

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

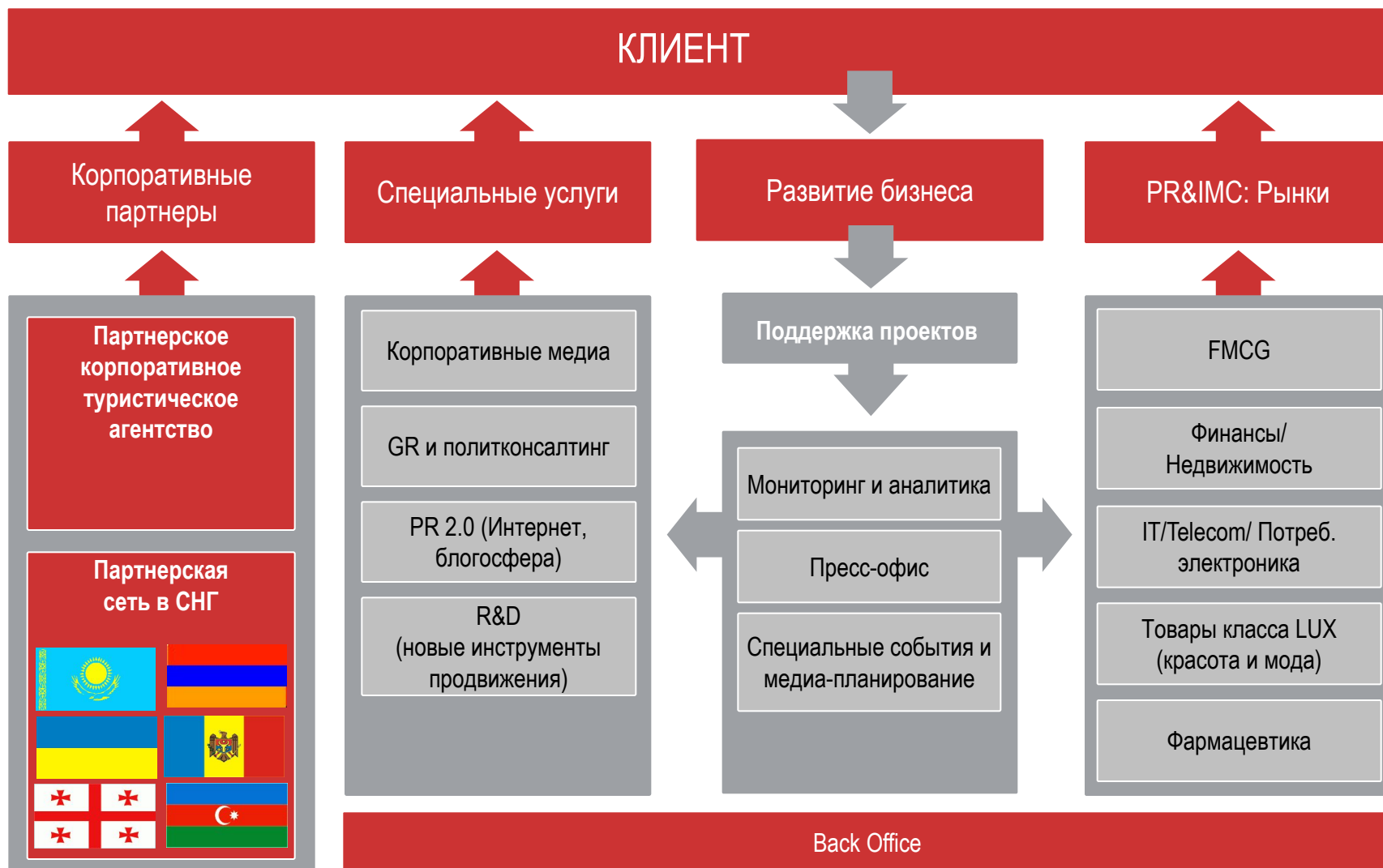
Недвижимость
и розничные сети

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



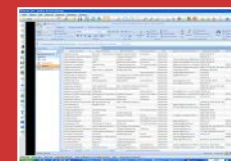
2006-2008

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



- 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 -эфирные программы 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.



Информационно-аналитическое обеспечение

Кейс: Бюллетень «Федеральный GR» (на примере банковской сферы)



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)

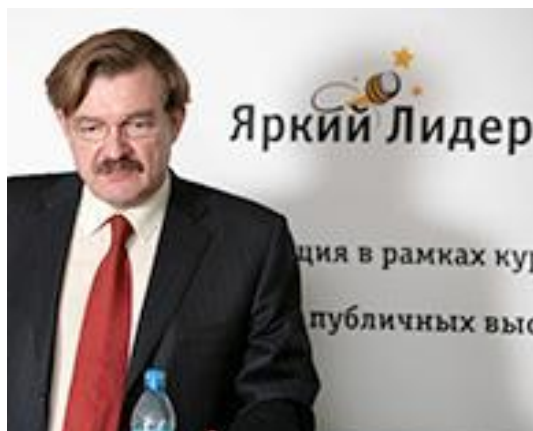
Наши тренеры-консультанты проводят коммуникационные тренинги по направлениям:

- 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

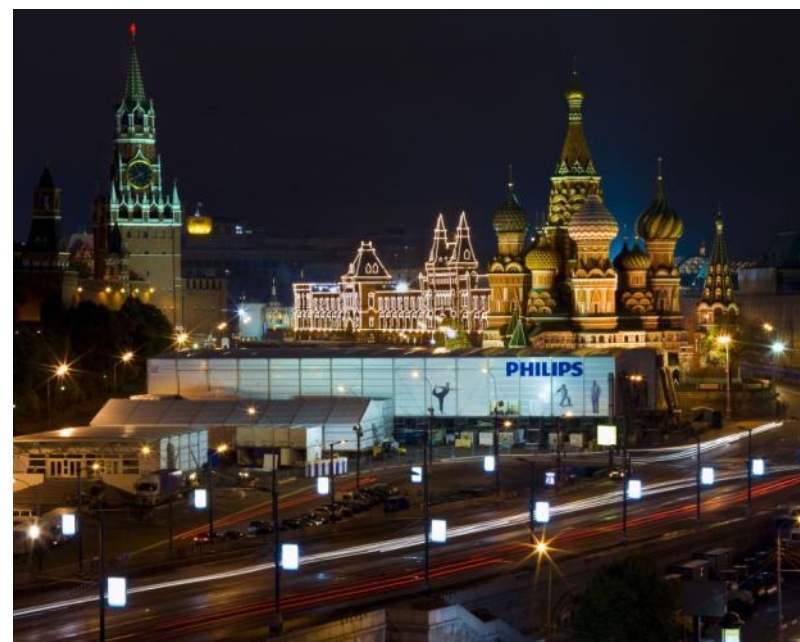
Запуск программы «Шаг навстречу»

Microsoft®



Пресс-центр Форума Philips Simplicity

PHILIPS



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

- 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.
- 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

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.

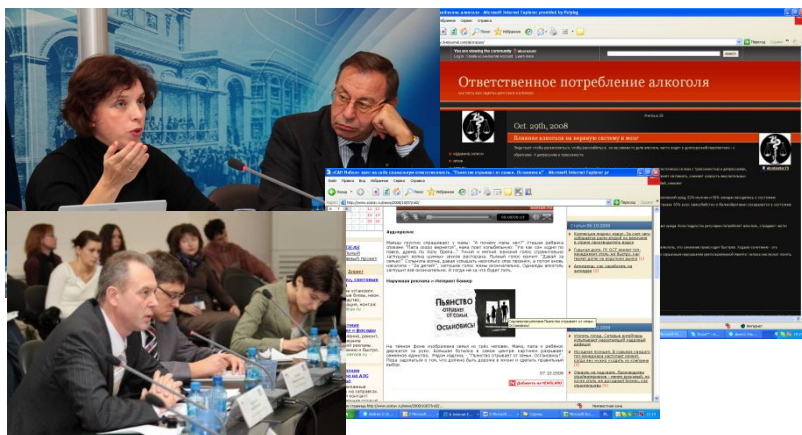
Ролики САН ИнБев не содержат имени бренда и торговых марок.

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

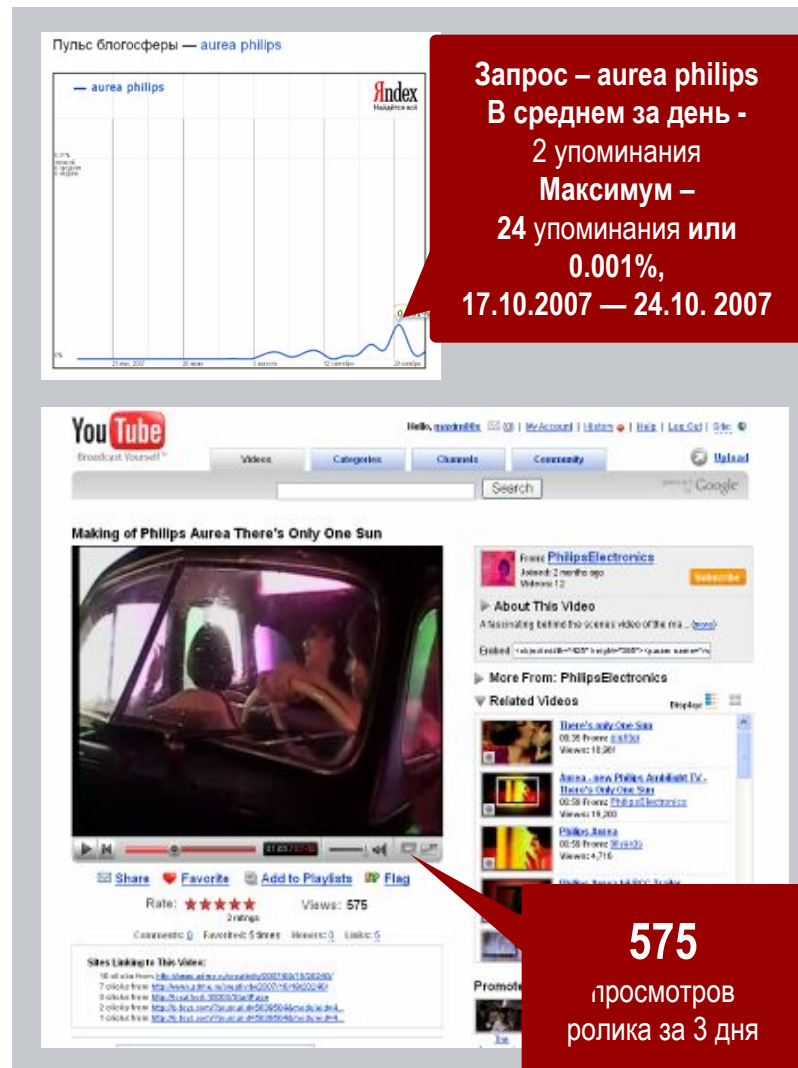
Задачи. Проинформировать профаудиторию о новом проекте.

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:

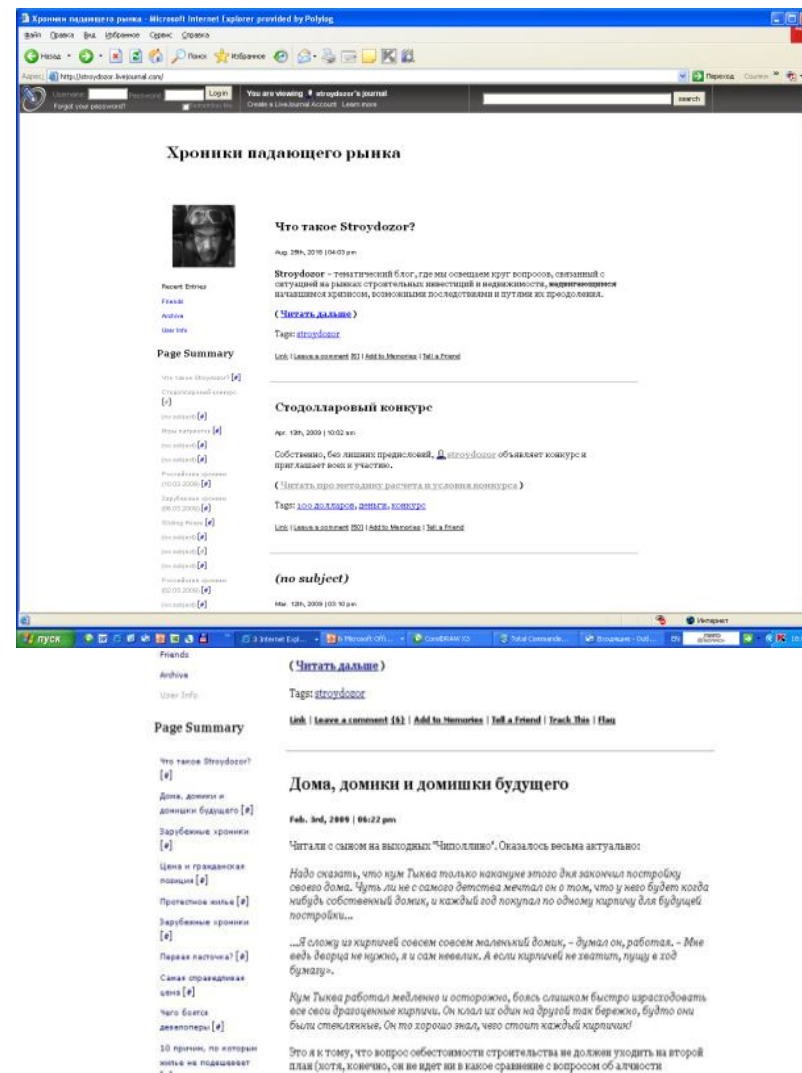
- Привлечь внимание общественности к проблеме "закредитованности" строительного рынка и методам ее решения, в том числе через переуступку прав требования
- Возможность выдавать слухи, которые сложно подтвердить документально

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»

ВЕРБОВКА **ВЕСТИ С ПОЛЕЙ** **АРСЕНАЛ** **ТРОФЕЙ**

Logitech

ПЕРЕВООРУЖИСЬ С LOGITECH 02.05

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

6 СЕРИИ LOGITECH
СМЕНИ СВОЕ ОРУЖИЕ НА ЛУЧШИЕ ГЕЙМЕРСКИЕ УСТРОЙСТВА – 6 СЕРИЮ LOGITECH!

ТРОФЕЙ
ВЫБЕРИ ГАРАНТИРОВАННЫЙ ПОДАРОК К 6 СЕРИИ LOGITECH!

РАШЕЛЛА
КОМАНДА МEGAPOLIS

код сайта только на территории

Logitech

ПЕРЕВООРУЖИСЬ С 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 + polylog@polylog.ru