

Брендинговое агентство, с которым легко расти

Бренд — не картинка, а решение для бизнеса

Помогаем бизнесу находить точки роста и выделяться среди конкурентов.
Разрабатываем стратегию бренда, позиционирование, нейминг, айдентику
и дизайн упаковки — от понимания задачи до целостной системы решений.

trava®

Trava — стратегия и дизайн в одной системе

Создаём и развиваем бренды на основе задач бизнеса.
Помогаем находить точки роста, усиливать отличия
от конкурентов и определять, какие изменения
действительно нужны бренду.

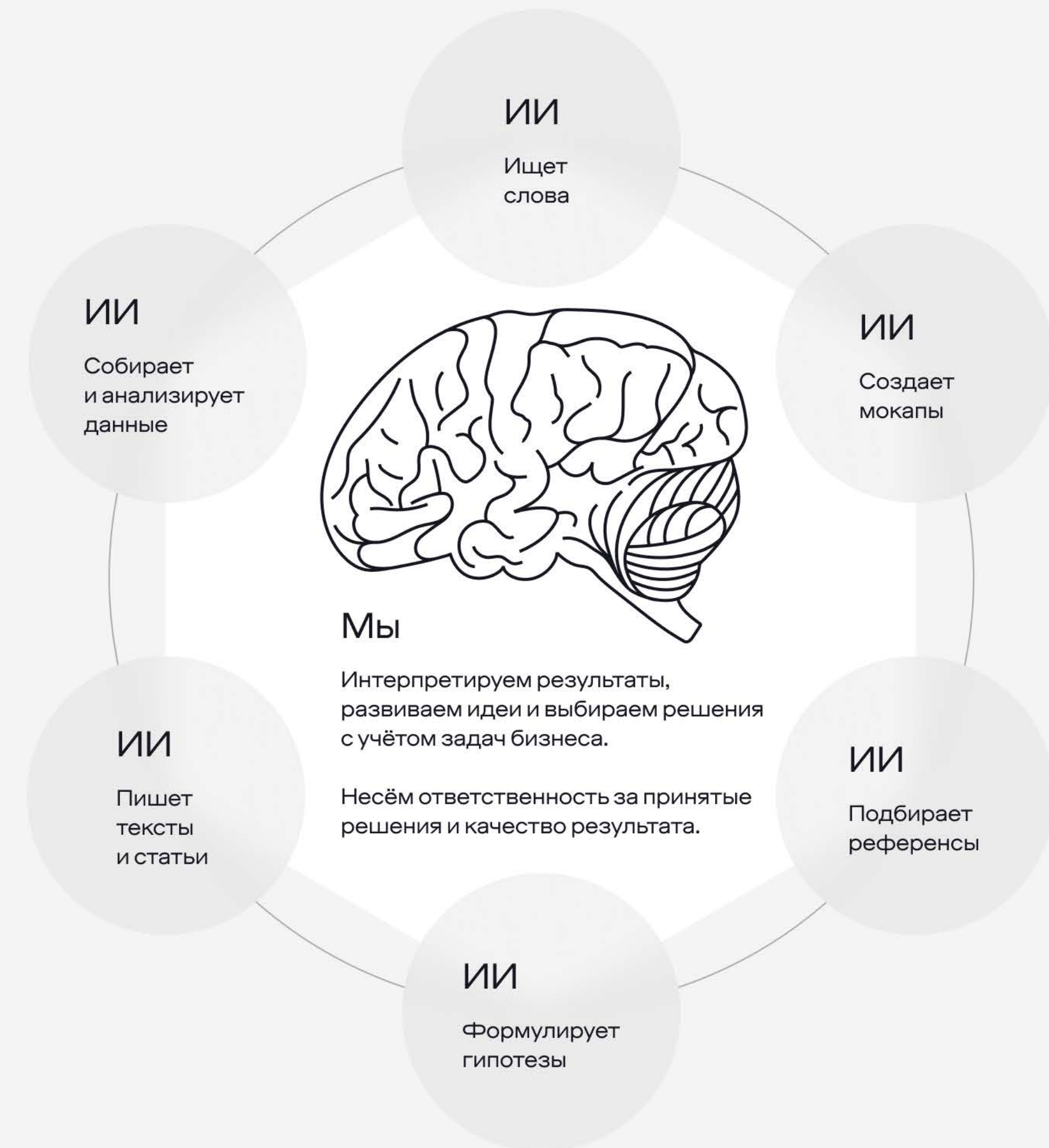
Три принципа
нашей работы:



ИИ работает на нас, а не вместо нас

Мы используем ИИ как инструмент, а не замену команде. Это позволяет нам быстрее разрабатывать проекты и предлагать клиентам более выгодную стоимость.

«Чтобы ИИ работал на результат, мы чётко формулируем задачи, составляем точные промпты, проверяем достоверность и качество полученных результатов».



Мария Инженер
Бренд-стратег

Достижения

🏆 Бронза «На уровне идеи».
Шорт-листы фестивалей «Sreda», «Silver Mercury»,
«G8» и «На уровне идеи». Публикации в мировых
сообществах World Brand Design Society и The BTW.



brand hub®

Топ-8

брендинговых
агентств
в Новосибирске



Топ-3

агентств
по неймингу
в Новосибирске



Топ-5

агентств
по дизайну
упаковки
в Новосибирске



'26

2 место

В рейтинге
Брендинг: Новосибирск и область
Поздравляем:
Trava

Руководитель проекта:
Сергей Бесыбайков
Главный редактор:
Анатолий Демисов



'26

3 место

В рейтинге
Брендинг: Строительство, ремонт:
Производство оборудования,
материалов, инструментов и т.п.
Поздравляем:
Trava

Руководитель проекта:
Сергей Бесыбайков
Главный редактор:
Анатолий Демисов



'26

6 место

В рейтинге
Брендинг: Образование, обучение
Поздравляем:
Trava

Руководитель проекта:
Сергей Бесыбайков
Главный редактор:
Анатолий Демисов



'26

34 место

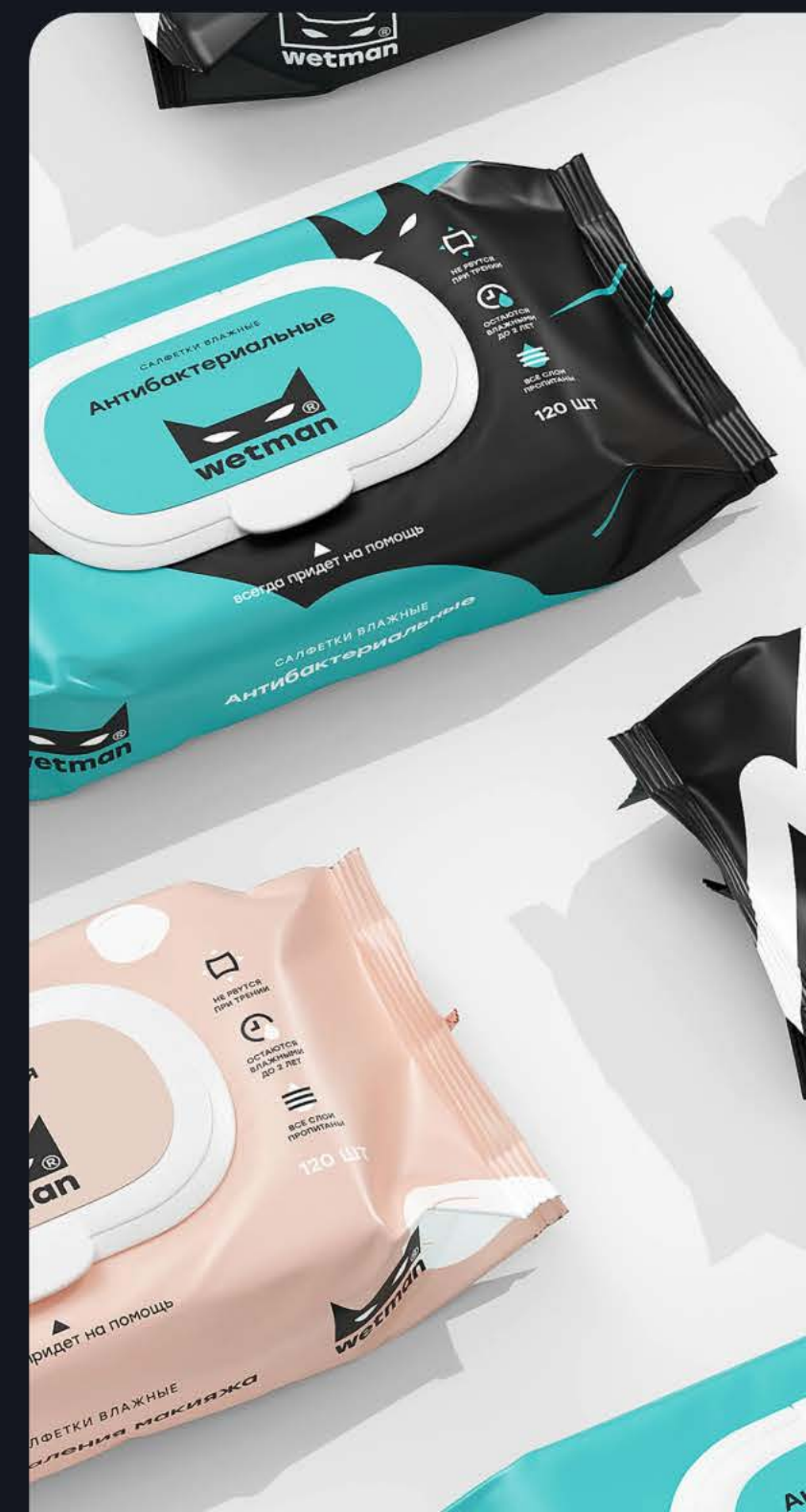
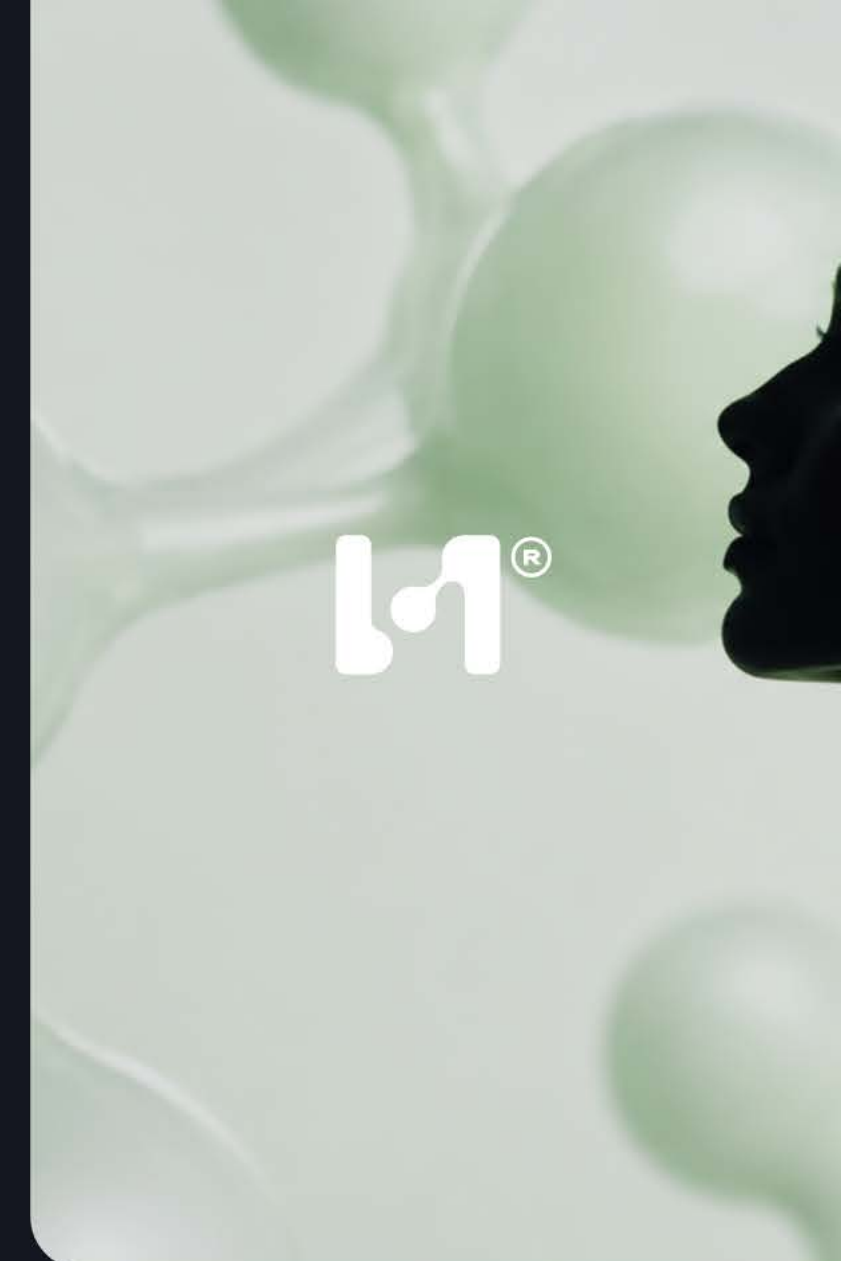
В рейтинге
Брендинг
Поздравляем:
Trava

Руководитель проекта:
Сергей Бесыбайков
Главный редактор:
Анатолий Демисов

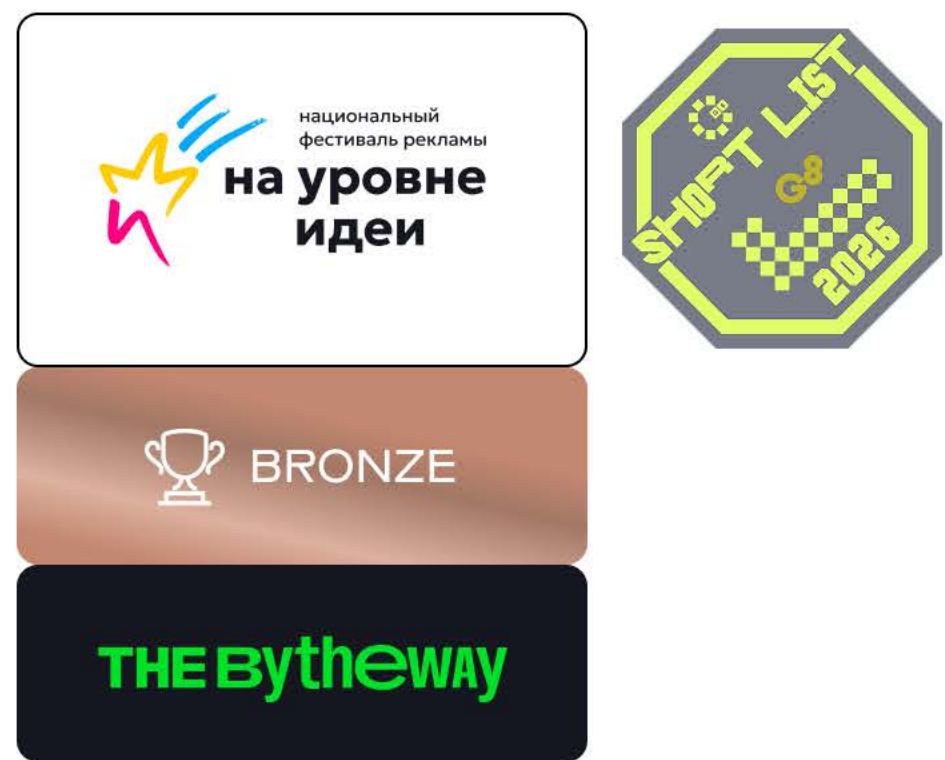
Проекты

Работаем с проектами в сегментах B2B и B2C — от стратегии до визуальной реализации.

FMCG
Девелопмент
Ритейл
Красота и здоровье
BioTech
Образование
Нефтегазовая отрасль
Производство



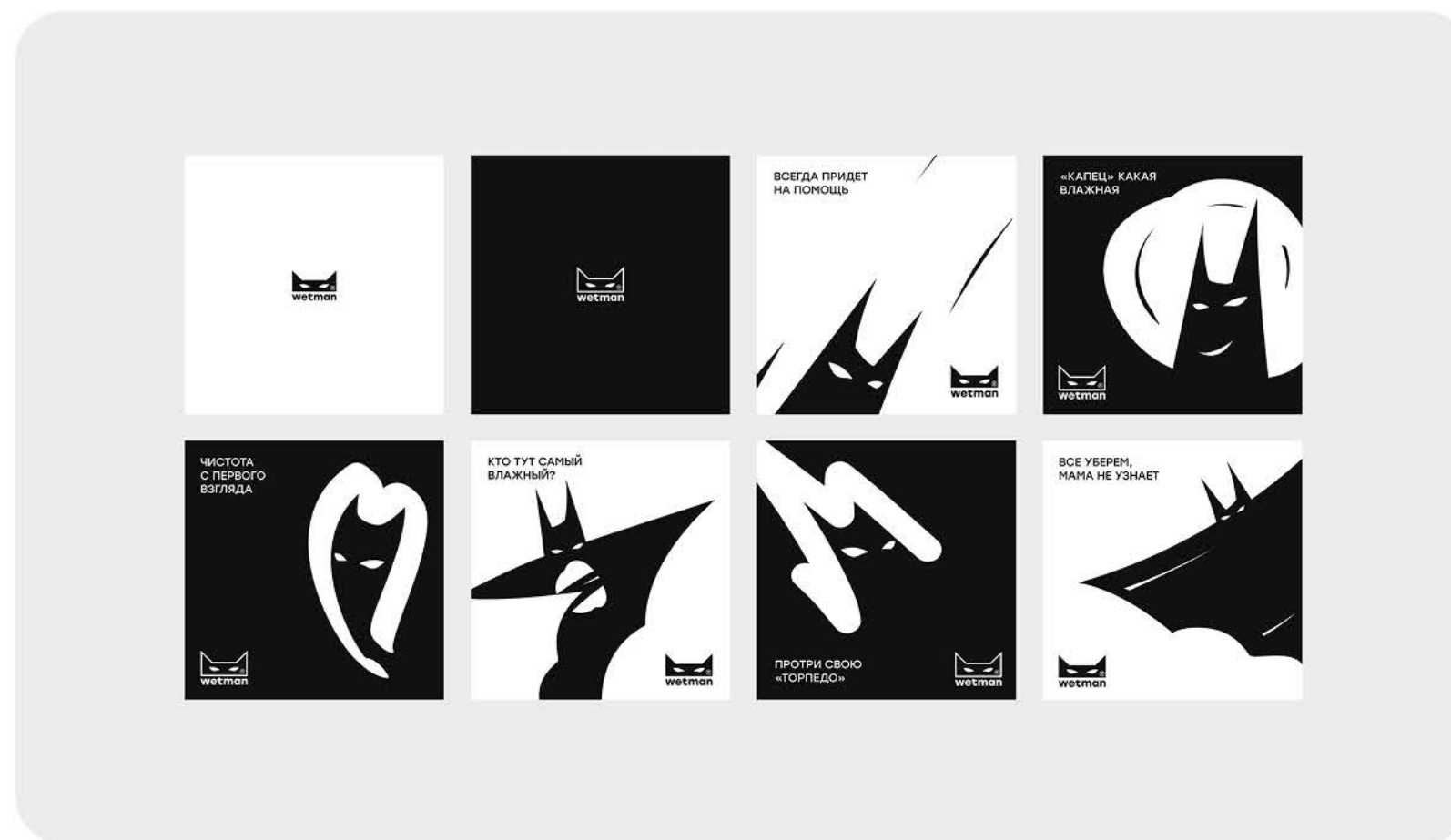
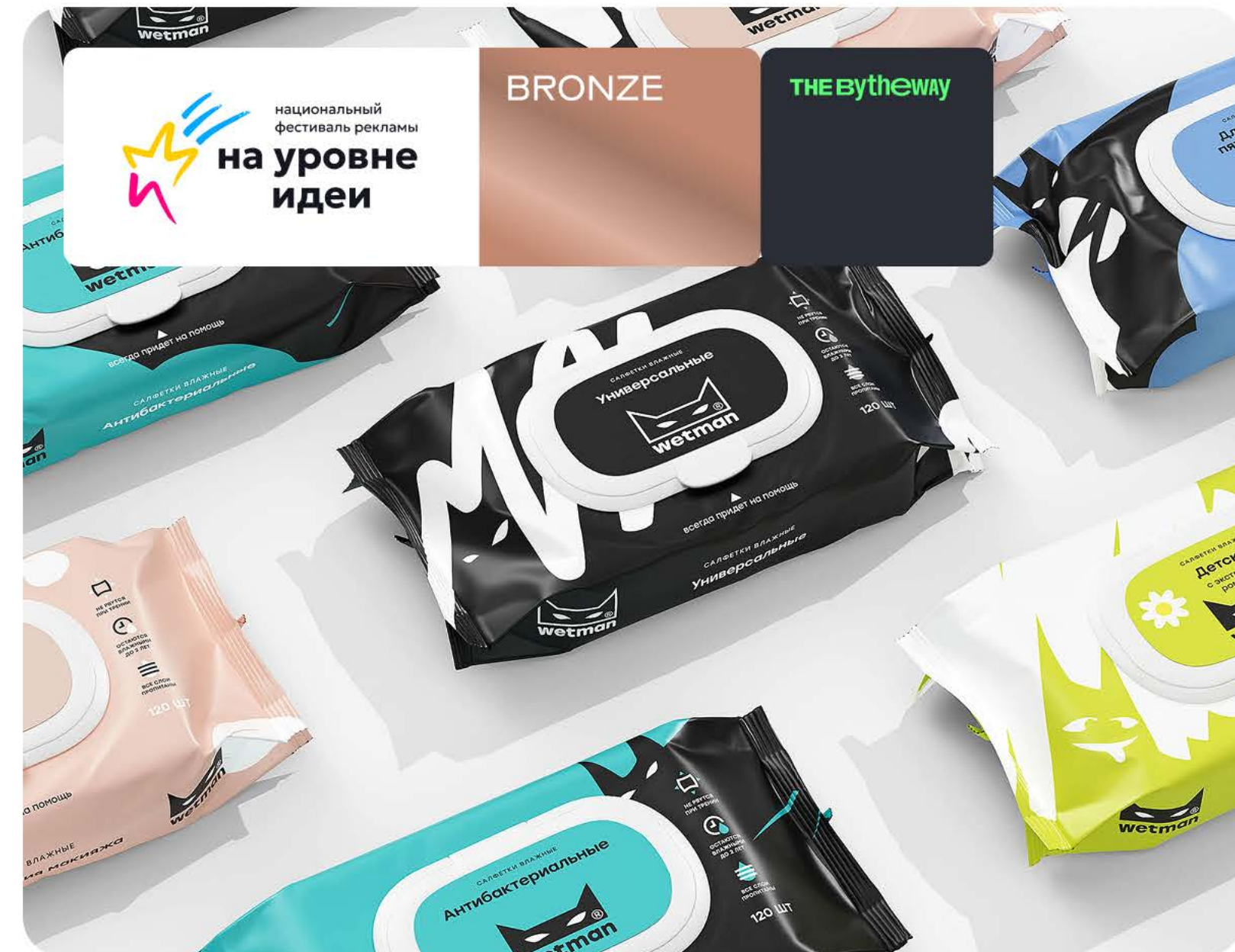
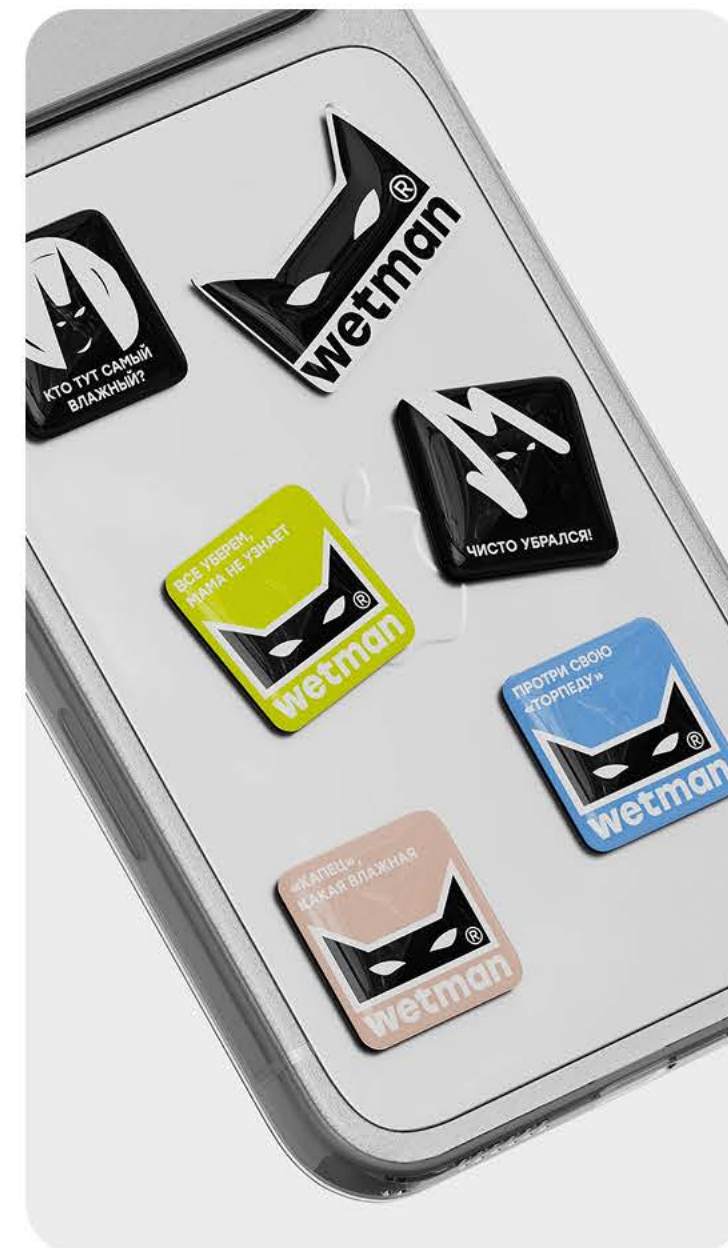
Wetman



Цель проекта: Разработка бренда для линейки влажных салфеток (детские, универсальные, антибактериальные, для снятия макияжа, для удаления пятен) с потенциалом расширения SKU. Каналы сбыта: маркетплейсы. Бизнес-задачи: конкурировать с лидерами рынка по цене, выделяясь за счет визуала и улучшенных потребительских свойств.



Смотреть видео-презентацию проекта



Рыбсовет



SHORTLIST

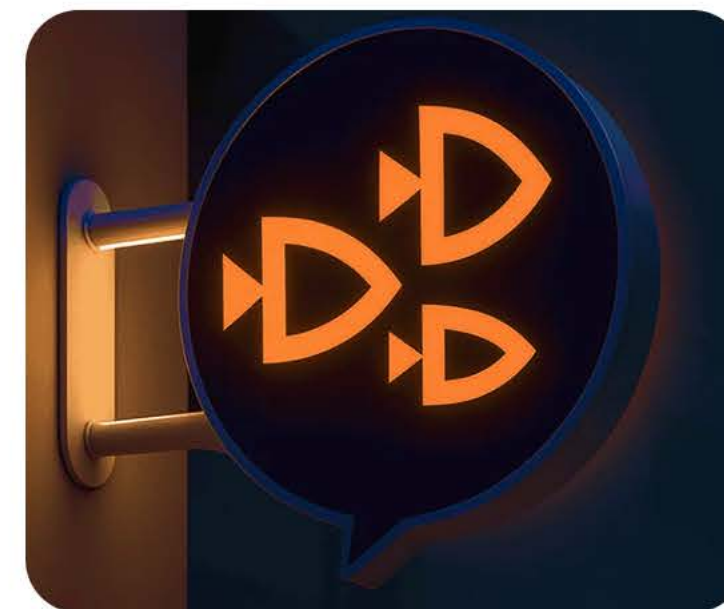
За годы работы бизнес наладил все процессы и заработал хорошую репутацию. Но клиент понимал: чтобы развиваться дальше и укреплять позиции в новых городах, нам нужен был сильный бренд. Мы с энтузиазмом взялись за этот проект и выстроили бренд-концепцию от А до Я. И у нас получилось!



Смотреть видео-презентацию проекта

Плавали.
Знаем толк
в рыбе

Расскажем
про все
Fishки



Прядильная вечерка



SHORTLIST

Прядильная вечерка — фестиваль, призванный привлечь внимание к исчезающей Урюпинской козе, возродить традиции, развить туризм в регионе и вернуть интерес к теплым изделиям местных промыслов. Задача айдентики: рассказать о фестивале, сформировать образ, который выделит его среди других событий региона и станет узнаваемым для гостей города.



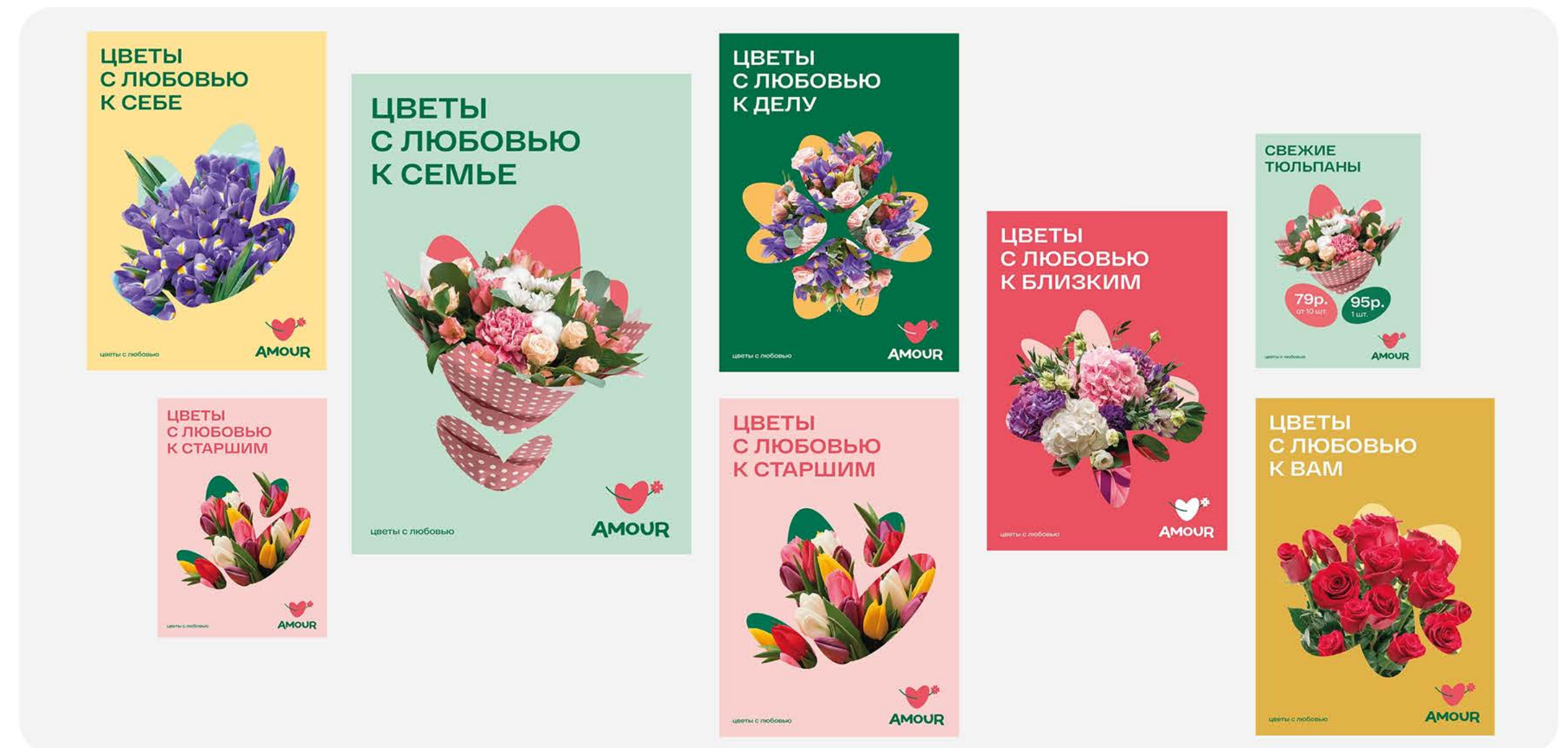
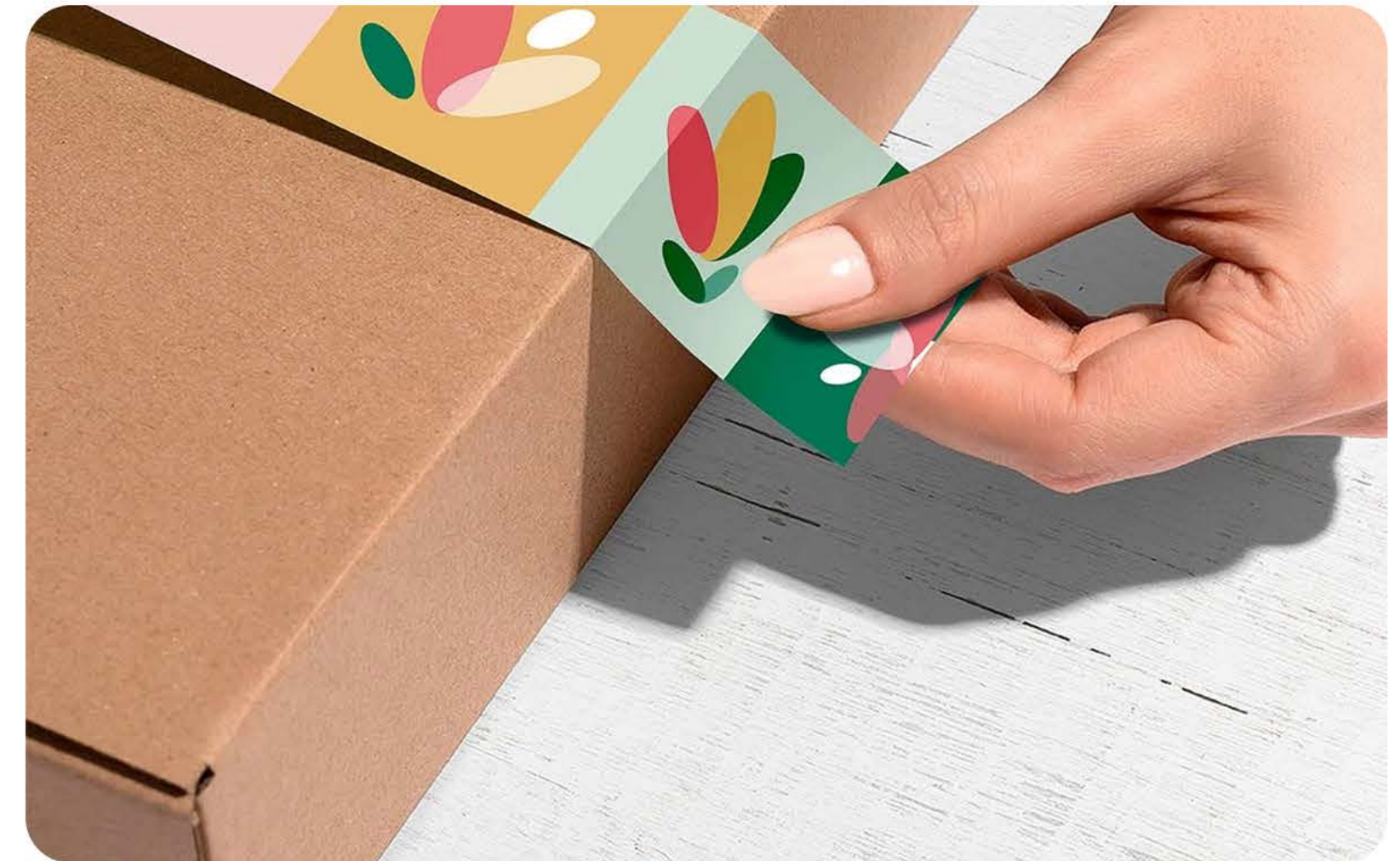
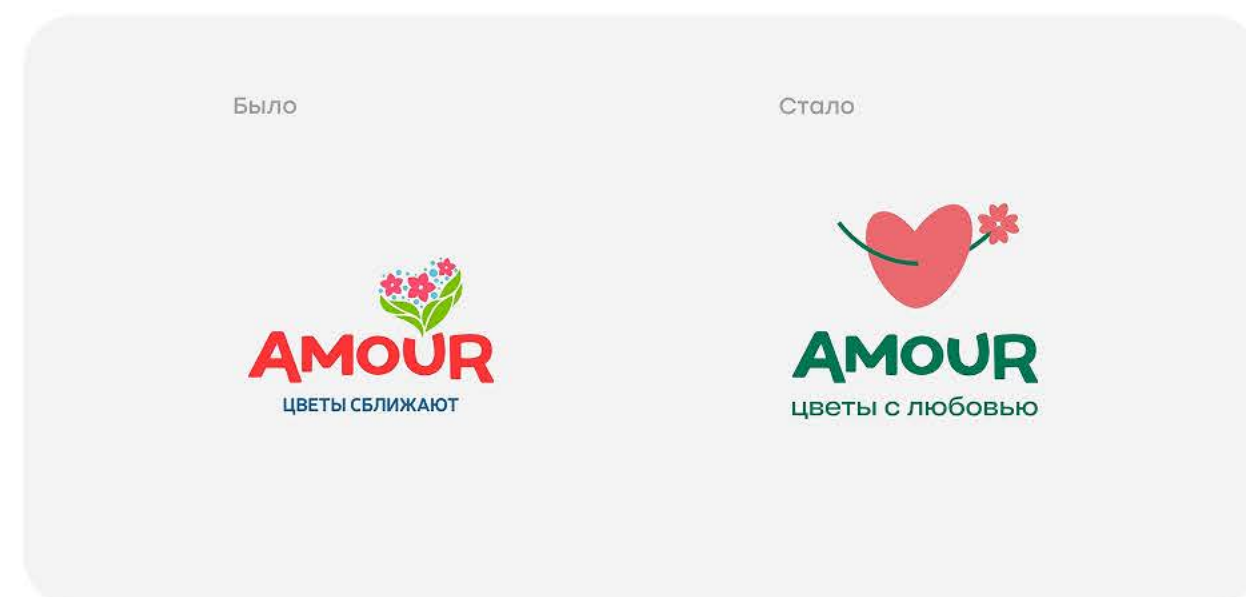
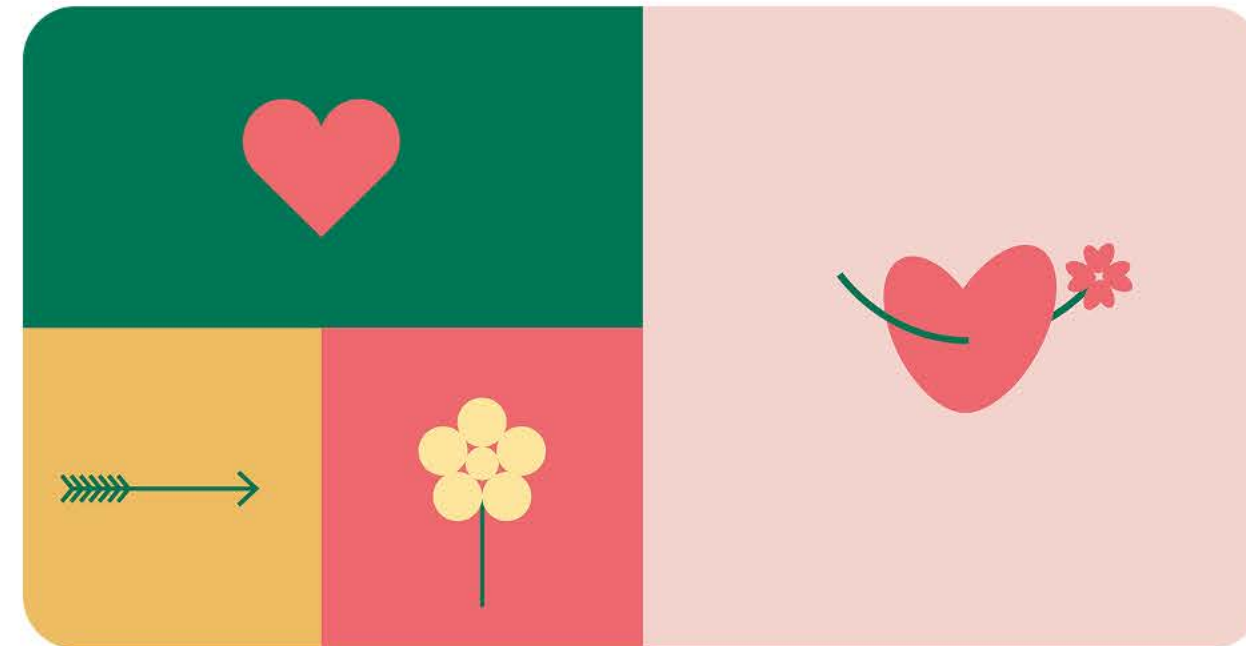
Смотреть видео-презентацию проекта



Amour



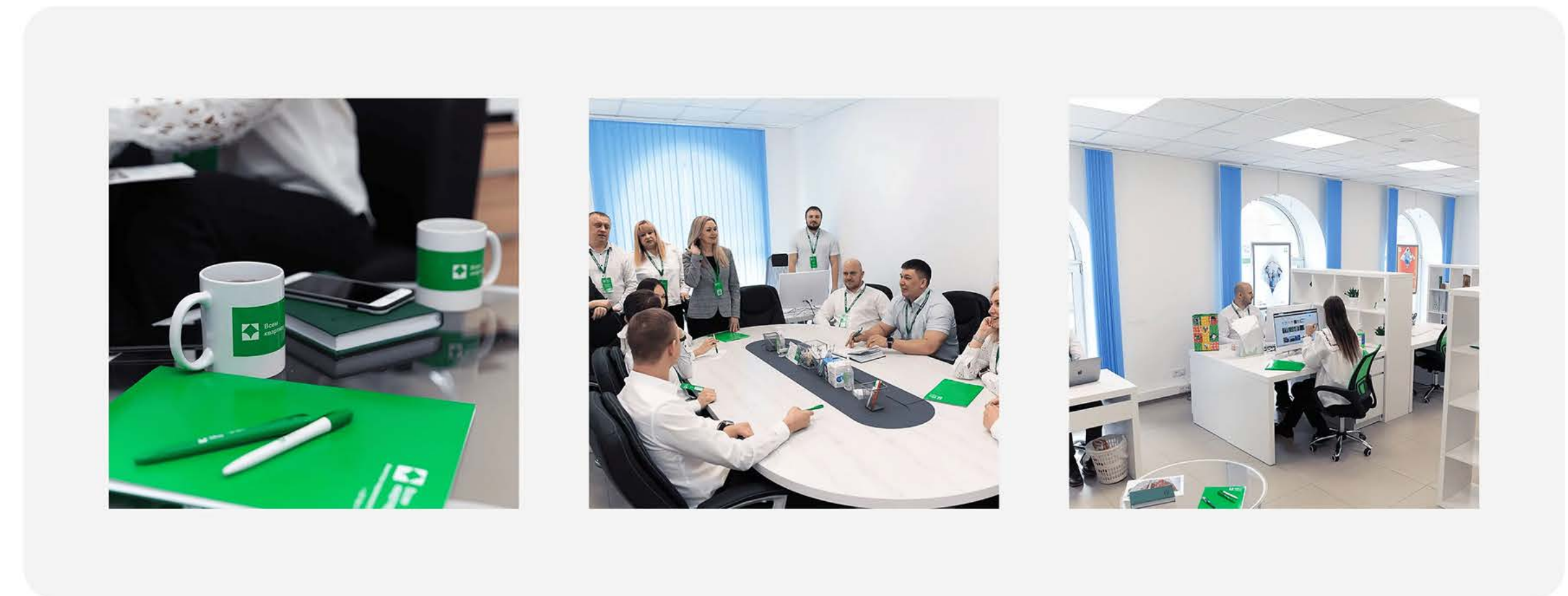
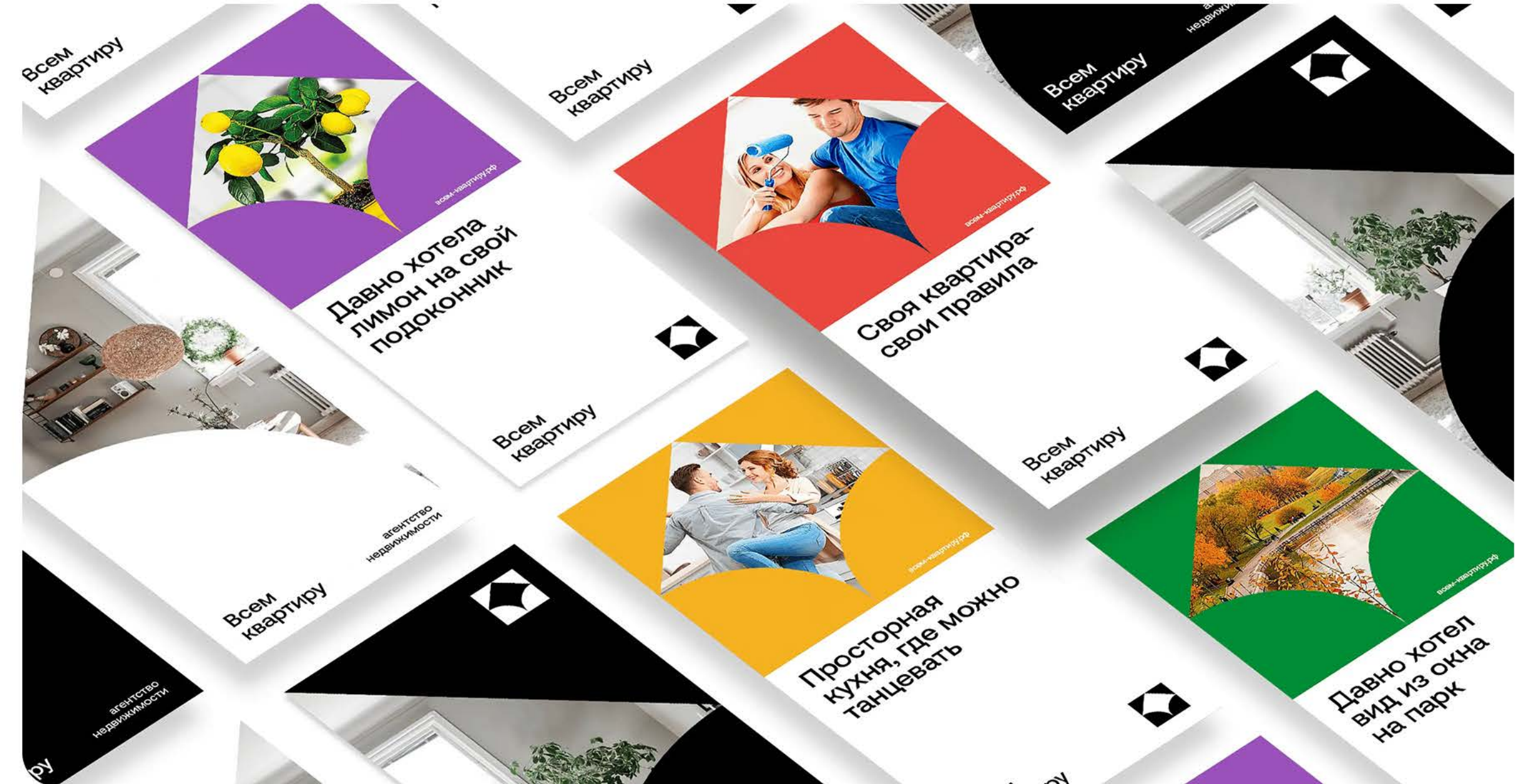
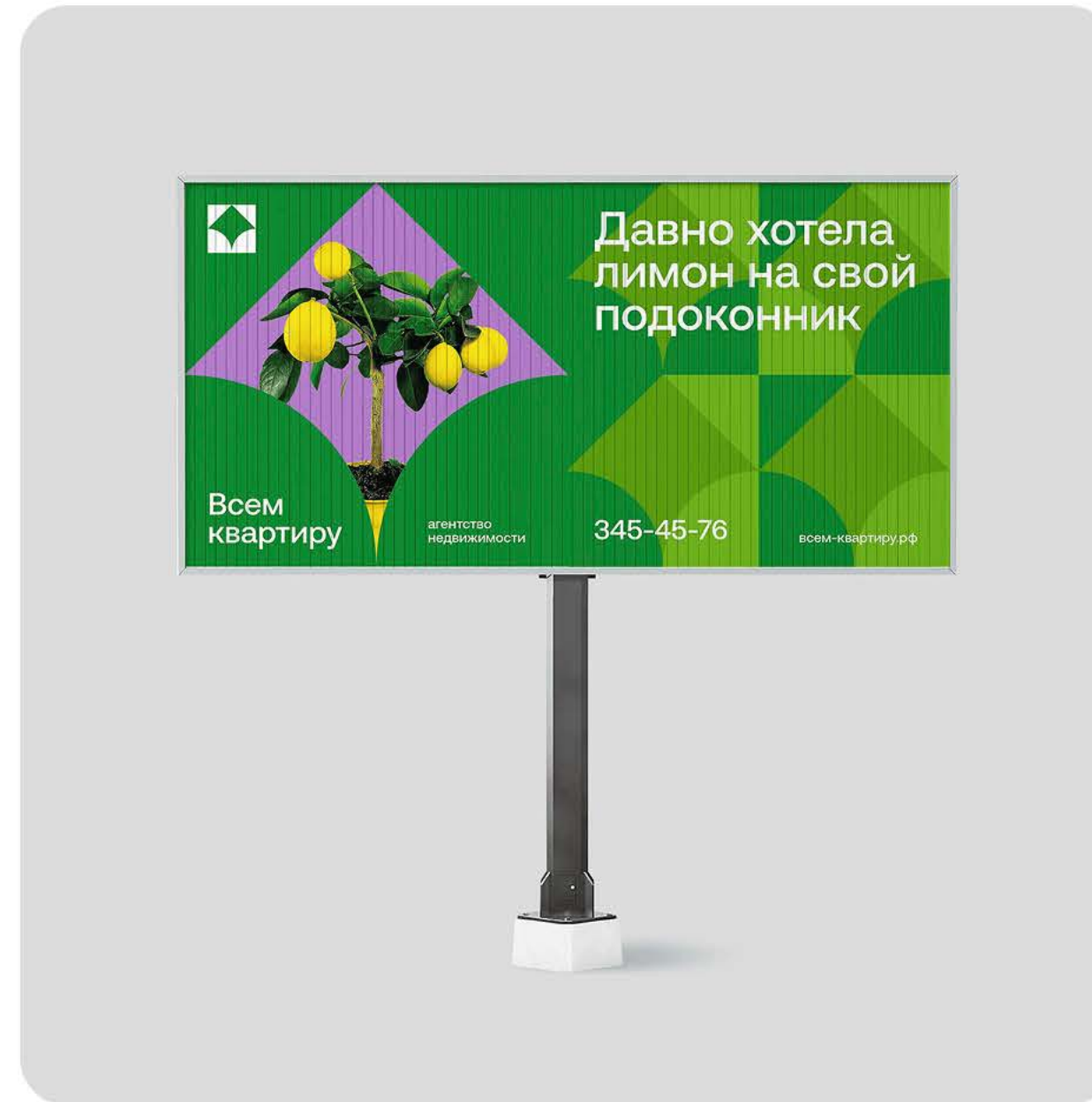
Ребрендинг существующей на рынке сети цветочных магазинов «Amour». Ключ к сердцу клиента лежит через сервис и внимание к деталям. В ходе исследования мы поняли, что наша сильная сторона — сервис. Его качество обуславливаются любовью компании к клиенту и к цветам.

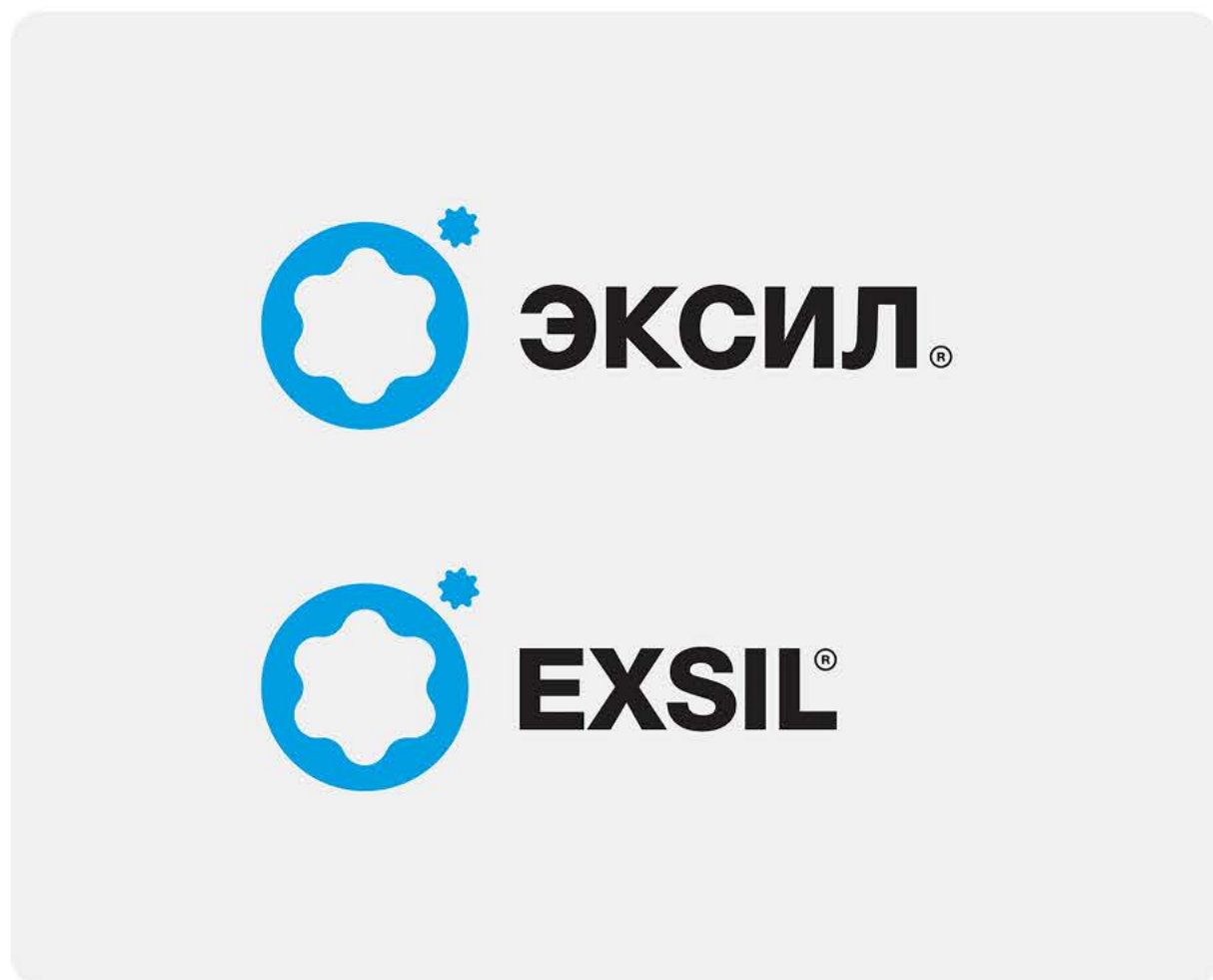


Всем квартиру



В основе визуальной идеи лежит окно как образ квартиры, уюта, своего угла. На оконных подоконниках стоят цветы, лежат коты и вообще без окон квартира — просто стены. Логотип это и окно, и шторы и крыша над головой. Визуальная система строится из знака и развивается в динамичную графику, которая может как собираться в единую дизайн систему, образуя паттерн, так и жить отдельными элементами.





Газойл

Эксил

Задача:

Создать бренд топлива для крупнейшей сети газовых и многотопливных АЗС Сибири «Газойл»: разработать название с возможностью регистрации и визуальную идентификацию.

Решение:

Концепция «функциональная польза продукта». Название «Эксил»: звучит как западное (престиж, качество), ассоциируется с мировыми брендами вроде Mobil и Exxon, но легко читается и запоминается на русском. Визуальная идея — ключевое обещание: увеличение мощности двигателя.

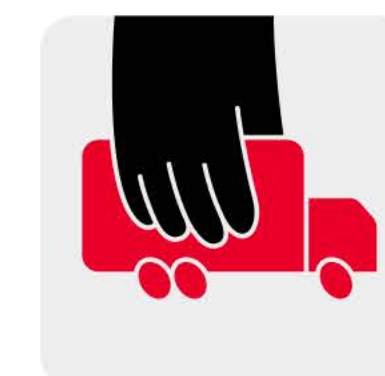
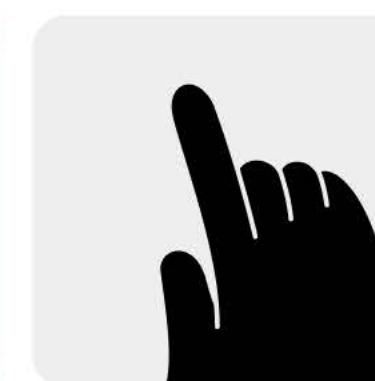
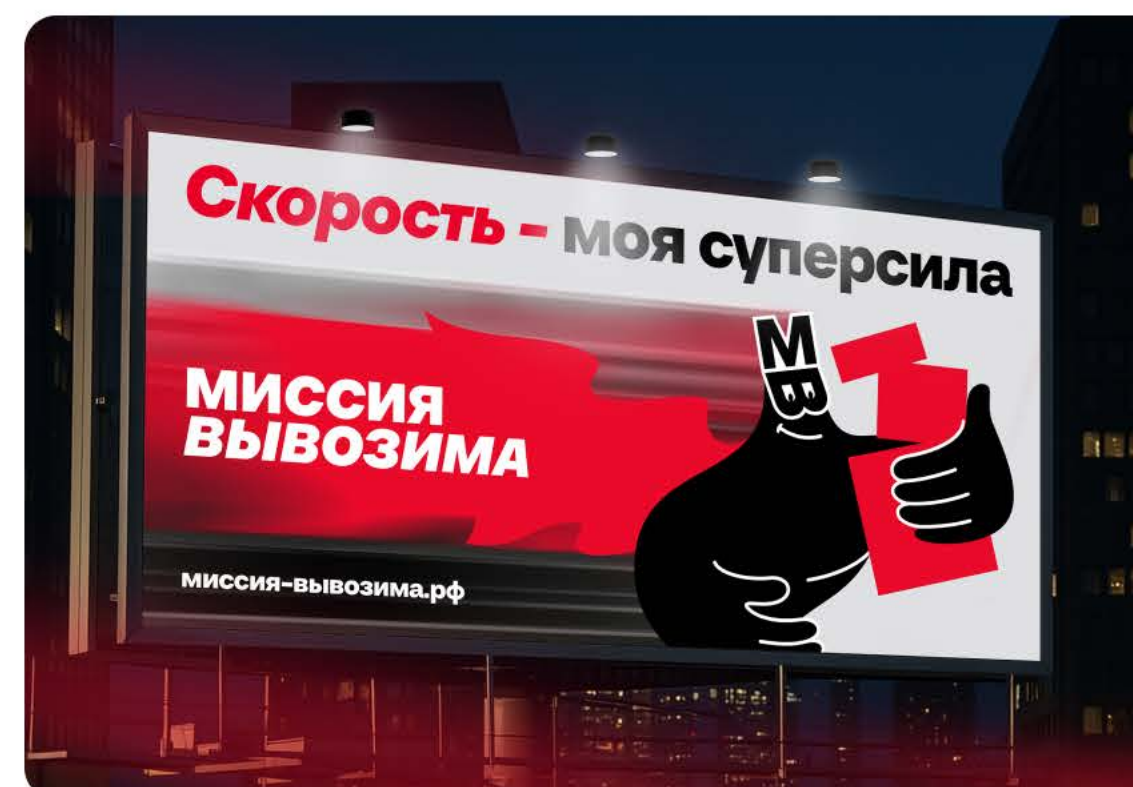
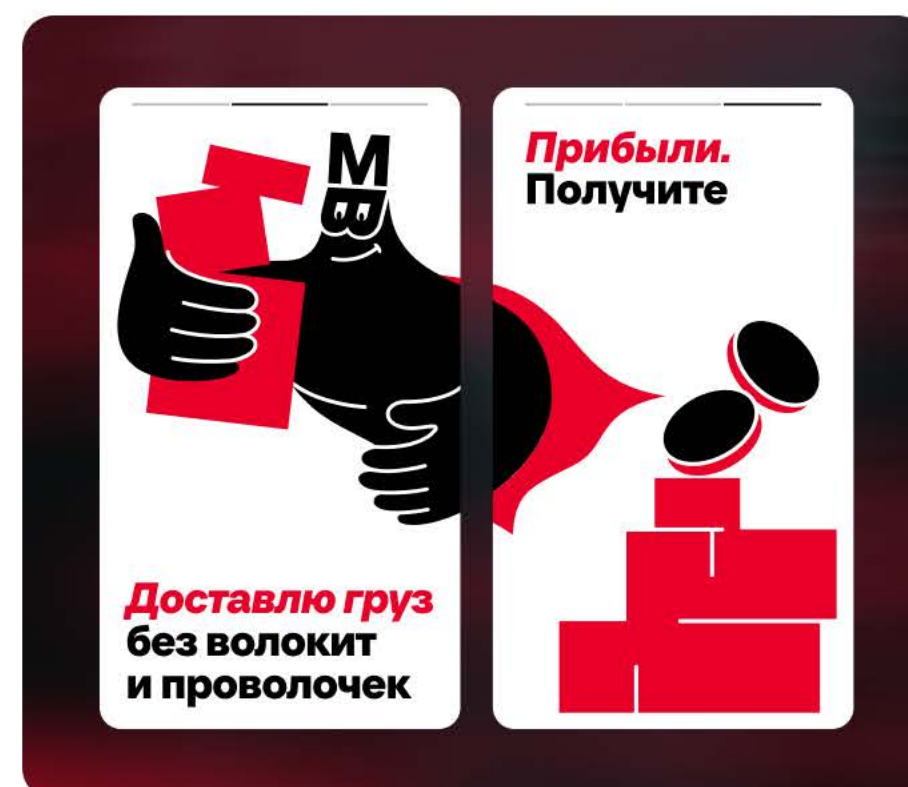
Результат:

Готовый бренд топлива для сети «Газойл»: зарегистрированное название, логотип и айдентика с единой визуальной системой, транслирующей функциональную пользу продукта.

Когда нужно
«ещё вчера»



Миссия ВЫВОЗИМА



Задача:

Транспортная компания с 7-летним опытом междугородних автоперевозок сборных грузов по Сибири (Новосибирск — Красноярск) открыла филиалы в Барнауле и Кемерово и обратилась за разработкой бренда. Цель — подчеркнуть ключевые преимущества, выделиться среди конкурентов и расширить географию.

Решение:

Провели кабинетные исследования и брифинг с собственниками, зафиксировали преимущества в бренд-платформе и на её основе выстроили вербальную и визуальную идентичность смелую в консервативном сегменте.

Результат:

Ключевые сообщения — выгода и скорость: отправка в день заказа, доставка за сутки, выгодные тарифы. Всё, что нужно бизнесу. Итог: смелое для категории решение. Оно выделило компанию среди конкурентов, подчеркнуло главные преимущества и упростило масштабирование и брендирование носителей.

Слышшите?

Жаль, этот баннер
не передаёт звуки леса,
а вы можете себе позволить

FLORA &
FAUNA

Квартиры и пентхаусы
в сосновом бору

Вдох Выдых

и мы опять
гуляем по лесу

МОЖЕМ СЕБЕ
ПОЗВОЛИТЬ

FLORA & FAUNA
эко-квартал

ЭКО-КВАРТАЛ FLORA&FAUNA (ФЛОРА
И ФАУНА). ЗАСТРОЙЩИК ООО "СЖК".
ПРОЕКТНЫЕ ДЕКЛАРАЦИИ НА САЙТЕ
НАШ.ДОМ.РФ (ID 46939, 46940)

FLORA & FAUNA

Задача:

Разработать концепции и макеты креативов для digital-продвижения, направленных на привлечение потенциальных покупателей квартир и повышение эффективности рекламных кампаний. Основная задача — сформировать желание жить именно в эко-квартале Flora&Fauna через эмоции, атмосферу и образ жизни.

Решение:

Создали серию рекламных кампаний для F&F через нестандартные визуальные и вербальные решения, чтобы сделать коммуникацию эмоциональной и вовлекающей. Сюжеты работают на ключевые преимущества бренда и сознательно усиливают его премиальный образ — для привлечения статусной аудитории.

Результат:

«Концепция точно раскрыла образ Flora & Fauna — и на уровне идеи, и на уровне визуала. Мы отказались от стандартного подхода с фотографиями домов и окружения: это избитый приём. Вместо этого — решение, которое не показывает посёлок напрямую, но доносит его ключевые преимущества и привлекает новую аудиторию. На фоне остальной рекламы в категории оно заметно выделяется. Сейчас реклама запускается — впереди сбор конкретных цифр по конверсии».

Бренд-отдел F&F.

ИПОТЕКА «ДЛЯ ВСЕХ»

кто ценит спокойствие

От 12,49%
на весь срок

FLORA &
FAUNA

Квартиры
в сосновом бору у реки



ЭКО-КВАРТАЛ FLORA&FAUNA (ФЛОРА И ФАУНА).
ЗАСТРОЙЩИК ООО "СЖК". ПРОЕКТНЫЕ ДЕКЛАРАЦИИ
НА САЙТЕ НАШ.ДОМ.РФ (ID 46939, 46940)

ИПОТЕКА «ДЛЯ ВСЕХ»

кто ценит тишину

От 12,49%
на весь срок

FLORA &
FAUNA

Квартиры
в сосновом бору у реки



ЭКО-КВАРТАЛ FLORA&FAUNA (ФЛОРА И ФАУНА).
ЗАСТРОЙЩИК ООО "СЖК". ПРОЕКТНЫЕ ДЕКЛАРАЦИИ
НА САЙТЕ НАШ.ДОМ.РФ (ID 46939, 46940)

ИПОТЕКА «ДЛЯ ВСЕХ»

кто ценит свободу

От 12,49%
на весь срок

FLORA &
FAUNA

Квартиры
в сосновом бору у реки



ЭКО-КВАРТАЛ FLORA&FAUNA (ФЛОРА И ФАУНА).
ЗАСТРОЙЩИК ООО "СЖК". ПРОЕКТНЫЕ ДЕКЛАРАЦИИ
НА САЙТЕ НАШ.ДОМ.РФ (ID 46939, 46940)

FLORA & FAUNA

Задача:

Донести конкретное продуктовое предложение. Оффер: Ипотека «для всех» от 12,99% на весь срок
Второй приоритет текста: от 10,5 млн.р.;
квартиры в сосновом бору у реки.

Решение:

Мы создали рекламную концепцию «Искусство жить», где кадр становится картиной. Взгляд портретных героев, обращённых к этим полотнам, — это зеркало нашей аудитории, выбирающей F&F. Вдохновившись этой эстетикой, мы вышли за рамки ТЗ и разработали формулировки, которые наполнили «сухой оффер» смыслами и звучанием, достойным искушённого покупателя.

Результат:

«У нас стояла задача донести продуктовое предложение, и особого креатива мы от этого не ожидали. Но команда и здесь нашла нестандартный подход — посмотрела на рекламу под другим углом и связала УТП с ДНК посёлка. Нестандартные решения всегда вызывают эмоциональный отклик. Надеемся, что в процессе тестирования наше видение разделят и покупатели».

Бренд-отдел F&F.



Wawatech

Задача:

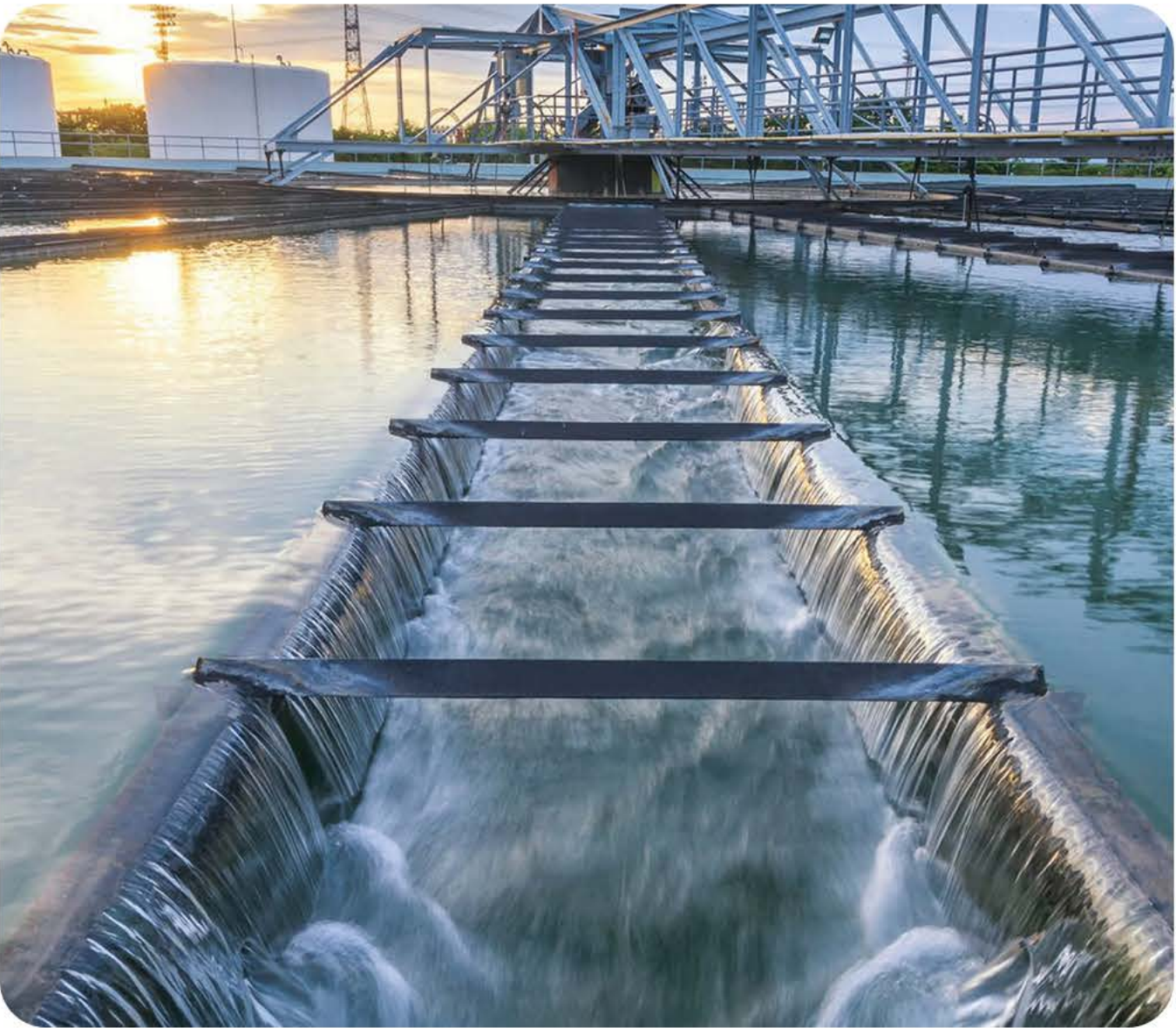
Wawatech — российская инженерная компания, которая специализируется на проектировании, строительстве и модернизации систем водоподготовки и очистных сооружений. Задача: создать образ компании с нуля и заложить высокую имиджевую основу — эксперта в глазах партнёров, инвесторов и государственных структур.

Решение:

Создали современный образ для крупной инженерной компании в сегменте B2B/B2G. В основе визуальной идеи — суть бизнеса: решения и технологии очистки воды. Знак — буква W (первая и парная в названии, что усиливает запоминаемость). Через контрформу буквы и фрагмент капли снизу W получила смысл: компания, сквозь которую проходит чистая вода. Решение минималистичное и элегантное.

Результат:

- Сформирован современный и уверенный образ;
- Носители объединены в единую визуальную систему;
- Айдентика стала ключевым элементом коммуникации в корпоративных продажах;
- Укрепился имидж компании в глазах заказчиков и партнёров.





Амальгама

Задача:

Создать устойчивый бренд на высоконкурентном рынке модульного строительства. Продукт перестал быть уникальным — компании предлагают похожие решения, клиенты не видят разницы. Нужно было дистанцироваться от конкурентов, транслировать подход компании и повысить лояльность.

Решение:

Разработали визуальную систему на метафоре «сплава» — команды и решений в модульном строительстве. Такое решение подчёркивает подход бренда как сильного игрока с высокой экспертизой. Более того, мы разработали позиционирование, которое выгодно отличает компанию среди конкурентов. Айдентика объясняет возможности компании, а не просто оформляет их.

Результат:

- Сильный бренд на рынке модульного строительства, который конкурирует, объединяет, мотивирует сотрудников и повышает лояльность клиентов.
- Единая дизайн-система объединила все носители бренда. Бренд стал заметным в среде и медиа.
- Разработали и зарегистрировали нейминги для двух продуктов: премиум-модуль «Поларум» и модуль «Тетрум».

Наши клиенты

ЛАВРУШКА

КАРАЧИНСКИЙ

ИСТОЧНИК

 ГАЗОЙЛ

 ДОБРЯНКА

КЛИНИКА
ПАСМАН+

FLORA & FAUNA
эко-квартал

 МОЙ БИЗНЕС

marmalato
accessories

 аптон
print house


RENEWAL

ИЗКОЛЬЦОВО®

 МУСТАНГ
ТЕХНОЛОГИИ КОРМЛЕНИЯ

Kine>ib
ACADEMY

SIBIRBOTANIQ

 SFT Recycling

NU: TREAT®
Знаем, чего хочет хвостик!

Команда

Осмысленность и эффективность
вашего бренда обеспечивает команда
профессионалов: бренд-стратег,
креативный директор, бренд-
дизайнеры, копирайтер и неймер
работают над проектом в тесной связке.



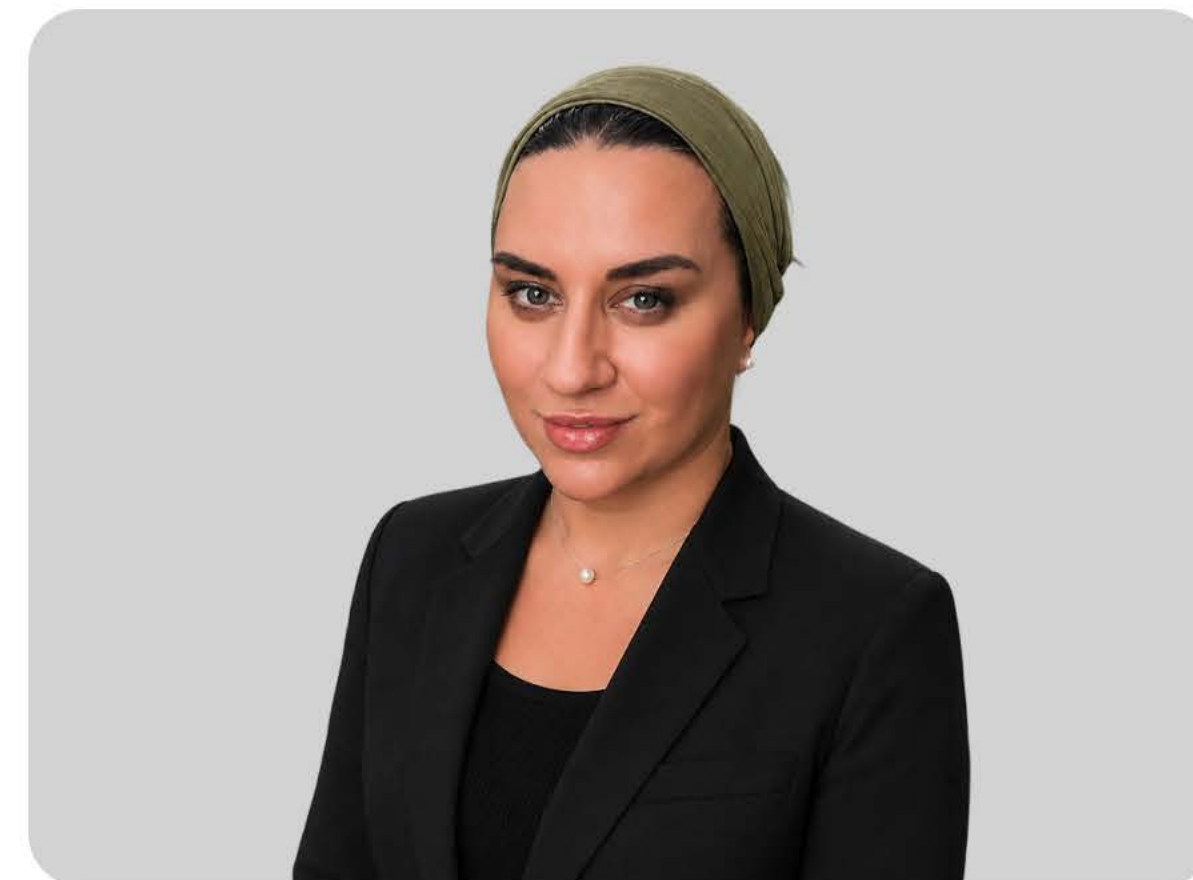
Мироненко Сергей

Сооснователь, креативный директор



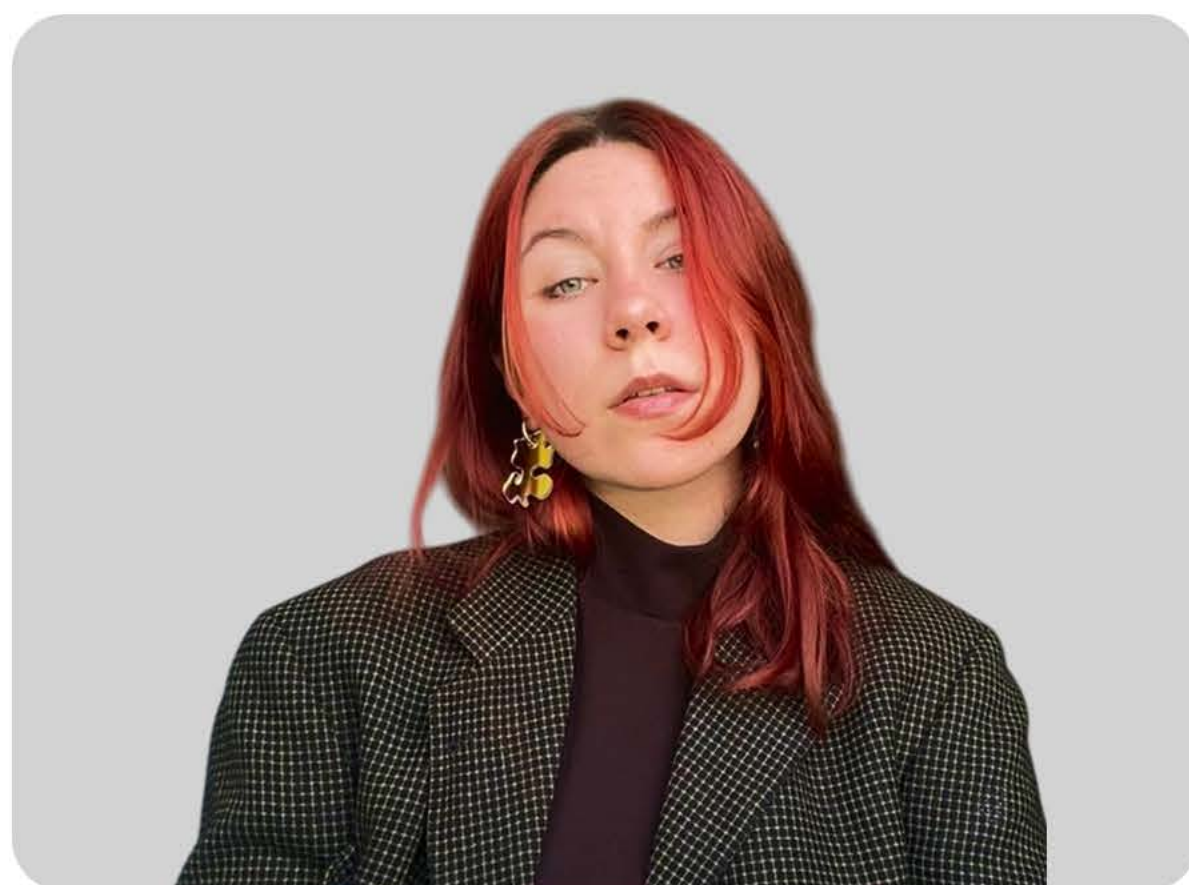
Ионова Анастасия

Директор по развитию



Мария Инженер

Бренд-стратег, неймер



Лиза Марийченко

Старший бренд-дизайнер



Кир Зятьков

Бренд-дизайнер



Екатерина Трегуб

Бренд-дизайнер

Звоните или пишите —
достигнем большего вместе



Ионова Анастасия

Директор по развитию

+7 913 924 24 10 



Мироненко Сергей

Креативный директор

+7 913 909 94 10 

info@travastudio.ru

travastudio.ru



© 2016 Брендинговое агентство Trava.
Все права защищены

Telegram

Dprofile

Instagram