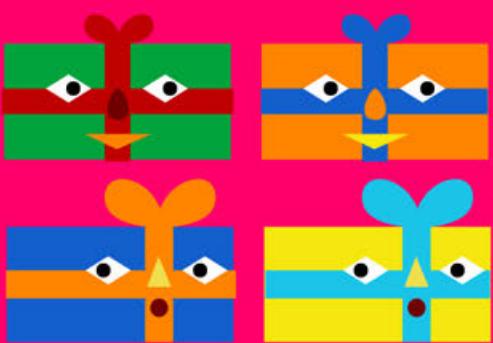
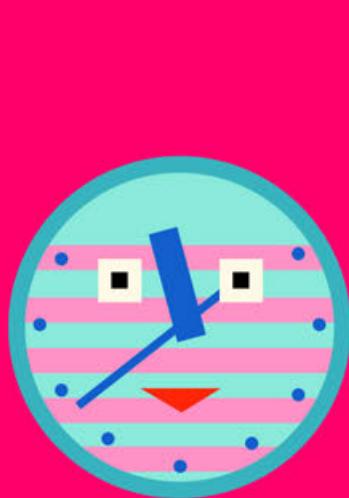


# НОВОГОДНИЙ ДАЙДЖЕСТ

## POSSIBLE GROUP





Всем привет!

Мы рады представить вам обновленный дайджест — теперь мы выпускаем его от имени единой большой Possible Group.

В этом дайджесте вы найдете самые интересные новости, тренды и проекты, которые произошли в жизни нашего агентства и digital-рынка за последние месяцы.

**ФЕСТИВАЛЬНЫЕ УСПЕХИ**  
**ЛУЧШИЕ ПРОЕКТЫ**  
**АКТУАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ**  
**ПОЛЕЗНОЕ ЧТИВО**  
**НАШИ КОНТАКТЫ**

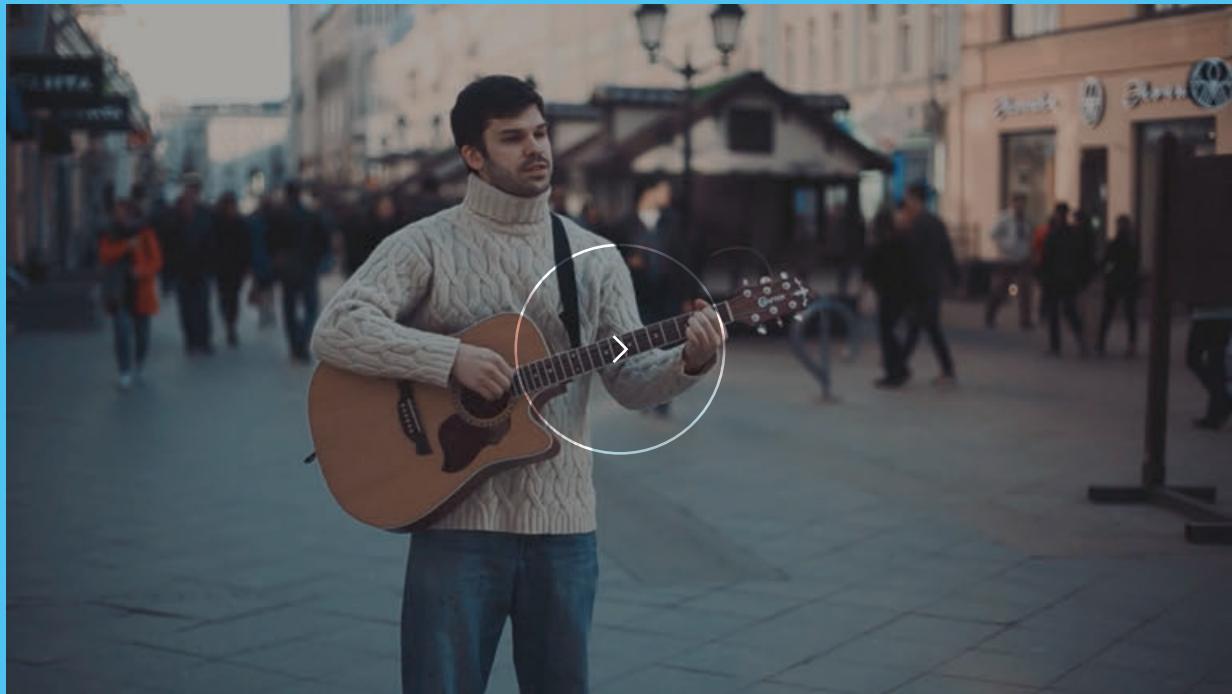




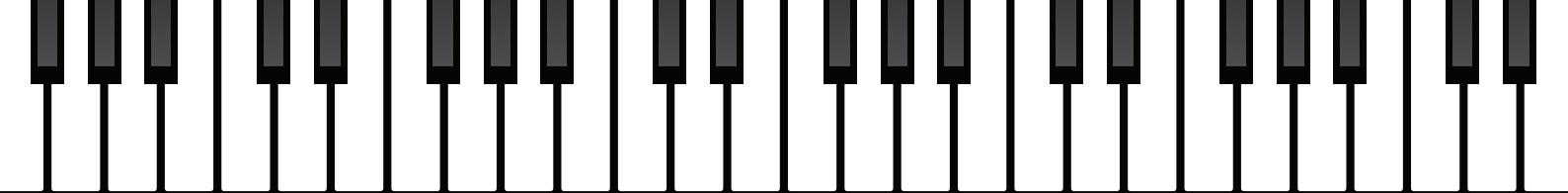
Все это время мы не сидели сложа руки  
и успели завоевать много наград

### Sound of Change

Sound of Change — это музыкальный лейбл для уличных музыкантов, развивающийся при поддержке Билайн. Задача проекта — дать уличным музыкантам возможность быть услышанными во всем мире независимо от того, где они творят. Проект призван помочь исполнителям, которые не готовы платить за собственное продвижение известным музыкальным лейблам.

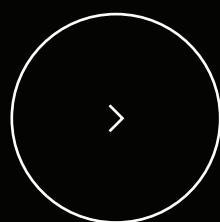


- ★ **Epica Awards**, серебро, категория Online campaigns - media & entertainment
- ★ **Eurobest**, шортлист, категория Design
- ★ **ADCR**, серебро, категория Content Ideas
- ★ **ADCR**, бронза, категория Online Advertising
- ★ **Golden Drum**, шортлист, категория Digital Design



## #HatePiano

#HatePiano — проект, призванный высмеять традиционное использование рекламщиками стоковых мелодий для озвучивания проектов. Цель проекта — рассказать рекламному рынку об альтернативе музыкальным стокам и предложить обращаться за музыкой к профессионалам с индивидуальным подходом.



Why is it always the piano?



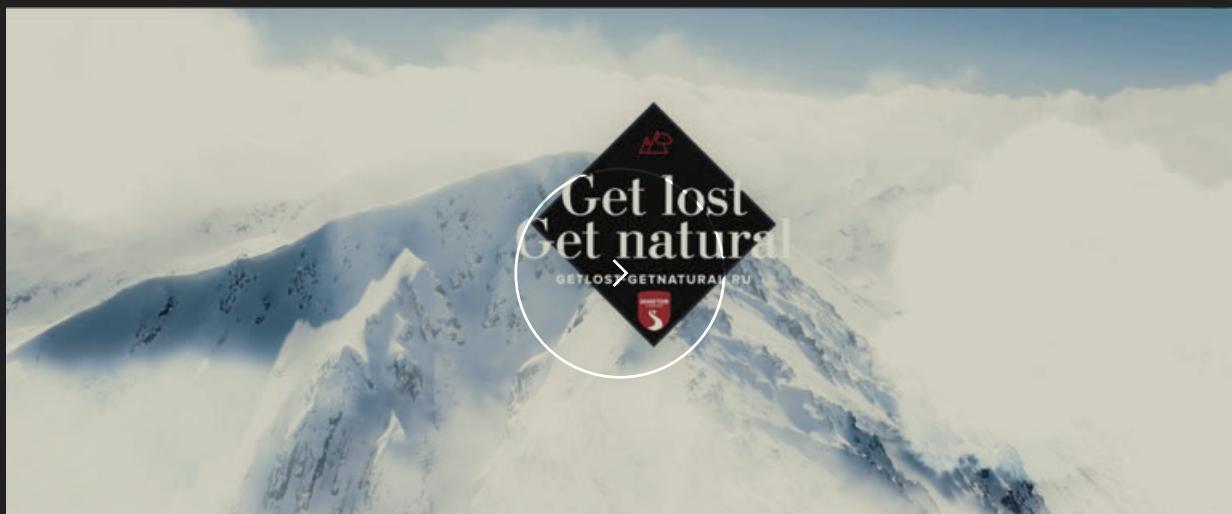
★ **Golden Drum**, серебро, Online Films  
★ **ADCR**, серебро, категория TV Commercials





## Get Lost. Get Natural

Квест Get Lost. Get Natural, созданный вместе с московским представительством офиса по туризму Швейцарии, призван познакомить пользователей со Швейцарией и создать интерес к путешествию в этой стране. Главная идея проекта — позволить уставшему от рутины человеку “сбежать” в мир, полный приключений, и постараться найти в нем самого себя.



★ **Golden Drum**, шортлист, категория Websites/micro sites



# Кейсы, которыми мы особенно гордимся

## Лучшие проекты по версии Tagline

Possible Group — Агентство года,  
Лучшее Digital-агентство, лучшее SMM-агентство



- ★ Лучший сайт об услугах (золото)
- ★ Лучший промосайт (золото)
- ★ Лучший дизайн (серебро)
- ★ Лучшее интерактивное решение / анимация (серебро)



- ★ Лучший дизайн (золото)
- ★ Совершенное исполнение (Craft) (золото)
- ★ Лучшая кампания (бронза)
- ★ Лучшее интерактивное решение / анимация (бронза)



- ★ Social Media (бронза)
- ★ Лучшая страница / группа (бронза)



★ Лучший сайт-сообщество (бронза)



★ Лучшая вирусная кампания (серебро)





## Проекты

**Лучшее из того,  
что мы делаем каждый день**

### Oreo - Фабрика семейных фишек

Для нового бренда на российском рынке важно распространить культуру поедания печенья Oreo в российских семьях и развить эмоциональную привязанность потребителей к бренду. Для этого мы разработали концепцию семейных ритуалов (или фишек), через которую пользователи могли добавить печенье Oreo в повседневный рацион своей семьи.



У каждой семьи есть свои забавные привычки: давать друг другу прозвища, напевать особую песню или прятать печенье под подушкой.

≥ Найдите себе фишку по душев! ≤

[СОЗДАТЬ СЕБЕ ФИШКУ](#)



## Кофе — не наркотик

Вместе с кофейным кооперативом “Черный”, пионерами specialty-кофе в Москве, мы запустили рекламную кампанию для борьбы со стереотипами, кульминацией которой стал запуск первого онлайн-магазина легальной продукции в даркнете.

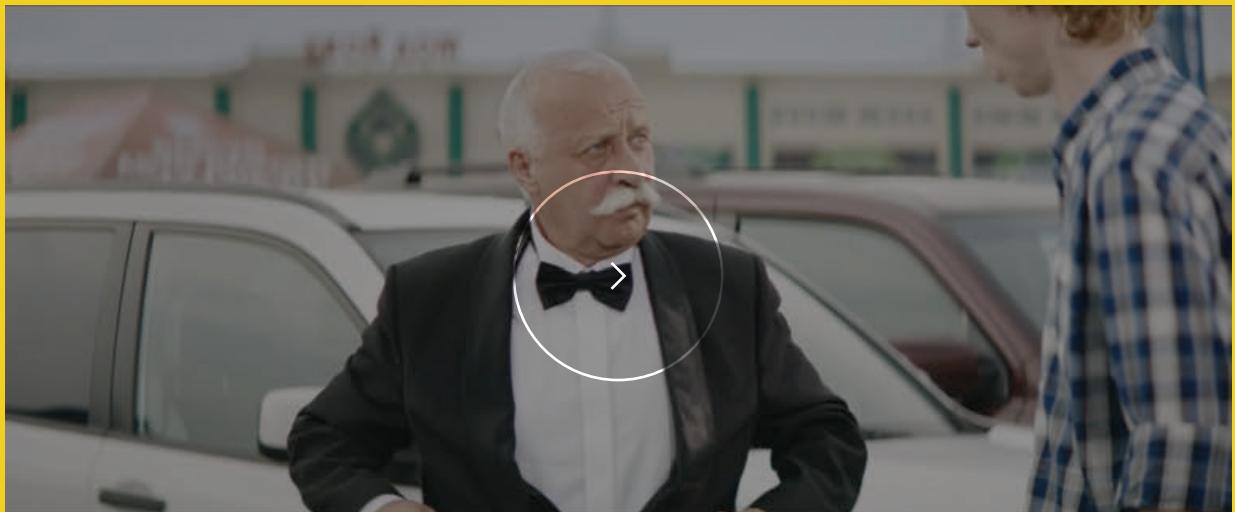




am.ru



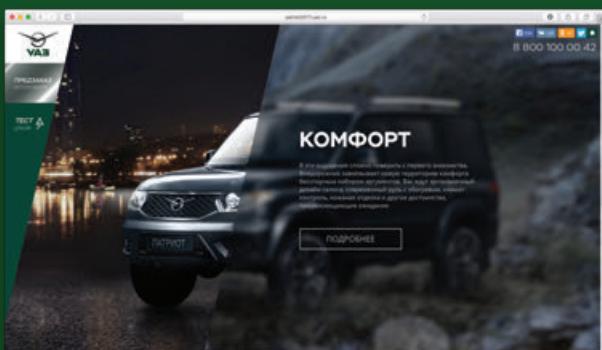
Вместе с одной из крупнейших площадок по продаже легковых и легких коммерческих автомобилей в России мы запустили серию роликов для ТВ и Интернета, главным героем которых стал бессменный ведущий телевикторины «Поле чудес» Леонид Аркадьевич Якубович.





## УАЗ Патриот

Для обновленного внедорожника УАЗ Патриот мы создали полноценную 360-кампанию, включающую в себя серию видео- и визуальных материалов. На созданном промо-сайте было размещено 26 коротких роликов, описывающих все основные преимущества нового автомобиля.



ЗАКАЗАТЬ АВТОМОБИЛЬ

Заполните форму за 2 минуты и получите Ваше персональное предложение от менеджера автосалона.

Шаг 1. Выберите комплектацию

Выберите комплектацию

Шаг 2. Выберите дилерский центр

Дилерский центр

Шаг 3. Укажите Ваши данные

Фамилия Имя Отчество  
E-mail Телефон

Я閱讀и обработку моих персональных данных\*

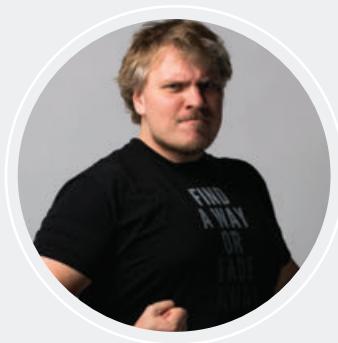
Я - пользователь, информированный о том, что соглашаюсь с Политикой  
Прайваси и соглашаюсь с правилами, что связанными с УАЗом  
СООБЩАЮ, что я не являюсь гражданом Российской Федерации.

ОТПРАВИТЬ

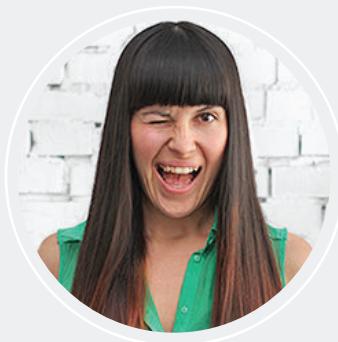


## ЧТИВО

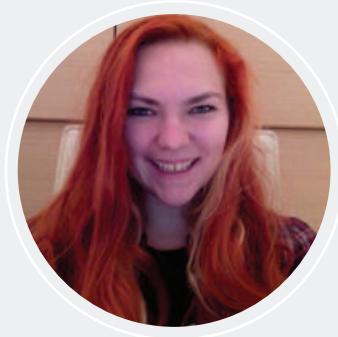
### Из интересного от нас на этот раз:)



Новая теория о повседневной жизни человека в технологическом будущем от CEO Влада Ситникова



Открытый образовательный проект Possible Digital School, объединивший влюбленных в digital профессионалов отрасли и молодых специалистов. Hot Digital проводит блиц-опрос со спикерами лектория, обсуждая самое насущное в digital-сфере



Cannes Boost — новая рубрика Hot Digital, посвященная обзору лучших кейсов и проектов, которые отбирают креаторы Possible Group

## О нас пишут в интернетах

VC.ru

VC.ru

**12 лучших российских маркетинговых и PR-кампаний 2016 года**

газета.ru

Газета.ру

**Московская кофейня решила продавать зерна в даркнете**

VC.ru

VC.ru

**Как устроены креативные отделы в рекламных агентствах Москвы**

газета.ru

Газета.ру

**АвтоВАЗ сравнил "Весту" с автомобилями премиум-класса**

VC.ru

VC.ru

**Как работает абсурд в рекламе — мнения российских рекламных агентств**

ЧТИВО



Старший креатор Possible Group Светлана Трифоненкова — о том, что взрывало, взрывает и будет взрывать интернет

## Горящие тренды 2016

### Феминизм

Только ленивый креатор не рассматривал женские бренды, исходя из парадигмы «люби себя такой, какая ты есть», что довольно мощно отличается от недавно царившей точки зрения: «Ты должна быть красивой/спортивной/сексуальной» и т.д. Если на мировой арене девушки еще ведут свою борьбу, то, кажется, в рекламной индустрии им-таки удалось добиться успеха. Самый яркий кейс на эту тему в 2016 году нам подарил H&M.

[Посмотреть](#)

## Telegram-боты

Настоящий бум Telegram пришелся именно на этот год: бренды быстро наклепали сети стикеров, освоили каналы и успешно пользуются ботами, которые в этом году побили все рекорды. Яндекс создал @ya — поисковик в формате личных сообщений, Papa John's — чат-бот по доставке пиццы @parajohns\_bot. Появились даже целые MMORPG, например, @playrpgbot!

Мы тоже не остались в стороне и запустили аудио-бота для Tuborg, где вы без стеснения сможете пообщаться с голым мужиком. А еще мы создали Davidbot для Digital Marketing Conference, где можно пообщаться с легендой рекламы.

## Видео 360

Многие компании экспериментируют с 360-видео уже несколько лет. Не слишком простой в производстве, но очень зрелищный на выходе формат завоевал настоящую любовь у пользователей и рекламщиков. Пара примеров: 14 млн просмотров собрали HBO, сделав заставку Game of Thrones в формате 360.

[Посмотреть](#)

Наши тоже в стороне не остались: Google, продолжая свои digital-чтения, в этом году использовал именно формат 360-видео. Вместе с чтецами зрители могли полностью погрузиться в атмосферу великого романа «Мастер и Маргарита».

[Посмотреть](#)

## Живые видео-трансляции

Periscope не слишком прижился в России, зато Facebook удалось актуализировать формат живых видео-трансляций. Артисты, фестивали, обычные пользователи, а за ними крупные бренды вещали в прямом эфире.

Супер-яркий пример - проект Aliexpress совместно с KateClap. За трансляцией в реальном времени следили 20 000 человек (после трансляции число просмотров возросло до 150 000), а на каждую секунду приходилось в среднем 10 комментариев.

[Посмотреть](#)

## Исчезающий контент

В уходящем году в Россия достаточно близко познакомилась со Snapchat, а затем с удовольствием набросилась на Instagram Stories. Концепция контента, который очень хочется выложить и не краснеть за него позже, очень полюбилась всему миру. Бренды тоже не остались в стороне и стали снимать целые мини-сериалы, а также развлекать пользователей.

Из последнего: Bacardi и его InstantDJ.

[Посмотреть](#)





# 5 трендов будущего года

## Нейросети

Начало развития нейросетей пришлось уже на этот год, но все это — первые шаги на пути к настоящему буму, даже революции.

Записать альбом «Нейронная оборона», написать сценарий к фильму «Sunspring», создать сервис для распознавания сарказма — все это нейросети уже умеют. Дальше — больше. В 2017 бренды станут активно использовать этот инструмент для решений на своих территориях.

## Social listening

Бренды активно ворвутся в соцсети, чтобы оперативно реагировать на жизнь пользователей вне своих каналов. Контент будет создаваться непосредственно под ситуацию, в которой оказывается целевая аудитория, и начнет решать проблемы, вдохновлять или просто развлекать ее. Одним словом, коммуникация из брендированных сообществ перейдет на стену пользователя.

## Day-to-day блогеры

С приходом исчезающего контента пользователи (даже те, кто в самых страшных снах никогда не рассматривали для себя карьеру блогера) могут оказаться в числе day-to-day блоггеров. Формат YouTube блогинга постепенно станет уступать свое нагретое местечко.





## Digital-документы

С приходом ApplePay и SamsungPay возникнут совершенно новые форматы кампаний и активаций, которые будут включать микс offline и online commerce. Причем это коснется не только платежных карт, но и скидочных, а также карт лояльности. Не исключено, что здесь найдется место и документам, вроде паспорта или студенческого.

## Уход от сторителлинга

Ускоряющаяся динамика потребления контента, рекламных сообщений, да и информации в целом неумолимо истребляет желание пользователей следить за многоступенчатой, сложной или нарративной историей. Такие проекты попросту вымирают. На восприятие остается совсем мало времени, и сторителлинг становится бесполезен. Бренды станут двигаться в сторону легко считываемой визуальной one-bite коммуникации.



## Понравился дайджест?

Читайте нас на Hot digital  
(Подпишаться на **Hot Digital Recap**)

Следите за нами на Facebook  
(**Grape**, **Hungry Boys** и **Possible Moscow**)

Смотрите нас на Vimeo  
(**Grape** и **Hungry Boys**)

**Stay trendy, stay hungry!**



ПОЗДРАВЛЯЕМ С НОВЫМ 2017 ГОДОМ!