



## Организация PR поддержки



## КТО МЫ?

**PR направление рекламно-консалтинговой группы «General-idea»  
-это одно из ключевых направлений нашего бизнеса.**

- Мы обладаем грандиозным опытом проведения PR кампаний
- У нас работают лучшие специалисты в области PR технологий,
- Мы хорошо знаем и успешно сотрудничаем с сотнями журналистов по всей России

## ЗАЧЕМ ВАМ УСЛУГА PR?

### **1. Дополнение к рекламной кампании.**

PR, в отличие от рекламы не просто информирует целевую аудиторию о компании, ее товаре, услуге или Бренде, а формирует положительное отношение потенциального покупателя к всему перечисленному.

### **2. Выгода.**

По сравнению с прямой рекламой в прессе, стоимость PR упоминаний дешевле на порядок. От 10 -25 тыс. рублей

### **3. Лояльность**

Используя в своей маркетинговой кампании PR? Вы таким образом формируете лояльность как своих потенциальных клиентов, так и лояльность СМИ.

## НАШИ УСЛУГИ

**В рамках PR поддержки мы консультируем Заказчика, а также разрабатываем и реализовываем коммуникационную стратегию компании и\или Бренда:**

- Разработка PR платформ
- Разработка Пресс Китов
- Формирование БД СМИ
- Исследования и Анализ поведения компании и\или Бренда
- Пресс офис
- Пресс мероприятия
- Advertorials
- Корпоративные коммуникации
- Региональные PR проекты

## ПОЧЕМУ МЫ?

- Мы профессионалы своего дела
- У нас колоссальный опыт проведения PR кампаний
- Мы работаем почти со всеми отраслями бизнеса
- У нас дружеские и партнерские отношения со всеми СМИ
- Мы оперативны и всегда доступны для клиента
- Мы не завышаем стоимость услуг
- Мы единственные, кто дает финансовые гарантии на результат.

## КАК МЫ РАБОТАЕМ?

### Подготовительный этап

1. **Интервьюирование представителей компании;**
2. **Сбор, анализ и адаптация информационных материалов о компании заказчике под формат целевых СМИ;**
3. **Разработка PR-платформы:**
  - ❖ миссия,
  - ❖ уровни позиционирования,
  - ❖ ключевые сообщения,
  - ❖ конкурентные преимущества,
  - ❖ темы продвижения,
  - ❖ спикеры
4. **Разработка пресс-кита (информационных материалов), в том числе:**
  - ❖ Информационная справка о компании
  - ❖ Описание сервиса компании и услуг
  - ❖ Ассортиментный ряд

5. Формирование Медиа листа (БД СМИ);
6. Разработка детализированной программы PR кампании и тайминга проекта;
7. Уточнение редакционных планов изданий, проведение переговоров с ключевыми журналистами на предмет их заинтересованности в данной тематике.

## Исследования

### Тема исследования:

- ❖ Оценка сложившегося имиджа компании Заказчика в восприятии целевой аудитории.

### Цели исследования:

- ❖ Оценить сложившийся имидж компании в восприятии целевой группы
- ❖ Выработать рекомендации по развитию и совершенствованию имиджа компании и способам достижения оптимального позиционирования компании

### Методология:

- ❖ Экспертный анализ рынка
- ❖ Анализ публикаций в СМИ

## Пресс-офис

### Виды работ:

- ❖ Ежедневная работа с новостями и информацией проекта по инициированию публикаций в СМИ;
- ❖ Оперативное реагирование и удовлетворение запросов изданий по различным комментариям и информации о компании заказке для инициирования публикаций;
- ❖ Разработка и рассылка пресс-релизов и информационных материалов в целевые издания;
- ❖ Регулярный «обзвон» журналистов;
- ❖ Инициирование упоминаний о компании и ее услугах в тематических редакционных публикациях СМИ;
- ❖ Организация совместных проектов со СМИ;
- ❖ Индивидуальные встречи с ключевыми журналистами (не менее 3 в месяц);
- ❖ Организация личных встреч журналистов со спикерами проекта;
- ❖ Организация пресс-мероприятий (при необходимости)

### Ожидаемый результат:

- ❖ Выход публикаций о компании Заказчике на регулярной основе



## Пресс-офис

Одним из основных эффективных инструментов пресс-офиса является регулярная подготовка и рассылка пресс-релизов в СМИ.

### Возможные темы пресс-релизов:

- ❖ Новостные (сообщение о запуске нового проекта, должностные назначения и т.д.);
- ❖ Финансовые показатели компании
- ❖ Аналитические (про спрос, предложение, цены и тенденции и прочие тексты про актуальные события рынка)
- ❖ Маркетинговые

### Результат:

ежемесячный выход 10-30 (в зависимости от числа и качества информационных поводов)

упоминаний о проектах компании в СМИ в формате

- ❖ самостоятельные публикации
- ❖ участие в обзорных статьях, рейтингах
- ❖ комментарии специалистов Компании в СМИ
- ❖ интервью

## Пресс - мероприятия

### Возможные форматы мероприятий

- ❖ Пресс-завтрак
- ❖ Пресс-конференция
- ❖ Он-лайн конференция (на сайте компании или же на других возможных площадках)
- ❖ Пресс-тур
- ❖ Имиджевые мероприятия (празднование Нового года, пикники, тусовки и т.п.)

### В качестве тем пресс-мероприятий могут выступать:

- ❖ Презентация аналитических данных по рынку (проводить либо раз в квартал, либо раз в пол-года, либо годовой отчет)
- ❖ Презентация проекта
- ❖ Презентация нововведений (услуг)
- ❖ Конференции, посвященные актуальным проблемам рынка и их решению (например, влияние кризиса на рынок и т.п.).

## Работа по пресс-мероприятиям

- ❖ Подготовка предложения по организации и проведению, где будет прописана стоимость и формат мероприятия
- ❖ Составление тайминга (перечень всех работ, зоны ответственности и дедлайны)
- ❖ Подбор площадки
- ❖ Выбор и организация работы подрядчиков (кейтеринг, аппаратура, подарки, трансфер, и пр.)
- ❖ Рассылка приглашений в СМИ
- ❖ Приглашение журналистов и обеспечение их явки
- ❖ Верстка, тиражирование и формирование пресс-пакета (пресс-релиз, справка о компании, тексты выступлений, подарки и пр.)
- ❖ Помощь в подготовке текстов выступлений спикеров.
- ❖ Проведение самого мероприятия (встреча/сопровождение журналистов до места проведения мероприятия, модерирование, контроль работы подрядчиков и пр.)
- ❖ Инициирование публикаций в СМИ по итогам мероприятия
- ❖ Подготовка мониторингового отчета по итогам мероприятия

## Advertorials

**Advertorials – опубликование материалов о проекте на платной основе, в соответствии расценками конкретного издания**

Если в СМИ с информацией о компании невозможно попасть на бесплатной PR основе (например, в некоторые деловые СМИ), то существует такая форма взаимодействия, как advertorials

**Работа Агентства по реализации проекта включает в себя следующий блок работ:**

- ❖ Подбор изданий для размещения
- ❖ Разработка медиа-плана
- ❖ Разработка концепции публикаций
- ❖ Написание и согласование материалов
- ❖ Координация размещения материалов

**Результат: выход эксклюзивных материалов о проекте в гарантированных СМИ в гарантированные сроки, гарантированного формата и содержания.**

С пометкой «на правах рекламы»

## Мониторинг

- ❖ Регулярный мониторинг прессы согласно утвержденной БД СМИ
- ❖ Подготовка клиппингов публикаций на регулярной основе (периодичность согласовывается с клиентом)
- ❖ Предоставление твердых цветных копий отчетов (качество и количество копий утверждается)

## Отчетность

- ❖ Двухнедельный статус по выходу публикаций
- ❖ Отчеты по проведению мероприятий
- ❖ Ежеквартальный отчет по результатам мониторинга целевой прессы с клиппингами публикаций
- ❖ Ежеквартальный аналитический отчет по результатам мониторинга
- ❖ Итоговый отчет

## Корпоративные мероприятия

- ❖ Организация мероприятий для персонала
- ❖ Подготовка внутренних документов и презентаций
- ❖ Выпуск корпоративных информационных материалов

## Региональные проекты

**Мы активно работаем не только с Центральным округом, но и по всей России.**

**В рамках региональных проектов могут быть выполнены:**

- ❖ Временные работы
- ❖ Пресс-офис
- ❖ Пресс-мероприятия

## СПАСИБО ЗА ВАШЕ ВНИМАНИЕ

**Приглашаем к сотрудничеству!**

+7 (495) 989-45-90  
[media@general-idea.com](mailto:media@general-idea.com)