

POLYLOG

# Консалтинговая PR-группа «Полилог»

Эффективные отношения с целевыми аудиториями

Москва. 2011

# Что такое КГ «Полилог»?

Консалтинговая Группа «Полилог»: полный спектр услуг в области PR. Мы формируем имиджи и поддерживаем репутации – профессионально и эффективно. Вникаем в задачи клиента, определяем, какие целевые группы и инструменты могут помочь в решении, и предлагаем план действий с понятным результатом. Затем реализуем согласованную PR-программу «под ключ». Ничего лишнего – **все, что нужно организации, бренду, персоне.**

- Консалтинговая Группа «Полилог» существует с 2000 года.
- КГ «Полилог» — независимая частная компания.
- 62 штатных консультанта.

**Более 600**  
федеральных, столичных и  
региональных проектов  
в таких областях бизнеса, как:

Энергетика  
и машиностроение

FMCG  
и потребительские товары

Финансы  
и страхование

Производство  
и продажа нефтепродуктов

Beauty care & Luxury goods

Фармацевтика

IT/Телекоммуникации/  
бытовая электроника

Органы государственной власти и НКО

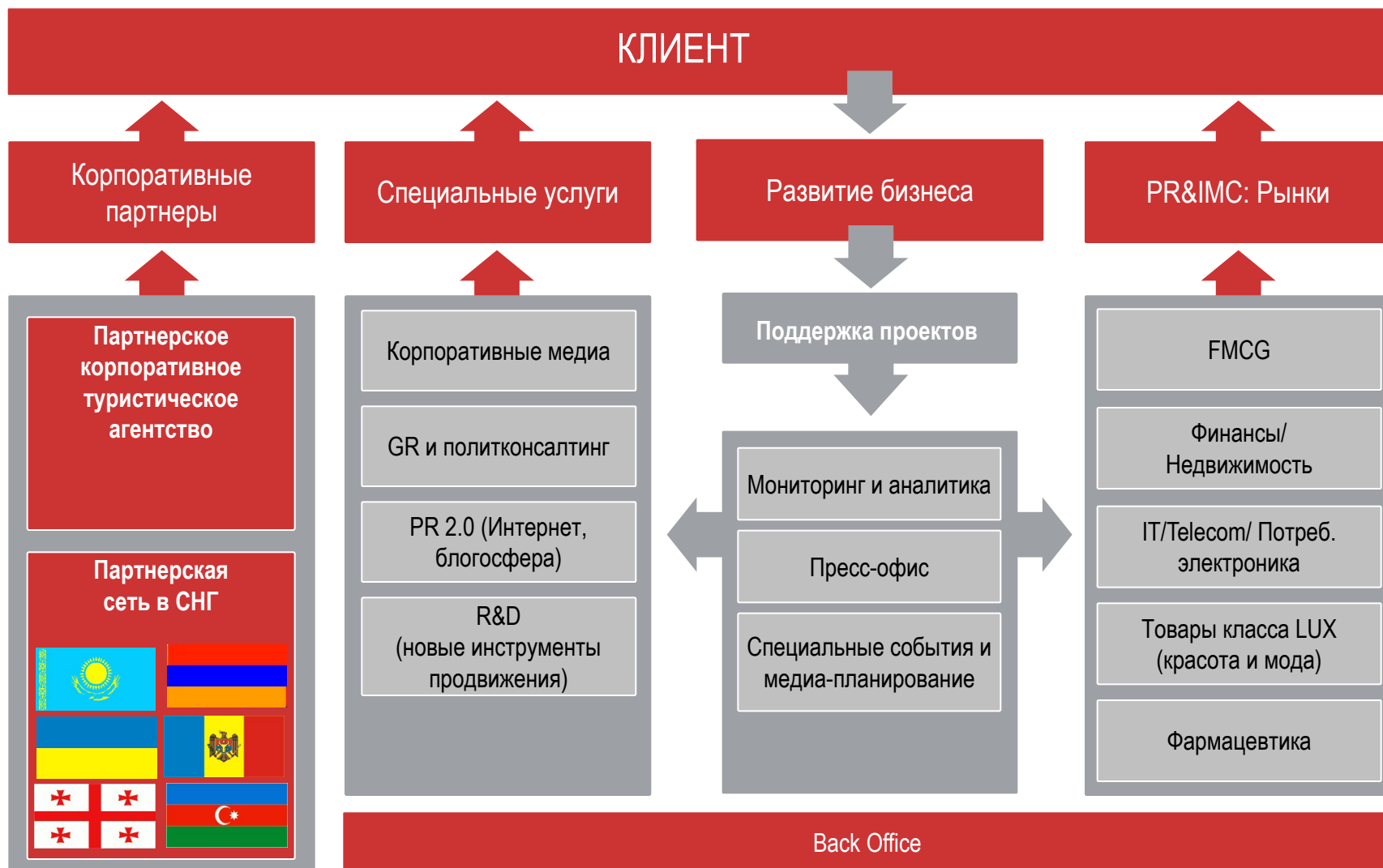
Недвижимость  
и розничные сети

# Что мы можем?

Мы предлагаем нашим клиентам весь спектр коммуникационных услуг



# Как мы работаем?



# Чем мы еще гордимся?

## 2004 -2005

Дипломант национальной премии в сфере PR «Серебряный лучник» в номинации «Лучший проект в области развития общественных связей»  
Премия PROBA-IPRA GWA 2005 в номинации «Лучшее корпоративное издание».



## 2005

Получение сертификата BVQI (Bureau Veritas Quality International), подтверждающий соответствие системы менеджмента качества компании требованиям международного стандарта ISO 9001:2000



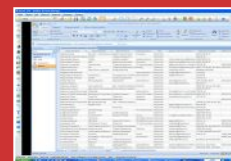
## 2006-2008

По версии журнала «Эксперт» КГ «Полилог» вошла в TOP 150 крупнейших консалтинговых компаний России, а также в TOP-3 российских консультантов, оказывающих услуги консалтинга в области маркетинга и связей с общественностью для таких отраслей, как «Связь», «Банки», «Торговля», «Пищевая промышленность», «Страховые компании» и «Инвестиционные институты»



## 2008

Собственная, регулярно обновляемая база, включающая в себя более 3000 журналистов и более чем 900 СМИ



## 2004-2010

Единственное агентство выпускающее собственное, регулярное корпоративное издание



# Кто уже с нами

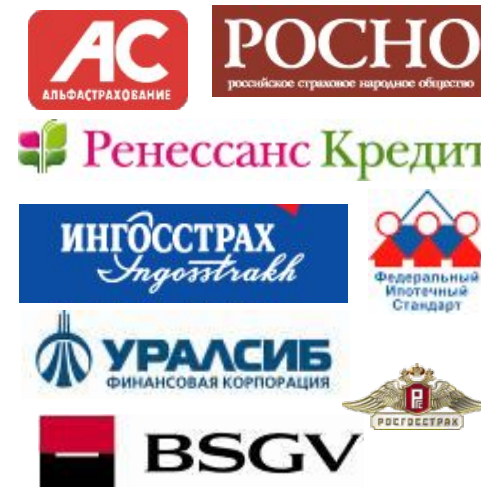
## FMCG, Beauty



## Power Engineering



## Finances & Insurance



## Government and NGO's



## IT, CE, DAP, Telecom



## Pharma



1

POLYLOG

# Управление репутацией и корпоративными коммуникациями

# Управление репутацией (1)

## Комплексное PR-сопровождение BSGV банка



**BSGV**

**Бизнес & FM**

**Коммерсантъ**

**BSGV привел за деньгами**

Банк «Сбербанк Восток» (BSGV) – крупнейшее подразделение банковской группы Сбербанк России – активно развивается в регионах. Банк активно расширяет присутствие в регионах, предоставляя клиентам все необходимые услуги. В частности, банк активно привлекает депозиты и кредитует бизнес.

По итогам года банк и президент «Сбербанк Восток» Марк Мельников объявил о рекордном росте в 2008 году. Банк привлек 400 млрд рублей, выдал кредитов на 300 млрд рублей, а также консолидировал активный капитал на 450 млрд рублей. По итогам года банк занял первое место в рейтинге «Бизнес & FM» среди банков России.

Банк «Сбербанк Восток» достиг в 2008 году рекордных показателей по привлечению средств на рынке депозитов. По итогам года банк привлек 400 млрд рублей, что составляет 100% от плана. Банк также активно привлекает депозиты от юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. В частности, банк активно привлекает депозиты от клиентов «Сбербанк Восток».

Банк «Сбербанк Восток» достиг в 2008 году рекордных показателей по выданным кредитам. По итогам года банк выдал кредитов на 300 млрд рублей, что составляет 100% от плана. Банк также активно привлекает кредиты от юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. В частности, банк активно привлекает кредиты от клиентов «Сбербанк Восток».

Банк «Сбербанк Восток» достиг в 2008 году рекордных показателей по консолидированному активному капиталу. По итогам года банк консолидировал активный капитал на 450 млрд рублей, что составляет 100% от плана. Банк также активно привлекает активный капитал от юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. В частности, банк активно привлекает активный капитал от клиентов «Сбербанк Восток».

Банк «Сбербанк Восток» достиг в 2008 году рекордных показателей по привлечению средств на рынке депозитов. По итогам года банк привлек 400 млрд рублей, что составляет 100% от плана. Банк также активно привлекает депозиты от юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. В частности, банк активно привлекает депозиты от клиентов «Сбербанк Восток».

Банк «Сбербанк Восток» достиг в 2008 году рекордных показателей по выданным кредитам. По итогам года банк выдал кредитов на 300 млрд рублей, что составляет 100% от плана. Банк также активно привлекает кредиты от юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. В частности, банк активно привлекает кредиты от клиентов «Сбербанк Восток».

Банк «Сбербанк Восток» достиг в 2008 году рекордных показателей по консолидированному активному капиталу. По итогам года банк консолидировал активный капитал на 450 млрд рублей, что составляет 100% от плана. Банк также активно привлекает активный капитал от юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. В частности, банк активно привлекает активный капитал от клиентов «Сбербанк Восток».

- PR-поддержка деятельности Банка в 14 регионах РФ, включая Москву
- Медиа-база насчитывает около 200 контактов федеральных СМИ, и 450 контактов региональных СМИ
- Ежемесячно Агентством инициируется 270-330 материалов в СМИ о деятельности Банка, преимущественно в деловых и отраслевых СМИ
- Увеличение количества содержательных публикаций о Банке по итогам сотрудничества 1-го года составило более 70%

## PR-проекты для ОАО «Вымпелком» (TM «Beeline»)



- Проект «Мобильная грамотность» — продвижение социальной инициативы
- Более 60 представителей прессы, 6 ТВ-каналов
- 14 представителей стейкхолдеров
- Более 80 публикаций
- Проект «Пресс-Клуб» - формирование лояльности ключевых журналистов
- Более 35 постоянных членов
- Более 200 членов посвященного клубу сообщества в Интернет
- 15 специальных мероприятий



# Управление репутацией (2)

## Проект: «Пиво: Он или Она» для Очаково



### Ситуация:

В 2004 году, при выходе в премиум-сегмент, возникла потребность работы с глянцевыми изданиями и популярными изданиями категории «общего интереса» («Спид-Инфо», «Огонек» и др.). Проблема заключалась в том, что Компания воспринималась глянцевыми и популярными СМИ, как «старая», «советская», а ее продукция как «дешевая».

### Механика/Стратегия:

- Проведение обучающего семинара-дегустации
- Выбор интересной для данного типа изданий темы
- Демонстрация: журналисты смогли своими глазами увидеть современное оснащение очаковского пивоваренного цеха
- Необычные сувениры
- Слепая дегустация, во время которой журналисты признали качество продукта

### Результаты:

- Семинар-дегустацию посетили 16 изданий. Несмотря на то, что публикации не были целью мероприятия, ряд журналов и газет опубликовали заметки и фотографии о семинаре (XXL, Вот так!, Огонек, Спид-Инфо, Экспресс-газета и др. – всего 11 публикаций);
- Ряд журналов и газет впоследствии не раз обратились за комментарием к главному пивовару «Очаково», как к эксперту в области пивоварения и качества пенного напитка (АиФ, КП, Cosmopolitan, Men's Health и др.)

# 2

POLYLOG

## Brand PR и программы интегрированных маркетинговых коммуникаций

# Комплексное PR-обслуживание брендов

Комплексное PR-сопровождение  
компании и бренда Philips (DAP)

## PHILIPS



- Более **150** публикаций ежемесячно
- Более **15** конкурсов и тестов ежемесячно

Комплексное PR-сопровождение  
компании и бренда Schwarzkopf & Henkel

  
Schwarzkopf & Henkel



- Более **100** публикаций ежемесячно – о товарах Schwarzkopf
- Более **20** публикаций ежемесячно – о Schwarzkopf Professional

Комплексное PR-сопровождение бренда Mitsubishi компании РОЛЬФ Импорт



- Более **700** публикаций ежемесячно – о бренде и моделях Mitsubishi
- До **10** тест-драйвов ежемесячно
- Некоммерческие радио и ТВ -эфирсы ежемесячно
- До **3** интервью топ-менеджеров компании ежемесячно

## Комплексное PR-обслуживание брендов (2)

Комплексное PR-сопровождение  
компании и бренда Philips (CE)

# PHILIPS



- Более **200** публикаций ежемесячно
- Более **20** тестов ежемесячно
- Более **5** конкурсов ежемесячно

Комплексное PR-сопровождение  
компании и бренда Logitech



- Более **100** публикаций ежемесячно
- Более **20** тестов ежемесячно
- Более **5** конкурсов ежемесячно

3

POLYLOG

# GR и политконсалтинг для представителей бизнеса

# Опыт реализации проектов на государственном уровне

1

Съезд Ассоциации Юристов России с участием Президента, членов Правительства и других федеральных и региональных органов власти (декабрь 2005, январь 2008)

2

Комплексная PR-поддержка Постоянного Комитета Союзного Государства России и Беларуси (2003-2006 годы)

3

Разработка «под ключ» и реализация программ «Безопасность дорожного движения» в московских школах для федерального агентства «Росавтодор» (Министерство Транспорта РФ) (2005-2006)

4

PR-поддержка проекта «Электронная Россия» для Министерства Экономического развития и торговли (2006-2007)



# Методологическое обеспечение и менеджмент государственных проектов. Кейс: ФЦП «Электронная Россия»

## Задача

Организация процесса обсуждения и подготовки предложений по совершенствованию нормативной правовой базы, обеспечивающей формирование инфраструктуры электронного государства

## Методы

Интеграция и содержательный менеджмент процессов разработки и продвижения концептуальных и методологических документов и проектов нормативных актов

## Результаты

Подготовлен ряд концептуальных документов, обосновывающих необходимость создания института электронного государственного учёта.





Одно из самых актуальных высказываний спикеров

В рубрику включаются события, характеризующие GR-активность ведущих игроков банковской сферы

Значимые шаги регулирующих органов в области банковской сферы

Рубрика формируется из наиболее актуальных высказываний государственных деятелей по профильной тематике

Экспертный комментарий к рейтингу упоминаемости банков в контексте GR и событийного поля

**Цель издания:**  
 Предоставить руководству эффективные инструменты поддержки принятия решений и оценки информационного поля.

**Основные рубрики:**  
 Цитаты недели  
 Комментатор недели  
 Основные события

- Первые лица
- Сотрудничество
- Акционеры
- Лобби и назначения
- Контракты и тендеры
- Сделки
- Документы

**Частота упоминаний основных конкурентов в контексте GR**  
**Экспертный комментарий Регулирующие органы**

- Президент
- Правительство
- Государственная Дума
- Центробанк
- Анонсы событий



# 4

POLYLOG

Разработка и производство  
внутрикорпоративных медиа:  
газеты, журналы, блоги, сайты,  
брошюры, альманахи и т.д.

# Почему мы лучшие

## Мы делаем СМИ, которые решают поставленные перед ними задачи

В случае если издание не интересно своему читателю, он его, как правило, не читает, а значит деньги на производство такого издания потрачены впустую.

Эту истину многие издатели корпоративной прессы упускают из виду. Мы же считаем, что каждый материал в газете должен быть «продан» целевой аудитории: с помощью яркого заголовка, интригующего подзаголовка, интересной иллюстрации и прочая, прочая, прочая.

Мы знаем много способов, как это сделать лучше всего.

## Мы делаем газеты и журналы по правилам «большой журналистики»

Когда мы начинали следовать этому принципу, никто не верил, что корпоративная пресса когда-нибудь дорастет до обычной. Сегодня – это самая очевидная тенденция рынка.

Впрочем, и сейчас у многих дизайн-студий вместо журнала получается пусть и красивый, но абсолютно не приспособленный для ежемесячного выпуска, «годовой отчет», а у PR-агентства вместо газеты выходит неструктурированный боевой листок.

## Наши корпоративные СМИ являются лучшими на рынке

Вспоминается такой случай. Как-то звонит нам потенциальный заказчик и спрашивает про корпоративные газеты. Мы: «А вас какая газета интересует?» Клиент: «Мне очень нравится газета Росгосстраха. Сможете сделать на таком же уровне?» Мы: «Сможем, конечно. Ведь это ж мы ее сделали».

Кстати, разработанная нами газета «Очаково пресс», в 2005 году стала обладателем премии PROBA-IPRA GWA 2005 в номинации «Лучшее корпоративное издание».



5

POLYLOG

Корпоративное обучение:  
медиа-тренинги, тренинги  
кризисных коммуникаций,  
ИМИДЖ-КОНСАЛТИНГ И Т.Д.



Программа «Яркий лидер» для топ-менеджеров ОАО «Вымпелком» (Билайн) направлена на повышение интенсивности и качества взаимодействия ключевых менеджеров «Билайна» со СМИ, а также на усовершенствование их навыков публичного поведения. Программа включает в себя тренинг-сессии со звездами российской журналистики, максимально приближенные к реальным условиям (программа реализуется с 2005 года)

**Наши тренеры-консультанты проводят коммуникационные тренинги по направлениям:**

- Взаимодействие с СМИ (медиа-тренинги)
- Менеджмент кризисных ситуаций. Антикризисное реагирование
- Навыки ведения жестких переговоров
- Навыки презентации и публичного выступления.
- Командообразование

**Тренинги предназначены для спикеров и топ-менеджеров компаний-клиентов, среди которых:**

- BSGV
- ING
- Golden Telecom
- Vimpelcom (Beeline)
- DHL
- World Bank и другие

# Программа «Яркий лидер» для топ-менеджеров ОАО «Вымпелком» (Билайн)



## Задача

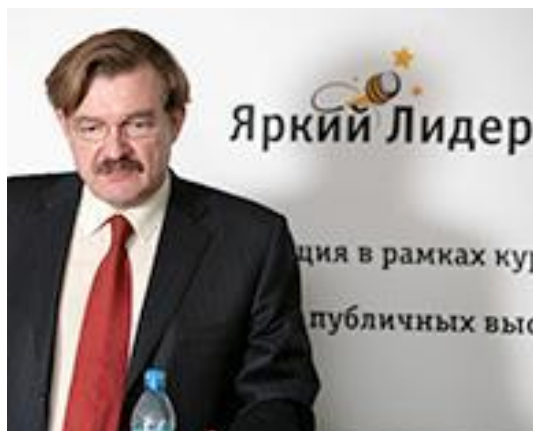
Повысить интенсивность и качества взаимодействия ключевых менеджеров «Билайна» со СМИ, а также на усовершенствование их навыков публичного поведения.

## Решение

Консалтинговой группой «Полилог» была разработана комплексная образовательная программа «Яркий лидер». Программа состояла из трех модулей — «Успешный лидер — мастер коммуникаций» (навыки персональной коммуникации), «Навыки общения со СМИ» (умение результативно общаться с журналистами) и «Имидж успешного руководителя». Программа была реализована в 2005-2007 гг., за это время программу прошли несколько групп ключевых менеджеров компании.



Особого слова заслуживают двухдневные модули «Навыки общения со СМИ». Их отличало полное погружение участников в «боевые» условия. В первый день перед слушателями выступали реальные звезды печатной и радио журналистики, а второй день был отдан под телевизионное «реалити» — телеведущие и телеоператоры работали с аудиторией, чтобы научить их правильно держаться перед камерой, сказать главное за 20 секунд, отвечать на самые неудобные вопросы.



За время программы под руководством агентства «Полилог» с «яркими лидерами» работали такие ТВ-звезды, как Петр Марченко, Тина Канделаки, Марианна Максимовская, Леонид Парфенов, Сергей Доренко, лучшие телеведущие РБК-ТВ Игорь Виттель, Ирина Комарова и Мария Строева, другие большие мастера.

Завершением каждого блока образовательной программы становился выпускной экзамен, концепция которого также была разработана «Полилогом». Например, экзамен по итогам 2006 года превратился в реальное ток-шоу под прицелом телекамер.

## Результат

Участники образовательной программы «Яркий лидер» неизменно отмечают прикладной характер полученных ими в ходе программы знаний и навыков и выражают готовность применять их в своей повседневной деятельности.

6

POLYLOG

PR-сопровождение  
маркетинговых  
программ и инициатив

## Запуск программы «Шаг навстречу»

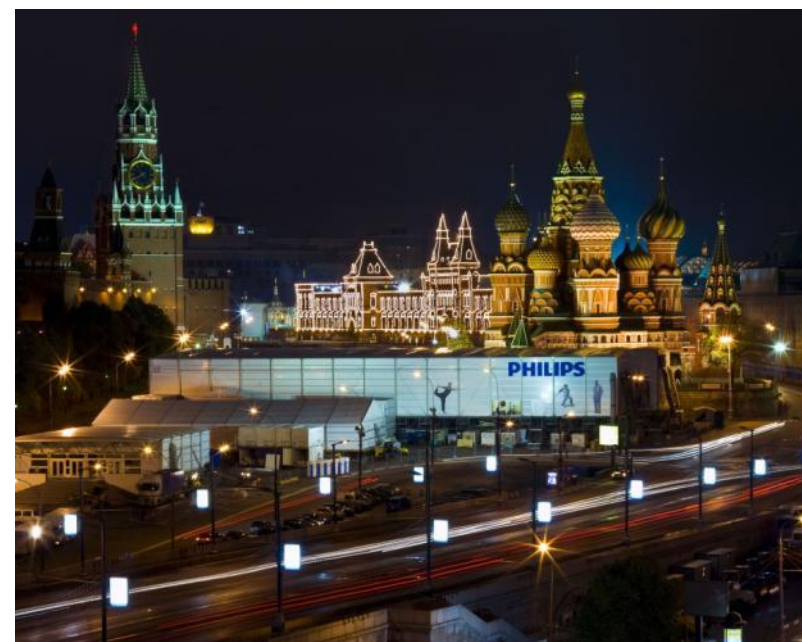
# Microsoft®



- Клиент – ООО «Майкрософт Рус»
- Задача – анонс программы поддержки пользователей «Шаг навстречу»
- Аудитории – СМИ и представители малого и среднего бизнеса

## Пресс-центр Форума Philips Simplicity

# PHILIPS



- Клиент - Philips
- Задача – работа со СМИ в рамках Форума
- Аудитории – более 250 российских и зарубежных СМИ

# PR-сопровождение маркетинговых программ и инициатив (2)

## Запуск био-чая для кормящих матерей HiPP Natal



**Задача:** инициировать не менее 15 публикаций в период октябрь-декабрь 2008 г. в целевых СМИ

**Механика:** креативная рассылка пресс - пакета «Малышу всегда хватает грудного молока» 23 СМИ.  
Креативные составляющие рассылки: алюминиевый бидон брендированный с двух сторон, буклет и мини-диск

**Результат:** вышло 18 публикаций

## Выпуск премиального эпилятора Limited Edition



**Задача:** инициировать не менее 20 публикация в период март – апрель в выбранных glossy СМИ

**Механика:** креативная рассылка «Магия соблазнения».  
Креативные составляющие рассылки:эпилятор, жемчужные бусы, гид по соблазнению и DVD «В джазе только девушки»

**Результат:** вышло 20 публикаций в выбранных СМИ



## Проект: «Найди клад!» **ОЧАКОВО**

**Цель:** Поддержать 25-летие Компании в 25 городах России

### **Механика:**

- Чтобы получить выигрыш, необходимо было найти клад. Для этого нужно было собрать карту, состоящую из четырех фрагментов.
- Фрагменты карт публиковались каждую пятницу в местных выпусках «Комсомольской правды» каждого из 25 городов и на сайте акции [www.klad.ochakovo.ru](http://www.klad.ochakovo.ru).
- В акции приняли участие жители 25 регионов России. Победители, получили вознаграждение – 25 тысяч рублей и 25 ящиков пива.
- В ноябре 2003 года были подведены итоги проекта. Победителям была предоставлена возможность либо сразу же обменять монеты на пиво «Очаково», либо разделить причитающуюся партию на пять приемов, к праздникам. Кроме того, победители могли оставить все монеты или их часть себе на память.

### **Результаты:**

- Формирование и укрепление лояльности к бренду и продукции компании со стороны потребителей.
- Качественное улучшение работы региональных представителей "Очаково" по продвижению продукции.
- Увеличение продаж или отсутствие сезонного спада продаж

в ряде городов-участников акции.



7

POLYLOG

# Организация мероприятий

# Международные выставки «Русский язык» в странах СНГ (2007)



**Участники.** Выставки, посвященные Году русского языка (под патронажем куратора общественного фонда «Центр развития русского языка» Людмилы Путиной и в сотрудничестве с Министерством образования и науки Российской Федерации), посетили тысячи участников.

Выставки включали также дискуссионные мероприятия, в которых приняли участие более 500 представителей власти, культурной общественности стран-участниц.

**Дата.** Август – ноябрь 2007 года

**Место:** Таллинн, Вильнюс, Минск, Киев, Баку, Астана, Ташкент

**Итоги.** Исполнение государственного контракта было сопряжено с рядом политических рисков, связанных с непростыми отношениями некоторых стран-участниц с Россией, тем не менее, контракт был выполнен в полном объеме и в срок, КГ «Полилог» была включена в перечень добросовестных поставщиков услуг для государственных нужд, подтвердив тем самым высокую оценку, поставленную ранее Министерством экономического развития и торговли за качественное исполнение контракта в рамках проекта «Электронная Россия».



# Международный «Форум Современное государство и глобальная безопасность» в Ярославле



**Дата.** 14 сентября 2009 года

**Место:** УКСК «Арена 2000», Ярославль

**Участники.** Международная конференция проходила под патронажем Президента России и собрала свыше 550 участников из 18 стран; в работе конференции приняли участие Президент Российской Федерации Д.А. Медведев, премьер-министр Испании Х.Л. Родригес Сапатеро, премьер-министр Франции Ф. Фийон.

**СМИ.** Работу конференции освещали более 400 журналистов из 172 ведущих российских и иностранных СМИ.

**Итоги.** Участники и СМИ высоко оценили результаты Международной конференции, которая еще на этапе подготовки была названа «Ярославским Давосом», а по итогам проведения была оценена как во многом превосходящая политическую секцию Давосского экономического форума.

По итогам мероприятий Международной конференции вышло более 2 300 радио- и телевизионных сюжетов и программ, информационных сообщений и публикаций.



# Презентация Сахалинской области в Республике Корея (2010)



**Участники.** Более чем 500 участников – южнокорейских инвесторов, которым было представлено 15 инвестиционных проектов на общую сумму 4,8 млрд долларов. Также презентацию посетили около 100 представителей российских деловых кругов.

**СМИ.** Работу конференции освещали более 50 представителей корейских и российских СМИ.

**Дата.** 14-15 апреля 2010 года **Место:** отель Grand Hyatt Seoul, Сеул, Республика Корея

**Итоги.** В дни презентации состоялись встречи губернатора Александра Хорошавина с Ким Ян Хаком, заместителем министра инновационной экономики Республики Корея, Шин Как Сунном, и.о. Министра иностранных дел Республики Корея, и Чунг Ун Чаном, премьер-министром Республики Корея. По итогам презентации Сахалинской области вышло 58 сообщений в корейских СМИ, включая четыре сюжета на телеканалах, и 40 сообщений в российских СМИ, включая сюжеты на телеканалах «Вести» и Russia Today.



# Международный форум «Морская индустрия России» ОАО «Объединенная судостроительная корпорация» (2010)

**Дата.** 19-21 мая 2010 года **Место:** выставочный комплекс «Гостиный Двор», Москва

**Участники.** Министерство промышленности и торговли РФ, РСПП, ведущие отраслевые ассоциации, министерства и ведомства совместно с компанией «Мега Экспо». ОАО «ОСК» было представлено как выставочным стендом, так и спикерами в деловой части Форума.



**СМИ.** За неделю до начала работы Форума среди СМИ был распространен анонс о программе участия ОАО «ОСК» в предстоящем мероприятии. Выставочную экспозицию ОАО «ОСК» посетили 10 журналистов из 7 ведущих федеральных СМИ. По итогам пресс-конференции в 26 СМИ вышло 43 информационных сообщения.



**Итоги.** Участники и СМИ высоко оценили качество экспозиции и деловой программы ОАО «ОСК» в рамках Международного форума, был подписан ряд ключевых соглашений и договоров.



# IV Тихоокеанский экономический конгресс. Дискуссионная «Дальний Восток – транзитный узел в АТР»



**Участники.** Общее количество участников Конгресса составило примерно 500 человек, среди них: представители бизнеса (деловой клуб АТЭС, крупные компании, работающие в АТР), экспертное сообщество (политологи, экономисты), представители органов власти стран-членов АТЭС, представители федеральных органов власти и органов власти регионов Дальнего Востока и Сибири, представители средств массовой информации, представители общественных и научно-исследовательских организаций.



**Дата.** 2-3 июля 2010 года **Место:** отель «Хёндэ», научная библиотека ДВГУ, Владивосток

**Итоги.** Дискуссионную сессию посетило около 90 человек. Участники сессии пришли к общему выводу о необходимости включить регионы Дальнего Востока России в пространство Азии и Тихого океана не только географически, но и экономически, осуществить интеграцию Приморского края в транспортную систему АТР во всех сферах транспорта и видах перевозок, связанных с международным товародвижением, включая экспорт, импорт и транзит, а также принять меры по созданию благоприятного инвестиционного климата, продуманной таможенной и налоговой политики в регионе.

# Мировой политический форум «Современное государство: стандарты демократии и критерии эффективности» в Ярославле (2010)



**Дата.** 9-10 сентября 2010 года **Место:** УКСК «Арена 2000», Ярославль **Сайт:** [www.gpf-yaroslavl.ru](http://www.gpf-yaroslavl.ru)

**Участники.** Мировой политический форум проходил под патронажем Президента России и собрал более 650 участников из 32 стран; в работе конференции приняли участие Президент Российской Федерации Д.А. Медведев, президент Республики Корея Ли Мен Бак и председатель совета министров Италии Сильвио Берлускони.

**СМИ.** Работу форума освещали более 530 журналистов из 154 ведущих российских и иностранных СМИ.

**Итоги.** Мировой политический форум работал два дня. 9 сентября - день работы секций. 10 сентября участники продолжили обсуждение в рамках межсекционного заседания по теме Договора о европейской безопасности и провели день пленарных заседаний. Форум проходил во время празднования тысячелетнего юбилея Ярославля. По итогам МПФ вышло более 3500 информационных сообщений и публикаций, радио- и телевизионных сюжетов и программ.





# Дни Сахалинской области в Совете Федерации (2010)



ПРАВИТЕЛЬСТВО  
САХАЛИНСКОЙ  
ОБЛАСТИ

**Участники.** В мероприятии приняли участие более 200 человек. В рамках мероприятия прошла встреча председателя Совета Федерации Миронова С.М. и губернатора Сахалинской области Хорошавина А.В., сенаторы и члены сахалинской делегации обсудили проблемы социально-экономического развития региона.

**СМИ.** Официальное открытие выставки освещали журналисты аккредитованные при пресс-службе Совета Федерации: более 10 телеканалов, ряд крупных информационных агентств и СМИ, всего более 30 журналистов.

**Дата.** 12-13 октября 2010 года **Место:** Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, Москва

**Итоги.** По итогам обсуждения Совет Федерации рекомендовал Правительству России и Государственной Думе рассмотреть вопросы о разработке комплексной программы освоения и переработки углеводородных ресурсов континентального шельфа Сахалина, создании «пилотного» проекта многофункционального центра обеспечения экологической безопасности нефтегазовых проектов, о переносе сроков начала проектирования железнодорожной линии «Селихин – Ныш». На законодательном уровне рекомендованы к рассмотрению инициативы региона.



# Работа со СМИ — примеры событий

1

Пресс-мероприятие «Logitech Revolution» как пример нестандартных технологий пресс-мероприятий

2

Деловая игра в пресс-клубе «Билайн». «Полилог» разработал и реализовал концепцию пресс-клуба и теперь ведет этот проект для ОАО «Вымпелком»

3

Семинары для региональных журналистов стали регулярным инструментом работы со СМИ в ОАО «Ингосстрах»



# Работа с глянцевыми СМИ

1

Презентация томографа Philips Achieva T3.0 с системой Ambient Experience в НИИ неотложной детской хирургии и травматологии

2

Презентация весенней коллекции устройств по уходу за телом от Philips DAP в GQ баре

3

Презентация продукции Philips SE в модном R&V клубе «Инфинити» с участием Бьянки собрала более 100 журналистов



# Организация мероприятий

Проект: Останови ход времени с Schwarzkopf



**Цель:** Презентовать краски для волос для мужчин

**Особенности:** Краска для волос для мужчин воспринимается как символ «нетрадиционности», необходимо было подобрать место и формат, которые проводят четкую ассоциацию «современный мужчина – ухоженный мужчина»

**Механика/Стратегия:** Презентация с участием лица компании – Владимира Вдовиченкова в самом «мужском» заведении столицы – GQ Bar

**Результаты:** Присутствовало более 70 целевых LS СМИ По итогам вышло более 50 публикаций

Проект: «Техника танца Philips»

# PHILIPS



**Цель:** Презентация новинок бытовой техники Phillips

**Особенности:** Все новинки имелись только в виде «муляжей», необходимо было отразить их ключевые характеристики в нестандартном формате

**Механика/Стратегия:** Презентация в формате шоу и мастер-класса по бальным танцам с танцорами – участниками шоу «Танцы со звездами»

**Результаты:** Присутствовало более 70 целевых LS СМИ По итогам вышло более 50 публикаций

# Организация мероприятий (2)

## Кулинарный мастер-класс от Phillips

# PHILIPS



С приглашением французского шеф-повара, обладателя Мишленовской звезды Ксавьера Матье

- Количество журналистов: 42
- Количество публикаций: 40

## Презентация Модных трендов от Phillips

# PHILIPS



С участием модного голландского стилиста, арт-директора Philips по укладкам – Энди Уффельса

- Количество журналистов: 50
- Количество публикаций: 45

# Организация мероприятий (3)

## Презентация первого серийного электрокара Mitsubishi i-MiEV в Сколково



- Презентация, приуроченная к запуску продаж на российском рынке электромобиля Mitsubishi i-MiEV в Московской школе управления Сколково с тест-драйвом вокруг школы.
- Количество журналистов: 150
- Количество публикаций: более 250
- 4 ТВ эфира, 8 радио-выходов

## PR-сопровождение Mitsubishi на Автосалоне 2008 и 2010 г.г.



- Автосалон 2008: мировая премьера обновленного Mitsubishi Pajero Sport
- Автосалон 2010: российская премьера Mitsubishi ASX
- Количество публикаций: более 300
- 4 ТВ-эфира, 10 радио-выходов

8

POLYLOG

Программы социальной  
ответственности  
и PR-сопровождение  
спонсорских мероприятий

# Сопровождение проектов КСО: социальная реклама ОАО «САН ИнБев»

## Исходная ситуация

ОАО «САН ИнБев» заказывает и размещает социальную рекламу на ТВ, билбордах, в Интернет с 2005 года.

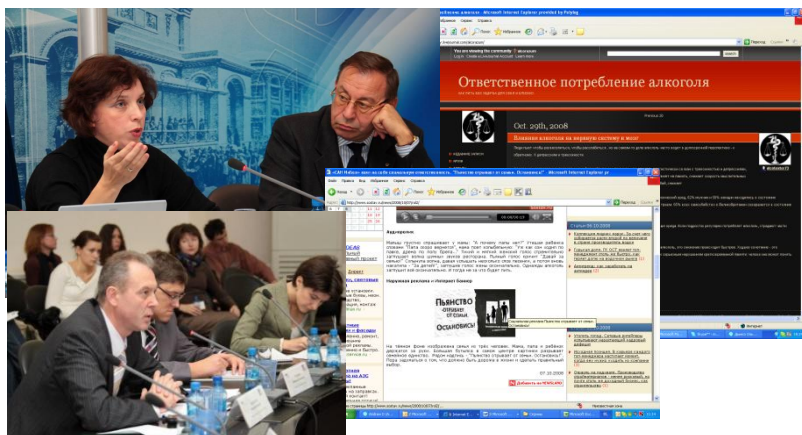
Ролики САН ИнБев не содержат имени бренда и торговых марок.

Ролики направлены на формирование ответственного отношения к употреблению алкоголя

**В 2008 году ОАО «САН ИнБев» сменила тактику: о социальной инициативе компании должны знать**

## Предложенное решение:

1. Медиакампания о социальной инициативе ОАО «САН ИнБев». Обсуждение социальной рекламы САН ИнБев, как перспективной составляющей КСО.
2. Инициирование дискуссии о социальной рекламе САН ИнБев не только в медиа, но и среди экспертов рекламного рынка, органов власти, представителей профессиональных сообществ



## Реализация решения:

1. Две волны публикаций о социальной рекламе САН ИнБев – 112 публикаций
2. 5 региональных брифингов – Саратов, Пермь, Санкт-Петербург, Калининград, Казань
3. Круглый стол в Торгово-промышленной палате с участием депутатов ГД РФ, членов Общественной палаты, Правительства Москвы, Минсоцразвития, директоров Общественных и благотворительных фондов (всего 22 эксперта) и СМИ ( 25)
4. Блог в ЖЖ «За ответственное потребление алкоголя» - Более 80 постов и 30 сообществ, обсуждающих тему.



# 9

POLYLOG

## PR в интернете и интерактивные решения

# Блог для сотрудников Coca-Cola

## Аудитория:

Сотрудники Московского представительства «Кока-Кола Экспорт Корпорейшн».

**Задачи:** Развитие корпоративной культуры, продвижение и разъяснение стратегии компании, методов ее работы, обеспечение обратной связи с сотрудниками.

**Идея:** Insider – корпоративная газета в формате web 2.0

Корпоративное издание представляет собой блог, в котором ежедневно сообщается обо всех более-менее значимых событиях компании. Причем для такого издания значимыми новостями являются, в числе прочих, и мелкие происшествия, которыми насыщена жизнь любого офиса. С определенной периодичностью в издании выкладываются видеоподкасты (сюжеты, снятые на мероприятиях, новые рекламные ролики), фоторепортажи, а также материалы, подготовленные в рамках специальных проектов. Итого, каждый день в блоге компании появляются 1–2 обновления, открытых для обсуждения.



# Блог для сотрудников Coca-Cola (2)



## Реализация

Insider сразу же обрел популярность: сотрудники читают все материалы и активно участвуют в их обсуждении. Успех проекта обеспечили следующие факторы: Подчеркнуто **неформальный стиль** материалов. Никакого официоза и сухих фактов, все легко и непринужденно. **Активная промокампания.** Появление блога анонсировалось с помощью плакатов и e-mail рассылок. Кроме того, на рабочих столах сотрудников появились специальные промоокна с анонсами последних материалов (см. слева). **Заголовки постов** выполнены с легким налетом сенсационности. **Динамичность.** Ежедневно на блоге появляется 1-3 поста. Ежемесячно запускаются какой-либо новый проект или акция. **Интересная структура.** Она предусматривает около 15 различных рубрик и форматов подачи информации.

## Как все это работает

Специалисты КГ «Полилог» разработали концепцию, структуру и дизайн-макет блога, осуществили программирование сайта, придумали героя и реализовали кампанию по продвижению блога среди сотрудников. В настоящий момент 95% контента блога (статьи, фото, видео) готовится и размещается сотрудниками подразделения Polylog Corporate Publishing, специализирующего на создании корпоративных медиа под ключ. Ежемесячно специалисты «Полилога» совместно с кураторами из «Кока-Колы» составляют предварительный план публикаций на месяц. Далее он обновляется в еженедельном режиме.

# Philips Aurea в блогосфере, октябрь 2007

**Задачи.** Проинформировать профаудиторию о новом проекте.

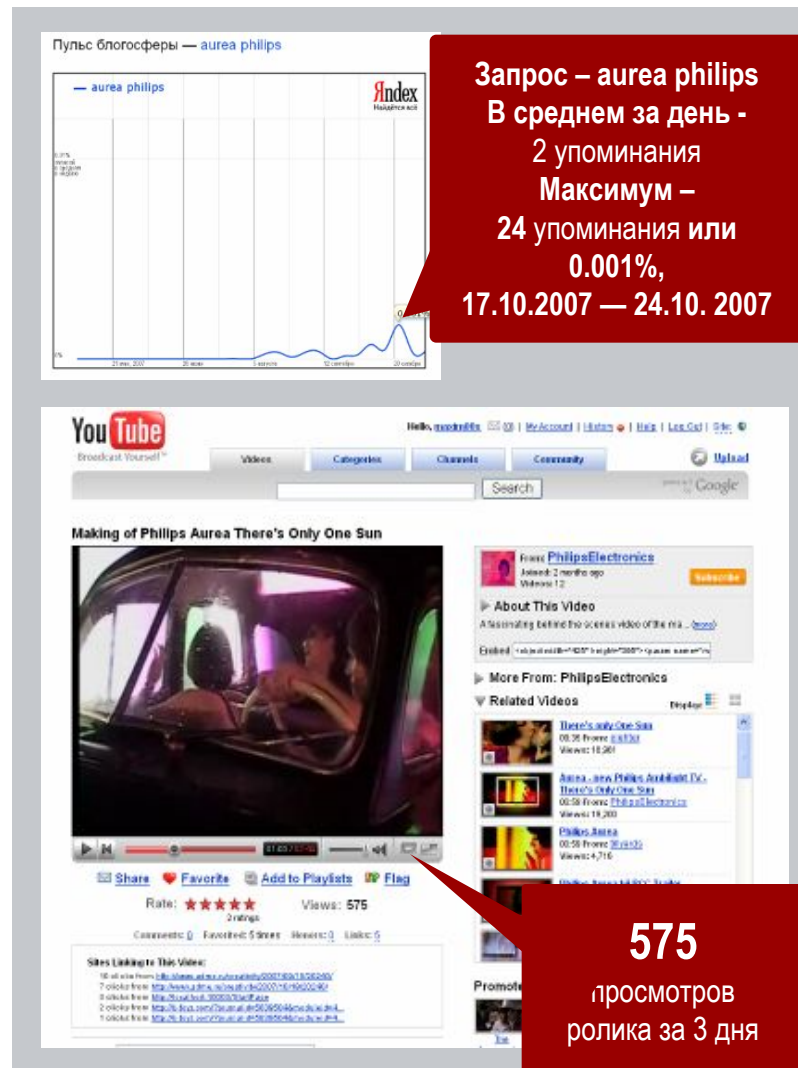
**Идея:** использовать профессиональные интернет-сообщества для распространения информации

**Реализация.** Размещение готовых роликов в Интернете, и «слив» ссылок в форумах и социальных сетях

**Результаты.** «Яндекс.Blogs» — 1200 ссылок  
 Более 30 000 пользователей читали сообщение о кампании Aurea  
 2 % из этой аудитории посмотрели видео “Солнце одно” с Youtube.com

Информация aurea philips была размещена на следующих ресурсах:

Место	Название	Авторитетность	Читатели
2	advertka	384866	12266
5	drugoe_kino	327661	11474
95	ru_marketing	96052	3498
207	ru_creative	63627	2311
2253	advertnews	11861	435
5787	fashiontainment	5337	169
47885	lj drugoe kino	161	2



**Аудитория:**

- журналисты, пишущие по теме строительной индустрии;
- блоггеры, интересующиеся "квартирным вопросом".

**Задачи:**

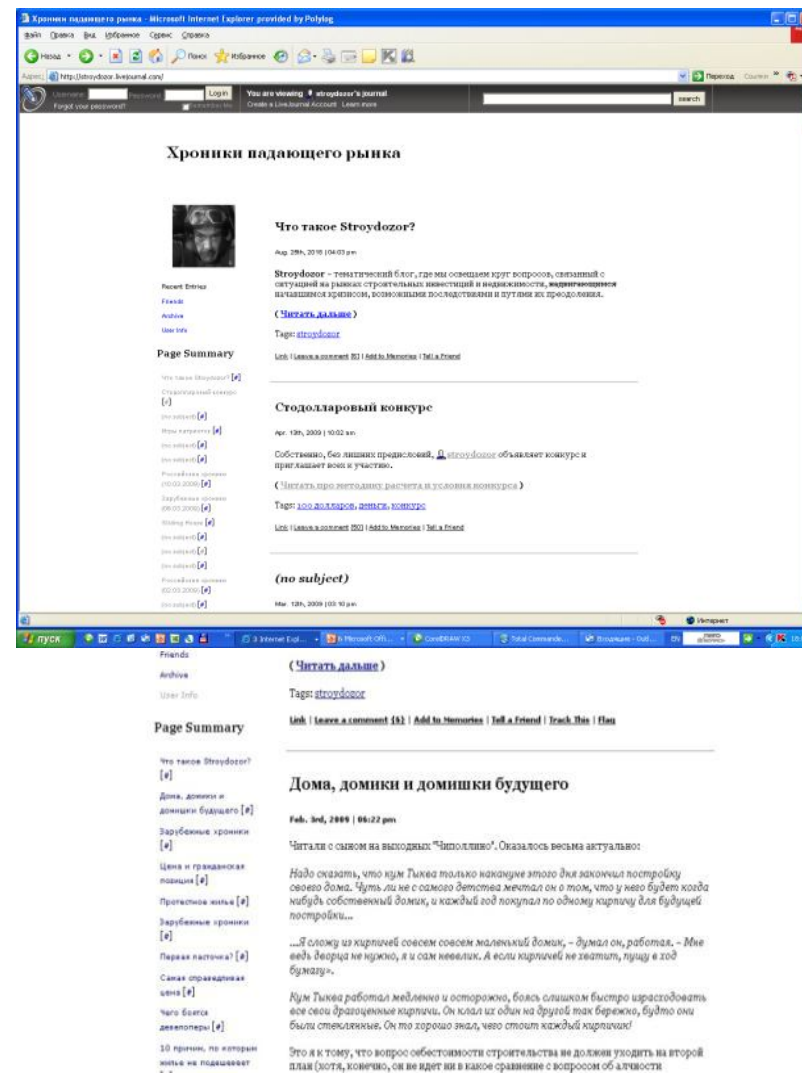
- Привлечь внимание общественности к проблеме "закредитованности" строительного рынка и методам ее решения, в том числе через переуступку прав требования
- Возможность выдавать слухи, которые сложно подтвердить документально

## Идея: экспертный блог «Хроники падающего рынка — Что реально происходит с недвижимостью в Москве?»

Блог ведут три эксперта, которые аргументированно доказывают падение рынка "квартир как инвестиционного инструмента" и обсуждают различные пути выхода для инвесторов, в том числе и продажу долговых обязательств строительных компаний. Для разнообразия в блоге публикуются юмористические и полужумористические посты, обзоры зарубежных рынков, материалы об отдельных компаниях, технологиях и т.п.

**Результат:**

- Блог неоднократно попадал в ТОП-30 самых читаемых в Рунете
- В друзьях Блога появились журналисты и аналитики рынка



# Минисайт. Кампания «Перевооружение с Logitech»

**LOGITECH ОБЪЯВЛЯЕТ КОНЕЦ ЭКСТРЕННОМУ ПЕРЕВООРУЖЕНИЮ!!!**

Поздравляем всех участников с завершением легендарного геймерского марафона Logitech! Если ты успел купить любое устройство из легендарной геймерской серии G от Logitech с 6 февраля до 31 марта 2006 года и правильно заполнить регистрационную форму, то выбранный тобой подарок не за горами! Совсем скоро его доставят тебе по указанному адресу.

Если ты стал 20-и зарегистрировавшись покупателем геймерского устройства Logitech, то подарок от Logitech уже идет к тебе! Что это будет? Новая акустическая система Logitech, наушники, веб-камера или игровой пульт? Мышь и клавиатура или игровой манипулятор? Подарок ты выбрал сам! Найди свое имя [в списке счастливых обладателей подарков от Logitech!](#)

Надеюсь, ты по достоинству оценил приобретенное тобой устройство Logitech и уже успел одержать немало побед! Не забывай заглядывать [на этот сайт!](#) Впереди новые акции Logitech и достойные призы!

Подробную информацию о продуктах Logitech ты всегда можешь найти на сайте: [www.logitech.ru](http://www.logitech.ru)

код сайта только на территории

**РАШЕЛЛА КОМАНДИР МЕГАПОЛИС**

**ПЕРЕВООРУЖИСЬ С LOGITECH**

**> G СЕРИЯ LOGITECH**  
СМЕНИ СВОЕ ОРУЖИЕ НА ЛУЧШИЕ ГЕЙМЕРСКИЕ УСТРОЙСТВА – G СЕРИЮ LOGITECH!

**> ТРОФЕЙ**  
ВЫБЕРИ ГАРАНТИРОВАННЫЙ ПОДАРОК К G СЕРИИ LOGITECH!

## Задачи:

Промо акции с целью покупки новых устройств Logitech

## Идея:

со-промо торговой марки Logitech с именитой женской командой по CounterStrike «Мегаполис».

## Механика:

- Создание минисайта акции - Фотосессия женской команды в стиле Playboy с продуктами Logitech
- Создание промо материалов
- Раскрытие сайта

## Результат:

- Сайт, посвященный акции, вошел в TOP-100 рейтинга Mail.Ru в разделе Computers – hardware.
- Более 85 000 уникальных посетителей
- Более 750 участников акции

10

POLYLOG

PR-проекты  
для ТЭК индустрии

# КГ Полилог и компании ТЭК

## КГ Полилог на протяжении длительного времени работает с различными компаниями области ТЭК

- РАО «ЕЭС России»
- Федеральная гидрогенерирующая компания (ОАО «ГидроОГК»)
- Федеральная сетевая компания Единой энергетической системы (ОАО «ФСК ЕЭС»)
- ОАО «Восточная энергетическая компания»
- ОАО «Газпром-нефть»
- ОАО «Энергостройинвест-Холдинг»
- ОАО «Рязанская ГРЭС»
- ОАО «Калугаэнерго»
- ОАО «ЛУКОЙЛ»
- ОГК-6
- RusSUNHydro Ltd.
- ОАО «Сангудинская ГЭС-1»
- ОАО «Якутскэнерго»
- ОАО «Брянскэнерго»
- ОАО «Красноярскэнерго»
- ОАО «Орелэнерго»
- ОАО «ЭМАЛЬЯНС»
- ОАО «Новосибирскэнерго»



11

POLYLOG

# Гарантированное размещение материалов в СМИ

# Примеры гарантированного размещения КГ «Полилог»

КГ Полилог имеет отработанные в течение 10 лет контакты с ключевыми федеральными и региональными изданиями, гарантирующими размещение необходимых материалов

## Ингосстрах

- ТВЦ
- Эхо Москвы
- Business FM
- Kommersant FM Независимая газета
- Комсомольская правда
- Аргументы и факты
- Профиль
- Компания

## Мировой политический форум в Ярославле

- Russia Today
- Россия 24
- Русская служба новостей
- Радио России
- Маяк
- Известия

## Mitsubishi

- Россия1
- НТВ

## Microsoft

- Российская газета
- Московский комсомолец
- Эксперт

The logo consists of a red square with the word "POLYLOG" in white, bold, uppercase letters centered inside it.

**POLYLOG**

# Спасибо за внимание!

**Олег Павлович Карпилов**

Генеральный директор

**Анна Павловна Федулкина**

Исполнительный директор

**Павел Валентинович Дорошенко**

Зам. Генерального директора

Консалтинговая группа «Полилог»

123610, г. Москва, Краснопресненская наб., д. 12,

Центр Международной Торговли, 3-й подъезд, 11 этаж, офис 1108.

Тел./факс: (495) 258-20-45, (495) 258-20-46

[www.polylog.ru](http://www.polylog.ru) + [polylog@polylog.ru](mailto:polylog@polylog.ru)