

Креативное бюро

Золотые тигры



кто мы?

«Золотые тигры» — это креативное бюро, которое делает рекламу нового типа: человечную, интересную и этичную.

Вместе с популярными российскими контент-креаторами и современными художниками мы создаем проекты, которые становятся частью актуальной культуры.

Если вы видите такой значок на проекте, значит, его сделали мы.



**«Золотые тигры»
придумывают
идеи, которые
удивляют
и заставляют
по-новому взглянуть
на привычные
форматы**

наши достижения

1500

Нативов, спецпроектов, игр и видеороликов мы выпустили за 5 лет работы на рынке.

Топ-3

Рейтинг Рунета

В 2024-м мы заняли 3 место в рейтинге текстовых агентств, специализирующихся на редактуре.

Топ-10

Adindex

В 2023-м мы заняли 9-е место в топе российских рекламных агентств в категории «Нативная реклама».

Топ-10

Рейтинг Рунета

В 2024-м мы заняли 6-е место в общем рейтинге российских контент-агентств.

Топ-30

Adindex

В 2023-м мы вошли в топ-30 рекламных агентств в категории «Нестандартные спецпроекты и активации».

G8



В 2021-м победили на фестивале креативных индустрий G8 в номинации «Дизайн вебсайтов».

Red Apple



В 2021-м завоевали золотую награду Red Apple в номинации «Interactive: Craft/Best Digital Design & Illustration».

Среда



В 2023-м взяли бронзу за проект Blessed Not Depressed в открытом голосовании фестиваля «Среда».

наша команда

Мы — люди из разных индустрий. Мы работали на радио, в печатных медиа, онлайн-изданиях, дизайн-студиях, СММ-агентствах и корпорациях.

Запускали журналы «Метрополь» и «Нож», издание «Рокетбанка», соцсети крупнейших юнитов «Яндекса» и «Вконтакте», рекламу в «Рамблере».

Мы объединили свой опыт, чтобы вместе делать классные и эффективные проекты.



Что мы создаем

Новый диджитал

AR и VR-активации

NFT

Нейроарт

Фиджитал

Web 3.0

Спецпроекты

Игры

Чат-боты

Коллаборации

Промо

Фотосесии

Интерактивные лендинги

Лонгриды

Печатная продукция

Видеоролики

OLV

Анимация

Reels

Shorts

Эксплейнеры

Шоу

VK клипы

Нативный контент

Статьи

Тесты

Подборки

Генераторы

Интервью

Карточки

Проекты в соцсетях

Концепт-сообщества

Регулярный контент

Посевы

Коллаборации с авторами

Оффлайн-проекты

Книги

Газеты

Журналы

Ивенты

Дропы

Кампании в городской среде

Уникальный мерч

Виды сотрудничества

Мы работаем со всеми видами клиентских запросов и предлагаем решения в рамках конкретных потребностей и бюджета — от единичных нативов и спецпроектов до долгосрочного сотрудничества по креативу и продакшну.

Отдельные проекты

Пример: для «Амедиатеки» мы придумали и сняли тизерный ролик к премьере рождественского спецшала о Гарри Поттере.



Оmnиканальные кампании

Пример: для «Яндекс Сплита» мы не только написали сценарий и сняли рекламное видео, но и взяли на себя промо и посеы среди инфлюенсеров.



Постоянное сотрудничество

Пример: с 2022 года мы производим интерактивные лендинги для «Яндекс Маркета». За два года сотрудничества мы создали более 40 спецпроектов для 25 брендов.



площадка: «НОЖ»

Креативное бюро «Золотые тигры» — эксклюзивный производитель нативной рекламы в журнале «Нож». Все партнерские спецпроекты, которые вы видите на «Ноже», включая игры и другой интерактивный контент, были созданы нами.

«Нож» — это интеллектуальное издание, которое пишет на оригинальные культурные темы и находит небанальных героев. Среди его авторов — ученые, исследователи, психологи и социологи.

Общаясь с аудиторией «Ножа», мы собираем данные о потребностях мыслящей аудитории и используем их в производстве рекламы.



Сайт «Ножа»

Проверьте свои софт-скиллс! Кликните на карточки и узнавайте, как работают сложные производственные ситуации с экспертами олимпиады «Я — профессионал»

САМОРАЗВИТИЕ



От починки стула к великим свершениям. Как открыть себя в творчестве, а творчество — во всем

Джеймс К. Кауфман · Игорь Перников · 22 января

БИОЛОГИЯ



Фигуры и «туши» Какими растениями...

Зоя Чер...

КНИГИ



статистика «НОЖА»

5 500 000 → **2 500 000**
просмотров страниц уникальных посетителей

725 000
подписчиков в соцсетях

48%
прямой

24%
социальный

23%
поисковый

 **520 000**

 **60 000**

 **120 000**

 **25 000**

2
минуты — средняя
длительность сеанса

Данные за январь 2024 года
Источник: Google Analytics

аудитория «ножа»

Наши читатели:

- осознанные потребители;
- покупают не товар, а идею;
- трудятся в интеллектуальной сфере;
- готовы инвестировать в образование и саморазвитие.

На что они тратят:

Путешествия

Шоппинг

Здоровье

Образование

Развлечения

Будущее

Бытовой комфорт

55%

♀ женщины

45%

♂ мужчины

65%

читателей живут в Москве и Санкт-Петербурге

20%

18–24 лет

20%

35–44 лет

30%

24–35 лет

15%

45–54 лет

70%

аудитории имеет высокий и выше среднего доход



**а менеджер
примеры
проектов**

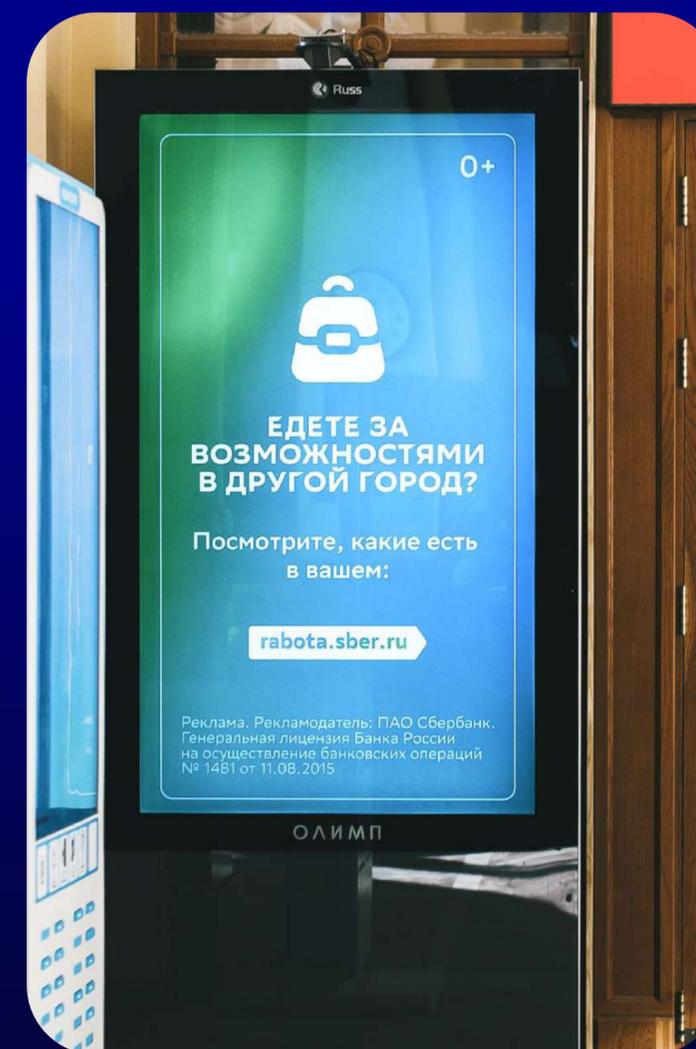
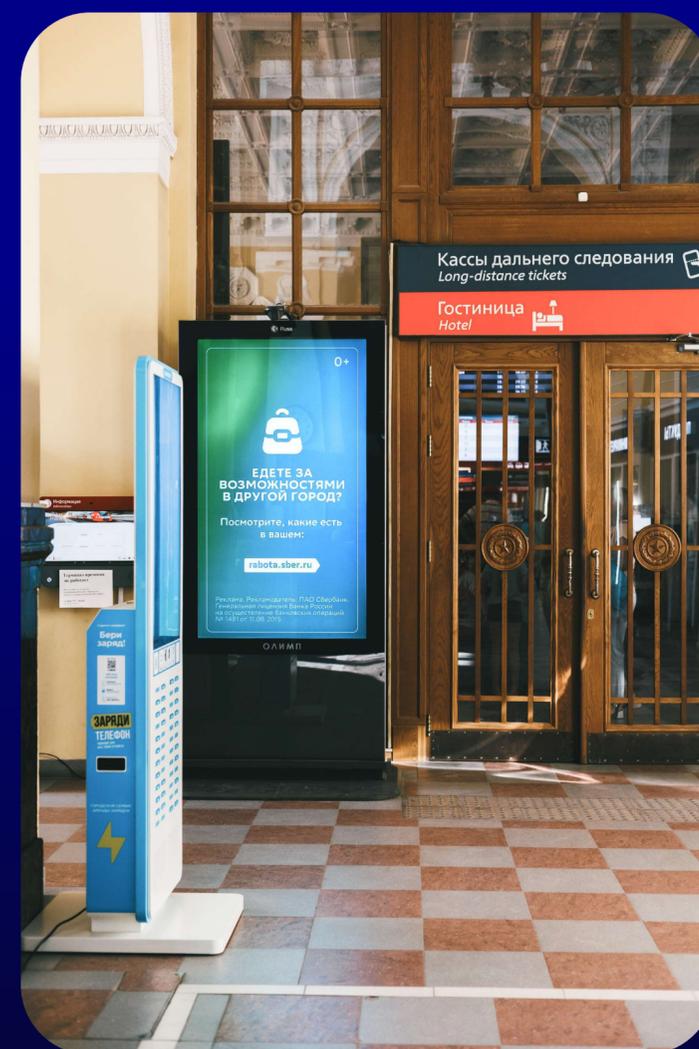


фигжитал-проект федерального масштаба для сбера

Мы разместили знаки Сбера с сообщениями-вопросами и QR-кодом, ведущим на сайт с вакансиями, в 11 российских городах. Для кампании были выбраны общественные места с большой проходимостью людей, которые направлялись на работу или с работы.

На остановках, в метро, в транспорте, бизнес-центрах, на вокзалах, в барах и кофейнях, на людных улицах мы приклеили стикеры и постеры с вопросами, которые могли задавать себе представители ЦА проекта — люди, не вполне удовлетворенные своей карьерой.

Копирайты обыгрывали свойства мест, в которых они были расположены. После офлайн-кампании мы сфотографировали размещения и сделали посев по региональным, маркетинговым и развлекательным телеграм-каналам.



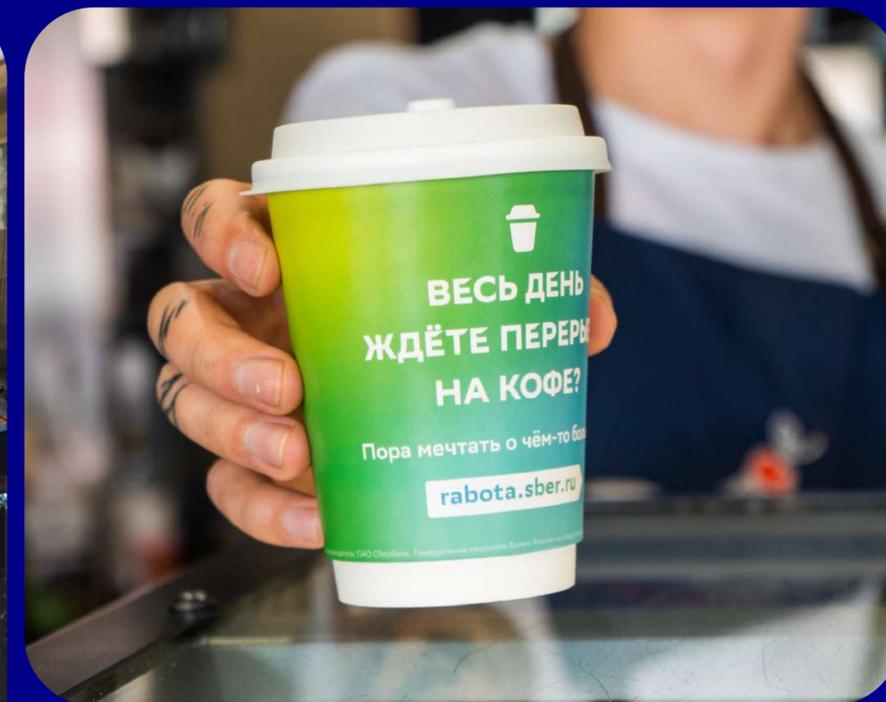
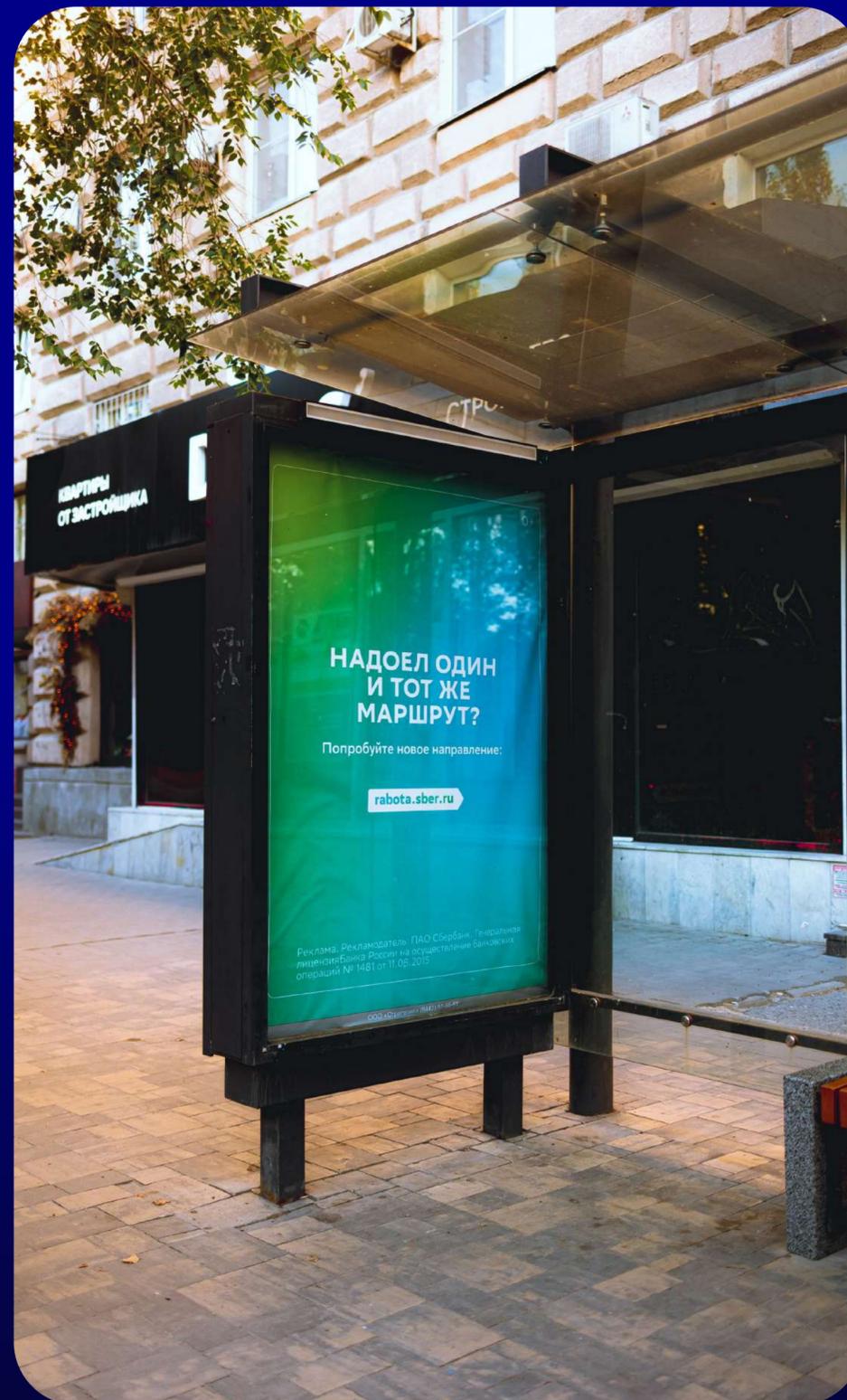
**11 крупнейших городов
России, включая
Москву, Екатеринбург,
Нижний Новгород
и Астрахань**

Посмотреть наружку

**Более 10 форматов
рекламы**

**Более 30 региональных
телеграм-каналов
рассказали о проекте**

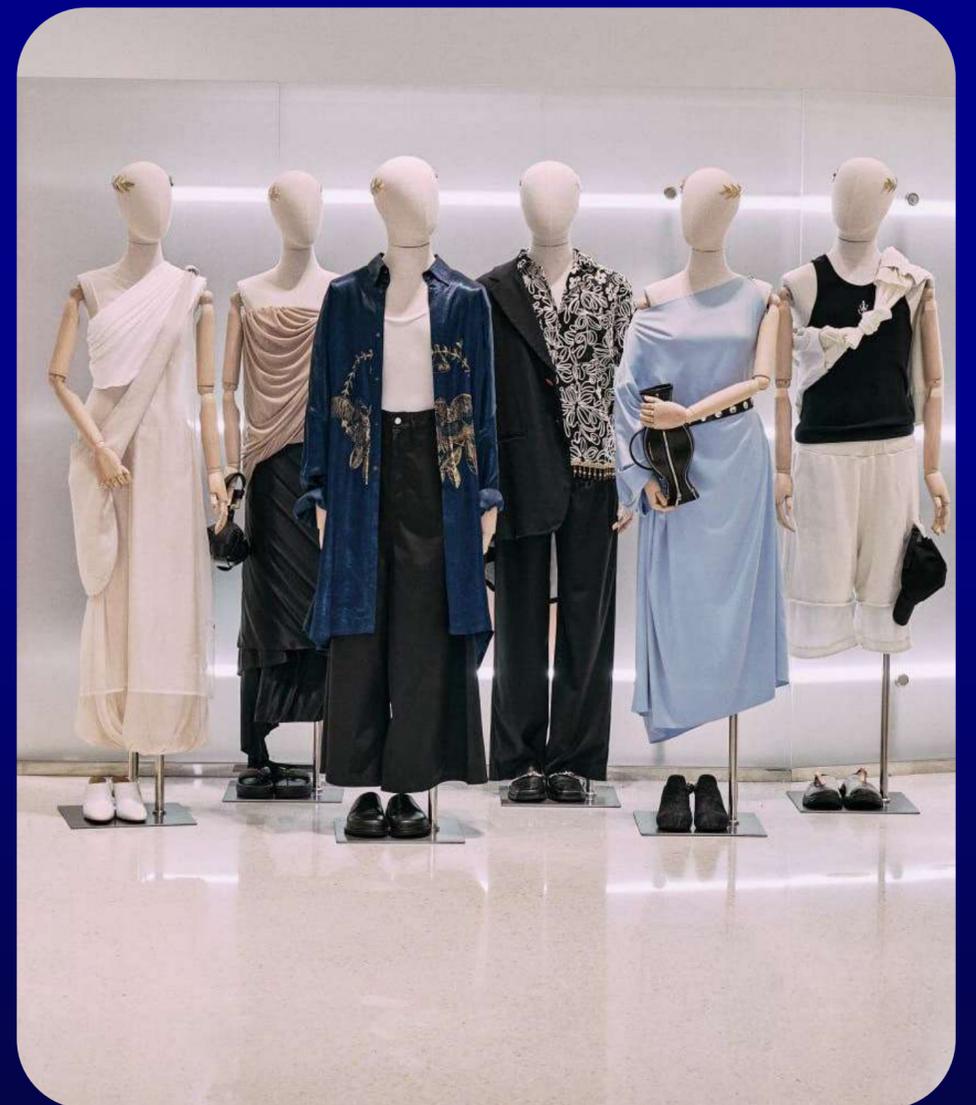
Посмотреть посев



мультиканальный проект для «амедиатеки»

С командой «Амедиатеки» запустили рекламную кампанию в поддержку сериала о Древнем Риме — «Обреченные на славу»:

- мы придумали новый стиль — Ancient Roman Core и вначале завирнули его в оффлайне: собрали поп-ап-пространство в универмаге «Цветной»;
- затем, вместе с популярными модными инфлюенсерами рассказали о новой эстетике в интернете;
- сделали посев проекта в каналах о моде и стиле в Телеграме.



Барби, подвинься, Рим наступает

Подробнее на «Амедиатеке»

Более 5 000 000

составил суммарный охват проекта.

Более 20 каналов

приняли участие в освещении проекта
в Телеграме и Инстаграме.



«Паленая» наносумка Looi Witton — ироническое переосмысление ценности люксовых брендов, покинувших Россию

В ответ на микроскопическую сумку Louis Vuitton, выпущенную нью-йоркским коллективом MSCHF и проданную за \$64 000, мы создали наносумку Looi Witton — коллекционный арт-объект размером 5 мм.

В современном искусстве наносумка — метафора реальной ценности люкса для человека. Желающим обзавестись аксессуаром мы предложили перевести 50 000 рублей в пользу проекта TeddyFood, который помогает бездомным животным.

[Посмотреть проект](#)



Наружная реклама выставки «Голос городов» для «ВКонтакте»

Вместе с «ВКонтакте» и музеем «Эрарта» мы подготовили наружную рекламу предстоящей выставки, которую разместили в центре Санкт-Петербурга на сити-форматах и пилларсах.

Работы художников органично вписались в окружающую среду: картины с панельными многоэтажками нашли свое место в спальных районах на окраинах города, а с огнями вечернего Питера — на Невском проспекте. Рекламную кампанию дополнили объявления, где вместо телефонных номеров можно было оторвать стикер с картиной.

[Посмотреть проект](#)



Коллекция украшений от Алины Загитовой для «Лиги Ставок»

Мы придумали тест с розыгрышем призов от Алины Загитовой для «Лиги Ставок» — в качестве призов выпустили лимитированную коллекцию украшений, произведенную с использованием металла коньков чемпионки. Суммарный охват проекта составил 1 200 000 человек, 1 300 девушек приняли участие в розыгрыше.



Коллекционный городской глянец для «Яндекс Go»

Вместе с командой «Яндекс Go» и ресторатором Александром Сысоевым мы создали «В городе» — глянцевое издание о самом интересном, что есть в Москве — путеводитель по модным местам, сборник рецептов и чек-лист столичного гедониста. В нем собраны варианты досуга на все вкусы и любую погоду: от поездки в ресторан до вечеринки по мотивам популярных фильмов. Суммарный охват составил 11 000 000, тираж составил 500 экземпляров.



НОВЫЙ диджитал

С помощью передовых технологий можно решить и PR, и маркетинговые задачи — сделать проект, который благодаря комбинированным механикам даст пользователю новый опыт.

Первый и единственный онлайн-музей ЖЭК-арта

[Посмотреть проект](#)

20 000 000

человек составил суммарный охват проекта.

40

российских медиа, включая «Правила жизни», «Сноб», «РБК. Стилль», The Village, «Собака», и «Мосленту», рассказали о проекте.

Музей ЖЭК-арта ^{EN}

Привет! Вы попали в онлайн-музей ЖЭК-арта. Прокручивайте пространство на 360 градусов пальцем или мышкой, кликайте на фигуры, чтобы перейти в нужный раздел. Когда захотите вернуться на главную двора, нажмите на лого музея сверху.



другие примеры нового диджитала

AR-путешествие для «Т-Банка»

Пригласили пользователей в путешествие по истории инвестиций, а шестизначные суммы из истории предложили увидеть в дополненной реальности — прямо в своей квартире.

[Посмотреть проект](#)



Интерактивный квест для «Самоката»

Спецпроект для «Самоката», повышающий привлекательность профессии курьера для тех, кто хотел бы попробовать себя в этой роли. В качестве моделей для цифровых 3D-супергероев, выступили настоящие курьеры.

[Посмотреть проект](#)



Охота на NFT с онлайн-кинотеатром «Иви»

Подарили NFT-арты от известного художника Дмитрия Листова, спрятав их геолокации в тизере сериала. Тайники сделали в трёх городах России, в которых происходит действие сериала.

[Посмотреть проект](#)



специпроекты

Спецпроекты — это не только digital-кампании, это любые нестандартные активации для бренда: от выпуска уникального мерча до выигрышных коллабораций и партнёрств.

Исчерпывающая инструкция для Sanofi, как справиться с СРК

В карточках закрепили знания о довольно распространенной проблеме — синдроме раздраженного кишечника — и предложили проверить их в тесте.

[Посмотреть проект](#)



Игра в города на лендинге для «Т-Банка»

Мы предложили сыграть в особую версию игры в города, — называть можно было только города на букву «Т».

[Посмотреть проект](#)

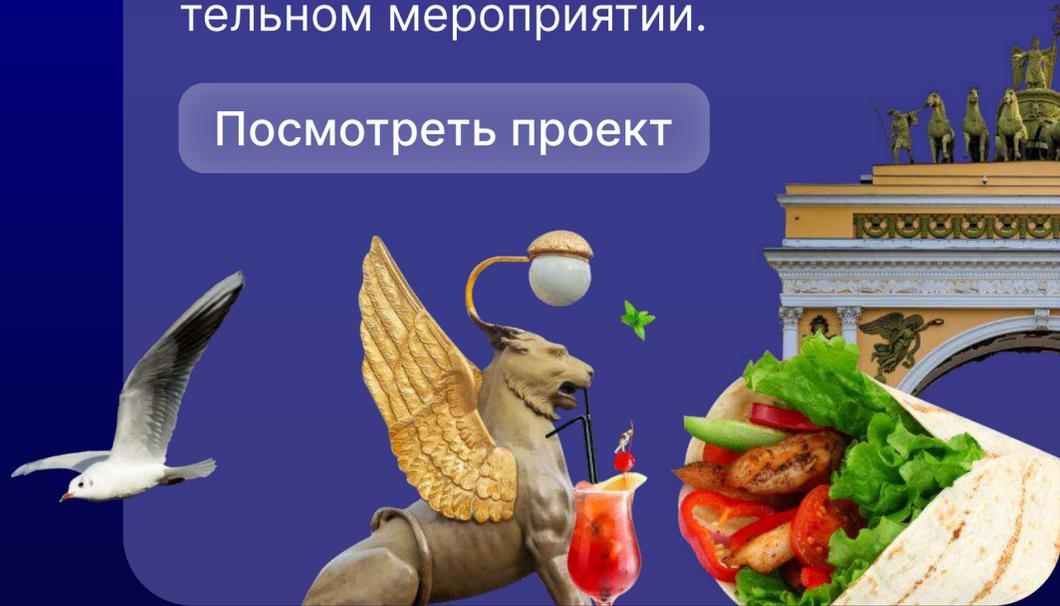


другие примеры спецпроектов

Ивент и запуск уникальных коктейлей для «Ночлежки»

«Вход с улицы» — это ресторан транзитного трудоустройства. Чтобы привлечь в него посетителей, мы запустили уникальные коктейли со вкусом Петербурга и пригласили попробовать их на благотворительном мероприятии.

[Посмотреть проект](#)



Футуристический квест с использованием нейросетей для «Росатома»

Квест про Россию 2223 года — эпоху разумных роботов с экологически чистыми АЭС и передовой медициной, куда попадает герой. Ему предстоит выбор — вернуться домой или остаться в прекрасном далеко).

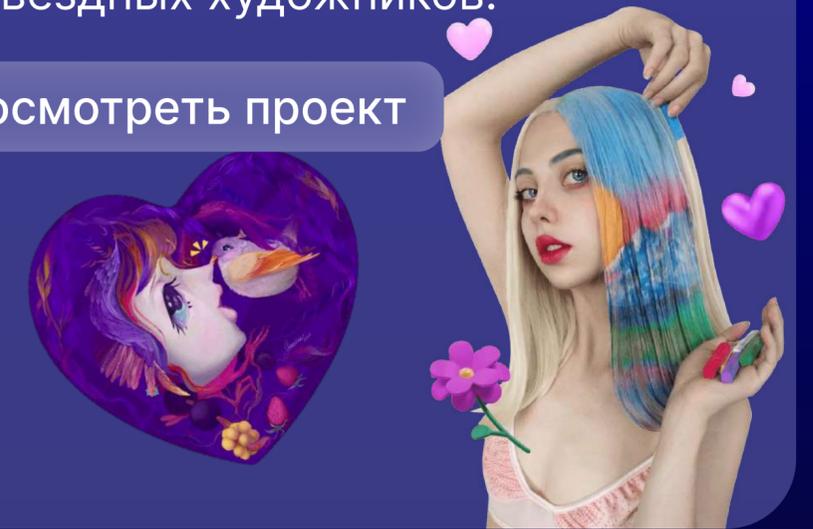
[Посмотреть проект](#)



NFT-валентинки от Лены Шейдлин для «Ситимобила»

Диджитал-конструктор, с помощью которого пользователи могли поделиться своими чувствами в формате забавных валентинок. Для мотивации создавать валентинки, мы предложили им принять участие в розыгрыше NFT-артов от звездных художников.

[Посмотреть проект](#)



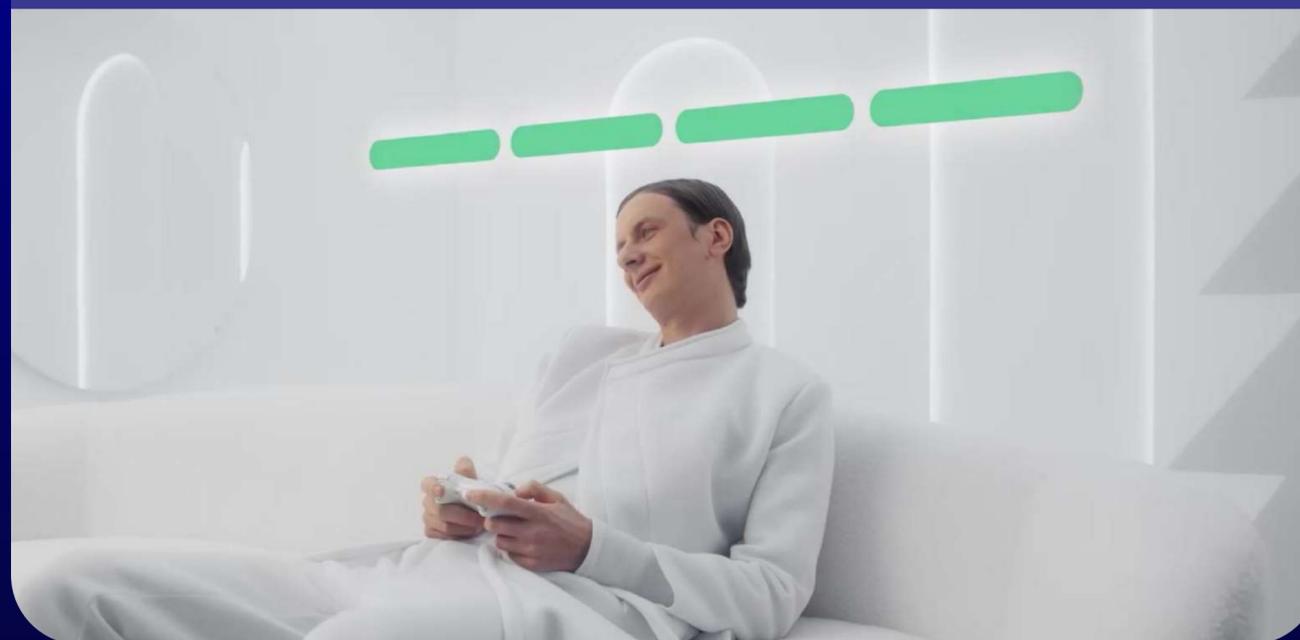
Видеоролики

Мы придумываем и создаем ролики любой сложности — от простого эксплейнера с войсовером до OLV со сложным продакшном.

Пример

Счастье полное, оплата — в сплит. Ролик со стендапером Димой Гавриловым для «Яндекс Сплита»

Посмотреть ролик



2 200 000

составил общий охват проекта.

Более 50 сообществ

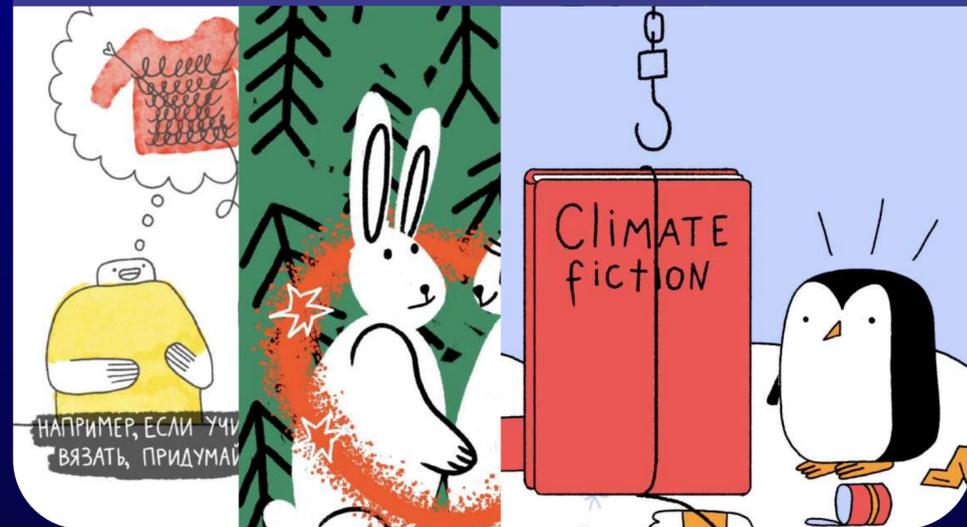
с разной тематикой в ВКонтакте и Телеграме посчитали ролик релевантным, чтобы разместить у себя.

другие примеры видеороликов

Образовательные клипы для «ВКонтакте»

Вместе с популярными в ВКонтакте художниками Gudim и Martadello мы превратили восемь статей «Ножа» в уникальные мультфильмы. Ролики набрали более 3 млн просмотров.

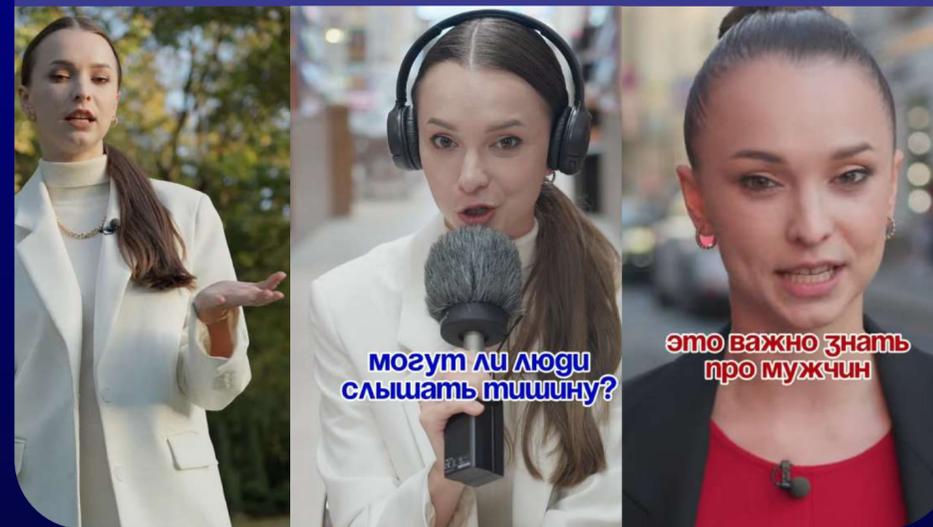
[Посмотреть клипы](#)



Стрит-интервью для «VK Клипов»

Мы провели исследование на улицах Москвы — проверили тезисы из открытий ученых в формате стрит-пранков, челленжей и загадок. Получилось 10 веселых клипов.

[Посмотреть интервью](#)



Премьера «Гарри Поттера» в России

К выходу специального эпизода «Гарри Поттера» в «Амедиатеке», мы сняли тизерный ролик, в котором в онлайн-кинотеатр зрителей приглашает настоящая полярная сова!

[Посмотреть ролик](#)

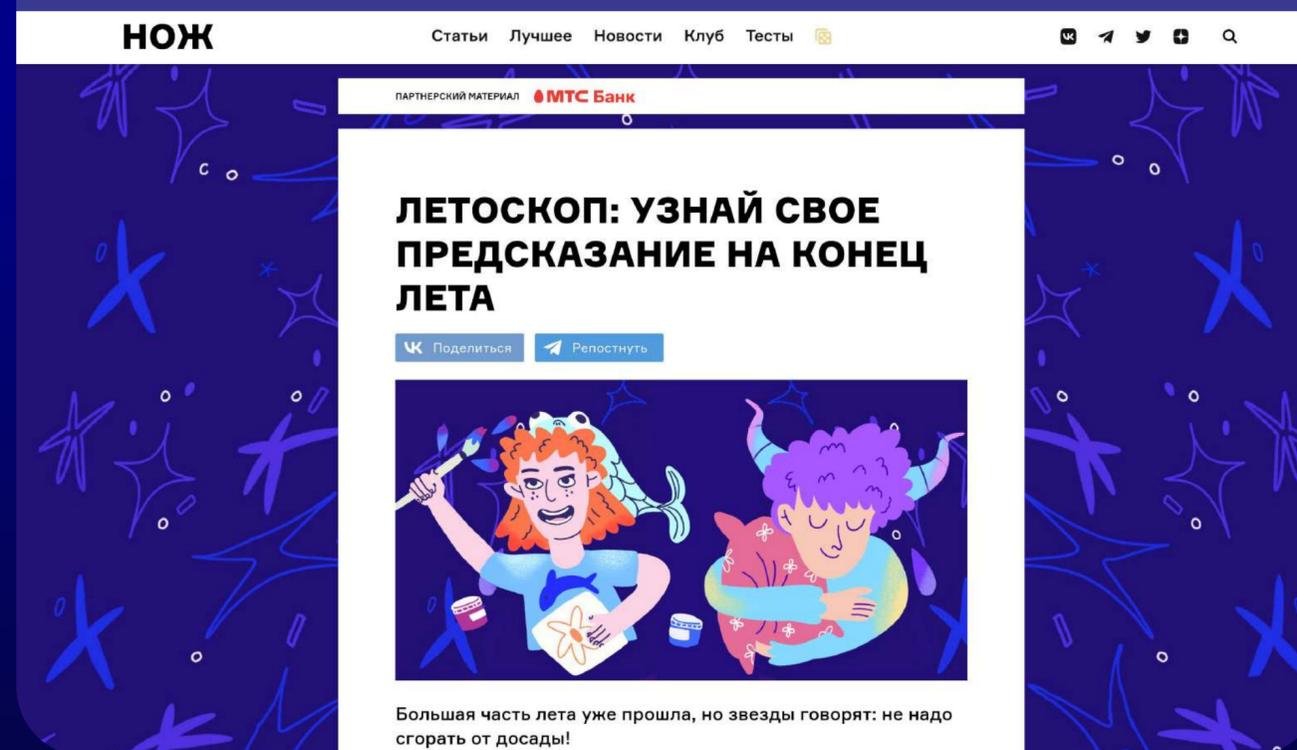


нативная реклама

Нативная реклама в журнале «Нож» (тесты, статьи, генераторы, карточки) создается по редакционным стандартам и поэтому получается такой же интересной, как и редакционные материалы издания.

Генератор предсказаний для «МТС Банка»

[Посмотреть проект](#)



180 000

составил общий охват проекта

Более 1 400

человек поделились результатами генератора

другие примеры нативной рекламы

Лонгрид для ЖК «Событие»

Рассказали, как утопичные архитектурные идеи становятся трендами современного градостроительства.

[Посмотреть проект](#)



Тест на знание модных тенденций для НСПК

Предложили читателям проверить, знакомы ли они с персонажами поп-культуры, и вдохновиться их луками.

[Посмотреть проект](#)



Карточки-перевертыши для Volvo

Вместе с Volvo в формате карточной игры рассказали о том, на каких принципах базируется шведское счастье.

[Посмотреть проект](#)



проекты в соцсетях

С помощью проектов в социальных сетях можно реализовать не только контентные истории, но и игры, чат-боты, конкурсы — это более бюджетная альтернатива спецпроектам, но не менее эффективная.

Фан-квест в формате телеграм-бота в Телеграме для «Мегафона»

Пройти квест в Телеграме



Горячий контакт

@hotmegahot_bot

Интерактивный познавательный квест-бот от @knifemedia и @megafon_online умеет удивить.

SEND MESSAGE

700 000

анонсирований в Телеграме

6 000

пользователей прошли квест повторно

5 000

уникальных пользователей

другие примеры проектов в соцсетях

Конкурс для «Амедиатеки»

Мы организовали простой конкурс в ВК и телеграме журнала «Нож», разыграли 10 наборов LEGO «Гарри Поттер» к премьере фильм.

[Посмотреть розыгрыш](#)



РАЗЫГРЫВАЕМ
10 НАБОРОВ LEGO
«ГАРРИ ПОТТЕР»

Анимированное гадание для Skyeng

За неделю до Нового года подписчики телеграм-канала Skyeng могли получить индивидуальное предсказание на 2023-й. Для этого им нужно было нажать на анимированный кружок, в котором крутились английские пословицы.

[Посмотреть проект](#)



Добрые новости для МТС

В тревожный период пандемии мы запустили рубрику хороших новостей в телеграм-канале «Ножа» с кросс-постингом в каналы МТС.

[Посмотреть проект](#)

МУЖЧИНА ПРИЗВАЛ
ОВЕЦ НЕ НАРУШАТЬ
КАРАНТИН И УЙТИ
С ПАРКОВКИ —
ОНИ ПОСЛУШАЛИСЬ

МТС x **НОЖ**



долгосрочное сотрудничество

Мы готовим контент любой сложности на постоянной основе — от креативных идей до лендингов, видео, статей и игр.

С 2022 года мы придумываем и делаем спецпроекты для «Яндекс Маркета»

[Посмотреть проект](#)

Более 50

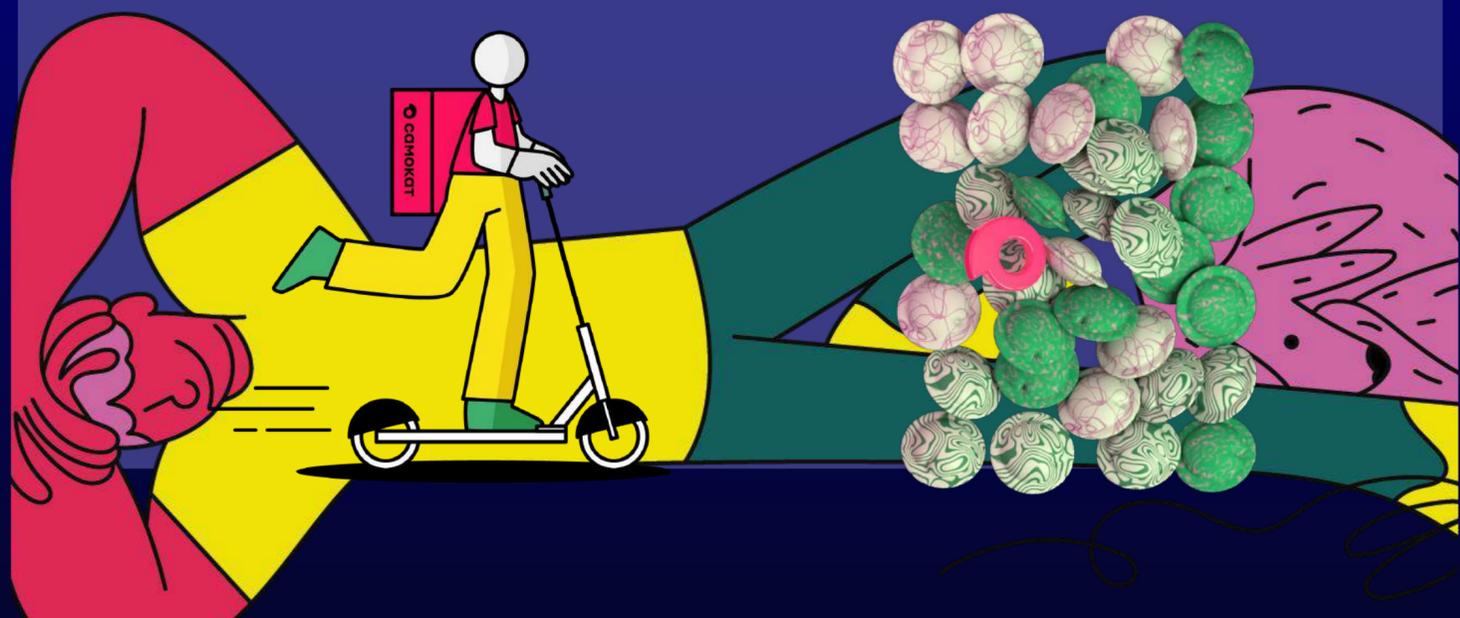
проектов было выпущено вместе с таким брендами, как «Альфа-банк», Nivea, Nestle, Raffaello, «Билайн», Kaspersky, Veeco, «Сделано в Москве», «Чистая линия» и другими.

The screenshot shows a banner for Makita tools on the Yandex Market website. The banner features the Makita logo in the top left corner. The main headline reads "Наведите порядок" (Tidy up), followed by the sub-headline "Готовимся к дачному сезону" (Preparing for the dacha season). Below this, there is a promotional offer: "Кешбэк 10% баллами Плюса" (10% cashback in Plus points) and the promo code "ПРОМОКОД: МАКИТА10". A red tag with "-10%" is placed over the image of the tools. The image itself shows a collection of Makita power tools, including a chainsaw, a trimmer, and a blower, set against a light blue background with green leaves and a butterfly. The website's navigation bar is visible at the top, showing the Yandex Market logo, a search bar with the text "Искать товары" (Search for goods), and various utility icons like "плюс" (plus), a shopping cart, and a location pin for "Ульяновск".

другие примеры долгосрочного сотрудничества

С 2021 года сотрудничаем с сервисом заказа продуктов «Самокат»

Мы выпускали для «Самоката» печатную газету, которую можно было читать с обеих сторон, превращали народные продукты — гречу, макароны, колбасу — в модный неоновый NFT-арт, готовили игры и спецпроекты на лендингах, создавали и публиковали на «Ноже» нативные статьи и тесты, сканировали курьеров для квеста в стилистике RPG и придумывали креативные идеи под разные флайты — словом, стали постоянным партнером по производству креативного контента.

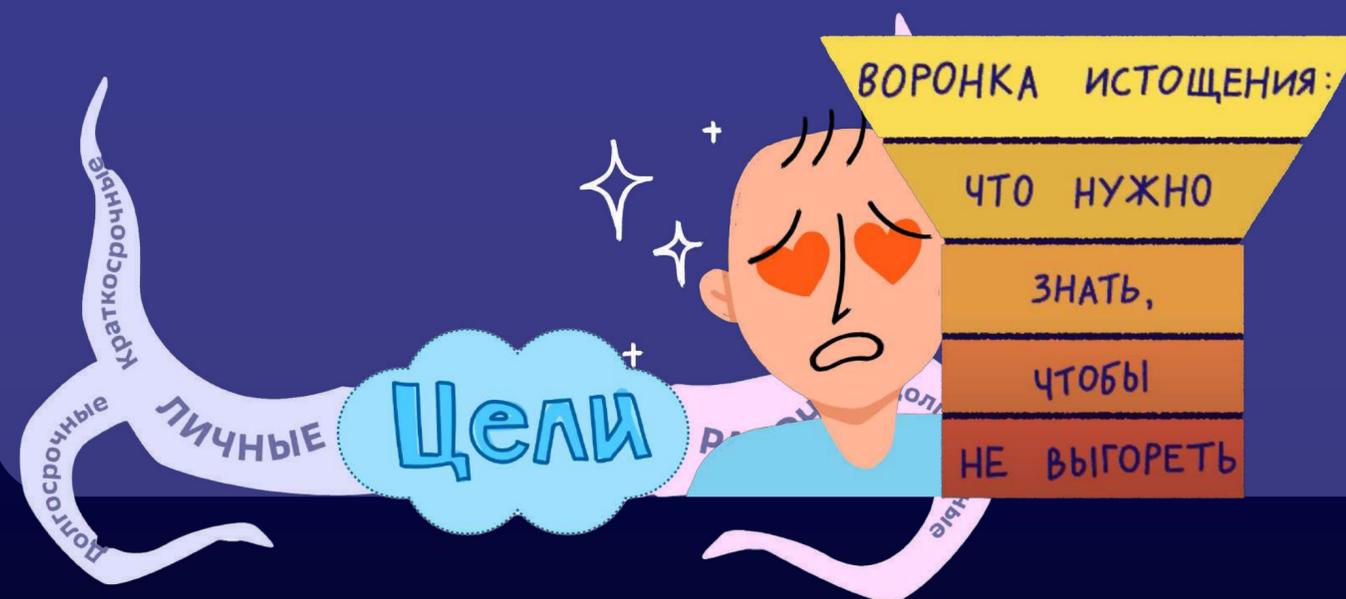


С 2021 года готовим учебные материалы для образовательного центра «СберУниверситет»

Третий год подряд «Сбер» доверяет нам разработку материалов для корпоративного онлайн-университета, в котором учатся тысячи сотрудников экосистемы.

Наше бюро создает для платформы мультимедийный образовательный контент по системному мышлению, менеджменту, решению проблем и другим темам.

Среди них статьи и пересказы книг, рисованные истории (скрайбинги), инфографика и видеоролики.



умеем делать
проекты, о которых
будет говорить
весь интернет

Напишите нам
на [hello@tigers.family!](mailto:hello@tigers.family)

