

Я.CREATIONS

– Вся разработка в одном месте –

СОДЕРЖАНИЕ



- [Об агентстве](#)
- [Услуги](#)
- [Ключевые лица](#)
- [Партнёры](#)
- [Клиенты](#)
- [О нас пишут](#)
- [Избранные кейсы](#)

ОБ АГЕНТСТВЕ



Digital-агентство Я.Creations работает над повышением эффективности бизнесов своих клиентов с 2013 года.

Мы занимаемся разработкой, развитием и продвижением корпоративных сайтов, интернет-магазинов, мобильных приложений и сервисов. Отдаем предпочтение сложным комплексным проектам и нестандартным задачам.

Особенность нашего подхода заключается в том, что мы полностью погружаемся в бизнес клиента, анализируем внутренние процессы компании, а затем предлагаем и внедряем решения по их автоматизации. Такие решения позволяют, например, сократить расходы на персонал, уменьшить время производственного цикла и в конечном итоге влиять на рентабельность бизнеса клиента.

Мы готовы приехать к вам и рассказать о нашем подходе и его результатах подробнее.

УСЛУГИ АГЕНТСТВА



ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ



СЛОЖНЫЕ РЕШЕНИЯ



ПОДДЕРЖКА И РАЗВИТИЕ



МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ



КОРПОРАТИВНЫЕ САЙТЫ



ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ



ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ



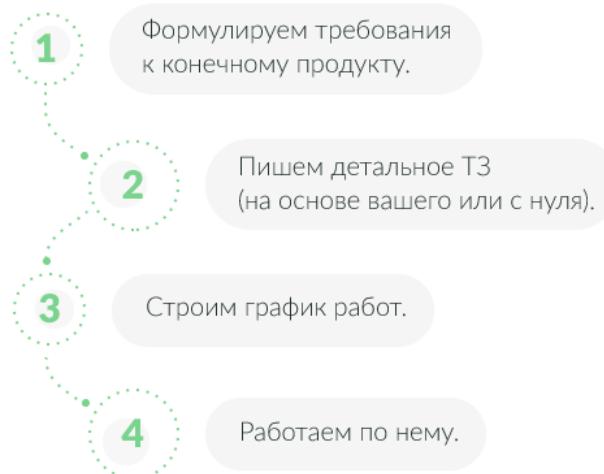
БИТРИКС-24

ДВА ПОДХОДА К РАЗРАБОТКЕ ПРОДУКТА



— «ВОДОПАД», КАСКАДНАЯ МОДЕЛЬ —

Используем в случае, когда у вас есть понимание, как должен выглядеть готовый продукт и, возможно, даже ТЗ. Бюджет и сроки при таком подходе — фиксированные, а значит, внесение изменений по ходу проекта невозможно.

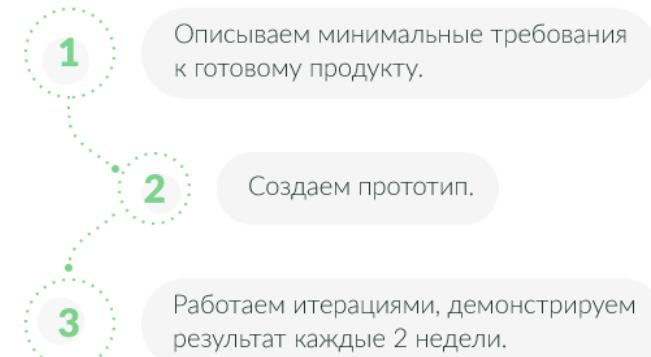


Вы получаете готовый продукт в установленный срок.

— AGILE, ГИБКИЙ ПОДХОД —

Мы строим работу по этой модели, если у вас есть идея, но нет понимания, в каком направлении двигаться для начала ее реализации, и вообще, с чего начать.

Поэтому мы итеративно, по шагам разрабатываем веб-продукт. Подход подразумевает возможность пересмотра функционала «на лету». Поэтому, бюджет при таком подходе гибкий, также как и сроки реализации.



КЛЮЧЕВЫЕ ЛИЦА



ДМИТРИЙ КАЛАШНИКОВ
КЛИЕНТСКИЙ МЕНЕДЖЕР



ЯДАДЬЯ ИСАКОВ
ОСНОВАТЕЛЬ, СЕО



АНТОН КОСТИН
РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТОВ

ПАРТНЕРЫ



Член ассоциации
интерактивных
агентств



Золотой партнёр
«1С-Битрикс»

РАЭ⁺К

Член digital-
кластера РАЭК

НАШИ КЛИЕНТЫ



RASARIO

INPAS
PAYMENT SOLUTIONS



CarPrice



MOSCHINO



NATURA
SIBERICA

тэском

PHILIPS



Альфа-Банк

AMERICAN
CREW
Official Supplier to Men

МЦЗТОРГ

LEROY MERLIN
Дом для Дома!

О НАС ПИШУТ



Forbes

VC
.ru

СЕКРЕТ
ФИРМЫ

CoSSA

m

Sostav.ru

ИЗБРАННЫЕ КЕЙСЫ



RASARIO

Интернет-магазин бренда

Решения

- Интеграция со складской программой.
- Интеграция с почтовыми службами.
- Подготовка контента.
- Полноценный интернет-магазин.

Результат

- Рост продаж на 17%.
- Увеличение маркетинговых показателей на 35%.
- Улучшение качественных обращений в 3 раза.
- Email-маркетинг приносит до 27% продаж.
- Рост обращений от тематических СМИ.

В настоящее время мы занимаемся полной маркетинговой, PR и e-Commerce поддержками бренда.

Рус Eng +7 (916) 996-00-88

RASARIO

ВХОД Корзина пуста

О БРЕНДЕ КОЛЛЕКЦИИ СВАДЕБНЫЕ ПЛАТЬЯ ПРЕССА АТЕЛЬЕ КОНТАКТЫ

Stella McCartney

Осень-зима 2017/2018

4 590 €.

Добавить в избранное

Размер Таблица размеров В корзину

Описание

Платье мини без рукавов с оборкой по краю. Для максимального комфорта правильно подбирайте размер - граница плисти должна совпадать с границей массажных линий на стельке сабо. Используйте прохладную воду и мыло. Не подвергайте сабо воздействию высоких температур.

Параметры

Состав	Вискоза - 67%, Полиэстер - 33%
Страна производства	Италия
Сезон	Осень
Размер модели на фото	44
Параметры модели	84-62-90
Артикул	246091

— Другие изделия этой коллекции —

Zenden Comfort

4 590 €.

Angel Eye London

3 350 €.

Claudia Ghizzani

3 350 €.

Dinosaura by Elong

5 950 €.

ИЗБРАННЫЕ КЕЙСЫ



JULIA DAVIDIAN

Интернет-магазин ювелирного бренда

Решения

- Интеграция с почтовыми службами.
- Подготовка контента.
- Полноценный интернет-магазин.
- CRM, заточенная под соцсети.

Результат

- Онлайн канал продаж стал основным.
- Увеличение маркетинговых показателей на 75%.
- Улучшение качественных обращений в 7 раз.
- Рост обращений от тематических СМИ.

Мы поддерживаем и развиваем клиента
более 1-го года.

The screenshot shows a mobile view of the Julia Davidian website. The header features a large, stylized 'JD' logo. Below it, the brand name 'JULIA DAVIDIAN' is displayed. A navigation menu on the left includes links for 'HOME', 'COLLECTIONS', 'CATALOG', 'ABOUT', and 'CONTACTS'. The main content area shows a large image of a woman wearing a dark red top and a prominent silver ring, with a smaller inset image showing hands holding the ring. At the bottom, there's a color palette for the ring and a size selector ranging from 15 to 22.

ИЗБРАННЫЕ КЕЙСЫ



ВДС-ГРУПП

Интернет-магазин строительной компании

Решения

- Интеграция с 1С.
- Умный калькулятор доставки.
- Полноценный интернет-магазин.

Результат

- Рост продаж на 25%.
- Узнаваемость компании.
- Увеличение количества постоянных клиентов.
- Увеличение среднего чека на 15%.
- Появление b2b-направления деятельности компании.

Мы поддерживаем и развиваем клиента более 4-х лет.

The screenshot shows the homepage of the VDS-Group website. At the top, there's a banner with the company's 20th anniversary logo, a phone number (495) 500 9 500, and a 'Всё для строительства' (Everything for construction) slogan. Below the banner, there's a section for domestic construction materials featuring images of a ceramic brick and a concrete block. A large callout on the right side offers free delivery on any blocks purchased. The main navigation menu includes links to 'О КОМПАНИИ', 'СТАТЬИ', 'НАГРАДЫ' (highlighted in red), 'ИНФОРМАЦИЯ О РАССРОЧКЕ', 'КОНТАКТЫ', 'Вход', and 'Регистрация'. On the left, there are filters for 'СТРОЙМАТЕРИАЛЫ' (Bricks, Dry mixes, Clinker, etc.), 'СТРАНА' (Germany, Russia, etc.), 'ЦВЕТ' (Color palette), 'ТИП' (Type: Poured, etc.), and 'ПРОИЗВОДИТЕЛЬ' (Manufacturer: Stroeher, Tegla, etc.). The central part of the page features sections for 'ВСЕГДА ЛУЧШИЕ УСЛОВИЯ' (Always best conditions) and 'ЛУЧШИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ' (Best offers), displaying various brick models with their prices (e.g., 85 R, 135.2 R, 63 R). The bottom section is labeled 'ХИТ ПРОДАЖ' (Hit of sales) and shows more brick models. A shopping cart icon in the bottom right corner indicates 5 items in the cart.

ИЗБРАННЫЕ КЕЙСЫ



DHL EXPRESS

Модуль для крупнейшей службы доставки



Решения

- Легкая установка на популярные CMS.
- Единый канал для любого клиента.

Результат

- Возможность формирования чеков, накладных.
- Инсталляция модуля за 30 минут.
- Увеличение количества клиентов DHL за счет доступности.



ИЗБРАННЫЕ КЕЙСЫ



РАМЕНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ

Учетная система для сети, состоящей из 23 розничных магазинов

Решения

- Товарный модуль.
- Финансовый модуль.
- Кассовый модуль.
- Производственный модуль.

Результат

- Наглядная система для аналитики бизнеса.
- Контроль товарного учета.
- Детальный отчет финансовых показателей.
- Единая эко-система.

Срок разработки – 1,5 года.

Мы поддерживаем и развиваем клиента более 3-х лет.

SHOPMATE

← Вернуться к «Отчётам»

Товарооборот

Введите название товара

Товар	Объем продаж	Выручка	Оборачиваемость (шт. в день)	Среднезакупочная	Рекомендуемая наценка	Цена на продажу	Действия
Кока-Кола, 1л	895	420 000 ₽	5	120	+250	152 ₽	
Фанта 1.5 л	680	380 000 ₽	7	90	+383	35 ₽	
Салфетки	490	187 000 ₽	15	75	+125	90 ₽	
Платочки носовые	639	120 000 ₽	12	68	+95	50 ₽	

1 2 3 ... 28 29 30

Товар	Объем продаж	Выручка	Оборачиваемость (шт. в день)	Среднезакупочная	Рекомендуемая наценка	Цена на продажу	Действия
Кока-Кола, 1л	895	420 000 ₽	5	120	+250	152 ₽	
Фанта 1.5 л	680	380 000 ₽	7	90	+383	35 ₽	
Салфетки	490	187 000 ₽	15	75	+125	90 ₽	
Платочки носовые	639	120 000 ₽	12	68	+95	50 ₽	

1 2 3 ... 28 29 30

ИЗБРАННЫЕ КЕЙСЫ



INPAS COMPANY

Учетная система крупнейшего дистрибутора банковского оборудования

Решения

- Объединить данные из 2-х БД (Oracle & MSSQL).
- Разработка интерфейса.
- Конструктор для построение отчетов.

Результат

- Генерирование отчетов за рекордные 1-2 минуты.
- Клиенты Inpas получили доступ к аналитике.
- Прозрачные цифры бизнеса.
- Учет оборудования.

Срок разработки – 6 месяцев.

The screenshot shows a web-based application interface for INPAS Payment Solutions. At the top, there's a navigation bar with links for 'Главная' (Home), 'Подразделения' (Departments), and user information ('Ярослав Константинов', 'Настройки' - Settings, 'Выход' - Logout). Below the navigation is a toolbar with icons for 'Отчёт по банку' (Bank Report), 'Отчёт по номеру счёта' (Report by Account Number), 'Отгруженное оборудование' (Shipped Equipment), 'Оборудование в сервисе' (Equipment in Service), 'По серийным номерам' (By Serial Numbers), and 'Все ремонты клиента' (All Client Repairs). The main content area has two search boxes: 'Поиск по банку' (Bank Search) and 'Поиск по товару' (Product Search). Below these are dropdown menus for selecting bank names and a 'Найти' (Find) button. A large section titled 'Товар се...' (Product se...) displays a table of equipment details. To the right, a sidebar shows 'Последние изменения по Сервису' (Recent changes in Service) with a list of items and their status. At the bottom, there's a footer with a 'Trackmate' logo.

ИЗБРАННЫЕ КЕЙСЫ



SAAS-РЕШЕНИЕ

Учетная система для бизнеса сферы красоты

Решения

- Календарь записей, работающий с Big Data.
- Финансовый и складской модули.
- Кассовая система.
- Полноценная CRM.

Результат

- Рост показателя рентабельности бизнеса на 30%.
- Детальная финансовая отчетность.
- Прозрачный контроль администраторов.

Срок разработки – 9 месяцев.

The screenshot displays the user interface of a SaaS application for beauty business management. The top navigation bar includes links for Главная (Home), Календарь (Calendar), Услуги (Services), Клиенты (Clients), Финансы (Finance), Склад (Warehouse), and a user profile for Antonina. Below the navigation is a header with three main categories: Отчет по услугам (Report by service), Деньги (Money), and Мастера (Masters). The main content area features several key performance indicators (KPIs) and data visualizations. On the left, there's a 'Доход' (Revenue) card showing 40 886,200 with a 'Месчный' (Monthly) breakdown and a 98% completion rate. Next to it is a 'Заказы на ус' (Orders for services) card with 275,800 new orders and a 'Заполнить профиль' (Fill profile) button. A central chart shows 'Заказы' (Orders) over time from January 3rd to January 12th, with bars for 'число заказов' (number of orders) and a line for 'оплата' (payment). To the right, a client profile for 'Antonina Stylist' is shown with an 'Обновление' (Update) status and a note about profile completion. Below the chart is a contact section with phone number 8 800 777 55 66 and email antonine@realsalon.com. A sidebar on the right provides options to 'Улучшить' (Improve) the service, add products, and manage client sessions. The bottom part of the interface shows a history of client visits and services provided, such as 'Женская стрижка' (Women's haircut) for Елена Троицкая on December 9, 2014, at 2500R. Buttons for 'Оформить' (Order) and 'Не пришел' (Not arrived) are visible for this entry. The overall design is clean and modern, using a dark header and light-colored cards for data presentation.

ИЗБРАННЫЕ КЕЙСЫ



KOSHER

Корпоративный сайт-каталог

Решения

- Создание нестандартной структуры каталога.
- Поиск всех товаров по штрихкоду.
- Подготовка контента для публикации.

Результат

- Рост обращений со стороны клиентов-производителей Департамента.
- Увеличение вовлеченности пользователей сайта х3.
- Трехкратное увеличение продаж сертифицированных продуктов.

Мы поддерживаем и развиваем клиента более 5-ти лет.

КОШЕРНЫЕ ПРОДУКТЫ

КОШЕРНЫЕ МАГАЗИНЫ

КОШЕРНЫЕ РЕСТОРАНЫ

КОШЕРНЫЕ РЕЦЕПТЫ

ЗНАКИ КОШЕРНОСТИ

НАШИ ПАРТНЕРЫ

КОШЕР СЕРТИФИКАЦИЯ-КР

Система добровольной сертификации продуктов питания

ЧТО ЭТО ТАКОЕ?

Новости

КО ВСЕМ НОВОСТЯМ >

Компания ООО «Эверест» производит кошерную продукцию

Компания ООО «Эверест» специализируется на производстве продуктов здорового питания. Работает на рынке с 2000-го года и поставляет бакалейную, диетическую, хлебобулочную продукцию под торговой маркой «ОГОНЬ». После проверки продукции на соблюдение ...

31 декабря 2016

Продукция «таманский завод по переработке маслосемян» признана кошерной

После проверки производства компании «таманский завод по переработке маслосемян» специалисты Департамента кашрута при Главном раввинате России выяснили, что переработка маслосемян производство данной компании растительных масел отвечает всем нормам ...

18 ноября 2016

Компании ЗАО «Агропродукт» был выдан сертификат кашрута

ЗАО «Агропродукт» получил сертификат кошерности на некоторые виды выпускаемой продукции, которым удостоверяется, что продукция производится под контролем Департамента кашрута при Главном раввинате России.

01 октября 2016

ИЗБРАННЫЕ КЕЙСЫ



ART LAND STUDIO

Корпоративный сайт



Решения

- Адаптивный сайт.
- Удобная навигация для потенциального клиента.

Результат

- Снижение нагрузки на отдел продаж за счет доступности ассортимента в онлайне.
- Увеличение продаж ассортиментной матрицы за счет наглядного каталога товаров и услуг

The screenshot displays the homepage of the ART LAND STUDIO website. At the top right is a phone icon with the number +7 495 287-47-87. The main navigation menu includes 'MENU', 'Работы' (Works), 'Услуги' (Services), 'Команда' (Team), and a search bar. Below the menu, there's a large image of a modern interior. The page features a grid of four service categories: 'Designing' (with a sub-image of a living room), 'Building' (with a sub-image of a kitchen), 'Consultation' (with a sub-image of a meeting room), and 'Management' (with a sub-image of an office). Each service card includes a yellow 'Подробнее' (More details) button. The footer contains sections for 'Работы' (Works), 'Услуги' (Services), 'Команда' (Team), and 'Контакты' (Contacts).

ИЗБРАННЫЕ КЕЙСЫ



KOSHER

Мобильное приложение для iOS и Android

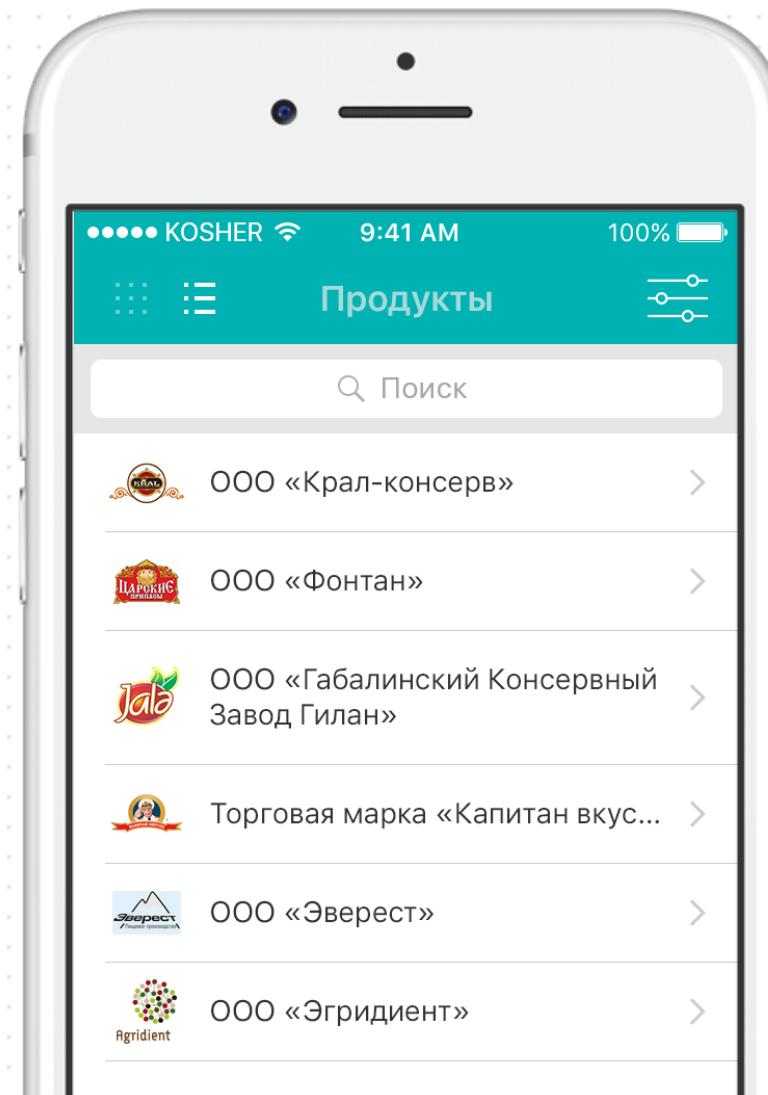


Решения

- Удобное представление информации сайта в мобильном приложении.
- Поиск всех товаров по штрихкоду с помощью сканера.

Результат

- Рост обращений со стороны клиентов-производителей Департамента.
- Увеличение LTV пользователя.
- Трехкратное увеличение продаж сертифицированных продуктов.



ИЗБРАННЫЕ КЕЙСЫ



SUZY WONG

Мобильное приложение химчистки для iOS и Android



Решения

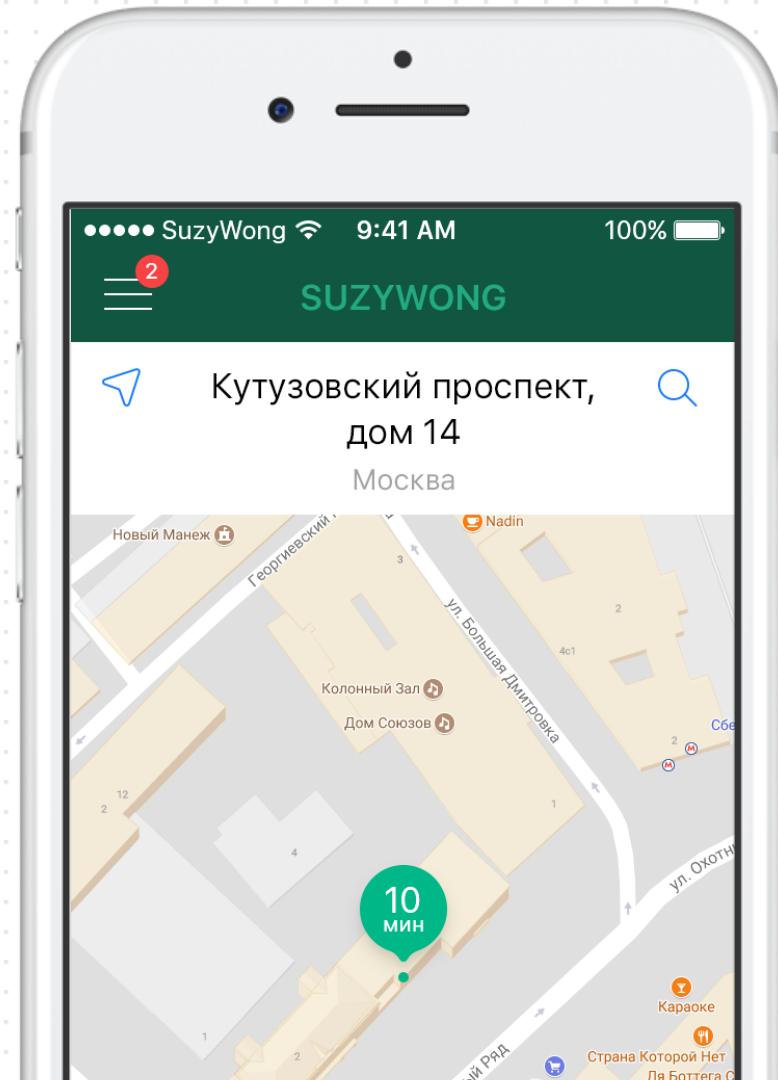
- Вызов водителя в «один клик».
- Интеграция личного кабинета с учетным ПО.
- Автоматизация процесса приема заказа.

Результат

- Количество удаленных клиентов увеличилось в 7 раз.
- Средний LTV пользователя – 12.
- Омниканальный трафик – 17%.
- Рост b2b-направления бизнеса – 25%.

Срок разработки – 9 месяцев.

Мы поддерживаем и развиваем клиента более 2-х лет.



ИЗБРАННЫЕ КЕЙСЫ



LEROY MERLIN

Единая коммуникационная стратегия

Проблема

Отсутствие объединяющей коммуникационной стратегии, в которой взаимодействуют все площадки бренда.
Медленная и неструктурированная обратная связь.

Решение

Спроектировать и запустить digital-инфраструктуру бренда, включающую в себя: страницы в социальных сетях, мессенджеры, сайт, YouTube, блог.

Результаты

1 615

Обращений, которые
были решены в соцсетях
за 2 месяца работы.

на 396

Вырос онлайн-трафик
из соцсетей по сравнению
с предыдущим месяцем.



ИЗБРАННЫЕ КЕЙСЫ



POLARIS

Продвижение всего ассортимента товаров компании

Проблема

Отсутствие стратегии с учетом встраивания в контент промоушена не только техники для кухни, но и других категорий: техника для дома, уход за волосами и уход за телом, посуда, климатическое оборудование.

Решенные задачи

- Стать лидером (топ-3) по охвату и вовлеченности ЦА в социальных сетях.
- Увеличение brand awareness.
- Продвижение фокусного ассортимента. Рост продаж.

Замысел креативной идеи «Тайная жизнь домашних приборов» заключается в оживлении товаров бренда, отражая уникальный характер и особенности каждого прибора. Также стратегия позволяет продемонстрировать аудитории разнообразие продуктов Polaris.

9 млн.

Общий охват в соцсетях за 3 месяца.

351

Обращений, которые были решены через соцсети.

76 тыс.

Реакций от пользователей за 3 месяца.



Посмотреть пример на Facebook –



ИЗБРАННЫЕ КЕЙСЫ



VEGETA

Повышение активности бренда в соцсетях



Проблема

Низкая активность бренда в социальных сетях по сравнению с конкурентами, отсутствие ядра активных и заинтересованных пользователей.

Решенные задачи

- Привлечь в группу активных заинтересованных пользователей.
- Увеличить узнаваемость бренда среди ЦА.
- Увеличить количество и качество вовлеченности подписчиков сообщества бренда.

Была сформулирована стратегическая задача: привлечь в группы лояльных бренду пользователей. Креативная идея «Твой кулинарный талант» эмоционально обыгрывает пять базовых преимуществ приправ: просто, быстро, вкусно, разнообразно и полезно. На этих пяти составляющих был выстроен рубрикатор для социальных сетей.

1,9 млн.

х44,5 раз

127 тыс.

Общий охват в соцсетях за 4 месяца.

Увеличилось количество подписчиков.

Пользователей просмотрели видео и лайфхаки.



ИЗБРАННЫЕ КЕЙСЫ



АЛЬФА-БАНК

HR-продвижение банка



Проблема

Банки утратили свою привлекательность как место работы для молодых креативных кадров, так как сложился прочный стереотип «работать в банке – это скучно».

Решенные задачи

- Сформировать имидж банка как желаемого работодателя.
- Обеспечить поток качественных кадров.
- Заслужить лояльность сотрудников.

Специально для социальных сетей мы разработали идею «Действуй чтобы победить». На первом этапе, упор был сделан на формировании ядра активных пользователей среди действующих сотрудников компании. Для чего использовались вовлекающие конкурсы, стикеры и интервью. На втором этапе фокус сместился в сторону привлечения новых сотрудников.

Результаты

103 тыс.

Количество вовлеченных пользователей.

1,4 млн.

Общий охват кампании в соцсетях.

12%

Посетителей сайта заполняли резюме, переходя из соцсетей.



Посмотреть пример на Facebook –



ИЗБРАННЫЕ КЕЙСЫ



МУЗТОРГ

Продвижение главного музыкального магазина России

Проблема

Низкая активность подписчиков в социальных сетях, отсутствие ядра активных заинтересованных пользователей.

Решенные задачи

- Разработать единую креативную концепцию для всех сообществ для того, чтобы сплотить лидеров мнений.
- Оптимизировать стоимость привлечения пользователя.
- Увеличить конверсию в продажи из соцсетей.

Мы разработали и предложили единую объединяющую идею «Стань легендой Музторга». Подписчики Музторга получили шанс «стать легендой» проявляя активность в сообществе. Учитываются все действия: лайки, share, репосты, участие в конкурсах, комментарии. Каждый месяц с помощью IQ Buzz мы определяем лидера рейтинга пользователей и размещаем его на обложке сообщества.

на 179%

Выросло кол-во вовлеченных пользователей в Facebook.

Результаты

4,1 млн

Контактов, это общий охват кампании за 4 месяца.

на 63,6%

Увеличилось кол-во комментариев в сообществе бренда в VK.



Посмотреть пример на Facebook -



ИЗБРАННЫЕ КЕЙСЫ



Делимобиль

Задача

Управление репутацией и обработка запросов пользователей.

Решенные задачи

Агентство автоматизировало поиск упоминаний бренда в социальных сетях и довела время 1й реакции на сообщения пользователей до 10 минут. Полученная обратная связь передается клиенту для улучшения сервиса компании.



Задача

Донесение ЦА информации о необходимости оформления Паспорта Болельщика и предотвращение негативных реакций.

Решенные задачи

Автоматический мониторинг упоминаний на 6 языках, реагирование на негативные упоминания от агентов влияния и посев необходимой информации на значимых ресурсах.



Центр Внедрения
ПРОТЕК

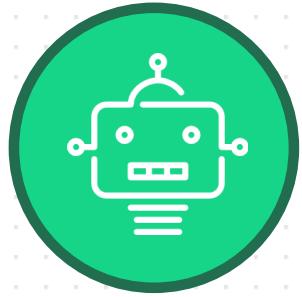
Задача

Поддержка новых и существующих продуктов компании.

Решенные задачи

Посев необходимой информации и ведение диалога с целевой аудитории. Создание развернутых обзоров на продукты компании и публикация их на релевантных ресурсах.

ТРЕНДЫ SOCIAL MEDIA 2017



ЭПОХА
ЧАТ-БОТОВ



БУМ ВИДЕО
КОНТЕНТА



LIVE STREAMING
НАБИРАЕТ ОБОРОТЫ



РАСШИРЕНИЕ
ФОРМАТОВ



УВЕЛИЧЕНИЕ ДОЛИ
ТРАФИКА МОБАЙЛА
НАД ДЕСКТОПОМ



СТРЕМИТЕЛЬНЫЙ
РОСТ AD BLOCK

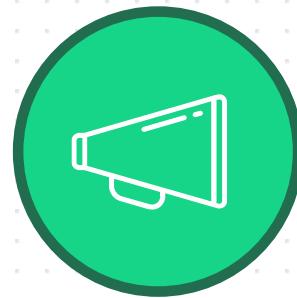


UGC – НОВЫЙ
ФОРМАТ НАТИВА

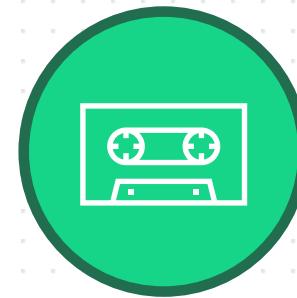
PR И МАРКЕТИНГ



CREATIVE
PRODUCTION



MEDIA
RELATIONS



EVENTS

CREATIVE PRODUCTION



NATURA SIBERICA

Производство журнала



CREATIVE PRODUCTION



FIELMANN

Креативная фотосъемка
рекламной кампании



EVENTS



PHILIPS

Пресс-ивент



EVENTS



MOSCHINO

Celebrity активация





ODRI

Публикации в СМИ

ELLE специальный проект
«Не бойтесь глубоких вырезов и глубоких чулок – это точное попадание в цель»

ВРЕМЯ ОТКРЫТОЕ
Одна французская леди заявила: «Люди восхищаются мое тело, но покоряет их кокетство»

Каждое десятилетие XX века ознаменовано яркими личностями. Одна из которых – французская модель Odri. Одри Клер – одна из самых красивых женщин мира. Она изображена на обложке журнала Elle в 1950 году, а также на страницах многих других изданий. Одри Клер – одна из самых красивых женщин мира. Одри Клер – одна из самых красивых женщин мира.

Фото: Татьяна Борисова

ИНОННІГ
ЧИСТАЯ СУББОТА
Удобные топы с белым инспирированы из мебельного текстиля. Идеально для танцев.

ИНОННІГ
ТРЕЙЧ Воскресные дни в Ким Кардашян и «90% недель» – с новыми и интересными из жизни людей. Собаки и даже приватные

Фото: Татьяна Борисова

marie claire
Финляндия. Зима
Новая рекламная кампания ODRI

Фото: Татьяна Борисова

VOGUE FNO
Игровая футболка Odri

Фото: Татьяна Борисова



BELKACAR

Публикации в СМИ

VC.RU Стартапы Интерфейс

25 октября 2016, 19:21 · Андрей Б.

Пятый оператор каршеринга зашел в Москву с сотней авто

В Москве запустился новый сервис каршеринга BelkaCar. Он стал вторым по количеству запущенным при поддержке правительства Москвы. Оператор каршеринга BelkaCar начал свою работу в столице в сентябре 2016 года. Всего в городе уже работают пять компаний: «Делимобиль», «Маршрут», «Городской автомобиль», «СитиМобайл» и «Белка Каршеринг». Каждая из них имеет свои особенности и преимущества. Так, например, «Делимобиль» предоставляет автомобили для аренды на длительный срок, в то время как BelkaCar предлагает услуги на часы. А вот «Городской автомобиль» специализируется на предоставлении автомобилей для корпоративных клиентов. Всего же в Москве уже насчитывается более 100 автомобилей для аренды, что делает город одним из самых активных в сфере каршеринга.



The Village москва / москва 22.0°
новости город люди бизнес развлечения еда

25 октября в Москве запустился новый сервис поминутной аренды автомобилей BelkaCar.

Онлайн-каршеринг предлагает арендовать автомобили Kia Rio. Минута в пути в новом каршеринге стоит восемь рублей, а стоимость — одна рубль. Суммарный бризморг может обходиться в 1,2 тысячи рублей. В эту сумму включены парковка, бензин, налоги и страховка.



m24.ru сетевое издание
СЕГОДНЯ / ЗНАТЬ / СМОТРЕТЬ / ЧИТАТЬ / ОДНО
Сегодня На районе Правила города Московский патруль Москва онлайн Масленица

Пятый оператор каршеринга появился в столице



infiniti Daily Города Кино Еда Мозг Красота Технологии Инфопорно Москва

25 октября

В Москве начал работать каршеринг BelkaCar



TBUTV NASTROENIE.TV ТЕЛЕКАНАЛ НОВОСТИ

ТЕМЫ Сирийский конфликт Выборы президента США Тверская, 13 От редакции Итоги голосования

15.32, 25 ОКТЯБРЯ 2016: В Москве появился новый оператор каршеринга



tass информационное агентство россии Северо-Запад

25 октября 2016, 19:21 · Андрей Б.

В Москве запустился новый сервис поминутной аренды автомобиля BelkaCar



Cosmopolitan СОЗМОНОКУРС НОВОСТИ МОДА КРАСОТА ЗВЕЗДЫ СЕКС ФОРУМ

Стиль жизни

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



ДМИТРИЙ КАЛАШНИКОВ

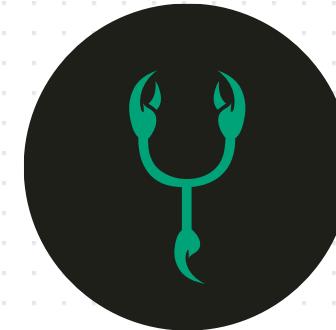
ВАШ МЕНЕДЖЕР



+7 (917) 503-73-32

dima@yadadya.com

www.yadadya.com



Я.CREATIONS

КОНТАКТЫ АГЕНТСТВА



+7 (495) 374-58-11

info@yadadya.com