



Появившись в России в 1992 г., в 2001 г. McCann Erickson Russia вошло в Группу маркетинговых коммуникаций АДВ. Так началась своего рода эпоха ренессанса для агентства. Сегодня в креативном, стратегическом и клиентском отделах работают более 170 человек. Кроме того, в McCann WorldGroup Russia входят агентства Universal McCann, BrandNew Momentum, PRP Weber Shandwick и MRM.

Ценности бренда

Кредо McCann Erickson – быть лидером в создании спроса на бренды клиентов агентства. В идеале видится процесс создания бесконечного спроса. В реалии это сложная задача, требующая объединить все процессы в один эффективно работающий структурированный подход. Цепь Создания Спроса и является таким подходом. Цепь Создания Спроса обеспечивает упорядоченную и потому успешную модель последовательной связи всех составляющих.

Благодаря применению Цепи Создания Спроса развивается базовый принцип McCann Erickson – как можно более глубокое понимание бизнеса клиентов. Изначальная взаимная вовлеченность в процесс создания спроса позволяет не только лучше разбираться в тонкостях бизнеса, но и отслеживать ситуацию на рынке в целом, понимая общие направления и тенденции его развития.

Безусловно, две базовые дисциплины, которые определяют успех в создании спроса – стратегическое планирование и креатив. В понимании McCann Erickson это всегда взаимосвязанные составляющие – как не бывает стратегии без выражения в креативе, так не бывает креатива без стратегического видения.

Важной частью стратегического планирования является знание и понимание инсайтов потребителей. Сегодня все больше времени уделяется общению с подростками и молодежью, потому что именно они активно принимают решения о покупке сейчас и в будущем. Это общение дает понимание того, О ЧЕМ говорить с молодежью, креативная задача состоит в том, чтобы определить КАК это надо делать. Так родился креатив для серии роликов Stimorol Ice.

Накопленные знания и постоянная, ежедневная работа позволяют не только чувствовать существующие, но и создавать новые тренды. Бывает, что креативная идея, родившаяся в творческом отделе, через какое-то время подтверждается успехом бренда у потребителя, как, например, произошло с соком «Я».

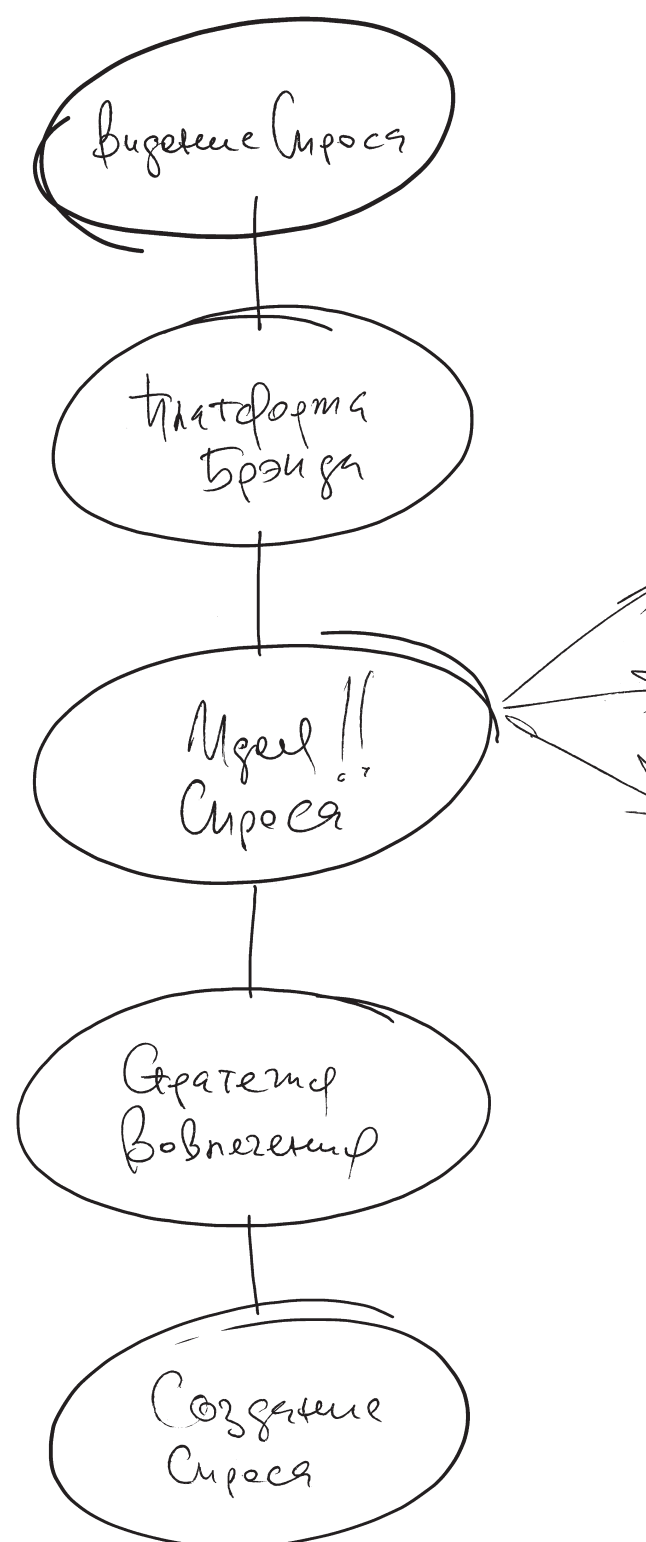
В McCann Erickson осознают социальную значимость рекламы и ее влияние на формирование потребительских предпочтений и убеждений. Поэтому компания принимает активное участие в разработке социальной рекламы. Актуализировать общечеловеческие ценности, обратить внимание на социальные проблемы и предложить способы их решения – это почетная роль социально-ответственных креативных агентств во всем мире.

Цепь Создания Спроса

Каждое из звеньев Цепи играет важную роль – только последовательно решая задачи, можно прийти к результату – Созданию Спроса.

- Demand Vision (Видение Спроса) – каковы перспективы формирования Спроса и возможные барьеры?
- Brand Platform (Платформа Бренда) – как использовать сильные стороны Бренда?
- Demand Idea (Идея Спроса) – в чем будет заключаться основная Идея формирования Спроса?
- Engagement Strategy (Стратегия Вовлечения) – как и кого мы привлечем на нашу сторону?
- Demand Creation (Создание Спроса) – какая создана коммуникация и каких она достигла результатов?

На каждом этапе задействуются инструменты, запатентованные McCann Erickson. Так, например, Demand Health Check позволяет определить состояние бренда на текущий момент, подразделение Pulse разговаривает с людьми, узнавая, что их волнует больше всего на сегодняшний день, математическая модель Fusion 3.0 помогает определить роль каналов коммуникаций и правильно распределять ресурсы между ними. Но все звенья цепи служат одной цели – созданию Идеи, которая будет работать на всех этапах и каналах коммуникации.

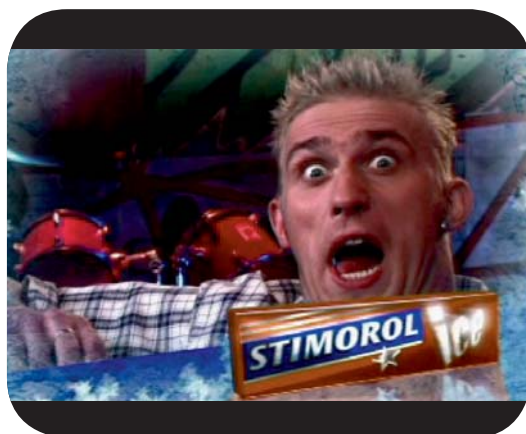
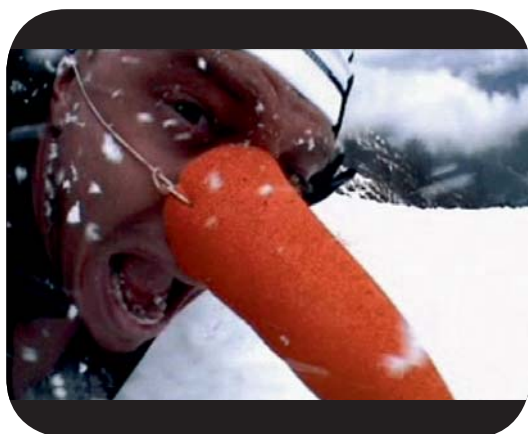


Инновации и продвижение

В поисках ледяной свежести

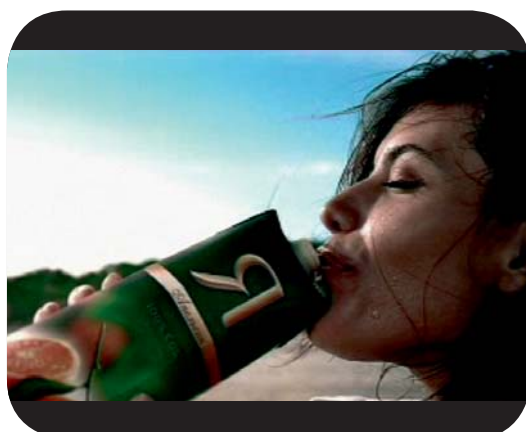
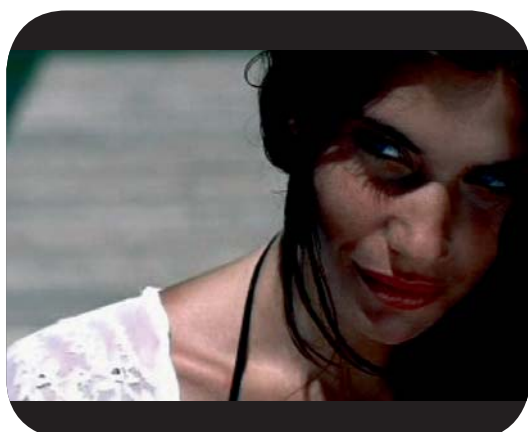
По признанию клиента, во время презентации «Отморозков» он испытал сильнейший шок и в тот же момент понял, что идея будет работать.

Выражение «Айс – не Айс», придуманное в McCann Erickson, вошло в современный реальный и виртуальный словарь как аналог «круто – не круто».



Море, солнце, девушка и Я

Разработанная в 2003 г. кампания со слоганом «Где наслаждение – там Я», в 2006-м развилась в манифест современного гедонизма. Креативное решение «Я» считается одним из первых примеров и на данный момент – эталоном «гламура» в российском секторе FMCG.



Культура Рулез

Предложенная тема «Нет богатой страны без богатой культуры» была решена «языком улиц». Эта коммуникация, нацеленная в первую очередь на молодежь, стала хорошим раздражителем для тех, кто никак не ожидает такого рода прочтения Пушкина.

«Мы создаем Спрос, используя Креатив как инструмент бизнеса»

Александр Алексеев
Генеральный директор,
Исполнительный творческий директор
McCann Erickson Russia



1912

Харрисон Кинг Маккен открывает первый офис

1930

Происходит слияние с агентством Альфреда Эриксона

1992

Открыто представительство McCann Erickson в России

2001

McCann Erickson входит в состав Группы маркетинговых коммуникаций АДВ

2003

McCann Erickson – самое награжденное креативное агентство России

2005–2006

McCann Erickson два года подряд получает титул супер-бренда – бренда-лидера России в категории b2b

То, чего вы не знали о бренде

Luxury Box

Роскошные бренды требуют шикарного обращения. Поэтому в McCann Erickson существует целое подразделение, отслеживающие самые модные тенденции по всему миру. В агентстве относятся к премиальным брендам как к ярким личностям, создавая для них нестандартные решения и уникальные элегантные идеи.

TAG

В стенах McCann WorldGroup был создан маркетинговый ресурс TAG для работы с молодежными брендами. Ключевая задача TAG – не ограничиваться прямой рекламой, а помочь брендам интегрироваться в жизнь. Чтобы говорить с молодежью на одном языке, McCann Erickson использует нестандартные исследовательские методики: вживание в тусовки, общение в чатах, «шпионство» за молодежью.

SMASH

SMASH! – это внутреннее соревнование, созданное, чтобы поддерживать креативных людей, стимулировать творческий процесс, выигрывать новый бизнес «в одно касание» и давать клиентам сногшибательные идеи.