

РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО
ДЛЯ ЛАВ-БРЕНДОВ.
И ТЕХ, КТО ХОЧЕТ
ИМИ СТАТЬ.

ПРИВЕТ ОТ YOU KNOW STUDIO

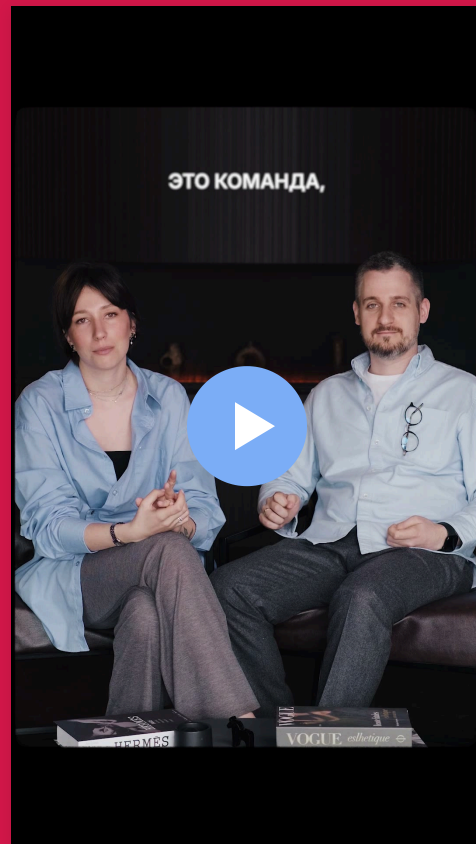
КТО МЫ

ВАША ВНЕШНЯЯ БРЕНД- КОМАНДА

- (1) Мы сами работали в маркетинге больших компаний и были заказчиками.
- (2) Клиенты говорят, что мы продолжение их команды, просто не в штате.
- (3) У каждого в команде больше десяти лет в маркетинге.

BY YOU KNOW STUDIO

(2)



PLAY

ОБ АГЕНТСТВЕ · 2026

ЧТО ДЕЛАЕМ

(3)

СТРАТЕГИЯ

Исследования, позиционирование, tone of voice. С этого начинаем любой проект.

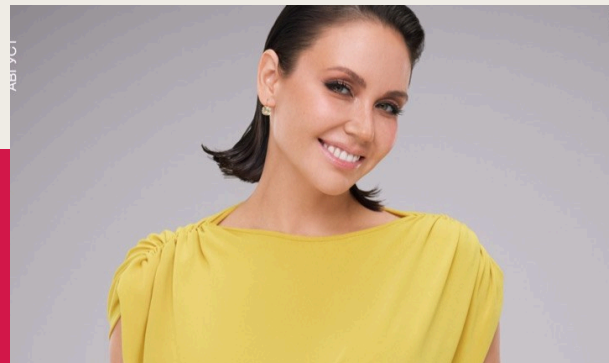
КРЕАТИВ И КАМПАНИИ

Идея кампании и её выходы: ТВ, digital, наружная реклама. Делаем так, что кампания работает.

БЛОГЕРЫ И АМБАССАДОРЫ

За два года работали с 5 000+ авторов. Подбираем блогеров и амбассадоров под идею кампании.

Одна команда вместо шести подрядчиков. Идею, визуал, продакшен и размещение ведут одни и те же люди.



МЫ ДЕЛАЕМ ПРОЕКТЫ С БРЕНДАМИ, КОТОРЫЕ ВЫ ЗНАЕТЕ

(4)

ЯНДЕКС  WHOOSH МТС
585 ЗОЛОТОЙ САМОЛЕТ
ВТБ АРЕНА РОСТЕЛЕКОМ
ИНДИЛАЙТ  ДЕЛИМОБИЛЬ
VARO NRAV

КАК МЫ РАБОТАЕМ

СНАЧАЛА ПОНЯТЬ,
ПОТОМ ПРИДУМАТЬ



Что говорим, кому и зачем.
Одна страница, с которой все
согласны.

СТРАТЕГИЯ

02

Продакшн, соцсети и отчёт:
что в следующий раз сделаем
иначе.

ЗАПУСК

04

01

ПОГРУЖЕНИЕ

Бриф, интервью с командой,
исследование аудитории и
конкурентов.

03

ИДЕЯ И ДИЗАЙН

Показываем несколько
направлений и говорим, какое
выбрали бы сами.

ХВАСТАЕМСЯ. СОВСЕМ НЕМНОГО.

ЧТО УЖЕ СДЕЛАЛИ

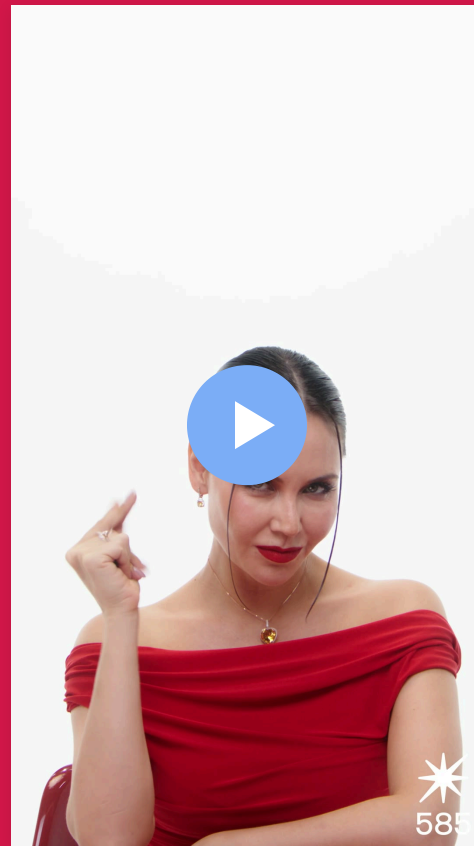
Чтобы включить ролик, нужно на него нажать.

585 ЗОЛОТОЙ · ЗАПУСК РЕБРЕНДИНГА

ВСЕ СМОТРЯТ НА МЕНЯ

- (1) Начали с покупательниц. Раньше украшения им дарили, теперь они покупают их себе сами и без повода. Отсюда манифест.
- (2) Манифест отдали Ляйсан Утяшевой: по исследованию её любят и двадцатилетние, и те, кто покупает в 585 много лет.
- (3) Дальше кампания шла кругами: её близкие, блогеры, наружная реклама на Арбате и Останкинской башне, где снялись покупательницы.

Онлайн-продажи выросли вдвое, охват 20,9 млн.



PLAY

БРОНЗА SILVER MERCURY

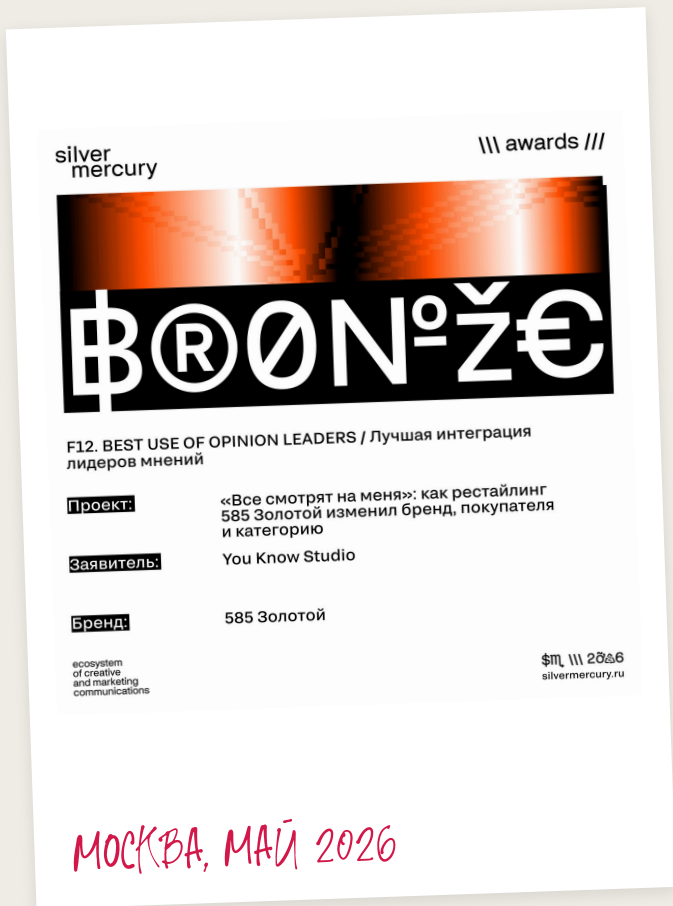
ШОРТ-ЛИСТ И БРОНЗА В НОМИНАЦИИ
«ЛУЧШАЯ ИНТЕГРАЦИЯ ЛИДЕРОВ
МНЕНИЙ»

(1) КЕЙС 585 ЗОЛОТОЙ «ВСЕ СМОТРЯТ НА МЕНЯ»

(2) НАША ПЕРВАЯ ПРЕМИЯ

(3) RED APPLE 2026: ЖДЁМ ШОРТ-ЛИСТ

Что дала кампания: онлайн-продажи выросли вдвое,
средний чек в магазинах на 28%, любовь к бренду
16,3%, максимум за три года.



ЮВЕЛИРНАЯ СКАЗКА⁽⁹⁾

585 ЗОЛОТОЙ · НОВЫЙ ГОД

Новый год для ювелирных брендов главный сезон и самый шумный. Мы придумали ювелирную фабрику в духе Вилли Вонки. **Кампания собрала больше 1,7 млн просмотров.**

ВИЛЛИ ВОНКА



ТВ-РОЛИК

Григорий Лепс в роли главного кондитера ювелирной фабрики.

НЕЙРОСЕТИ

Мир фабрики почти целиком построен на них.

ИИ-ХУДОЖНИКИ

Трое сняли свои версии этого мира. Листайте ролики справа.

БОКСЫ БЛОГЕРАМ

Золотой билет и ёлочная игрушка в форме серьги. Магазины получили оформление.

WHOOSH

ЯЗЫК БРЕНДА · СЕРИЯ РОЛИКОВ

«ВООШ»,
«ВУСХ»
ИЛИ «УОШ»?

Название произносили кто как. Мы пошли к блогерам, которые преподают английский. Они объясняли слово через идиомы и сценки, а мы собрали словарь: a morning whoosh, whoosh break, to whoosh away.
Вышло больше миллиона просмотров.

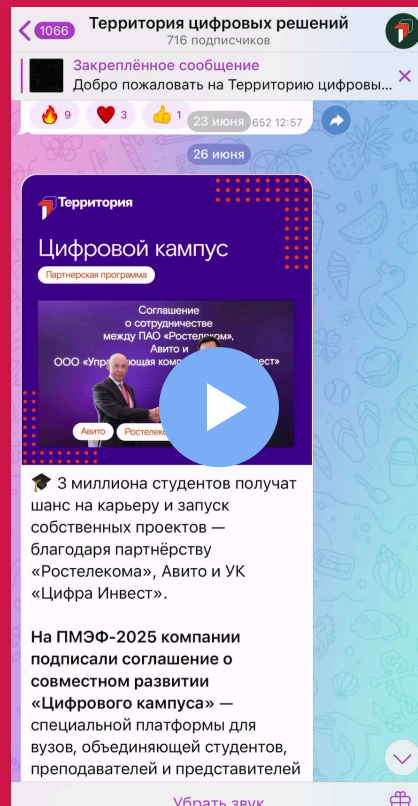
ДЕЛАЕМ WHOOSH ПЛАТОЛОМ



РОСТЕЛЕКОМ · «ТЕРРИТОРИЯ» · НОВЫЙ B2B-БРЕНД

БРЕНД ГОВОРИТ С ИНЖЕНЕРАМИ КАК ИНЖЕНЕР

Ростелеком запустил «Территорию», новый бренд в системной интеграции. Чтобы говорить с экспертами на одном языке, мы провели исследование и собрали наработки команды Ростелекома в стратегию.



НАЧАЛИ
С ИССЛЕДОВАНИЯ

Как. После стратегии сделали tone of voice и айдентiku. Соцсети бренда ведём до сих пор: @territory_rtk.



ВТБ АРЕНА

ОДИН ГОЛОС

ХЕТ-ТРИК

[Хет-трик — когда один игрок забивает три гола за матч]

Два человека, которые оформили хет-трик в финале



СЛОВАРЬ БОЛЕЛЬЩИКА

актуальными в эту погоду.

СТАДИОН, ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР И
ПАРК. СОЦСЕТИ ДЛЯ ВСЕХ, КТО
ТАМ БЫВАЕТ.

STARS COFFEE

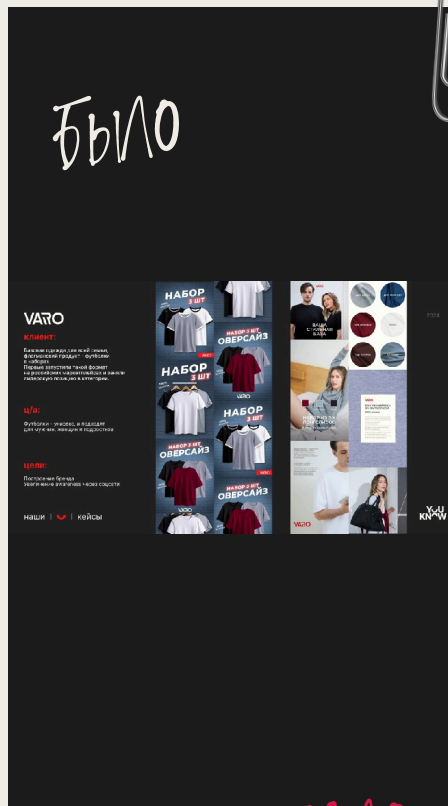
Новинки осени:

- Латте макадамия с соленой карамелью
- Пряный цикорий с бобами тонка
- Латте сладкая груша с бергамотом

ИЗ КОРЗИНЫ В ВИШЛИСТ

VARO ПРОДАЁТ ФУТБОЛКИ НА
МАРКЕТПЛЕЙСАХ И ЗАХОТЕЛ СТАТЬ
БРЕНДОМ

- 01** Varo входит в число лидеров по продажам футболок. Нужны были свой стиль и своя аудитория.
- 02** Мы начали этот переход: новый визуальный код и новый кастинг.
- 03** Большая съёмка и рилсы для ленты. Четыре из них справа.



СТАЛО



КОНТЕНТ-ФАБРИКА ДЛЯ НЕСПЯЩЕГО ГОРОДА

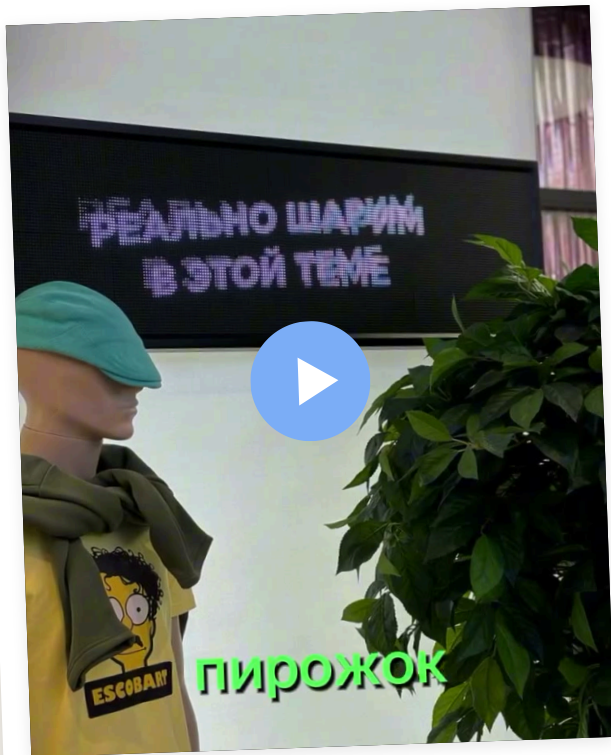
ТУСНАТУСЕ: МОСКОВСКОЕ МЕДИА О
ТОМ, КУДА СХОДИТЬ

(1) НАПИСАЛИ SMM-СТРАТЕГИЮ

(2) НАЛАДИЛИ ВЫПУСК РИЛСОВ И ПОСТОВ

(3) ОФОРМИЛИ INSTAGRAM И TELEGRAM

За месяц +20 тысяч подписчиков в Instagram и +1,5
тысячи в Telegram.



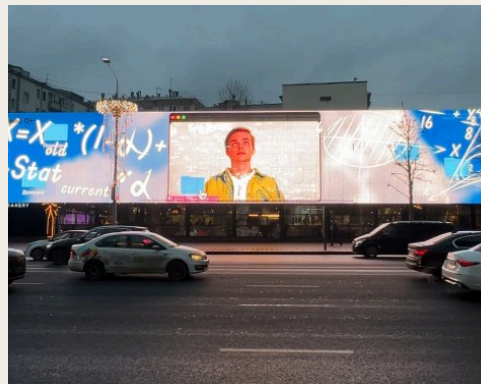
РИЛС ИЗ ЛЕНТЫ

ДЕНЬ МАТЕМАТИКИ

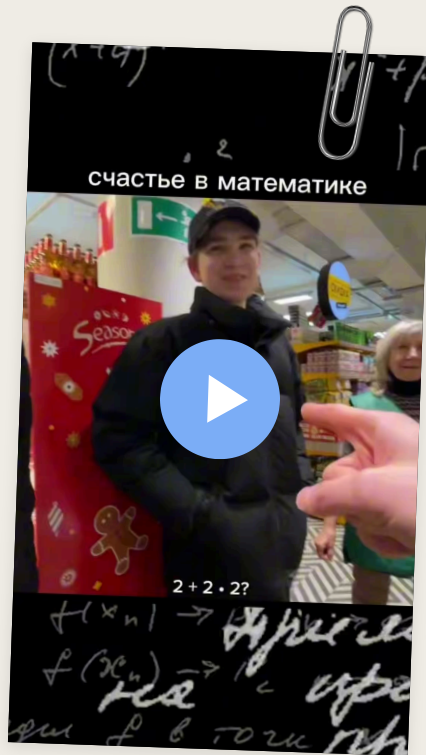
ДЛЯ ВСЕХ, КТО СЧИТАЛ СКИДКУ

Поздравили почти миллион человек.

Математика есть в жизни каждого. Блогеры из разных сфер рассказали, где она им пригодилась: в подсчёте калорий, в ценниках на распродаже, в счёте на троих в ресторане. А на Арбате поставили открытку размером с билборд.



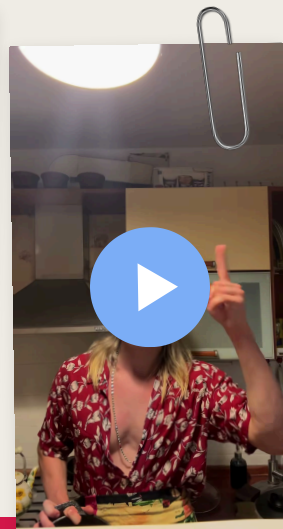
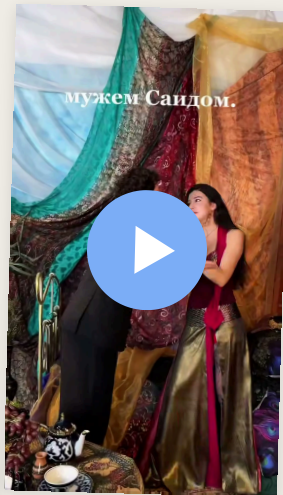
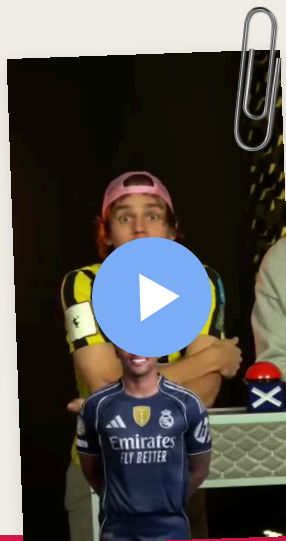
открытка на арбате



РИО ДЕ ВУШ

WHOOSH ЗАКРЫВАЛ СЕЗОН САМОКАТОВ КОНКУРСОМ С ПОЕЗДКОЙ В РИО

- 01** Главный приз конкурса — поездка в Рио-де-Жанейро.
- 02** Мы собрали блогеров, чтобы показать: даже короткая поездка по городу может привести в Рио.
- 03** Устроили контент-карнавал: уличные интервью, танцы, футбол — всё, что связано с Бразилией.



КОНТЕНТ-КАРНАВАЛ

ЗДЕСЬ МОЖЕТ
БЫТЬ
ВАШ КЕЙС.



СЕРЬЁЗНО,
НАПИШИТЕ НАМ

YOU
KNOW