

Портфолио агентства Spice Media

Spice Media

Spice Media – PR-агентство, осуществляющее комплексное продвижение компании на рынке. Мы оказываем полный комплекс услуг по формированию репутации, повышению узнаваемости бренда и укреплению связи с потребителем.

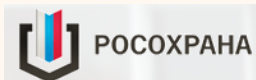
Наше PR-агентство располагает сильной командой специалистов с многолетним профессиональным опытом в сфере маркетинга, рекламы и PR в различных отраслях в сегментах B2B и B2C.

Агентство **Spice Media** было создано в июле 2012 г. командой агентства DP Media газеты «Деловой Петербург» медиа-холдинга Bonnier Group.

Ключевые направления деятельности агентства:

- Стратегическое планирование коммуникаций
- Комплексное PR-сопровождение
- Управление репутацией в интернете
- SMM
- Антикризисный PR
- Event marketing
- Influencer marketing

Портфолио



Качкин и Партнеры



Кейсы. ГК ЦДС

ГК ЦДС – инвестиционно-строительный холдинг, работающий на рынке Санкт-Петербурга и Ленобласти более 20 лет, ТОП-3 по объему вводимого жилья в Санкт-Петербурге и Ленобласти.

<https://www.cds.spb.ru/>

Задача

- Поддержание благоприятного имиджа ГК ЦДС

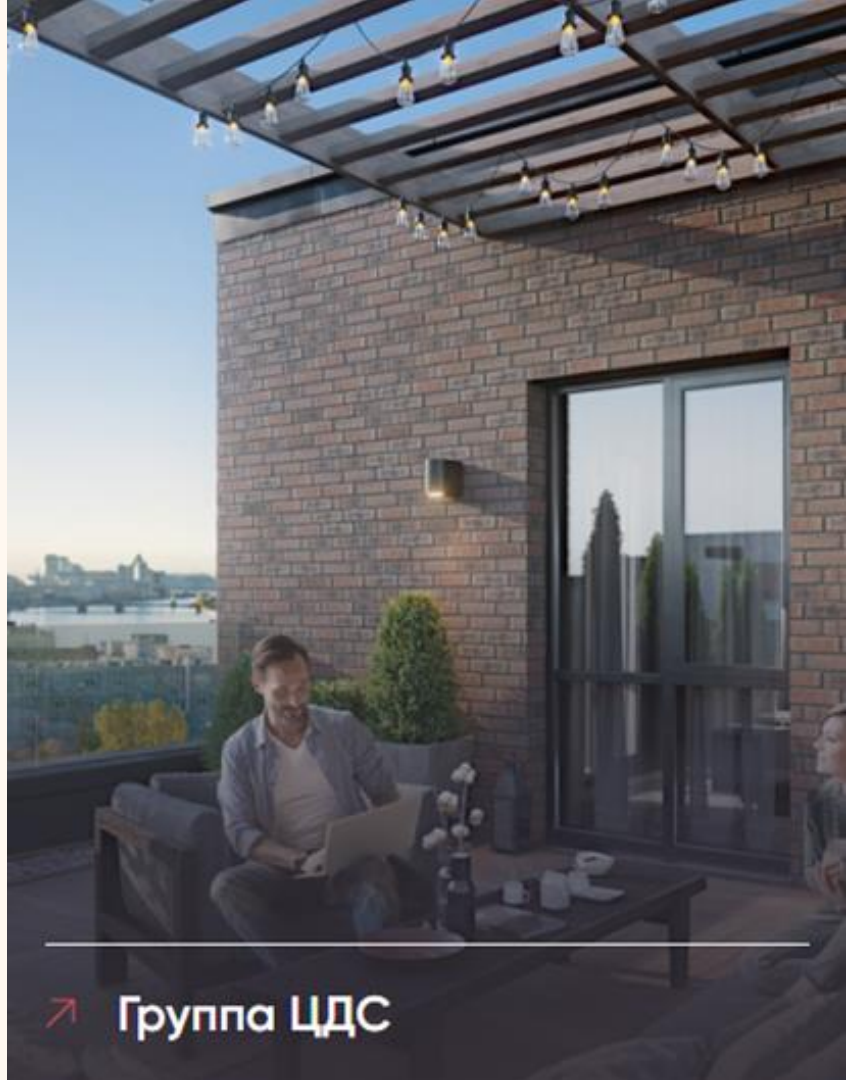
Что сделано

- Разработка коммуникационной стратегии
- PR-сопровождение в СМИ с 2014г. по н.в. (подготовка и распространение пресс-релизов, комментарийная активность, инициирование публикаций в деловых и профильных СМИ)

Результаты

>1000 публикаций ежегодно

СМИ: «Коммерсант», «Деловой Петербург», Фонтанка.ру, РБК, «Недвижимость и строительство Петербурга» и др.



Кейсы. РосДорБанк

РосДорБанк — один из первых в стране частных отраслевых банков, оказывает финансовые услуги предприятиям дорожной отрасли, сельского хозяйства, транспорта, промышленного и жилищного строительства, торговли, предприятиям военно-промышленного комплекса. Банк является участником Государственной системы страхования вкладов.

<https://www.rdb.ru/>

Задача

- Увеличение индекса цитируемости и повышение доверия целевой аудитории

Что сделано

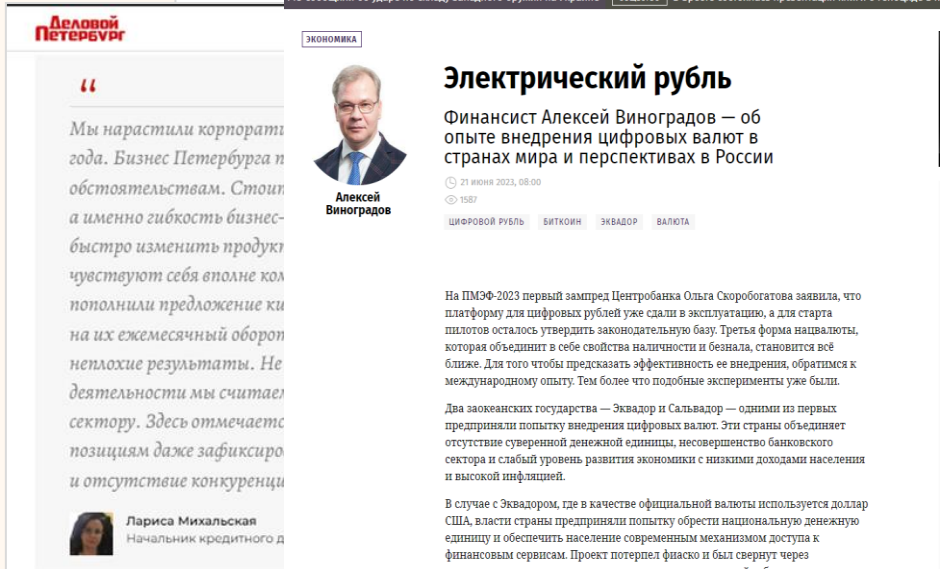
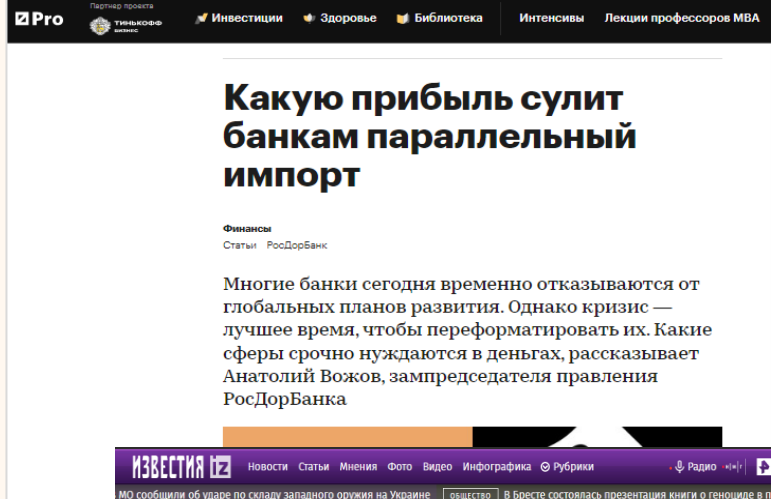
- Разработка коммуникационной стратегии
- PR-сопровождение в СМИ с середины 2022 г. по н.в. (комментарийная активность, экспертные колонки)

Результаты

Выведен в **ТОП-50** Медиалогии

>1000 Медиаиндекс

СМИ: Коммерсантъ, РБК, Известия, Российская газета, ПРАЙМ, РИА-Новости, РИАМО, Деловой Петербург и др.



Кейсы. Красная стрела

«Красная стрела» – девелоперская компания, реализующая проекты на рынке Санкт-Петербурга с 2015г. <https://1strela.ru/>

Задача

- Выведение компании в информационное поле Санкт-Петербурга
- Нейтрализация возможного негатива, который мог быть связан с опасением целевой аудитории по поводу инвестирования в объекты новой компании, вышедшей на рынок в пост-кризисный год.

Что сделано

- Разработка коммуникационная стратегия по выводу компании на рынок Санкт-Петербурга
- Осуществлялось PR-сопровождение компании с 2015г. по 2018г.

Результаты

>500 публикаций ежегодно

СМИ: «Коммерсант», «Деловой Петербург», Фонтанка.ру, «Недвижимость и строительство Петербурга», БКН и др.

Премии: пилотный проект компании – ЖК «Неоклассика» несколько раз завоевывал престижные архитектурные премии

Компания «Красная стрела» реализует свой первый проект в качестве застройщика. О том, как выбрать подходящий участок и создать на нем успешный объект, как убедить банк предоставить проектное финансирование и почему строительство в Пушкинском районе наиболее перспективно в ближайшем будущем, рассказал генеральный директор компании Николай Урусов.

Как «Красная стрела» решила выйти на рынок в качестве застройщика, причем во время кризиса?

— Мы долго к этому шли. Первая компания группа была создана в начале 1990-х, и с того времени мы работали преимущественно в качестве генподрядчика в области гражданского и промышленного строительства, в том числе в сфере мирного атома.

Накопленный опыт подготовил нас к тому, чтобы попробовать себя в качестве застройщика. В отличие от генподрядчика, который выводит на строительную площадку и строит по готовому проекту, у застройщика очень много условий уходит на подготовку и согласование проекта. И для нас это было в новинку. В начале 2014 года мы начали подписывать земельные участки, и одним из критериев была как раз высокая степень готовности документов. В идеале мы хотели найти участок с разрешением на строительство, с градостроительным планом и инженерной ситуацией с сетями.

Чем вас привлек участок на Пулковских высотах?

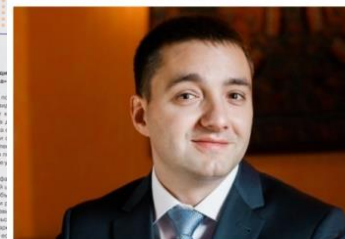
— Мы изначально не рассматривали тр-

НИКОЛАЙ УРУСОВ

Не надо ждать удобного момента



Николай Урусов, исполнительный директор строительной компании «Красная Стрела» (МЖК «Неоклассика»):



Строительство – одна из самых социально ответственных отраслей бизнеса. Любой проект, каждая новая стройка самым непосредственным образом должна выливаться во жизни горожан, особенно в зоне, прилегающей к «синему» забору. Именно поэтому застройщики так долго и тщательно продумывают каждый проект, прежде чем выйти на площадку. В случае проектов комплексного освоения территории (КОТ) социальная ответственность бизнеса проявляется в своевременной сдаче социальных объектов и участков дорожной инфраструктуры. Без них жизнь в рамках КОТов некомфортна, теряются основные преимущества такого формата развития территории.

Проекты КОТ, по сути, должны являться маленьким городом в городе, обеспечивая своим жителям полный набор необходимых базовых услуг, таких как возможность отдать ребенка в детский сад рядом с домом, посетить врача в поликлинике, воспользоваться общественным транспортом. Наш объект – малоэтажный жилой комплекс «Неоклассика»

Кейсы. IQOS (Филип Моррис Ижора)

«Филип Моррис Ижора» - крупнейшая фабрика по производству сигарет «Филип Моррис Интернэшнл» в Восточной Европе.

Задача

Организация презентации электрической системы нагревания табака IQOS для СМИ и блогеров в Санкт-Петербурге, а затем дня рождения флагманского магазина в ТРК «Галерея»

Что было сделано

- Разработка концепции мероприятий и их организация
- Приглашение представителей деловых, lifestyle и ретейл СМИ и блогеров
- Подготовка информационных материалов для мероприятия

Результаты

>20 публикаций в СМИ по итогам каждого из мероприятий

СМИ: РБК, Time Out, NevaToday, Petersburg2, Арендатор.ру, Retailer и др.

>800 тыс. человек – охват аудитории публикаций у блогеров



Кейсы. Gorki Golf&Resort

Gorki Golf&Resort – всесезонный гольф-курорт в Ленинградской области с 18-луночным полем.

Задача

- Расширение аудитории гольф-курорта
- Формирование имиджа гольфа как захватывающего и энергичного вида спорта, который может быть привлекателен для молодой аудитории до 35 лет

Что сделано

- Разработка коммуникационная стратегия на летне-осенний сезон
- Организация пресс-конференции, приуроченной к запуску нового формата гольф-курорта
- Инициирование публикаций в деловых и массовых СМИ
- Работа с блогерами и лидерами мнений
- Организация нативных публикаций о гольфе и гольф-курорте в социальных сетях
- Организация кросс-промо активностей

Результаты

>50 публикаций о гольф-курорте в течение летне-осеннего сезона

СМИ: «Коммерсант», «Деловой Петербург», Gazeta.spb, Санкт-Петербург.ру, Where St Petersburg, WomanDaily и др.

>1,7 млн человек – охват аудитории при организации коллабораций с блогерами

2 кросс-промо мероприятия



Кейсы. VIMANA

VIMANA Global – компания аэрокосмической отрасли, проектом которой является создание беспилотных летающих такси.

Задача

Развитие стратегических коммуникаций в ОАЭ, выведение бренда в деловое информационное поле.

Что сделано

- Организация присутствия в ключевых деловых и HiTech СМИ Ближнего Востока и увеличение цитируемости бренда
- Инициирование публикаций в СМИ: статьи, интервью, комментарии
- Организация участия компании в ключевых международных бизнес-событиях по блокчейн-технологиям, HiTech и развитию городов
- Создание и ведение аккаунтов бренда в социальных сетях

Результаты (за 9 месяцев работы):

Публикации: Forbes Middle East, BBC, PMV Middle East, Khaleej Times, Comms MEA, Arabian Gazette и др.

\$348 тыс. - медиа-ценность публикаций в СМИ

11 интервью в ключевых СМИ Ближнего Востока

11 интеграций в бизнес-мероприятия

Подписчики в соцсетях бренда: Facebook – 26 000, Twitter – 4 000.

Средняя конверсия в подписчиков в соцсетях бренда – 20%



Кейсы. Ramsay Diagnostics

Рэмси Диагностика – сеть высокотехнологичных диагностических центров в Москве и Санкт-Петербурге, основанная под эгидой Пола Рэмси.

Задача

- Повышение медийной известности «Рэмси Диагностика» в B2B и B2C сегментах
- Продвижение услуги «Полный чекап организма за 3 часа»

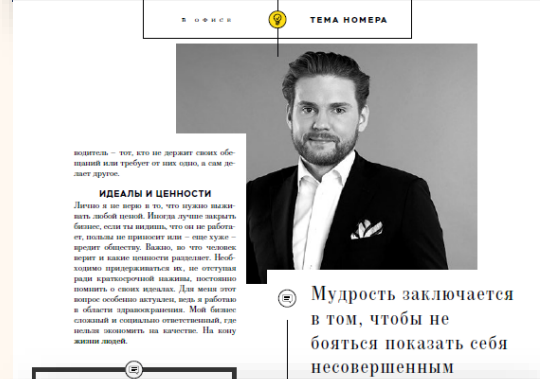
Что сделано

- Организация серии деловых завтраков в Москве и Санкт-Петербурге на тему превентивной диагностики здоровья и здорового образа жизни
- Приглашение гостей (лидеры мнений, СМИ, блогеры)

Результат

Около 50 публикаций в деловых, городских и медицинских СМИ, а также у блогеров, в том числе интервью с основателем сети Сэмом Савченко.

СМИ: Российская газета, НТВ, Деловой Петербург, Компания, Коммерсант, Office Magazine, RB, Собака и др.



Кейсы. STIHL

STIHL – лидер мирового рынка мототехники.

Задача

- Поддержание благоприятного имиджа компании STIHL
- Повышение узнаваемости и привлекательности бренда в глазах целевой аудитории

Что было сделано

- Разработка коммуникационной стратегии
- Инициирование публикаций в СМИ
- Работа с блогерами
- Информационная поддержка мероприятий, в которых компания принимала участие в качестве партнера
- Организация кросс-промо активностей
- Создан и ведется канал в Яндекс.Дзен

Результаты

>30 успешных коллабораций с блогерами по темам садоводство, DIY, автомобили

>100 публикаций в год в региональных и профильных СМИ

4,5% - CTR в Яндекс.Дзен

10-15% - процент внешних переходов на сайт из канала в Яндекс.Дзен



Кейсы. Федерация лыжных гонок

Задача

Организация информационной поддержки мероприятий Федерации (международные соревнования «Лыжный спринт на Дворцовой», мастер-класс олимпийских чемпионов Дмитрия Малышко и Александра Легкова для молодых спортсменов Федерации по биатлону СПб, ФЛГ СПб и курсантов ВИФК)

Что было сделано

- Привлечены информационные партнеры из числа lifestyle и городских СМИ
- Организован ряд пресс-конференций, приуроченных к мероприятиям
- Разработаны информационные материалы для журналистов
- Организована работа с целевыми журналистами как на самом мероприятии, так и вне мероприятия (анонсы, материалы пост-фактум)

Результаты

>100 публикаций по каждому из мероприятий

СМИ: Телеканал Санкт-Петербург, телеканал Россия, телеканал НТВ, Радио Зенит, «Спорт день за днем», «Петербургский дневник», «Комсомольская правда», газета «Метро», «Аргументы и факты», KudaGo и др.



Кейсы. Hyundai

Хендэ Мотор СНГ – эксклюзивный импортер и дистрибьютор автомобилей марки Hyundai на территории РФ, обладает одной из крупнейших дилерских сетей в России.

Задача:

Разработка программы КСО

Что было сделано

- Разработана и реализована программа КСО «Изменим мир вместе!»
- В рамках программы реализовано несколько важных проектов. В частности был организован субботник «Сохраним зеленую планету!» в Приокско-Тerrasном заповеднике (Московская область) и усыновление зубренка в рамках программы заповедника и Фонда дикой природы WWF «Усынови зубра».
- Организована информационная поддержка программы КСО в СМИ и социальных сетях

Результаты

СМИ: «Вечерняя Москва», «Московский комсомолец», «Московская правда», «100 дорог», AutoDealer, MotorPage и др.

40 млн. человек – охват аудитории публикаций в СМИ

>300 тыс. человек – охват аудитории сообщений в социальных сетях



Кейсы. Luxury Society

LuxurySociety.com – закрытое международное онлайн-сообщество для компаний индустрии luxury.

Задача

Организовать гурме-бранч для VIP-аудитории Санкт-Петербурга. Подобные бранчи сообщество проводит в разных странах мира при поддержке крупных luxury-брендов.

Что сделано

- Мероприятие организовано «под ключ» (от концепции до реализации): гурме-бранч в ресторане Le Cristall и закрытый ужин с пред-показом новой коллекции Carrera&Carrera в Русском музее
- Guest management

Результаты

>100 гостей – руководители крупного и среднего бизнеса Москвы и Санкт-Петербурга.

Партнеры мероприятия



Кейсы. Группа ЛСР

Группа ЛСР – одна из крупнейших девелоперских компаний России, №2 по объемам строительства в Санкт-Петербурге

Задача:

- Сопровождение в социальных сетях
- Достижение поставленных KPI

Что сделано:

- Ведение сообществ в социальных сетях ВКонтакте, Facebook, Instagram с января 2021. по н.в.

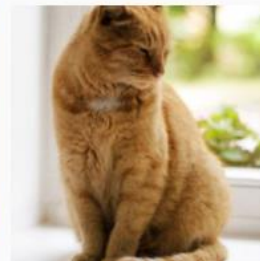
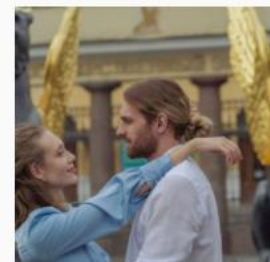
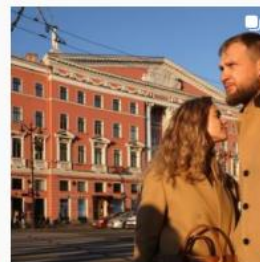
<https://www.instagram.com/lsr.petersburg/>

<https://www.facebook.com/lsr.petersburg>

<https://vk.com/lsr.petersburg>

Результаты:

- Перевыполнение поставленных KPI на 15%



Кейсы. ГК ЦДС

ГК ЦДС – инвестиционно-строительный холдинг, работающий на рынке Санкт-Петербурга и Ленобласти более 22 лет, ТОП-3 по объему вводимого жилья в Санкт-Петербурге и Ленобласти.

<https://www.cds.spb.ru/>

Задача

- Поддержание благоприятного имиджа ГК ЦДС

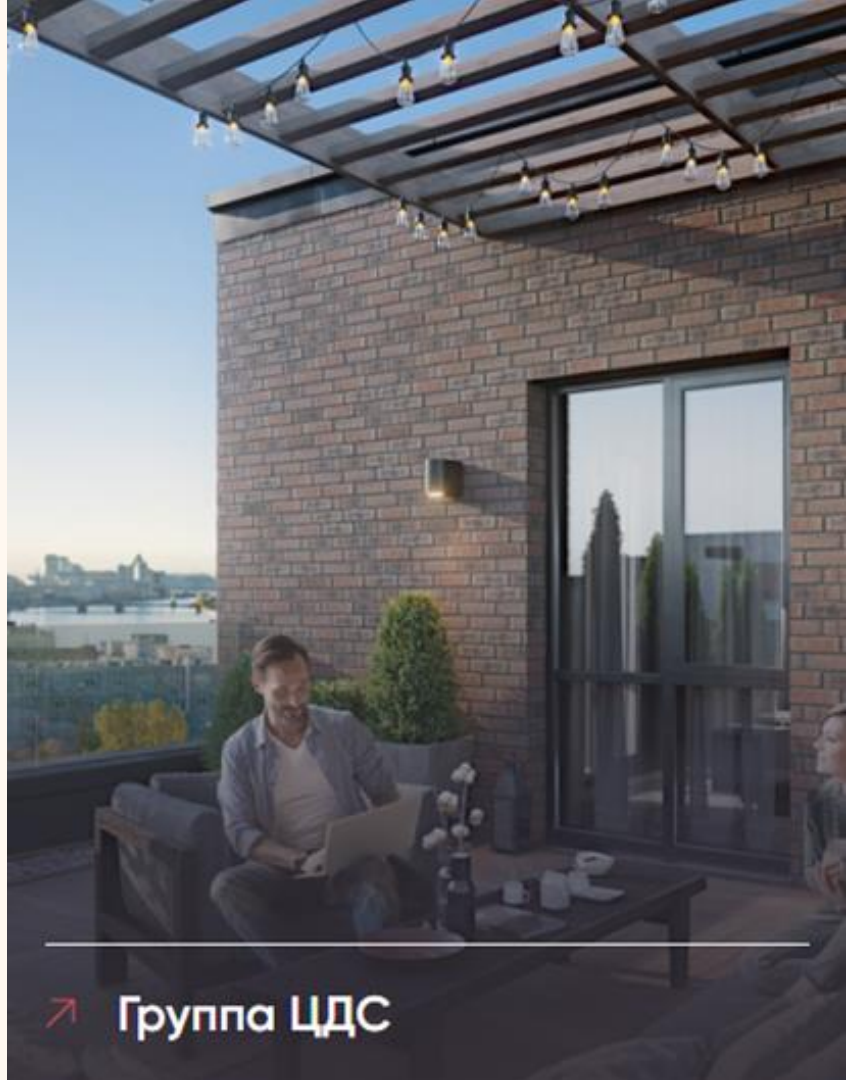
Что сделано

- Разработка коммуникационной стратегии
- PR-сопровождение в СМИ с 2014г. по н.в. (подготовка и распространение пресс-релизов, комментарийная активность, инициирование публикаций в деловых и профильных СМИ)

Результаты

>1000 публикаций ежегодно

СМИ: «Коммерсант», «Деловой Петербург», Фонтанка.ру, РБК, «Недвижимость и строительство Петербурга» и др.



Кейс по SMM. ГК Гранель

ГК Гранель – одна из крупнейших девелоперских компаний России.

Задача:

- Прирост подписчиков на органике
- Увеличение вовлеченности (ER) – на момент старта показатель во всех соцсетях был на уровне 1%

Что сделано:

- Разработка SMM-стратегии
- Ведение сообществ в социальных сетях ВКонтакте, Facebook, Instagram с января по декабрь 2021.

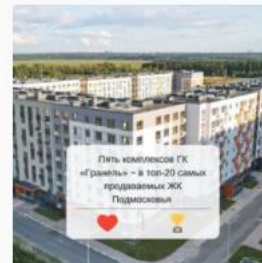
https://www.instagram.com/gk_granelle/

<https://www.facebook.com/granelle.ru>

https://vk.com/granelle_group

Результаты:

- Органический прирост подписчиков в среднем на 5-10% за год (в зависимости от соцсети)
- Сокращение объема негатива в аккаунтах на 80%
- ER (органика) – ВК (0,9%), Fb (5,1%), Instagram (4,2%)



Контакты

Виктория Кулибанова

Генеральный директор
Агентства «Spice Media»

Моб. + 7921-914-37-20

Тел. (812) 337-15-38 (СПб)

Тел. (495) 640-31-56 (Москва)

E-mail:

v.kulibanova@spice-media.ru

www.spice-media.ru

Instagram: @very_spice_agents

