

# → «СТИЛЬ РЕКЛАМЫ» — СТИЛЬ вашего бизнеса

→ Компания «Стиль Рекламы» всегда придерживается миссии быть передовым рекламно-производственным партнером и продвигать бизнес клиентов, используя самые современные и эффективные инструменты. Для этого компания постоянно развивает и совершенствует техническую базу, наращивая опыт и повышая профессионализм своих сотрудников. Именно поэтому в портфеле компании так много интересных и ярких проектов. О некоторых из них расскажем подробнее.

## Рекламный стенд Банка Москвы

Для продвижения масштабной акции Банка Москвы «Кредитка рулит!», которая проводилась для клиентов банка — держателей кредитных карт Visa и MasterCard — с 15 августа по 15 октября 2013 года, был разработан уникальный рекламный стенд-подиум. В рамках данного проекта была отрисована визуализация и разработано конструктивно-монтажное решение. Техническая концепция стенда была основана на трех основных элементах:

1. Несущий подиум с красной ковровой дорожкой;
2. Автомобиль «Мерседес» А-класса — реальный главный приз для победителей акции;
3. Кредитная карта, увеличенная в 5000 раз.

Сложность проекта заключалась в том, что столичная улица Кузнецкий Мост является пешеходной зоной и имеет большой уклон. В

связи с этим проект имел ряд сложностей, которые были успешно решены инженерами компании «Стиль Рекламы». Перед установкой конструкции подиум пришлось разбить на отдельные модули и собирать непосредственно на месте. Стыки модулей и лицевая поверхность стенда обшивались белым ПВХ, штукатурились и зачищались. В результате получилась идеально ровная поверхность, на которую накачивалось имиджевое изображение, отпечатанное на «латексном» принтере. В качестве подсветки использовались комбинированные источники света. Карта подсвечивалась светодиодными прожекторами, а на подиум была установлена контражурная подсветка.

Следует так же отметить, что компания «Стиль Рекламы» имеет подразделение по розничной продаже светодиодных источников света — это компания Diod Style. Благодаря тонко подобранной концепции освещения стенда он также получил очень выразительный вид не только днем, но и в темное время суток.

Оригинальный дизайн, яркость красок, качество исполнения позволили привлечь большое внимание к услугам заказчика со стороны потенциальных клиентов.

## Флагманский проект для ГК «Связной»

В конце мая 2014 года компания «Стиль Рекламы» успешно реализовала еще один масштабный проект — оформление флагманского объекта группы компаний «Связной» по адресу: ул. Тверская, 17. Для уточнения подробностей нам удалось взять интервью у руководителя отдела наружной рекламы ГК «Связной» Татьяны Тарановой.

**Татьяна, расскажите, пожалуйста, историю появления данного проекта. Когда и кем он был реализован?**

«Тверская, 17» является флагманским салоном компании «Связной». Статус магазина обязывает, чтобы здесь было все передовое и инновационное, и рекламное оформление не исключение. Салон был открыт еще в 2010 году. За четыре года технологии шагнули далеко вперед, и обновление было необходимо — это касалось не только рекламного оформления, но и ряда других аспектов работы розницы в нашем сегменте. В итоге постоянное стремление к инновациям и самосовершенствованию в компании «Связной» и приводит к рождению таких проектов, как наш сегодняшний флагман на Тверской.

Это собственный проект компании, его традиционно разрабатывал один из наших ведущих архитекторов, который специализируется на разработке имиджевых проектов «Связного». Работа над ним велась в течение нескольких месяцев. Проектирование мы начали еще в прошлом году, на этот этап ушло около 3 — 4 месяцев, в течение этого времени

проект дополнялся и дорабатывался, и только ближе к декабрю его утвердили. В связи с тем, что основной пик продаж приходится на предпраздничные дни и как раз стартовала целая череда главных с точки зрения продаж праздников — Новый год, День святого Валентина, 23 февраля и 8 Марта, салон на проведение ребрендинга был закрыт только 10 марта, а затем в течение немногим более 2 месяцев осуществлялись работы на объекте.

**А как был осуществлен выбор подрядчика?**

Мы проводили тендер на наружное оформление флагманского магазина «Связной» и «Связной Банк» среди своих основных подрядчиков, которые обладали широко развитой производственной базой — фрезеровальным станком и печатным оборудованием. Очень важно было для нас, чтобы в любой момент все наши потребности были реализованы оперативно. Его победителем и стала компания «Стиль Рекламы». В дальнейшем именно с ней мы продолжали работы по indoor-решениям для салона. Здесь нас особенно выручило наличие у компании печатного станка по UV-печати, а также большой объем пришлось на «латексную» печать.

Работа велась в круглосуточном режиме. Я фактически полностью посвятила себя этому проекту, работа не останавливалась и в выходные и порой затягивалась до ночи. Поддержка подрядчика в этом вопросе была очень важна, и я благодарна компании «Стиль Рекламы», которая принимала заявки на доработки фактически в онлайн-режиме вне зависимости от дней недели и времени суток. Проектировщики, макетчики, фрезеровщики и другие специалисты всегда были готовы подключиться к работе, складывалось впечатление, что как будто люди делают этот салон для себя.

**2 месяца — весьма немалый срок даже для осуществления больших объектов под ключ. Чем же был вызван авральный режим работы?**

Это так, но не стоит забывать, что в проекте были завязаны сразу несколько подразделений нашей группы. Да и старту монтажа элементов рекламного оформления предшествовала работа нашего отдела строительства и ряда других структур, которые провели все необходимые подготовительные работы. После основного монтажа некоторое время ушло на неизбежные переделки и доработки. Новые идеи по рекламному оформлению возникали и на предварительных этапах приема работ по объекту, руководство компании по ходу внесения изменений, и приходилось дополнять оформление различными световыми элементами.

Например, световые кубы в витринах — это абсолютно новые элементы. Эта идея возникла буквально перед открытием, и в ре-



зультате необходимые конструкции из акрила с самоклеящейся пленкой под фирменные цвета «Связного» с внутренней светодиодной подсветкой были сделаны за три дня.

**А были ли какие-нибудь еще особенности в наружном оформлении?**

Здесь проект по наружной рекламе ничем не отличается от стандартного технического задания по нашим вывескам. Особенным можно считать встречные рамы под отдельно стоящие буквы — они были сделаны индивидуально с учетом формы каждой буквы и покрашены порошковым способом. Мы не увидим здесь сплошных линий, на которых, как на жердочке, сидят буквы, как это можно наблюдать на соседних вывесках. Сами буквы выполнены по традиционной технологии — акриловое лицо, боковины из ПВХ, с внутренней светодиодной подсветкой.

Стоит также отметить, что новые вывески выполнены в соответствии с известной архитектурно-художественной концепцией, разработанной Москомархитектуры. И для подстраховки соответствие дизайн-проекта подписано в данном ведомстве. Параллельно мы заменили и все остальные наши вывески на Тверской, но согласно новым правилам и исходя из опыта уже не подавали на согласование.

**А выбор технологии — это всегда ваш выбор или подрядчика?**

Решение по выбору технологии принималось в процессе обсуждения. Мы, безусловно, ставили задачу компании, представляли эскизы и затем вместе обсуждали, как это лучше сделать. Обычно у нас все четко прописано в ТЗ. Но так как данная точка — один большой нестандартный проект, то многие моменты требовали творческого и обдуманного подхода,

порой рождались и неожиданные решения.

Приведу один пример, который привел нас к незапланированному и в определенной степени инновационному для нас решению. Генеральный директор компании «Стиль Рекламы» Сергей Руленко предложил нам применить новый рекламный носитель — использовать вместо конструкции из акрила фактурную ткань в профиле с подсветкой по периметру. Это весьма нетривиально с учетом масштабов рекламного носителя, ее размер — 2 x 3 м. Тканевый носитель смотрится очень стильно, это отметило и главное руководство сети. Он примечателен также тем, что, во-первых, оказался дешевле и в производстве, и, что немаловажно, в обслуживании, чем запланированное решение из акрила.

Еще одна находка Сергея — это использование в подсветке потолка и различных ниш люксовой светодиодной ленты благородного холодного свечения. Благодаря выбору одного продукта для подсветки все интерьерные элементы воспринимаются как единое целое. Это тоже очень важно было для комплексного оформления.

Хочу также обратить особое внимание на качество печати, особенно на огромных панно — здесь «латексная» печать впечатляет. Приходите в наш салон и убедитесь сами. Еще один интересный поворот — применение прямой печати на акриле. Изначально эта технология была использована только в оформлении зоны «Связной Банк». Цвета получились очень насыщенными, после чего было принято решение задействовать эту технологию и в ряде других элементов, которые теперь используются в оформлении всего флагмана.

Работа была очень непростой. В связи с этим хотелось бы выразить Сергею благодарность за подобное добросовестное отношение к данному проекту и к работе со «Связным» в целом.

