



Почему PR Partner?

FMCG, Fashion & Beauty



Мы — коммуникационное
агентство, и наша сила
в умных головах, твердых
принципах и комплексном
подходе

Ключевые цифры

17 лет

на рынке PR
и маркетинга и 10 лет
на рынке SMM

30%

наших клиентов
с нами более
6 лет

64%

наших клиентов
рекомендуют нас
коллегам

> 300

довольных
клиентов из
25 отраслей

С 2012 года сотрудничаем с агентствами Европы, Америки и Азии, являемся членом АКОС, АКАР, эксклюзивным партнером LEWIS+ в России и СНГ.



pr
smm
event
design
marketing



01

PR

Разработка и реализация PR-стратегий
Работа со СМИ и блогерами (пресс-офис)
Работа с партнерами
Копирайтинг
Консалтинг
Антикризисный PR
Мониторинги и аналитика

02

Маркетинг и консалтинг

Маркетинговые акции
Маркетинговые исследования
Обучение
Консультации по рекрутингу
PR-специалистов и маркетологов
Customer Journey Map
Разработка точек контакта
Конкурентный анализ

03

Event

Организация мероприятий «под ключ»
Разработка концепции и модерация мероприятия
Тимбилдинги и квесты

04

Тренинги

Медиатренинги
Копирайтинг
Подготовка к публичным выступлениям
Репутация в соцсетях
Антикризисные коммуникации
Персональный бренд

05

Design

Айдентика и брендинг
Оформление мероприятий
Инфографика, иллюстрации
Дизайн полиграфии и упаковки
Презентационные материалы

06

SMM

Разработка SMM-стратегий
SMM-продвижение
Менеджмент репутации
Работа с обратной связью
Работа с форумами, сайтами отзывов
Антикризисный PR в социальных сетях

07

ORM&SERM

Работа с репутацией
Мониторинг упоминаний
Нивелирование негатива
Посевы и отзывы
Работа с дискуссиями



Наши достижения



Топ-40

в России, по данным Национального рейтинга коммуникационных компаний, 2022 г.

Резидент

бизнес-клуба «Эквиум» с 2021 г.

Провайдер

маркетинговых услуг, аккредитованный «Сколково», 2023 г.

Топ-3

Лучшее агентство в сфере digital-коммуникаций, сертифицированное АКМР, 2022 г.

1

Финалист конкурса PROBA ICCO Global PR Awards 2020 с проектом в номинации «Корпоративные коммуникации», 2020 г.

2

Финалист премии Silver Mercury 2020 в номинациях «Лучшая реализация B2B или трейд-маркетинговой кампании» и «Культура, досуг и образование, спорт и туризм», 2020 г.

3

Финалист Национальной премии в области связей с общественностью «Серебряный Лучник» в номинации «Лучший проект в области корпоративных коммуникаций», 2019 г.

4

Победитель в номинации Video Project of the Year IPRN, 2018 г.

5

Финалист конкурса PROBA ICCO Global PR Awards 2018 с двумя проектами в номинации «Media Relations», 2018 г.

Клиенты



UNA
GRANDE
High Food
High Tech
High Life

 Sebbin
PARIS

WAHL[®]

TOPICREM
СЕКРЕТЫ КОМФОРТА КОЖИ



MILFORD



Takema

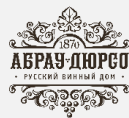
ZASPORT
SPORT & CASUAL

Angjoline
interventional
device

 VERBA MAYR
австрийский центр здоровья

cofix
fresh coffee. fixed price.

 smeg



 **Водоходъ**
КРУИЗЫ И ПУТЕШЕСТВИЯ



Выдумщики
ВСЁ ДЛЯ МЫЛОВАРОВ

 mothercare

TBOE

FOREO

LAIMA LUX
GROUP

 NL
International

 UFS travel

Wind

ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ



**АННА
МАКАРЕНКО**

PR-менеджер OK Beauty

Нам очень нравится сотрудничать с агентством PR Partner, и мы довольны результатами! Команда по PR-поддержке быстро подключилась к работе.

Отдельное спасибо Марии за выстраивание долгосрочного сотрудничества с нашим брендом. Качественные упоминания в хороших изданиях и отчеты получаем в срок!



**ШЕНДАЛ
ИЛЯЗИ**

Генеральный директор
Deri&Mod

Спасибо PR Partner за продуктивное партнерство с иностранным брендом обуви, который только начинает покорять российский рынок! Индивидуальный подход и творческие идеи команды PR Partner помогли нам заявить о себе в СМИ и установить долгосрочное сотрудничество с ключевыми онлайн и глянцевыми изданиями.

ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ



**ЕЛЕНА
КОНДРАШОВА**

директор по маркетингу
Unagrande Company

Хочется отметить высокую вовлеченность команды, которая быстро реагирует на внутрикorporативные новости и предлагает идеи для их реализации. Мы вместе с коллегами PR Partner идем по пути создания принципиально нового образа и статуса российского производителя. А задача непростая — поддержка ребрендинга компании и формирование имиджа первого в России lifestyle-производителя, развитие личного бренда, продвижение четырёх продуктовых линеек. Уверена, что вместе мы сделаем то, что не делал ни один российский производитель сыров, и это будет началом нового стиля жизни на рынке продуктов питания.



**ЛАНА СОСНОВСКАЯ-
НАЛЕНЧ**

сооснователь бренда
1753 Cosmetics

Хочется поблагодарить агентство PR Partner и руководителя FMCG-практики Марию Погораеву за прекрасно проведенный пресс-завтрак. Задача была поставлена непростая, и времени на подготовку оставалось минимум, но ребята справились на «5+», были учтены все наши требования и пожелания. Что особенно хочется отметить, это индивидуальный подход, умение слушать и слышать клиента, а это крайне важно в бизнесе! Безусловно, будем и в дальнейшем пользоваться услугами компании PR Partner и рекомендовать ее своим друзьям!

ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ



**МАРИЯ
ПЕТРЯШЁВА**

Директор по маркетингу
клиники REMEDI

Клиника REMEDI в течении года сотрудничает с агентством PR Partner, выбирая его в качестве надёжного PR-партнёра. За период работы хочется отметить грамотный подбор СМИ с соответствующей ЦА, качественное планирование и лёгкость взаимодействия. Коллеги из PR-агентства полностью изучили наши потребности, и уже сейчас мы получаем новые идеи по развитию и усилению PR-направления. Наш показатель МедиаИндекса вырос в 10 раз: коллеги умеют “упаковать” тему и донести контент до читателя понятным языком, сохранив экспертность информации.



**АННА
ЩЕПИЛОВА**

Руководитель дивизиона по
корпоративным и внешним
коммуникациям METRO

Выражаем благодарность команде PR Partner за реализацию PR-кампании «Гарантия низкой цены». Кампания охватила федеральные и региональные СМИ, а также новые медиа. Команда агентства четко следовала намеченному таймингу, проявляла гибкость и адаптировалась с меняющейся новостной повестке, при этом не теряя уровень качества реализации. Мы очень ценим партнерство и благодарим за креативные идеи и копирайтинг, качественное администрирование и высокий уровень менеджмента проекта.

Руководит FMCG-практикой



Татьяна Солдатова

Руководитель FMCG-практики

Окончила Московский Государственный Университет Печати им. Ивана Федорова по специальности «Журналистика».

Прошла путь от помощницы главного редактора журнала HELLO! Светланы Бондарчук до руководителя в lifestyle и premium-сегментах.

Работала с такими брендами, как YANA, Verba Mayr, SMEG, «Абра-Дюрсо», WAHL, Unagrande Company, Motorola razr 5G, Raketa и др.

Клиенты



vmware



Selectel

oberon



UNA
GRA
NDE
High Food
High Tech
High LiFe



Lenovo

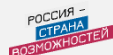


SKYMEC

RICOH



РГСБАНК
Банк для автомобилистов



LABORATORIES
TEOXANE
GENEVA



РЦТЕХ



opentext



УРАЛХИМ



ZASPORT
SPORTCASUAL



diHouse



jIVO

Atos



MARS



Metrium
Генератор энергии



DIS
GROUP



HYUNDAI



FOREO



Angjoline
Advanced and
Smart



How to Eat

PR-ЗАДАЧИ:

- Развивать и поддерживать имидж компании в России, формирование PR-стратегии;
- Обеспечить регулярное присутствие продуктов компании в общественных и lifestyle СМИ;
- Сотрудничать с блогерами Instagram.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Разработка PR-стратегии и пресс-кита.
- Подготовка и рассылка пресс-релизов.
- Активная работа с блогерами: инициирование публикаций (фото, видео, Stories), разработка креативных рассылок.
- Инициирование публикаций в СМИ: статьи, конкурсы, раскладки, интеграции в обзоры и пр.

PSYCHOLOGIES

Как привести в порядок пищевые привычки: советы диетолога

Вы за последние несколько месяцев заметили, что часто забываете, что не только для себя, но и для окружающих? Или вы чувствуете, что не можете контролировать свои привычки? Как понять, что ваш рацион соответствует вашим потребностям? И как вернуть его в норму? Об этом рассказывает диетолог.

КАК СОХРАНИТЬ РЕЗУЛЬТАТ И НЕ СПУСКАТЬСЯ

Помните, что это — это часть жизни и не только в офисе.

Олег Ирашвили
Врач-диетолог высшей категории, кандидат наук

BURO.



Эти продукты разбудят утром не хуже, чем кофе



Олег Ирашвили
С.О.С. врач-диетолог высшей категории, кандидат наук

Andy Moscow

Рынок доставки готовых блюд: актуальные задачи и их решение в условиях новых вызовов

В статье рассматриваются актуальные задачи и их решение в условиях новых вызовов рынка доставки готовых блюд.



Октябрь 2022 г. — настоящее время

>50

публикаций с упоминанием бренда вышло за период сотрудничества: Lady Mail, Marie Claire, РИАМО, Pravda.ru, Газета.ру, Daily Moscow и др.

>40

интеграций вышло в формате постов и Stories у блогеров в Instagram*.

АБОНЕНТСКОЕ PR-ОБСЛУЖИВАНИЕ

Aim clo

PR-ЗАДАЧИ:

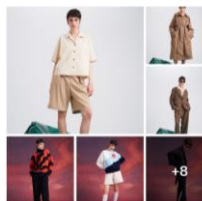
- Развивать и поддерживать имидж компании;
- Обеспечить регулярное присутствие продуктов компании в lifestyle СМИ и Telegram-каналах.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов.
- Инициирование публикаций в СМИ и Telegram-каналах: новости, раскладки, интеграции в обзоры и пр.



Aim clo выпустил коллекцию свитеров, вдохновленную советскими мультфильмами



Мастера в трикотажных делах. И качество – ведь всякий полагал, недаром одежду бренда можно носить годами. На осеннюю заметку: сейчас у марки проводится межсезонная распродажа – никто не согреет лучше, чем джемперы в стиле поло или с воротником стойкой.

Прощай, НЭМ: 11 российских брендов с аналогичными ценниками



>80

публикаций с упоминанием бренда вышло за период сотрудничества.

>1 000

суммарный МедиаИндекс публикаций.

СМИ

Афиша Daily, TimeOut, Marie Claire, GRAZIA, Umagazine, Elle.ru, Собака.ру, Peopletalk, Леди Mail.ru, Burninghut и пр.

РАБОТЫ ПО ПРОЕКТУ

Street Pie

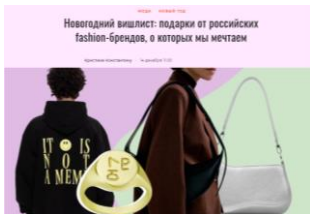
PR-ЗАДАЧИ:

- Обеспечить знакомство медиа с брендом;
- Обеспечить присутствие продуктов компании в lifestyle СМИ.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка и рассылка пресс-кита;
- Проведение пресс-завтрака для редакторов lifestyle медиа;
- Организация тематических подборок в lifestyle СМИ.

PEOPLETALK



U MAGAZINE



THE VOICE



>20

публикаций
с упоминанием бренда
вышло по итогам
проведения пресс-
завтрака.

СМИ

The Voice, U Magazine, The Symbol, Marie Claire, PeopleTalk, «Собака.ru», «Правила жизни», «Metro Москва», «Ведомости. Как потратить», WomanHit.ru, Леди Mail.ru, «Я Покупаю».

РАБОТЫ ПО ПРОЕКТУ

МЕТРО

PR-ЗАДАЧИ:

PR-поддержка рекламной компании «Гарантия Низких Цен» в lifestyle, деловых и новостных СМИ:

- разместить новость об акции по всем городам присутствия ТЦ в разных форматах (новостные заметки, креативные истории),
- сделать новость вирусной и охватной.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка новости об акции, размещение публикаций.
- Съёмки Елены Летучей как амбассадора проекта для глянцевого журналов «7 Дней» и ОК!.



>140

упоминаний бренда в федеральных и региональных СМИ.

>4 000 000

Прочтений и кликов на новость.

СМИ

ОК!, «7 дней», «Газета МЕТРО», «МК», «Деловой Петербург», «Мойка 78», URA.ru, «Вечерняя Москва», «Московский Комсомолец» и др.



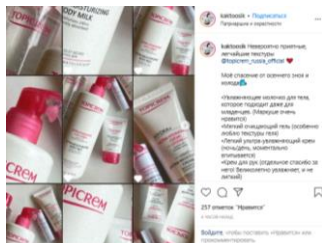
Topicrem

PR-ЗАДАЧИ:

- Развивать и поддерживать имидж компании в России;
- Обеспечить регулярное присутствие продуктов компании в лайфстайл СМИ;
- Сотрудничать с блогерами Instagram, Tiktok;
- Проводить конкурсы со СМИ.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов.
- Активная работа с блогерами: инициирование публикаций (фото, видео, Stories), разработка креативных рассылок.
- Инициирование публикаций в СМИ: статьи, конкурсы, раскладки, интеграции в обзоры и пр.



Мягкий очищающий гель. Topicrem

Активный набор из Франции выпускает косметическую линейку «Нью-инвентар». Не инвентаризация, а инвентаризация. Этот мягкий гель к тому же деликатно работает с пористой кожей лица, увлажняет и не пересушивает — не имеет аналогов». В составе нет спирта, много есть витаминов, которые во время умывания обеспечивают нормальный уровень увлажненности и предотвращают потерю влаги.

Мягкий **Topicrem** гель очищает, но все же не до конца. Он больше подходит в качестве второго этапа умывания. Например, после **Topicrem** или **Topicrem** или **Topicrem**. Гель не пенится, без жесткого воздействия заливки, несмотря на то что имеет довольно жирную консистенцию, расщедается экономно.



Август 2021 г. — февраль 2022 г.



>135

публикаций с упоминанием бренда вышло за период сотрудничества: Lady Mail, Instyle, Flacon Magazine, Elle Girl, Marie Claire и др

602

суммарный МедиаИндекс публикаций.

>40

интеграций вышло в формате постов и Stories у блогеров в Instagram* и Tiktok.

АБОНЕНТСКОЕ PR-ОБСЛУЖИВАНИЕ

VERVA MAYR

PR-ЗАДАЧИ:

PR-поддержка в lifestyle, деловых и отраслевых СМИ:

- организация бартерных поездок топовых СМИ и блогеров,
- обеспечение качественного освещения собственных инфоповодов,
- продвижение комментариев специалистов центра,
- позиционирование Verba Mayr, как идеального места для восстановления сил, детокса и Wellness ретрита в условиях пятизвездочного отеля.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов/информационных писем.
- Инициирование и подготовка публикации, комментарии и колонок в СМИ.
- Инициирование и подготовка конкурсов в СМИ.
- Организация участия в Travel и Wellness премиях.
- Организация бартерных визитов СМИ и блогеров.

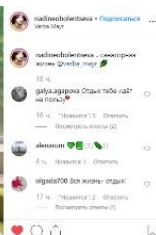
GRAZIA

Рецепт недели: филе северного лосося с гарниром из пастернака



РЕАLITY

генерал-губернатор Дирья Мороз



Июнь 2018 г. — декабрь 2021 г.



>800

упоминаний в СМИ Tier 1, в аккаунтах селебритиз и блогеров.

WIN

при поддержке PR Partner победа на премиях WORLD SPA AWARDS 2019, Live Organic Awards, а также в номинации «Лучший оздоровительный комплекс в России» по версии GQ Travel Awards.

СМИ

Tatler, L'Officiel, Harper's Bazaar, Cosmopolitan, Elle.ru, Cosmo.ru, Wheath.ru, TheBlueprint.ru, Graziamagazine.ru и др.

АБОНЕНТСКОЕ PR-ОБСЛУЖИВАНИЕ

SMEG

PR-ЗАДАЧИ:

- Проинформировать аудиторию о новых линейках продукции бренда на российском рынке;
- Обеспечить присутствие бренда в интерьерных, глянцевых и lifestyle СМИ.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Инициирование публикаций в СМИ в формате нативных статей, экспертных комментариев и интервью;
- Использование дополнительных инструментов для повышения узнаваемости бренда в СМИ: участие в конкурсах, предоставление фотографий продукции для тематических подборок;
- Участие в информационной поддержке кобрендингов с партнерами бренда;
- Организация приглашений журналистов на мероприятия от имени бренда и последующий сбор публикаций.



Февраль 2019 г. — февраль 2022 г.

>100

публикаций с упоминанием
бренда вышло за период
сотрудничества.

СМИ

Marie Claire, GQ, Grazia, Instyle,
Playboy, Cosmopolitan, AD,
Elle Decoration, Elite Interior,
«Интерьер+ Дизайн» и др.

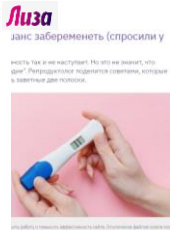
REMEDY

PR-ЗАДАЧИ:

- Обеспечить регулярное присутствие бренда в lifestyle, общественных и деловых СМИ;
- Продвигать комментарии специалистов в подкастах;
- Поддерживать качественное освещение собственных инфоповодов (исследование);
- Организовать бартерное сотрудничество с блогерами.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Разработка и проведение исследования среди женщин России в системе Яндекс. Взгляд по теме репродуктивного здоровья.
- Подготовка и рассылка пресс-релиза с результатами исследования. Отдали на эксклюзиве в информагентство ТАСС.
- Инициирование и подготовка публикаций, комментариев и колонок в СМИ.
- Интеграция спикеров компании в тематические подкасты.
- Организация бартерных визитов блогеров.



Искусство ошибаться

Вадим Сигутин и Елена Младова (REMEDY) про будущее деторождения, ответственную матку и почему ЭКО не должно пугать?

▶ Слушать эпизод • 01:15:31 29.0

MensHealth

Считываем по коду: что влияет на качество спермы

GRAZIA

НЕЭКОЛОГИЧНЫЕ ПРЕДРАССУДИКИ: МИФЫ О ЗАЧАТИИ В ПРОБИРИКЕ КОММЕНТИРУЕТ РЕПРОДУКТОЛОГ



Октябрь 2021 г. — март 2023 г.



>200

публикаций с упоминанием бренда вышло за период сотрудничества.

>2 500

суммарный МедиаИндекс публикаций.

СМИ

Graziamagazine.ru, Men Today, Лиза, Красота и Здоровье, Lenta.ru, Gazeta.ru, Parents.ru, 7 Дней и др.

АБОНЕНТСКОЕ PR-ОБСЛУЖИВАНИЕ

Unagrande Company

PR-ЗАДАЧИ:

- Развивать и поддерживать имидж компании в качестве лучшего производителя итальянских и кавказских сыров;
- Поддерживать имидж основателя Алексея Мартыненко, генерального директора Яна Жана Эрви и директора по маркетингу Елены Кондрашовой;
- Обеспечить регулярное присутствие брендов компании в общественных, деловых, ритейл, lifestyle и региональных СМИ;
- Интегрировать продукцию бренда в Insta-обзоры.

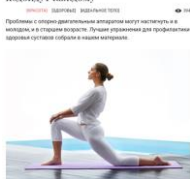
ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов о новинках компании, инициирование спецпроектов, интегрирование спикеров в мероприятия, работа по поддержке продукции.
- Инициирование публикаций в СМИ: экспертные статьи, комментарии, участие в подборках, новости, конкурсы.
- Разработка идей креативных рассылок для продуктов, курьерская рассылка, контроль выхода сториз и постов у блогеров.

Unagrande Company планирует начать поставки в Азию, Африку и на Ближний Восток



7 лучших упражнений для укрепления суставов, которые помогут каждому



Сентябрь 2020 г. — январь 2023 г.



>1 000

публикаций
с упоминанием бренда
вышло за период
сотрудничества.

+60%

рост Медиандекса:
с 670 до 1678 пунктов.

СМИ

Интерфакс, Marie Claire, Eva.ru, Lady.Mail.ru, The Challenger, Family.ru, TimeOit.ru, «Домашний Очаг», «АиФ», «Слово и Дело», Sostav.ru и многих других.

АБОНЕНТСКОЕ PR-ОБСЛУЖИВАНИЕ

NL International

PR-ЗАДАЧИ:

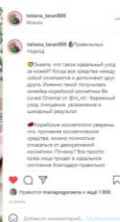
- Развивать и поддерживать имидж компании;
- Обеспечить регулярное присутствие брендов компании в общественных, деловых, lifestyle СМИ;
- Интегрировать продукцию бренда в Insta-обзоры;
- Антикризисное реагирование.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов о новинках компании, инициирование спецпроектов, работа по поддержке продукции и антикризисному реагированию.
- Инициирование публикаций в СМИ: экспертные статьи, комментарии, участие в подборках, новости.
- Разработка идей креативных рассылок для продуктов, курьерская рассылка, контроль выхода сториз и постов у блогеров.

ELLE CHARMER NEW BEAUTY HAIR BEHA SKINCARE BEZELER

Спасибо, что вы читаете этот пост! Если вы хотите узнать больше о наших продуктах, пожалуйста, свяжитесь с нами по телефону +7 (495) 100-00-00 или посетите наш сайт www.nl-international.ru. Мы будем рады помочь вам в выборе подходящих средств для ухода за собой.



Креативная упаковка U-shield
Ваша улыбка заслуживает лучшего ухода. Мы представили новую линейку средств для ухода за губами и кожей вокруг рта. Благодаря уникальной U-образной форме упаковки, вы можете легко наносить средство на губы и кожу вокруг рта, не затрагивая другие части лица. Это идеальный вариант для тех, кто хочет сохранить свою улыбку красивой и здоровой.



Май 2021 г. — февраль 2022 г.



677

Публикаций с упоминанием бренда вышло за период сотрудничества. МедиаИндекс увеличился с 2258 до 3007 пунктов.

>300

Публикаций и комментариев было обработано в соцсетях.

СМИ

Elle.ru, Eva.ru, Ok-magazine, Lady.Mail.ru, The Challenger, StarHit, Flacon, TimeOit.ru, Sostav.ru, Доктор Питер, Дни.ру и многих других.

АБОНЕНТСКОЕ PR-ОБСЛУЖИВАНИЕ

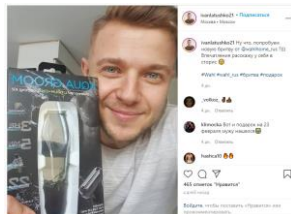
WAHL

PR-ЗАДАЧИ:

- Ежемесячная PR-поддержка продуктов бренда в СМИ и блогах;
- Рассылка образцов продукции на тестирование;
- Комментарийная программа.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка и распространение пресс-релизов, последующий мониторинг публикаций;
- Подготовка экспертных материалов и комментариев по темам: мужские стрижки, уход за бородой, волосами и подборки бьюти-гаджетов для мужчин;
- Организация тестирований с блогерами.



2017 г. — декабрь 2021 г.



>170

публикаций вышло в онлайн- и печатных СМИ: GQ, Men's Health, Maxim, Trendymen.ru, Esquire, SNC, Elle, Daily.Afisha.ru, BURO, CHIP, Lady.Mail.ru, GEO, «Высокий полет», Postmagazine.ru, Droidnews, Passion.ru, Marie Claire, «Коммерсантъ.Стиль» и др.

ТЕСТИРОВАНИЯ

были организованы у блогеров @Tony_Boytsov, @Liepota, @Pavel_bobrov, @Ivan_chebanov, Rascheska TV, @geofit_pro @i.greek @george_mur @artgol_ @gorbunovchoreo @ataxaji.

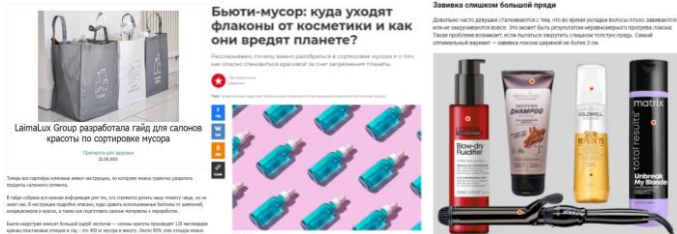
LaimaLux Group

PR-ЗАДАЧИ:

- Продвигать эко-инициативы компании;
- Поддерживать инфоповоды;
- Инициировать публикации, комментарии экспертов в СМИ
- Организовывать участие спикеров в деловых мероприятиях и спецпроектах.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов по экологическим инициативам компании.
- Активная работа с журналистами: инициирование уникальных публикаций, комментариев и т.д.
- Организация участия спикеров в деловых мероприятиях и спецпроектах.



Июнь — ноябрь 2021 г.

>30

публикаций с упоминанием бренда вышло за период сотрудничества.

.....

СМИ

Flacon Magazine, «Домашний очаг», Плюс Один (+1), «Инвест-Форсайт» и др.

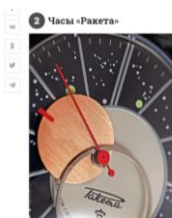
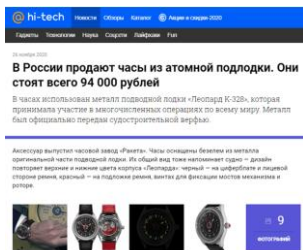
«Ракета»

PR-ЗАДАЧИ:

- Развивать и поддерживать имидж компании;
- Обеспечить регулярное присутствие компании в деловых и лайфстайл СМИ;
- Подготовка и рассылка пресс-релиза.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка и рассылка пресс-релиза.
- Инициирование публикаций в СМИ: статьи, комментарии, новости.
- Организация фоторепортажа для РИА Новости.



Если даже больше любят и покупают, то стоит рассмотреть в первую очередь производство «Ракета» — именно часы «Самые красивые часы России». Они не только имеют свой характер и в своем деле, но и являются очень важной частью истории России, которая в той или иной степени отражена на часах.



>20

публикаций с упоминанием бренда вышло за период сотрудничества.

СМИ

Stoneforest, «Слово и Дело», Hi-tech, Discovery и др.

«Выдумщики»

PR-ЗАДАЧИ:

- Развивать и поддерживать имидж компании;
- Обеспечить регулярное присутствие компании в лайфстайл СМИ;
- Разработка пресс-кита;
- Креативная рассылка по лайфстайл изданиям.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Разработка пресс-кита.
- Составление PR-плана публикаций.
- Инициирование публикаций в СМИ: статьи, комментарии, новости.

>15

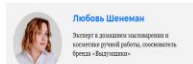
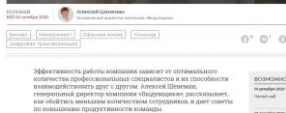
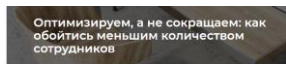
публикаций с упоминанием
бренда вышло за период
сотрудничества.

СМИ

Poruski.me, «Слово и Дело»,
WomenTalk.Club, Woman.ru,
«Деловая среда», Eva.ru и др.



Июнь 2020 г. — ноябрь 2020 г.



Любовь Шенеман
Эксперт в области маркетинга и
менеджера работы, основатель
бренда «Выдумщики»

ЭКСПЕРТИЗА

Никаких баночек-скляночек: как твердые продукты захватили мир косметики

Безводные шампуни, кремы и сыворотки не содержат искусственных консервантов. Что еще нужно знать о твердых продуктах в косметике? Подробно об этом рассказала креативный директор компании по производству товаров для создания домашней косметики и творчества «Выдумщики» Любовь Шенеман в комментарии «Слово и Дело».

В домашних условиях все под рукой есть: вода, соль и жидкий мыло. Этой подборке рецептов вы сможете следовать в качестве основы для домашних средств. Самые простые рецепты доступны на сайте [www.vydumshchiki.ru](#).
Менее элегантно, но зато дешевле и проще. Основу таких средств составляет только не так много ингредиентов: вода, соль, мыло, но может выдать потрясающий результат и сэкономить на покупке косметики.
По этой причине стоит работать в сфере **кремобальмовых натуральных косметик**. Да, они не так популярны, как и жидкие средства. Но именно именно эти виды домашних средств сейчас в моде и пользуются спросом у потребителей.

Mutti

PR-ЗАДАЧИ:

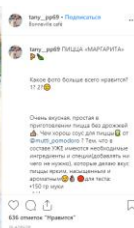
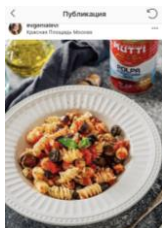
- Проинформировать аудиторию о присутствии Mutti на российском рынке;
- Обеспечить узнаваемость бренда в медиапространстве (женские, lifestyle, гастрономические СМИ);
- Интегрировать упоминание бренда в образовательный гастрономический контент как в СМИ, так и в сообществе блогеров;
- Реализовать активное продвижение бренда в социальных сетях (Instagram).

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Инициирование публикаций в СМИ, участие в конкурсах, предоставлении продукции на съемки. Поиск шеф-поваров для продвижения продукции бренда через личный аккаунты.
- Активная работа с блогерами: инициирование публикаций (фото, видео, Stories).
- Креативная рассылка по специально разработанной для клиента базе блогеров и журналистов (для повышения их лояльности).
- Интеграция бренда в гастрономические фестивали. Организация пресс-тура для тесного знакомства журналистов с брендом.

Томатное счастье: 5 десертов с помидорами

Чтобы нам только из них не готовили салаты, соусы, супы, заготовки на зиму. А вы насчет томатного на сладкое?



Январь 2019 г. — январь 2020 г.

>85

публикаций с упоминанием бренда вышло за период сотрудничества.

>90

интеграций вышло в формате постов и Stories у популярных фуд-блогеров с общим охватом 2 млн человек.

СМИ

Marie Claire, Instyle, GQ, StarHit, «Лиза», «Домашний Очаг», HoReCa и др.

АБОНЕНТСКОЕ PR-ОБСЛУЖИВАНИЕ

Водоходъ

PR-ЗАДАЧИ:

- Усилить присутствие бренда в СМИ;
- Расширить аудиторию бренда;
- Проинформировать аудиторию о ключевых особенностях бренда и главных отличиях от других круизных операторов;
- Поддерживать положительный имидж бренда;
- Обеспечить присутствие в блогосфере, укрепить имидж в соцсетях с помощью инфлюенсеров.

Что было сделано:

- Верстка пресс-кита для быстрого знакомства бренда с прессой.
- Подготовка и рассылка пресс-релизов о новых маршрутах, теплоходах.
- Инициирование публикаций в СМИ: статьи, комментарии, обзоры.
- Активная работа с блогерами: инициирование публикаций (фото, видео, Stories).

Forbes

Без иностранцев и шведского стола. Как проходят речные круизы в России в 2020 году и почему этот рынок растет в пандемию



weJay.ru

7 мест в России, которые круто смотрятся с воды

Вот и лето прошло. Но это не повод забыть про путешествия. Близкий сезон уже начался и обещает замечательные прогулки. Для тех кто планирует лето, вот список красивейших и крутых российских объектов, которые можно увидеть с воды. Интересные предложения, которые отличаются от обычных. Эстетика и романтика путешествия.



ИЗВЕСТИЯ iz



На уют пологий как устроит новейший российский теплоход
Что предлагает пассажирам новый, самый современный теплоход

Рядом с речкой Россия может соперничать новейшей российской курортной набережной. События здесь проходят замечательные. Это место неслучайно стало популярным на российских круизах за последние 10 лет. С апреля 2019 года в Санкт-Петербурге и Ленинградской области, а также в России на старом речном круизном судне, появилось новое судно теплохода — «Водоходъ». Теплоход имеет самый большой тоннаж и так же оснащён современной техникой. Корпусоводитель обязан знать маршрут и все нюансы в плане не только круиза, но и маршрута, что гарантирует пассажирам полную безопасность и комфорт.



Ноябрь 2019 г. — ноябрь 2020 г.

>200

публикаций бренда в Instagram у популярных блогеров.

+20%

МедиаИндекс за время сотрудничества вырос на 20% и составил 12 025 пунктов.

СМИ

Forbes, «Российская газета», «Коммерсантъ», «Комсомольская правда», «Аргументы и факты», Life, «РИА Новости», РИАМО, Wday, Reminder, Lifehacker и др.

ТВОЁ

PR-ЗАДАЧИ:

- Проинформировать аудиторию о присутствии бренда в новых городах с помощью ряда PR-инструментов;
- Расширить аудиторию бренда;
- Поддерживать положительный имидж бренда как «идушего в ногу со временем»;
- Обеспечить широкое присутствие бренда в медиапространстве (женские, lifestyle, глянцевые СМИ).

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов о новых коллекциях и коллаборациях бренда.
- Инициирование публикаций в СМИ: статьи, раскладки, интеграции в обзоры, предоставление продукции на съемки и пр.
- Активная работа с блогерами: инициирование публикаций (фото, видео, Stories).
- Креативная рассылка подарков блогерам и журналистам.
- Участие в специальном фотопроекте журнала Cosmopolitan, посвященному 90-летию Микки Мауса.



Insta

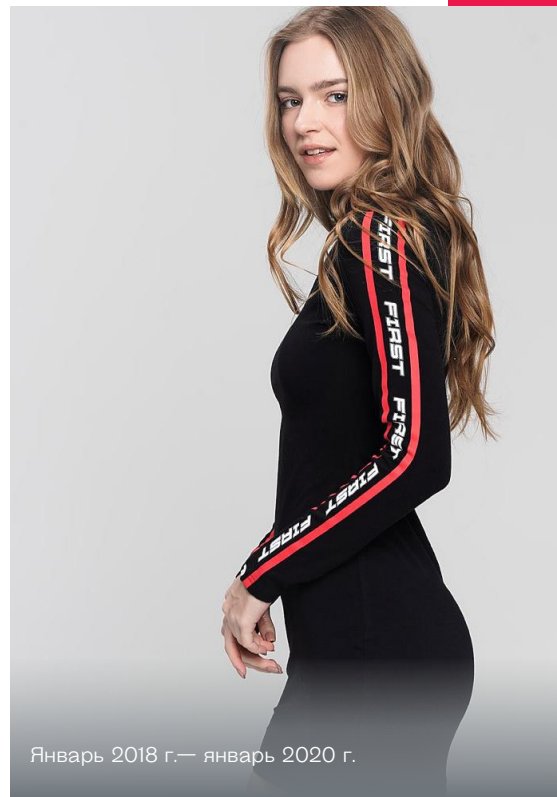
публикации моделей бренда в Instagram популярных блогеров, а также резидента Comedy Club Тимура Батрутдинова.

>50

публикаций в СМИ и Stories у блогеров по результатам креативной рассылки на тему Гарри Поттера.

СМИ

Marie Claire, Elle.ru, InStyle, Grazia.ru, Cosmo.ru, Wonderzine.ru, Wmj.ru, «ЭХО Москвы», Woman.ru, Woman's day, TimeOut.ru, Lady.mail.ru, ElleGirl.ru, snmedia.ru, Women's Health, «РБК Стиль», StarHit



Январь 2018 г.— январь 2020 г.

«Арт-Грани»

PR-ЗАДАЧИ:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов/информационных писем;
- Инициирование и подготовка публикаций, комментариев и колонок в СМИ.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Создание инфоповодов в формате Real Time PR:
 - 1) Создание медали, посвященной легендарному сейву Игоря Акинфеева на ЧМ 2018 по футболу. Во время создания победного сувенира мастерами «Арт-Грани» подготовили пресс-релиз, фото и видеоматериалы процесса изготовления самой медали.
 - 2) Создание идеи подарочного сувенира в поддержку Сергея Лазарева на «Евровидении». Во время создания сувенира мастерами «Арт-Грани» подготовили пресс-релиз, фото и видеоматериалы процесса изготовления и росписи меча.

Медаль-оберег «Нога Акинфеева» изготовили на Урале

18 июня 2018, 10:46. Урале.Создание
Последней советской «Лиги Тейлора» в золотую юбилейную медалью-оберег с изображением сейга голкипера сборной России по футболу Игоря Акинфеева.



Медалью-оберегом «Акинфеев» наградили победителей конкурса «Лига Тейлора» в золотую юбилейную медалью-оберег с изображением сейга голкипера сборной России по футболу Игоря Акинфеева.

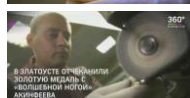
Оружейники Златоуста подарят Сергею Лазареву меч с гравировкой сцен из клипа «Богатыри»

18 июня 2018, 10:46. Урале.Создание

Последней советской «Лиги Тейлора» в золотую юбилейную медалью-оберег с изображением сейга голкипера сборной России по футболу Игоря Акинфеева.



Медалью-оберегом «Акинфеев» наградили победителей конкурса «Лига Тейлора» в золотую юбилейную медалью-оберег с изображением сейга голкипера сборной России по футболу Игоря Акинфеева.



Медалью-оберегом «Акинфеев» наградили победителей конкурса «Лига Тейлора» в золотую юбилейную медалью-оберег с изображением сейга голкипера сборной России по футболу Игоря Акинфеева.



Июнь 2018 г. — Декабрь 2019 г.

НЕЙС «НОГА АКИНФЕЕВА»

НЕЙС «МЕЧ ЛАЗАРЕВА»

>160

72

материалов в федеральных и региональных СМИ и социальных сетях.

материала в федеральных, региональных и зарубежных СМИ, доля перепечаток 50%.

3

645

сюжета на федеральных ТВ-каналах: 1 канал, «Россия-24», «360° Подмосковье».

МедиаИндекс, новость в лидирующих российских общественных СМИ и ИА: РИА Новости, Комсомольская правда, Lenta.ru, ГТРК Южный Урал, Аргументы и факты, 31 канал (Челябинск), Телекомпания ОТВ, Эхо Москвы.

7

комплектов из 10 победных медалей продано по 10 000 рублей. Заключен контракт с МХЛ.

>2 230

СМИ

комментариев под постом в Instagram Сергея Лазарева, более миллиона просмотров. Вирусный охват новости, прокомментировали в том числе селебрити: Валерия, Лолита, Николай Басков, Влад Топалов

МАТЧ ТВ, SportExpress.ru, Sports.ru, Sportbox.ru. Новость в лидирующих российских общественных СМИ и ИА: РИА Новости, Russia Today, Московский Комсомолец, 360tv.ru, Вести.ru, Эхо Москвы.

АБОНЕНТСКОЕ PR-ОБСЛУЖИВАНИЕ

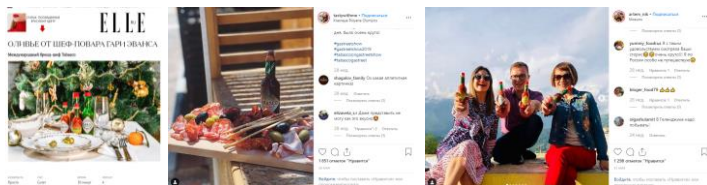
TABASCO®

PR-ЗАДАЧИ:

- Организовать PR-поддержку линейки перечных соусов TABASCO® в России в печатных и онлайн СМИ, а также блогах;
- Увеличить узнаваемость бренда в печатных и онлайн медиа, а также социальной сети Instagram*: познакомить людей с продуктом и его характеристиками, рассказать о способах применения соусов;
- Позиционировать бренд как следующий неизменным стандартам качества уже более 150 лет.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Составление коммуникационного плана.
- Подготовка экспертных материалов на гастрономическую тематику и интеграция рецептов с соусами TABASCO®.
- Организация креативной рассылки для блогеров и шеф-поваров.
- Интеграция бренда в гастрономические фестивали и выставки, привлечение блогеров к участию.
- Подготовка и распространение пресс-релизов.
- Интеграция бренда в кулинарные программы на телевидении. Проведение конкурсов в медиа.



Сентябрь 2018 г. — декабрь 2019 г.

>50

публикаций в ключевых онлайн и печатных СМИ: Elle, Woman's Day, PEOPLE TALK, Time Out, «Лиза», «Домашний очаг», «Аргументы и Факты» и др.

>130

интеграций в формате постов и Stories у популярных фуд-блогеров с общим охватом 1,5 млн.

+ 27%

рост МедиаИндекса: с 1750 до 2230 за аналогичный период.

2+2

проведение 2 конкурсов в СМИ. Интеграция соусов TABASCO® в фестиваль «О, да! Еда!» и GASTREET 2019

АБОНЕНТСКОЕ PR-ОБСЛУЖИВАНИЕ

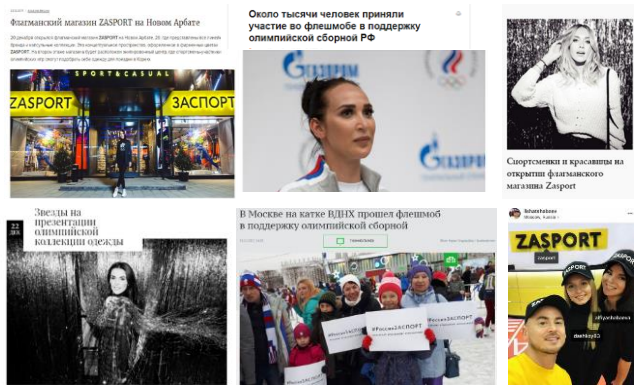
ZASPORT

PR-ЗАДАЧИ:

- Увеличение присутствия бренда в медиапространстве,
- Построение регулярной работы с целевыми СМИ и блогерами,
- Увеличение объема публикаций с упоминанием бренда в позитивном ключе.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Участие в организации и координации (в т.ч. координация ТВ-съемок) показа олимпийской коллекции.
- Подготовка и распространение пресс-релизов и follow up.
- Приглашение СМИ и блогеров, аккредитация СМИ.
- Конкурсы в социальных сетях МАТЧ ТВ и ЖАРА ТВ, приуроченных к Чемпионату Мира по самбо-2017.



>1000

публикаций в СМИ
и у блогеров, 35 из них на ТВ.

>300

аккредитованных СМИ.

СМИ

Cosmo.ru, SNC, Grazia, Tatler,
Marie Claire, Матч ТВ,
Чемпионат.com, Retail.ru,
Россия 24, НТВ, ОТР, Пятница,
Ю ТВ и др.



Октябрь 2017 г. — март 2018 г.

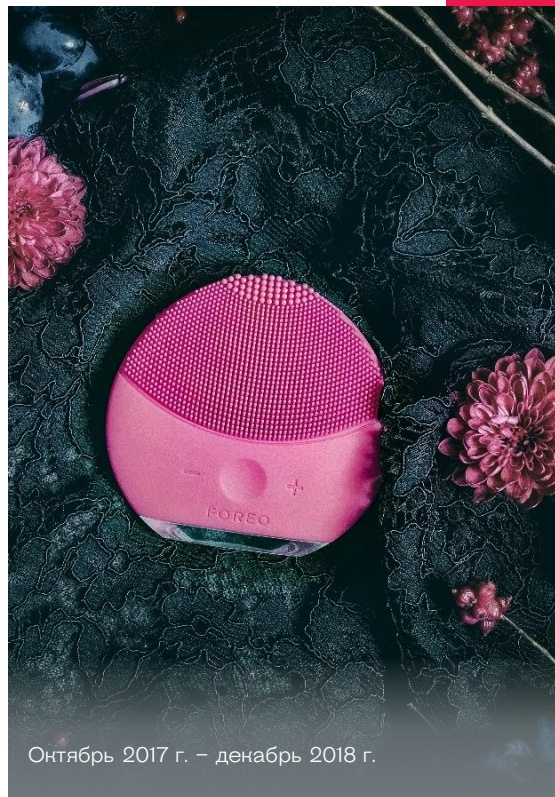
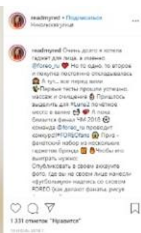
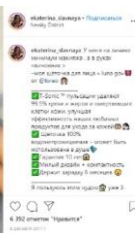
FOREO

PR-ЗАДАЧИ:

- Проинформировать аудиторию о присутствии FOREO на российском рынке с помощью PR-инструментов,
- Обеспечить широкое присутствие бренда в медиапространстве (женские, lifestyle, глянцевые СМИ),
- Обеспечить активное продвижение бренда в соцсетях (Instagram*).

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов.
- Активная работа с блогерами: инициирование публикаций (фото, видео, Stories), организация 3 марафонов.
- Инициирование публикаций в СМИ: статьи, конкурсы, раскладки, интеграции в обзоры, предоставление продукции на съемки и пр.



Октябрь 2017 г. – декабрь 2018 г.

>370

качественных публикаций
бренда в топовых lifestyle СМИ
вышло за период
сотрудничества: Vogue,
Glamour, Elle.

200

публикаций с упоминанием
бренда в Instagram, в рамках
специальных проектов
и флешмобов.

3

бесплатных спецпроекта
с блогерами организованы
в Instagram: конкурс
#FOREO_Nomakeup,
флешмоб с зубной щеткой
#ISSA2_моегениальноеутро,
конкурс в рамках FIFA2018
#FOREO_fans.

Hobby World

PR-ЗАДАЧИ:

- Обеспечить регулярное присутствие Hobby World в деловых и специализированных федеральных и региональных СМИ,
- Сформировать пул лояльных журналистов из онлайн и печатных изданий,
- Формировать устойчивое восприятие Hobby World как главной компании по настольным играм на российском рынке и положительный образ розничной сети Hobby World,
- Усилить присутствие Hobby World в региональных lifestyle и семейных СМИ,
- Организовать поддержку фестиваля настольных игр «Игрокон» и креативную рассылку, приуроченную к мероприятию.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка и распространение пресс-релизов, последующий мониторинг публикаций.
- Подготовка материалов по темам: досуг, игры, бизнес.
- Организация интервью со спикерами компании.

Что подарить деловому человеку на Новый год. 10 отличных идей



ВЫБЕРИТЕ ПОДАРОК: ГОЛОВНАЯ БОЛЬ, НЕ ХОЧЕТСЯ ДАВАТЬ НЕУДОБНО. Мы поможем подобрать подарок, который понравится и сэкономит время, найдя полезные контакты и мероприятия.

Системный администратор в Иркутске и Тюмени



В эти выходные в Ростове-на-Дону состоялся фестиваль настольных игр — один из крупнейших в Европе. В течение нескольких дней участники могли познакомиться с новыми играми, приобрести настольные игры по сниженным ценам, а также пообщаться с профессиональными игроками. В этот раз фестиваль посетили более 200 человек, а количество продаж достигло рекордных значений.

Как фишка лежит



Вот почему настольные игры так популярны. Они позволяют провести время интересно и полезно. Кроме того, настольные игры помогают развивать логическое мышление и навыки общения. Если вы хотите подарить настольную игру, то лучше всего выбрать настольную игру, которая понравится всем участникам мероприятия.

Такая фишка: Как Hobby World завоевал рынок настольных игр

Идея: "Пора и настольным играм сделать пиар в интернете".



Создание сообщества: "Настольные игры".



2016 г. — 2018 г.

>600
.....
выходов в СМИ.

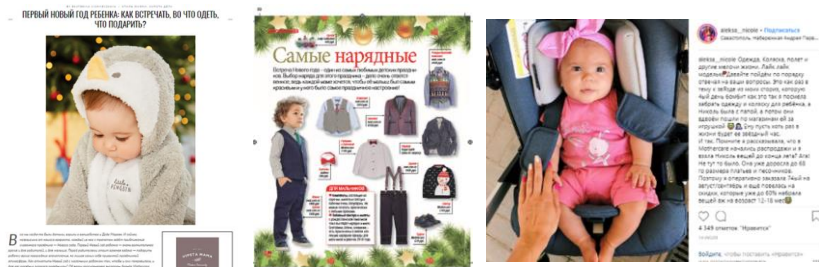
Mothercare

PR-ЗАДАЧИ:

- Увеличение присутствия бренда в медиапространстве,
- Построение регулярной работы с целевыми СМИ и блогерами,
- Увеличение объема публикаций с упоминанием бренда в позитивном ключе.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка и распространение пресс-релизов, последующий мониторинг публикаций.
- Подготовка материалов по темам: семья, дети, семейный досуг.
- Организация работы с блогерами и журналистами: тестирование, приглашение на пресс-мероприятия.



Август 2017 г. — сентябрь 2018 г.

>240

публикаций в родительских СМИ, среди которых: «Счастливые родители», «Мама, это я», Hipsta Mama, Mama.ru и др.

>300

публикаций в месяц у блогеров, тематические спецпроекты с блогерами.

3

пресс-мероприятия (Дом Деда Мороза-2017, презентация новой коллекции весна-лето 2018, презентация новой коллекции Му К в ресторане «Рыбный остров»).

Thule

PR-ЗАДАЧИ:

- PR-поддержка линеек рюкзаков в lifestyle, туристических СМИ, а также среди блогеров: продвижение продукции Thule, формирование и поддержание имиджа компании как надежного эксперта по активному отдыху, популяризация темы активного отдыха.
- PR-поддержка новых продуктов для детей Thule в AWK (Active with Kids) в онлайн- и печатных СМИ.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка и распространение пресс-релизов, последующий мониторинг публикаций.
- Подготовка материалов по темам: спорт и активный отдых с детьми.
- Организация тестирования продукции блогерами (YouTube, LJ) и журналистами.



2014 г. — 2018 г.

>35 МЛН

охват в СМИ.
Более 300 выходов в СМИ,
 в **2,5 раза** рост количества публикаций, В среднем **800** МедиаИндекс за год.

СПЕЦПРОЕКТЫ

Организация **конкурсов** в печатных и онлайн-СМИ: Playboy, Men's Health и Women's Health.ru.

Организация серии **тестов** на Thevillage.ru, Babyblog.ru, Woman.ru и Risk.ru.

СМИ

Коммерсантъ.Travel, Ведомости.Как потратить, The Village, InStyle Man, Men's Health, Maximonline.ru, Women's Health.ru, Cosmopolitan, Playboy, Yoga Journal, Лиза.Мой уютный дом, Домашний Очаг, National Geographic, Discovery, «Вокруг света», Коммерсант.KIDS, Lenta.ru, Eva.ru и пр.

АБОНЕНТСКОЕ PR-ОБСЛУЖИВАНИЕ

OK Beauty

PR-ЗАДАЧИ:

- PR-поддержка в lifestyle и глянцевых СМИ;
- Работа по бьюти-планам;
- Инициирование спецпроектов.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Рассылка продукции в медиа по бьюти-планам.
- Инициирование публикаций в СМИ в формате нативных статей, экспертных комментариев и интервью.
- Отслеживание выходов.



>30

публикаций с упоминанием
бренда вышло за период
сотрудничества.

СМИ

публикации в топовых
глянцевых СМИ: Elle.ru,
Marieclaire.ru, Instyle.ru,
Womanhit.ru, Wday.ru,
passion.ru, Poruski.me,
Fwmagazine.ru, «Лиза» и других.

Налаживание контактов
с Vogue, Glamour, Cosmo.ru,
Posta-Magazine с гарантией
последующего размещения
в подборках.



Июнь 2020 г. — февраль 2021 г.

marie claire

Обзор лучших бьюти-новинок июня:
уход и декоративная косметика

Бьюти-итоги: 5 событий и
запусков

HELLO! ТЕНДЕНЦИИ МОДА СКАЖИТЕ ДА! ПИЯТЕЦ



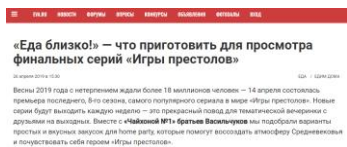
«Чайхона №1» братьев Васильчуков

PR-ЗАДАЧИ:

- Усилить присутствие бренда в lifestyle СМИ;
- Проинформировать аудиторию о ключевых особенностях бренда и главных отличиях от других ресторанов с таким же названием;
- Поддерживать положительный имидж бренда;
- Обеспечить присутствие в блогосфере, укрепить имидж в соцсетях с помощью инфлюенсеров;
- Использовать разные PR-инструменты для достижения максимального охвата и более качественного взаимодействия с ЦА (публикации, конкурсы, сотрудничество с блогерами, собственные мероприятия для СМИ и др.).

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов о новых меню бренда, а также эксклюзивных пресс-релизов по исследованиям.
- Инициирование публикаций в СМИ: статьи, раскладки, интеграции в обзоры, участие в телесъемках.
- Активная работа с блогерами: инициирование публикаций (фото, видео, Stories), а также спецпроекта с популярным Youtube-каналом Let's cook show.
- Организация индивидуальных дегустаций с топовыми СМИ.
- Подготовка идеи креативной рассылки для летнего меню.



Январь 2019 г. — июнь 2019 г.



>70

публикаций бренда в Instagram* у популярных блогеров.

> 3,5 млн

рублей составил PR Value.

Спецпроект

организация спецпроекта «Блогер VS шеф-повар» с популярным Youtube-каналом Let's cook show для освещения нового летнего меню.

СМИ

MarieClaire.ru, Elle.ru, InStyle.ru, Cosmo.ru, Wmj.ru, Eva.ru, Woman.ru, TimeOut.ru, Lady.mail.ru, Women's Health.ru, StarHit и др.

GRINDIN

PR-ЗАДАЧИ:

- продвижение сервиса и программ питания GrinDin,
- усиление информационного присутствия бренда в топовых СМИ,
- позиционирование GrinDin как сервиса, обеспечивающего своих клиентов высококачественной едой,
- создание у целевой аудитории эмоциональной связи с брендом (GrinDin — вкусно, полезно и удобно).

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов, follow up.
- Инициирование публикаций в lifestyle и глянцевых СМИ.
- Интеграция бренда в мероприятия, организация спецпроектов.
- Организация конкурсов в онлайн-СМИ.



>70

выходов в СМИ. В 1,5 раза рост количества публикаций. Более 14 575 000 охват.

СПЕЦПРОЕКТЫ

Flower Show совместно с журналом Marie Claire в парке «Музеон», Интеграция в бизнес-конференцию в рамках проекта MC@WORK журнала Marie Claire.

СМИ

Harper's Bazaar, Interview, Marie Claire, Elle, InStyle, SNC, Women's Health, Allure, buro247.ru, marieclaire.ru, elle.ru, snccmedia.ru, eva.ru, timeout.ru, goodhouse.ru и др.

АБОНЕНТСКОЕ PR-ОБСЛУЖИВАНИЕ

Sebbin

PR-ЗАДАЧИ:

- Развивать и поддерживать имидж компании Sebbin в качестве ключевого центра с высокотехнологическими медицинскими технологиями;
- Поддержка бренда компрессионного белья Native и Le journal intime;
- Обеспечить регулярное присутствие Sebbin в lifestyle и медицинских СМИ.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов о новых разработках компании.
- Инициирование публикаций в СМИ: статьи, комментарии, новости.
- Консультирование по вопросам информационной политики.

Все и сразу: какие пластические операции делают в комплексе?

Татьяна Мельникова, доктор на телеканале



Выбор материала

Кроме того, необходимо учитывать качество при выборе белья качества ткани. Он имеет эластичность, которая позволяет ему растягиваться и возвращать форму после нагрузки. Бюстье не только скрывает проблемные зоны, но и вводит в моду новые тенденции. Бюстье имеет эластичность, которая позволяет ему растягиваться и возвращать форму после нагрузки. Бюстье имеет эластичность, которая позволяет ему растягиваться и возвращать форму после нагрузки.



Самые популярные пластические операции среди мужчин

Татуировки в последнее время у мужчин и женщин в равной степени стали добавляться регулярными процедурами. В последнее время мужчины стали чаще делать татуировки. Татуировки в последнее время у мужчин и женщин в равной степени стали добавляться регулярными процедурами.



>50

публикаций с упоминанием бренда вышло за период сотрудничества.

СМИ

Grazia, InStyle, Medtecnews, Poruski.me, PRO Здоровье, WomenTalk.Club, passion.ru Woman.ru, Eva.ru и др.



Август 2020 г. — январь 2021 г.

Cofix

PR-ЗАДАЧИ:

- Организовать комплексную поддержку вывода бренда Cofix на российский рынок.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Анализ потенциального интереса целевых аудиторий.
- Запуск российской версии сайта и страниц бренда в соцсетях.
- Подготовка к официальному запуску бренда.
- Проведение пресс-мероприятия и официальное открытие первой кофейни в ТЦ «Охотный ряд».
- Мониторинг и анализ проведенной PR-кампании.



Октябрь 2017г. — декабрь 2018 г.

39+22

на пресс-конференцию Cofix в России аккредитованы 39 журналистов (10 деловых СМИ, 11 retail, 16 lifestyle, 2 радиостанции) и 22 блогера.

>100

публикаций по итогам открытия Cofix в Москве (Bloomberg, МИА «Россия сегодня», «Коммерсантъ», «Деньги», «Москва.24», Life.ru, Afisha Daily, The Village и др.)

>25 млн

общий охват аудитории в первые два месяца запуска страниц в социальных сетях Facebook*, Instagram*, VKontakte: более 25 000 000 человек.

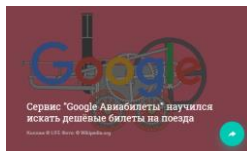
UFS.Travel

PR-ЗАДАЧИ:

- Обеспечение качественного освещения собственных инфоповодов,
- Увеличение количества публикаций с упоминанием онлайн-сервиса,
- Позиционирование UFS.Travel как лидера дистрибуции железнодорожных билетов и одного из ведущих агрегаторов туристической отрасли, а также как удобного сервиса по планированию путешествия с полным комплексом туристических услуг.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов/ информационных писем.
- Инициирование и подготовка публикаций, комментариев и колонок в СМИ.
- Инициирование и подготовка конкурсов в СМИ.



Кейс сервиса для путешествий UFS.Travel: увеличение количества продаж за счёт редизайна

Команда UFS.Travel и бренд-агентство «Центел» о том, какие изменения на сайте позволили повысить конверсию на 14%.



Коммерсантъ



Бизнес-туризм и MICE-сегмент на юге России пока еще не достигают до уровня Москвы и Санкт-Петербурга. Эксперты полагают, что с улучшением инфраструктуры многие жители города, особенно на черноморском побережье, смогут переключиться на себя спрос деловых путешественников. Сначала по MICE-сегменту на юге лидирует Сочи, у которого осталась инфраструктура после Олимпиады-2014, однако уже в ближайшее время другие города Краснодарского края и Крыма смогут занять свою устойчивую нишу в сфере бизнес-туризма.



Сентябрь 2016 г. — март 2020 г.

>350

публикаций в СМИ.

СМИ

SNCmedia.ru, Cosmo.ru, Eva.ru, 7days.ru, Mhealth.ru, Похудей, Wday.ru, VC.ru, «Коммерсантъ», Metro, «Московская Правда», Lenta.ru, Aif.ru, «Известия», Mip24, Life.ru, Cnews.ru, Retail and Loyalty, «Коммерческий Директор», TRN News, «Тонкости Туризма», «В отпуск», Tourprom.ru, Aviairport.ru и др.

Winx Club

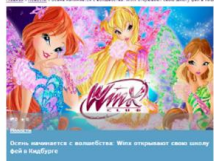
PR-ЗАДАЧИ:

- Продвижение среди аудитории детей и родителей основных ценностей бренда: семья, дружба, красота, талант и т.д.,
- Организация пресс-туров в Италию для представителей СМИ,
- Анонсирование 15-летия мультсериала,
- Знакомство журналистов с новым проектом анимационной студии Rainbow.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка кобрендинговых акций с партнерами разной тематики, направленных на продвижение ценностей бренда.
- Привлечение информационных партнеров.
- Организация пресс-туров для журналистов в Италию.
- Подготовка и распространение пресс-релизов и follow up.
- Организация конкурсов, приглашение СМИ и партнеров с мастер-классами. Поддержка новых сезонов проектов анимационной студии Rainbow: Winx Club и Королевская Академия.

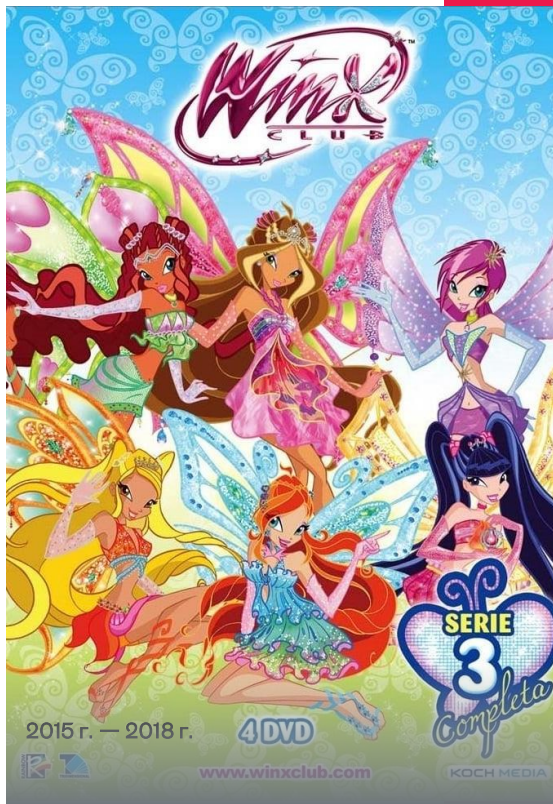
Слева направо: пресс-материалы и материалы фото-отчетов пресс-тура в Италию



1 сентября в детском саду профсоюз «Икар» в ЦО «Ильинское» состоялся грандиозный праздник в честь открытия школы фей Winx, где юный зритель сможет взглянуть и познакомиться с героями.



Яндекс.Маркет запустил бренд-зону Winx



>500+35 млн

публикаций за период обслуживания. Общий охват — 35 000 000 человек.

>10

публикаций в СМИ инициировано по итогам пресс-тура в Италию по случаю 15-летия студии. Участники тура: 7ya.ru, Лиза.Мой ребенок, Letidor.ru, Eva.ru.

ПРОЕКТЫ

организованы квест в ТЦ «Капитолий», конкурс рисунков Perotti, праздник для детей и родителей в ЦДМ на Лубянке, открытие школы фей Winx в городе профессий Кидбург, поддержка запуска бренд-зоны Winx на платформе Яндекс.Маркет и др.

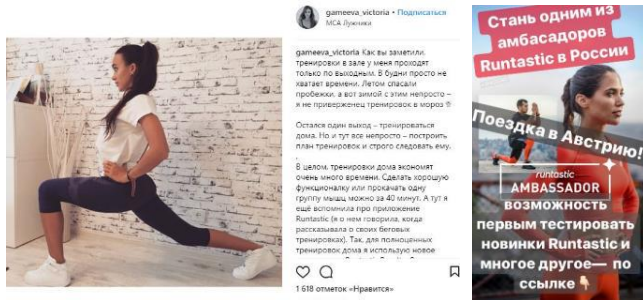
Runtastic

PR-ЗАДАЧИ:

- Иницировать одну публикацию в топовом lifestyle-СМИ и посты/stories у 2 блогеров.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Питчинг СМИ и иницирование публикации.
- Работа с блогерами: подбор блогеров, иницирование публикаций (фото, Stories).



СМИ

публикация на Cosmo.ru

3

публикации у двух блогеров:
@gameeva_victoria,
@vladimir_khatskevich.

АБОНЕНТСКОЕ PR-ОБСЛУЖИВАНИЕ

REVLON

PR-ЗАДАЧИ:

- Информирование аудитории о присутствии Revlon на российском рынке через активное продвижение косметической продукции бренда для женщин в онлайн и печатных изданиях, социальных сетях,
- Организация тестирований и конкурсов в блогах.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов.
- Иницирование публикаций в СМИ: статьи, комментарии экспертов, конкурсы, раскладки, интеграции в обзоры и пр.
- Активная работа с блогерами: иницирование тестирований (фото, видео, stories).
- Организация кобрендингов.
- Интеграции в мероприятия.



Январь 2017 г. — декабрь 2017 г.



СПЕЦПРОЕКТЫ

сотрудничество с Instagram и YouTube-блогерами:

Анастасия Морозова (@gold.tattoo), Настя Завьялова (@zavyalенок), Соня Асланян, Татьяна Хоникова, Маргарита (@beauty_margosha).

СМИ

Cosmopolitan, ELLE, Wonderzine.com, Interview.ru, SNC, Woma.ru, Wday.ru, Marie Claire, Grazia, Eva.ru, PeopleTalk.ru, Buro 24/7, WMJ.ru, Shopping Guide, Fraufluger.ru, Royal Samples и др.

Crimson Education

PR-ЗАДАЧИ:

- Увеличение присутствия бренда в медиапространстве,
- Построение точечной работы с целевыми СМИ.

Что было сделано:

- Определение пула целевых СМИ, соответствующих экспертизе компании: топовые деловые, бизнес-, lifestyle-издания.
- Подготовка экспертных материалов: колонок, комментариев, статей.



2017 г. — 2019 г.

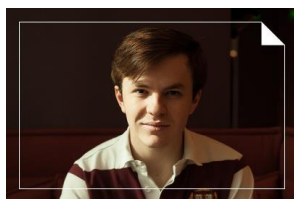
30

экспертных материалов на тему образования за рубежом.

.....

СМИ

радио BFM, Posta-magazine, Forbes.ru, Rusbase, SNC, VC.ru, Robb Report, S7, Cosmo.ru, WMJ.ru и пр.



22-летний основатель компании Crimson Education Джейли Битон рассказал *Forbes Magazine*, что такое учеба за рубежом и как в Нью-Йорке не умереть от голода.



Лидеры, которые увеличили ваши шансы на поступление в топовый американский вуз.

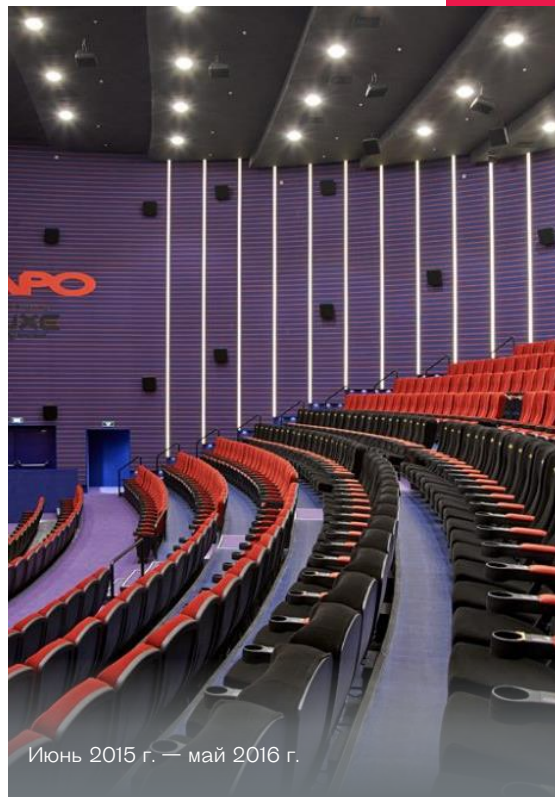
«КАРО»

PR-ЗАДАЧИ:

- Обеспечить регулярное присутствие сети кинотеатров «КАРО» в СМИ, максимально охватив целевую аудиторию и повысить узнаваемость бренда;
- Обеспечить качественное освещение собственных инфоповодов сети кинотеатров «КАРО» (новые проекты и т.д.);
- Увеличить количество качественных публикаций с упоминанием сети кинотеатров «КАРО» в главной роли и спикера компании, как в федеральных, так и региональных СМИ;
- Позиционировать «КАРО» как сеть кинотеатров с высоким уровнем кинопоказа и сервиса, в которых каждый зритель найдет для себя что-то интересное, что-то большее, чем просто фильмы, и получит максимум эмоций и впечатлений.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов.
- Организация пресс-мероприятий для журналистов.
- Инициирование и подготовка публикаций, комментариев и колонок в СМИ.
- Инициирование и подготовка конкурсов в СМИ.



Июнь 2015 г. — май 2016 г.

16+11+9

организовано 16 конкурсов, 11 интервью, 9 баннерных поддержек. Мероприятия посетили более 25 журналистов.

>90

по итогам PR-поддержки вышло более 90 публикаций, 15 радиоэфиров и 2 телеэфира.

>3 МЛН

охват — более 3 000 000 человек.

Candy Hoover Group

PR-ЗАДАЧИ:

- Информировать целевую аудиторию о продукции и деятельности Candy и Hoover;
- Поддерживать образ Candy как инновационной компании, которая день за днем меняет жизнь потребителей, сохраняя при этом традиционные для пользователей ценности и удобство при использовании продукции бренда;
- Обеспечить регулярное присутствие компании в деловых и отраслевых СМИ и на страницах блогеров, повысив узнаваемость Candy и Hoover;
- Рассказать целевой аудитории о планах компании по расширению линейки продуктов Hoover (о производстве крупной бытовой техники).

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов.
- Организация пресс-мероприятия для журналистов.
- Инициирование и подготовка публикаций, комментариев и колонок в СМИ.



Февраль 2017 г. — январь 2018 г.



>380

упоминаний брендов Candy и Hoover вышло за период работы с PR Partner в СМИ, инициированных агентством.

>57МЛН

общее количество упоминаний компании составило более 1 000 сообщений с суммарным охватом более 57 млн человек.

СМИ

Hi-tech.mail.ru, S7, Woman.ru, «Вокруг Света», nat-geo.ru, Maxim, Marie Claire, «Идеи вашего дома», «Коммерсантъ», «Ведомости», Ferra.ru, Elle Decoration, «Ведомости. Как потратить», Cosmopolitan, Psychologies, «Уральские авиалинии», Utair, mhealth.ru и пр.

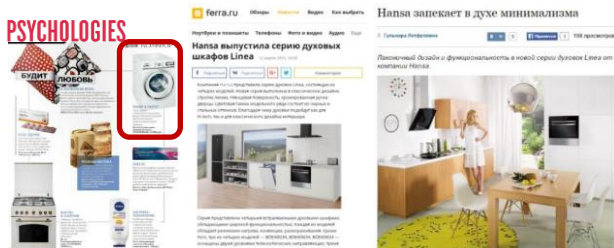
HANSA

PR-ЗАДАЧИ:

- Информировать целевую аудиторию о продукции и деятельности HANSA;
- Обеспечить регулярное присутствие компании в деловых и отраслевых СМИ и на страницах блогеров, повысив узнаваемость HANSA;
- PR-поддержка компании на федеральном уровне (внешний пресс-офис).

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов, follow up.
- Инициирование публикаций в lifestyle, женских и отраслевых СМИ.
- Организация благотворительных и партнерских специальных проектов.
- Организация пресс-тура для журналистов в Германию на презентацию новой серии дизайнерских варочных поверхностей компании Hansa и ее партнера — компании Schott AG.
- Открытие совместного салона с «Форема Кухни», проведение мастер-класса для журналистов.
- Организация конкурсов в печатных и онлайн-СМИ.



Октябрь 2013 г. — декабрь 2016 г.



730

публикаций в СМИ вышло.
AVE = 8 955 506 рублей (за январь– декабрь 2016 г.).
Средний ROI = 4,7.

БЛОГЕРЫ

тестирования техники и проекты с Ольгой Баклановой, Аленой Коготковой, Вадимом Тарабриным, Мариной Ярославцевой и др.

СМИ

Cosmo.ru, Lady.mail.ru, Women's Health, Woman.ru, Hi-tech.mail.ru, Koolinar.ru, Ferra.ru, «Домашний очаг», Elle Decoration, Shopping Guide,, Psychologies, Seasons, Mhealth.ru, Hi-tech.mail.ru и др.

Discovery

PR-ЗАДАЧИ:

- Увеличение присутствия бренда в медиапространстве,
- Построение точечной работы с целевыми СМИ.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Определение пула целевых СМИ, соответствующих экспертизе компании: топовые деловые, бизнес-, lifestyle-издания.
- Подготовка экспертных материалов: колонок, комментариев, статей.



ForbesWoman



На рынке дошкольного образования наблюдается стремительный рост: количество частных организаций, и зачастую таких, которые предлагают нестандартные образовательные решения. Как определиться при выборе детского сада?

1. Количество детей в группе

Детский сад, это уровень нагрузки и сложности работы, а выборнее со своей стороны — уровень родительской грамотности родителей. Среднее время и внимание, которое родители готовы уделять своим детям, не велико. По информации Седельной группы детей в группу распределяется по количеству образовательных программ. До трех лет — от 3 лет на каждого ребенка дошкольного возраста. До 3 лет, 4, 5, 6 лет — от 7 до 12 человек в группе. До 6 лет — от 12 до 15 человек. До 7 лет — от 15 до 20 человек, и так далее — от 6 до 15 человек. Однако, чем выше пороговая нагрузка, тем выше качество образования и воспитания.

А кто детей воспитывать будет?

Многие бизнесы для максимальной эффективности используют персонал. Многие компании отказываются от работы в пользу воспитания детей, другие же наоборот предпочитают работать в семье. Многие родители считают, что воспитание ребенка в семье — это лучший вариант. Как же быть, если вы воспитываете двух малышей и кто детей воспитывать будет?

« Сейчас ситуация изменилась, и мы уверены, что ребенок — это отнюдь не помеха, а источник вдохновения. Придумать свой бизнес с нуля, даже если вы воспитываете двух малышей, вполне реально.

КОНТУР

Как открыть частный детский сад и выделиться среди конкурентов

Наталья Иванова

Психологическая помощь, работа с детьми и подростками. В 2012 году открыла частный детский сад Discovery. Работает по авторской программе. За пять лет работы ни одного ребенка не ушло из семьи. Франшиза, при этом открыта по Франции.



2016 г. — 2017 г.

СМИ

Серия публикаций в деловых СМИ, среди которых «Контур», Forbes Women, Rusbase и другие.

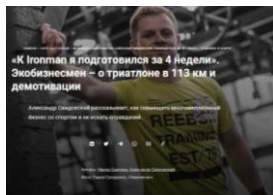
Втор-пласт

PR-ЗАДАЧИ:

- Создать образ генерального директора Александра Свидовского как промышленника, бизнесмена в сфере переработки отходов на территории России.
- Обеспечить регулярное присутствие спикера в общественных, деловых и экологических СМИ. Для работы выбраны топ-30 медиа по версии «Медиалогии».

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Написание и публикация экспертных статей и комментариев. Выход интервью в «Чемпионате». Подготовка и рассылка двух пресс-релизов об экопривычках на основе исследования через «Яндекс. Взгляд».
- За полгода у спикера вышли колонки в газете «Ведомости», «Российской газете» и др., а также комментарии в журналах «Эксперт», «Генеральный директор», «Коммерсантъ» и пр.



ВЕДОМОСТИ Экология

14 января 2022, 10:01 | Экология | Наука и техника

Как отличают один пластик от другого и как их перерабатывают

Специально подобранные адсорбенты, которые выделают один тип пластика из смеси

Александр Свидовский, генеральный директор компании «Экоплам»

Чтобы правильно сортировать и перерабатывать пластик, нужно различать его виды: полипропилен, полиэтилен, поливинилхлорид, поликарбонат, расплавы (собираются, куколы, чай и др.) и др.

Если вы хотите узнать больше о переработке пластика или о том, как правильно сортировать пластик, напишите нам в Telegram или ВКонтакте.



Мусорные работы: как новые технологии влияют на свалки в России

Ежегодно люди выбрасывают миллионы тонн пластика. Пластик — наиболее распространенный вид мусора, на него приходится 40% всего объема неразработанных отходов. Разобрать эти «пластиковые горы» под силу только роботам, которыми управляет искусственный интеллект. Несмотря на санкции, сегодня в России в этой области не только внедряются иностранные технологии, но и активно разрабатываются собственные



Январь 2022 г. — сентябрь 2022 г.

279

публикаций с упоминанием бренда вышло за период сотрудничества.

1 590

пунктов составил МедиаИндекс во время работы со спикером.

СМИ

«Российская газета», МИР 24, «Эксперт», Известия, ТАСС, РБК PRO и многих других.

АО «Медицина»

PR-ЗАДАЧИ:

- Развитие и укрепление имиджа АО «Медицина» (клиника академика Ройтберга) как эксперта доказательной медицины с лучшим качеством оказания медицинских услуг.
- Информационная поддержка трех брендов: АО «Медицина», личный бренд Г.Е. Ройтберга, Институт Ядерной Медицины, Химки.
- Обеспечить широкое присутствие брендов в медиапространстве (женские, lifestyle, деловые и медицинские СМИ).

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Поддержка собственных инфоподов клиники.
- Комментарийная работа со СМИ из списка Tier-1.
- Инициирование крупных публикаций в топовых СМИ: статьи, колонки, интервью.
- Обеспечение антикризисного PR.



Вейп: что это такое, какой вред несет курение электронных сигарет



МОСКВА, 26 мая — РИА Новости. По мере роста популярности курения вейпов среди молодежи ученые предупреждают об угрозах здоровью. ВЭБЕДЗ признал вейп-курение вредным в России. Это заявление — следствие работы по изучению вейпов, выполненной по поручению и при поддержке департамента по контролю, лицензированию, контролю качества, безопасности и контролю качества РСА-Росстандарт.



Невролог назвала правила сохранения рассудка в старости



Владимирова А.С. | 02.06.2022 | 10:00 **Врач-невролог рассказала, как сохранить рассудок в старости**



Новый уровень

В Государстве ядерной медицины в Ухолох прошла научная конференция «Современная ядерная медицина». Врачи-онкологи, урологи, радиологи и химиотерапевты обсудили важные аспекты диагностики и лечения онкологии в России. По словам директора медицинской службы АО «Медицина» — академика академика Ройтберга Жажны Дюров, сегодня в стране применяются качественные и инновационные методики лечения, быстрыми темпами развивается радионуклидная и лучевая диагностика, используется искусственный интеллект.



Сентябрь 2022 г. – по настоящее время.



>1 043

Качественных публикаций клиники в топовых lifestyle и деловых СМИ вышло за период сотрудничества.

17 550

Общий МИ получился за первый квартал.

СМИ

«Известия», Sport-24, РИА «Новости», «Чемпионат», Газета.Метро, Gazeta.ru, Lenta.ru, и др.

АБОНЕНТСКОЕ PR-ОБСЛУЖИВАНИЕ

SuperStep

PR-ЗАДАЧИ:

- Расширить аудиторию бренда за счет конкурсов с медиа в социальных сетях.
- Развивать и поддерживать имидж бренда в качестве лучшего дистрибьютора сникеров на российском рынке.
- Постоянное присутствие бренда в спортивных и лайфстайл медиа.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Написание и публикация экспертных статей и комментариев. Ежемесячные выходы по пресс-релизов об открытии новых магазинов, корпоративные новости бренда.
- На протяжении всей работы бренд выходил в «Чемпионате», Sport-24, Спорт Weekend, Space-health, The Challenger, Marie Claire и пр.



>249

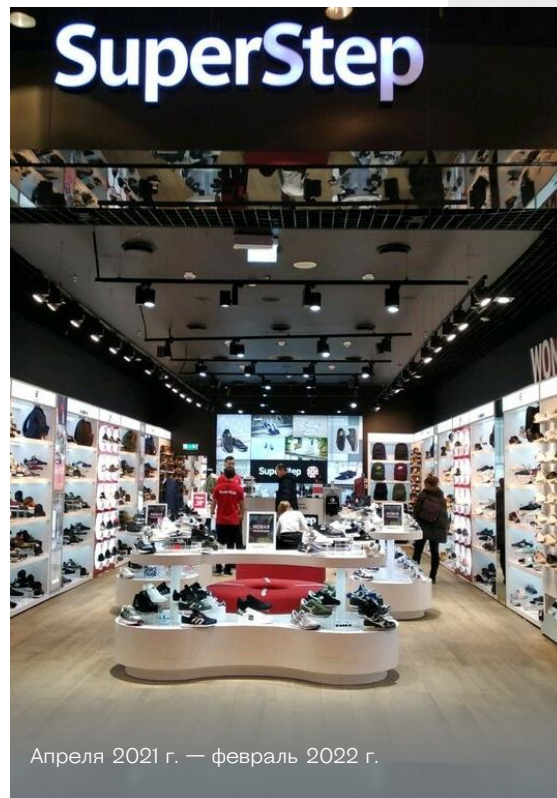
публикаций с упоминанием
бренда вышло за период
сотрудничества.

1 271

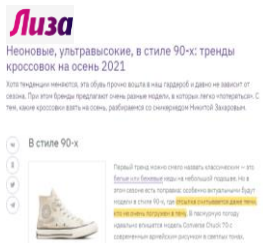
пунктов составил МедиаИндекс
во время работы с компанией.

9

конкурсов в социальных сетях
и медиа: Graffiti World, The
Challenger, Wday, Lisa.ru, Hello,
Poruski.me, The Pled, The
Reminder.



Апреля 2021 г. — февраль 2022 г.



Миссия проекта SuperStep заключается в том, чтобы рассказывать и?

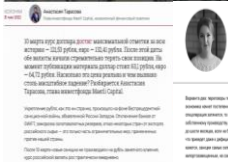
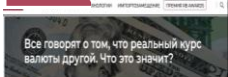
Анастасия Тарасова

PR-ЗАДАЧИ:

- Развитие и укрепление имиджа Анастасии Тарасовой как независимого финансового эксперта.
- Обеспечить широкое присутствие спикера в медиапространстве (lifestyle, деловые, общественно-политические и финансовые СМИ).

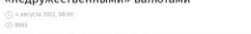
ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Активная работа по комментарийной работе по запросу от СМИ.
- Публикация экспертных колонок и статей от имени спикера на распространенные темы.
- Интеграция спикера на финансовые мероприятия.



Мечтать о лучшем долларе

Финансовый эксперт Анастасия Тарасова — о том, что делать с «недружественными» валютами



Вопросы валюты и курса доллара уже давно стали актуальными для россиян. В условиях санкций и ограничений по наличной валюте на март 2023 года. Ходят разговоры о преференциях биржевых торгов долларом и евро. К чему это приведет и что делать с «недружественными» валютами?



Стоит ли класть деньги на банковские депозиты



Ключевая ставка ЦБ РФ на конец мая 2022 года составила 11%. На следующие заседание Финансового Бюджет 30 июня Банковский регулятор планирует изменить ставку, если ситуация кардинально не изменится.



Февраль 2022 г. – Май 2022 г.



68

Качественных публикаций эксперта в топовых lifestyle, финансовых и деловых СМИ вышло за период сотрудничества.

1 056

Пунктов составил МедиаИндекс во время работы со спикером.

СМИ

Elle, RusBase, Business FM, «Известия», «РИА Новости», Финтолк, Wday, Psychologies, Бюро 24/7 и др.

Удачная Мебель

PR-ЗАДАЧИ:

- Рассказать ЦА садового бренда о запуске нового дачного сезона.
- Развивать и поддерживать имидж компании как лучшего производителя садовых качелей на российском рынке.

Что было сделано:

- Написание и публикация экспертных статей и комментариев про садовые качели, логистику компании, импортозамещение.
- На протяжении всей работы бренд выходил в Известия, Time Out, «Секрет фирмы», «Антенна-Телесемь», «Индустрия Мебели», Коммерсантъ FM, «Российская газета» и пр.
- Запуск конкурса с садовыми блогерами.

>37

публикаций с упоминанием бренда вышло за период сотрудничества.

268

пунктов составил МедиаИндекс во время работы со спикером.

1

конкурс в социальных сетях блогеров с хэштегом «Удачная мебель», выход 10 постов в социальных сетях.



Февраль 2022 г. — Августа 2022 г.

ИЗВЕСТИЯ



Шведская идея

Бизнесмен Игорь Чепенко — о том, можно ли заимствовать IKEA в России и как это сделать

11 апреля 2022 года
10:00

С заветными магазинными и полками IKEA по России движется ветерок с тем, что называют шведской моделью. Продавать мебель начали многолетние участники от отцов до внуков. Но ведь IKEA, в отличие от других, не просто магазин мебели, а целая экосистема. Как ее адаптировать к российским реалиям? В статье — о том, как это сделать. Бизнесмен рассказывает о своем опыте и дает советы тем, кто хочет сделать свой бизнес в сфере мебели. Рассказан про опыт IKEA в России и о том, как это можно адаптировать к российским реалиям.

TimeOut



Коммерсантъ

В российские руки

Как будут работать гипермаркеты OBI после смены владельца в РФ. Немецкие гипермаркеты OBI вошли покупателям в России. 12 апреля стало известно, что сеть магазинов перешла в доверительное управление основателю консалтинговой группы «Фудит Групп» и юридическому агентству «Сезар Консалтинг Групп» (Lьвовград). По его словам, инвестор надеется, что он познакомится с топ-менеджментом компании, но его имя пока не разглашается. Кто мог выступить покупателем сети гипермаркетов? Какие договоренности удалось достичь? И когда откроются магазины? Разбирался Григорий Колганов.



Экзотическая мебель обещает короткую историю, а значит, не успеет завоевать максимальной узнаваемости. Лучше, если она пройдет за пределы на свежем воздухе, но если такой возможности нет, то мебель и бытовые приборы могут стать приятным дополнением к интерьеру. В каталоге обещано 2 варианта оформления для интерьера — это легкие и удобные варианты для большого пространства, а также минималистичные предметы, благодаря которым можно проводить масштабные загородные мероприятия на открытом воздухе.

АБОНЕНТСКОЕ PR-ОБСЛУЖИВАНИЕ

ГК «Абрау-Дюрсо»

PR-ЗАДАЧИ:

- Обеспечить широкое присутствие инфоповодов компании в медиaprостранстве.
- Организация пресс-туров в Краснодарский край, общение с региональными редакторами.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Написание и распространение пресс-релизов.
- Комментарийная работа с винными спикерами компании.
- Организация пресс-тура в Краснодар: сопровождали 10 редакторов топовых медиа.
- Создание антикризисной папки, пресс-кита.
- Организация рассылок редакторам и блогерам к праздникам.
- Организация продуктовой рассылки «7 овощей» винным блогерам — выход более 10 постов.
- Организация пресс-завтрака с Николаем Фоменко и дегустацией Schneejager.



Июля 2021 г. – Апреля 2022 г.

>5 157

Качественных публикаций бренда в топовых lifestyle, общественно-политических, алкогольных и деловых СМИ вышло за период сотрудничества.

30 436

Пунктов составил МедиаИндекс во время работы со спикером.

СМИ

«РИА Новости», ПРАЙМ, ТАСС, «Секрет фирмы», РБК Quote, About Wine, Wine Magazine и др.

Skymes

PR-ЗАДАЧИ:

- Усилить присутствие дистрибьютора дронов в деловых, общественно-политических, агропромышленных и IT СМИ.
- Поддержать имидж компании в глазах ЦА как о лучшим дистрибьюторе промышленных дронов Skymes на российском рынке.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Написание и публикация экспертных статей и комментариев про промышленные дроны в геодезии, картографии, агропромышленной, нефтяной и сельскохозяйственной областях.
- На протяжении всей работы компания- дистрибьютор выходила в «Известия», «Автоматизация в промышленности», «АПК Эксперт», РБК PRO, «Коммерсантъ», МИР 24 и пр.
- Выход спикера от компании в эфир «Москва 24».



Пилот дрона может получать 250 тыс. руб.: что известно о новой профессии

Специальность: Пилот дрона
Страна: Россия

Дроны все активнее используются в промышленности, строительстве и сельском хозяйстве. Растет потребность и в их пилотах. Они получают в Москве до 250 тыс. руб. Антон Ларсен (интегратор беспилотных решений Skymes) — о том, как освоить новую профессию



Частные беспилотники с камерой можно будет применять в пассажирских самолетах. Работа добровольная, но ударит по карману. — Минтранс выслушал проект правил субсидирования авиации БПЛА, которые позволят летать на пассажирские работы. Научится на своих беспилотниках в сложение людей, какие условия для этого нужны и что может повлиять на работу дрона на благо дело — в материале Известий.

Как будут применять частные беспилотники

С 1 сентября вступит в силу поправки в Воздушный кодекс, касающиеся беспилотников. Одно из новшеств — дроны, принадлежащие частным лицам и организациям, можно будет использовать для работы в пассажирских самолетах. Параллельно Минтранс разработал проект правил субсидирования авиационных предприятий, организацией инновационной авиации и авиации беспилотников, которые участвуют в пассажирских самолетах. Прочие меры, добровольные, которые позволят участвовать в полетах или снижении людей с коммерцией беспилотников, смогут рассчитывать на возмещение расходов на эти цели летать.



Оставаться в плюсе

Производство

Рынок производства электротехнической продукции в России сохраняет положительную динамику, несмотря на затухающее производство и мировой рост цен на металлы и отдельные комплектующие.



Июнь 2020 г. — Октябрь 2022 г.



>447

публикаций с упоминанием бренда вышло за период сотрудничества.

2 248

пунктов составил МедиаИндекс во время работы со спикером.

СМИ

«Популярная Механика», Агро XXI, Rusbase, Robogeek, RoboTrends, «Нефтянка», «Российская газета», Агроновости и др.

КарданБаланс

PR-ЗАДАЧИ:

- Усилить присутствие компании в деловых, общественно-политических и автомобильных СМИ.
- Поддержать имидж компании в глазах ЦА как о лучшей компании по производству и ремонту карданных валов на российском рынке.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Подготовка и публикация экспертных статей и комментариев о ситуации на авторынке, об автомобильной отрасли, бизнесе и т.д.
- На протяжении всей работы компания выходила в «Известия», «За рулем», «РИА Новости» «Российская газета», Коммерсантъ FM, Lenta.ru, «Известия», Forbes, «МИР24», «Деловой Петербург» и пр.



>130

публикаций с упоминанием
бренда вышло за период
сотрудничества.

922

пунктов составил МедиaИндекс
во время работы с компанией и
его спикером.

СМИ

«Известия», «За рулем»,
«РИА Новости» «Российская
газета», Коммерсантъ FM,
Lenta.ru, «Известия», Forbes,
BFM.ru, «МИР24»,
«Деловой Петербург», и др.



Декабрь 2022 г. — настоящее время



Российские машины: список
марок отечественного
автопрома, плюсы и минусы



Названы важные критерии при покупке
подержанного автомобиля

Заспикер рассказал, на что обратить внимание при покупке
подержанного автомобиля

12.08.2022 10:00

автомобили транспорт средства



Эксперт Приходько: Россияне стали
экономить на авторемонте

Дмитрий Приходько

За год цены на услуги автосервиса в России увеличились практически на 50%. По прогнозам специалистов, в 2023 году стоимость ремонта автомобилей вырастет еще примерно на 20-30%. Главной причиной стал резкий взлет цен на запчасти лет 45 до 60% на разные марки. Кроме того, ожидается рост косвенных расходов: брендовых расходных и прочие платёжных сервисам пришлось поднять примерно на 20% и стоимость самих работ. Об этом и других трендах на рынке авторемонта "РГ" рассказал директор по развитию компании "КарданБаланс" Александр Приходько.



Рост цен на запчасти, новые лидеры и ожидание
автомобилей из Ирана – эксперт рассказал, что будет с
авторынком в 2023 году

Рассказываем о самых важных новостях рынка, разбираем
финансовую ситуацию компаний и другие важные вопросы
автотранспортного сообщества



12.08.2022 10:00
автомобили транспорт средства

12.08.2022 10:00
автомобили транспорт средства

Дмитрий Приходько



Спасибо

Коммуникационное агентство PR Partner

+7 (499) 647 47 17

115035, Москва, Садовническая
набережная, д. 7, помещение 6

www.prpartner.ru