



CREDS 2025





Vivid – комунікаційна діджитал-агенція, яка об'єднує стратегію, креатив, продакшн та медіамікс для ефективного просування брендів.

Ми віримо, що **бренди**, як і люди, **мають таланти**, які потрібно розкривати.

Vivid - це “full-service” агенція, завдяки нашим професійним внутрішнім департаментам креативу та дизайну, SMM та Influencer Marketing.

Vivid - лідери “Influencer Marketing” в рейтингу IAB Ukraine.



OUR HISTORY



2018

Founded in Kyiv
in 2018
WOW DONE
AWARDS 2018



2019

IAB AWARDS:
#1 in
“Production”
Category



2020

Best of Ukrainian
Design 2020
MixDigital Web



2021

Effie Awards
Silver: Tik TOK
Cheetos



2022

NEW legal entity:
VIVID PL



2023

IAB AWARDS:
#1 in “Influencer
Marketing”
Category



2024

IAB MIXX Awards
Ukraine:
Bronze

IAB MIXX Awards
EUROPE: Shortlist







VIVID Competencies and Service Offerings



Strategy

- Комплексна підтримка бренду та комунікаційний супровід
- Розробка/адаптація стратегій
- Аналітика ринку, споживачів, продукту/бренду
- Проведення досліджень під запит



Influencer Marketing

- Розробка та реалізація IM-стратегій
- Пошук та менеджмент інфлюенсерів
- Аналіз та оцінка ефективності кампаній
- Розробка крос-медійних проєктів з інфлюенсерами



SMM and TikTok

- Розробка та супровід у реалізації стратегій комунікації в соціальних мережах
- Створення контент-стратегій та розробка контент-планів, виробництво контенту різної складності
- Розробка медіа-планів для просування в соціальних мережах
- Аналіз та оптимізація ефективності проведених кампаній/флайтів/ком. періодів



Creative Services

- Розробка креативних концепцій для рекламних кампаній
- Неймінг: створення назв для брендів, продуктів і послуг
- Копірайтинг: слогани, тексти для сайтів, реклами та презентацій
- Дизайн: створення логотипів, айдентики та графічного контенту



VIVID Competencies and Service Offerings



Video and Content Production

- Розробка ідей для промо роликів
- Відеопродакшн: пре-продакшн, зйомка, постпродакшн
- Створення анімованого та 2D/3D контенту (статичні та анімовані банери)
- Організація фотосесій для брендів і продуктів



Media Placement

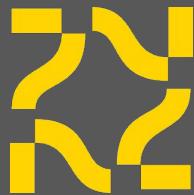
- Розробка та реалізація медіастратегій на цифрових і традиційних платформах
- Оптимізація бюджетів для максимального охоплення та ROI
- Стратегічне діджитал розміщення, ЗМІ, ТБ, радіо
- Моніторинг і коригування кампаній у реальному часі



PR and Communications

- Написання прес-релізів та статей
- Підбір і розміщення в каналах медіа комунікацій
- Моніторинг і аналіз медіа публікацій





Комплексний підхід до супроводу комунікації

Забезпечили постійну підтримку комунікації зі споживачем «від поля до смартфона»



SMM

КАМПАНІЯ “ГОРДІСТЬ ЗА СВОЄ”



IM

КАМПАНІЯ “В ПОШУКАХ НАЙКРАЩОЇ КАРТОПЛІ”



PR

ПІДТРИМКА В МЕДІА ТА ТЕЛЕГРАМ КАНАЛАХ



Задача

- Нагадати аудиторії про українське походження картоплі для чіпсів Lay's
- Підкреслити гордість українських фермерів за свою працю
- Посилити емоційний зв'язок споживачів з брендом через автентичні історії
- Просувати ідею підтримки локального українського виробництва



Забезпечили постійну підтримку комунікації зі споживачем «від поля до смартфона»



Реалізація

- Двоетапна робота з інфлюенсерами та креаторами (інтерв'ю з реальними фермерами, показ процесу вирощування + залучення популярних блогерів)
- Креативна концепція "пошуку ідеальної картоплі" з природною інтеграцією бренду
- Соціальні мережі: 36 статичних постів, 25 Reels, 34 Stories в Instagram та Facebook
- Візуальна стратегія з реальними фото та відео простих робітників і фермерів
- Комплексна PR-кампанія з прес-релізами
- Публікації в телеграм-каналах



Забезпечили постійну підтримку комунікації зі споживачем «від поля до смартфона»



13M+

ОХОПЛЕННЯ

8%

ER

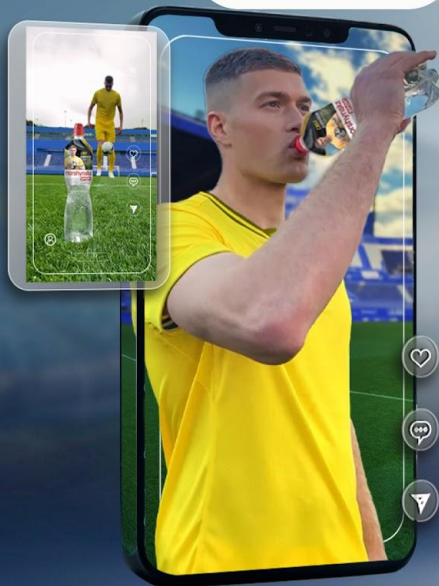
TOTAL



Результат

- **Інфлюенсери:**
 - Reach: 2,34 млн
 - Views: 2,5 млн
 - Engagement Rate: 5,45%
 - Total Actions: 127 294
- **Instagram:**
 - Охоплення дописів: 13,2 млн
 - Залучення: 35 198
- **Facebook:**
 - Охоплення дописів 73 953
 - Залучення 1 019
- **PR-публікації:**
 - 26 виходів
 - 4,7 млн показів
- **Telegram:**
 - 1,22 млн показів
 - 497 репостів
- Перевикування всіх планових показників
- Позитивний фідбек аудиторії щодо підтримки українських виробників

SMM



Задача

Збільшити частку чоловічої аудиторії серед споживачів бренду "Моршинська Спорт" та підвищити обсяги продажів на 25% за допомогою однієї сезонної кампанії.

Додатковий виклик – завоювання нової комунікаційної території – футболу, адже в категорії мінеральної води традиційно переважали жінки (53% споживачів), тоді як демографічні зміни в країні вказували на зростання частки чоловіків у населенні.



IM





Реалізація

Основний фокус кампанії спрямували на ЄВРО-2024, де брала участь збірна України, через амбасадорство футболістом – Артемом Довбиком.

Канали комунікації:

- Спонсорство трансляцій матчів на MEGOGO і Суспільному ТБ
- Відеорекламу (OLV) на цифрових платформах
- Нестандартні банери на спортивних сайтах
- PR-активності на профільних порталах
- Залучення 11 інфлюенсерів
- SMM-активації в соціальних мережах
- Створення дизайну пляшки Моршинська Спорт, пляшки у формі футбольного м'яча та пакування 6-пак POSM та додаткові місця продажів у трейді

Ключовим меседжем «Сила відновлення у водному балансі» підкреслили важливість гідратації для спортивних досягнень, поєднуючи її з концепцією бренду «Моршинська»





Результат

За період кампанії (червень-липень 2024):

- Збільшення обсягів продажів "Моршинська спорт" на 31% (перевиконання плану на 6%)
- Зростання частки чоловічої аудиторії бренду до 45% (збільшення на 4%, що на 2% вище плану)
- Приріст частки в категорії "спорт" на 6,5 процентних пунктів (до 66,5%)
- Підвищення показника Ad Recall серед чоловіків на 5,24%
- Результати кампанії продемонстрували ефективне охоплення через медіаканали з високим афінитивним індексом для чоловічої аудиторії
- Позитивні відгуки щодо кампанії в соціальних мережах (за даними Social Listening)

Кампанія успішно увійшла на нову територію футболу, створила емоційний зв'язок з чоловічою аудиторією та перевершила всі поставлені цілі, незважаючи на обмежений час (1,5 місяця) та зростаючу конкуренцію в категорії.





MULTICHANNEL PROJECTS



● **PR ПРОЄКТ ДЛЯ БРЕНДУ GLO,**
де розкривається унікальна ідентичність українців

- 11 000 людей пройшло інтерактивний тест
- 3 лідери думок дали глибокі інтерв'ю



РЕЗУЛЬТАТ ТЕКСТУ лів в основу
«Маніфесту» Артема Півоварова

- 16 млн переглядів
- понад 40 000 юзерського контенту
- трек в ТОП-20 чартів Spotify, YouTube Music, Apple Music

За два тижні до запланованого засідання Європарламенту ми створили соціальний проєкт, щоб зібрати голоси українців і змусити депутатів Європарламенту усвідомити всю небезпеку купівлі нафтопродуктів і газу в росії.



РЕЗУЛЬТАТИ:

- збрали понад 30,000 голосів через е-петицію
- нас підтримали 30 найвідоміших українських інфлюенсерів
- охопили 4,000,000 українців
- отримали 78 розміщень у різних ЗМІ





**Лідери в категорії
Influence Marketing***



2024



BRANDS

ПРОТЯГОМ РОКУ МИ УСПІШНО СПІВПРАЦЮВАЛИ З **БІЛЬШЕ НІЖ 50** КЛІЄНТАМИ, КОЖЕН З ЯКИХ МАВ ДОДАТКОВІ ПОРТФЕЛІ З **2-7 БРЕНДІВ**, ЩО РОЗШИРЮВАЛО НАШЕ ПОЛЕ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ДОЗВОЛЯЛО СТВОРЮВАТИ КОМПЛЕКСНІ СТРАТЕГІЇ.



INFLUENCERS

НАША МЕРЕЖКА НАЛІЧУЄ ПОНАД **500** ІНФЛЮЕНСЕРІВ РІЗНОГО МАСШТАБУ – ВІД МЕГА-ІНФЛЮЕНСЕРІВ ДО НАНО-ІНФЛЮЕНСЕРІВ. ВАЖЛИВО ЗАЗНАЧИТИ, ЩО ПОНАД **60%** З НИХ Є НАШИМИ ПОСТІЙНИМИ ПАРТНЕРАМИ, ЩО ЗАБЕЗПЕЧУЄ СТАБІЛЬНІСТЬ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ СПІВПРАЦІ.



VIEWS

СУМАРНА КІЛЬКІСТЬ ПЕРЕГЛЯДІВ, ДОСЯГНУТА ЗАВДЯКИ НАШИМ КАМΠΑНИЯМ, СКЛАЛА ПОНАД **79 МІЛЬЙОНІВ**.



Ми постійно розширюємо нашу базу інфлюенсерів, додаючи нових талановитих креаторів, щоб забезпечити свіжий погляд та охоплення нових аудиторій, зберігаючи при цьому міцні відносини з нашими постійними партнерами. Це дозволяє нам гнучко реагувати на зміни трендів та потреби клієнтів.



Задача

- Стимулювання сезонних продажів
- Посилення іміджу бренду Львівське
- Позиціонування "Львівського Різдвяного" як незмінного атрибута зимових свят



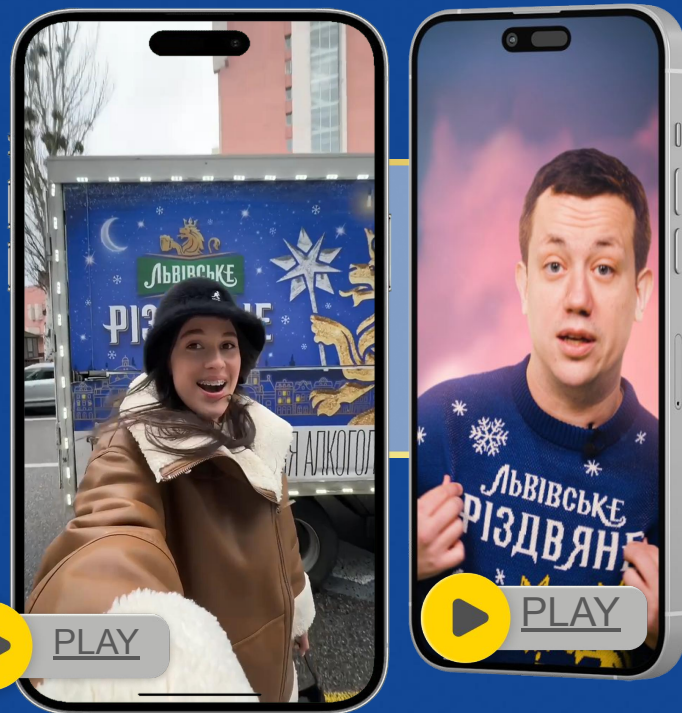
Реалізація

1. Класичні інтеграції з інфлюенсерами

- Закріплення ключових повідомлень через контент лідерів думок та розширення охоплення в Instagram і TikTok
- Використання нативних форматів контенту для кожної платформи
- Генерування інтересу в соціальних мережах через контент інфлюенсерів із брендowanними вантажівками

2. Соціальний проєкт

- Залучення аудиторії до благодійності
- Підвищення емоційної залученості до бренду
- Заклик відвідати локацію бренду на ВДНГ від блогерів-оглядачів в Тік Ток





МУЛЬТИКАНАЛЬНА ТА КОМПЛЕКСНА РЕАЛІЗАЦІЯ СЕЗОННОЇ КАМПАНІЇ



Результат

КІЛЬКІСНІ РЕЗУЛЬТАТИ:

- Перевиконання планового показника охоплення:
 - © Instagram: 938 К (+36,36% до плану)
 - © TikTok: 1,16 М (+58,72% до плану)
- Перевиконання показника переглядів:
 - © Instagram: 1,48 М (+36,2% до плану)
 - © TikTok: 1,42 М (+49,47% до плану)
- EER: 6,9%
- Загальна кількість взаємодій: 143 701

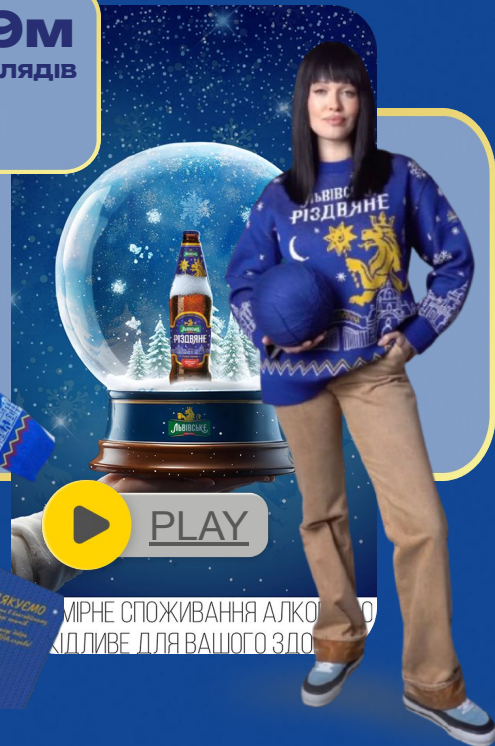
ЯКІСНІ РЕЗУЛЬТАТИ:

- Позитивне ставлення ЦА до напою в коментарях
- Високі оцінки якості та креативності рекламних інтеграцій
- Високий інтерес до продукту та асоціації зі святами

2.1м
ОХОПЛЕННЯ

2.9м
ПЕРЕГЛЯДІВ

6.8%
EER



PLAY

МІРНЕ СПОЖИВАННЯ АЛКОГОЛІ
НЕ ПІДЛИВЕ ДЛЯ ВАШОГО ЗДОРОВ'Я



Задача

- Підвищити рівень знань про бренд Львівське Radler
- Донести унікальність та особливості оригінального продукту
- Просування продукту як ідеального для соціальних ситуацій (відпочинок з друзями)

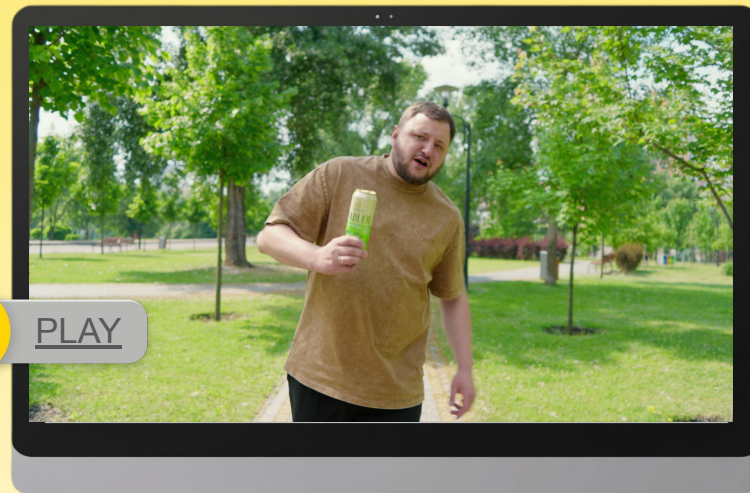


Реалізація

- Проведення influencer marketing кампанії на платформах YouTube, Instagram та TikTok через ключове повідомлення: "Radler — еднаюче поєднання, що об'єднує різних людей та їх інтереси"
- Залучено відомих блогерів та інфлюенсерів:
 - YouTube (3 інфлюесери)
 - Instagram: понад 26 інфлюенсерів
 - TikTok: (13 інфлюенсерів)
 - Creators: 6 креаторів контенту для TikTok
- Формат контенту: відео в TikTok, Reels та Stories в Instagram, відео-інтеграції на YouTube
- Широке використання гумористичного підходу для привернення уваги аудиторії



PLAY





Результат

КІЛЬКІСНІ ПОКАЗНИКИ

- Охоплення: 8,1М (122,90% до плану)
- Перегляди: 8,9М (97,89% до плану)
- Total Actions: 564К
- EER%: 6,9% (запланований - 3%)

ЯКІСНІ РЕЗУЛЬТАТИ:

- Позитивне ставлення до напою в коментарях
- Високі оцінки якості та креативності рекламних інтеграцій
- Позитивні відгуки про смак напою та бажання спробувати продукт після перегляду
- Асоціювання продукту з приємними соціальними моментами (пікніки, вечірки, відпочинок з друзями)

IM

КАМПАНІЯ
“РАДЛЕР”



8.1м

ОХОПЛЕННЯ

83к

ЗАЛУЧЕННЯ



Задача

- Організувати збір коштів на День матері для психологічної допомоги жінкам, які постраждали від війни
- Подолати зниження залученості суспільства в донати на потреби цивільних
- Кампанія без бюджету на просування збору з ціллю збору 600 000 UAH



Реалізація

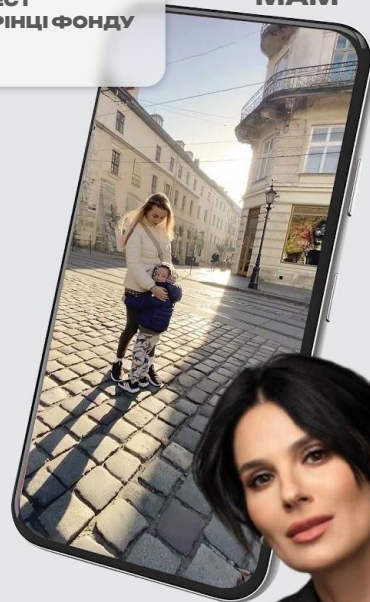
- Створено "Маніфест Незламних Мам" - сукупний образ пережитого досвіду української мами та жінки під час війни (озвучила співзасновниця фонду Маша Єфросиніна)
- Налагоджено співпрацю з шістьма відомими українськими інфлюенсерками: Надею Дорофеевою, Олею Поляковою, Раміною, Ольгою Рудневою, Альоною Гудковою та Маріною Узелковою
- Емоційний та глибокий контент Маніфесту використано як інструмент "обміну" на донати з користувачами соціальних мереж



Результат

- Маніфест зі сторінки Фонду поширили понад 1000 разів
- Охоплення понад 6 мільйонів користувачів
- Зібрано на 100 000 грн більше, ніж планувалося за два тижні
- Маніфест знайшов емоційний відгук серед ЦА, що забезпечило кампанії високі результати

REELS

**МАНІФЕСТ
НА СТОРІНЦІ ФОНДУ
МАША****ЧУТТЄВИЙ
МАНІФЕСТ
НЕЗЛАМНИХ
МАМ**



CORTEVA & АГРОІНФЛЮЕНСЕРИ У ДІЇ

B2B



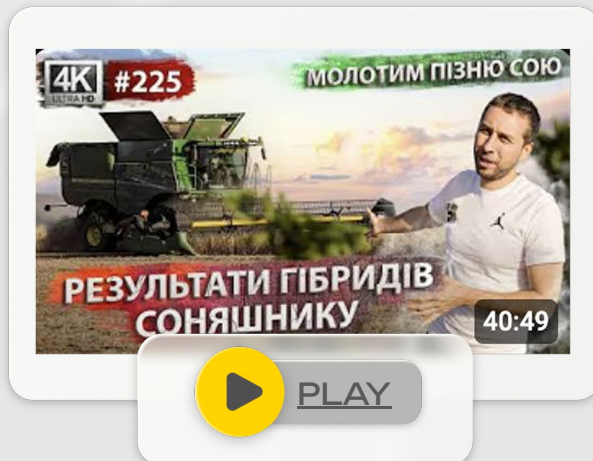
Задача

- Підвищити впізнаваність бренду
- Продемонструвати ефективність ЗЗР через нативні та органічні інтеграції бренду на YouTube



Результат

- 601 714 охоплення
- 676 774 переглядів
- 43 308 загальних дій (лайки, коментарі, поширення)
- ER 7,2%
- Зростання інтересу ЦА до продукції Corteva в коментарях



Реалізація

- 6 агроінфлюенсерів на YouTube
- 60 запланованих епізодів + 20 бонусних відео
- Практична демонстрація продуктів та рішень Corteva в контенті
- Адаптації до екстремальних погодних умов та демонстрації кінцевих результатів/врожайності



Social Media Marketing

Лідери категорії Контент*

ЯСКРАВИЙ ДИЗАЙН ТА ПОБУДОВА КОМ'ЮНІТІ ДЛЯ DORITOS В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ



Задача

- Запуск бренду в Україні в соціальних мережах (з нуля)
- Сформувати ядро лояльної спільноти навколо Doritos
- Встановити взаємодію з ЦА з донесенням ключових меседжів



Реалізація

- Стратегічне розкриття платформи бренду «For the Bold» через Instagram та TikTok
- Розробка сміливого візуального та стилю у фірмових кольорах бренду для комунікації з молодю ЦА
- Залучення топових креаторів до комунікації + організація активації та охопних кампаній



Результат

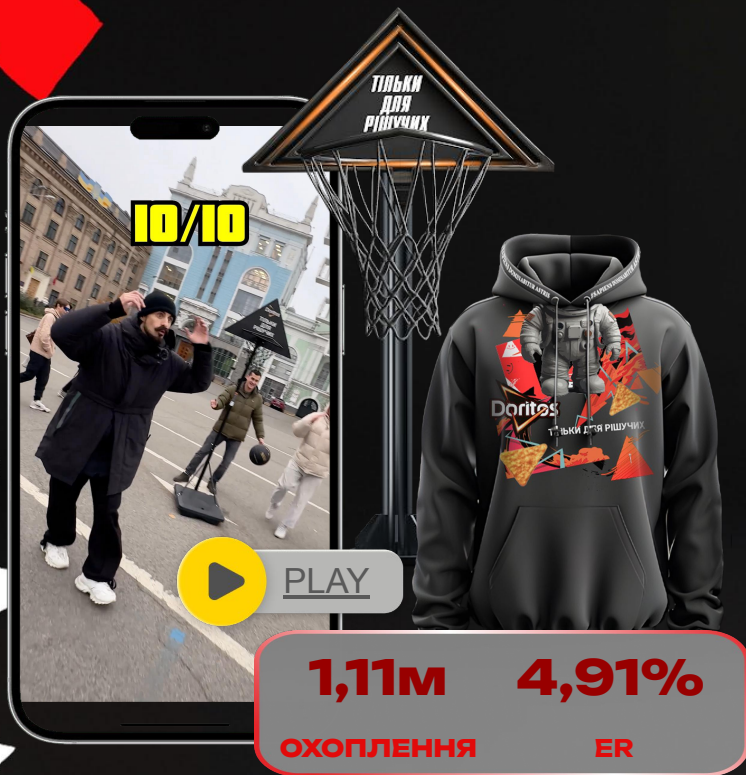
- Зміцнення ключових показників ефективності комунікації (протягом 2х років)
- Зростання взаємодії з ЦА
- Нарощення впізнаваності бренду Doritos + пролонгація лідера категорії



8M+ **45K+**
ОХОПЛЕННЯ ПІДПИСНИКІВ
46,5
%ER



DORITOS & ГРА В ТРИКУТНИК



1,11м **4,91%**

ОХОПЛЕННЯ **ER**



Задача

- Привернути увагу ЦА до продукту, посилити пряму асоціацію між трикутником і Doritos



Реалізація

- Розробка креативної ідеї “Гра для рішучих”
- Залучення 5 інфлюенсерів в Instagram та TikTok
- Розробка та виготовлення відповідного реквізиту для реалізації кампанії



Результат

- Охоплення 1 118 000
- ER склав 4,91%
- Оптимізація вартості 1 охоплення на 78,2%

LIFESTYLE CRAFT КОНТЕНТ ДЛЯ ПРЕМІАЛЬНОГО БРЕНДУ В СОКОВІЙ КАТЕГОРІЇ SANDORA В INSTAGRAM



Задача

З огляду на зростаючий тренд на українські продукти та те, що Sandora – лідер у категорії соків і довгостроковий трендсеттер на українському ринку, необхідно було переосмислити сприйняття аудиторією походження бренду, водночас зберігаючи «соковитість» комунікаційного підходу.



Реалізація

Наша контент-стратегія передбачала наближення до цільової аудиторії через живий контент – крафтові матеріали, що розкривають моменти споживання. Ми планували інтегрувати українське походження бренду як лейтмотив у більшість комунікацій із фокусом на ключові акценти.

Ми розробили контент-стратегію, засновану на крафтовому контенті, залучили креаторів, які розкривали моменти споживання через якісний контент. Аудиторію ми залучали не лише активаціями, а й влучними закликами до дії (СТА), що стимулювали коментування.

Sandora



LIFESTYLE CRAFT КОНТЕНТ ДЛЯ ПРЕМІАЛЬНОГО БРЕНДУ В СОКОВІЙ КАТЕГОРІЇ SANDORA В INSTAGRAM



Результат

Впродовж річної комунікації вдалось:

- зміцнити атрибут «українського бренду» та привернути увагу сотень тисяч споживачів
- збільшити охоплення на +20%
- збільшити залученість на +40%
- збільшити підписників на +60%.

+40%

ПІДПИСНИКІВ

12м

ОХОПЛЕННЯ

14,6
%ER

Sandora



FULL CYCLE SMM PRODUCTION



CRAFT PHOTO & VIDEO CONTENT



CREATORS CONTENT

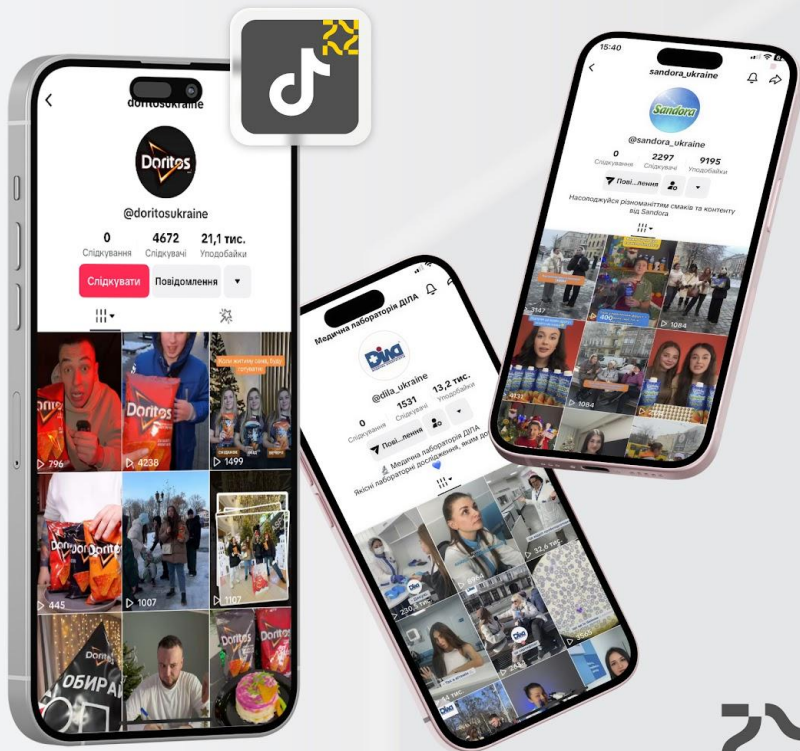


GRAPHIC DESIGN & ANIMATION



AI + PRODUCTION





Розробка стратегії, сценаріїв та продакшн контенту



Власна база TikTok креаторів (мікро/макро) та інфлюенсерів для співпраці



Створення та ведення каналу під ключ



70+
VIDEOS



437K+
VIEWS



18.9K+
ENGAGES



AWARD-WINNING CHEETOS CAMPAIGN ON TIKTOK



Задача

- Стати брендом №1 в категорії екструдерів У 2021
- Побудувати знання продукту за короткий період
- Бюджет / Час / ЦА / Інформаційний штурм



Реалізація

- Розробка креативної концепції #cheetosfundance
- Створення фанового треку;
- Розробка креативного дизайну 2D ефекту пачки;
- Залучення 9 TikTok блогерів
- Налаштування таргету TOP VIEW+IN FEED

Результат

- 524М Переглядів
- 93М Переглядів з України
- 67М Охоплення
- 12,96% ER
- Нагорода Silver EFFIE





Production

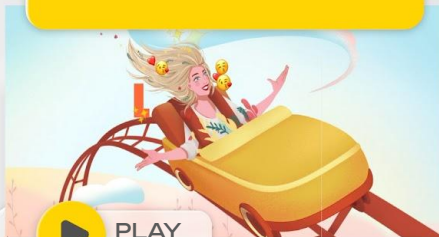
video, banners, offline

CHEMONICS



- Розробили ідею, сценарій та відзняли інтерв'ю з представниками Львівської ОВА
- Створили анімаційні ролики
- Підготували та зробили публікації в медіа

НОРМОМЕНС



- Розробили бренд стиль та створили типаж героїні, виділивши ключову проблему ЦА
- Реалізували серію 15 сек анімаційних роликів

UNFPA



- Розробили сценарії до анімованих роликів, типажі героїв, створили унікальні ілюстрації
- Запустили перший в Україні онлайн-симулятор сімейних стосунків — інтерактивну веб-гру, що стала підтримкою для багатьох родин під час карантину

KUSUM АБРОЛ



- Створили героя ролика у вигляді зеленої мокроти, яка заселяється в організм хворого, як у власну квартиру, і живе своє веселе, безтурботне життя
- Провели зйомки, підібрали акторів та локації, а також реалізували постпродакшн



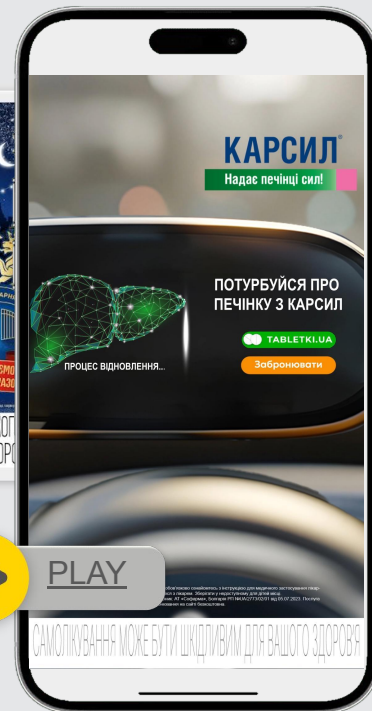
Розробка креативної концепції та дизайну, створення шаблону та сюжету банера



Створення статичних (кольори, шрифти, графіка) та динамічних банерів (в тч Voice Over)



Адаптація та оптимізація банерів під доступні платформи (ADMIXER, GOOGLE ADS, DV360, ін.)



PLAY



OFFLINE PRODUCTION



Створення фізичних брендovаних продуктів для маркетингових кампаній, активацій та комунікації з аудиторією



Розробка креативних ідей для мерчу, пресс паків, унікальні фізичні елементи для активацій



Повний супровід агенцією на всіх етапах (реалізація, пакування, доставка, ін.)





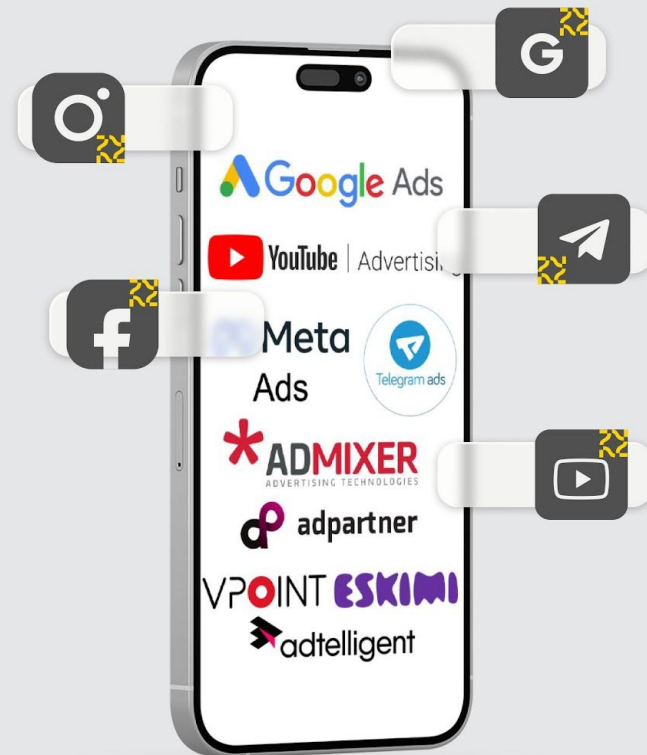
Розробка та реалізація медіа стратегій на цифрових і традиційних платформах



Управління та оптимізація рекламних бюджетів для максимального охоплення та ROI



Моніторинг та аналіз ефективності медіа з метою оперативного коригування кампаній





OUR VALUED CLIENTS



Sandora



orange™



PEPSICO



будинок
іграшок



morshynska



Nestlé

SONY



Glovo?



MD
FASHION



Кленка
brewery



GREEN
SMILE

sopharma®

NIVEA



WELEDA





OUR AWARDS

1 SILVER EFFIE AWARDS UKRAINE

2 BRONZE KYIV INTERNATIONAL
ADVERTISING FESTIVAL

1 BRONZE IAB MIXX AWARDS UKRAINE

BEST OF UKRAINIAN DESIGN

6 SHORTLISTS IAB MIXX AWARDS UKRAINE

3 SHORTLISTS KYIV INTERNATIONAL
ADVERTISING FESTIVAL

3 SHORTLISTS EFFIE AWARDS UKRAINE

1 SHORTLIST IAB MIXX AWARDS EUROPE





ПРОЯВИМО **ТАЛАНТ**
ВАШОГО БРЕНДУ

