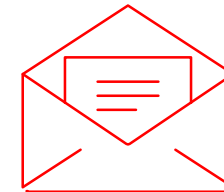


redline
pr & communication agency



Благодарим вас за интерес к агентству Redline PR и нашей команде.

В данной презентации мы хотим рассказать немного о нашем агентстве и возможностях.

***С уважением,
Команда Redline PR***

ПОТОМУ ЧТО МЫ РЕШАЕМ ВАШИ ЗАДАЧИ

- **Redline PR** – это PR-агентство, которое сочетает в себе классические технологии маркетинга и самые современные направления мира PR и рекламы.
- **Redline PR** – команда профессионалов, которая работает по стандартам качества услуг международных коммуникационных агентств.
- Нашу работу всегда можно оценить в цифрах. Мы не просто решаем задачи Клиентов, мы оптимизируем затраты и предлагаем оригинальные идеи.

НАШИ АРГУМЕНТЫ

Более **300** успешно реализованных проектов

Мы разработали свыше **40** PR- программ для коммерческих структур

Опубликовали более **50** профессиональных статей с интервью с топ-менеджерами и получили больше **3 600 600** упоминаний в СМИ о клиентах только за 2017 г.

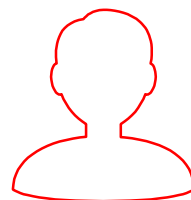
С нами сотрудничали свыше **60** компаний

Многолетние прочные связи с ведущими СМИ: более **7400** контактов в медиабазе

НАШИ СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ



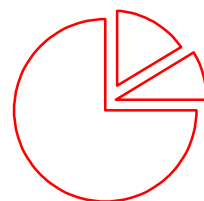
Прозрачная ценовая политика. Детализированные сметы с полным почасовым перечнем работ.



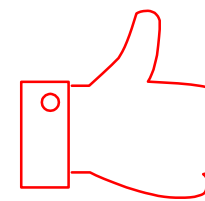
Персональный менеджер.
Доступность 24/7
в режиме «одного окна».



Доказанная эффективность.
Измеримые показатели – охват аудитории, количество выходов, PR Value, ROI.



Анализ эффективности.
Обязательная составляющая перед каждым проектом.



Сильная команда.
Минимальный опыт работы в отрасли – 8 лет.

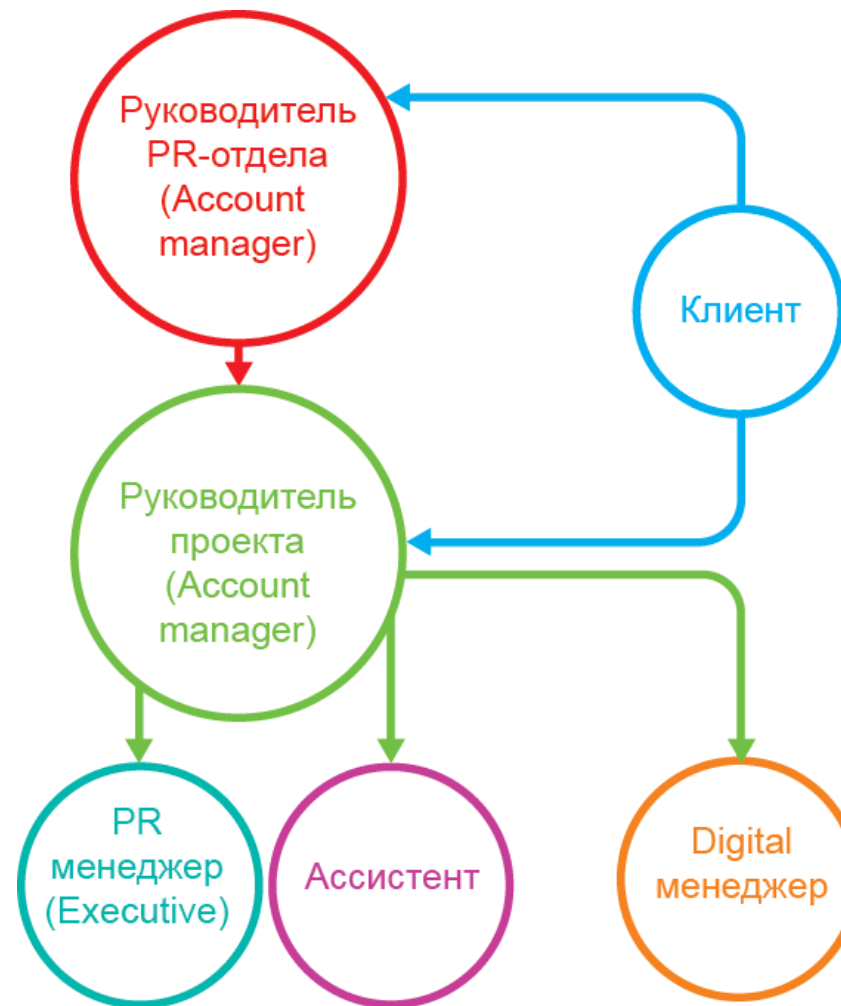
КАК МЫ РАБОТАЕМ?

Агентство является внешним пресс-офисом Клиента, осуществляя непрерывное взаимодействие со СМИ, разработка PR- стратегии и т.д., реализуя day-to-day функции.

Менеджеры проекта находятся в постоянной коммуникации с журналистами, предоставляя самую актуальную информацию о бренде. Ни один запрос от СМИ не будет потерян.

Работа с инфоповодами.
Вся информация рассылается по релевантной базе СМИ.

Мы придерживаемся четкого графика отчетности.
По итогам рассылки каждого пресс-материала отчет с пресс-клиппингом (может включать оценку тональности публикаций, рекламного эквивалента и т.п.), аналитический отчет с рекомендациями по дальнейшей pr-работе.



НАША СИЛА

НА ДАННЫЙ МОМЕНТ БАЗА СМИ
НАСЧИТЫВАЕТ БОЛЕЕ 7000 КОНТАКТОВ, ВКЛЮЧАЯ:

700

контактов
в lifestyle media

150

контактов
в родительских СМИ

700

Контактов в общественно-
политических и деловых СМИ

600

контактов в информационных
агентствах и Интернет СМИ

360

контактов на радио
и ТВ

1200

контактов в
региональных СМИ

НАША СИЛА

БОЛЬШАЯ БАЗА БЛОГЕРОВ ОТ МАМ, БЬЮТИ БЛОГЕРОВ ДО ЗВЕЗД
ПЕРВОГО И ВТОРОГО ЭШЕЛОНА (БОЛЕЕ 250 КОНТАКТОВ).



Виктория Макарская
Певица, продюсер,
жена актера и мама,
132k



@namsilat
Beauty и lifestyle
блогер, 84,4k



@marina.mart
Beauty и fashion
блогер, 90k



Эля Ильясова
Мама 4 детей,
1,4 млн

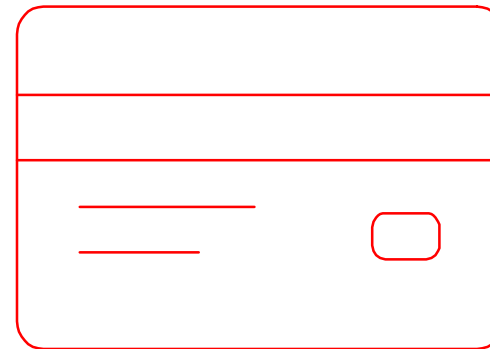
МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ СМИ

Мы долго и очень тщательно выбираем места пресс-встреч, ведь они должны быть не только в шаговой доступности от метро, чтобы всем было удобно добираться, но самое главное передавать концепцию продукта и бренда: свежесть, современность, качество и при этом никого не оставить равнодушными.

Мы с удовольствием предложим несколько концепций мероприятий в виде отдельной презентации.



redline
pr & communication agency



БЮДЖЕТ

СТОИМОСТЬ PR-ОБСЛУЖИВАНИЯ (ЭКОНОМ)

<i>Описание</i>				
I. Абонентское обслуживание бренда				
Работа со СМИ	item	# item	per item	total
	Ведение/обновление базы СМИ (регулярная работа по актуализации базы СМИ, полный обзвон по базе на предмет обновления информации не менее 1 раза в квартал). Пул СМИ - 50 шт.	hrs	5	1900
Переговоры с представителями СМИ (ответы на запросы от журналистов, оперативное предоставление информации, фото- и видео-материалов, согласование текстов СМИ).	hrs	10	1900	19 000
Подготовка отчетов: список вышедших материалов с пресс-клиппингом по итогам каждого месяца.	hrs	8	1900	15 200
Мониторинг и инициация публикаций, follow-up.	hrs	15	1900	28 500
Написание или перевод пресс-релизов (количество пресс-релизов не более 2 в месяц).	hrs	5	1900	9500
Персонализированная рассылка пресс-релизов по всей базе СМИ с сопроводительным текстом по стандартам бренда (количество рассылок не ограничено).	hrs	6	1900	11 400
Прочие работы: программа лояльности, привлечение фотографа в случае необходимости фотосъемки на проект, организационные расходы по конкурсам и специальным проектам со СМИ, расходы на промоперсонал на специальные проекты и прочее.	hrs	1	комплекс	25 000
Всего				118 100,00
УСН (9%)				10 629,00
Всего с УСН				128 729,00

СТОИМОСТЬ PR-ОБСЛУЖИВАНИЯ (СТАНДАРТ)

Описание				
I. Абонентское обслуживание бренда				
Работа со СМИ	item	# item	per item	total
	Ведение/обновление базы СМИ (регулярная работа по актуализации базы СМИ, полный обзвон по базе на предмет обновления информации не менее 1 раза в квартал). Пул СМИ - 50 шт.	hrs	5	1900
Переговоры с представителями СМИ (ответы на запросы от журналистов, оперативное предоставление информации, фото- и видео-материалов, организация интервью и комментариев от лица компании, согласование текстов СМИ).	hrs	18	1900	34 200
Подготовка отчетов: список вышедших материалов с пресс-клиппингом по итогам каждого месяца.	hrs	8	1900	15 200
Мониторинг и инициация публикаций, follow-up.	hrs	15	1900	28 500
Написание или перевод пресс-релизов (количество пресс-релизов не более 4 в месяц).	hrs	10	1900	19 000
Персонализированная рассылка пресс-релизов по всей базе СМИ с сопроводительным текстом по стандартам бренда (количество рассылок не ограничено).	hrs	6	1900	11 400
Прочие работы: программа лояльности, привлечение фотографа в случае необходимости фотосъемки на проект, организационные расходы по конкурсам и специальным проектам со СМИ, расходы на промоперсонал на специальные проекты и прочее.	hrs	1	комплекс	25 000
Всего				142 800,00
УСН (9%)				12 852,00
Всего с УСН				155 652,00

СТОИМОСТЬ PR-ОБСЛУЖИВАНИЯ (МАКСИ)

<i>Описание</i>				
I. Абонентское обслуживание бренда				
Работа со СМИ				
	item	# item	per item	total
Ведение/обновление базы СМИ (регулярная работа по актуализации базы СМИ, полный обзвон по базе на предмет обновления информации не менее 1 раза в квартал). Пул СМИ - 50 шт.	hrs	5	1900	9 500
Переговоры с представителями СМИ (ответы на запросы от журналистов, оперативное предоставление информации, фото- и видео-материалов, организация интервью и комментариев от лица компании, согласование текстов СМИ).	hrs	18	1900	34 200
Подготовка отчетов: список вышедших материалов с пресс-клиппингом по итогам каждого месяца.	hrs	8	1900	15 200
Мониторинг и инициация публикаций, follow-up.	hrs	16	1900	30 400
Написание или перевод пресс-релизов (количество пресс-релизов не более 6 в месяц).	hrs	16	1900	30 400
Персонализированная рассылка пресс-релизов по всей базе СМИ с сопроводительным текстом по стандартам бренда (количество рассылок не ограничено).	hrs	6	1900	11 400
Прочие работы: программа лояльности, привлечение фотографа в случае необходимости фотосъемки на проект, организационные расходы по конкурсам и специальным проектам со СМИ, расходы на промоперсонал на специальные проекты, организация одного мероприятия в квартал за счет агентства (без прямых расходов) и прочее.	hrs	1	комплекс	50 000
Всего				181 100,00
УСН (9%)				16 299,00
Всего с УСН				197 399,00

СТОИМОСТЬ ДОП. ПАКЕТА I (DIGITAL PR)

Описание	Социальные сети			
	ед.изм.	КОЛ-ВО ед.	за ед.	ИТОГО
Работа со СМИ				
Работа digital-менеджера (составление ежемесячного плана тем, ведение групп, самостоятельная подготовка постов и помощь в разработке постов под продвижение, отчетность и аналитика по итогам месяца).	шт	26	2 162	56 212
Работа дизайнера (дизайн информационного контента, обработка имиджевых фото).	шт	5	1 240	6 200
Рекламный бюджет на платные публикации (VK, Facebook, Instagram)	шт	1	20 000	20 000
Работа агента внедрения (разработка легенды и отзывов, вовлечение аудитории в общение, отслеживание любых изменений и новостей в потребительской среде и оперативное реагирование)	шт	50	600	30 000
Всего				112 412,00
УСН (9%)				10 117,08
Всего с УСН				122 529,08

УСПЕШНЫЕ ПРОЕКТЫ НАШЕЙ КОМАНДЫ

redline
pr & communication agency



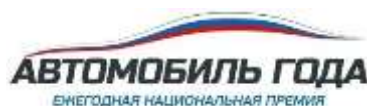
BING



HAN



ДЕПАРТАМЕНТ ТРАНСПОРТА
И РАЗВИТИЯ ДОРОЖНО-
ТРАНСПОРТНОЙ
ИНФРАСТРУКТУРЫ
ГОРОДА МОСКВЫ



ASTON MARTIN



МАКСХАУС
каркасные деревянные дома и бани

PR БРЕНДА TEANA

Teana
laboratories

redline
pr & communication agency

О клиенте:

Teana – это биоактивная косметика, появившаяся на рынке в 2007 году. Косметика Teana создана для применения в салонах и на дому.



Задачи клиента:

- Продвижение бренда на российском рынке через СМИ.
- Позиционирование бренда.
- Повышение лояльности потребителя к бренду.

Реализация:

- Взаимодействие с ключевыми СМИ.
- Размещение материалов о Teana в релевантных СМИ.
- PR-поддержка регулярного проекта Teana – бьюти-ланчей.

Результат:

Налажен эффективный коммуникационный контакт с аудиторией. За апрель и май 2018 года агентством Redline PR было инициировано 232 публикации о продукции Teana, из которых 26 в печатных и электронных целевых изданиях, среди которых: Здоровье, Худеем правильно, Женские советы. САМАЯ, TOPBEAUTY, Домашний очаг, Beautyhunter, Управление персоналом, 7days.ru и другие.

Общий PR Value за этот период составил 3090450 рублей, а охват аудитории – 45636933 человек

PR БРЕНДА FAMILIA



Клиент:

Familia – сеть off-price магазинов. Предлагает широкий ассортимент товаров известных мировых и российских брендов для мужчин, женщин, детей и дома. off-price магазинов.



Задачи клиента:

Завоевание брендом Familia статуса одной из ведущих компаний в ритейл-индустрии. Продвижение и популяризация модели off-price shopping в медийном пространстве. Создание имиджа общепризнанного лидера сектора.

Решение:

- Регулярный ежедневный PR (активная работа СМИ, генерация и распространение не более 10 пресс-релизов в месяц);
- Сбор ключевых редакционных планов СМИ на регулярной основе;
- Интервью и комментарии экспертов в специализированных/отраслевых СМИ;
- Участие в ключевых конференциях и форумах.

Результат:

За 8 месяцев сотрудничества с агентством Redline PR показатели информационной активности бренда выросли на 95%! Общее количество публикаций составило 466, из которых 13 упоминаний вышло в печатных СМИ и 6 материалов на ТВ. Было сгенерировано блогерами 38 постов в Instagram. Общий охват – более 144 779 640 человек. А PR Value составил более 5 000 000 руб.

PR БРЕНДА KID ROCKS



Клиент:

Компания Inventive Retail Group доверила нашему агентству Redline PR проведение пресс-конференции, приуроченной ребрендингу сети детских монобрендовых магазинов PRENATAL MILANO. Компания Inventive Retail Group открыла сеть новых, мультибрендовых магазинов kid rocks.



Задачи клиента:

Организовать пресс-завтрак для целевых СМИ и блогеров, рассказать о новом бренде kid rocks, продумать «от и до» мини-показ детской французской марки Zrommes.

Результат:

Пресс-завтрак никого не оставил равнодушным. Пришло более 18 СМИ. Среди аккредитованных на пресс-конференцию СМИ были: «Красота и здоровье», «Домашний очаг», profashion-kids.ru, Retail.ru, fashionunited.ru, shopandmall.ru и другие.

Вышло более 30 публикаций в offline и online прессе.

PR БРЕНДА SYNERGETIC



Клиент:

Экосредства для дома **Synergetic** – это новейшие немецкие разработки в области биоразлагаемой органической бытовой химии, воплощенные в жизнь российским производителем.



Задача клиента:

Продвижение бренда на российском рынке через СМИ.

Реализация:

- Взаимодействие с ключевыми СМИ.
- Креативная рассылка.
- Комментарийная программа.

Результат за 2 месяца:

За апрель и май 2018 года агентством Redline PR было опубликовано 54 публикации о продукции, из которых 11 в печатных глянцевах журналах, 37 в онлайн СМИ и 6 публикаций с комментарием директора бренда. Также агентству удалось организовать интеграцию в Eco Beauty Vox и в World Kids Fashion, обеспечить ротацию рекламного ролика на телеканале ПРО Бизнес и добиться интеграции рекламного ролика в выпуск на Youtube «Все о звездах шоу-биза».

Общий PR Value за этот период составил 1 743 640 рублей, а охват аудитории – более 2 500 000 человек.

НОВЫЙ РЕКОРД КНИГИ ГИННЕСА



Клиент:

Площадка TESLA.PLACE

Задачи клиента:

17 апреля 2018 года в Москве площадка TESLA.PLACE регистрирует сразу два новых мировых рекорда Гиннеса:

- Самая большая в мире проекционная поверхность с разверткой 360° (6230 м²);
- Самый большой в мире проекционный прямой экран (1900 м²).



Работа агентства

PR-поддержка мероприятия:

- Приглашение СМИ на мероприятие.
- Рассылка анонса и пост-релиза о мероприятии.
- Работа на площадке во время мероприятия.
- Пост-проработка СМИ

Результат:

Инфоповод «TESLA PLACE поставила два новых мировых рекорда Гиннеса» был интересен для СМИ. Всего зарегистрировалось на освещение мероприятия 126 представителей СМИ, пришло 80. Всего вышло 121 публикация с рекламным эквивалентом в более, чем 2 млн. рублей. Помимо публикаций в СМИ, мы получили широкий охват в социальных сетях. К пост-освещению были подключены блогеры, соцсети звездных гостей, которые посетили мероприятие, а также официальные соцсети СМИ и их главных редакторов. Охват более 600 000 человек на ресурсах: Instagram, Facebook, VK.com, YouTube, Livejournal.

PR БРЕНДА GARDENA



Клиент:

GARDENA – ведущий бренд на рынке высококачественного садового инструмента в Европе, представленная более чем в 80 странах.

Задачи клиента:

- Продвижение продукции бренда на российском рынке через СМИ;
- Повышение лояльности потребителя к продукции GARDENA.



Решение:

- Размещение материалов о продукции GARDENA в релевантных СМИ и изданиях для профессионалов.
- Создание первого в России реалити-шоу в социальных сетях «Мой сад» с блогерами-садоводами в Instagram.
- Интеграция бренда в мероприятия с широким охватом целевой аудитории.

Результат:

За 2018 год агентством Redline PR было инициировано 518 публикаций о продукции GARDENA, 82 из которых в печатных целевых изданиях.

Общий PR Value за этот период составил 14 418 894 рублей, а охват аудитории – 183 297 140 человек!

Также наша команда реализовала ряд мероприятий для блогеров-садоводов, где профессионалы преподавали им различные полезные мастер-классы по работе в саду и рассказали о качестве, преимуществах и безграничных возможностях продукции GARDENA.

РЕАЛИТИ-ШОУ В СОЦСЕТЯХ GARDENA



Клиент:

GARDENA – ведущий бренд на рынке высококачественного садового инструмента в Европе, представленная более чем в 80 странах по всему миру.

Задачи клиента:

- Увеличение спроса на новый набор GARDENA «Домашнее садоводство».
- Прирост большого количества лояльных подписчиков в социальных сетях бренда без рекламы.
- Охват аудитории Instagram в условиях отсутствия российского аккаунта бренда.

Решение:

- Проведение первого в России реалити-шоу в социальных сетях GARDENA для блогеров.
- Были организованы встречи с участниками в рамках проекта - дизайн-субботник Seasons, квест по базовой системе полива, Moscow Flower Show, 2 субботника в Ботаническом саду и кулинарный мастер-класс.
- Еженедельно блогеры выполняли задания, выкладывая их в своих профилях Instagram и рассказывая подписчикам о продукции бренда.

Результат:

- 84 публикации в СМИ с упоминанием реалити-шоу GARDENA.
- 24 849 лайков от подписчиков участников проекта в Instagram.
- 2 484 комментария в аккаунтах блогеров в Instagram.
- 154 поста в Instagram, размещенных блогерами по итогам заданий.
- 1 599 000 рублей – рекламный эквивалент проекта без учета стоимости постов блогеров в социальных сетях.
- 1 539 000 рублей – ROI проекта.

КОММУНИКАЦИЯ В СОЦСЕТЯХ ДЛЯ GARDENA

Клиент:

Компания GARDENA основана в 1961 году в Германии. Продукция компании стала образцом качества и надежности для миллионов домовладельцев и садоводов во всем мире. Бренд GARDENA предлагает полный ассортимент товаров для ухода за садом - будь то системы полива, насосы, продукция для обработки почвы, ухода за газонами, деревьями и кустарниками или садовый инструмент.



Задачи клиента:

- Создание с нуля основных соцсетей: Facebook, VK, OK;
- Повышение узнаваемости международного бренда;
- Создание сообщества пользователей и прямой контакт с потребителями;
- Повышение продаж продукции;
- Увеличение переходов на сайт клиента.

Решение:

- Проработка коммуникационной стратегии и выбор каналов в социальных сетях;
- Продвижение страниц бренда среди целевой аудитории с высоким коэффициентом вовлеченности;
- Ставка на качественное наполнение страниц оригинальными корпоративными и агентскими материалами;
- Настройка таргетированной рекламы;

Результат:

- Ежемесячный охват уникальных пользователей для страниц бренда свыше 150 000!
- Увеличение количества живых подписчиков в 3 раза всего за полгода работы!
- Высокий коэффициент вовлеченности аудитории – только реальные пользователи!

ИТОГИ PR GARDENA ЗА 2018 ГОД



Клиент:

GARDENA – ведущий бренд на рынке высококачественного садового инструмента в Европе, представленная более чем в 80 странах по всему миру.

Задачи клиента:

- Продвижение продукции бренда на российском рынке через СМИ;
- Позиционирование бренда;
- Повышение лояльности потребителя к продукции GARDENA;
- Разъяснение целевой аудитории преимуществ техники бренда.



Решение:

- Размещение материалов о продукции GARDENA в релевантных СМИ и изданиях для профессионалов
- Создание первого в России реалити-шоу в социальных сетях «Мой сад» с блогерами-садоводами в Instagram
- Интеграция бренда в мероприятия с широким охватом целевой аудитории.

Результат:

- За 2018 год агентством Redline PR было инициировано 518 публикаций о продукции GARDENA, 82 из которых в печатных целевых изданиях, среди которых: Идеи вашего дома, Любимая дача, Мой прекрасный сад, Кухни и ваннкие комнаты, ELITE и другие.

Общий PR Value за этот период составил 14 418 894 рублей, а охват аудитории – 183 297 140 человек!

Агентство интегрировало бренд в фестиваль «Московская весна» в самом сердце столицы России – улице Арбат; в дизайн-субботник Seasons и в международный фестиваль садов и цветов Moscow Flower Show. Также наша команда реализовала ряд мероприятий для блогеров-садоводов.

GARDENA В MOSCOW FLOWER SHOW



Клиент:

Компания GARDENA основана в 1961 году в городе Ульм (Германия). Бренд GARDENA предлагает полный ассортимент товаров для ухода за садом. На сегодняшний день GARDENA признана ведущим брендом на рынке высококачественного садового инструмента в Европе и представлена более чем в 80 странах по всему миру.



Задачи клиента:

Интеграция бренда GARDENA в профильное мероприятие.

Решение:

Для интеграции бренда GARDENA было выбрано самое подходящее по целевой аудитории мероприятие – Moscow Flower Show. Moscow Flower Show – крупнейший в России международный фестиваль в области садово-паркового искусства и ландшафтного дизайна. Проводится с 2012 года. Авторитетное жюри в 2016 году возглавил аккредитованный судья Королевского общества садоводов и популярный телеведущий BBC Джеймс Александер-Синклер.

Реализация:

На площадке Moscow Flower Show GARDENA представила уникальный цветущий уголок в стиле прованс, который просто реализовать с помощью садовых инструментов GARDENA.

Результат:

Более 15 000 москвичей и гостей столицы посетили цветущую провинцию GARDENA во время фестиваля. Более сотни посетителей узнали, как превратить свой участок в оазис и раскрыли все секреты полива на специальных мастер-классах.

КОММУНИКАЦИЯ В СОЦСЕТЯХ ДЛЯ HUSQVARNA

Клиент:

Husqvarna Group – крупнейший в мире производитель техники для леса, парка и сада: бензопил, травкосилок, газонокосилок, садовых тракторов, снегоотбрасывателей.

Задачи клиента:

- Присутствие клиента в основных социальных сетях: Facebook, VK, Instagram;
- Повышение узнаваемости бренда;
- Создание сообщества пользователей и прямой контакт с потребителями;
- Повышение продаж продукции.

Решение:

- Проработка коммуникационной стратегии и выбор каналов в социальных сетях;
- Продвижение страниц бренда среди целевой аудитории с высоким коэффициентом вовлеченности;
- Ставка на качественное наполнение страниц оригинальными материалами;
- Настройка таргетированной рекламы по базам конкурентов.

Результат:

- Ежемесячный охват уникальных пользователей для страниц бренда свыше 250 000!
- Увеличение количества подписчиков в 4 раза всего за полгода работы!
- Высокий коэффициент вовлеченности аудитории – только реальные пользователи!



АВТОМОБИЛЬ ГОДА В РОССИИ-2017 И HUSQVARNA

redline
pr & communication agency

Клиент:

Husqvarna Group – крупнейший в мире производитель техники для леса, парка и сада.

Задачи клиента:

- повысить узнаваемость бренда среди аудитории;
- прочно связать имидж бренда с ассоциациями «техника для настоящих мужчин», «инструменты для brutальных мужчин».



Решение:

- Разработка эффективной программы интеграции Husqvarna непосредственно в торжественную церемонию вручения Премии «АВТОМОБИЛЬ ГОДА В РОССИИ – 2017» с целью визуального охвата в СМИ и социальных сетях.
- Redline PR организовала стенд компании для фотографий; отобрала промо-моделей в стиле «лесорубы Husqvarna», образ которых ассоциируется с понятиями «brутальность», «мужественность»; забрендировала промо-персонал, облачив его в фирменную экипировку Husqvarna.

Результат:

- Более 1 500 человек посетили стенд Husqvarna и увидели выделяющихся из толпы брендированных промо-моделей, которые курсировали по всей площадке на мероприятии.
- Более 100 фотографий с промо-моделями Husqvarna в социальных сетях бренда и на личных страницах гостей мероприятия и геолокации с места проведения мероприятия.
- Упоминания в социальных сетях о компании Husqvarna в контексте «brутальность», «настоящий мужчина».

МЕРОПРИЯТИЯ «ПЛАНЕТА СЕМЬЯ»

Клиент:

Фонд поддержки детей, находящихся в трудной жизненной ситуации.

Задачи клиента:

Проведение цикла городских праздников с целью популяризации института семьи.



Реализация:

- Разработка плана и концепции каждого мероприятия.
- Разработка сценария каждого мероприятия.
- Приглашение на мероприятия гостей, экспертов, селебрити.
- Разработка и изготовление сувенирной и полиграфической продукции.

▪ Аренда, доставка, монтаж и демонтаж оборудования.

▪ Обеспечение работы промоперсонала.

▪ Организация и проведение 5 мероприятий:

Вологда (1 июня 2017), Новосибирск (18 июня 2017), Тюмень (24 июня 2017), Муром (8 июля 2017), Грозный (16 июля 2017).

Результат:

- Более 2500 публикаций в печатных в СМИ.
- Более 100 видеосюжетов.
- Более 50 выходов на радио.
- Более 2000 упоминаний в сети Интернет.

ФЕСТИВАЛЬ «СПОРТИВНАЯ МОСКВА»



redline
pr & communication agency

Клиент:

ГБУ «Московский дом национальностей» – центр этнокультурного развития москвичей различных национальностей, создающий условия для удовлетворения национально-культурных и национально-образовательных запросов, полноценного общественного и культурного развития всех народов.



Задачи клиента:

Организация международного молодежного фестиваля «Спортивная Москва». Мероприятие направлено на популяризацию здорового образа жизни в молодежной среде.

Реализация:

- Организация квеста-соревнования для участников молодежных национальных объединений Москвы.
- Сценарий и реализация концертной программы фестиваля.
- Разработка и производство полиграфической и сувенирной продукции.
- Работа с площадкой - одним из парков столицы: оформление, техническое оснащение, координация работы.
- Координация работы с участниками.

Результат:

В рамках мероприятия прошли выступления мастеров зумбы, футбольного фристайла, национальных музыкальных и хореографических коллективов, а также показательные выступления бурятских, таджикских, чувашских борцов. Были представлены традиционные единоборства «кэмфут», якутское единоборство.

ФЕСТИВАЛЬ «РАЗНОЦВЕТНАЯ МОСКВА»



redline
pr & communication agency

Клиент:

ГБУ «Московский дом национальностей»
– центр этнокультурного развития москвичей различных национальностей.

Задачи клиента:

Организация межнационального фестиваля молодежных субкультур и конкурса граффити «Разноцветная Москва». Мероприятие направлено на популяризацию здорового образа жизни в молодежной среде.



Реализация:

- Аренда площадок и помещений.
- Предоставление звукового, сценического, коммутационного и видео оборудования.
- Монтаж/демонтаж оборудования и обеспечение его бесперебойного функционирования.
- Оформление площадки.
- Реализация творческой составляющей мероприятия.
- Информационная поддержка мероприятия.
- Организация питания участников мероприятия.
- Организация фото- и видеосъемки, изготовление фото- и видео продукции.
- Обеспечение мероприятия полиграфической, сувенирной и цветочной продукцией.
- Транспортное сопровождение мероприятия.
- Медицинское обеспечение мероприятия.

Результат:

- Более 100 публикаций в СМИ.
- Более 20 радио и видео сюжетов.
- Более 500 упоминаний в сети Интернет.

ПРАЗДНИК В МОСКОВСКОМ МЕТРО



redline
pr & communication agency

Клиент:

Московский метрополитен - главная транспортная артерия Москвы, памятник истории и гордость страны.

Задачи клиента:

Проведение акции по раздаче воздушных шаров на станциях Московского метрополитена.



Решение:

Девушки, промо-персонал, раздавали воздушные шарики на кольцевой ветке Московского метро. Формой были выбраны ярко-красные жилетки и фирменные платочки с логотипом метрополитена.

Реализация:

Кастинг промо-персонала стартовал за месяц до мероприятия: команда агентства тщательно отнеслась к выбору девушек. В качестве формы были выбраны жилетки и платочки с фирменной символикой для того, чтобы наши красавицы стали очень похожи на сотрудников Метрополитена.

Результат:

Улыбчивые и воодушевленные девушки раздавали шары. Тысячи людей получили не просто воздушный шарик, но и положительные эмоции. Особую радость они вызывали у детей: на каждой станции сияли юные улыбки и раздавался радостный и звонкий смех!

АКАДЕМИЯ re:Store

Клиент:

Два года назад фирменная сеть re:Store запустила проект «Академия re:Store», расширяющий взгляд потребителя на технику Apple. Это проект для тех, кто стремится создавать и творить, смотря на мир через объектив камеры iPhone.

Задачи клиента:

Лекции по направлениям: фотография, музыка, иллюстрация и создание видео посредством техники Apple. Каждый мастер-класс – это новое открытие возможностей, целая история для свежих идей и творчества.



Услуги агентства в рамках PR-сотрудничества:

- Анонсирование лекций Академии в СМИ и популярных пабликах социальных сетей.
- Обеспечение наполняемости аудитории.
- Ведение социальной группы Академии ВКонтакте и контроль своевременного размещения видео с лекции на канале Академия re:Store в YouTube.
- Организация фото- и видео-съемки.

Результаты с января по сентябрь 2017 года:

2017 год стал ещё более удачным для развития проекта. Более 600 публикаций в СМИ. Ещё до конца 2017 года целый квартал, а количество зарегистрированных на все лекции (13 шт.) уже составило около 3000 человек, из которых посетили мастер-класс 900 человек.

Для сравнения: В 2016 году мы зарегистрировали за весь год около 2000 человек.

В текущем году посетить лекции известных блогеров-спикеров Академии re:Store посчастливилось всем желающим из городов Казани и Екатеринбурга.

АКАДЕМИЯ re:Store

re:Store :: academy ::

redline
pr & communication agency

Клиент:

Фирменная сеть re:Store запустила проект «Академия re:Store», расширяющий взгляд потребителя на технику Apple. Это проект для тех, кто стремится создавать и творить, смотря на мир через объектив камеры iPhone.



Реализация:

Образовательный проект Академия re:Store в течение последних двух лет в партнерстве с известными спикерами, менторами, музыкантами, художниками и фотографами проводит бесплатные обучающие лекции по различным направлениям для новичков и профессионалов, рассказывая всем, как творить с помощью iPhone, iPad или Mac.

Результаты с ноября 2015 г. – по настоящее время:

- Проведено – 20 лекций
- Зарегистрировано на лекции – более 2000 человек
- Прослушали лекции – более 1200 человек
- Опубликовано pr-материалов о лекции – 250 публикаций

ОТКРЫТИЕ ВЫСТАВКИ «НАЧНИТЕ НОВОЕ»

18 МАРТА 2016 г.

18 марта в Арт-пространстве ART Basement на -1 этаже универмага «Цветной» состоялось официальное открытие галереи цифрового искусства re:Store.



Реализация:

С 19 по 31 марта все желающие смогли посетить выставку и познакомиться не только с профессиональными, но и с любительскими проектами, отобранными в рамках совместного проекта re:Store и портала AdMe.ru-«re:Store Mobile Awards», собравший более 12 000 работ.

Результат:

Мероприятие наглядно продемонстрировало уникальность и способность удивлять бренда re:Store, постоянно идущего в ногу со временем. А формат закрытой художественной вечеринки позволил сформировать большее доверие к бренду уже лояльных к Apple журналистов.

- Аккредитовано – 60 СМИ.
- Зарегистрировано – 39 СМИ (представители lifestyle, бизнес и IT СМИ).

PR-ПОДДЕРЖКА БРЕНДА DEVAR KIDS



redline
pr & communication agency

Клиент:

Бренд DEVAR kids.

Задачи клиента:

- Формирование уникального образа Devar kids, как реформатора книжной индустрии;
- Проведение прочной ассоциативной связи бренда Devar kids с решением проблемы образования, низкого уровня заинтересованности детей в учебе;
- Продвижение бренда Devar kids, как стартап, применяющий новейшие технологии ведения успешного бизнеса.



Решение:

- Организация постоянного информационного потока о жизнедеятельности компании;
- Интеграция бренда с редакционными активностями, такими как конкурсы или викторины;
- Сотрудничество с частными и общественными мероприятиями на предмет представленности Devar kids на их площадке и проведение мастер-класса с презентацией продукта (на бесплатной основе!)

Результат:

- Опубликовано более 300 материалов о бренде Devar kids.
- После эфира радиостанции «МАЯК» с участием основателей Devar kids, посещаемость сайта компании выросла в 7 раз за 1 день!
- Ежемесячно в деловых изданиях публикуется 1-2 материала о бренде Devar kids, об истории становления компании или соучредителях, а также комментарии спикера;
- Агентством организована интеграция бренда с такими массовыми мероприятиями как БИБЛИОНОЧЬ, ежегодный фестиваль журнала «Лиза. Мой ребенок» и другими.

AR-КНИГА АЗБУКА 2.0 DEVAR KIDS



redline
pr & communication agency

Клиент:

Бренд DEVAR kids.

Задачи клиента:

- Привлечение внимания к выходу новой теме. книги – Азбука 2.0 DEVAR kids.
- Информационная поддержка презентации.

Решение:

Аккредитация СМИ в сжатые сроки (2 дня до мероприятия);
Follow-up события, организация расширенных пост-материалов

Результат:

Публикации более 30 материалов на тему презентации книги одним из самых знаменитых современных актеров России Дániлой Козловским, в таких изданиях как news.rambler.ru, rg.ru, ria.ru, 7days.ru, wday.ru, starhit.ru и многих других;
Публикации расширенных материалов об AR-издательстве DEVAR kids на основе мероприятия на таких ресурсах как 7ya.ru, materinstvo.ru, Детстрана, itbook-project.ru



АБОНЕНТСКАЯ PR-ПОДДЕРЖКА DEVAR KIDS



redline
pr & communication agency

Клиент:

Инновационная компания Devar, создающей уникальные продукты в технологии дополненной реальности.



Реализация:

Начало сотрудничества - февраль 2016 года. Агентством разработана стратегия PR-поддержки одного из брендов группы компаний - Devar Kids.

Devar Kids производит книги и раскраски для малышей, с помощью которых ребенок, становясь непосредственным участником процесса, может оживить любимого героя.

Целевые СМИ:

- Бизнес,
- IT,
- Детские и досуговые СМИ.

Результат:

В первый месяц сотрудничества ROI по итогам работы превысил 2.000.000 рублей.

ОТКРЫТИЕ VR-ПОЛИГОНА



redline
pr & communication agency

Клиент:

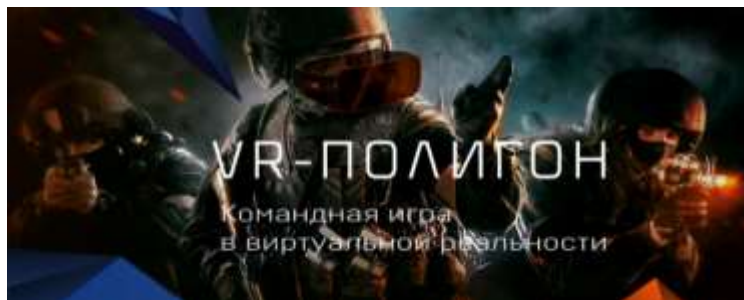
Игровой центр «Цель» – это уникальный формат индустрии развлечений, использующий инновационные средства выразительности.

Задачи клиента:

Представление первой в мире игры в виртуальной реальности.

Решение:

Организация пресс-дня в игровом центре «Цель» для журналистов.



Реализация:

- Учитывая специфику и целевую аудиторию проекта, на мероприятие были приглашены журналисты таких сфер, как gaming, IT, мужской глянец и досуговые.
- Представителям СМИ предоставили возможность самостоятельно окунуться в захватывающий своей реальностью виртуальный мир VR-Полигона, а также опробовать остальные аттракционы центра «Цель».
- В промежутках между играми гости общались с главами центра, задавая вопросы о центре, полигоне и технологиях.

Результат:

- «День X» прошел в приятной и задорной атмосфере с неутраченными позитивными отзывами журналистов о новой игре.
- Как следствие, каждый предоставил хорошие и развернутые материалы с положительной оценкой. Явка СМИ на мероприятие – 90%!
- Среди гостей пресс-дня были такие СМИ, как: Популярная механика, MAXIM, Аэроэкспресс, People talk, Shop and Mall, IT Expert, 3D News, Gameland, CHIP, а также корреспонденты каналов LIFE и Москва 24!

ЛЕСНОЙ ЮНИОРСКИЙ КОНКУРС



redline
pr & communication agency

Клиент:

ФГКУ «Рослесресурс» - федеральное государственное казённое учреждение, занимающееся научными исследованиями и разработками в области лесоводства. Входит в состав Федерального агентства лесного хозяйства.



Задачи клиента:

Организация Международного лесного юниорского конкурса под ключ в Петергофе. Число участников - более 150 человек из 29 стран мира.

Реализация:

- Event-сопровождение.
- Производство сувенирной и полиграфической продукции.
- Подготовка и оформление площадки баннерами, пресс-воллами, конкурсной атрибутикой.
- Решение логистических задач.
- Проведение образовательной и культурно-досуговой программы.
- Координация мероприятия и работа с участниками.

Результат:

XIII Международный юниорский лесной конкурс был успешно проведён от и до как в научной, так и в неформальной части, включавшей в себя творческие и музыкальные вечера. Несмотря на то, что мероприятие собрало участников из 29 стран мира, все гости активно общались между собой, получив самые тёплые воспоминания о прошедшем мероприятии.

МУЛЬТИБРЕНДОВАЯ СЕТЬ ROOKIE

Клиент:

Магазин создан специально для юных спортсменов и поклонников активного времяпровождения. Концепция мультибрендовой сети основывается на современном увлечении здоровым образом жизни и спортом. Rookie специализируется на спортивных товарах для детей от 4 до 15 лет. В магазине представлена продукция Nike, Jordan и Converse.



Задачи клиента:

Через средства массовой информации донести до целевой аудитории, что главная особенность магазинов Rookie - уникальное товарное предложение, которое отражает интересы юных спортсменов всех возрастов и их родителей. В салонах ROOKIE родители будущих чемпионов не только составят прекрасный гардероб для малышей и подростков, но и подарят им ощущение грядущих побед. Именно эти особенности необходимо было подчеркнуть при продвижении бренда.

Реализация:

Взаимодействие со всеми ключевыми СМИ, пишущими о спорте и моде, в том числе на здоровый образ жизни. Несмотря на то, что самые старшие покупатели бренда уже сами выбирают себе одежду (им по 14 лет), нами было решено привлечь и родительские СМИ, пишущие о материнстве и воспитании. В рамках стратегии агентство ежемесячно предлагало план информационных поводов, которые могли заинтересовать как родительские СМИ, так и модные издания.

Результат:

За 4 месяца о бренде опубликовано более 60 материалов. В том числе в таких СМИ как Elle, Elle Girl, Where и других.

PR-ПОДДЕРЖКА «BING HAN INTERNATIONAL»



redline
pr & communication agency

Клиент:

Международная компания Bing Han International, которая занимается популяризацией здорового образа жизни и улучшения благосостояния своих партнеров, путем распространения продукции из натурального корня женьшеня методом сетевого маркетинга.



Задачи клиента:

Осуществление PR-поддержки компании «Bing Han International», в том числе: приглашение и журналистов на II Медицинский Форум Бинг Хан «Здоровье нации: настоящее и будущее». Организация пресс-центра в день проведения мероприятия. Активное информационное сопровождение мероприятий компании.

Реализация:

PR-сопровождение форума началось с глубокого анализа и отбора специализированных СМИ, подходящих тематике форума. В обязательства агентства входила организация пресс-зоны и зоны аккредитации на площадке проведения мероприятия, встреча и координация журналистов. Работа завершилась традиционно интенсивной коммуникацией со СМИ по итогам мероприятия и сбором публикаций.

Результат:

Отчетные показатели по PR превзошли ожидания. Несмотря на узкую направленность данного мероприятия, узнаваемость компании «Bing Han International» значительно увеличилась, и мероприятие собрало множество профессиональных представителей медицинской сферы и журналистов.

BVN НА НЕДЕЛЕ ДИЗАЙНА



Клиент:

Строительная компания фахверковых домов Bau Von Häusern (BVH).

Задачи клиента:

Привлечь внимание представителей СМИ и потенциальных клиентов; представить Генерального Директора как эксперта отрасли.



Решение:

Совместно с клиентом было принято решение о приглашении клиентов на мероприятие путем публикаций анонса в социальных сетях и на профильных площадках.

Реализация:

Агентство привлекало представителей СМИ к информационному сотрудничеству. Был подготовлен раздаточный материал с информацией о компании. В течение месяца в социальных сетях BVH размещался анонс о мероприятии.

Результат:

За месяц подготовки к мероприятию, нашими главными информационными партнерами стали:

- Лекторий «Чувство Дома»
- Журнал Object
- 1 канал телепрограмма «Фазенда»
- Институт Бизнеса и Дизайна
- Портал Roomble.ru.

PR-ПОДДЕРЖКА HAPPY BONES



redline
pr & communication agency

Клиент:

Ресторан в центре Москвы, предлагающий более 30 видов мяса.

Задачи клиента:

Привлечение дополнительного траффика в ресторан, создание активного информационного фона.

Решение:

Реализация классической медийной PR-кампании с интеграцией инструментов

Digital PR и дополнительным привлечением рекламных возможностей.



Реализация:

- Разработана PR-стратегия ресторана, включающая в себя как инструменты классического PR, так и прямую рекламу, и специальные решения.
- Был разработан ряд специальных предложений для сайтов-купонаторов.
- Разработана презентация для рассылки по event- и свадебным агентствам Москвы.
- Разработана концепция и дизайн рекламных листовок ресторана, проработаны возможности продвижения Happy Bones в Яндекс.Директ.
- Сформирован пул СМИ, подготовлены. Селебрити и журналисты специализированных СМИ приглашены на дегустации.
- Организовано мероприятие для друзей ресторана с участием медийных лиц. Вечер посетило более 300 человек.

Результат:

Увеличение видимости ресторана за счет активной работы агента внедрения на тематических площадках рунета – не менее 100 положительных отзывов на релевантных сайтах.

EVENT ДЛЯ РАБОС ИНТЕРНЕСНЛ



redline
pr & communication agency

Клиент:

Компания «РАБОС Интернешнл», деятельность которых посвящена разработке успешного продвижения нового подхода по БЕЗОПАСНОСТИ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ на российский рынок.



Задачи клиента:

Тимбилдинг, банкет, развлечения.

Реализация:

Корпоративное мероприятие компании Рабос включало в себя множество самых интересных активностей. Каждый смог попробовать свои силы в таких играх, как: 100 к 1, «Что? Где? Когда?», Активити, и показать настоящую командную работу! Мероприятие вели 2 лучших ведущих Москвы, а за музыкальное сопровождение отвечали DJ и саксофонист. Сама вечеринка проходила в стиле гангстерского Чикаго начала 20-го века, зал был украшен соответствующей атрибутикой: револьверы, боа, деньги и автоматы. Также, атмосферу поддерживали прекрасные танцовщицы в стиле 20-х годов с боа и мундштуками.

Результат:

Отличное настроение, продуктивный тимбилдинг и приятные воспоминания.

КВЕСТ LEGO MINI COOPER



redline
pr & communication agency

Клиент:

Сеть монобрендовых магазинов LEGO mir-kubikov, входящая в группу компаний Inventive Retail Group.

Задачи клиента:

Привлечение внимания целевой аудитории взрослых коллекционеров к новой серии эксклюзивных конструкторов LEGO Mini Cooper.



Решение:

Совместно с клиентом было принято решение об организации квеста на автомобилях Mini Cooper для блогеров. Мероприятие состоялось при поддержке представительства BMW в России.

Реализация:

Для участия в квесте были приглашены 10 популярных блогеров. Целый день участники путешествовали по Москве, «добывая» детали коллекционного конструктора LEGO Mini Cooper, чтобы в финале полностью собрать маленький Cooper.

В соцсетях был использован хэштег #legominicooper, по которому и сейчас доступно множество фотографий этого приключения.

Агентство разработало механику проекта, продумав задания и маршрут для квеста, а также реализовало PR-поддержку мероприятия в ведущих СМИ.

Результат:

Несмотря на то, что формат мероприятия предполагал только участие блогеров, мы получили широкий охват и в прессе – более 70 публикаций в СМИ и почти 100 постов в блогосфере. Рекламный эквивалент проекта превысил 600 тыс. рублей.

PR-ПОДДЕРЖКА БРЕНДА MARY BLANK



redline
pr & communication agency

Клиент:

Mary Blank – бренд модной одежды в стиле family look. Молодой российский дизайнер, элитные итальянские ткани, высочайшее качество производства.

Задачи клиента:

В основе философии бренда лежат семейные ценности, тем не менее, это не просто одежда для родителей и малышей в едином стиле, это особое направление высокой моды. Именно эти особенности необходимо было подчеркнуть при разработке PR-стратегии бренда.



Решение:

Для того, чтобы не заикливаться на очевидной теме родительства, материнства, семейных ценностей, которые априори являются основой философии бренда family look, решено было сместить акцент на fashion аудиторию.

Реализация:

- Взаимодействие со всеми ключевыми СМИ, пишущими о семье и материнстве.
- Активная коммуникация с глянцевыми журналами.
- Разработан план информационных поводов.
- Разработан календарь модных мероприятий, в которых принимал участие бренд.
- Проведены модные фотосессии.

Результат:

- Для бренда было проведено 7 фотосессий.
- За 4 месяца компания Mary Blank приняла участие в 6 специальных мероприятиях.
- Ежемесячно в социальных сетях бренда появлялось 3-4 поста от популярных блоггеров и звезд шоу-бизнеса.

PR-ПОДДЕРЖКА БРЕНДА PRENATAL

Prenatal
MILANO

redline
pr & communication agency

Клиент:

Итальянский бренд для мам и малышей, предлагающий широкий ассортимент одежды и аксессуаров для детей и беременных.

Задачи клиента:

Информационная поддержка выхода итальянского бренда на российский рынок с постепенным увеличением информационного фона вокруг компании.



Решение:

Реализация активной медиа-кампании, коммуникация с целевыми СМИ за счет комплексного плана информационных поводов для СМИ. Сотрудничество с лидерами мнений – популярными блоггерами и селебрити.

Реализация:

- Основным инструментом продвижения нового для России бренда стала классическая медиа-кампания, основанная на коммуникациях со СМИ.
- Реализована программа лояльности для СМИ – любимые журналисты получают от бренда поздравления к праздникам.
- Бренд Prenatal сотрудничает с блогерами-тысячниками, известными спортсменами и звездами шоу-бизнеса.

Результат:

Только по итогам первого месяца сотрудничества (июль 2014г.) количество публикаций о бренде увеличилось более чем в два раза. После второго месяца сотрудничества компания заняла второе место в своем сегменте по количеству публикаций, увеличив показатели более чем в 3,5 раза. В настоящее время Prenatal занимает первое место по количеству упоминаний и публикаций в СМИ.

РАЗГОВОРНЫЙ КЛУБ TALK POINT



redline
pr & communication agency

Клиент:

Разговорный клуб Talk Point – место для встреч, знакомств, общения с новыми друзьями и закрепления знаний иностранных языков. На этапе «стартап» проекта отсутствовал логотип и корпоративный стиль, а также какая-либо информационная поддержка.

Задачи клиента:

- Создание Brand book «с нуля».
- Создание Landing page.
- Создание, наполнение социальных сетей, дизайн аватарок, продвижение.
- Кросспостинг для привлечения целевой аудитории.

Реализация:

- Сбор и написание контента для Landing Page.
- Согласование и покупка хостинга.
- Консультация по тематическому плану занятий.
- Привлечение дизайнера.
- Консультация по привлечению пользователей, потенциально заинтересованных в услугах Talk Point.
- Создание контента социальных сетей.
- Консультация по инициированию диалога.
- Консультация по увеличению вовлеченности.
- Привлечение целевой аудитории, напрямую заинтересованной как в контенте страницы, так и в продукции.
- Составление тематического плана встреч на месяц.

Результат:

Всего за месяц работы с разговорным клубом Talk Point было написано и опубликовано около 40 постов. Выстроена концепция размещения контента. Количество подписчиков к концу месяца достигло отметки 1000 человек.

PR-ПОДДЕРЖКА NET ELEMENT

Клиент:

Группа компаний Net Element.

Задачи клиента:

PR-поддержка американской группы компаний, оперирующей в сфере высоких технологий в области финансов. Весной 2012 года Net Element начинает экспансию на рынке России и СНГ.



Результат:

- Пресс-завтрак для главных редакторов финансовых и IT-изданий.
- Продвижение спикеров компании в качестве экспертов рынка.
- Презентация нового продукта компании в России.
- Пресс-тур в Латвию на фестиваль «Новая Волна», где Net Element является разработчиком технологической платформы.
- Day-to-day работа с профильными и общественно-политическими СМИ.
- Более 500 уникальных упоминаний в СМИ за 2013-2015 год.

ФОРУМ СТРАН-ЭКСПОРТЕРОВ ГАЗА



redline
pr & communication agency

Клиент:

7-я Министерская встреча
«Форум стран-экспортеров газа».



Реализация:

- Подготовка площадки, регистрация гостей.
- Координация мероприятия.
- Регистрация журналистов, работа пресс-центра.

Среди участников мероприятия:

В. В. Путин, Министры и Главы делегаций следующих стран:
Российской Федерации, Алжира, Боливии, Венесуэлы, Египта,
Ирана etc.



PR для AUTO/MOTO

Абонентское PR-обслуживание автомобильных марок Volkswagen, Volkswagen NFZ, Skoda, Seat, Aston Martin, Lamborghini, Harley Davidson



Коммерческие автомобили



ŠKODA



SEAT



ASTON MARTIN



Реализация:

- Менеджеры агентства обладают успешным многолетним опытом ведения проектов по абонентскому PR-сопровождению крупнейших марок авто и мото индустрии.
- По итогам сотрудничества все марки, сотрудничающие с нами, входили в ТОП-3 в своем сегменте, значительно повышая свои показатели по KPI.

В комплекс PR-поддержки входило:

- информационное сопровождение всех новостных поводов компаний, в том числе новостей об открытии дилерских центров и выходе новых моделей на рынок;
- координация работы тестовых парков автомобильных марок;
- организация обучения и дилерских конференций.

PR-ПОДДЕРЖКА БРЕНДОВ HUSQVARNA И GARDENA

redline
pr & communication agency

ДЕКАБРЬ, 2015 г.

Клиент:

ООО «Хускварна»
(бренды Husqvarna и GARDENA).

Задачи клиента:

Возобновить коммуникационную поддержку обоих брендов после годового перерыва во взаимодействии со СМИ.



Электрический триммер Gardena ComfortCut 450/25 предназначен для работы в труднодоступных местах и покоса протяженных краев газона.

Реализация:

На этапе тендера – освещение торжественного пиления кремлевской елки бензоинструментом Husqvarna. В рамках ритейлера – регулярная подготовка пресс-релизов (не менее 3 ежемесячно), инициация конкурсов и спецпроектов с профильными и глянцевыми СМИ.

Результат:

- PR Value по итогам рассылки пресс-релиза.
- «Пиление кремлевской елки» составил свыше 1 млн. руб.
- Только за первые месяцы абонентского сотрудничества для брендов Husqvarna и GARDENA:
 - организовано 4 конкурса с ведущими российскими СМИ, включая совместный конкурс с редакцией Men's Health, приуроченный к 23 февраля;
 - осуществлена поддержка 2 мероприятий: мастер-класс Husqvarna в МГУЛ и презентация оборудования GARDENA совместно с Ботаническим садом МГУ;
 - подготовлена специальная инфографика.

 **GARDENA**
СТРАСТЬ К ЖИЗНИ.



PR-ПОДДЕРЖКА БРЕНДА GARDENA



ДЕКАБРЬ, 2015 г.

Клиент:

GARDENA – ведущий бренд на рынке высококачественного садового инструмента в Европе, представленная более чем в 80 странах по всему миру.

Задачи клиента:

Возобновить коммуникационную поддержку обоих брендов после годового перерыва во взаимодействии со СМИ.



Результат:

- Только за первые 6 месяцев 2017 года агентством Redline PR было инициировано 324 публикации о продукции GARDENA, 54 из которых в печатных целевых изданиях, среди которых: Идеи вашего дома, Любимая дача, Мой прекрасный сад, Кухни и ванные комнаты, ELITE. Территория интерьера, Садовник, Лиза, Сад своими руками, Коллекция Караван историй, Российская газета, Forbes, Коммерческий директор, Аэроэкспресс и другие.
- Общий PR Value за этот период составил 8 066 084 рублей, а охват аудитории – 125 570 327 человек!
- Агентство интегрировало бренд в фестиваль «Московская весна» в самом сердце столицы России – улице Арбат; в дизайн- субботник Seasons и в международный фестиваль садов и цветов Moscow Flower Show.
- Также наша команда реализовала ряд мероприятий для блогеров-садоводов, где профессионалы преподавали им различные полезные мастер-классы по работе в саду рассказали о качестве, преимуществах и безграничных возможностях продукции GARDENA.

ПРЕМИЯ «АВТОМОБИЛЬ ГОДА В РОССИИ»



2015 И 2016 гг.

Клиент:

Ежегодная национальная Премия «АВТОМОБИЛЬ ГОДА В РОССИИ».

Задачи клиента:

Приглашение и аккредитация журналистов на торжественную церемонию. Организация пресс-центра в день подведения итогов. Активное информационное сопровождение Премии и других проектов компании.



РЕЙТИНГИ АВТО ГОДА 2015

АВТОМОБИЛЬ ГОДА

redline
pr & communication agency

НОЯБРЬ, 2015 г.

Клиент:

Ежегодная национальная Премия «АВТОМОБИЛЬ ГОДА В РОССИИ».

Задачи клиента:

Обеспечить коммуникационную поддержку дочернему проекту премии – исследованиям «РЕЙТИНГИ АВТО ГОДА» и заключительному этапу проекта – автоквесту с участием обычных автолюбителей и журналистов.

Реализация:

Подготовка пресс-материалов и инфографики по итогам исследований «РЕЙТИНГИ АВТО ГОДА», поиск инфопартнеров, приглашение СМИ на пресс-завтрак и торжественный финиш автоквеста с вручением победителю автомобиля LADA Vesta из рук Стива Маттина, главного дизайнера АВТОВАЗа.

Результат:

- Более 30 СМИ на пресс-завтраке, включая 5 радио и 2 ТВ.
- Более 40 публикаций с AVE свыше 2 млн. рублей.
- 3 радио-интервью по итогам автоквеста.



ASTON MARTIN



redline
pr & communication agency

2013-2015 гг.

Клиент:
Aston Martin.



Задачи клиента:

- Сформировать позитивное информационное поле, сделав особый упор на Luxury сегмент (налаживание контактов с ключевыми журналистами, увеличение количества публикаций).
- Вернуть Aston Martin в Top-3 в рейтинге PR-активности TNS (на начало сотрудничества Aston Martin занимал 5 место).

Результат:

- За счет тщательной проработки базы СМИ, рассылки и follow-up пресс-релизов, организации тест-драйвов для ТВ, деловых, Lifestyle и специализированных изданий Aston Martin ежемесячно входит в Top-3 самых активных Luxury автопроизводителей.
- 1 место среди люксовых авто по количеству публикация и упоминаний по итогам каждого месяца работы.

ПОДДЕРЖКА АВТОМОБИЛЬНЫХ МАРОК VOLKSWAGEN **redline** pr & communication agency

2010 – 2013 гг.

Клиент:

Концерн Volkswagen.



Реализация:

- Многолетняя ежедневная работа с марками Volkswagen, Skoda, Seat, Volkswagen Коммерческие автомобили.
- Полный комплекс day-to-day работ (рассылка пресс-релизов, организация тест-драйвов для журналистов, инициация ready-to-print articles, PR-поддержка презентаций и пресс-конференций), PR-поддержка/организация/разработка других видов мероприятий (выставки, спецпроекты), работу с brand ambassadors и product placement.

Результат:

- Десятки реализованных проектов, презентаций, пресс-туров по всему миру.
- По итогам работы марки концерна занимают первые строчки рейтингов PR-активности



CONTINENTAL



redline
pr & communication agency

2011 – 2012 гг.

Клиент:
CONTINENTAL.



Задачи клиента:

Увеличить количество и качество медиа-публикаций, подчеркнуть лидирующие позиции компании по тестированию и повысить имидж Continental как одного из лидеров в производстве премиальных шин.

Реализация:

- Проект включал классический и Digital PR.
- Особое внимание было уделено работе со специализированными автомобильными СМИ, организации тест-драйвов, координации размещения PR-бонусов и специальных мероприятий.

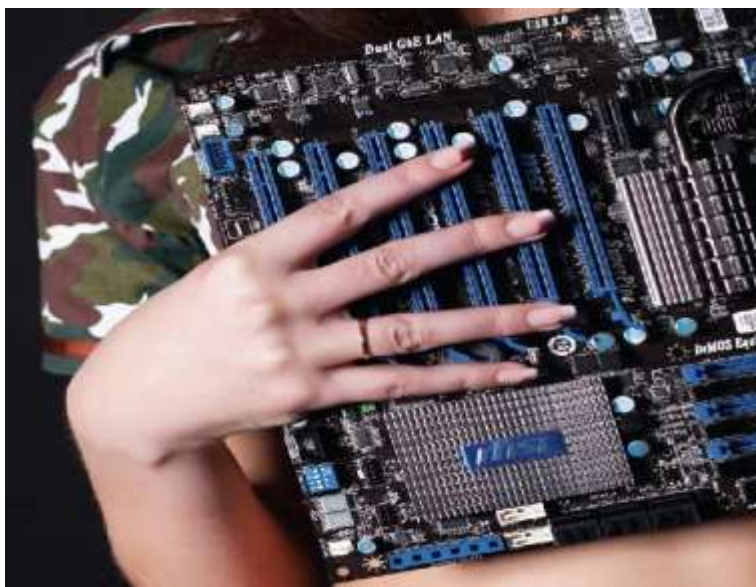
Результат:

- С августа 2011 по январь 2012 года было распространено 38 пресс-релизов (в среднем 7 релизов в месяц), организовано 16 тестов и реализовано 9 специальных проектов и мероприятий.
- PR Value - 25 744 824 руб.

КОМПАНИЯ MSI

2011 – 2012 гг.

В 2011 году осуществлялась PR-поддержка компании MSI по направлению компьютерных комплектующих (системные платы, графические карты, панели и карты расширения).



Результат первого квартала:

- Количество публикаций увеличилось на 59%;
- Рекламный эквивалент публикаций возрос в 1,9 раза (до 1.8 млн руб);
- Количество публикаций в печатных СМИ увеличилось в 2 раза.

Мы полностью разработали базу СМИ для Клиента, вели работу с журналистами в режиме day-to-day (копирайтинг, рассылка пресс- релизов, follow-up), инициировали и организовывали тесты комплектующих бренда, осуществляли PR-поддержку мероприятий и других активностей.

ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЯ PLAY4FREE



redline
pr & communication agency

3 ИЮЛЯ 2012 г.

Условно-бесплатные игры Play4Free (Need For Speed World, Battlefield Heroes, Battlefield P4F, Command&Conquer: TA, Lord Of Ultima, Wrath Of Heroes).



Цель:

- Увеличить количество публикаций по Play4Free продуктам;
- Анонсировать сотрудничество с Marussia Motors;
- Привлечь внимание бизнес-сообщества к новому тренду.

Результаты:

- На мероприятии присутствовали все ведущие редакторы и журналисты по игровому направлению, в т.ч. редакторы lifestyle (Playboy, FHM, Vice etc.), которые написали о мероприятии; Общее количество журналистов: более 65 человек;
- За счет специального приглашения для автомобильных медиа и особо акцента на актуальных для них новостях, мы добились более 35 публикаций в автомобильных СМИ;
- О новой стратегии развития компании и модели дистрибуции видеоигр рассказали такие бизнес СМИ, как RBC Daily, «Профиль», Reuters, Interfax, The Moscow Times и другие. В рамках мероприятия был инициирован ряд интервью с топ-менеджментом компании;

ОТКРЫТИЯ УГОЛЬНОГО РАЗРЕЗА «БЕЛОВСКАЯ»

КУЗБАСС, 2011 г.

Клиент:

Георгий Краснянский



Цель:

- Организация пресс-поездки в Кузбасс для федеральных СМИ.
- Работа с региональными СМИ.

Результаты:

- 10 федеральных СМИ приняли участие в пресс-туре (включая федеральные каналы).
- Новости об открытии угольной шахты появились во всех региональных СМИ и ключевых федеральных СМИ (информационные агентства, федеральные телепередачи, популярные социальные СМИ и радио).

ЛИЧНЫЙ PR

2016 г.

Клиент:

Зоя Олеговна Санджиева, участник праймериз «Единой России».



Задача клиента:

рассказать максимальному количеству жителей России о Зое Олеговне и об ее участии в праймериз партии «Единая Россия».

Реализация:

- Составление пресс-портрета.
- Персонифицированная рассылка пресс-портрета.
- Ответы на запросы от журналистов, оперативное предоставление информации, фото- и видео-материалов, организация интервью и комментариев от лица компании, согласование текстов СМИ.
- Составление отчета.

Результаты:

Активная предвыборная кампания кандидата нашла широкий отклик у сограждан: Калмыкия вошла в число лидеров по явке избирателей среди регионов страны, а Зоя Санджиева завоевала 38,17 % голосов. Осенью 2016 года назначена министром экономики и торговли Республики Калмыкия.

ЛИЧНЫЙ PR

2017 г.

Клиент:

Евгений Соколов, директор дивизиона GARDENA.



Задача клиента:

повышение позиции бренда GARDENA и лично Евгения Соколова в деловых СМИ, как эксперта отрасли.

Реализация:

- Составление пресс-портрета.
- Персонифицированная рассылка пресс-портрета.
- Ответы на запросы от журналистов, оперативное предоставление информации, фото- и видео-материалов, организация интервью и комментариев от лица компании, согласование текстов СМИ
- Составление отчета

Результаты:

Мы добились выходов в таких изданиях, как «Российская газета» (печатная и онлайн версия), Forbes.ru, «Коммерческий директор», «Ведомости», «Домашний очаг» (goodhouse.ru) и других.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ,

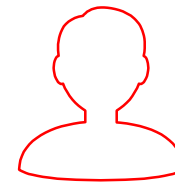
мы с радостью ответим на ваши вопросы



Москва, Щербаковская 3, офис 1102



www.redline-pr.ru



Анна Кириченко,
директор по развитию
7 926 579 88 17
anna.k@redline-pr.ru