



ПЛАН

PR-ОТДЕЛА НА 2020 ГОД



ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОТДЕЛА PR НА 2020 ГОД:

1. Укрепление репутации компании «Савушкин продукт» как лидера и эксперта молочной отрасли страны, а также производителя молочной продукции полезной для здоровья;
2. Продвижение продуктов и новинок компании: сыры «Брест-Литовск» и „Сыры из Александрии“, йогурт TEOS, йогурт „Оптималь“, все виды творога, творожные сыры - с помощью нативных материалов в крупных СМИ Беларуси, а также в социальных сетях известных блогеров;
3. Повышение взаимодействия общественности и компании с целью формирования имиджа надёжного производителя, которому доверяют потребители;
4. Проведение социально-информационных мероприятий для потребителей с целью продвижения продукции компании, повышения её узнаваемости, развеивания „молочных“ мифов, укрепления имиджа компании „Савушкин продукт“ как производителя, который заботится о здоровье потребителей;
5. Участие в международных и республиканских конкурсах с целью анализа качества, вкуса и соответствия мировым стандартам нашей молочной продукции, а также получение объективной оценки от потребителей для усовершенствования работы компании;
6. Работа с обращениями потребителей, поступающими по электронной почте, через официальный сайт организации www.savushkin.by, по телефону «горячей» линии, через официальные страницы в социальных сетях.
7. Развитие корпоративной культуры компании.



PR В БЕЛАРУСИ

PR -ПРОДВИЖЕНИЕ В БЕЛАРУСИ

ПРОДУКТЫ: СЫРЫ, ГУСТОЙ ЙОГУРТ ТЕОС, ОПТИМАЛЬ, ТВОРОГ И ТВОРОЖНЫЙ СЫР

- **ГЕНЕРАЦИЯ НЕ МЕНЕЕ 4 ИНФОПОВОДОВ В МЕСЯЦ**
(КАЖДЫЙ ИЗ ИНФОПОВОДОВ- 20+ ПУБЛИКАЦИЙ)
- **ИНФ.СОПРОВОЖДЕНИЕ КАЖДОЙ НОВИНКИ**
(РАССЫЛКА ПРЕСС-РЕЛИЗА ПО СМИ(20+ПУБЛИКАЦИЙ), КРЕАТИВНЫЙ РАЗВОЗ ПО БЛОГЕРАМ)
- **РАБОТА С ТОПОВЫМИ КУЛИНАРНЫМИ БЛОГЕРАМИ**
(ПРОДВИЖЕНИЕ ГУСТОГО ЙОГУРТА ТЕОС)
- **СОТРУДНИЧЕСТВО С ВРАЧОМ- ДИЕТОЛОГОМ ИРИНОЙ ЯБЛОНСКОЙ**
(ПРОДВИЖЕНИЕ ЧЕРЕЗ ЕЁ СТРАНИЦУ В INSTAGRAM)

ПРОЕКТЫ СО СМИ

ПРОДУКТЫ: СЫРЫ, ГУСТОЙ ЙОГУРТ ТЕОС, ОПТИМАЛЬ, ТВОРОГ И ТВОРОЖНЫЙ СЫР

TUT.BY (МАТЕРИАЛЫ ПРО ПИТАНИЕ ЛИДЕРОВ МНЕНИЙ)

3 материала по жёлтым сырам

3 материала по творогам

1 материал по СуперКиду

1 материал по Оптималю

1 материал по Апети

1 материал по ТЕОС

КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА

(ЕЖЕМЕСЯЧНАЯ РУБРИКА „СЫРНЫЙ ЭТИКЕТ“ + 3 ПРАЗДНИЧНЫХ МАТЕРИАЛА)

БТ-1

(4 ВЫХОДА В ПРОГРАММЕ „ВКУС ЖИЗНИ“ С ВЕДУЩИМИ СВЕТЛАННОЙ КАШИЦКОЙ И АЛЕКСАНДРОМ ЯРОСЛАВЦЕВЫМ)

ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛ БИНОКЛЬ

(10 НАТИВНЫХ МАТЕРИАЛОВ С ЛИДЕРАМИ МНЕНИЙ)



КЛУБ ЭКСПЕРТОВ МОЛОКА

Прошлогодний социальный проект возвращается. В программе: лекция от врачей разных специальностей, профессиональная дегустация молочных продуктов, а также экскурсия на производство. Приглашенным гостем отдельных встреч станет шеф-повар кафе PAPI.

Планируемый итог проекта: 100+ публикаций в СМИ и социальных сетях.



МОЛОКО ЗА ВРЕДНОСТЬ

Новый социальный проект компании. Вместе с тренером и диетологом мы будем путешествовать по офисам крупных компаний Беларуси, рассказывая о вреде сидячего образа жизни и пользе молочных продуктов.

Планируемый итог: 200+ публикаций в региональных и республиканских СМИ.



ФЕСТИВАЛЬ „ОБЛАКА МОЛОКА“

Юбилейный фестиваль ожидает быть ещё более масштабным и грандиозным. Из Минска к нам придет 500 гостей на „Молочном экспрессе“ - брендированном поезде. А для брестчан мы традиционно организуем экскурсии на производство.

Планируемый итог: 1000+ публикаций в СМИ и социальных сетях.



ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ



Чтобы сделать контент более разнообразным и интересным, предлагаем разграничить тематики страниц. Так страницы ВКонтакте и в «Одноклассниках» будут придерживаться кулинарной темы. В Facebook мы уводим зрителей от кулинарии и рецептуры и делаем акцент на ЗОЖ. В Instagram обе темы сливаются.

Для воплощения этих идей предлагаем ввести несколько рубрик, а также провести три активации. Рубрики разграничиваются в зависимости от темы страницы, а активации проводятся во всех социальных сетях.

Визуальная узнаваемость

Чтобы выгодно выделить «Савушкин продукт» на фоне конкурентов и кулинарных сообществ, мы предлагаем воспользоваться популярным трендом “темных тем” и разделить контент на два типа:

- Светлая тема
- Темная тема

При этом различие будет не только визуальным, но тематическим: светлая тема – для ЗОЖ-активистов, темная тема – для гурманов.

Для более точного попадания в ЦА разделение можно сделать на уровне площадок: светлая тема – Facebook, темная тема – ВКонтакте, смешанная (темная+светлая) – Instagram.

Тональность коммуникации

Для каждого из двух подходов мы используем свою тональность коммуникации.

В светлой теме – оптимистичная, мотивирующая, экспрессивная.

В темной теме – неформальная, шуточная, ироничная.

Разграничения в тональности обращения к пользователям помогут более точно “попасть” в целевую аудиторию, привлечь ее внимание к контенту и вызвать у нее необходимые эмоции.



Активация «Самый активный подписчик»

Для повышения общего уровня вовлеченности аудитории и повышения качества комментариев предлагаем провести активацию «Самый активный подписчик». В ней мы предлагаем пользователям комментировать наши публикации, по итогу выбрав самого активного пользователя. За активность считаются комментарии о продукте, рецепте, участия в иных игровых механиках. Все комментарии должны быть развернутыми, связанными с темой поста или продуктами и содержать только нормативную лексику. Также за комментарии начисляются баллы – в зависимости от темы, количества слов и т.д.

Победитель каждой сети получает приз. Победитель может выбираться как ежемесячно, так и еженедельно.



Активация «Рецепт от подписчика»

Подписчики страниц «Савушкин продукт» активно присылают в комментариях своих рецепты. Предлагаем поощрить их за старание!

В активации в формате публичного конкурса, который не требует регистрации в МАРТ, мы призываем пользователей делиться своими рецептами в комментариях, подкрепляя каждый из них фотографией получившегося блюда.

По итогу в каждой сети выбирает одного победитель, которые получает приз – набор продуктов или сувенир. Таким образом мы не только повысим интерес аудитории к бренду, но и получим ценный пользовательский контент.



Активация «Мы ищем амбассадоров»

Большинство брендов при коллаборациях с блогерами ограничиваются лишь столицей. Однако за ее пределами есть множество людей, которые делают красивые снимки и хотели бы участвовать в подобных активностях.

Поэтому мы предлагаем искать амбассадоров бренда в мелких городах страны. Так бренд станет ближе к своей аудитории, за счет чего возрастет лояльность к «Савушкину», а контент станет более разнообразным и уникальным.



КОНКУРСЫ

SUPERIOR TASTE AWARD-2020

Уже 7 лет подряд «Савушкин продукт» будет участвовать в самом рейтинговом международном дегустационном конкурсе «Superior Taste Award». Йогурт TEOS, который 4 года подряд выигрывает 3 золотых звезды из трех возможных, амбициозно нацелен на Dimond Taste Award. Эта премия вручается тем продуктам, которые 10 лет награждаются тремя звездами.

ПРОДЭКСПО - 2020

Крупнейший форум пищевой промышленности в СНГ, в рамках которых проводят дегустационные конкурсы, такие как „Лучший продукт“ и „Лучший вкус“.

НАРОДНАЯ МАРКА/ БРЕНД-ГОДА

Лучшие белорусские конкурсы, победителей в которых выбирают сами потребители.

„МОЛОЧНЫЙ УСПЕХ“ г.СОЧИ

Конкурс Министерства сельского хозяйства РФ и Молочного союза России.





ОБНОВЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНОГО ФИЛЬМА-ПРЕЗЕНТАЦИИ

1. Актуализация упаковок в связи с ребрендингом, а также расширением ассортимента продукции;
2. Актуализация информации о компании в связи с присоединением новых производственных площадок.

КУЛИНАРНАЯ КНИГА „О СЫРАХ“
„Брест-Литовск“, „Сыры из Александрии“

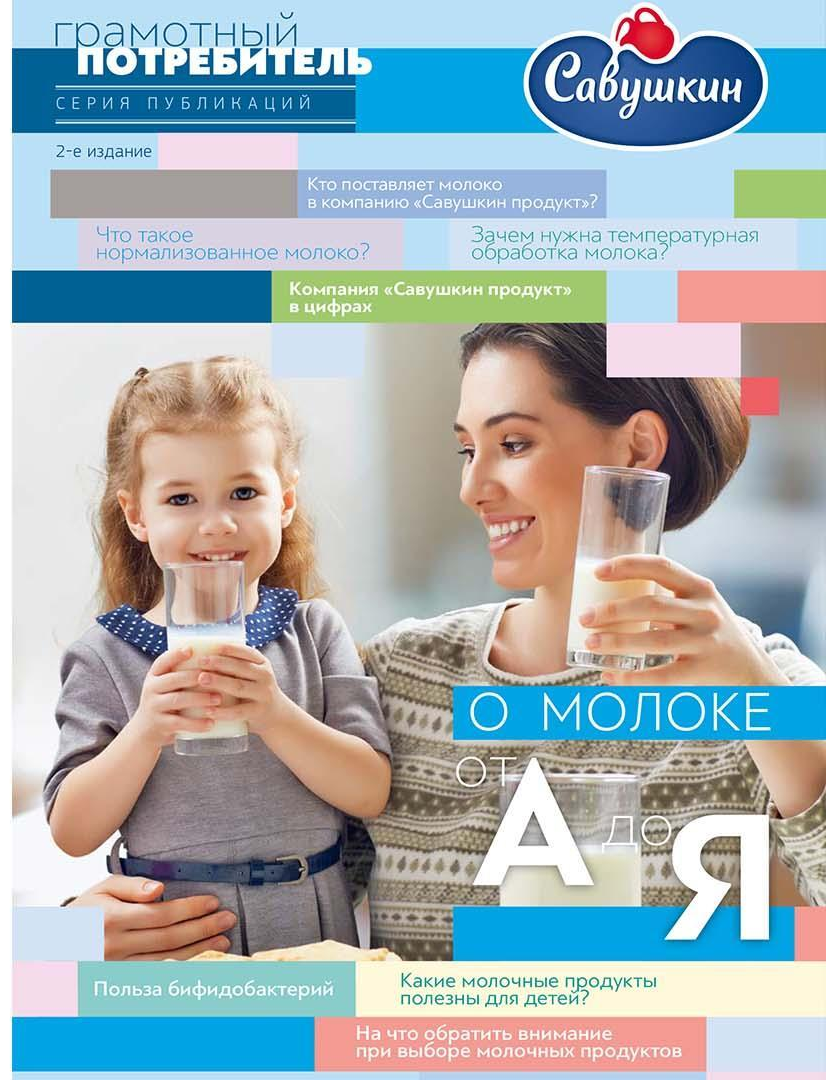
КРЕАТИВ ПРОЕКТА:

Книга расскажет историю сыроделия, о культуре потребления сыров, а также предложит варианты рецептов с использованием сыров брендов „Брест-Литовск“ и „Сыры из Александрии“.



ПЕРЕИЗДАНИЕ БРОШЮРЫ „О МОЛОКЕ ОТ А ДО Я“

1. Актуализация визуалов в связи с изменениями в ассортименте;
2. Включение дополнительной информации о молочных продуктах, актуальных для потребителей





ИЗДАНИЕ КНИГ ПО ИНВЕСТИЦИЯМ (ПФ г.ОРША, ПФ г.БЕРЕЗА)

Отражение процесса модернизации наших новых производственных площадок

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

СЛЕДИТЕ ЗА РАЗВИТИЕМ ПРОЕКТОВ В ЕЖЕНЕДЕЛЬНОМ МОНИТОРИНГЕ СМИ

Годовой отчет PR

По ссылке доступен годовой отчет о деятельности – отдела за 2019 год:

<https://drive.google.com/open?id=11vyxWu9-PFhbBfQ7Syn7Y3k1wBmy8WGa>