ЗАДАЧА БИЗНЕСА

01 ЗАДАЧА

ЗАЧЕМ БИЗНЕСУ ГОВОРИТЬ ОБ ЭТОМ ВОВНЕ?

переверни — совет

Т-БАНК · ПОСЛЕ КАПИБАРОВСКА

следующий проект Т-Банка по безопасности: открытая программа кибериспытаний, где банк атакуют хакеры за деньги

Т-Банк после Капибаровска пошёл дальше найма: открыл программу кибериспытаний, где банк может атаковать любой хакер за реальное вознаграждение. Внешний разговор о безопасности работает и на бренд работодателя, и на защиту самой компании и её клиентов.

СОГНУТЬ

ЗАДАЧА БИЗНЕСА

01 ЗАДАЧА

МОЖЕТ ЛИ ПРОЕКТ ПРИНОСИТЬ ПРЯМЫЕ ДЕНЬГИ?

переверни — совет

X5 · СОБСТВЕННЫЕ МАРКИ

план X5 после «Карьеры без срока годности»: товары собственных марок, привязанные к профессиям, в магазинах сетей

X5 упаковала ключевые роли компании в четыре продукта — от корицы для маркетологов до кофе для категорийных менеджеров — и договорилась с сетями: следующим шагом на полки выйдут товары собственных марок, привязанные к профессиям. Так кампания про найм начнёт приносить прямые деньги.

СОГНУТЬ

ЗАДАЧА БИЗНЕСА

01 ЗАДАЧА

ЧТО БУДЕТ, ЕСЛИ МЫ НИЧЕГО НЕ СДЕЛАЕМ?

переверни — совет

«СЕВЕРСТАЛЬ» · ПРЕСТИЖ ПРОФЕССИЙ

Промышленность — одна из основ экономики страны. Но многие до сих пор связывают работу на производстве с тяжёлым ручным трудом и старым оборудованием, хотя новые технологии и автоматизация уже изменили работу предприятий. Менять это представление нужно всей отрасли. «Северсталь» выпустила Киноальманах «Разные люди. Один выбор»: пять сотрудников Череповецкого металлургического комбината рассказывают, почему выбрали металлургию и продолжают в ней работать. Если не показывать, какой стала промышленность, люди не захотят связывать с ней свою карьеру.

СОГНУТЬ

ЗАДАЧА БИЗНЕСА

01 ЗАДАЧА

КАКУЮ ФРАЗУ О НАС ЛЮДИ ДОЛЖНЫ НАЧАТЬ ГОВОРИТЬ ПОСЛЕ ПРОЕКТА?

переверни — совет

«СЕВЕРСТАЛЬ» · КИНОАЛЬМАНАХ

«Разные люди. Один выбор»: пять документальных мини-фильмов о металлургах «Северстали», премьера ко Дню металлурга

«Северсталь» записала задачу парой «было → стало»: вместо масштаба, цехов и технологий люди должны увидеть, что производство это, в первую очередь, люди. Очень разные люди — и каждый интересен, вовлечён, понимает свои цели и знает, ради чего он в профессии. Проект Киноальманах «Разные люди. Один выбор» именно об этом.

СОГНУТЬ

ЗАДАЧА БИЗНЕСА

01 ЗАДАЧА

ЧЬЮ ПРОБЛЕМУ, КРОМЕ НАШЕЙ, РЕШАЕТ ПРОЕКТ?

переверни — совет

СИБУР · «РЕАКЦИЯ ПОШЛА»

TikTok-медиа СИБУРа о рабочих профессиях для подростков 14–17 лет, которые выбирают будущую профессию

СИБУР поставил задачу шире себя: в промышленности не хватает около 2 млн человек, поэтому компания меняет представление подростков о современном производстве и растит кадровый резерв для всей отрасли.

СОГНУТЬ

АУДИТОРИЯ

02 АУДИТОРИЯ

НА КАКИЕ ГРУППЫ ДЕЛИТСЯ НАША АУДИТОРИЯ — И КАКОЙ СМЫСЛ МЫ ДОБАВИМ ДЛЯ КАЖДОЙ?

переверни — совет

СИБУР · «РЕАКЦИЯ ПОШЛА»

TikTok-медиа СИБУРа о рабочих профессиях для подростков 14–17 лет, которые выбирают будущую профессию

СИБУР говорит с подростками 14–17 лет, которые выбирают будущую профессию. Представление о работе в промышленности важно поменять до этого выбора. А для студентов и опытных специалистов те же мысли нужно упаковать в другие смыслы и форматы.

СОГНУТЬ

АУДИТОРИЯ

02 АУДИТОРИЯ

КАК АУДИТОРИЯ ВИДИТ НАШУ ПРОФЕССИЮ СЕЙЧАС — И КАКОЙ СТЕРЕОТИП ПРИДЁТСЯ СЛОМАТЬ?

переверни — совет

«СЕВЕРСТАЛЬ» · КИНОАЛЬМАНАХ

«Разные люди. Один выбор»: пять документальных мини-фильмов о металлургах «Северстали», премьера ко Дню металлурга

Прийти на завод — не значит всю жизнь заниматься одним и тем же. На предприятиях внедряют цифровые технологии и ИИ, а рабочий может вырасти до руководителя. В «Северстали» с линейных позиций начинали почти все, кто сегодня управляет компанией. Киноальманах «Северстали» знакомит с разными людьми: каждый рассказывает, как пришёл в металлургию и почему остался.

СОГНУТЬ

АУДИТОРИЯ

02 АУДИТОРИЯ

ЧТО С АУДИТОРИЕЙ ПРОИСХОДИТ НА САМОМ ДЕЛЕ — ЧТО ЕЁ ТРОГАЕТ, ПО ЧЕМУ ОНА СКУЧАЕТ?

переверни — совет

X5 · АРОМАПОСТЕРЫ

офлайн-часть «Карьеры без срока годности»: постеры на «Хлебозаводе», которые пахнут продуктами дропа

Будущее кажется зумерам туманным, поэтому их трогает прошлое. X5 сыграла на ностальгии: аромапостеры в эстетике старых каталогов, чтобы выделить коммуникацию из тысяч подобных.

СОГНУТЬ

АУДИТОРИЯ

02 АУДИТОРИЯ

ЧЕГО АУДИТОРИЯ БОИТСЯ — И КАК ПРОЕКТ СНИМЕТ ЭТОТ СТРАХ?

переверни — совет

РБК · НАЙМ РЕДАКТОРОВ

кампания РБК по найму редакторов, умеющих работать с нейросетями: отклик — правка статьи, промо на главной РБК

На собеседованиях в РБК кандидаты скрывали, что пользуются нейросетями: не знали, нормально ли это для редакции. РБК встроил вопрос про ИИ в тестовое — после правки текста кандидат описывал, как работал с нейросетями. Честный ответ стал условием отбора, а не поводом для отказа.

СОГНУТЬ

АУДИТОРИЯ

02 АУДИТОРИЯ

КАКУЮ ПОТРЕБНОСТЬ ЗАКРЫВАЕТ ПРОЕКТ, КРОМЕ РАБОТЫ: ПОИГРАТЬ, ПОЛУЧИТЬ ВПЕЧАТЛЕНИЕ?

переверни — совет

Т-БАНК · КАПИБАРОВСК

Абсурдный PR-мир вокруг турнира по кибербезопасности T-CTF: участникам предложили стать героями вымышленного города Капибаровска

IT-специалисты привыкли к тому, что каждая компания делает яркую и качественную коммуникацию про найм, этого уже мало. Поэтому Т-Банк сделал не очередной хакатон, а целый город Капибаровск: паспортный стол, своя газета, брендированный шаттл до площадки. Это создание особенного сообщества и пространства, целое событие, которое ты будешь вспоминать, независимо от того, какое место занял и устроился ли на работу.

СОГНУТЬ

ИХ РЕАЛЬНЫЙ ВОПРОС

02 АУДИТОРИЯ

ЗАЧЕМ ЧЕЛОВЕКУ ЭТО СМОТРЕТЬ — ЧТО ОН СКАЖЕТ, КОГДА УВИДИТ ПРОЕКТ?

переверни — совет

СИБУР · TIKTOK ДЛЯ ПОДРОСТКОВ

ролики СИБУРа «Реакция пошла» в ответ на вопросы подростков: куда идти после 9 класса, как попасть в отрасль

СИБУР стал отвечать на вопросы, которые подростки сами задают о профессиях. Ролик «Куда пойти после 9 класса» набрал 2,2 млн просмотров, а под роликами канала — 25 тыс. комментариев, где подростки спорят о будущей профессии.

СОГНУТЬ

ПЕРЕВОРОТ

03 ИДЕЯ

ГДЕ МЫ РИСКНЁМ СДЕЛАТЬ ПО-СВОЕМУ, А НЕ ТАК, КАК ПРИНЯТО НА ПЛОЩАДКЕ?

переверни — совет

РБК · ВАКАНСИЯ-СТАТЬЯ

РБК не стал публиковать вакансию редактора как вакансию. На главной сайта и в соцсетях вышла «статья, которая поможет устроиться на работу», а внутри неё — тестовое задание. Ход рискованный: кандидат ждёт вакансию, а не статью. Зато своя площадка позволила говорить с редакторами на их языке и сразу показать, как работает редакция.

СОГНУТЬ

ПЕРЕВОРОТ

03 ИДЕЯ

ЧТО МЫ ДЕЛАЕМ ВПЕРВЫЕ — ЧЕГО ДО НАС НИКТО НЕ ДЕЛАЛ?

переверни — совет

«СЕВЕРСТАЛЬ» · КИНОАЛЬМАНАХ

«Разные люди. Один выбор»: пять документальных мини-фильмов о металлургах «Северстали», премьера ко Дню металлурга

Компании часто снимают рекламу о себе, это понятный и предсказуемый формат. «Северсталь» пошла в культурный пласт: пять молодых режиссёров сняли киноальманах о металлургах, который смотрят как кино, а не как корпоративный ролик. Так компания создаёт новый культурный код — кто такой металлург — и вкладывается в престиж всей профессии, а не только своего бренда.

СОГНУТЬ

ПЕРЕВОРОТ

03 ИДЕЯ

ЧТО МЫ СЕБЕ РАЗРЕШИМ, ЧТОБЫ О ПРОЕКТЕ ЗАХОТЕЛИ РАССКАЗАТЬ?

переверни — совет

Т-БАНК · КАПИБАРОВСК

Абсурдный PR-мир вокруг турнира по кибербезопасности T-CTF: участникам предложили стать героями вымышленного города Капибаровска

Вместо привычных ИТ-анонсов Т-Банк рискнул и устроил хулиганство: зашил суровую тему кибербезопасности в милую вселенную капибар. Вымысел перенесли в реальность: у офисов ИТ-компаний открыли «посольства», на улицах поставили специальные знаки, а въезд в Екатеринбург на время переименовали в Капибаровск. Так у СМИ и сообщества появились поводы говорить о проекте.

СОГНУТЬ

ПЕРЕВОРОТ

03 ИДЕЯ

ЧТО В ПРОЕКТЕ БАНАЛЬНО — И ЧТО ОСТАНЕТСЯ, ЕСЛИ ЭТО УБРАТЬ?

переверни — совет

СБЕР · «СБЕРСРЕДА»

летнее пространство Сбера для IT-сообщества в ресторобаре ORIGINAL в Москве с программой по средам

Митапы для айтишников в офисе у всех похожи: доклад, кофе, разошлись. Сбер убрал офис и привычные форматы и вместе с ORIGINAL открыл бар для айтишников — «СберСреду». Осталось главное — живое общение, а гости формировали новое представление о бренде.

СОГНУТЬ

ОДНА МЫСЛЬ

03 ИДЕЯ

КАКАЯ ОДНА МЫСЛЬ СВЯЗЫВАЕТ ВСЕ АКТИВНОСТИ — ЧТОБЫ ОНИ НЕ БЫЛИ НАБОРОМ ПОВОДОВ?

переверни — совет

СБЕР · LOVEMARK

У Сбера в маркетинге есть стратегия lovemark — стать брендом, который любят. Все коллаборации — с брендами, местами, сотрудниками и их семьями — работают на эту мысль: бренд работодателя становится любимым в том числе благодаря коллаборациям с теми, кого аудитория уже любит.

СОГНУТЬ

ОДНА МЫСЛЬ

03 ИДЕЯ

КАК РАЗНЫЕ ИСТОРИИ В ПРОЕКТЕ УСИЛИВАЮТ ОДНУ МЫСЛЬ?

переверни — совет

X5 · «КАРЬЕРА БЕЗ СРОКА ГОДНОСТИ»

HR-кампания X5 для студентов: профессии ритейла выпустили как лимитированный дроп продуктов в вакуумной упаковке

У X5 в кампании много разных историй: четыре профессии упакованы в четыре продукта, микроблогеры распаковывают боксы, в вузах студенты отделяют правду от мифов о работе в компании, на сайте переворачивают карточки со стереотипами. Все они доказывают одно: карьера в X5 — без срока годности.

СОГНУТЬ

ОДНА МЫСЛЬ

03 ИДЕЯ

СКОЛЬКО ПРОЖИВЁТ ИДЕЯ — И КОГДА ПОРА ЕЁ ОТПУСТИТЬ?

переверни — совет

Т-БАНК · КАПИБАРА

Т-Банк вёл капибару три года: в 2023-м она была мимолётным героем, в 2024-м оказалась на пике популярности, в 2025-м у неё появились дети и легенда стала ещё сильнее. На этом команда сама поставила точку и запустила для той же аудитории новый, более взрослый проект. Сильный герой может жить годами, но его стоит отпустить, пока он на пике.

СОГНУТЬ

ГОЛОСА

04 ЗАПУСК

ГДЕ АУДИТОРИЯ ВСТРЕТИТ ПРОЕКТ ВЖИВУЮ — И СТОИТ ЛИ ОНО ТОГО?

переверни — совет

Т-БАНК · T-CTF ОФЛАЙН

В T-CTF можно было играть из дома, но Т-Банк открыл офлайн-площадки в своих IT-хабах в нескольких регионах — там, где участники потом могут найти работу. Удовлетворённость на офлайн-площадках оказалась заметно выше, чем онлайн: живая встреча превращает соревнование в событие.

СОГНУТЬ

ГОЛОСА

04 ЗАПУСК

КОМУ АУДИТОРИЯ ВЕРИТ БОЛЬШЕ, ЧЕМ НАМ И БОЛЬШИМ БЛОГЕРАМ?

переверни — совет

X5 · ПРОДВИЖЕНИЕ У МОЛОДЁЖИ

продвижение «Карьеры без срока годности» у студентов: посевы, микроблогеры с распаковками, розыгрыш на сайте

X5 искала блогеров не по агентским спискам: супернишевых микроблогеров подсказали собственные стажёры и амбассадоры. Они сработали лучше крупных блогеров и классических каналов.

СОГНУТЬ

ГОЛОСА

04 ЗАПУСК

ЧТО МЫ ЗНАЕМ О СВОИХ СОТРУДНИКАХ, КРОМЕ ИХ ДОЛЖНОСТИ?

переверни — совет

«СЕВЕРСТАЛЬ» · ПЯТЬ ГЕРОЕВ

Киноальманах «Разные люди. Один выбор» — пять документальных фильмов разных режиссёров о пяти сотрудниках Череповецкого металлургического комбината.

Режиссёры Киноальманаха знакомились с героями, их семьями и друзьями ещё до съёмок. Они не навязывали героям готовый сценарий: хотели показать их такими, какие они есть. Чтобы найти историю для своего проекта, сначала узнайте, чем живёт сотрудник и что ему важно.

СОГНУТЬ

ГОЛОСА

04 ЗАПУСК

КАК СОТРУДНИКИ СТАНУТ СОАВТОРАМИ ПРОЕКТА?

переверни — совет

СИБУР · «РЕАКЦИЯ ПОШЛА»

TikTok-медиа СИБУРа о рабочих профессиях для подростков 14–17 лет, которые выбирают будущую профессию

В «Команде Реакции» СИБУР развивает 10 внутренних блогеров. Сотрудники из регионов присутствия компании сами снимаются и рассказывают о рабочих буднях, делятся опытом и знакомят подростков с промышленностью изнутри.

СОГНУТЬ

КАНАЛЫ И ФОРМАТЫ

04 ЗАПУСК

ПОЧЕМУ ИМЕННО ЭТИ КАНАЛЫ — ЧТО ОНИ ДАДУТ?

переверни — совет

X5 · ПРОДВИЖЕНИЕ У МОЛОДЁЖИ

продвижение «Карьеры без срока годности» у студентов: посевы, микроблогеры с распаковками, розыгрыш на сайте

X5 постоянно использует все привычные каналы для стажировок, но аудиторию нужно было расширять. Команда пошла двумя путями: нашла супернишевых микроблогеров, а чтобы им было о чём рассказывать, создала по-настоящему интересные продукты — боксы с наполнением для распаковки профессий и аромапостеры. Канал работает, когда в него есть что показать.

СОГНУТЬ

КАНАЛЫ И ФОРМАТЫ

04 ЗАПУСК

КАКОЙ КОРОТКИЙ ФОРМАТ ПРИВЕДЁТ ЛЮДЕЙ К ГЛАВНОМУ — ТРЕЙЛЕР, ТИЗЕР, НАРЕЗКА?

переверни — совет

«СЕВЕРСТАЛЬ» · КИНОАЛЬМАНАХ

«Разные люди. Один выбор»: пять документальных мини-фильмов о металлургах «Северстали», премьера ко Дню металлурга

«Северсталь» рассказала о пяти металлургах не часовым фильмом, а пятью сериями по пять минут — в формате, привычном молодой аудитории. Трейлеры и короткие спойлеры про героев ведут к фильму ещё быстрее.

СОГНУТЬ

КАНАЛЫ И ФОРМАТЫ

04 ЗАПУСК

КАК ОБЕСПЕЧИТЬ ПРОЕКТУ МАКСИМАЛЬНЫЙ ОХВАТ — ГДЕ ЕГО ПОКАЖЕМ, КРОМЕ ОСНОВНОГО КАНАЛА?

переверни — совет

«СЕВЕРСТАЛЬ» · КИНОАЛЬМАНАХ

«Разные люди. Один выбор»: пять документальных мини-фильмов о металлургах «Северстали», премьера ко Дню металлурга

После премьеры альманах «Северстали» идёт в онлайн-кинотеатры, на профильные выставки и мероприятия, в металлургические музеи и колледжи в городах присутствия. Один фильм работает на несколько аудиторий много месяцев.

СОГНУТЬ

КАНАЛЫ И ФОРМАТЫ

04 ЗАПУСК

ЧТО ЧЕЛОВЕК СДЕЛАЕТ ДАЛЬШЕ, КОГДА УВИДИТ АКТИВНОСТЬ?

переверни — совет

X5 · «КАРЬЕРА БЕЗ СРОКА ГОДНОСТИ»

HR-кампания X5 для студентов: профессии ритейла выпустили как лимитированный дроп продуктов в вакуумной упаковке

X5 ждала от человека не просто перехода на сайт, а участия. На сайте студенты знакомились со стереотипами о работе в рознице, переворачивали карточки и узнавали правду, а еженедельный розыгрыш возвращал их снова. Стройте вовлекающую коммуникацию: заранее решите, что человек сделает, а не только куда он перейдёт.

СОГНУТЬ

ТАЙМИНГ И ПИЛОТ

04 ЗАПУСК

КОГДА АУДИТОРИИ ЭТО НУЖНЕЕ ВСЕГО — И ГОТОВЫ ЛИ МЫ ПОДОЖДАТЬ?

переверни — совет

СБЕР × LAPOCHKA

совместный лимонад Сбера и бренда Lapochka со вкусами «первого дня» и «карьеры», продавался через «Самокат»

Лимонад-коллаборация Сбера с «Лапочкой» была готова в октябре: всё сделано, команда хочет запускать и отчитаться. Но продавать лимонады в октябре хоть и можно, но точно не так эффективно, как летом. Запуск отложили на полгода, до сезона. Ждать, когда всё готово, тяжелее всего, — но попасть в пик важнее: 30% тиража в 100 тысяч банок раскупили за первую неделю.

СОГНУТЬ

ТАЙМИНГ И ПИЛОТ

04 ЗАПУСК

КАКОЙ МАЛЕНЬКИЙ РИСКОВАННЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ ЗАПУСТИМ, ПРЕЖДЕ ЧЕМ ВКЛАДЫВАТЬСЯ ПО-КРУПНОМУ?

переверни — совет

СБЕР · ДЕНЬ СЕЛФИ

Ко Дню селфи Сбер сделал простую наклейку-зеркало на телефон для селфи на заднюю камеру и раздал её амбассадорам. Гарантий не было: никто не знал, станут ли люди снимать. Ставка была недорогой — проиграть было почти нечего, а сработало сильно: ролики подхватили люди, даже те, кто никак не связан со Сбером.

СОГНУТЬ

РИСКИ И ЗАЩИТА

04 ЗАПУСК

КАК МЫ ЗАЩИЩАЕМ СВОБОДУ АВТОРОВ, ЧТОБЫ ИДЕЯ ОСТАЛАСЬ СИЛЬНОЙ?

переверни — совет

«СЕВЕРСТАЛЬ» · КИНОАЛЬМАНАХ

«Разные люди. Один выбор»: пять документальных мини-фильмов о металлургах «Северстали», премьера ко Дню металлурга

Договоритесь о рамке заранее и не выходите за неё. «Северсталь» дала режиссёрам синопсис вместо сценария и полную творческую свободу, и не вмешивалась в съёмки. Для компании самым сложным было довериться режиссёрам и перестать контролировать, но именно поэтому каждый фильм получил свой художественный взгляд.

СОГНУТЬ

РИСКИ И ЗАЩИТА

04 ЗАПУСК

КАК ЗАЩИТИМ СМЕЛОЕ РЕШЕНИЕ ПЕРЕД РУКОВОДСТВОМ?

переверни — совет

СИБУР · TIKTOK

TikTok-канал СИБУРа «Реакция пошла»: истории сотрудников, ролики о выборе профессии, мемы и коты в касках

Команда СИБУРа показала руководству исследование подростковой аудитории и объяснила, как мемы и другие развлекательные форматы помогают рассказывать о рабочих профессиях. У каждого ролика была своя задача. Помимо просмотров оценивали интерес к профессиям, вопросы в комментариях и динамику HR-показателей. Так команда обосновала всю стратегию канала.

СОГНУТЬ

ГЛАВНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ

05 РЕЗУЛЬТАТ

КАК ОТДЕЛИМ ЭФФЕКТ ПРОЕКТА ОТ ТОГО, ЧТО ПРИШЛО БЫ И БЕЗ НЕГО?

переверни — совет

СБЕР · «СБЕРСРЕДА»

летнее пространство Сбера для IT-сообщества в ресторбаре ORIGINAL в Москве с программой по средам

«СберСреда» дала 7 млн охвата, но Сбер не назвал это главным результатом: такие цифры команда собрала бы и другим проектом. Главное — люди приходили и удивлялись, что это сделал Сбер, так формируются новые атрибуты бренда, которые работают долгосрочно.

СОГНУТЬ

ГЛАВНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ

05 РЕЗУЛЬТАТ

С ЧЕМ СРАВНИМ РЕЗУЛЬТАТ — С HR-РЫНКОМ ИЛИ С МАРКЕТИНГОВЫМИ ИНСТРУМЕНТАМИ?

переверни — совет

X5 · «КАРЬЕРА БЕЗ СРОКА ГОДНОСТИ»

HR-кампания X5 для студентов: профессии ритейла выпустили как лимитированный дроп продуктов в вакуумной упаковке

На маркетинговых премиях HR-кейс сравнивают с рекламными. X5 с первого дня считала результат так, как его считают маркетологи, — через стоимость лида. Такую метрику жюри может поставить рядом с любой рекламной кампанией. Показывайте результат в метриках, понятных маркетологам, а не только в HR-показателях.

СОГНУТЬ

СВЕРХ ПЛАНА

05 РЕЗУЛЬТАТ

КОГО ЕЩЁ ПРОЕКТ МОЖЕТ ЗАЦЕПИТЬ, КРОМЕ ОСНОВНОЙ АУДИТОРИИ?

переверни — совет

Т-БАНК · T-CTF ДЛЯ ВСЕХ

Т-Банк делал T-CTF не только для тех, кого хотел нанять. У службы информационной безопасности была своя задача: научить разработчиков основам безопасной разработки. Поэтому соревнование открыто всем, и банк прямо говорит, что участники могут найти работу и не у него. Каждый, кто прошёл Капибаровск, уносит с собой мысль: безопасность — задача каждого.

СОГНУТЬ

СВЕРХ ПЛАНА

05 РЕЗУЛЬТАТ

КАКОЙ СЛЕДУЮЩИЙ ШАГ У ПРОЕКТА ПОСЛЕ ЗАПУСКА?

переверни — совет

«СЕВЕРСТАЛЬ» · КИНОАЛЬМАНАХ

«Разные люди. Один выбор»: пять документальных мини-фильмов о металлургах «Северстали», премьера ко Дню металлурга

Премьеру альманаха «Северсталь» провела ко Дню металлурга, но это только начало. Следующий этап уже назван: выпустить фильм на киноплатформе и продолжить кампанию про выбор. С таким планом кейс выглядит как система, а не разовая акция.

СОГНУТЬ

НАЗВАНИЕ

06 РАССКАЗ И УПАКОВКА

ЕСТЬ ЛИ В НАЗВАНИИ ГЛАВНАЯ ИДЕЯ КЕЙСА?

переверни — совет

X5 · «КАРЬЕРА БЕЗ СРОКА ГОДНОСТИ»

HR-кампания X5 для студентов: профессии ритейла выпустили как лимитированный дроп продуктов в вакуумной упаковке

Название кампании X5 «Карьера без срока годности» говорит на языке продуктового магазина и сразу объясняет обещание: в рознице можно расти годами, а не подрабатывать до диплома.

СОГНУТЬ

ЖИВОЕ ДОКАЗАТЕЛЬСТВО

06 РАССКАЗ И УПАКОВКА

ЧЬЯ ИСТОРИЯ ПОКАЖЕТ ПОЛЬЗУ ПРОЕКТА ДЛЯ УЧАСТНИКОВ?

переверни — совет

«СЕВЕРСТАЛЬ» · ПЯТЬ ГЕРОЕВ

Киноальманах «Разные люди. Один выбор» — пять документальных фильмов разных режиссёров о пяти сотрудниках Череповецкого металлургического комбината.

В центре Киноальманаха «Северстали» — люди и их истории. Один из героев признался, что принял фильм о себе как награду. Добавьте в кейс отзывы участников: они помогут показать, что проект им дал и почему оказался для них важен.

СОГНУТЬ

ЖИВОЕ ДОКАЗАТЕЛЬСТВО

06 РАССКАЗ И УПАКОВКА

КАКИЕ ДЕТАЛИ ДАДУТ ПОЧУВСТВОВАТЬ ГЕРОЯ, А НЕ ПРОЧИТАТЬ О НЁМ?

переверни — совет

X5 · «КАРЬЕРА БЕЗ СРОКА ГОДНОСТИ»

HR-кампания X5 для студентов: профессии ритейла выпустили как лимитированный дроп продуктов в вакуумной упаковке

X5 упаковала профессии в продукты и каждой подобрала свой: маркетологам — корица, категорийным менеджерам — кофе, потому что они постоянно сидят на созвонах, продакт-менеджерам — сублимированный мармелад. По одной детали сразу понятно, что это за люди.

СОГНУТЬ

ЖИВОЕ ДОКАЗАТЕЛЬСТВО

06 РАССКАЗ И УПАКОВКА

КАКУЮ ВНУТРЕННЮЮ КУХНЮ ПОКАЖЕМ — КАК ОТБИРАЛИ, КАК ГОТОВИЛИ?

переверни — совет

«СЕВЕРСТАЛЬ» · ПЯТЬ ГЕРОЕВ

Киноальманах «Разные люди. Один выбор» — пять документальных фильмов разных режиссёров о пяти сотрудниках Череповецкого металлургического комбината.

У «Северстали» даже внутренний отбор героев укрепил лояльность и сплочённость. Подготовка, экспедиция на комбинат и знакомство режиссёров с семьями — та кухня, которую стоит показать в кейсе. А на премьеру позвали семьи героев: они гордились тем, что про их близких сняли настоящее кино.

СОГНУТЬ

ЖИВОЕ ДОКАЗАТЕЛЬСТВО

06 РАССКАЗ И УПАКОВКА

МОЖНО ЛИ ПЕРЕСКАЗАТЬ ЛОГИКУ КЕЙСА ЦЕЛИКОМ: ЗАДАЧА → ИДЕЯ → РЕЗУЛЬТАТ?

переверни — совет

РБК · НАЙМ РЕДАКТОРОВ

кампания РБК по найму редакторов, умеющих работать с нейросетями: отклик — правка статьи, промо на главной РБК

Кейс РБК пересказывается одной цепочкой: задача — нанять редактора, который честно работает с ИИ; идея — перевернуть воронку найма и начать с тестового; результат — редактора наняли. Так его и стоит упаковать: член жюри предложил вынести переворот прямо в название — не «Исправь меня, если сможешь», а «РБК переворачивает правила найма». Если логику не удаётся пересказать одной цепочкой, жюри её тоже не увидит.

СОГНУТЬ

ЖИВОЕ ДОКАЗАТЕЛЬСТВО

06 РАССКАЗ И УПАКОВКА

ЧТО МЫ УБЕРЁМ ИЗ КЕЙСА, ЧТОБЫ ГЛАВНОЕ СТАЛО ЗАМЕТНЕЕ?

переверни — совет

ДМИТРИЙ РАФАЛЬСКИЙ · BRAINING GROUP

Не пытайтесь уместить в кейс всё, что сделали. Выберите одну мысль, которую должно запомнить жюри. Покажите активности и результаты, которые помогают её раскрыть. Не включайте в рассказ то, что уводит от главной мысли, — даже если это яркая часть проекта.