

**ПРЕЗЕНТАЦИЯ  
АГЕНТСТВА  
2022**

wainbrand partners

WB

**МЫ РАБОТАЕМ ВО ВСЕМ СПЕКТРЕ  
ВНЕШНИХ КОММУНИКАЦИЙ  
И ПОМОГАЕМ НАШИМ КЛИЕНТАМ  
СОЗДАВАТЬ СИЛЬНУЮ РЕПУТАЦИЮ**

PR-СОПРОВОЖДЕНИЕ

БИЗНЕС МЕРОПРИЯТИЯ

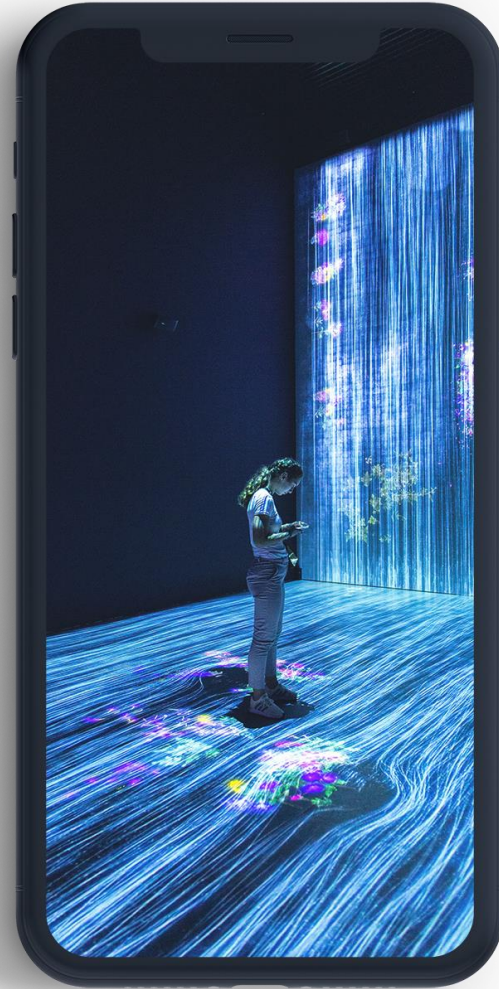
УПРАВЛЕНИЕ  
РЕПУТАЦИЕЙ

CREATIVE / PRODUCTION

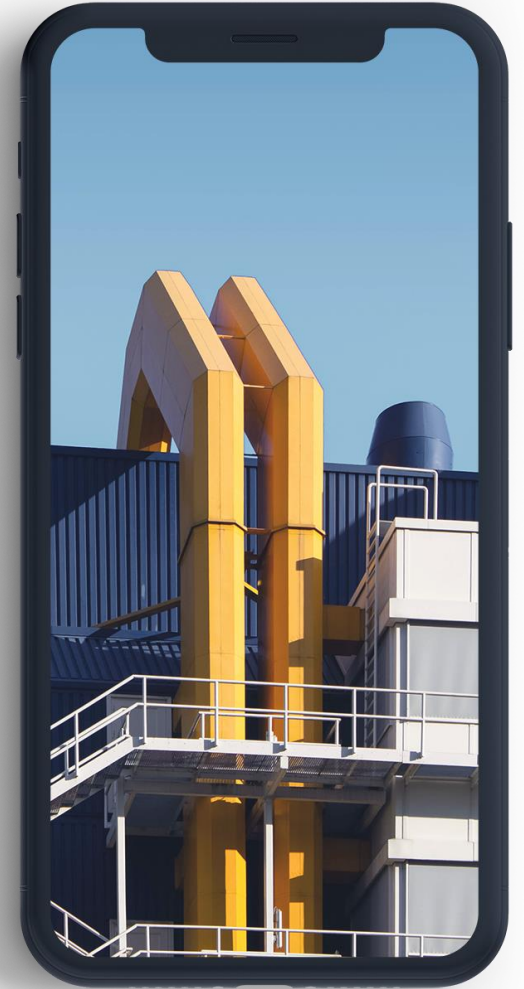
**ЭФФЕКТИВНОСТЬ И ЗНАЧИМОСТЬ  
СВОЕЙ РАБОТЫ МЫ КАЖДЫЙ ДЕНЬ  
ДОКАЗЫВАЕМ В ЧЕТЫРЕХ ОСНОВНЫХ  
НАПРАВЛЕНИЯХ**



НЕДВИЖИМОСТЬ



ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ



ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

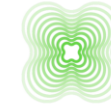


Ростех

ТЕХНОДИНАМИКА



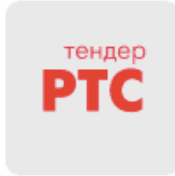
КРЭТ



цифра



ПРАВИТЕЛЬСТВО  
МОСКВЫ



тендер  
РТС

ЭЛЕКТРОННАЯ  
ПЛОЩАДКА  
РОССИИ



СОЮЗ  
МАШИНОСТРОИТЕЛЕЙ  
РОССИИ

2050.DIGITAL



PIONEER



Etalon Group



МОСИНЖПРОЕКТ



ЦИАН

**НЕДВИЖИМОСТЬ**

**КОРПОРАТИВНЫЙ И ПРОДУКТОВЫЙ PR**

wainbrand partners

**WB**

**СЕРГЕЙ ВАЙНБРАНД**

Партнер

**ОБЩИЙ ОПЫТ В PR: 20 ЛЕТ**

Стратегия, управление, маркетинговые коммуникации, наработанные контакты с ключевыми лидерами мнений, проектный менеджмент, мероприятия, кризис- менеджмент, корпоративные коммуникации, SMM

**СФЕРЫ**

Недвижимость, Промышленность, ИТ, Retail, FMCG

**ДМИТРИЙ ПУНИН**

Партнер

**ОБЩИЙ ОПЫТ В PR: 16 ЛЕТ**

Корпоративный PR государственных и коммерческих организаций. Консультант для топ-менеджмента ведущих компаний в области корпоративного и личного PR. Эксперт политического, антикризисного и конфликтного PR

**СФЕРЫ**

Промышленность, ИТ, Retail, FMCG, Медицина

**КСЕНИЯ ГУСАРОВА**

Руководитель практики «Недвижимость»

**ОПЫТ В СФЕРЕ PR И НЕДВИЖИМОСТИ: 16 ЛЕТ****КЛИЕНТЫ И ПРОЕКТЫ:**

ЦИАН, ГК Эталон, ГК Пионер, АСР, Мосинжпроект, Villagio Estate, Welhome, БАРКЛИ, концерт ЮИТ, ТПС Недвижимость, НИИ Генплан, Самолет Девелопмент, ГК INSIGMA, Tekta Group, Kalinka Realty, ОПИН, ФСК "Лидер", Est-a-Tet, НК-Домостроение, «Тушино-2018» и др.

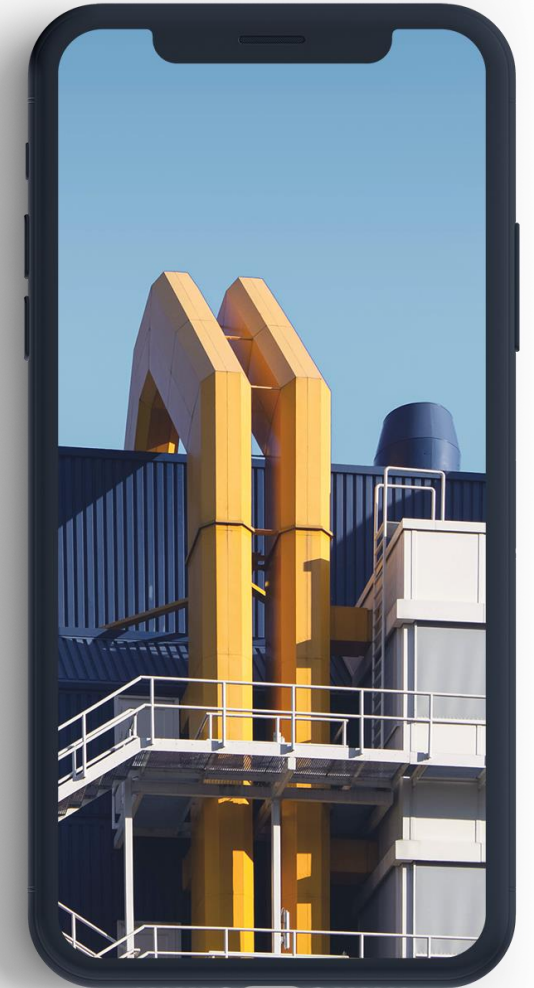
**АННА НИКОЛАЕВА**

Менеджер проекта

**ОПЫТ В СФЕРЕ PR И НЕДВИЖИМОСТИ: 9 ЛЕТ****КЛИЕНТЫ И ПРОЕКТЫ:**

ЦИАН, ГК Эталон, ГК Пионер, АСР, Мосинжпроект, Villagio Estate, Becar Asset Management Group, Нескучный Home&Spa, ТРЦ Золотой Вавилон, ТРЦ Ривьера, концерт ЮИТ, INSIGMA, «Тушино-2018» и др.

- **Доступ к регулярно обновляемой базе данных по рынку недвижимости и собственный аналитический отдел:** возможность подготовки разноплановых аналитических материалов в интересах клиента (обеспечение стабильного присутствия в инфополе в период отсутствия новостей по проектам)
- **Выстроенная работа с ключевыми ТГ-каналами по всей территории России (более 700 каналов):** возможность оперативно разместить информацию в наиболее рейтинговых ТГ-каналах + отработка негатива в рамках антикризисного реагирования.
- **Собственная служба мониторинга информационного поля:** возможность подготовки отчетов любого уровня сложности по СМИ и социальным сетям по всем регионам России.

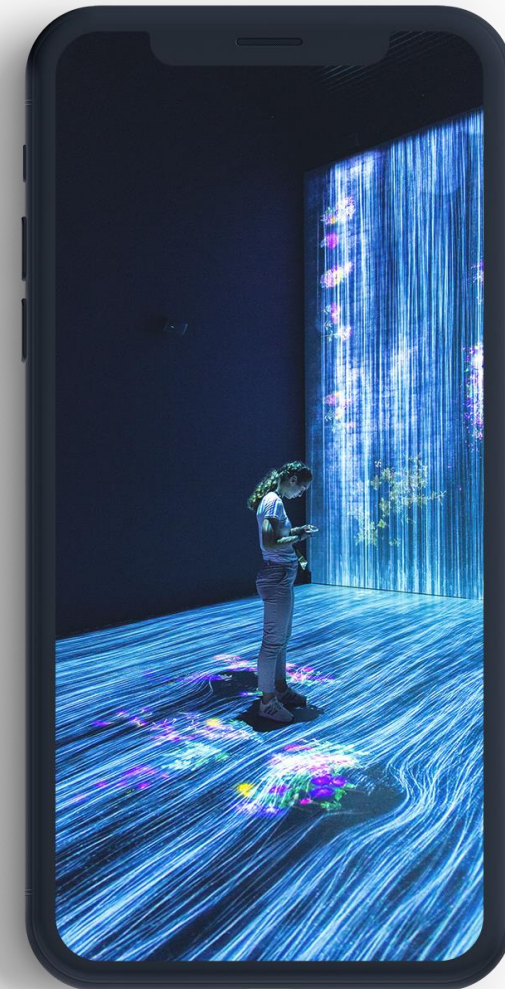


## РЕГУЛЯРНАЯ ПОДГОТОВКА ОБЗОРОВ СМИ И АНАЛИТИЧЕСКИХ ОТЧЕТОВ С БАЗОЙ СМИ

### ИНСТРУМЕНТЫ

- Ежедневный мониторинг СМИ, включающий не менее 80 ключевых слов и 20 конкурентов. Отчет включает мониторинг федеральных и региональных СМИ с разбивкой по регионам присутствия компании, а также значимые новости отрасли и конкурентов;
- Еженедельные и ежемесячные отчеты, показывающие уровень присутствия компании в медиаполе по сравнению с конкурентами. Отчеты предоставляются по двум методикам подсчета: охвату аудитории и весу медиа. Разбивка предоставляется в формате линейных (абсолютное количество) и круговых (проценты) диаграмм в сравнении с предыдущим месяцем. Диаграммы по главным ролям сопровождаются таблицами с ТОП-информационными поводами (позитивно-нейтральными, позитивными и негативными) по всем анализируемым компаниям, а также дополнительная таблица – информационные поводы-лидеры компании (позитив, главная роль).
- В дополнение к аналитическим отчетам предоставление базы СМИ с публикациями за отчетный период, включающей следующие данные: охват, вес медиа, источник, дата статьи, ссылка, информационный повод, роль, тональность и другие показатели.

**Клиенты:** ГК АСР, ГК Эталон, Вертолёты России, Ростех, ГК Цифра, маркетплейс JOOM и др.





**ПРОМЫШЛЕННОСТЬ И  
ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

**КОРПОРАТИВНЫЙ PR**

*wainbrand partners*

**WB**

## ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

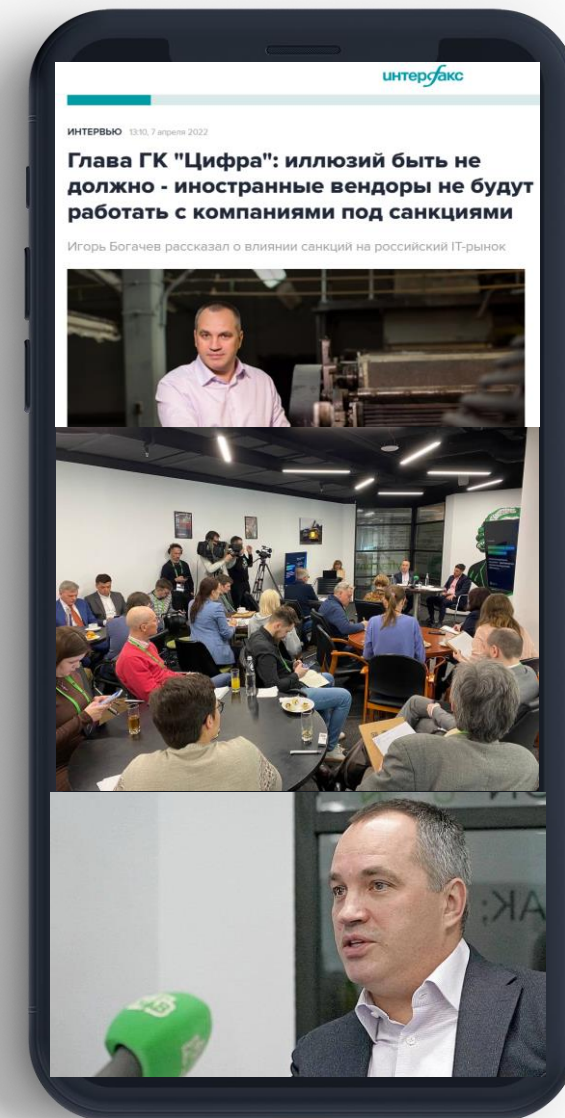
- Организовать ежегодную пресс-конференцию для АО «Цифра»
- Рассказать об участии АО «Цифра» в выработке мер поддержки IT-сферы
- Подчеркнуть важность импортозамещающих технологий ГК «Цифра» для российской промышленности
- Осветить в СМИ ключевые проекты АО «Цифра»
- Повышение узнаваемости АО «Цифра», позиционирование АО «Цифра» как ведущей компании в области цифровых технологий
- Позиционирование спикеров АО «Цифра» как ведущих отраслевых экспертов

## РЕШЕНИЕ

- Проведение переговоров с информационными партнерами и аккредитация СМИ
- Выявление ключевых инфоповодов, формирование программы пресс-конференции (за месяц до пресс-конференции)
- Мониторинг инфополя и корректировка программы в соответствии с геополитической ситуацией
- Подготовка и согласование пресс-релизов. 12 пресс-релизов
- Формирование и согласование медиалиста
- Приглашение представителей СМИ
- Обработка запросов журналистов по итогам пресс-конференции, согласование публикаций
- Рассылка релизов и комментариев.
- Фотосъемка

## РЕЗУЛЬТАТЫ

1. В пресс-конференции приняли участие представители **22** федеральных и отраслевых СМИ;
2. По итогам пресс-конференции: **243** публикации, медиаиндекс – **1 444,8**, охват – **18,9 млн.**
3. Подготовка и публикация интервью генерального директора АО «Цифра» в Интерфакс (информгентство выбрано заказчиком из числа предложенных федеральных СМИ)



## КОМПЛЕКСНОЕ PR СОПРОВОЖДЕНИЕ В 2019-22 ГГ.

### ЦЕЛИ:

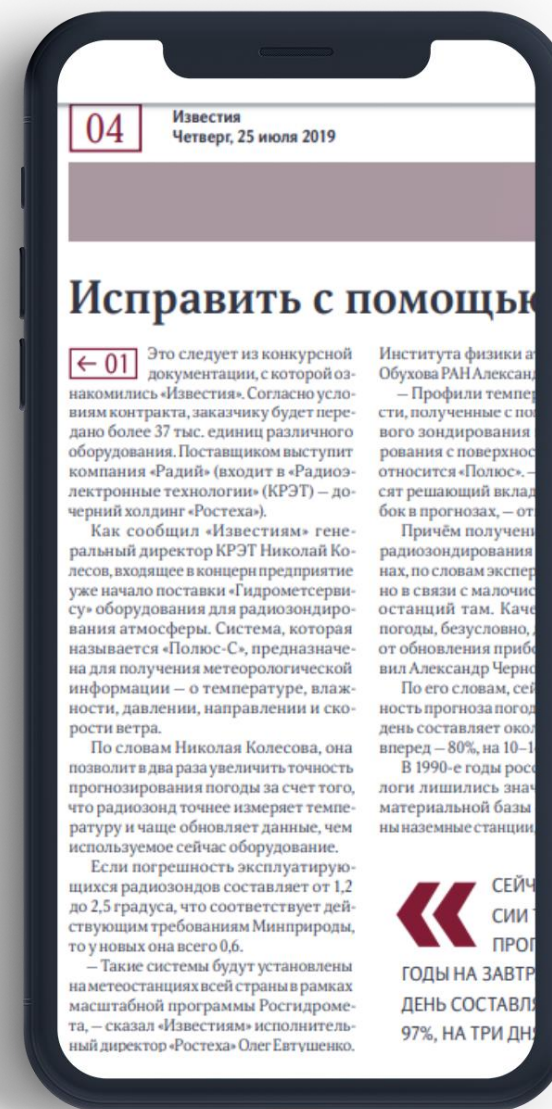
- Обеспечить позиционирование Концерна как лидера производства гражданской продукции
- Сформировать образ Концерна как единого производителя бортового радиоэлектронного оборудования
- Сделать компанию более открытой общественности
- Антикризисные коммуникации

### РЕШЕНИЕ:

- Обеспечить мероприятия для СМИ в рамках крупнейших выставок года на территории РФ: Армия 2019, 2020, 2021, 2022 и МАКС 2019 и 21.
- Обеспечить полноценную работу внешнего пресс-офиса
- Организовать общение спикеров Концерна на федеральном уровне
- Перезапустить обновленный сайт КРЭТ
- Пул экспертов для поддержки информационной политики компании

### РЕЗУЛЬТАТЫ:

- Более 40 000 публикаций в российских СМИ,
- После двухлетнего перерыва запущен новый сайт Концерна
- Активная работа с журналистами позволила обеспечить выходы публикаций в таких крупнейших изданиях как ТАСС, РИА Новости, Россия-24, IHS Jane's, ТРК «Звезда», Известия, Российская газета и других ключевых федеральных изданиях.



## PR ПОДДЕРЖКА ЗАПУСКА НОВОГО ПРОДУКТА

### ЦЕЛЬ

- Повышение информированности конечных потребителей о CARDIOMARKER
- Формирование имиджа продукта как инновационного хай-тек гаджета

### БАРЬЕРЫ

- Низкая осведомленность о деятельности КРЭТ на потребительском рынке

### РЕШЕНИЕ

- Разработка и распространение аналитических материалов о гаджете в СМИ. Подготовка пресс-релизов, презентационных материалов и экспертных комментариев. Глобальная презентация гаджета в ходе федерального форума

### РЕЗУЛЬТАТЫ

- Проведение пресс-конференции в рамках форума BIOTECHMED в Геленджике
- Более 100 публикаций и репортажей о новом гаджете в СМИ и на федеральных ТВ каналах



## PR СОПРОВОЖДЕНИЕ КОНЦЕРНА НА АВИАСАЛОНЕ МАКС 2019, 21

### ЦЕЛИ:

- Рассказать о новинках Концерна в области систем бортового радиоэлектронного оборудования
- Обеспечить информационное сопровождение участия Концерна в выставке
- Провести презентацию новых продуктов

### РЕШЕНИЕ:

- Организовать пресс-завтрак с участием ключевых спикеров Концерна.
- Для усиления присутствия Концерна на выставке сделать акцент на работе с телеканалами

### РЕЗУЛЬТАТЫ:

- Более 950 публикаций в российских СМИ,
- 15 ТВ-сюжетов на федеральном ТВ и каналах Московского региона
- Медиainдекс по итогам работы превысил 7000 пунктов



## PR ПОДДЕРЖКА ЗАПУСКА НОВОГО ПРОДУКТА

### ЦЕЛЬ

- Оказать PR поддержку официальной церемонии подписания договора о запуске совместного проекта КРЭТ, компании Delimobil и администрации Краснодарского края о развитии сервиса каршеринга электрических автомобилей в крае

### БАРЬЕРЫ

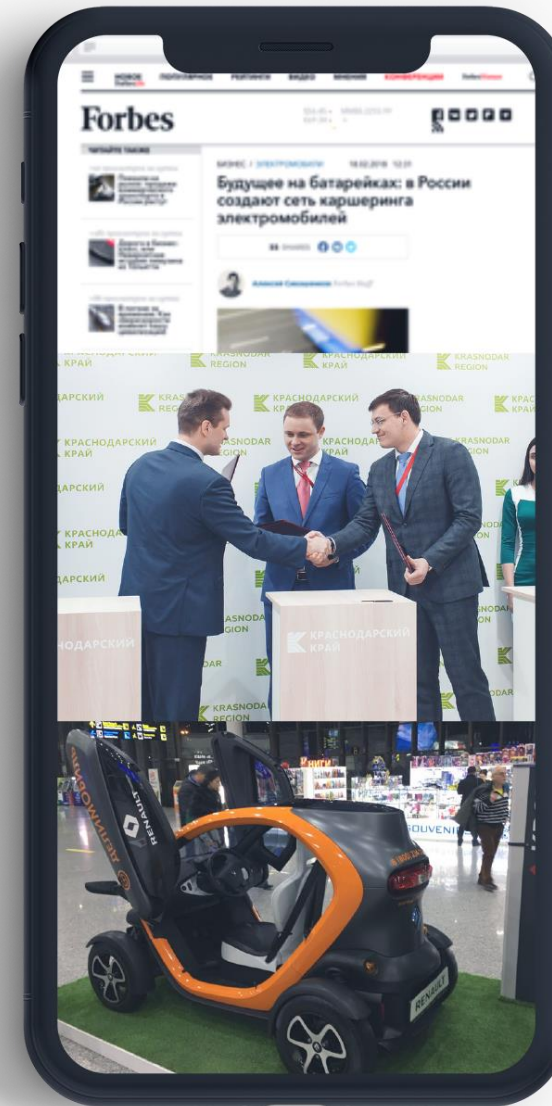
- Низкая осведомленность о деятельности КРЭТ на потребительском рынке
- Конкуренты уже начали реализацию схожих проектов
- Основное мероприятие проходило в последний день форума РИФ-2018
- Продвижение проекта было запущено до официального подписания
- Одним из партнеров в проект выступает зарубежный автомобильный бренд

### РЕШЕНИЕ

- Ключевое послание проекта было изменено. Региональный проект по каршерингу электрических автомобилей был позиционирован в качестве пилотного проекта по развитию федеральной программы по развитию инфраструктуры для электрических автомобилей в России. Основной фокус кампании был направлен на зарубежные бизнес СМИ, ведущие автомобильные издания и ТВ.

### РЕЗУЛЬТАТЫ

- Более 120 публикаций в СМИ, 5 репортажей на ТВ и радио
- Официальный спикер КРЭТ одновременно стал востребованным экспертом по данной тематике



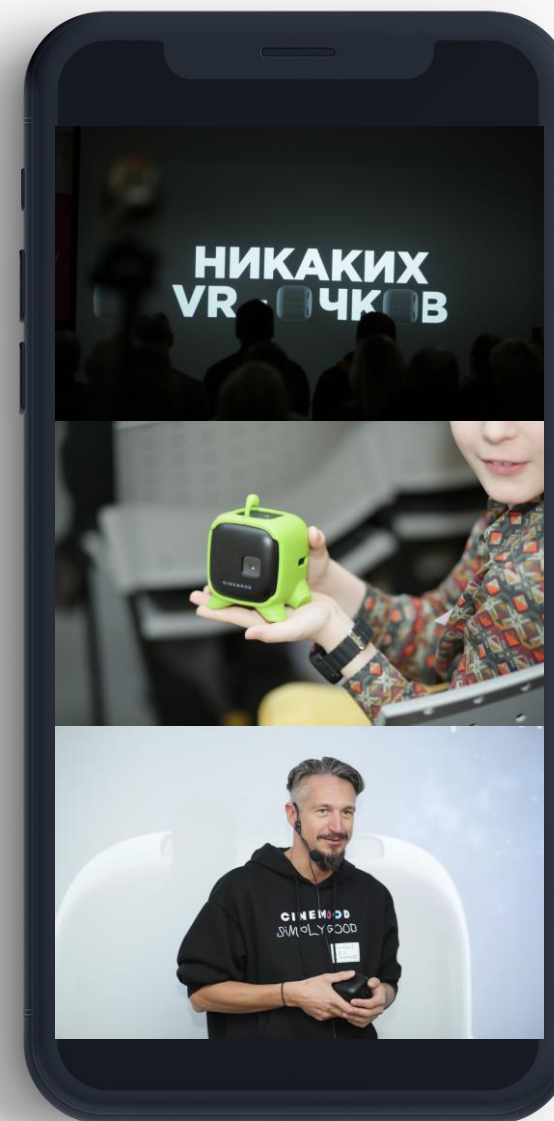
## ПРЕСС-ПОДДЕРЖКА ЗАПУСКА ПЕРВОГО VR-ПРОЕКТОРА

### ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

- В начале 2020 команда Wainbrand Partners организовала пресс-поддержку запуска первого VR-проектора, для которого не нужны очки и шлем. С 18 февраля продукт продается в re: Store.
- Инновационный VR-кубик придумали в России. Фактически это интерактивный кинотеатр в кармане. Разработчик объединил проекционные возможности портативного устройства, высокоточные датчики движения, гироскоп и контент 360. Ценность идеи — симбиоз образовательной платформы и развлекательного контента для семьи — принесла разработчикам партнерство с Disney, ivi, МегаФон, МУЛЬТ, Netflix, Amazon Prime Video, Яндекс Музыка, МУЛЬТ, Амеба.

### РЕЗУЛЬТАТ

- На презентацию стартапа пришло более 40 журналистов. Такое увидишь редко, когда рядом сидят обозреватели НТВ, life. ru, Коммерсант, РИА новости, ТАСС, Marie Claire, woman. ru и CHIP.
- Более 60 публикаций вышло по итогам презентации.
- TOTAL VISITS составил 535 млн.



## PR СОПРОВОЖДЕНИЕ КОНФЕРЕНЦИИ

### ЦЕЛЬ

- Организовать пригласительную кампанию и освещение в СМИ работы пилотной российской конференции по биотехнологиям

### БАРЬЕРЫ

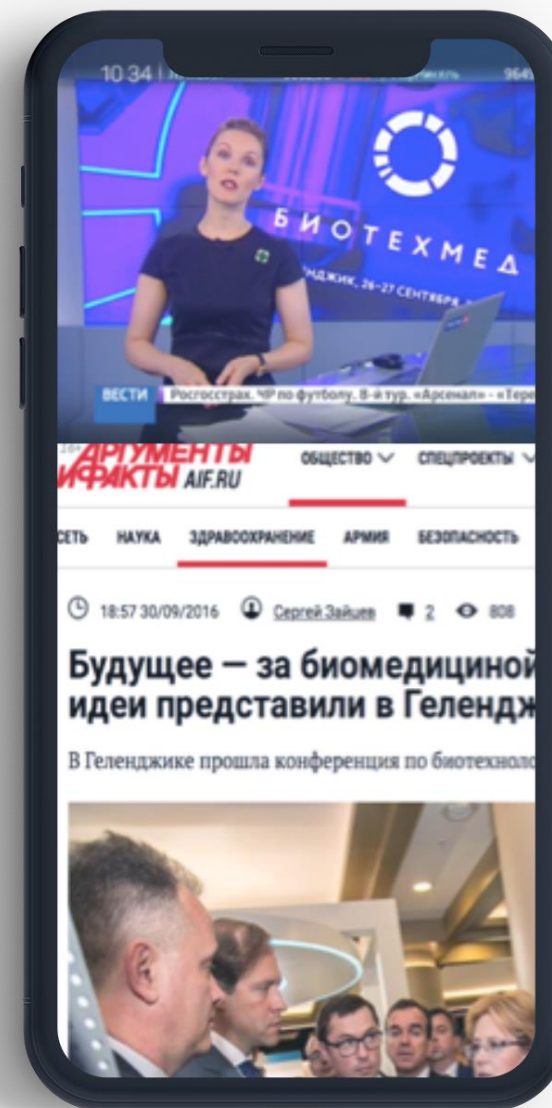
- Конференция проводилась впервые при низком уровне осведомленности со стороны СМИ и ключевых операторов рынка. Местом проведения конференции стал город Геленджик, достаточно удаленный от федеральных центров

### РЕШЕНИЕ

- Организация работы пресс-офиса и пресс-центра конференции, активная работа по привлечению инфопартнеров, взаимодействие с региональными властями, проведение анонсирующих мероприятий и пресс-туров в Москве

### РЕЗУЛЬТАТЫ

- 16 федеральных и региональных СМИ стали информационными партнерами БИОТЕХМЕД
- Широкое освещение работы конференции региональными СМИ и блогерами. Инициировано более 1300 публикаций
- БИОТЕХМЕД получила высокую оценку Вероники Скворцовой, Министра здравоохранения РФ и получила статус ежегодной





## PR-ПОДДЕРЖКА ЗАПУСКА НОВОГО ПРОЕКТА В РЕГИОНАХ

### ЦЕЛИ:

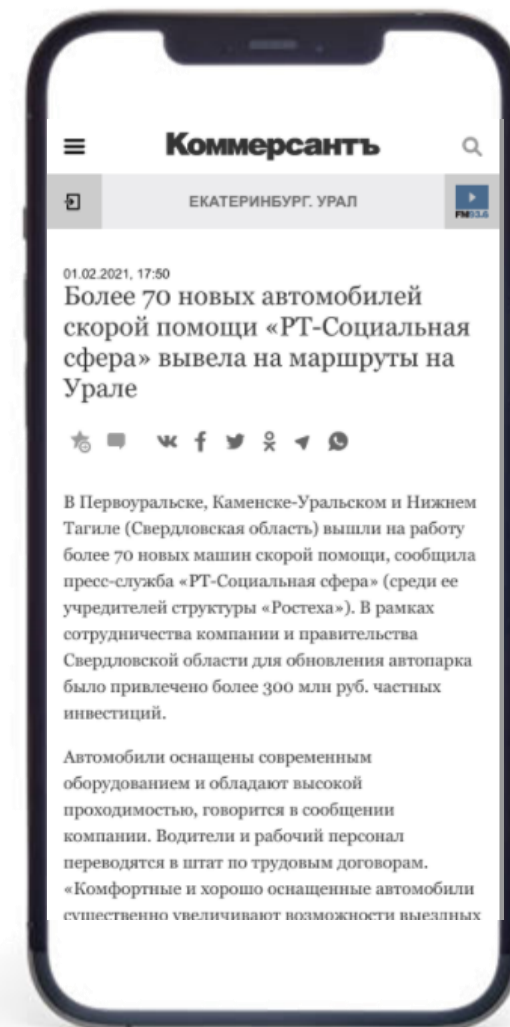
- Информационное сопровождение проекта Заказчика, направленного на обновление парка машин скорой помощи в Свердловской области;
- Формирование позитивного информационного поля Проекта, предотвращение негативных публикаций

### РЕШЕНИЕ:

- Подготовка и размещение публикаций в федеральных СМИ и во всех ключевых СМИ региона;
- Подготовка и размещение публикаций в ключевых телеграм-каналах региона и группах в социальных сетях;
- Организована работа со спикерами и экспертами, для публикации в СМИ получены положительные комментарии о значимости проекта

### РЕЗУЛЬТАТЫ:

- Реализован 1 спец-проект;
- Обеспечено более 30 публикаций в печатных и онлайн-СМИ, в том числе, оппозиционных, благодаря чему предотвращено появление серии негативных публикаций;
- Подготовлены сюжеты на телевидении и радио;
- Снята серия негативных публикаций



## PR СОПРОВОЖДЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХОЛДИНГА В 2019-22 ГГ

### ЦЕЛИ

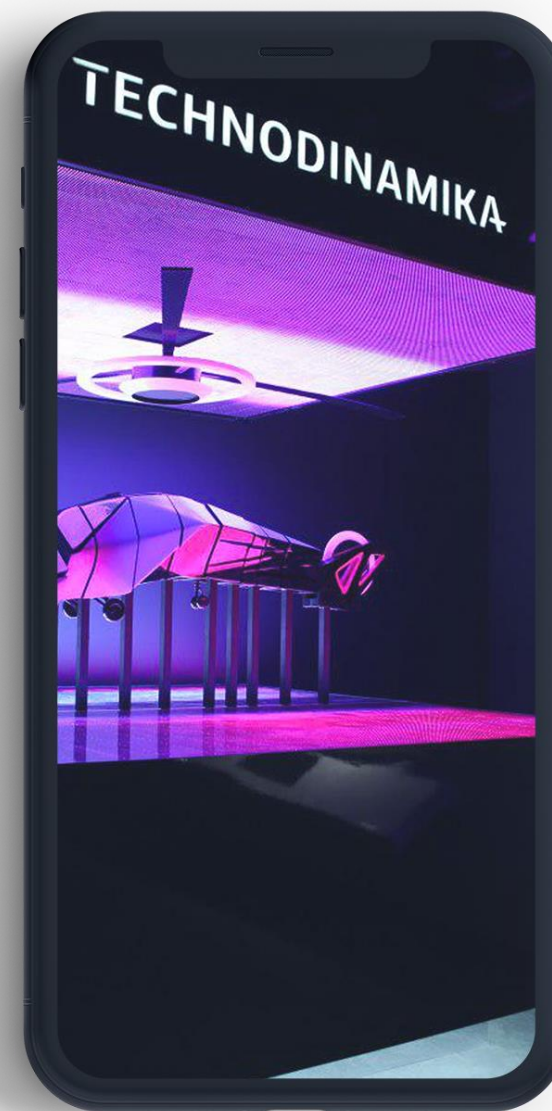
- Обеспечить информационное сопровождение деятельности холдинга
- Усилить акцент на позиционировании продукции гражданского назначения

### РЕШЕНИЕ

- Организация ряда пресс-мероприятий для федеральных СМИ на предприятия холдинга.
- Организация публикаций в федеральных СМИ о ключевых новинках холдинга «Технодинамика» в течение 2019-22 г.
- Освещения участия холдинга в крупных промышленных выставках Армия 2019-20 и МАКС 2019-21

### РЕЗУЛЬТАТЫ

- Более 10 000 публикаций в ключевых федеральных СМИ
- Индекс ИИБ (индекс информационного благоприятствования) превысил 20 000 пунктов



## PR/GR ПОДДЕРЖКА В РОССИИ 2018-2020 гг.

## ЦЕЛИ

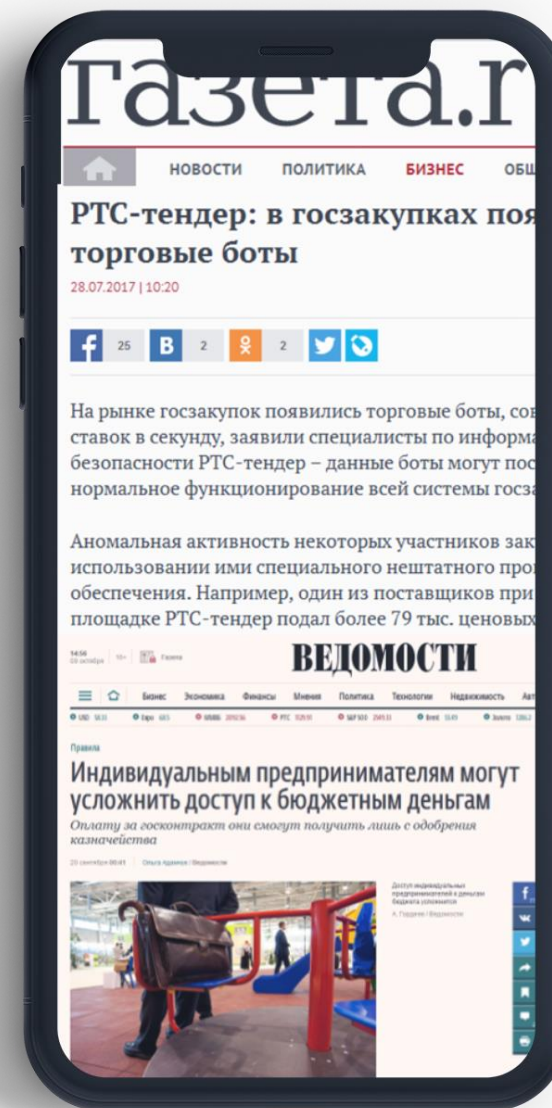
- Выделить РТС-тендер относительно других электронных площадок
- Отметить лидирующие позиции РТС-тендер в отрасли

## РЕШЕНИЕ

- Организовать работу регулярного пресс-офиса компании и других мероприятий для СМИ

## РЕЗУЛЬТАТЫ

- 3-х кратный рост числа публикаций в федеральных СМИ
- Общий охват информационной кампании более 200 млн. человек
- РТС-тендер занимает первое место среди всех площадок по медиа индексу
- РТС-тендер занимает первое место среди конкурентов по общему числу публикаций



## PR СОПРОВОЖДЕНИЕ ИТОГОВОЙ КОЛЛЕГИИ

### ЦЕЛЬ

- Обеспечить информационное сопровождение проведения итоговой коллегии

### БАРЬЕРЫ

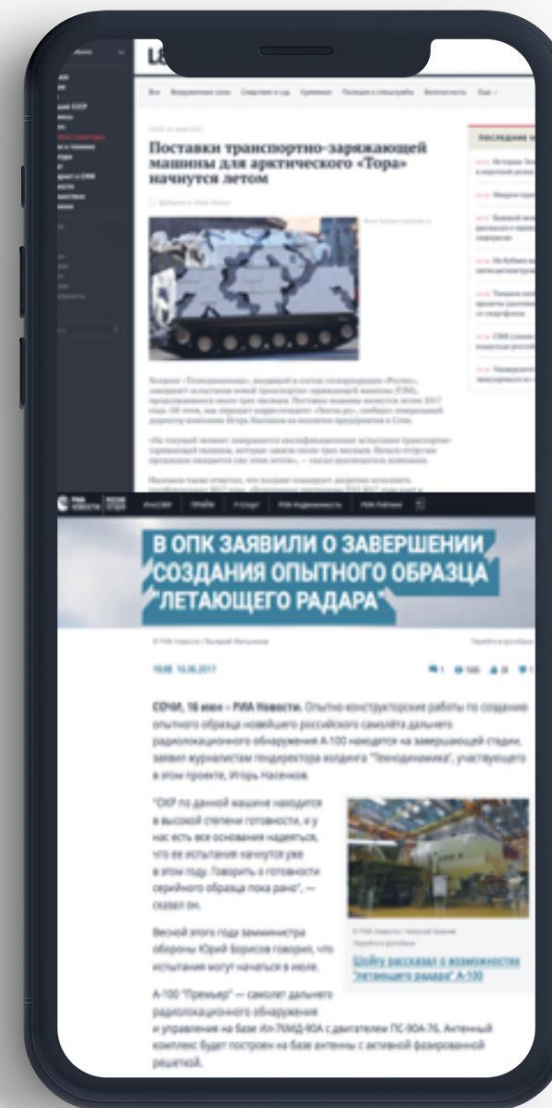
- Смена руководства холдинга и удаленность места фактического проведения мероприятия

### РЕШЕНИЕ

- Организация пресс-тура федеральных СМИ на итоговую коллегию. Подготовка и рассылка пресс-релизов, аналитических материалов, презентационных материалов и комментариев экспертов. Организация интервью с ключевыми представителями холдинга «Технодинамика»

### РЕЗУЛЬТАТЫ

- Более 240 публикаций в ключевых федеральных СМИ
- Индекс ИИБ (индекс информационного благоприятствования) превысил 3 700 пунктов



## PR СОПРОВОЖДЕНИЕ КОНФЕРЕНЦИИ ПО РАЗВИТИЮ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

### ЦЕЛЬ

- Оказание медиа- и консультационной поддержки крупнейшей прогосударственной конференции по развитию цифровых технологий в России

### БАРЬЕРЫ

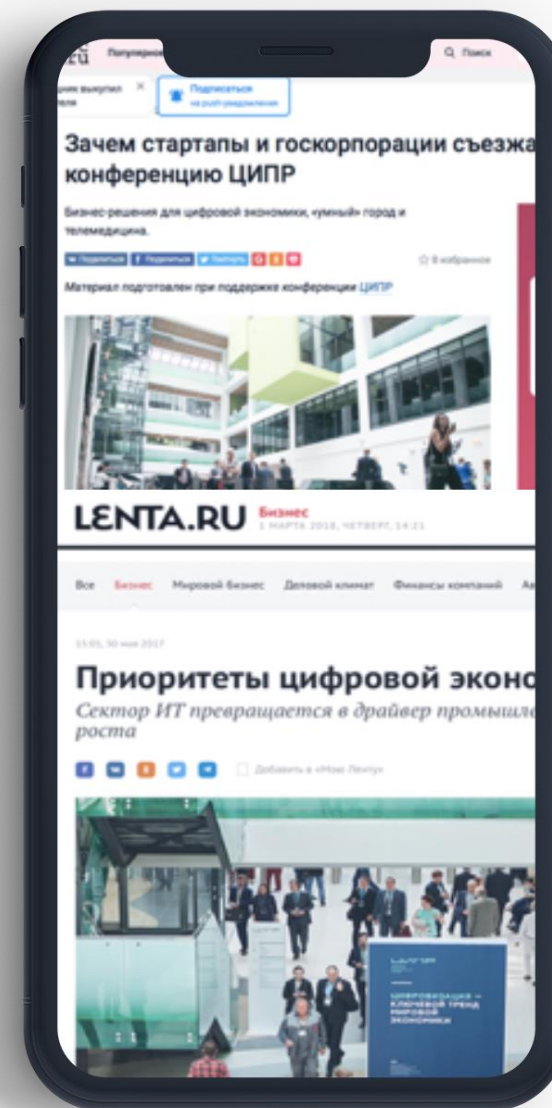
- Относительно новый форум, общее недоверие СМИ и ключевых игроков рынка к инициативам государства в сфере цифровых технологий

### РЕШЕНИЕ

- Активное вовлечение спикеров конференции и представителей компаний-участников в анонсирующую кампанию, совмещенная с регулярной работой пресс-офиса и продвижением через новые медиа каналы (Telegram, прямые трансляции популярных блогеров)

### РЕЗУЛЬТАТЫ

- Более 50 публикаций с комментариями и интервью спикеров конференции
- Более 2000 публикаций о конференции в целом
- Охват – 50 000 000
- Конференция стала главным ежегодным форумом для обсуждения государственных инициатив в сфере цифровых технологий



## АНТИКРИЗИСНЫЙ PR

### ПРОБЛЕМАТИКА:

- Весной 2020 года в отношении продукции – Уральского приборостроительного завода (АО «КРЭТ») была инициирована серия негативных публикаций)

### ЦЕЛИ:

- Улучшить имидж Концерна и его продукции в информационном поле;
- Нивелировать негативные публикации с упоминанием медицинской продукции УПЗ, предотвратить распространения недостоверных и клеветнических данных.

### РЕШЕНИЕ:

- Проведение ежечасного мониторинга информационного поля;
- Отработка негативных публикаций посредством публикации комментариев и опровержений;
- Подготовка и публикация серии позитивных материалов в ведущих федеральных и отраслевых СМИ;
- Формирование базы экспертов, представителей медицинской сферы для публикации положительных или нейтральных комментариев о продукции заказчика;
- Подготовка комментариев от представителей федеральных и региональных органов власти (продукция Концерна поставлялась во все регионы России);
- Отработка запросов СМИ, гарантирующая публикацию позиции Заказчика в материалах о выпускаемой продукции.

### РЕЗУЛЬТАТЫ:

- Отработано более 1 500 запросов федеральных и зарубежных СМИ;
- Опубликовано более 5 тысяч новостных материалов, из них более 1 тысячи – позитивного характера;
- Обеспечено опровержение или удаление более 1 тысячи публикаций, содержащих недостоверные, клеветнические сведения.



## PR/GR ПОДДЕРЖКА В РОССИИ 2017-2018 гг.

## ЦЕЛИ

- Представить СМИ президента ГК ГЭС как эксперта в области экологии, энергетики и окружающей среды
- Повысить узнаваемость ГК ГЭС как ключевого игрока на российском рынке реализации природоохранных мероприятий и внедрения передовых и инновационных технологий
- Нивелировать негативные публикации с упоминанием ГК ГЭС

## РЕШЕНИЕ

- Организовать работу регулярного пресс-офиса компании и поддержка собственных мероприятий для СМИ и интеграция спикеров компании в деловые мероприятия

## РЕЗУЛЬТАТЫ

- Цитируемость основного спикера выросла более чем на 1000%
- Более чем на 250% возросла цитируемость самой компании
- За первые четыре месяца работы над проектом вышло 9 публикаций в ТОП-10 СМИ России
- Установлены контакты с более чем 100 ключевыми журналистами, освещающими тематику экологии как на федеральном, так и на региональном уровнях
- Общий МИ ГК «ГазЭнергоСтрой» вырос более чем на 90%.
- На 131.6% вырос общий охват позитивных публикаций с упоминанием объекта



## PR СОПРОВОЖДЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

### ЦЕЛИ:

- Обеспечить позиционирование продукта в преддверии старта международных продаж
- Обеспечить глобальный охват события и дальнейшей кампании по продвижению самолета

### РЕШЕНИЕ:

- Обеспечить мероприятия для СМИ в рамках крупнейших авиасалонов года: LAAD 2017 (Бразилия), LIMA 2017 (Малайзия), SIAE-2017 (Франция), МАКС-2017 (Россия), Dubai Airshow-2017 (ОАЭ).
- Обеспечить работу международного пресс-офиса
- Провести несколько пресс-туров и других мероприятий для СМИ

### РЕЗУЛЬТАТЫ:

- Более 5000 публикаций в российских СМИ,
- Более 1500 публикаций в международных СМИ
- Поддержка руководства страны
- Активная работа с журналистами позволила обеспечить выходы публикаций в таких крупнейших изданиях как Forbes, Bloomberg, Reuters, IHS Jane's, Defense Update, BBC, Aviation Week, Flight Global, а также во всех крупных изданиях на рынках приоритетных стран Латинской Америки и Юго-Восточной Азии





**ПРОМЫШЛЕННОСТЬ И  
ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ PR**

wainbrand partners

WB

## PR ЗАПУСК ВО ФРАНЦИИ

### ЦЕЛЬ

- Представить JOOM как современную глобальную мобильную e-commerce платформу, успешно развивающуюся на рынке ЕС и Франции

### БАРЬЕРЫ

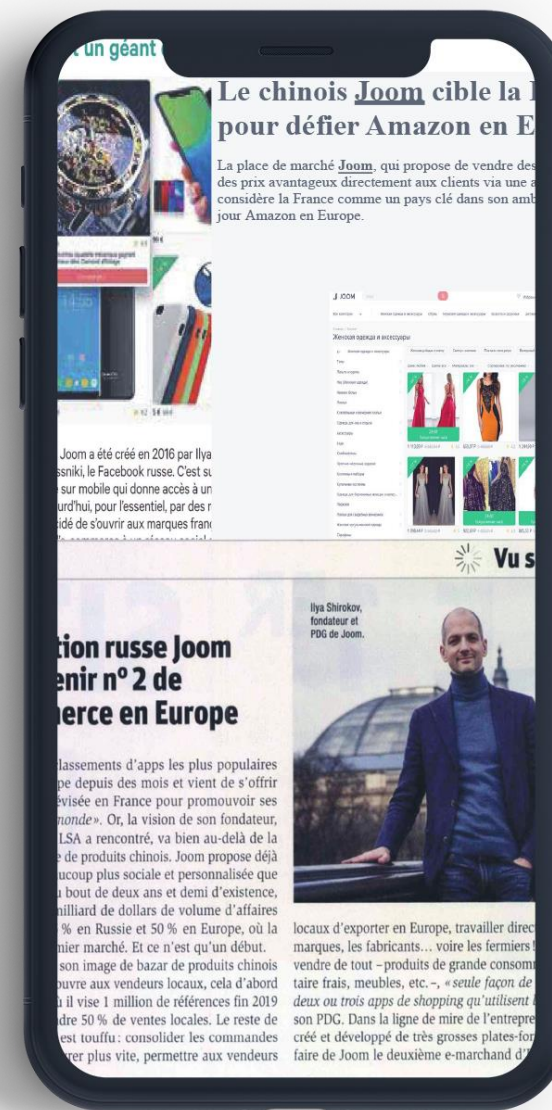
- Высокая конкуренция на рынке электронных маркетплейсов
- Низкий уровень информированности о JOOM среди СМИ Франции

### РЕШЕНИЕ

- Организация серии интервью генерального директора и создателя JOOM Илья Широкова с ведущими французскими деловыми, общественно-политическими и специализированными торговыми СМИ в формате один-на-один

### РЕЗУЛЬТАТЫ

- 5 интервью с ключевыми СМИ Франции
- Сгенерировано более 60 публикаций во французских изданиях
- Реальный охват превысил 1,1 млн. читателей
- AVE проекта превысил 101 тыс. Евро
- В инициированных публикациях французские СМИ позиционировали JOOM как динамично развивающийся маркетплейс, конкурирующий с Amazon



## PR СОПРОВОЖДЕНИЕ ВЫХОДА JOOM НА ТУРЕЦКИЙ РЫНОК

### ЦЕЛИ:

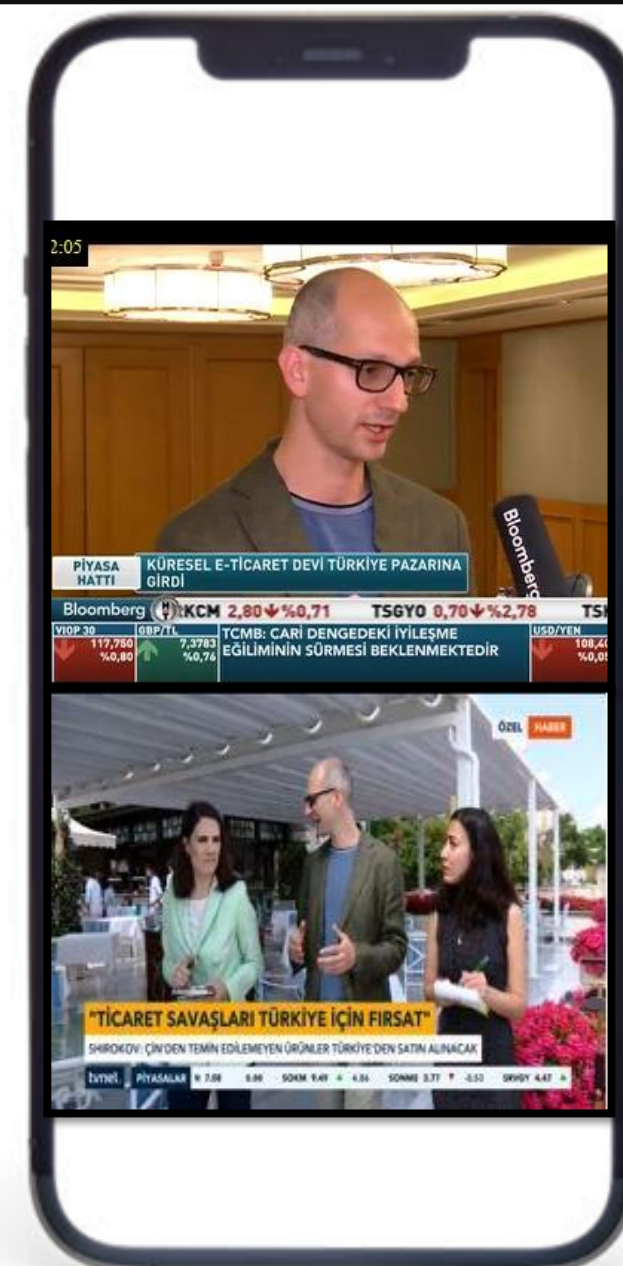
- Оказать PR-поддержку клиента при выходе на новый зарубежный рынок;
- Обеспечить узнаваемость бренда;
- Сформировать позитивный имидж JOOM в турецких СМИ.

### РЕШЕНИЕ:

- Мониторинг информационного поля Турции, организация публикаций в самых цитируемых печатных и онлайн-СМИ, а также на ведущих телевизионных каналах.

### РЕЗУЛЬТАТЫ:

- Инициированы публикации в трех ведущих федеральных СМИ. Общий охват составил порядка 770 000 человек;
- 3 ТВ-сюжета, из них два на Bloomberg, один – на TV NET.
- Подготовлены и размещены публикации в семи ключевых online-СМИ, итоговый охват превысил 5,1 миллиона пользователей.



НЕДВИЖИМОСТЬ

КЕЙСЫ

wainbrand partners

WB

## КОМПЛЕКСНАЯ PR-ПОДДЕРЖКА ДЕВЕЛОПЕРА И ЕГО ПРОЕКТОВ В 2022 ГОДУ

## ЦЕЛИ

- Увеличить ежемесячное количество публикаций ГК «Пионер» и ее проектов в СМИ
- Обеспечить лидерские позиции в медиа-поле по количеству публикаций и медиа индексу среди конкурентов
- Информировать ЦА о новых направлениях, проектах
- Позиционировать ГК «Пионер» как надежного застройщика, выполняющего свои обязательства перед клиентами

## РЕШЕНИЕ

- Регулярный выпуск корпоративных и продуктовых новостей – не менее 8 материалов ежемесячно
- Продвижение спикеров компании в качестве ведущих экспертов рынка жилой и коммерческой недвижимости – обеспечение регулярного потока запросов на комментарии от ТОП СМИ
- Запуск нативных постов в телеграм-каналах по различным тематикам: недвижимость, life style, финансы и инвестиции

## РЕЗУЛЬТАТ

- Уверенное второе место в информационном поле среди конкурентов. За 12 месяцев обеспечено более 12 000 публикаций, медиаиндекс составил более 26 тыс. пунктов.
- По итогу 2022 года количество публикаций с упоминанием ГК «Пионер» увеличилось в 3 раза, медиаиндекс – в 4,5 раза
- Опубликовано 75 постов в телеграм-каналах



## PR СОПРОВОЖДЕНИЕ ГРУППЫ КОМПАНИЙ сентябрь 2019- февраль 2022

### ЦЕЛИ

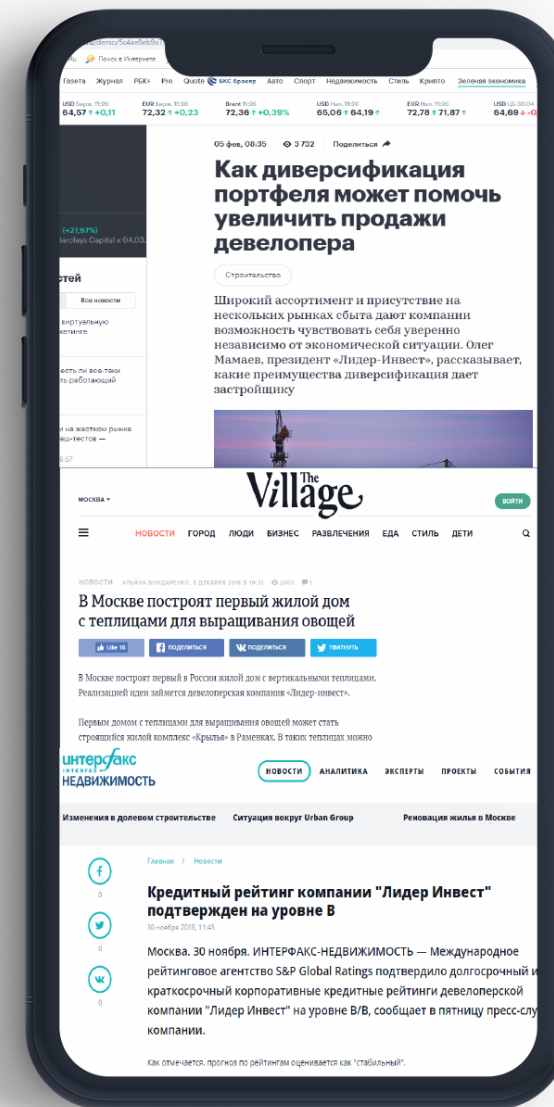
- Увеличить долю присутствия ГК «Эталон» в информационном поле, в частности, в ТОП СМИ (деловые, информационные агентства, общественно-политические и финансовые СМИ)
- Сформировать регулярный запрос от СМИ 1-й категории на комментарии от топ-менеджеров команды.

### РЕШЕНИЕ

- Формирование аналитических справок по рынку недвижимости в целях максимального охвата различных категорий целевых СМИ
- Инициирование редакционных авторских колонок и интервью в профильных СМИ

### РЕЗУЛЬТАТЫ

- За период с сентября 2019 по февраль 2022 гг. вышло около 30 000 публикаций с упоминанием Группы «Эталон». За 2,5 года количество публикаций выросло в 3 раза.
- Размещено более 15 авторских колонок и интервью в ключевых СМИ – Ведомости, Коммерсантъ, РБК и др.
- Разослано около 40 уникальных аналитических материалов.
- Обеспечены регулярные экспертные комментарии топ-менеджмента в ключевых СМИ - Forbes, Ведомости, РБК, РИА, др.



## PR ПОДДЕРЖКА НА МЕЖДУНАРОДНОМ СТРОИТЕЛЬНОМ ФОРУМЕ 100+ TECHNOBUILD 2021, 5-7 октября 2021г.

### ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

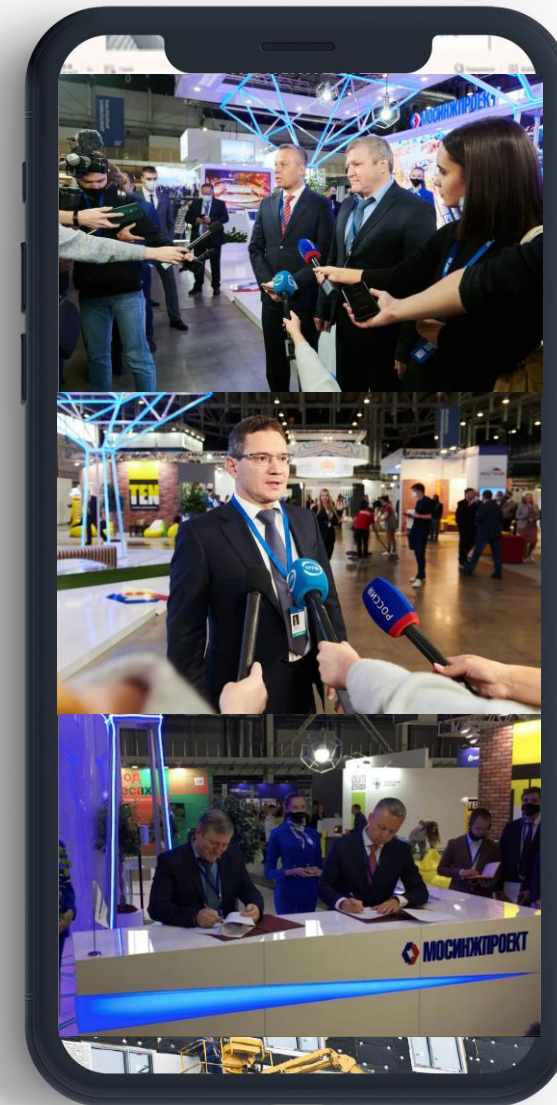
- Представить компанию АО «Мосинжпроект» и ее спикеров журналистам в рамках выставки «100+ TechnoBuild 2021»
- Информировать Уральский ФО о деятельности АО «Мосинжпроект» и рассказать о проектах компании
- Наполнить максимально информационное поле новостями от АО «Мосинжпроект»
- Подчеркнуть важность решений АО «Мосинжпроект» для строительной отрасли
- Позиционировать АО «Мосинжпроект» как эксперта в строительной отрасли

### РЕШЕНИЕ

- Проведение переговоров с информационными партнерами и аккредитация СМИ
- Составление графика пресс-подходов на мероприятии с указанием спикера и сроков. 10 пресс-подходов. Контроль и модерация пресс-подходов
- Проведение брифинга на стенде Заказчика
- Обработка запросов журналистов по итогам выступлений спикеров
- Согласование сюжетов для телеканалов и других СМИ
- Подготовка и рассылка релизов и комментариев. 9 пресс-релизов
- Фото- и видеосъемка

### РЕЗУЛЬТАТЫ

1. Уверенное первое место в информационном поле по итогам мероприятия. **3 ТВ** сюжета. **9** пресс-релизов. **10** пресс-подходов. **725** публикаций. **5 500** медиаиндекс. **53 млн.** охват. Список СМИ – Коммерсантъ, ТАСС. Урал и ЦФО, E1.RU, Россия 24, ОТВ, Федерал пресс, Комсомольская правда и др.



## PR ПОДДЕРЖКА ПРОЕКТА В 2015-2021 ГГ.

### ЦЕЛИ

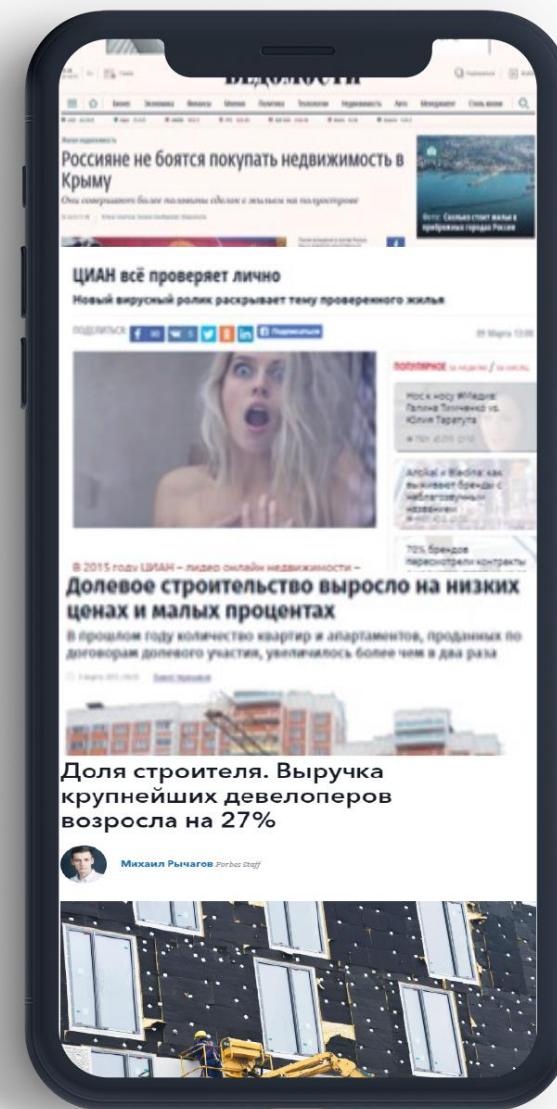
- Выстроить систему коммуникационной активности ЦИАН
- Повысить уровень осведомленности о сервисах Cian.ru среди ЦА
- Построить знание о бренде во всех регионах РФ с основным фокусом - Москва, Санкт-Петербург, Самара, Нижний Новгород, Ростов, Казань, Краснодар, Уфа.

### РЕШЕНИЕ

- Пресс-офис: максимальный охват федеральных и региональных СМИ – деловые, общественно-политические, недвижимость, lifestyle, IT.
- Ежемесячно готовить и рассылать не менее 15-20 разноформатных аналитических материалов для изданий федерального и регионального уровня
- Выстроить точечную работу с ключевыми деловыми и маркетинговыми изданиями (эксклюзивное размещение материалов)
- Продвигать экспертов компании как ведущих специалистов рынка недвижимости не менее 60 запросов в месяц.

### РЕЗУЛЬТАТЫ

- Уверенное первое место в информационном поле среди конкурентов. За период с 2015 по 2021 гг. вышло более 100 000 публикаций с упоминанием Циан из них 2700 в печатных СМИ, 6056 в информагентствах, 556 на радио и ТВ и 93 000 в интернет изданиях. С 2015 по 2021 г количество публикаций с упоминанием ЦИАН выросло в 16 раз. За период с 2017 по 2021 гг. более 150 исследований АЦ Циан было размещено на эксклюзивной основе в топовых деловых СМИ, среди которых Коммерсант, РБК, Известия, Деловой Петербург, РБК Недвижимость, Forbes.





## ПРЕСС-ПОДДЕРЖКА ВЫХОДА БЦ «ЭЙЛЕР»

## ЦЕЛИ

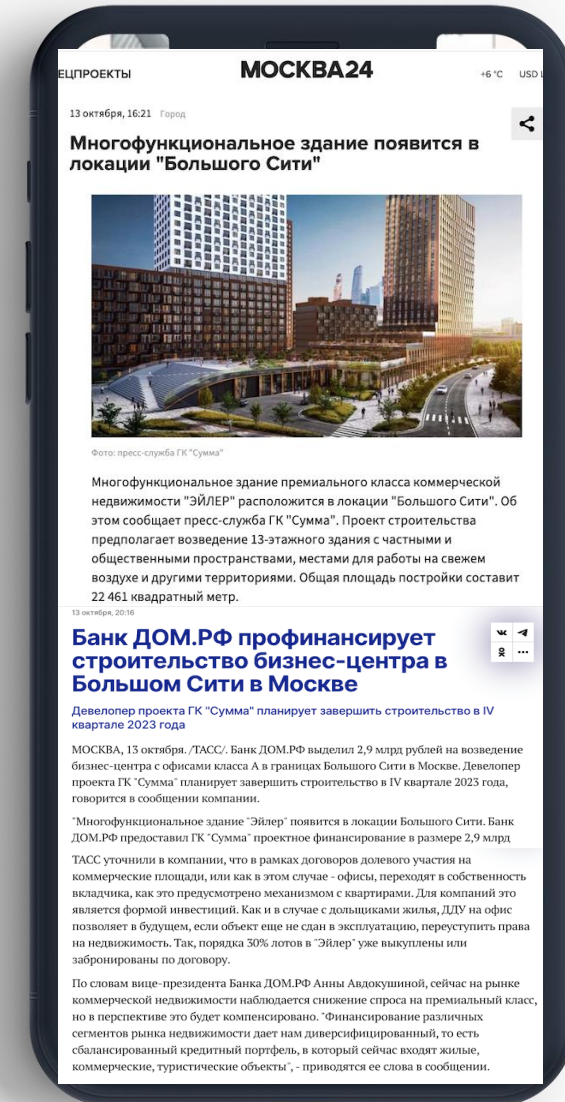
- Запуск продвижения в информационном поле нового проекта - бизнес-центра класса А
- Отстройка имиджа проекта от конкурентов и продвижение его преимуществ
- Интеграция проекта в социальную и информационную среду
- Увеличение узнаваемости нового проекта среди ЦА
- Формирование позитивного имиджа девелопера проекта

## РЕШЕНИЕ

- Запуск пресс-релиза и серии нативных новостей на коммерческой основе в ТОП СМИ, информирование в телеграмм-каналах
- Размещение биографических справок о девелопере и проекте на релевантных площадках

## РЕЗУЛЬТАТ

- Более 40 публикаций в СМИ и телеграм-каналах
- Публикации с упоминанием проекта вышли в таких СМИ как ТАСС, Известия, Интерфакс, Москва 24 и др.



## СЪЕМКА СЮЖЕТОВ ДЛЯ ТЕЛЕКАНАЛА МОСКВА 24

### ПРОБЛЕМА

- Телеканал «Москва 24» регулярно приезжает к застройщиком, выпускает негативные материалы по динамике и качеству строительства, озвучивает претензии инициативных групп жилых комплексов

### РЕШЕНИЕ

- Освещение деятельности застройщиков и их проектов в эфире телеканала «Москва 24» в форме интеграции бренда в эфир новостных сюжетов, а также других программ телеканала в зависимости от новостной повестки
- Формирование позитивного поля с целью блокировки выездов телеканала

### РЕЗУЛЬТАТ

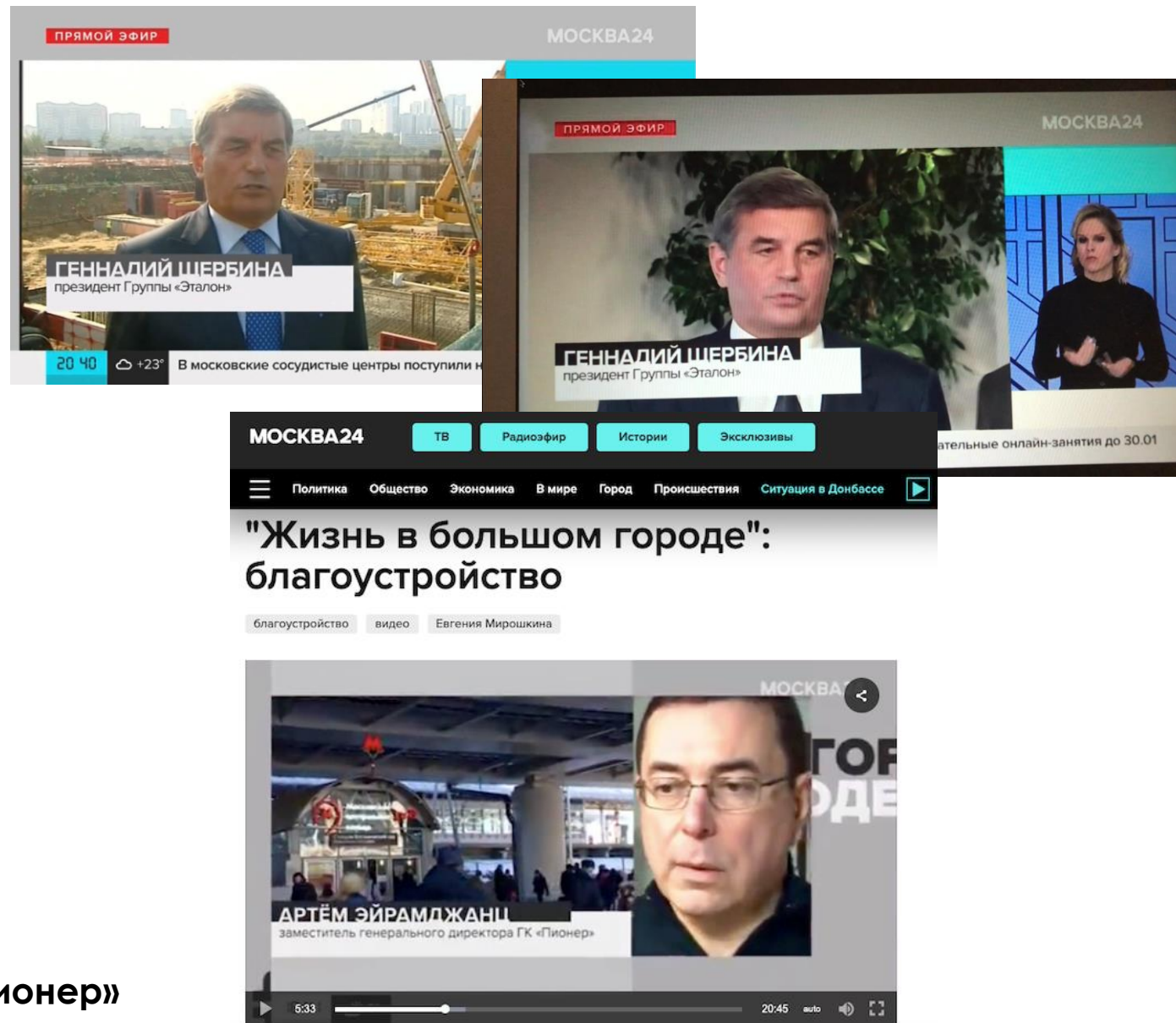
- Выход новостных сюжетов позитивной тональности о деятельности застройщиков и их новых проектах:

<https://www.m24.ru/videos/ehkonomika/25012021/275328>

<https://www.m24.ru/videos/gorod/31082021/305910>

<https://www.m24.ru/shows/1/94/441279>

**Ключевые клиенты: Группа «Эталон», Группа «Пионер»**



## ОРГАНИЗАЦИЯ СЕРИИ МЕРОПРИЯТИЙ В ОФИСЕ ПРОДАЖ NV/9 ARTKVARTAL

### ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

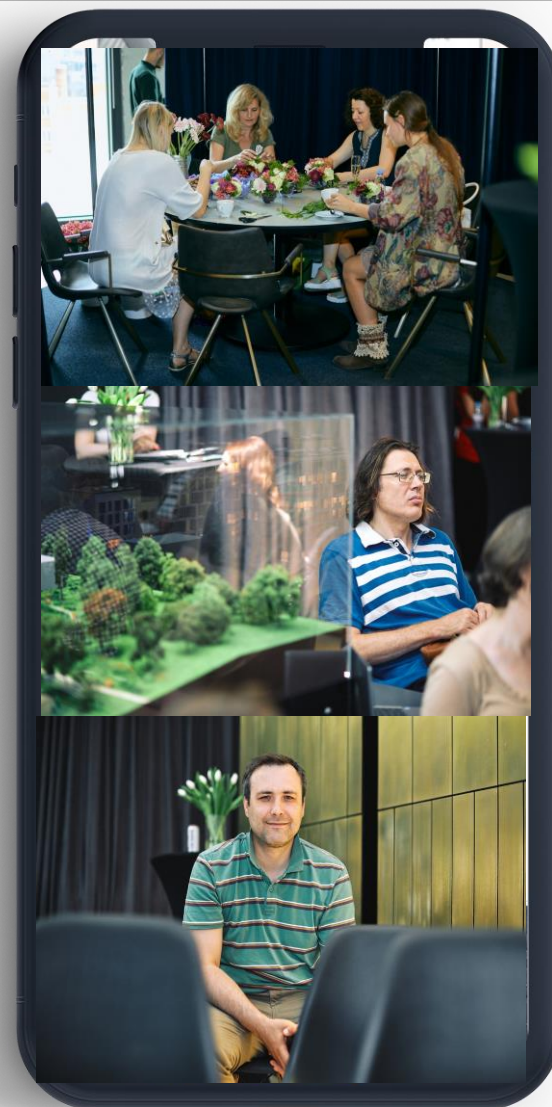
- Информирование о ключевых преимуществах проекта, а также стадии его реализации
- Повышение привлекательности проекта и района Зарядье среди целевой аудитории с целью стимулирования продаж
- Обеспечение волны позитивных публикаций в информационном поле

### РЕШЕНИЕ

- Проведение серии мероприятий «под ключ» 3 дня подряд: пресс-мероприятие, мероприятие для брокеров и для клиентов компании
- Разработка концепций мероприятий, включая организацию мастер-классов, экскурсии на строительную площадку, фото и видеосъемку.
- Разработка информационного повода пресс-мероприятия, подготовка совместного аналитического исследования с Knigth Frank на тему высокобюджетной недвижимости бульварного кольца с интеграцией проекта
- Проведение переговоров с партнерами компании в целях их участия в деловой программе в качестве спикеров
- Переговоры с информационными партнерами и аккредитация СМИ
- Рассылка пост-релиза по итогу пресс-завтрака

### РЕЗУЛЬТАТЫ

- Пресс-мероприятие посетили **20** журналистов деловых и профильных изданий. По итогам пресс-завтрака вышло более **50** публикаций в таких СМИ как РБК Недвижимость, Вести Недвижимость, Эксперт и др.
- Мероприятие для брокеров посетили **64** брокера агентств недвижимости
- Мероприятие для клиентов посетили **44** человека



# PR СОПРОВОЖДЕНИЕ ПРОЕКТА

## ЦЕЛИ

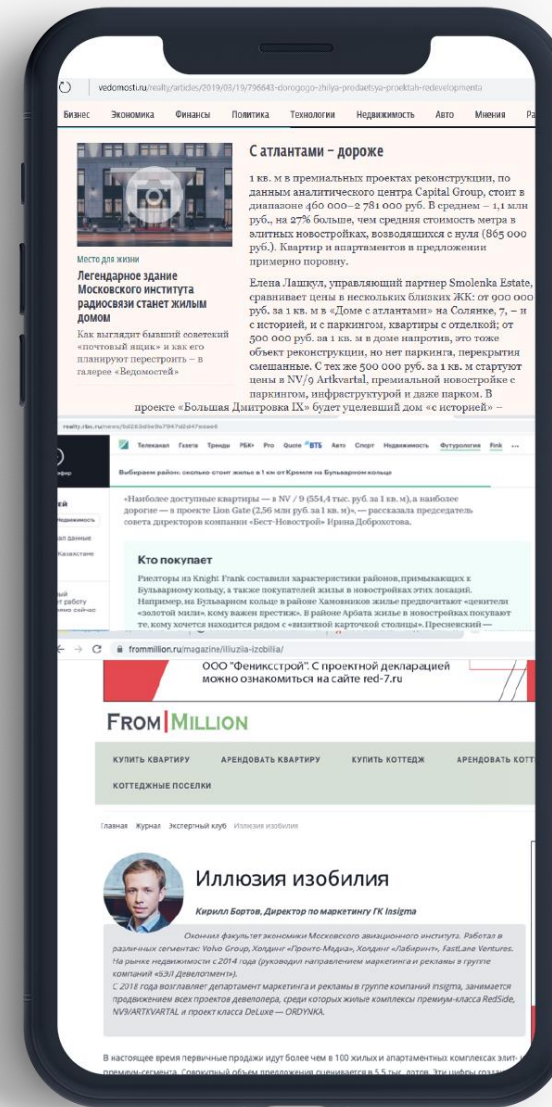
- Регулярное присутствие проекта в информационном поле
- Повышение лояльности к проекту и укрепление положительного имиджа у ЦА
- Донесение до ЦА ключевых конкурентных преимуществ проекта
- Продвижение локации с точки зрения тихого центра со всей необходимой инфраструктурой поблизости

## РЕШЕНИЕ

- Регулярная рассылка аналитических обзоров на приоритетные для проекта темы
- Инициирование редакционных авторских колонок в профильных и интерьерных СМИ
- Организация пресс-завтраков в офисе продаж проекта

## РЕЗУЛЬТАТЫ

- Первое место в информационном поле среди конкурентов
- Разослано 36 уникальных аналитических материалов, опубликовано 10 авторских колонок в СМИ
- Победитель премии Urban Awards 2018 в номинации «Жилой комплекс года премиум-класса Москвы»



## СОБЫТИЙНАЯ КАМПАНИЯ С ЛИДЕРАМИ МНЕНИЙ

### ЦЕЛИ

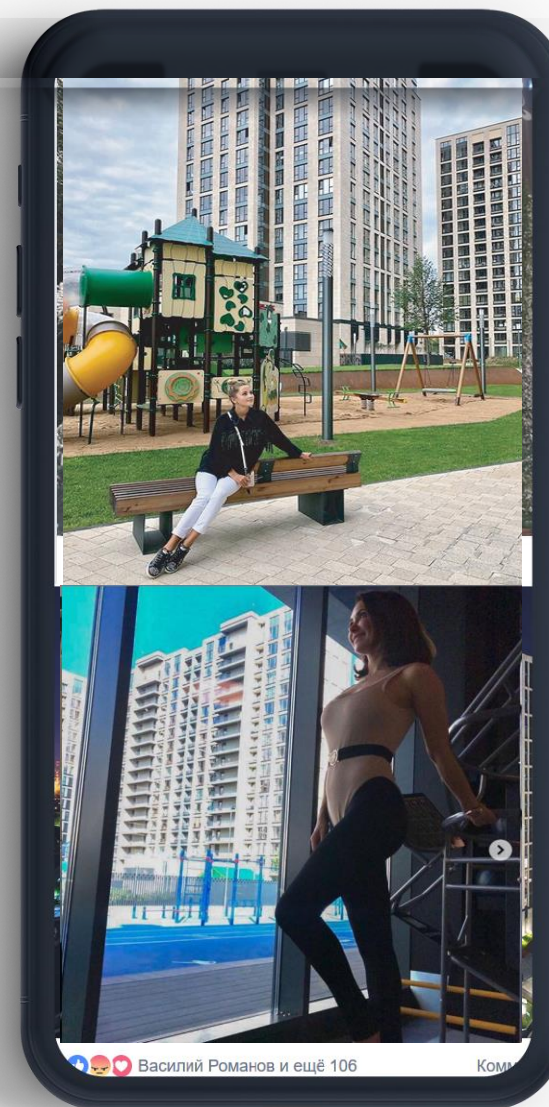
- Привлечение внимания новой ЦА к проекту
- Донесение до ЦА информации о том, что квартал полностью готов и заселяется
- Донесение основных УТП проекта - просторный зеленый двор, ухоженный парк под окнами, архитектура, инфраструктура
- Увеличение лояльности потенциальных покупателей/жителей к проекту

### РЕШЕНИЕ

- Подбор релевантных персон и составление пула блогеров
- Консультирование клиента по селебрити
- Продюсирование героев проекта (**Александр Цыпкин, Оксана Лаврентьева, Диана Балашова, Екатерина Климова, Анна Михайловская**)
- Согласование рекламного размещения/Брифинг персон
- Создание серии фото и видео постов с нативной интеграцией бренда

### РЕЗУЛЬТАТЫ

- 6 постов в Instagram с геолокацией проекта;
- Суммарный охват публикаций составил **1 212 489 человек**;
- Общее число просмотров составило **1 485 844 человек**;
- Количество взаимодействий с публикациями (сумма лайков, комментариев, репостов и закладок) - **108 705**.



## PR СОПРОВОЖДЕНИЕ

### ЦЕЛИ

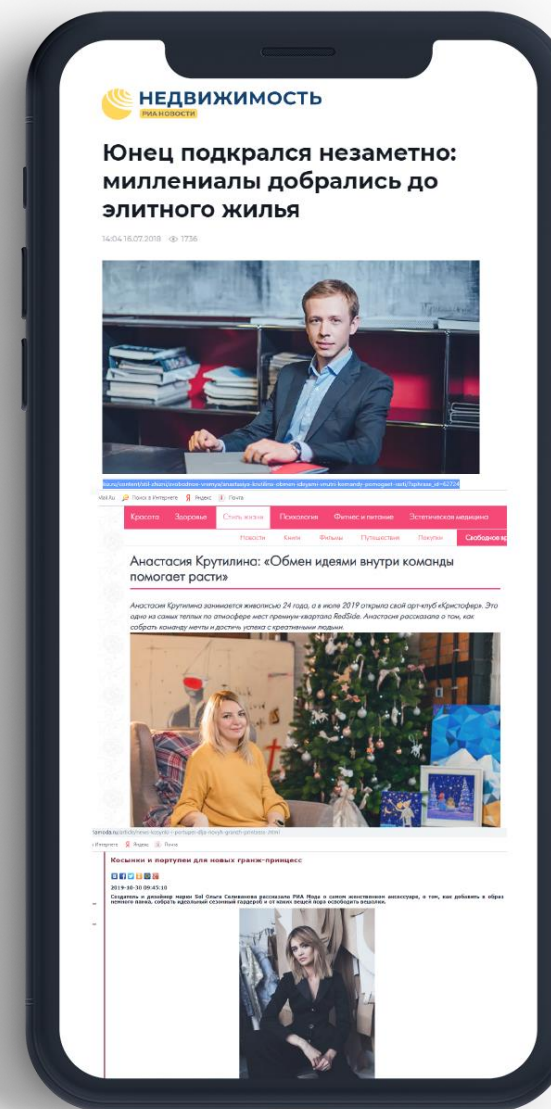
- Регулярное присутствие проекта в информационном поле
- Повышение лояльности к проекту и укрепление положительного имиджа у ЦА
- Донесение до ЦА ключевых конкурентных преимуществ проекта
- Повышение уровня осведомленности ЦА о Краснопресненском районе как наиболее привлекательной локации для жизни и проведения досуга

### РЕШЕНИЕ

- Подготовка партнерских материалов (авторские колонки, интервью) с арендаторами проекта и лояльными сторонними экспертами в деловых, интерьерных и life style СМИ
- Регулярная рассылка новостей проекта и кросс-промо с арендаторами и аналитических обзоров рынка

### РЕЗУЛЬТАТЫ

- С упоминанием проекта вышло 1 533 публикации в СМИ
- Разослано 45 пресс-материалов, опубликовано 25 авторских колонок в СМИ
- По итогам работы количество публикаций выросло в 2 раза



## PR ПОДДЕРЖКА

### ЗАДАЧИ

- Выстраивание системной коммуникационной активности
- Позиционирование ЮИТ как надежной и успешной девелоперской компании, осуществляющей активную деятельность в России и Европе
- Создание положительного имиджа ЮИТ и ее проектов на федеральном и региональном уровне (Москва, Санкт-Петербург, Ростов, Казань, Екатеринбург)
- Увеличение узнаваемости бренда у ЦА

### РЕШЕНИЕ

- Пресс-офис: продвижение компании ЮИТ, ее региональных подразделений и проектов
- Продвижение топ-менеджеров компании в качестве ведущих экспертов рынка недвижимости

### РЕЗУЛЬТАТ

- За 3 года работы (2017-2019 гг.) пресс-офиса инициировано более 20 тыс. публикаций в федеральных и региональных СМИ
- Новости проектов концерна ЮИТ находят отражение в целевых изданиях на регулярной основе
- Регулярное присутствие экспертов компании с комментариями в деловых и специализированных СМИ, в том числе: Коммерсант, РБК-газета, Business FM, Interfax, РИА Новости, Дайджест недвижимости, Недвижимость и цены, Restate.ru (Москва), Irn.ru



**SMM**

**ПРОЕКТЫ НЕДВИЖИМОСТЬ**

wainbrand partners

**WB**



## СОБЫТИЙНАЯ КАМПАНИЯ С ЛИДЕРАМИ МНЕНИЙ

### ЦЕЛИ

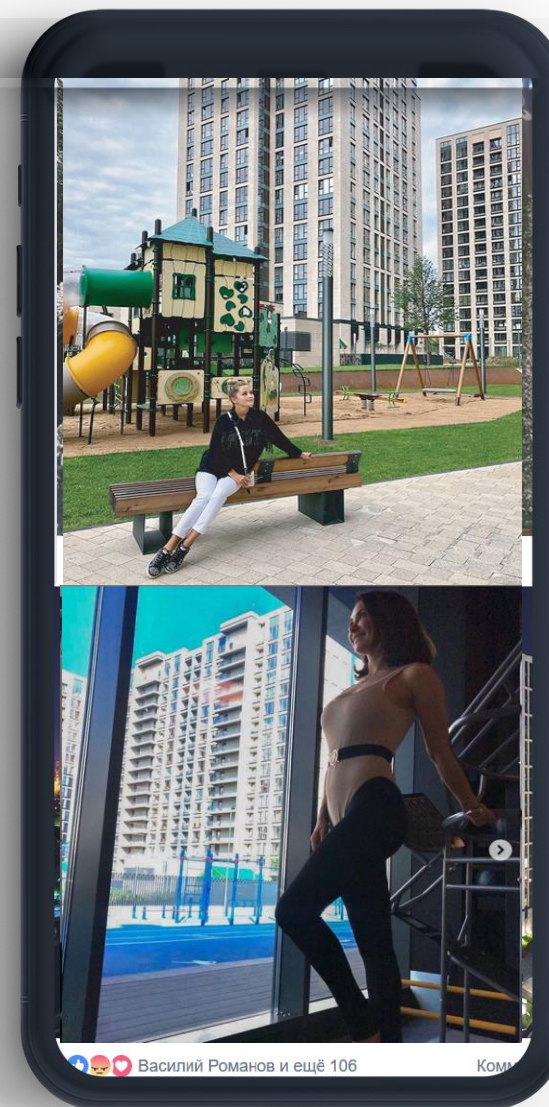
- Привлечение внимания новой ЦА к проекту
- Донесение до ЦА информации о том, что квартал полностью готов и заселяется
- Донесение основных УТП проекта - просторный зеленый двор, ухоженный парк под окнами, архитектура, инфраструктура
- Увеличение лояльности потенциальных покупателей/жителей к проекту

### РЕШЕНИЕ

- Подбор релевантных персон и составление пула блогеров
- Консультирование клиента по селебрити
- Продюсирование героев проекта (**Александр Цыпкин, Оксана Лаврентьева, Диана Балашова, Екатерина Климова, Анна Михайловская**)
- Согласование рекламного размещения/Брифинг персон
- Создание серии фото и видео постов с нативной интеграцией бренда

### РЕЗУЛЬТАТЫ

- 6 постов в Instagram с геолокацией проекта;
- Суммарный охват публикаций составил **1 212 489 человек**;
- Общее число просмотров составило **1 485 844 человек**;
- Количество взаимодействий с публикациями (сумма лайков, комментариев, репостов и закладок) - **108 705**.



## SMM СОПРОВОЖДЕНИЕ

### ЗАДАЧИ

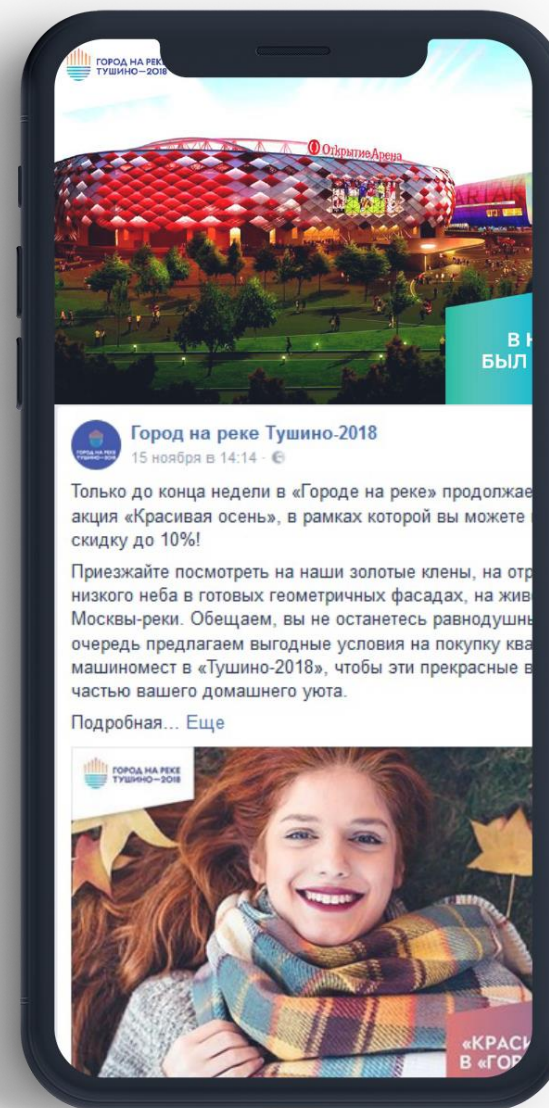
- Формирование имиджа объекта, соответствующего мировоззрению и образу жизни целевой аудитории
- Нивелировать существующий на начальном этапе негатив по отношению к объекту
- Повысить узнаваемость и запоминаемость бренда ЖК среди целевой аудитории

### РЕШЕНИЕ

- Разработка рубрикатора постов
- Регистрация площадок в соц.сетях и первоначальное наполнение контентом
- Сбор аккаунтов соц.сетей для ведения ретаргетинговой РК
- Еженедельная публикация постов в соц.сетях в соответствии с графиком постов и рубрикатором
- Ведение РК в соц.сетях для привлечения новых подписчиков из требуемой ЦА

### РЕЗУЛЬТАТ

- Прирост подписчиков за 3 месяца составил 1654 человек
- Ежемесячный охват рекламной кампании – 600 000 человек.



## SMM СОПРОВОЖДЕНИЕ

### ЦЕЛИ

- Увеличить узнаваемость и лояльность к бренду среди целевой аудитории
- Донести ценности и преимущества проекта и локации до аудитории

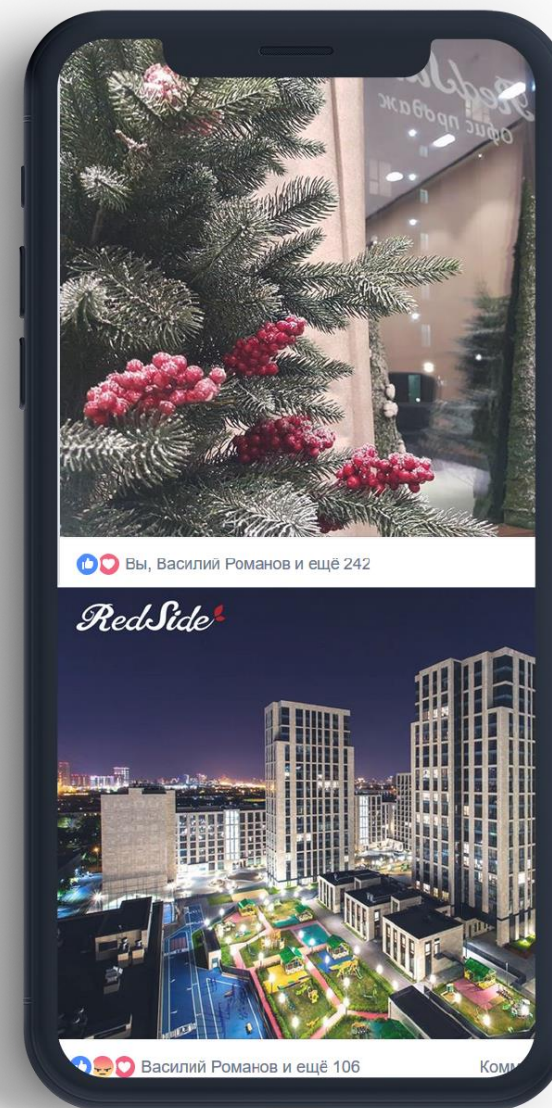
### РЕШЕНИЕ

- Комплексная поддержка бренда в социальной сети Facebook
- Разработка и реализация креативной стратегии
- Разработка и реализация эффективной стратегии продвижения

### РЕЗУЛЬТАТЫ

за 6 месяцев (2-е полугодие 2018):

- Количество размещенных авторских публикаций – 60
- Суммарный охват публикаций – 1 500 000
- Уникальный охват аудитории – 400 000
- Количество взаимодействий с контентом за период (лайки, репосты, комментарии) – 7 000
- Общее количество взаимодействий, полученных в результате рекламной кампании – 9 000



## SMM СОПРОВОЖДЕНИЕ

### ЦЕЛИ

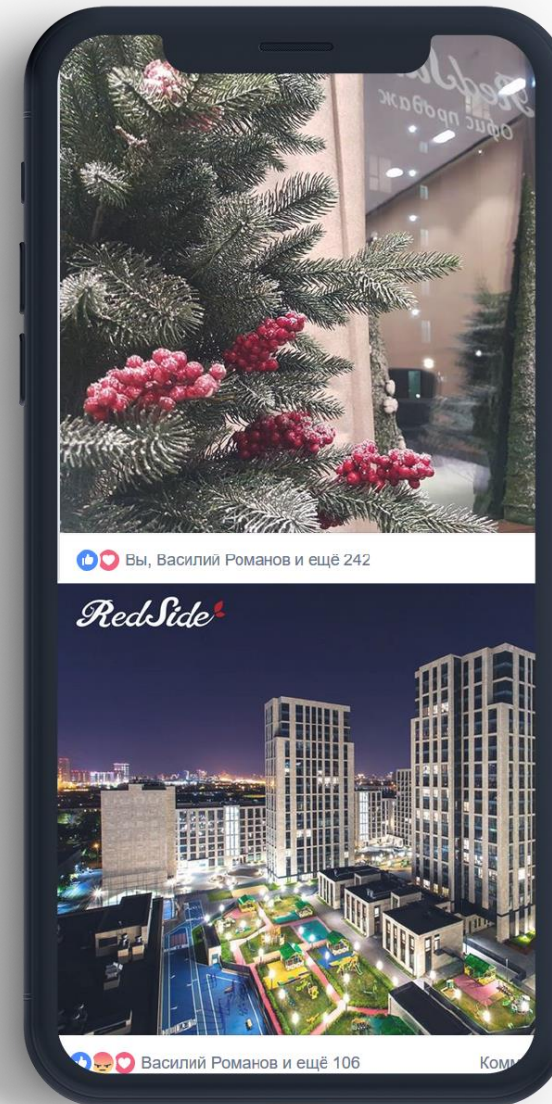
- Увеличить узнаваемость и лояльность к бренду среди целевой аудитории
- Донести ценности и преимущества проекта и локации до аудитории

### РЕШЕНИЕ

- Комплексная поддержка бренда в социальной сети Facebook
  - Разработка и реализация креативной стратегии
  - Разработка и реализация эффективной стратегии продвижения

### РЕЗУЛЬТАТЫ

- Количество размещенных авторских публикаций –60
- Суммарный охват публикаций –2 750 000
- Уникальный охват аудитории –450 000
- Количество взаимодействий с контентом за период (лайки, репосты, комментарии) –14 000
- Общее количество взаимодействий, полученных в результате рекламной кампании –19 000
- Обеспечение по результатам года самого высокого уровня вовлеченности и ER в сегменте премиум (\*внутреннее исследование агентства)



# SMM СОПРОВОЖДЕНИЕ

## ЦЕЛЬ

- Продвижение имиджа Cian.ru как лидера в категории порталов поиска недвижимости в Social Media

## РЕШЕНИЕ

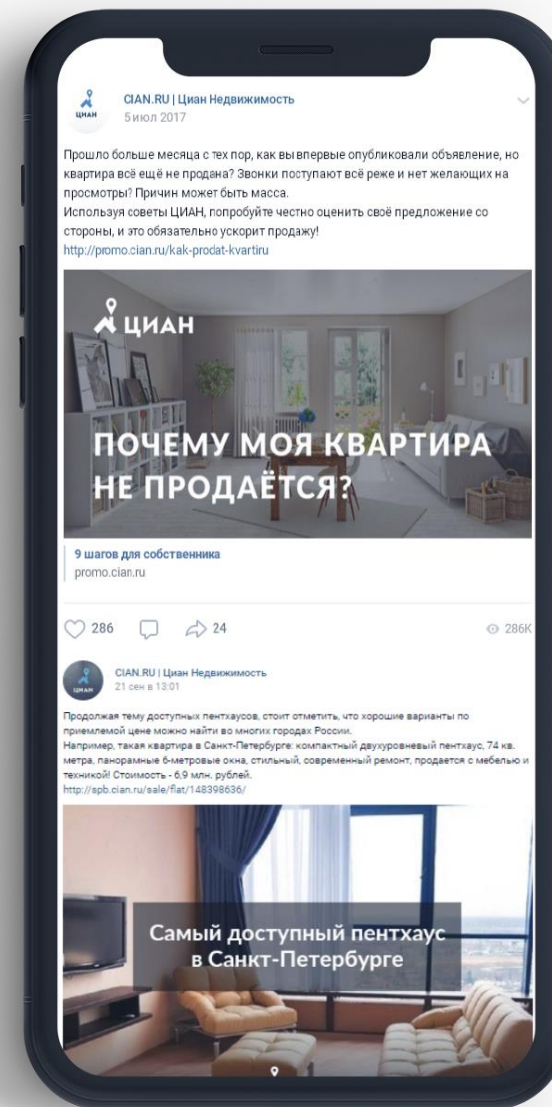
- Стратегическое планирование;
- Разработка креативной и коммуникационной стратегии для сообществ бренда;
- Разработка медиаплана продвижения

## ПРОИЗВОДСТВО:

- Создание контента;
- Модерация сообществ в VK и Facebook

## РЕЗУЛЬТАТ

- + 30 000 подписчиков за год
- Охват контента: 3 млн. пользователей
- Более 10 000 взаимодействий с контентом



## ПОСЕВ

### ЦЕЛЬ

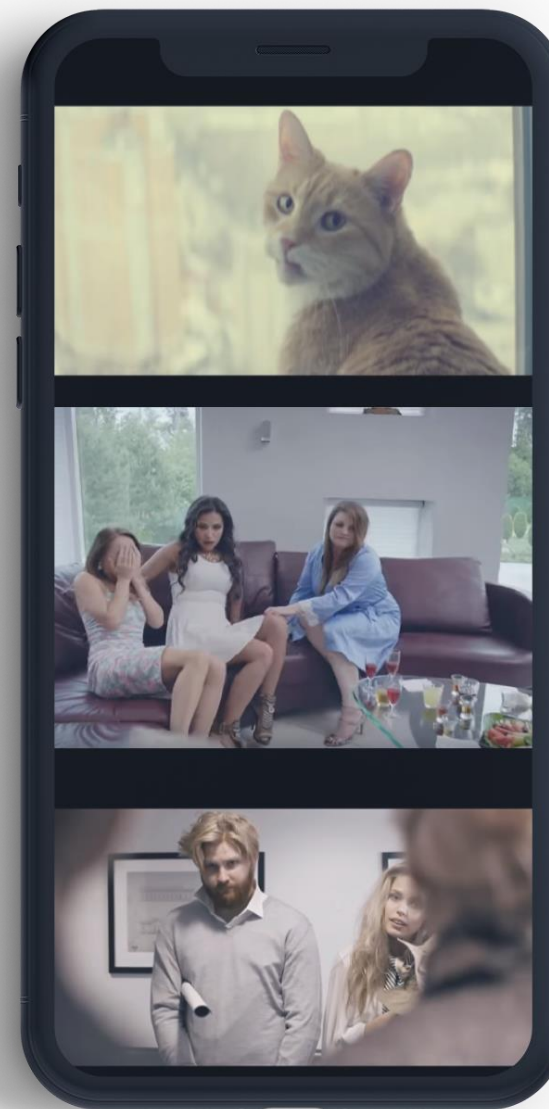
- Продвижение имиджа Cian.ru как лидера в категории порталов поиска недвижимости в Social Media

### РЕШЕНИЕ

- Посев роликов с высоким вирусным потенциалом в ВК, ОК, Ютуб
- Ручной отбор сообществ с высокой виральностью (более 2000)
- Вывод видео в ТОП трендов Ютуба

### РЕЗУЛЬТАТ

- Охват до 40% целевой аудитории
- 30% органических просмотров (эффект вируса)
- Узнаваемость видео до 30%
- 30% смотревших искали ЦИАН в поиске Гугла



МОСКВА,  
ул. Щипок, 2

+7 (916) 108-47-52

+7 (926) 983-26-60

[info@wppr.ru](mailto:info@wppr.ru)

wainbrand partners

WB