

Продвижение брендов
из сферы услуг



Новые правила — новая стратегия

Долгое время бренды из сферы услуг привлекали клиентов акциями и скидками.

В новых реалиях компаниям приходится отказываться от политики лояльности и осваивать новые PR-инструменты, выстраивать позиционирование с учетом изменившихся ожиданий и запросов клиентов.

На первое место выходит долгосрочная коммуникация с аудиторией во всех каналах ее присутствия.



Чем мы можем помочь

Мы помогаем компаниям строить гибкую коммуникацию и выходить на новую аудиторию с другим чеком.

Показываем, как адаптировать сообщения и тональность бренда под меняющиеся ценности и запросы клиентов.

- ① Повышаем узнаваемость бренда
- ① Выводим на рынок новые продукты
- ① Помогаем находить инвесторов и потенциальных клиентов
- ① Увеличиваем присутствие в медиаполе
- ① Выстраиваем имидж и позиционирование
- ① Укрепляем лояльность текущей аудитории



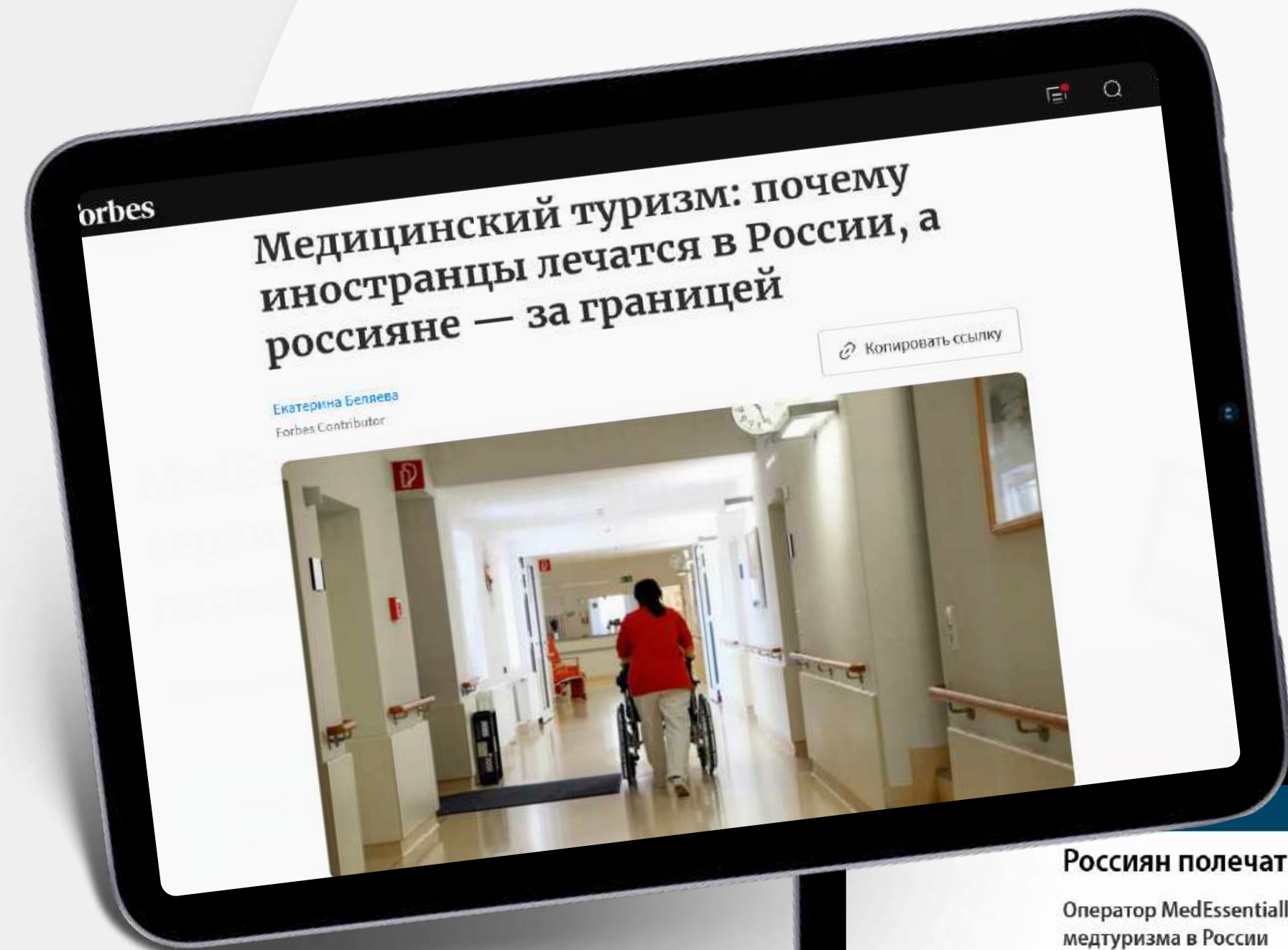
Кейсы из сферы услуг

Продвижение медицинской платформы и личного бренда основателя

MedEssentially — онлайн-сервис по поиску и организации лечения за рубежом. Проект сотрудничает с клиниками Израиля, Германии, Турции, Великобритании и Франции.

Задачи

- Рассказать о возможностях платформы и запустить ее продвижение в общественных и lifestyle СМИ.
- Повысить имидж и узнаваемость основателя компании Екатерины Беляевой.



Коммерсантъ

Россиян полечат из Британии

Оператор MedEssentially хочет занять 25% рынка выездного медтуризма в России

Британский оператор медицинского туризма MedEssentially выходит в Россию и в течение трех лет планирует занять 25% местного рынка. Проект, созданный в 2016 году, пока обслужил только 200 клиентов. Заниматься медицинским туризмом в России рискованно из-за роста валют — это снижает спрос на лечение за рубежом, отмечают эксперты.



Что сделали

Разработали PR-стратегию для продвижения сервиса в СМИ.

Подготовили и опубликовали бизнес-материалы в деловых СМИ — интервью, колонки, комментарии основателя компании Екатерины Беляевой.

Публикации вышли в Forbes, «Коммерсанте», «Секрете фирмы», «Инвест-Форсайте», VC, Wday.

100

публикаций в СМИ
за 6 месяцев

7,3 млн

общий охват СМИ с
публикациями о компании



Продвижение платформы для аренды городских самокатов

Samocat Sharing — сеть автоматических станций проката самокатов. Станции компании есть в российских и европейских городах. Основатель бренда и резидент «Сколково» Василий Быков подсчитал, что одна станция может приносить до 900€ в месяц для Европы и 40–50 тыс. рублей прибыли — для крупного российского города.

Задачи

Взять на себя продвижение сервиса в медиаполе и личного бренда основателя Samocat Sharing Василия Быкова.

ВЕДОМОСТИ

15 февраля 2019, 11:22 / Недвижимость

Резидент «Сколково» построит в Калининградской области производство микротранспортных систем

Ведомости



Прочту позже

Корпорация развития Калининградской области подписала соглашение с одним из резидентов «Сколково», компанией Samocat Sharing, об открытии производства микротранспортных систем в особой экономической зоне Калининградской области. Общий объем

РБК+ Новая экономика Тренды РБК Компании РБК Life ...

20 ИДЕЙ ПО РАЗВИТИЮ РОССИИ

Калининград, 18 фев 2019, 11:29 | 724 | Поделиться

Резидент «Сколково» запустит производство в индустриальном парке области



Что сделали

Разработали PR-стратегию по продвижению личного бренда. Организовали интервью с владельцем Samocat Sharing Василием Быковым.

Публикации с упоминанием бренда и его основателя вышли в крупных деловых и лайфстайл-СМИ: «Коммерсанте», «Ведомостях», ТАСС, The Village, VC.ru.

Рассказали, почему прокат электросамокатов — новый мировой тренд, как будут выглядеть микротранспортные системы будущего и сколько можно заработать на «прокатном» бизнесе.

ВЕДОМОСТИ

VC
.RU

РБК

ТАСС

Коммерсантъ®

60

публикаций в СМИ

1 МЛН

общий охват СМИ с публикациями о компании

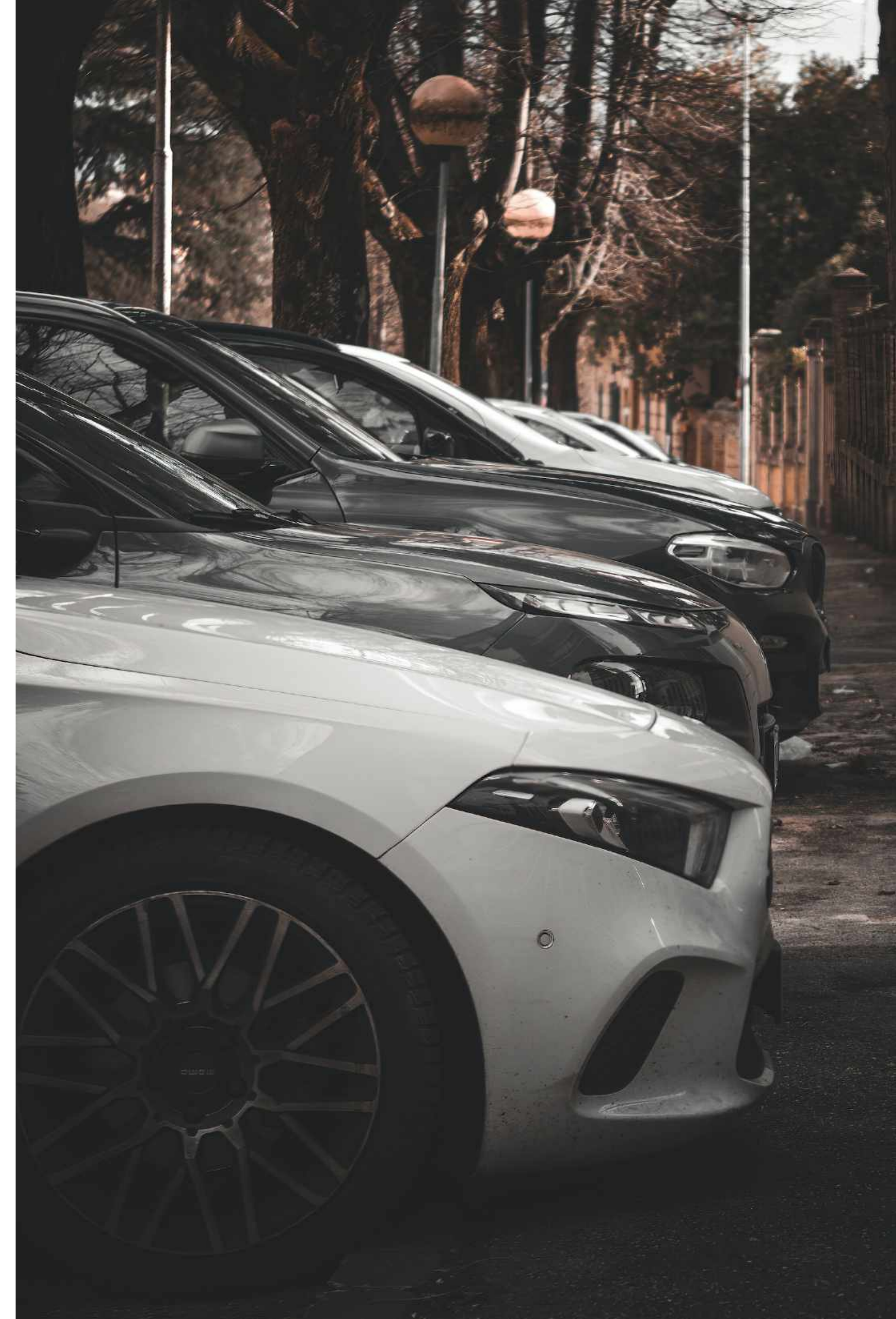


PR-кампания для сервиса RentRide

RentRide — крупнейший в России онлайн-сервис аренды частных автомобилей. За 5 лет компания выросла из небольшого стартапа по поиску машин через знакомых до маркетплейса по аренде авто, который сотрудничает с европейскими автопроизводителями: Porsche, Volkswagen, Audi, а также с отраслевым гигантом — «Газпром нефтью».

Задачи

- Запустить продвижение сервиса и личного бренда его сооснователя Александра Ладыгина.
- Повысить узнаваемость сервиса, выделив его среди конкурентов.



Что сделали

Компания регулярно собирает статистические данные о рынке аренды авто и предпочтениях автолюбителей в зависимости от региона. На основе этих данных мы подготовили исследование, которое стало заметным инфоповодом для СМИ.

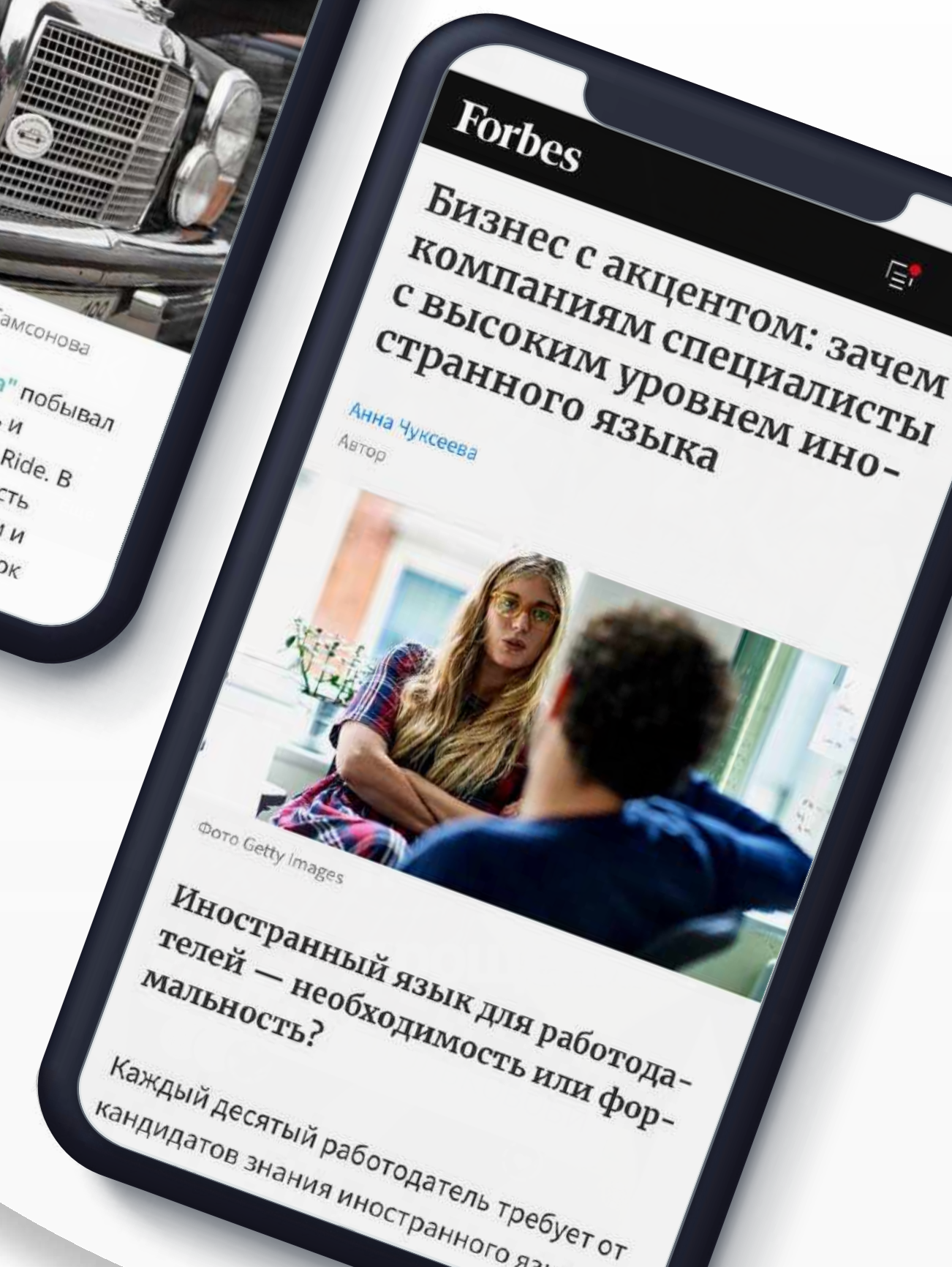
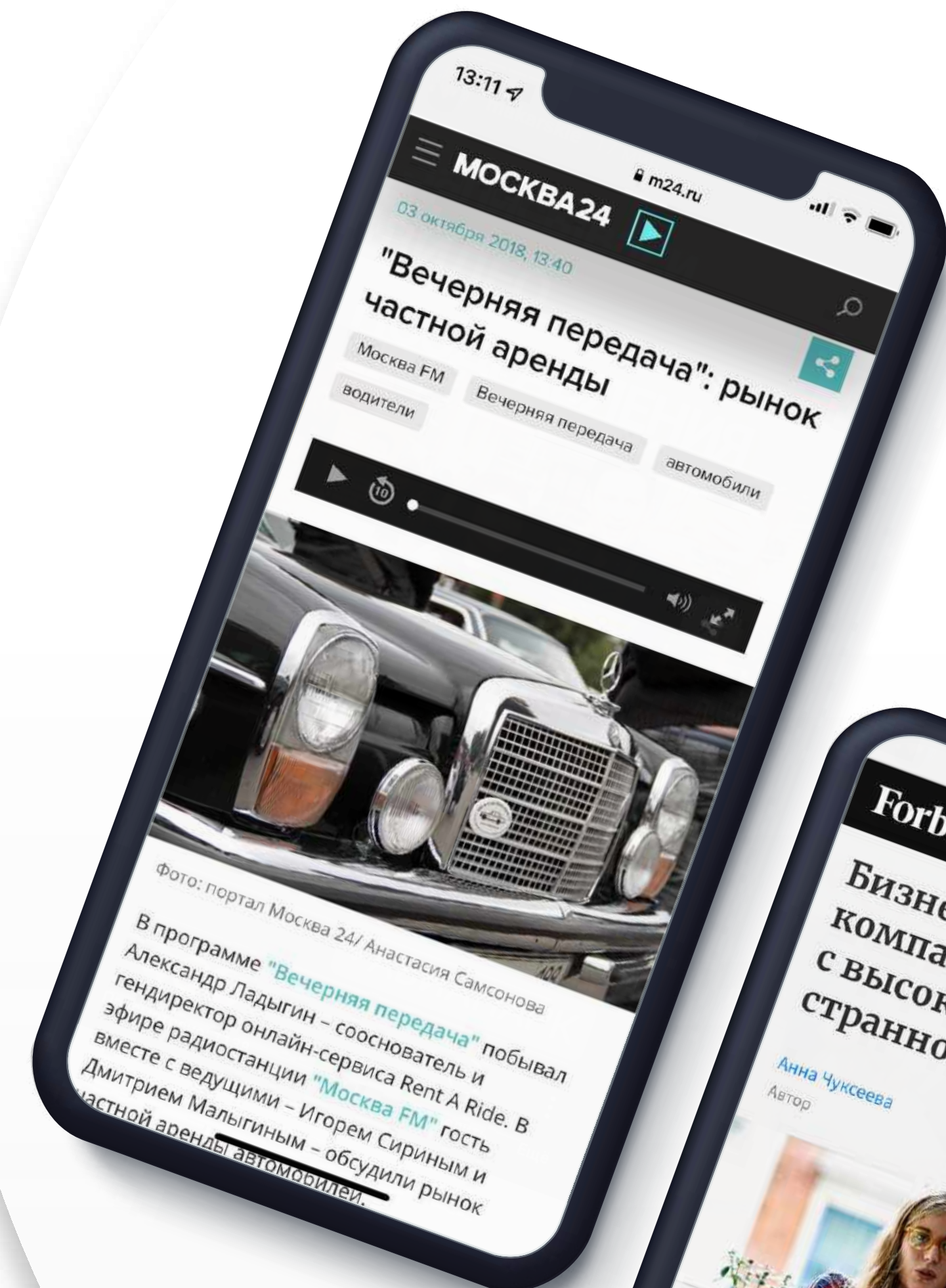
Опубликовали статьи, пресс-релизы и комментарии экспертов с упоминанием сервиса. Материалы вышли в федеральных СМИ и широкоохватных автомобильных медиа.

250

публикаций о компании
в СМИ за 7 месяцев

TOP

публикации вышли в «Коммерсанте», «Аргументах и Фактах», «За рулем», RG.ru, «Бизнес журнале», на «Москве 24» и радио «Эхо Москвы».



Продвижение клининговой платформы и личного бренда основателя

Helpstar — профессиональный сервис по уборке квартир. Основатель бренда Станислав Киселев вошел в практически не занятую (на тот момент) нишу в России — заказ домашних услуг в «одном окне», где основной упор сделан как раз на уборке квартир.

Задачи

- Рассказать о сервисе целевой аудитории через соцсети и публикации в lifestyle СМИ.
- Запустить продвижение личного бренда основателя платформы Станислава Киселева.
- Разработать контент-план для каждой соцсети бренда: Instagram, Facebook, ОК, VK.

RB.RU | НОВОСТИ | БИЗНЕС | ТЕХНОЛОГИИ | ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ | КАРЬЕРА | TELEGRAM RB | 🔍 | 👤

Всего 100 тысяч рублей для входа на наш рынок — это вранье

КОЛОНКИ
21 сентября 2016

Станислав Киселёв
Основатель сервиса домашних услуг Helpstar

Долгое время прожив в США, Станислав Киселев решил открыть бизнес в России. Предприниматель увидел практически не занятую нишу, которую в Америке уже давно освоили — заказ домашних услуг в «одном окне», где основной упор сделан как раз на уборку квартир. Так появилась компания Helpstar.

ВОЗМОЖНОСТИ
31 августа 2022
HSE Fest 2022

НЕДВИЖИМОСТЬ
РИА НОВОСТИ

12:24 16.08.2016 | 👁 6934

Пушистая проблема: 6 секретов уборки в квартире с домашними животными

Кошка

© РИА Новости / Игорь Русак / Перейти в фотобанк

Что сделали

У сервиса уборки преимущественно женская аудитория. Поэтому для продвижения платформы мы выбрали широкоохватные lifestyle-СМИ.

Чтобы вывести в медиаполе основателя компании, подготовили для Станислава Киселева экспертные колонки в деловых СМИ. Рассказали, как выглядит рынок клининга в России, в чем особенность спроса на услуги уборки и каковы перспективы развития отечественных клининговых компаний.

Взяли на себя ведение всех соцсетей бренда. Подготовили тексты, визуал, инфографику. Организовали фотосъемку и запустили таргет на целевую аудиторию.

ЭНОб.

RUSBASE

Луза

СЕКРЕТ
ФИРМЫ

ДНИОРУ

Helpstar

52

публикации в СМИ
за 6 месяцев

7,4 млн

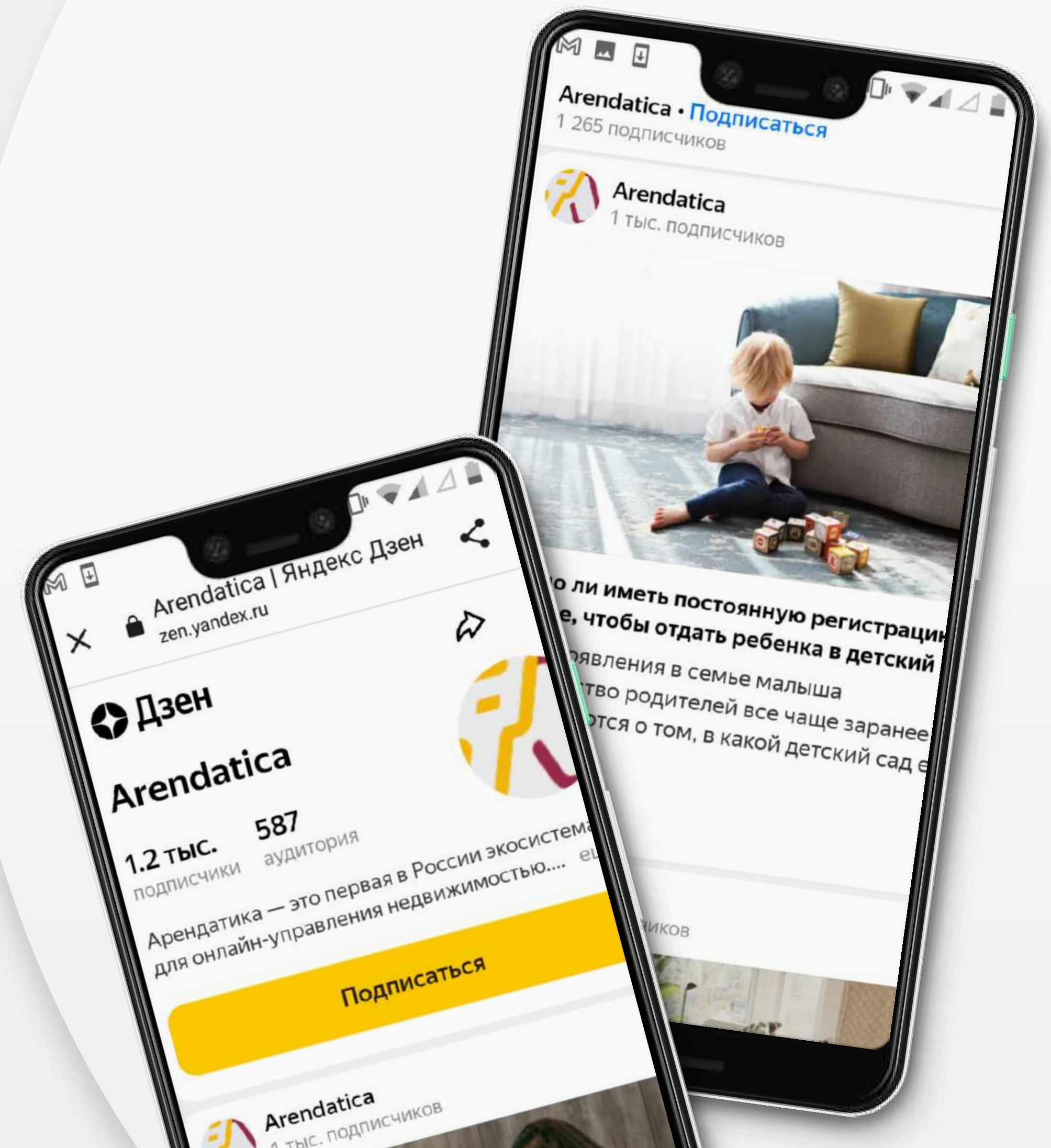
охват публикаций

Продвижение сервиса аренды недвижимости «Арендатика»

«Арендатика» — это первая в России экосистема для онлайн-управления недвижимостью. Она позволяет собственникам и арендаторам квартир экономить деньги и время при сдаче и аренде квартир.

Задачи

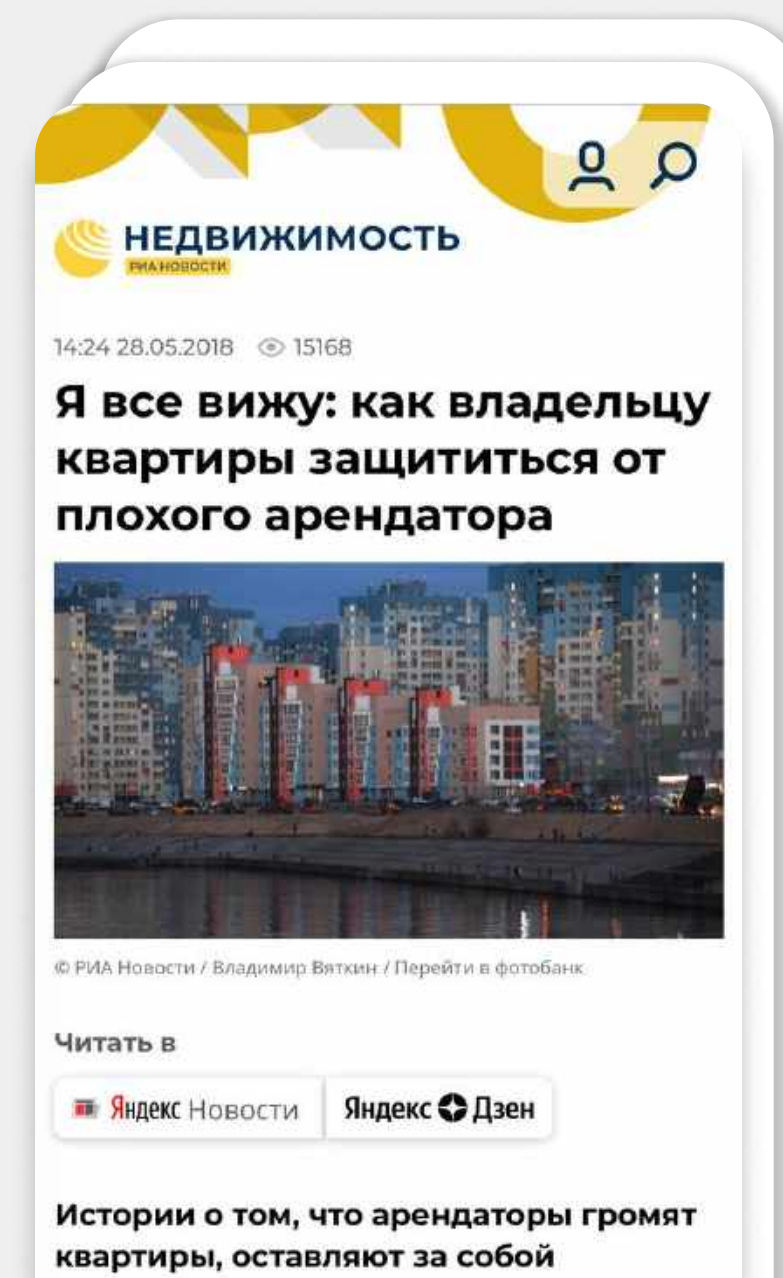
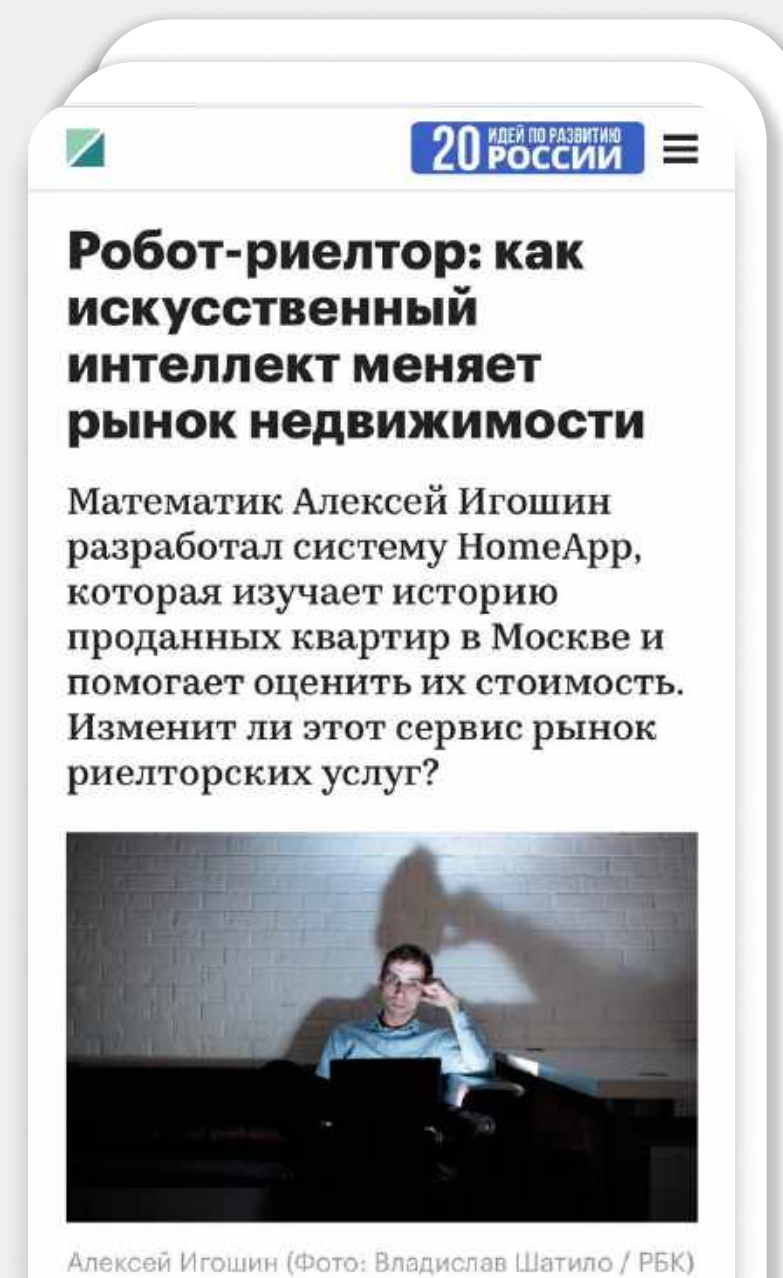
- Привлечь потенциальных клиентов с помощью «охватных» статей.
- Увеличить трафик на сайте компании.
- Повысить доверие к компании за счет экспертного контента.



Что сделали

Подготовили цикл статей на тему безопасной сдачи и аренды квартиры с нативной рекламой бренда.

Разобрали самые частые вопросы, которые встречаются на форумах и поступают в службу поддержки компании.



31

статья в СМИ

152 000

максимально показов в ленте

7 000

максимальное число просмотров

200

переходов на сайт



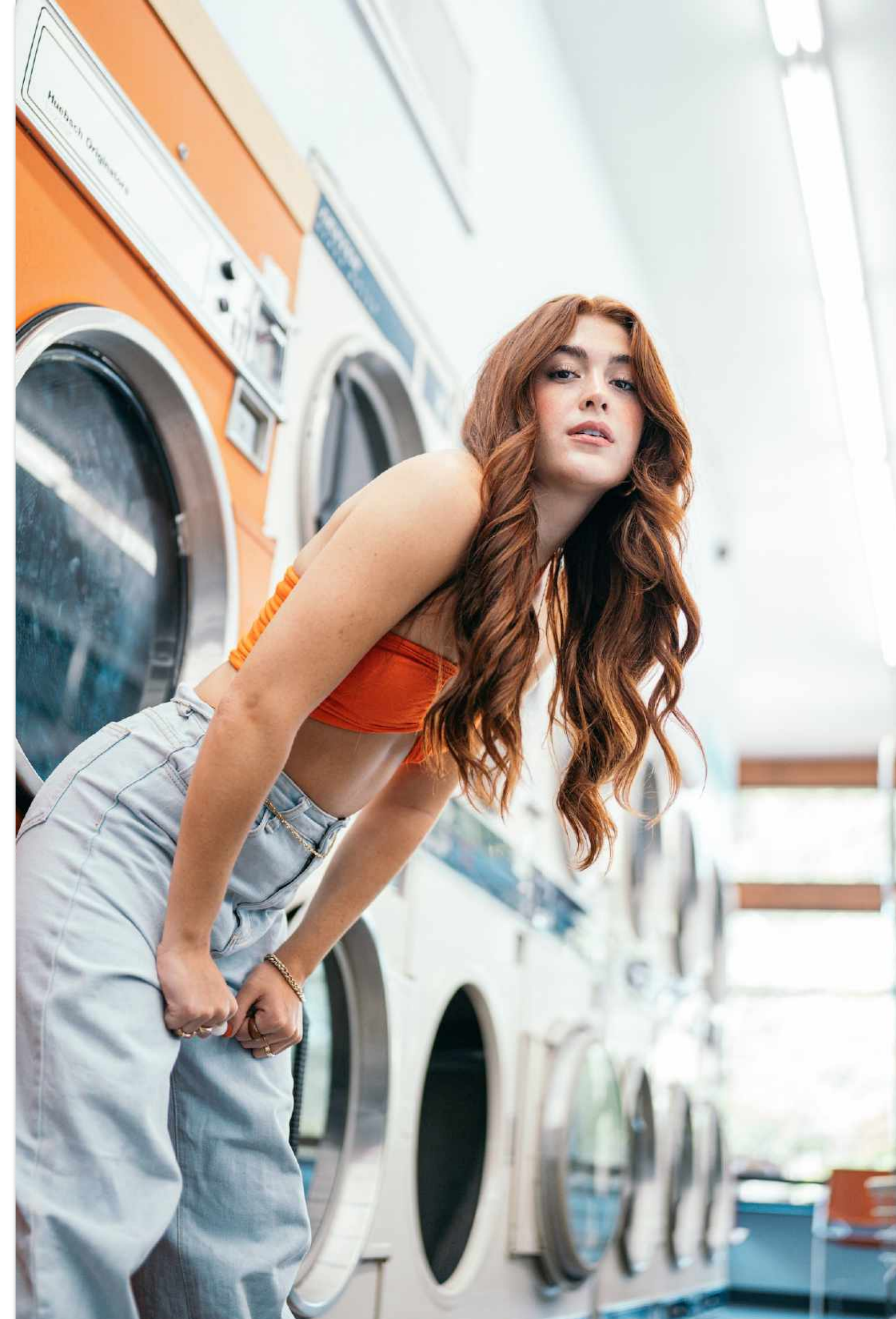
Продвижение франшизы прачечных самообслуживания

«Постирай» — сеть прачечных самообслуживания. Бизнес развивается как франшиза для начинающих предпринимателей со свободным капиталом от 2 млн рублей.

Франшиза прачечных подходит тем, кто рассматривает бизнес как дополнительный стабильный источник заработка и хочет получать пассивный доход с минимальным участием.

Задачи

- Разработать стратегию продвижения франшизы.
- Повысить узнаваемость бренда среди потенциальных франчайзи.
- Рассказать о возможностях для развития бизнеса в СМИ и на диджитал-площадках.



Что сделали

Разработали стратегию продвижения франшизы «Постирай» на основе анализа конкурентов и потенциала бренда. Предложили идеи спецпроектов, темы для публикаций в СМИ и посевов в сторонних Telegram-каналах.

Выпустили несколько публикаций для привлечения инвестиций и продажи франшизы. В результате компания **получила предложения** по аренде в прикассовой зоне от крупных ритейлеров — «Ленты» и Auchan.



Новые партнеры компании

20 ИДЕЙ ПО РАЗВИТИЮ РОССИИ

Деньги на стирке




Фото: Олег Яковлев/РБК

Предприниматели Олег Масленников и Павел Глушенков развивают сеть прачечных самообслуживания «Экспресс-Лаундри», которые в 2015 году принесут им около 22 млн руб.

«По сути, мы занимаемся упаковкой: смешиваем воду, электричество и моющее средство — и вуаля, получается услуга», — говорит предприниматель Олег Масленников. Мы разговариваем в принадлежащей

Войти

Как бывший милиционер открывал прачечные самообслуживания

Сначала он чуть не разорился, а потом придумал, как сделать точки прибыльными

Ольга Сенаторова



Партнеры Олег Масленников (слева на фото) и Павел Глушенков познакомились при покупке стиральных машин / Максим Стулов / Ведомости

Капитан милиции Олег Масленников шесть лет назад уволился из МВД, переехал из Барнаула в Краснодар и

PR для экспресс-доставки Mail Boxes ETC

Компания MBE с 1980 года доставляет посылки и корреспонденцию по всему миру и является лидером отрасли экспресс-доставки. Компания продолжает расширять спектр услуг и географию работы.

Задачи

- Повысить узнаваемость бренда за счет публикаций в деловых и бизнес-СМИ.
- Организовать фотосъемку команды.
- Проанализировать работу конкурентов со СМИ.

По образу и подобию. Кому можно доверить франшизу своего бизнеса

[Алексей Боровков](#)

Автор



Фото Антона Новодережкина / ТАСС

Существует минимум пять типов предпринимателей, с которыми

Что сделали

Взяли интервью у директора по развитию сети компаний МВЕ Алексея Боровикова.

Подготовили серию экспертных статей и колонок в деловых, финансово-экономических СМИ, интернет-журналах для предпринимателей.

Рассказали, как устроен рынок логистики, кому можно доверить франшизу своего бизнеса и как службе доставки подобрать идеального курьера.

Forbes

biz360

Коммерсантъ®

[NR]
NEW RETAIL



10

публикаций в СМИ
за 3 месяца

TOP

размещение в
авторитетных СМИ

Чем отличаемся

Редакционный контент

Профессиональные журналисты и редакторы TrendFox знают, как и о чем писать, чтобы материал попал в деловые и лайфстайл-СМИ. Мы напрямую общаемся с редакторами медиа, берем интервью у экспертов и продвигаем инфоповоды на радио и TV.

Сотрудничество с экспертами

Привлекаем в проекты общественных и государственных деятелей, предпринимателей и отраслевых экспертов, чтобы придать вес событию и повысить цитируемость инфоповодов.

Собственная аналитика

Собственный аналитический центр проводит все типы исследований: соцопросы, глубинные интервью, репутационные и медиаобзоры. Результаты исследований становятся заметными инфоповодами.

Международная экспертиза

Работаем со СМИ и новыми медиа из США, Европы и Азии. Формируем инфоповоды, готовим публикации и информационные продукты для иностранных партнеров и инвесторов.

TrendFox

коммуникационное агентство



ask@trendfox.ru

+7 495 136 60 19