



Студия  
концептуального мерча  
для брендов

ssswear  
for business

Мы создаем мерч  
как продолжение компании  
— от идеи до реализации





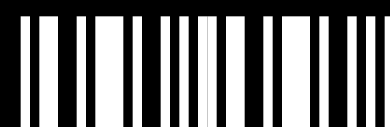
Для нас мерч - это не просто вещь.

**Мерч — это  
физическое продолжение бренда:**

характер      ценности      язык

Именно поэтому мы начинаем  
не с дизайна, а с понимания бренда

Наши кейсы отражают целостность концепции,  
которые мы используем в работе с любой компанией





## кейс: Ёлка<sup>2</sup>

Поставленная задача:

Разработать концептуальный новогодний подарок для партнеров агентства, который бы сочетал иронию и осмысленный дизайн, имел форму законченного продукта и был упакован в визуальную метафору Нового года.

Араукария 40 см (ёлка)



Открытка  
с поздравлением и реком-ми  
по уходу на обороте

Бетонный кашпо  
с поддоном



Кастомная  
коробка 65 см



Привет!  
Меня зовут Петя. Я твой новый джун!  
Я ещё совсем зелёный, но с твоей поддержкой  
обязательно вырасту в крепкую и опытную ёлку.  
А чтобы это точно случилось воспользуйся  
инструкцией на обороте этой открытки!  
Буду рад расти рядом с тобой! С Новым годом!  
Твой Петя и команда 2LEADS ❤️



# кейс: Путь Лотоса

Поставленная задача:

Создать корпоративные подарочные наборы, которые бы отражали философию бренда через символы, а не прямые логотипы, транслировали тепло и внимание к деталям, формировали долгосрочную эмоциональную связь с брендом.

Гирлянда  
на батарейках



Плед  
110x160 см



Наполнитель: сено



3D Стикер-пак



Пак ПОБОЛЬШЕ

Пак ПОМЕНЬШЕ



Кедровые  
орешки



Семена  
лотоса

Открытка





# кейс: 100% оригинал

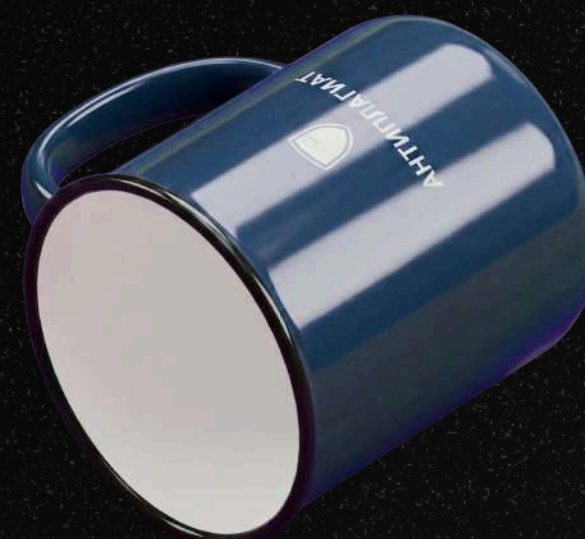
Поставленная задача:

Создать мерч для сотрудников и партнеров сервиса "Антиплагиат", который отразит ключевую идею бренда - оригинальность и подлинность, объединит внешнюю коммуникацию и внутреннюю культуру компании, подчеркнет статус без корпоративного пафоса.

Решение:

"Мы выстроили концепцию вокруг идеи "100% оригинальность" как одного из ключевых смыслов сервиса. В айтемах мы отразили в том числе и привязанность к устоявшимся символам компании, которые присутствовали в корпоративных паках на ежегодной основе"

Кружка  
с гравировкой



3D стикерпак



Футболка  
премиум

Шоппер



PowerBank



Кардхолдер



## кейс: С любовью к делу

Поставленная задача:

Создать функциональный бренд-мерч для ивент-агентства, который бы работал как форма на мероприятиях, остался стильной и носибельной одеждой в повседневной жизни и отражал философию агентства, а не просто ее логотип.

Решение:

Мы разработали утепленные бомберы как полноценный предмет гардероба. В основу концепции легла идея любви к своему делу - ключевой ценности компании. Бог Эрос, интегрированный в брендбук агентства, стал визуальной метафорой вовлеченности, энергии и страсти к работе.





## кейс: Expert Inside

Поставленная задача:

Создать бренд-футболки для диджитал-агентства Spirit Digital, которые выглядят как премиальный элемент гардероба, уместны на профессиональных конференциях и мероприятиях, одновременно работая как ненавязчивая реклама

Решение:

Мы разработали плотные футболки с выверенной формой и качественными премиальными материалами (100% хлопок 300 гр с питч-эффектом)





## кейс: Баскетбольный клуб Московский

Поставленная задача:

Сделать мерч для баскетбольного клуба "Московский" с универсальной посадкой, который подходит как для игры на площадке, так и для повседневной носки.

Решение:

Футболки и худи с продуманными, протестированными и разработанными под команду лекалами и минималистичным брендингом вышивкой.



# Полный материал можно найти на нашем ДЗЕН

 SSSWEAR for Business

Перейти →

## Мерч умер. Остался бренд.

2 дня назад

4 10 мин

### Оглавление

Мерч как маркетинговый инструмент

Мерч как инструмент взаимодействия с партнерами

Мерч как источник дополнительной выручки

Показать ещё

Современные реалии требуют нового подхода к работе с мерчем в B2B-сегменте. Сам термин «мерч» в привычном понимании фактически перестал существовать. О том, как крупные компании сегодня могут через него формировать идентичность бренда, усиливать лояльность аудитории и использовать его как полноценный инструмент коммуникации, рассказывает сооснователь [SSSWEAR for Business](#) Игорь Слинкин.

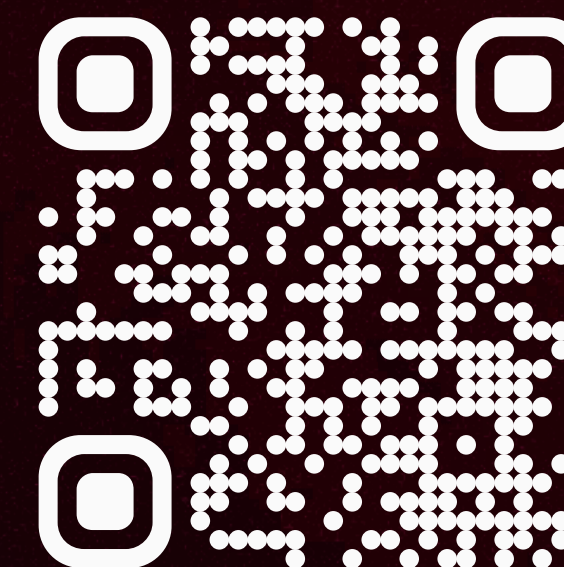
Если обратиться к формальному определению, исторически, мерч – это товары с символикой бренда. Но сегодня это понятие претерпело серьезную трансформацию. Мерч больше не ограничивается логотипом на вещи. Это целостный подход к коммуникации, который может работать как эффективный инструмент маркетинговой стратегии или HR-политики компании.

В течение 2025 года команда SSSWEAR for Business работала с различными бизнес-



Для заказа напиши  
нам в ТГ-Бот

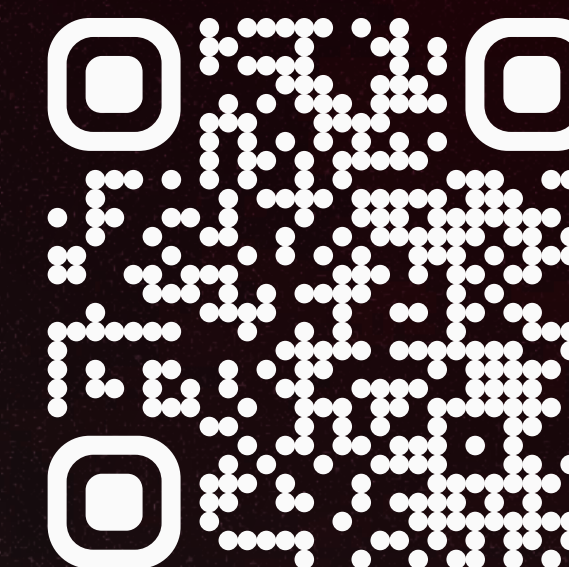
Там много  
полезных материалов



TG-Bot



Хочешь креативную  
концепцию или консультацию  
от нашего менеджера?



b2b.ssswear.com

