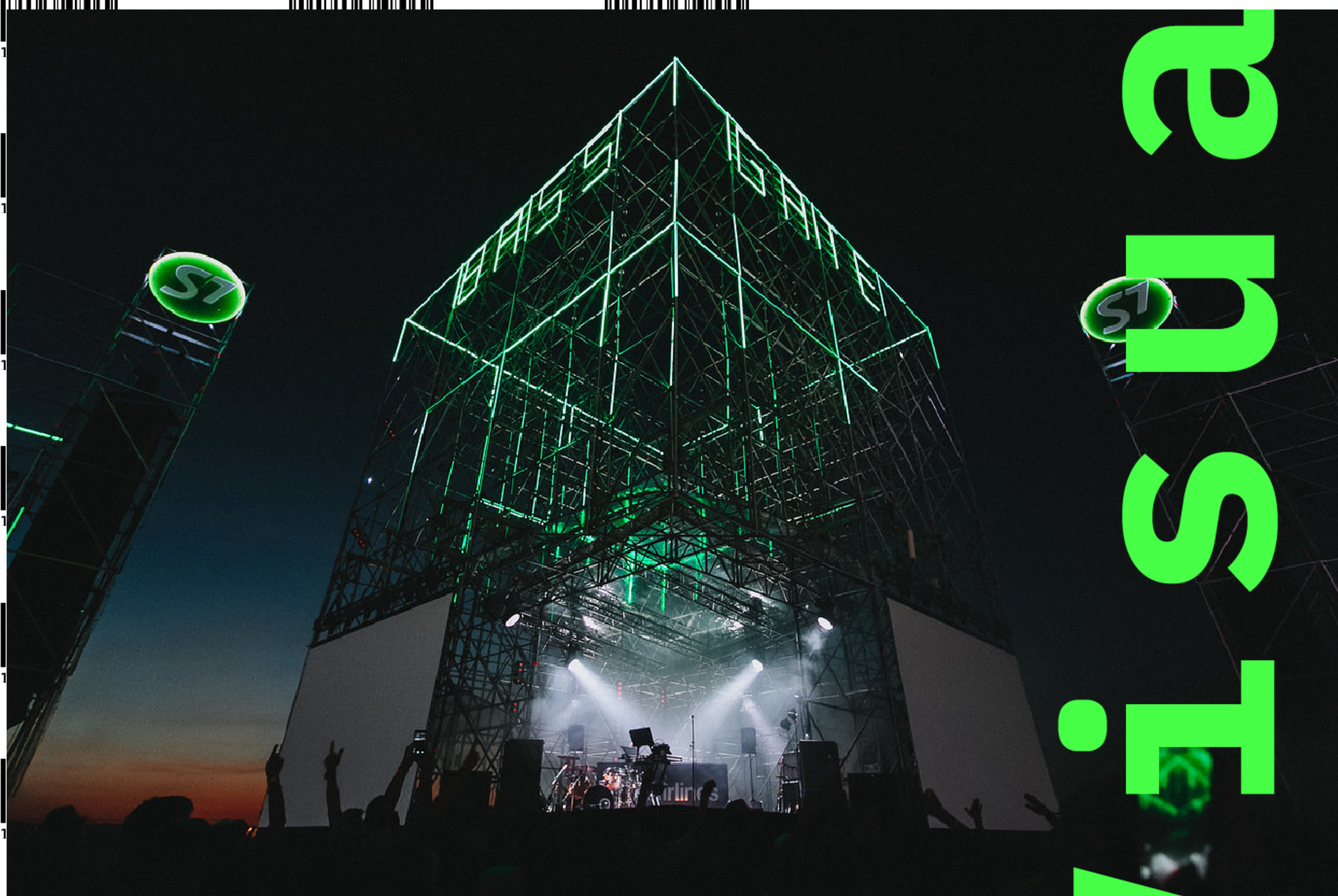
Да, плохой дизайн легко может стать поводом проигнорировать мероприятие. А любую сцену должно быть удобно фотографировать.



Т
у
н
S
n
O
I
t
a
n
s
i
t
i
v
i
t
y

S7 Airlines // bass stage AFP

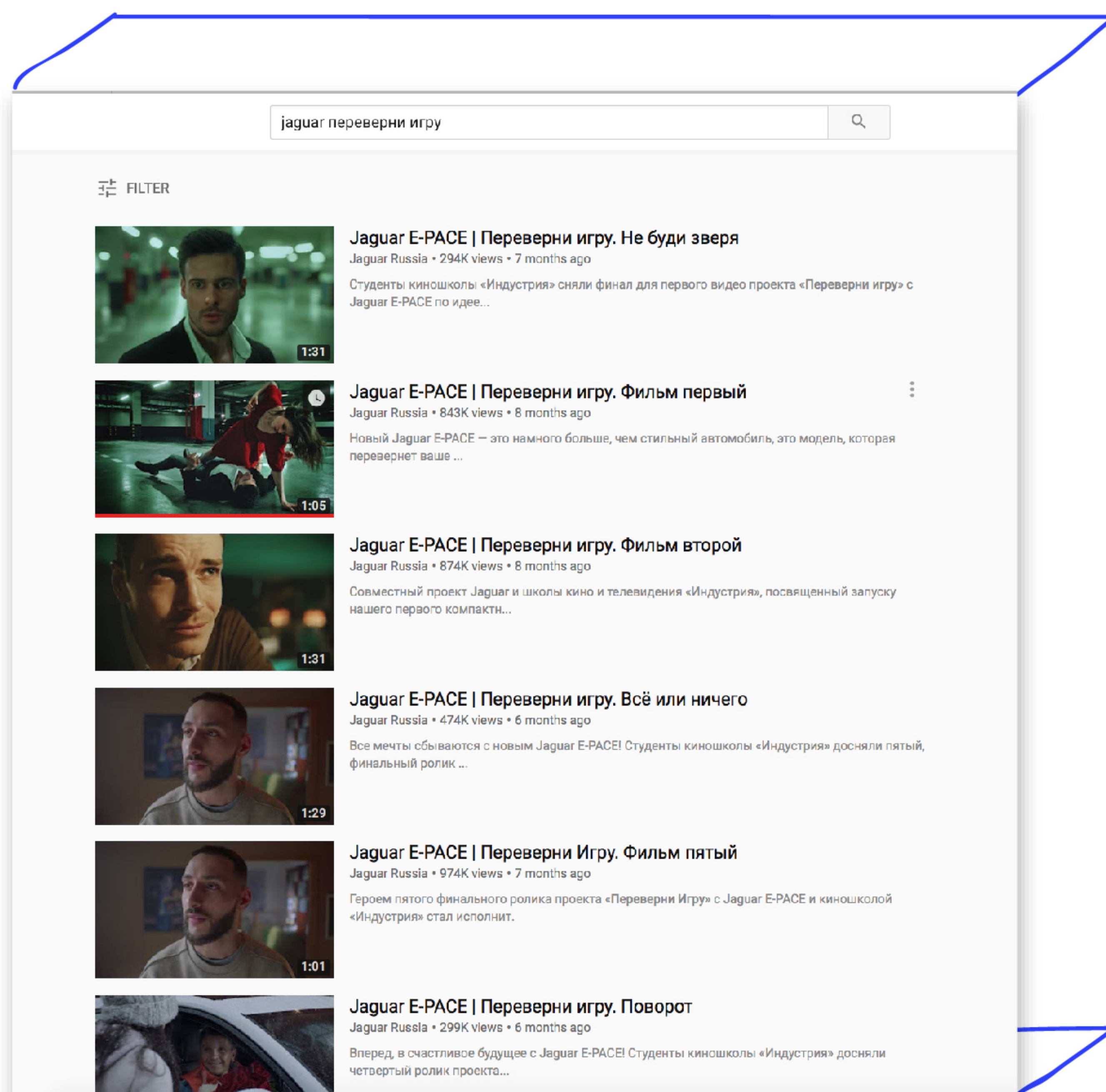
(case Eventum Promo)



Термин Online to Offline (O2O, онлайн для оффлайн) все чаще используют в digital-маркетинге. Речь о привлечении потребителей к физическим покупкам через рекламу в цифровой среде.

Offline 2 online и Online 2 offline – это будущее мероприятий. Мероприятие в центре маркетинговых коммуникаций – новый подход к рекламным кампаниям.

Если правильно спланировать мероприятие, его охват будет сопоставим с рекламной кампанией. И можно не только эмоционально вовлекать людей, которые присутствовали на мероприятии – рассказать историю получится куда большей аудитории.



jaguar // e-pace campaign
(case Eventum Premo)



Контент, созданный самыми разными гостями под впечатлением от мероприятия, выигрывает у привычного онлайн-контента. Он «живой», не воспринимается как реклама и куда легче преодолевает барьеры восприятия, прежде всего – «рекламную слепоту».

Можно усложнить и выбрать другой сценарий: тизинговая online-кампания предшествует мероприятию. Тогда собственное событие становится сразу кульминацией кампании.

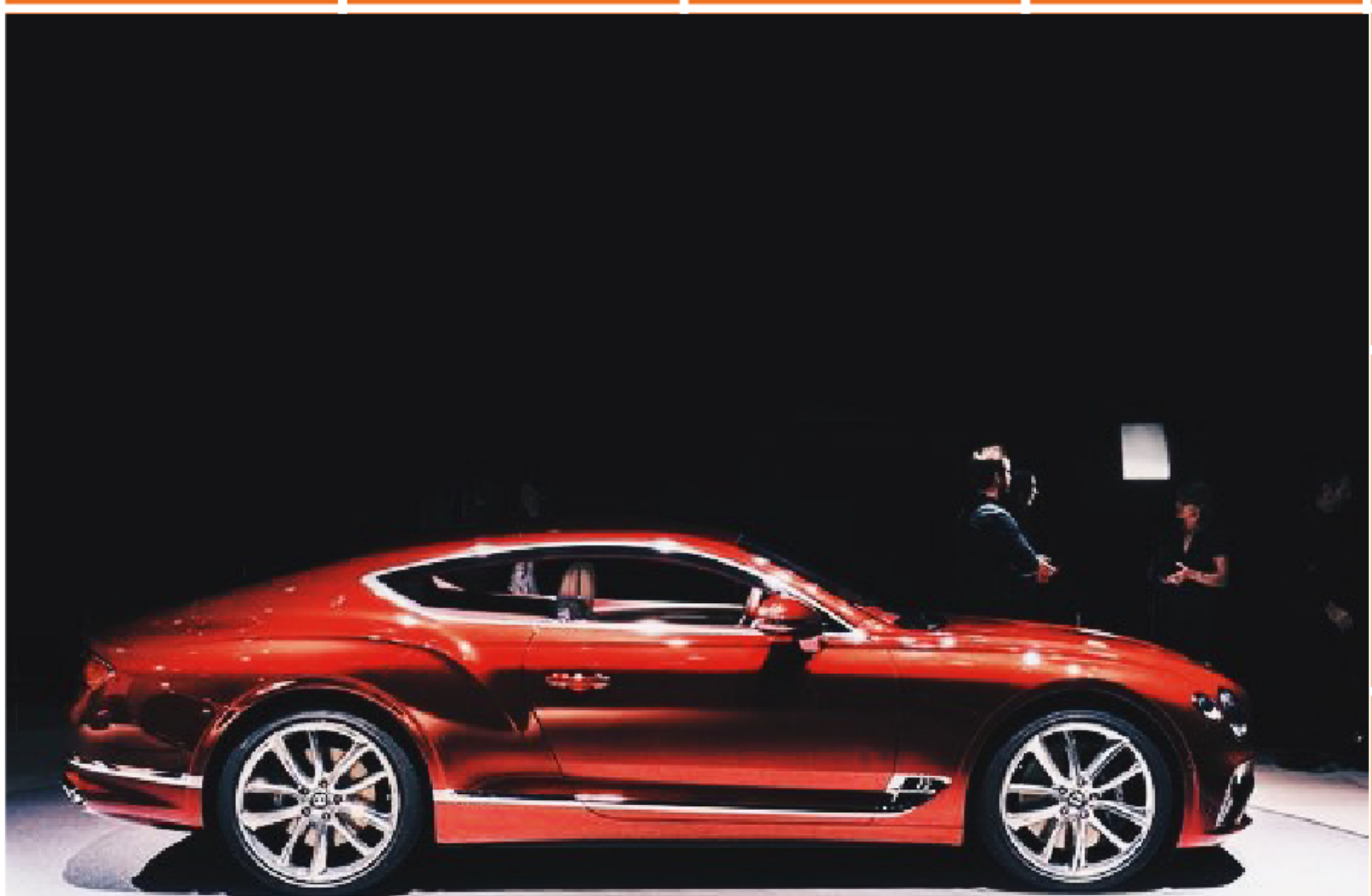
WORKFLOW

Проекты Eventum Премо и DEEP за последние несколько месяцев:
от рекламной кампании до секретной презентации автомобиля

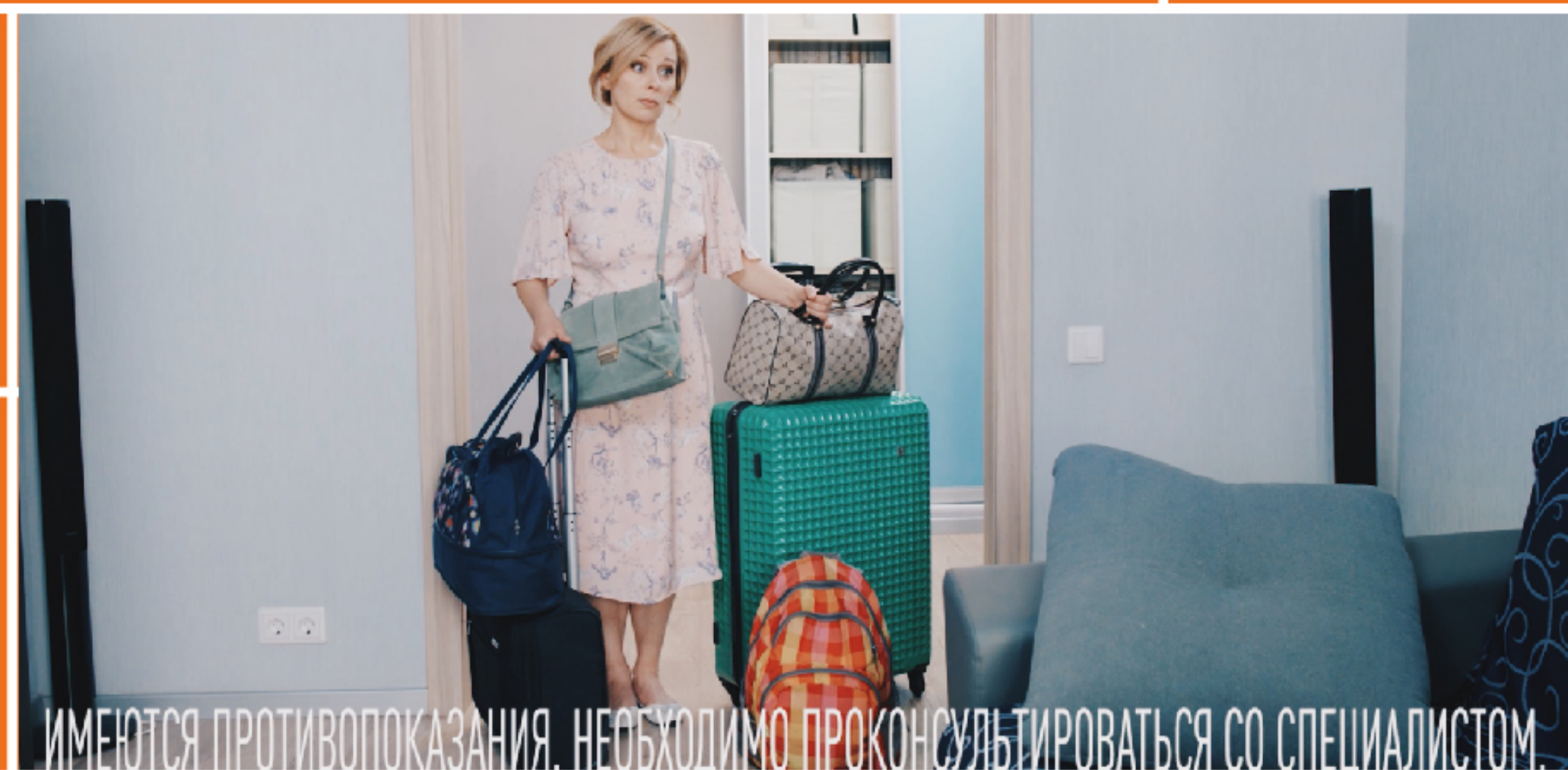


ASICS / Аллея славы беговых кроссовок
DEEP: креатив, digital проект в рамках
Московского марафона

**АКТИВНАЯ ССЫЛКА
В КАЖДОМ ИЗОБРАЖЕНИИ**



Bentley Russia ''PR SERVICES''



Линзмастер / Хватит недоВИДЕТЬ мир
DEEP: креатив, video production



S7 Airlines / GATE7
VK Fest / Пикник «Афиши» /
AFP) ''BTL-STRATEGY''



МегаФон / ПМЭФ-2013
''BRANDED SPACE''



Тинькофф Банк / Пикник
«Афиши» 2018
''BRANDED SPACE''



Audi / A8 Secret Shows
''PRE-LAUNCH''

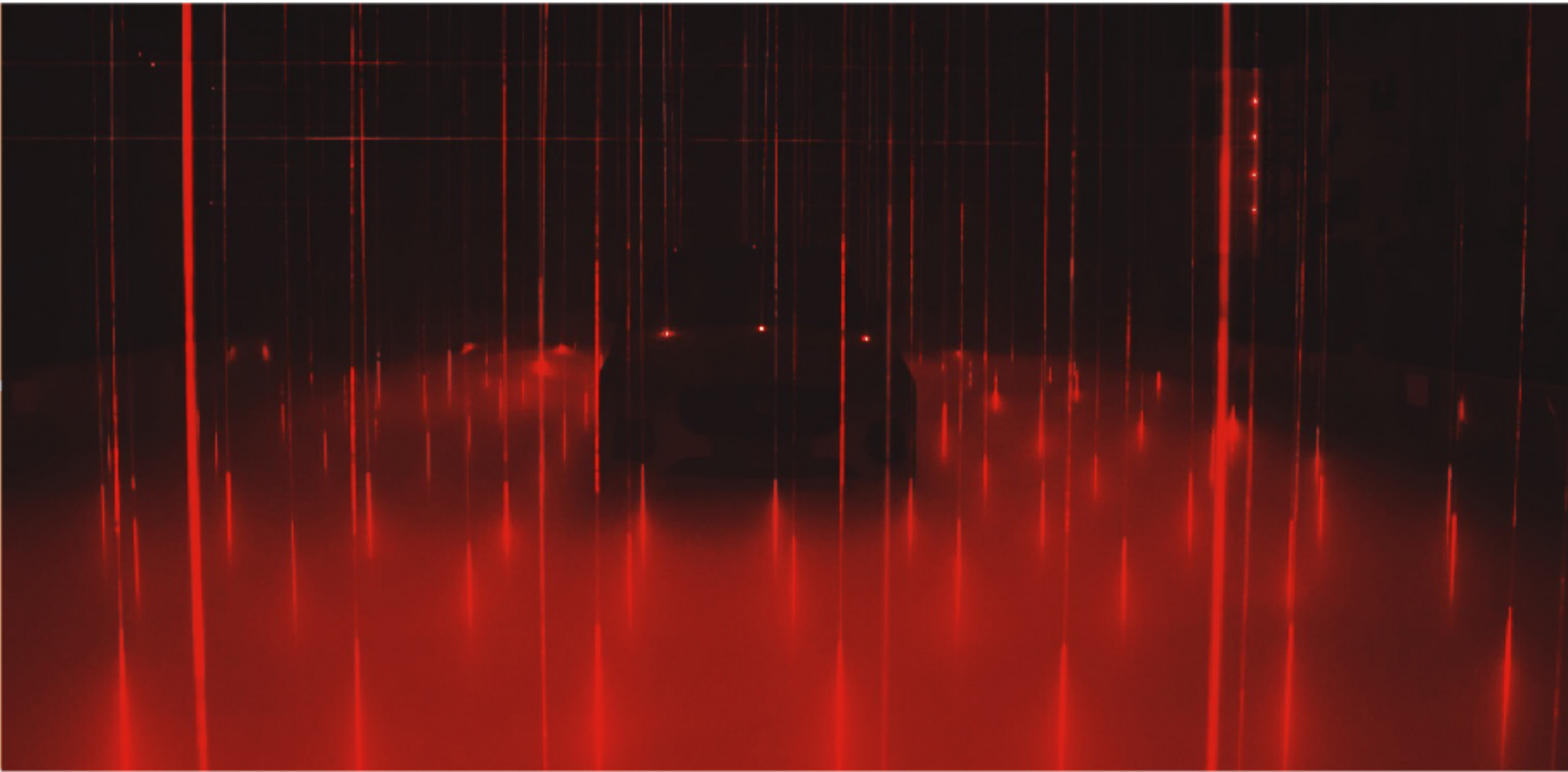


Mercedes-Benz / MBFW
''BRANDED SPACE''



Volvo / XC40 x Strelka Bar
''BRANDED SPACE''

АКТИВНАЯ ССЫЛКА
В КАЖДОМ ИЗОБРАЖЕНИИ



Jaguar Land Rover Russia /
E-Pace ''LAUNCH''

INSIDE EVENTUM PREMO

Быть в курсе
в контексте
сегодняшнего
сложно. Мы
ваем за мир-
что это наша
делимся с
нашими нара-
Куда пойти,
треть, чем
что почитать, что купить, что бы быть
трендсеттером.



12

шума очень
присматри-
ом, потому
работа и
вами
ботками.
что посмо-
заняться,



8



9



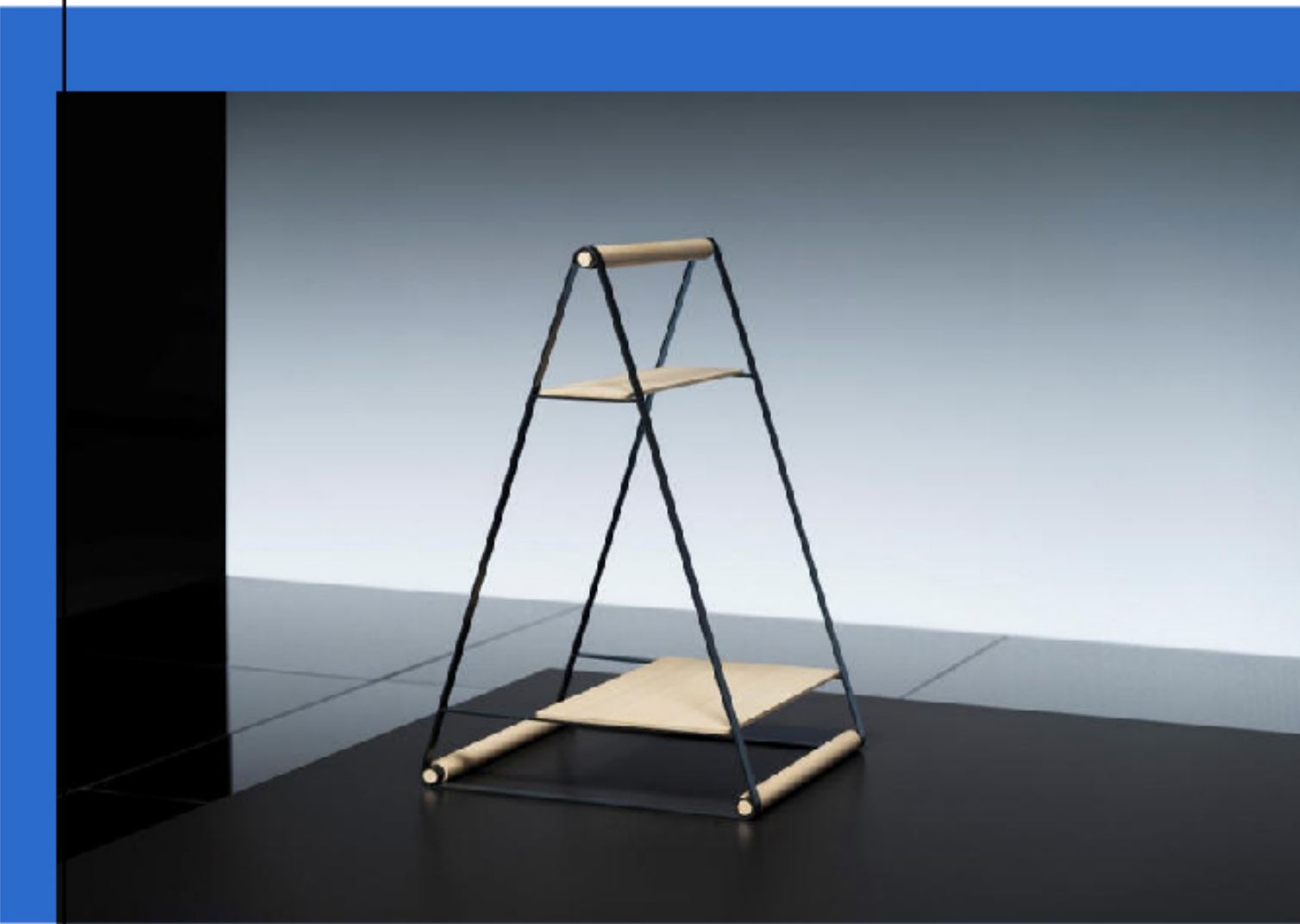
3



4



14



6



7



11

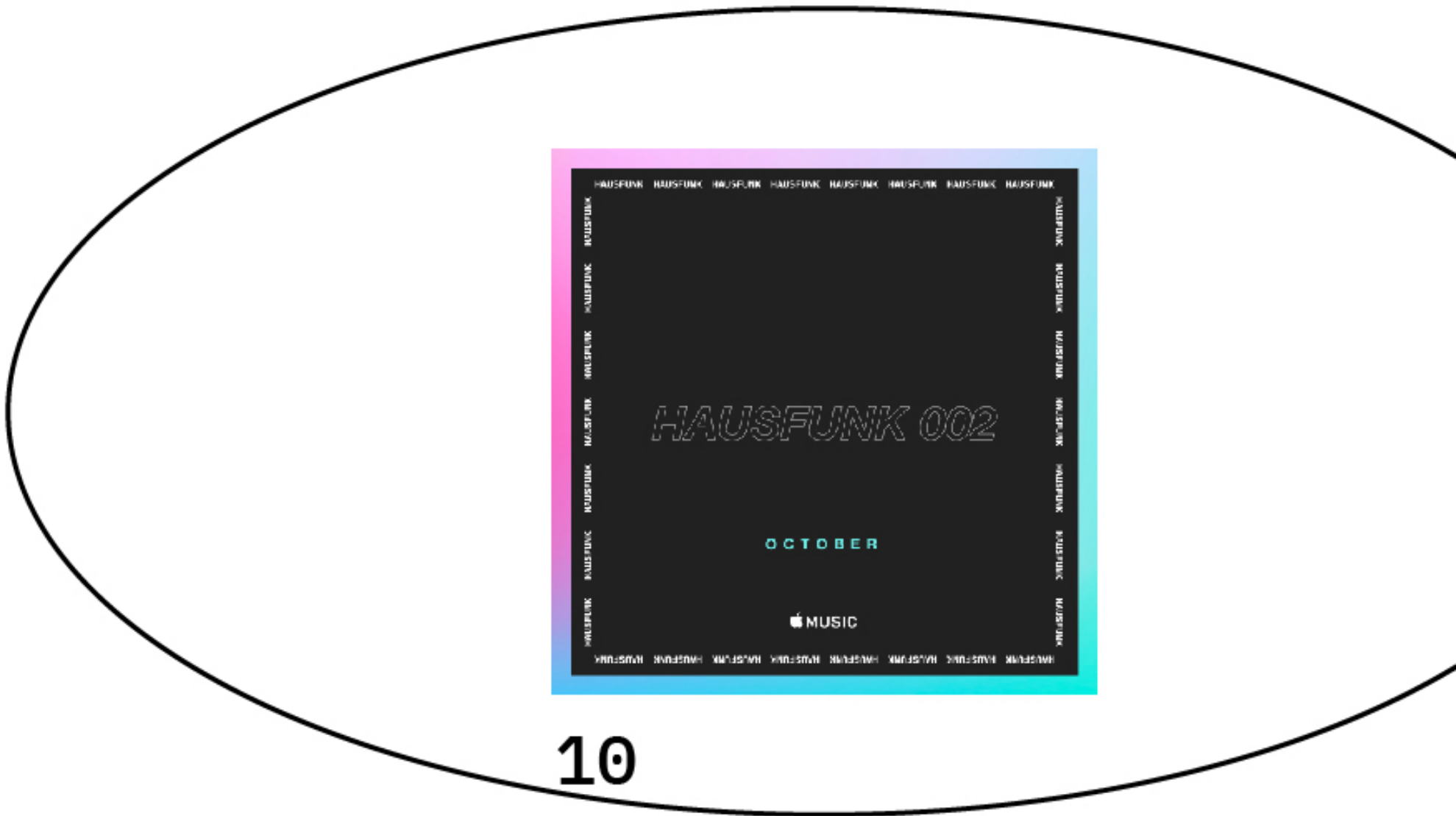


5



13

АКТИВНАЯ ССЫЛКА
В КАЖДОМ ИЗОБРАЖЕНИИ



10

- 01/ Если сериал, то **Ozark** (Netflix, 2017)
- 02/ Если книга, то **Хэгерти о креативности: здесь нет правил** (Джон Хэгерти)
- 03/ Если путешествие, то **Исландия**, но исключительно с **S7 Airlines**
- 04/ Если бар, то **Вода** (Петровка ул., 17, стр. 7)
- 05/ Если ужин, то **Twins Garden** (Страстной б-р, 8А)
- 06/ Если предметы дизайна, то **IKEA x NASA**, но только в 2020 году
- 07/ Если медиа, то **VICE**
- 08/ Если отель, то **Stamba Hotel / Tbilisi**
- 09/ Если клип, то **Kanye West & Lil Pump ft. Adele Givens - "I Love It"**
- 10/ Если плейлист, то **HAUSFUNK** от креативного продюсера Eventum Premo
- 11/ Если тренировка, то в парке вместе с **IVANFIT**
- 12/ Если ботинки, то **Gottlieb Schwarz**
- 13/ Если шляпа, то **MDWS**
- 14/ Если подкаст, то **Newочём**



Production by Eventum Premo

▶ eventum-premo.ru

▶ deep.click