
Global Outlook. Local Insight.

WayToBlue

Way to Blue RU 2009

Way To Blue
5-25 Scrutton St., London,
EC2A 4HJ

London | Paris | Madrid | Rome | Berlin | Amsterdam | Moscow | Los Angeles

T: +44 (0) 20 7749 8444
E: info@waytoblue.com
www.waytoblue.com

Содержание

- 01 Кто мы такие // статистика
- 02 Что мы делаем // онлайн PR в паре фраз
- 03 Локальный и международный сервис // global outlook
- 04 Наша команда // на нас можно положиться
- 05 О нас говорят // а мы краснеем от смущения
- 06 Way to Blue Россия // local insight
- 07 Примеры проектов // мы это проделывали не раз
- 08 Примеры услуг // мы работаем стильно
- 09 Контакт // логично

01 Кто мы такие // статистика

Появившись в Великобритании в середине 1990-х, Way to Blue является первым агентством, специализирующимся именно на PR в цифровом формате: Интернет, мобильная связь. Сегодня в список наших клиентов входят лидеры кино, игровой, музыкальной, телевизионной и других индустрий в разных странах.

Мы являемся единственным исключительно цифровым агентством в списке PR Week's Top 50 и занимаем почетное 12 место среди традиционных агентств.

Consumer PR consultancies **Top 50**

TOP 50 Consumer consultancies

Rank in Top 50	Company	Consumer fee income of (£k)	% change of	Total fee income of (£k)	% total PR income	Staff	Location	
1	17 Trimedia	7,689	5,242	47	12,973	59	165	London
2	21 The Red Consultancy	6,747	6,267	8	10,430	65	132	London
3	5 Edelman	6,132	6,060	1	24,835	25	254	London
4	25 Lexis Public Relations	6,093	5,611	8	8,221	74	103	London
5	42 Frank PR	5,278	4,282	23	5,278	100	50	London
6	22 Lansons Communications	5,182	4,609	12	9,966	52	90	London
7	57 TVC*	4,181	3,858	8	4,181	100	36	London
8	** Shine	3,723	3,122	19	3,723	100	51	London
9	74 Kazoo	2,871	2,500	15	2,871	100	47	London
10	30 Freshwater UK	2,587	2,353	10	6,985	37	85	Cardiff
11	67 Colman Getty	2,567	1,983	29	3,267	79	45	London
12	76 Way To Blue	2,560	1,742	47	2,560	100	43	London
13	77 Purple Public Relations	2,501	NE	n/a	2,531	99	40	London
14	81 Four Communications Group	2,450	2,285	7	6,939	35	114	London
15	IAS Smarts	2,371	2,201	8	5,036	47	68	Cheshire
16	Consolidated PR	2,208	1,794	23	4,793	46	60	London
17	Nelson Bostock Communications	2,108	2,075	2	5,131	41	52	London
18	18 Trigate Dewe Rogerson	2,034	2,088	-3	21,095	10	120	London
19	19 The BIG Partnership	1,971	1,870	5	6,795	29	88	Glasgow
20	20 The Agency	1,716	NE	n/a	4,976	34	47	London
21	21 Ford AFM	1,677	1,400	20	1,677	100	31	London
22	22 Jays Communications	1,667	NE	n/a	3,939	42	41	London
23	23 The Agency	1,656	1,300	27	1,757	94	37	London
24	24 Communication Group	1,592	1,490	7	4,387	36	42	London
25	25 The Agency	1,505	1,438	5	1,505	100	24	Manchester
26	26 The Agency	1,497	1,451	3	1,996	0	28	London
27	27 The Agency	1,437	NE	n/a	1,437	100	25	London
28	28 The Agency	1,397	1,345	4	1,453	96	23	London
29	29 The Agency	1,355	1,371	-1	2,045	66	20	London
30	30 The Agency	1,307	1,544	-15	1,307	100	22	London
31	31 The Agency	1,277	1,230	4	2,232	57	25	London
32	32 The Agency	1,261	1,036	22	1,261	100	21	London
33	33 The Agency	1,257	1,640	-23	1,257	100	17	London
34	34 The Agency	1,190	1,080	10	1,368	87	23	London
35	35 The Agency	1,106	895	24	7,670	14	98	London
36	36 The Agency	1,100	NE	n/a	1,913	58	25	Leeds
37	37 The Agency	1,094	983	11	1,334	82	15	London
38	38 The Agency	1,034	NE	n/a	1,824	57	28	Bristol
39	39 The Agency	1,012	913	11	2,200	46	28	London

Notes
Fee income is defined as PR fees plus any mark-up. Figures from 1 January to 31 December 2008, rounded to nearest.

01 Кто мы такие // СТАТИСТИКА

Consumer PR consultancies **Top 50**

Top Performers

Trimedia

Position 1 Fees £7,689k Growth 47%



Cohen 'Strong organic growth in 2008'

With outstanding growth of nearly 50 per cent, Trimedia knocked fellow Huntsworth agency The Red Consultancy off the top spot in PRWeek's consumer league tables in 2008.

The agency acquired fellow Huntsworth consumer brands agency EHPR. 'It became part of Trimedia at the end of last year, and that was a real highlight,' says Daniel Cohen, head of consumer at the agency.

'We ran some absolutely fantastic campaigns this year that drove awareness of us as experts,' continues Cohen. 'Critically we had strong organic growth from clients such as Diageo, Age Concern and Land Rover.'

But even a large agency within a marcoms group such as Huntsworth has noticed the economic downturn. 'We started to get warning signs and by the fourth quarter the recession was already biting,' says Cohen. 'We have seen budgets being cut and there is a general expectation that it will continue until 2010.'

But he adds: 'We are seeing some green shoots – even now, in May, it feels a lot better than it did in January.'

Trends he has noticed include clients looking to improve community relations. 'There are a lot of brands looking to shrug off a global image for local support,' he says. 'We are also seeing a need to establish traditional values and create a sense of order. It is a fascinating time to be in PR.'

Looking ahead, Cohen expects the digital revolution to continue into 2009. 'Every agency wants to

Shine Communications

Position 8 Fees £3,723k Growth 19%



Bell 'Digital vision is very well received'

By the middle of 2008, Shine's tenth anniversary year, the agency had delivered 26 per cent growth in fees.

'We won every piece of business we pitched for in the first quarter, which set us up for the year,' says MD Rachel Bell. 'It was only the last quarter that slowed our figures slightly and stopped us

from having an absolutely brilliant year.'

Not that Shine did too badly in 2008 – it grew by nearly 20 per cent, client wins included Martini, Huppsini, Pepsi and Christian Aid and every single retained client renewed its contract at the end of the year. The agency was also shortlisted for awards for campaigns for eBay and EA Games.

'We started up a digital business and hired Chris McCafferty from MySpace and Scott Williams from Google,' says Bell. 'Our digital division is absolutely flying and has been very well received by clients.'

In terms of trends, Bell says experiential is growing. 'Experiential integrated with more traditional comms seems to be much more the model,' she says.

It was not all work for Shine in 2008; the agency went to Morocco on holiday to celebrate its tenth birthday. 'We also put out a book that was really well received, so we will be doing a follow-up to that,' says Bell.

So far this year, Shine has not seen any drop in business and the agency is at 20 per cent growth. 'It is hard to predict what will happen at the moment,' warns Bell. 'Budgets are taking longer to sign off

Way To Blue

Position 12 Fees £2,560k Growth 47%



Swanton 'We want to be number one'

Way To Blue founder Olly Swanton puts his agency's continuing success down to two factors.

'The first is digital, and taking advantage of a new medium,' he says. 'The second is our growth across Europe. We are unique in terms of a consumer agency – no other has a European

footprint like ours.'

As a result Way To Blue has grown at a rapid rate over a number of years and Swanton has no intention of dropping the pace. 'We aim to be the number one consumer agency in the UK,' he asserts.

'We think of ourselves as a contender. The only problem I can think of is we didn't have enough money to invest to grow even faster – the best we could do was 47 per cent. I wish we could have done more.'

For Way To Blue, with its major clients Paramount Studios, Universal Studios and Sony Pictures, the recession has barely registered. 'The movie industry has been very kind to us,' says Swanton.

The agency has continued to stay ahead of the digital trend. 'People who spend money on advertising and communications are starting to realise the digital medium has better ROI than anywhere else.'

Campaigns in 2008, such as a campaign for The Kennel Club, featured original broadcast content, something Swanton identified as a growth area. 'We are starting to see the level of creativity

Way To Blue насчитывает 45 постоянных сотрудников в наших офисах в Лондоне, Париже, Мадриде, Риме, Берлине и Лос-Анжелесе. Мы также работаем на рынках Бенелюкса, Скандинавии и Швейцарии. Первую кампанию в России мы провели в 2006 году, после чего успешно продолжаем работу на этом рынке по сей день. Нашей миссией является держать руку на пульсе развития современных технологий с целью творчески использовать их в продвижении продуктов и услуг наших клиентов.

02 Что мы делаем // онлайн PR в паре фраз

Проще говоря, по такому же принципу, как и традиционные PR агентства продвигает ваш продукт/услугу в мире печатных, теле и радио СМИ, мы продвигаем вас с мире цифровых медиа.

От «слова» в социальных онлайн сетях до производства цифрового контента высокого качества, - наши кампании охватывают все доступные уровни цифрового PR.

Наши отношения с журналистами и редакторами обеспечат вам лучшие размещения в сети Интернет.

Мы являемся экспертами в:

- размещении новостей
- поддерживании хороших и продуктивных отношений со СМИ
- обеспечение размещения специальных статей и онлайн-материалов
- производство материалов для использования в сети Интернет
- стратегии в социальных сетях
- подбор лучшего решения специально для вашего продукта
- размещение видеоматериалов
- промо-партнерства с третьими компаниями

03 Локальный и международный сервис // global outlook. local insight

Мы разработали нашу **систему услуг** с целью предоставления **сервиса на локальном уровне и на уровне мульти-территорий**. Локальные кампании предполагают **концентрацию и тщательную** работу на одной территории, кампании для мульти-территорий включают в себя разработку **универсальной стратегии** для нескольких рынков.

<u>Услуги для мульти-территорий</u>	<u>Услуги для одного рынка</u>
Преданные нам журналисты готовят материалы с джанкетов, фестивалей, премьер в любой точке мира.	Размещение контента эксклюзивно и широко на предварительно оговоренных сайтах
Мониторинг онлайн СМИ в 15 странах	Анализ данных от наших местных специалистов
Исследование онлайн социальных сетей, блогов и форумов	Разработка и применение стратегий для социальных сетей
Производство интервью, статей и видеоматериалов	Производство и/или локализация видео и текстового контента
	Разработка и применение идей, нацеленных на конкретные группы аудитории

04 Наша команда // на нас можно положиться



Джасмин Куан Венг //
Директор / Европа

Джасмин работает в индустрии развлечений уже более 12 лет. Сначала были Sony Pictures и Disney, теперь - Way to Blue.

Главной задачей Джасмин является расширение компании Европе. Она отвечает за деловые отношения и оперативную работу компании во Франции, Италии, Испании, Германии и новых рынках.

Сейчас под руководством Джасмин работает 30 человек 9 национальностей. Way to Blue для Джасмин – это, в первую очередь, любовь к компании, команде и PR, и только потом – работа.



Ольга Леон //
Менеджер по работе с клиентами / Россия

Ольга работает в индустрии развлечений 11-й год, 4 из которых она провела в EMI Россия (Гала Рекордз), где она работала с такими звездами, как

Dereche Mode, Lenny Kravitz и другими до того, как переехала в Лондон в 2005.

После переезда в Лондон, Ольга переквалифицировалась из музыкального фаната в фаната кино и театра и начала вступила в ряды Way To Blue в 2007.

Ольга также пишет для Rolling Stone, Time Out, Maxim, Empire.

04 Наша команда // на нас можно положиться

Эльза Летт //

Директор по работе с клиентами / Новые рынки

Эльза – возможно, самый международный сотрудник Way To Blue. Будучи русско-французского происхождения, она работала в индустрии развлечений в Париже перед тем, как переехала в Москву, где открыла свое PR агентство. Всего лишь за 3 года ее компания выросла из 1 сотрудница до коллектива из 12 и включила в списки своих клиентов такие лидирующие российские и международные компании и бренды, как L’Oreal, МТС, Европа + и другие.

Успешно продав свой бизнес и переехав в Лондон, Эльза была тут же завербована в ряды Way To Blue и возглавила команду Новых рынков.

В свободное время, Эльза увлекается горными прогулками на велосипеде и плаванием.

05 О нас говорят// а мы краснеем от смущения

“Way to Blue это динамичная компания, внедряющая новые технологии и добиваящаяся отличных результатов. Сотрудники прекрасно знают индустрию развлечений и все возможные секреты успешной работы с цифровыми СМИ.”



Лейбл Шеппард,
Маркетинг Директор,
Paramount Pictures Великобритания

“С самого начала нашего сотрудничества с Way to Blue мы были поражены отличным знанием русской сети Интернет сотрудников. Они находят отличные и креативные решения для любых задач.”



Елена Бродская,
Маркетинг Директор,
Walt Disney Россия

“Way To Blue доказали свою эффективность, как неотъемлемый партнер в мире цифровых СМИ для наших многоуровневых кампаний в Европе. ”



Елена Шепард,
Маркетинг Директор,
Sony Pictures
Television
International.

Том Китер,
SVP Маркетинг

Sony Pictures

“Их участие в наших мероприятиях, их прозрачность и знание медиа, а также их преданность, сделали Way To Blue неотъемлемым участником кампаний по всем нашим релизам.”



Леонор Мартинез,
Маркетинг Директор,
Universal Pictures

Global Outlook. Local Insight.

WayToBlue

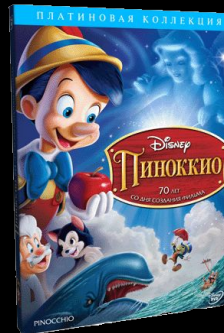
06 Way to Blue Россия// local insight

Way To Blue
5-25 Scrutton Street, London,
EC2A 4HJ

T: +44 (0) 20 7749 8444
E: info@waytoblue.com
www.waytoblue.com

06 Way to Blue Россия // Local Insight

Way to Blue начали работу в России в 2006. За 3 года успешной работы в список наших проектов добавилось большое количество проектов для крупных киностудий.



Некоторые из сайтов,
с которыми мы работаем:



Global Outlook. Local Insight.

WayToBlue

07 Примеры проектов: Россия // мы это проделывали не раз

Way To Blue
5-25 Scrutton Street, London,
EC2A 4HJ

T: +44 (0) 20 7749 8444
E: info@waytoblue.com
www.waytoblue.com

Хранители // Paramount Pictures Россия (Централ Партнершип)

Многоразовые размещения на популярных сайтах кино, региональной, женской, мужской, новостной и развлекательной категорий. Всего **38 сайтов** разместили информации о Хранителях.

Премьера трейлера на главной странице портала **Mail.ru**. Трейлер был просмотрен **235 800** за все время кампании.

Размещение на главных страницах таких высокопрофильных сайтов, как **MaximOnline.ru**, **Mens'Health.ru**, **RollingStone.ru**

Эксклюзивное размещение на главной странице кинопортала Кинопоиск видеоинтервью с режиссером **Заком Снайдером** с последующим размещением на главной странице сайта **AiF.ru**, онлайн версии известной национальной газеты.



Звездный путь // Paramount Pictures Россия (Централ Партнершип)

Многоразовые размещения на популярных сайтах кино, региональной, женской, мужской, новостной и развлекательной категорий. Всего **55** сайтов разместили информации о Звездном пути.

Размещение на главных страницах на таких крупных сайтах, как **Aif.ru**, **KP.ru**, **MK.ru**, **Gazeta.ru**, **Newsweek**, **KM.ru**, **GQ.ru**, **Men's Health**, **MaximOnline.ru**

Размещения на главной странице и на странице Афиша на портале **Mail.ru**

Размещения на главной странице новостей о московской премьере на таких развлекательных сайтах, как **7Dnei**, **PopcornNews.ru**, **Zvezdi.ru**



ВАЛЛ*И // Walt Disney Pictures Россия



Размещения на популярных сайтах кино, новостной, развлекательной, женской, мужской и других категорий. TimeOut.ru, GQ.ru, Cosmo.ru в ходят в число **66** сайтов, разместивших информацию о фильме..

Премьера тизер-трейлера на главной странице портала Mail.ru.

Размещение конкурсов на таких крупных сайтах, как AiF.ru, MK.ru, 7ya.ru,

Размещения на главных страницах таких специализированных сайтов, как Myrobot.ru and Roboclub.ru

Общее количество просмотров видеоматериалов по фильму к окончанию кампании – **215 359**

Предложение // Walt Disney Pictures Россия



Многоразовые размещения на популярных сайтах знакомств, женских и мужских сайтах, моды, новостных, региональных и развлекательных. Всего 48 сайтов разместили информацию о фильме [Предложение](#).

Размещение на главных страницах женских, мужских и развлекательных сайтов статей, произведенных [Way To Blue](#) «Секрет красоты [Сандры Баллок](#)» и «Встреча с родителями невесты».

Организация [предварительного показа](#) фильма для читателей крупнейшего кинопортала [Кинопоиск](#) и посетителей одного из крупнейших сайта знакомств [LovePlanet.Ru](#)

Продвижение фильма в социальных сетях [Vkontakte.ru](#), [My.Mail.ru](#), [LiveJournal.Com](#)

Квант милосердия // Sony Pictures Россия

Размещение на популярных мужских, женских, развлекательных, моды, новостных. Всего **78 sites** разместили информацию о фильме более чем один раз.

Премьера трейлера на главной странице портала **Mail.ru**

Создание и размещение статьи «Спортивная подготовка Джеймса Бонда».

Создание и широкое размещение онлайн тура по местам Кванта Милосердия с помощью **Google Earth**.

Размещение 4 эксклюзивных интервью на главных страницах таких крупных сайтов, как **Gazeta.ru**, **KP.ru (Комсомольская правда)** и других.

Помощь в освещении визита актеров и режиссера в Москву.

Создание и размещение 5 видеороликов на таких крупных сайтах, как **Cosmo.ru**, **Vision.Rambler.ru**. Общее количество просмотров всех видеоматериалов на конец кампании - **221 036**.

Промо-партнерство с лидером среди сетей спортивных клубов в стране **Планета Фитнесс**, что позволило разместить развлекательные конкурсы на **KP.ru**, **Mail.ru**, **VashDosug.ru** и других.



Global Outlook. Local Insight.

WayToBlue

08 Примеры услуг // мы работаем стильно

Way To Blue
5-25 Scrutton Street, London,
EC2A 4HJ

T: +44 (0) 20 7749 8444
E: info@waytoblue.com
www.waytoblue.com

Россия// Примеры услуг

Премьера и размещение трейлера

- Хранители

Размещения репортажей с премьеры

- Трансформеры: месть падших

Производство видеороликов

- Сайт Disney.ru
- Вверх

Электронные открытки

- ВАЛЛ*И

Создание статей

- Шопоголик

Социальные сети

- Классный Мюзикл

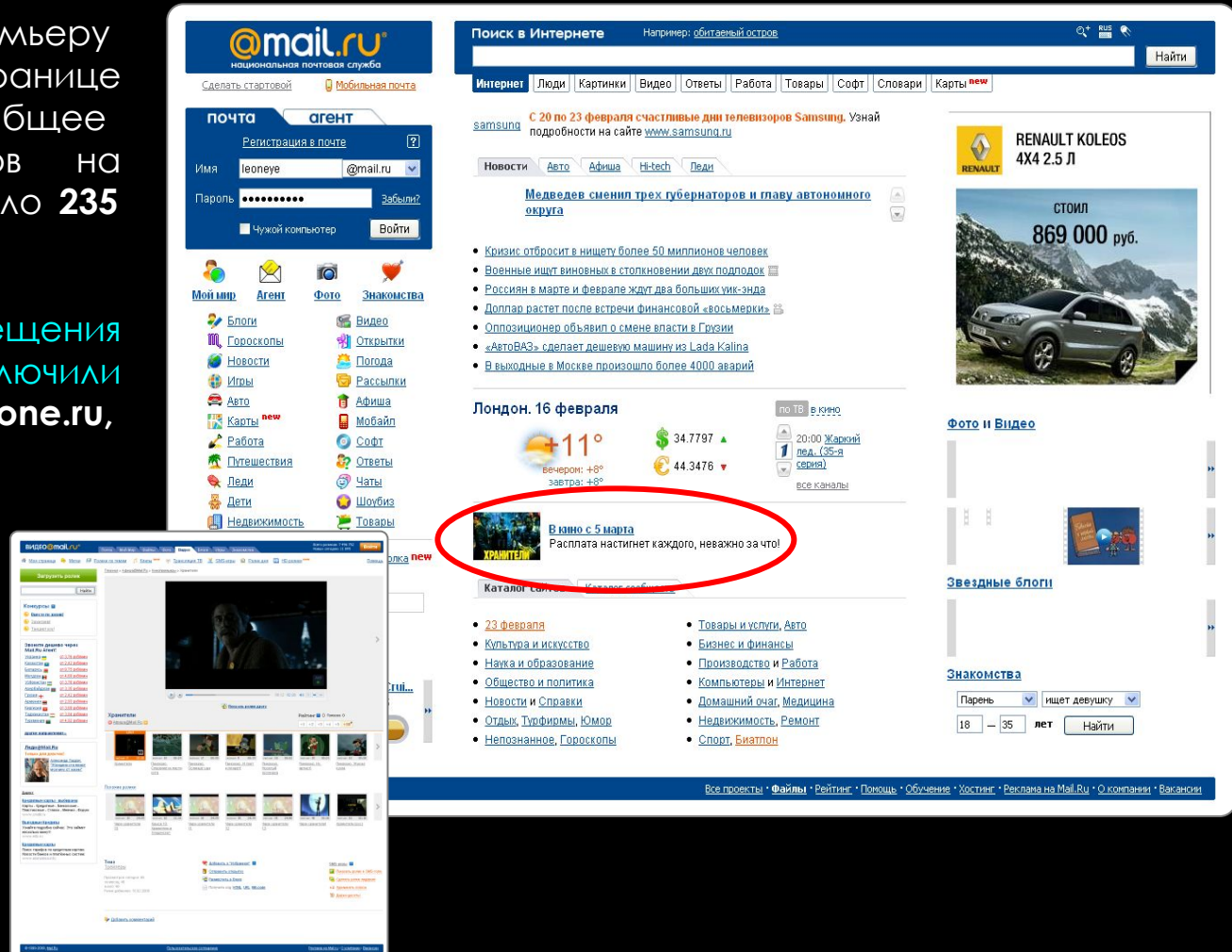
Конкурсы

- Предложение

ФИЛЬМ/ Хранители // Премьера трейлера на Mail.ru

WTV организовали премьеру трейлер на главной странице портала **Mail.ru**. Общее количество просмотров на конец кампании составило **235 800**.

Последующие размещения трейлера включили MaximOnline.ru, RollingStone.ru, Rambler.ru, AiF.ru и др.



ФИЛЬМ/ Трансформеры: месть падших// премьера в Москве

WTB создали и разместили новости о визите актеров в Москву и премьеру фильма. Вместе с предоставленными фотографиями новость была размещена на ряде сайтов, включая главную страницу портала **Rambler.ru**.

Дальнейшие размещения включили **StarStory.ru**, **PopcornNews.ru**, **Lenta.ru**, **Mail.ru**, **7dn.ru**, **Zvezdi.ru** и др.



The collage displays multiple instances of the article 'Трансформеры в Москве: премьерный тур и встреча с актерами' across different news portals. The central screenshot shows the full article on Rambler.ru, including sections for 'КАТАЛОГ ТОПИКОВ', 'СПОРТ', 'ФИНАНСЫ', 'ТЕХНОЛОГИИ', 'КОРПОРАЦИИ', and 'ИЗВЕСТНЫЕ ЛЮДИ'. Other screenshots show the article's presence on Lenta.ru, StarStory.ru, and a grid of news snippets on another site. A red circle in the bottom-left screenshot highlights a small version of the premiere photo, which is linked to the larger photo in the separate image block.

САЙТ/ Disney.ru// **Видеоролик**

WTB нашли, отобрали материалы и создали 3-хминутный видеоролик для кампании по продвижению русского сайта студии Walt Disney - **Disney.ru**.

Ролик включает в себя информацию о наследии **Уолта Диснея** и 80-летнем юбилее **Микки Мауса**. Ролик был создан с регулярным упоминанием сайта **Disney.ru** в видеоряде и тексте диктора.



ФИЛЬМ/ Вверх// Видеоролик

WTV нашли материалы и создали 3-хминутный видеоролик о фильме **Вверх**, в который вошли интервью с режиссером **Питером Доктером**, отрывки из фильма и анимационные элементы фильма.

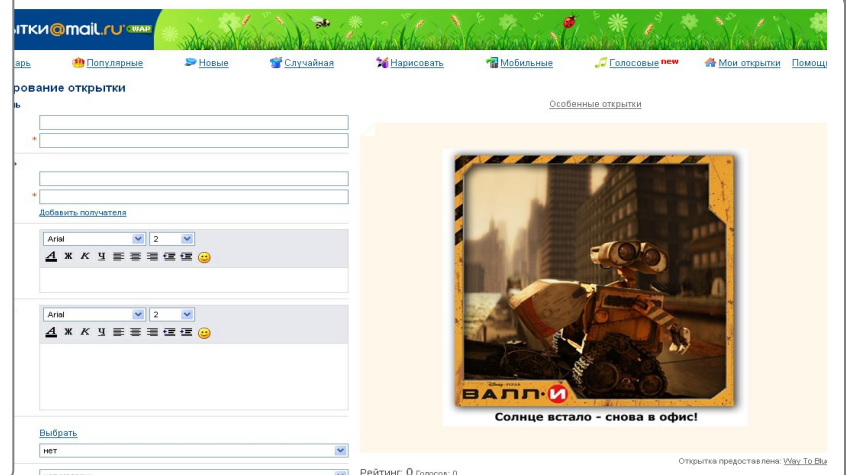
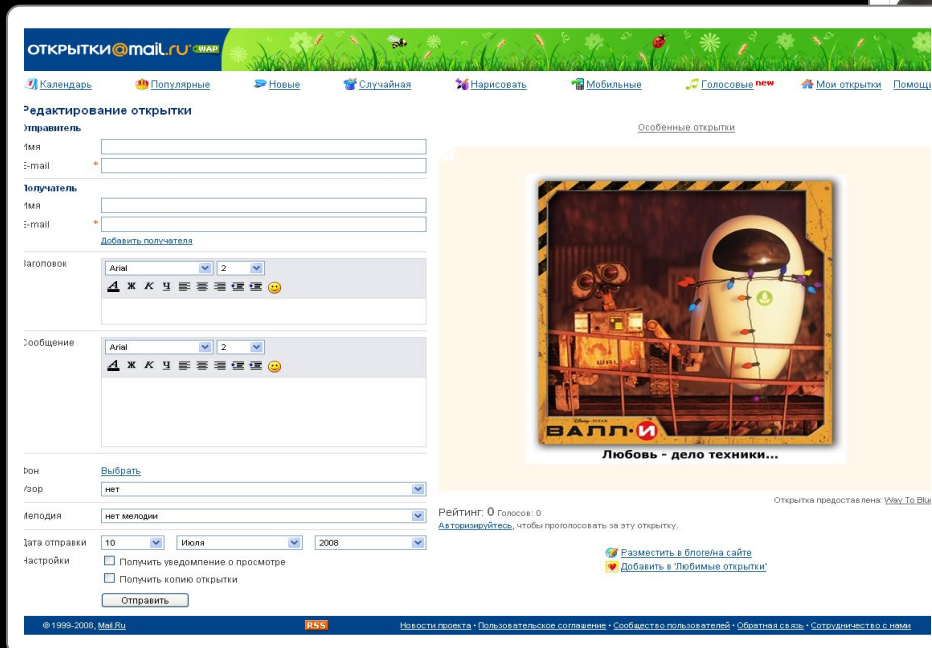
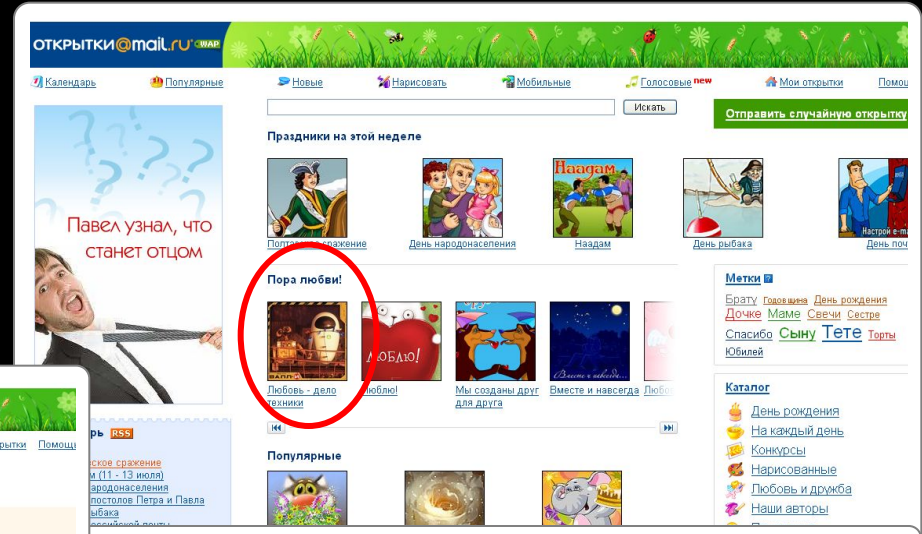


Global Outlook. Local Insight.

WayToBlue

ФИЛЬМ/ ВАЛЛ*И// Электронные открытки на Mail.ru

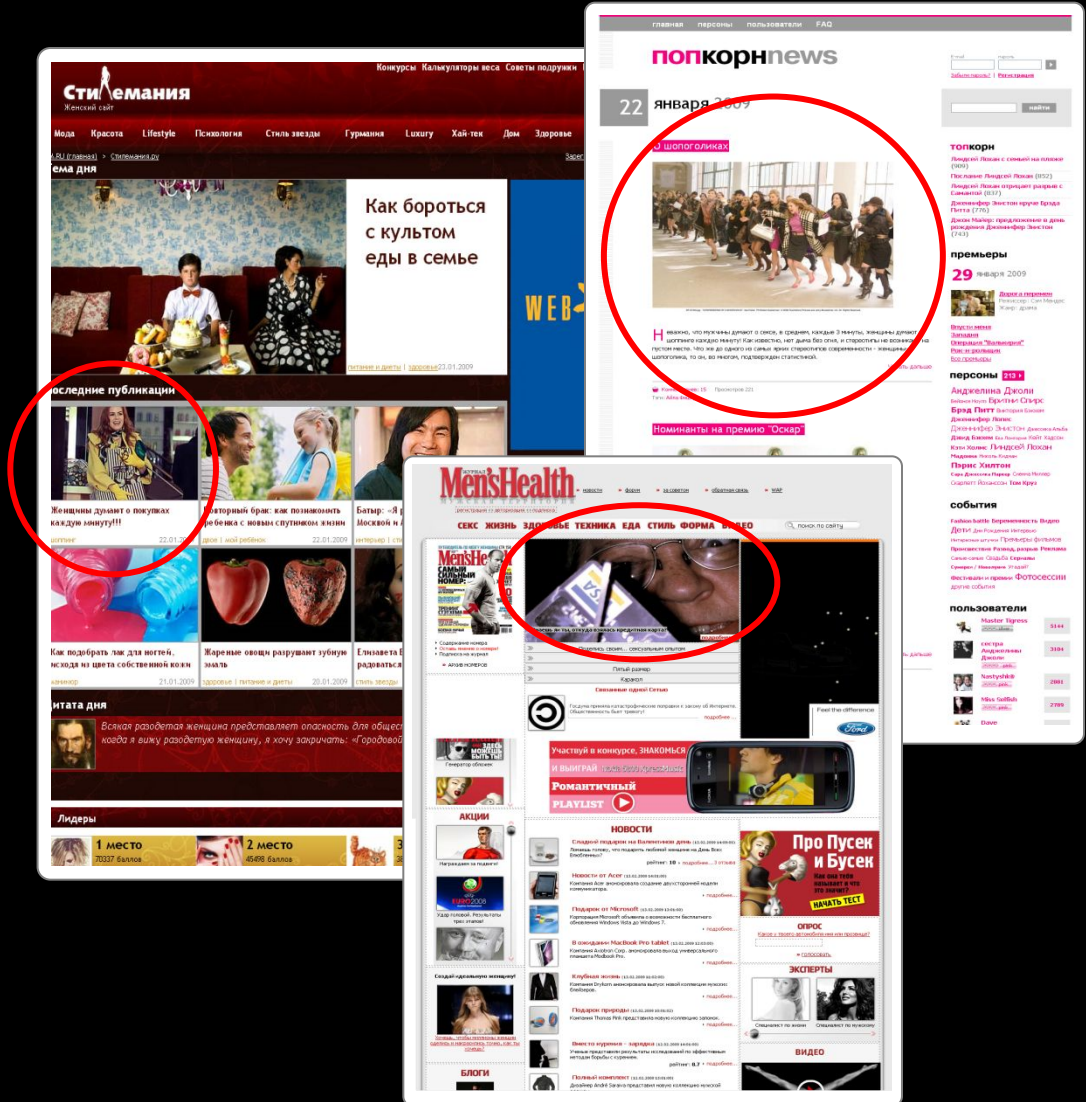
WTB произвели и, с одобрения Walt Disney Россия, разместили бесплатные электронные открытки на портале Mail.ru в разделах «Любовь» и «Работа»



ФИЛЬМ/ Шопоголик// Статьи

WTB произвели статьи для кампании фильма Шопоголик: «Женщины думают о покупках чаще, чем мужчины о сексе» и «Кредитная история – первая кредитная карта».

Статьи были размещены на ряде популярных сайтов, включая **StyleMania.KM.ru**, **Moda.ru**, **PopcornNews.ru**, **Rostov.ru**, **Men's Health** и другие.



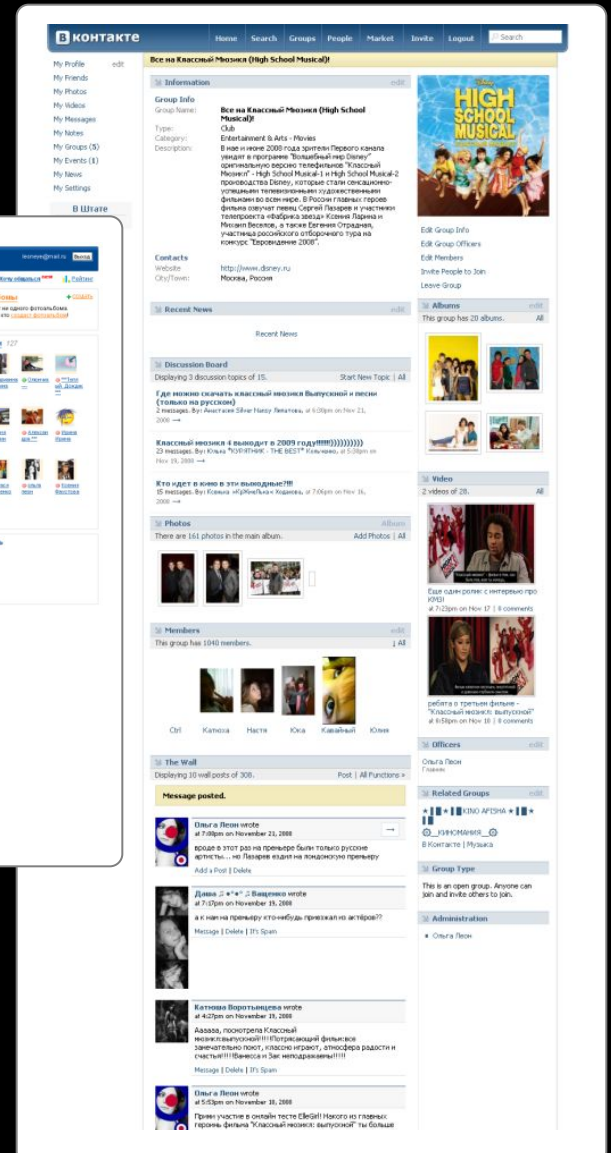
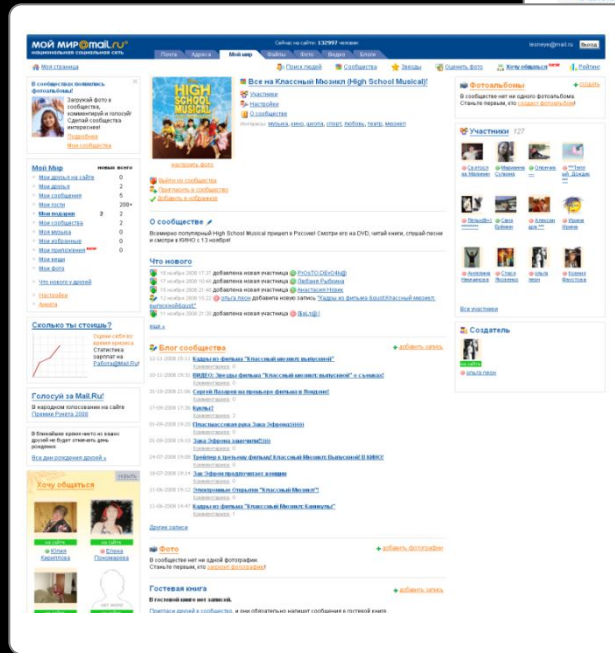
Global Outlook. Local Insight.

WayToBlue

ФИЛЬМ/ Классный Мюзикл 1, 2, 3// Социальные сети

WTB работали над всей трилогией «Классный мюзикл» в России и создали группу в социальных сетях **ВКонтакте** (1300 участников) и **Mu.Mail.ru** (134 участников).

Группы включали в себя детальную информацию о фильмах, новости, конкурсы, видео и фотоматериалы.



ФИЛЬМ/ Предложение // Предпоказ для LovePlanet.ru

WTB организовали конкурс для участников онлайн службы знакомств **Loveplanet.ru**, призов которого был поход на предварительный показ романтической комедии **Предложение**.

Конкурс был проанонсирован сквозь весь портал с помощью банера. Специальная рассылка об этом конкурсе была сделана для всех участников службы, проживающих в Москве.

LovePlanet.Ru является одной из крупнейших онлайн служб знакомств с более чем **16 мил участников**.

Служба рассылки 12.06.09 - 00:29

100 билетов на закрытый показ!

18 июня в прокат выходит лучшая романтическая комедия сезона «Предложение» с Сандрой Баллок и Райаном Рейнольдсом в главных ролях.

Наш сайт предлагает вам уникальную возможность бесплатно попасть на закрытый показ фильма в день его релиза – 18-го июня!

[Подробнее здесь](#)

Яндекс Директ

Узнайте свой рекламный вес
Почему, надо тебе узнать свой вес? Выясни свой
идеальный вес.

Дать объявление
Журнал «Жизнь»
Жизнь в ритме Клео! Женский журнал №1 в Рунете!
www.kleo.ru

Включить закладки

09 КОНТАКТ// ЛОГИЧНО

За дополнительной информацией можно заглянуть на наш сайт:
www.waytoblue.com

Посетить нас в Лондоне:

Way To Blue
Zetland House
5-25 Scrutton Street
London
EC2A 4HJ

И связаться с нами:

Jazmin Kuan Veng
Associate Director
Tel: +44 (0) 20 7749 8444
Email: jazmin@waytoblue.com

Elsa Lett
Account Director
Tel: +44 (0) 20 7749 8444
Email: elsa@waytoblue.com

Olga Leon
Account Manager
Tel: +44 (0) 20 7749 8444
Email: olga@waytoblue.com

CONFIDENTIALITY

This document, its contents and ideas are confidential and are the sole property of Way To Blue Ltd. It may not be altered, distributed or reproduced in any way, shape or form without the express written permission of Way To Blue Ltd.

Way To Blue Ltd is registered as a limited company within the UK (company number 3872642).

The registered address is 2D Zetland House, 5-25 Scrutton Street, London, EC2A 4HJ