



GRECHKA
MEDIA



КТО МЫ

@grechkamedia

Коммуникационное агентство GRECHKA MEDIA работает со стартапами и технологичными компаниями.

Наша зона – коммуникация с вашей аудиторией через все коммуникационные каналы – от газет и топовых медиа до блогеров и таргетированной рекламы.

Повысим узнаваемость бренда, привлечем внимание целевой аудитории, заработаем доверие, расскажем о вас инвесторам.

Мы – технократы.

Результат можно посчитать и мы гарантируем результат, даже в работе с соцсетями и в PR.

Мы – транспарентны.

Мы честны с нашими клиентами и всегда расскажем о рабочем процессе без прикрас.

Мы – гики.

Наша миссия – распространять технологии и инновации по всему миру.

9 ЛЕТ НА РЫНКЕ

Коммуникационное агентство Grechka Media основано в 2015 году и в числе первых начало работать с российскими стартапами.

УСПЕШНО РАБОТАЕМ НА РОССИЙСКОМ И МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКАХ

Офисы Grechka Media открыты в России (Москва) и ОАЭ (Дубай). Оказываем коммуникационное сопровождение на российском и международном рынке. С 2022 года активно развиваем направление на рынке MENA.

ВХОДИМ В ТОП-10

PR-агентств России по версии Рейтинга Рунета от 2024г.

НАМ ДОВЕРЯЮТ СТАРТАПЫ И КРУПНЫЕ КОМПАНИИ

Через нас прошло больше 120 стартапов с 2015 года. Среди них Uber, СберУниверситет, Premier и многие другие. Мы обслуживаем 14 сервисов Яндекса как эксклюзивный PR-подрядчик. Руководим международным PR для венчурного фонда Pulsar Venture Capital и ОЭЗ «Иннополис». Запускали международные кампании для стартапов Bewearcy, OctaZone, Банк 131.

АККРЕДИТОВАННЫЙ ПРОВАЙДЕР

Мы аккредитованное коммуникационное агентство двух крупнейших стартап-экосистем России: «Сколково» и ОЭЗ «Иннополис». С 2021 года мы успешно реализовали более 20 маркетинговых микрогрантов. Также совместно с Фондом «Сколково» проводим образовательные инициативы.



ИВАН ДРОБЫШЕВ

Управляющий партнер Grechka Media

Свою карьеру начинал как журналист на телеканале «Дождь». Покинув телеканал в 2014 году, с нуля основал коммуникационное агентство Grechka Media, которое в числе первых начало работать с российскими стартапами. Иван также работает с венчурным рынком, является главой PR в международном венчурном фонде Pulsar VC. Совместно с благотворительным фондом Друзья запустил Московскую школу профессиональной филантропии, первую в России «Mini-MBA для НКО». Преподает на корпоративных образовательных программах в Skolkovo Startup School, Северсталь, Газпром Медиа. Образование: степень по PR в РГГУ, повышение квалификации по гранту Russian Business Leaders в Georgetown University и The University of Texas.



РОКСАНА БУЯЕВА

Партнер Grechka Media и account-директор

Карьеру начинала как корреспондент газеты «Известия» (Москва, социальная политика, потребительский рынок), далее – редактор отделов «Образование» и «Карьера» портала Life. С 2017 года — в PR, Grechka Media. Занималась PR-сопровождением НТИ «Автонет», онлайн-сервиса CarMoney, онлайн-автосервиса Uremont, сети детских технопарков «Кванториум» и других технологичных проектов. Другие проекты в качестве Account: Яндекс (Яндекс.Эфир, Яндекс.Путешествия, техноPR Яндекс, Яндекс.Кью, Яндекс.Услуги и «грибы»), онлайн-кинотеатр Premier. Преподавала на корпоративных образовательных программах «Газпром-Медиа» — «PR-интенсив». Имеет степень магистра РГГУ (международная журналистика).



ЮЛИЯ ВОЛКОВА

Коммерческий директор

С 2020г. в Grechka Media отвечает за развитие и привлечение новых клиентов. Ранее ведущий маркетолог российского представительства международной театральной компании Stage Entertainment BV, а также маркетинговый директор киберспортивного проекта «Газпром-медиа». Образование: Московский педагогический государственный университет, магистратура по направлениям «Управление персоналом» и «Развитие человеческих ресурсов».



КСЕНИЯ СОФРОНОВА

PR-менеджер проекта в англоязычных медиа

Международный опыт более пяти лет в реализации проектов в сфере культуры и event-индустрии. Два года в PR и рекламе.

Образование: Rose Bruford College (The University of Manchester).



ОЛЬГА ЛИННИЧЕНКО

Senior PR-менеджер и руководитель B2B-направления

Двенадцать лет в PR и рекламе. Опыт более 8 лет в реализации проектов в сфере культуры и event-индустрии и более 5 лет — в сфере IT. Работала менеджером по внешним коммуникациям в IT-компании КРОК. Также занималась PR-сопровождением компаний из сфер: MarTech, AdTech, онлайн-сервисы, Shared ID, мобильные рассылки, страхование для бизнеса. Образование: закончила Московский Технический Университет Связи и Информатики (МТУСИ) и Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ). Прошла повышение квалификации в НИУ ВШЭ по направлению «Поведение потребителя».



ЕЛИЗАВЕТА ЖУРОВА

PR-менеджер — Lifestyle-редактор Grechka Media

Карьеру начинала как независимый куратор художественных выставок, PR-менеджер и куратор кинопрограммы Мультимедиа Арт Музея (Москва). Работала координатором в образовательной программе «Архитекторы.рф» при институте «Стрелка». Младший продюсер Beat Film Festival 2021.

С 2020 года – PR-менеджер в Grechka Media. Занималась PR-сопровождением онлайн-кинотеатра Premier, проектов Яндекса (Яндекс.Эфир, Яндекс.Путешествия, Яндекс.Услуги).



КИРИЛЛ ФРОЛОВ
Директор по маркетингу

Специализируется на лидогенерации из социальных сетей, выстраивании автоматизированных воронок, аналитике трафика, выводе нового продукта на рынок. Опыт работы в маркетинге с 2010 года. Работал со стартапами EdStories (запуск продаж продукта на рынке РФ), Treebo (запуск системных продаж и рост в два раза каждый месяц), с фондами и венчуром Pulsar VC, Фондом содействия инновациям, Инвестиционно-венчурным фондом Республики Татарстан, ОЭЗ «Иннополис», «Сколково».



ДАРЬЯ КУЛАНОВА
Менеджер спецпроектов

Занимается первичной работой с клиентами, подбирает менеджеров на проект. Реализует спецпроекты в СМИ и занимается медиабаингом, работой с инфлюенсерами и блогерами. Реализовала проекты для онлайн-кинотеатра Premier, ОЭЗ «Иннополис», стартапа в сфере real estate Realiste и другими. В Grechka Media долгое время работала проектным менеджером ОЭЗ «Иннополис». Образование: Казанский Федеральный университет, специальность: политология, специалитет.

НАША ЭКСПЕРТИЗА — СТАРТАПЫ И КОМПАНИИ, КОТОРЫЕ МЕНЯЮТ МИР

Для крупного бизнеса – мы помогаем с PR и креативными кампаниями.

Для начинающих проектов – полное коммуникационное сопровождение: от digital-маркетинга до публикаций в СМИ.



PR-кампании

Запускаем новости, пишем статьи в топовые Tier 1 и отраслевые СМИ, придумываем креативные спецпроекты, приглашаем журналистов и блогеров на ваши мероприятия.

Дизайн

Разрабатываем айдентику бренда, помогаем донести ваши ценности через визуал, создаем материалы для маркетинговых активностей – печатные визитки, листовки, баннеры, а также пакет изображений для сторис, шаблоны презентаций, анимация, моушн-дизайн.

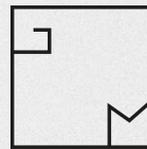
ЧТО УМЕЕМ ДЕЛАТЬ

СММ

Работаем с соцсетями “под ключ” – ведем страницы бренда в любых соцсетях, организуем съемки контента, планируем ленту, пишем посты, отвечаем на комментарии, вовлекаем подписчиков, выкладываем сторис и создаем тренды.

Сайты

Собираем простые одностраничные лендинги и сложные сайты с 3D-элементами, берем на себя технические задачи по подключению домена, эквайринга, если необходимо и другие вопросы.



GRECHKA
MEDIA

КЕЙСЫ - PR

ПОДДЕРЖКА СЕРВИСОВ ЯНДЕКСА

С февраля 2020 года Grechka Media занимается продвижением сервисов и продуктов Яндекса, среди которых поиск Яндекса, Яндекс Браузер, Яндекс Путешествия, Яндекс 360, Яндекс Карты и Yandex Pay. Кроме того, наша компания помогает Яндексу и по другим проектам.

Мы ведем регулярную работу с топовыми и нишевыми СМИ, чтобы о продуктах Яндекса узнавало все больше людей. Grechka Media отвечает как за продвижение информационных поводов сервисов, так и за инициацию креативных материалов в СМИ.

Поддержка запуска глобального обновления поиска Яндекса: PR-поддержка инфоповода.

В результате нашей работы о проекте рассказало более 300 СМИ, в том числе Коммерсантъ (и даже поделились ссылкой на видео блогеров), РБК, Forbes, РГ и др.

Сопровождение

инфоповодов

Яндекс

Путешествий.

До 236 публикаций одной новости (например, о планах россиян на отдых в августе).

Мы запускали в России и Беларуси Yandex Pay, рассказывали о появлении синхронного перевода видео в Браузере, появлении «умной камеры» и ее новых фичах и запуске первых телевизоров от Яндекса.

ЗАПУСК БЕСПИЛОТНОГО ТАКСИ В МОСКВЕ

Мы рассказали о старте работы роботакси, которым управляет искусственный интеллект. Об этом рассказало более 200 изданий, в том числе [ТАСС](#), [Forbes](#), [РИА Новости](#), [РБК](#), [VC](#), BFM, [Лента](#) и десятки других, также мы получили выходы нескольких радиосюжетов.

Общее количество сообщений составило - 499

Охват (из открытых источников) - 204,5 млн



УМНЫЕ УСТРОЙСТВА ЯНДЕКСА

В апреле мы рассказали о новых умных устройствах Яндекса (в том числе о старте продаж в России и Казахстане). В день нашего анонса вышел сначала большой материал на Forbes, а затем мы вышли с новостью во всех целевых медиа, это и [РБК](#), [Коммерсант](#) и [Код Дурова](#), [Большой Город](#), [ТАСС](#) и др.

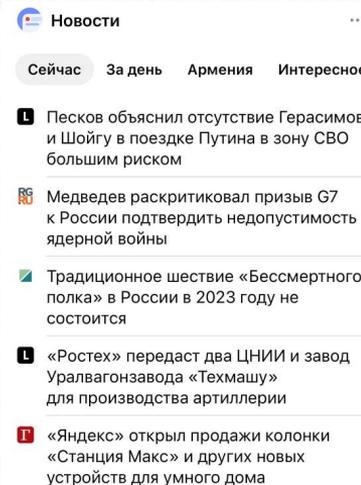
А с новостью о старте продаж в России нам удалось выйти в главный топ Дзен. По итогу трёх запусков в цепочке получилось более 49 целевых выходов.



Домашний интеллект: зачем устройствам «Яндекса» для умного дома новый протокол

Анастасия Гаврилюк
Редакция Forbes

Копировать ссылку





ПЕРВЫЕ ТЕЛЕВИЗОРЫ ЯНДЕКСА

В октябре 2022 мы рассказали в СМИ о запуске первых телевизоров Яндекса. Об этом рассказало более 200 изданий, в том числе Forbes, «Коммерсант», ТАСС, Ведомости, РБК, VC, BFM, Лента и десятки других, а также мы получили выходы двух ТВ сюжетов и двух радиосюжетов.

Мы давали новость в два этапа. Новость о проекте/запуск продаж (и по такой рекламной активности мы получили более 130 выходов, в том числе «Большой город», «Хабр», «Код Дурова», «Российская газета», VC и др).

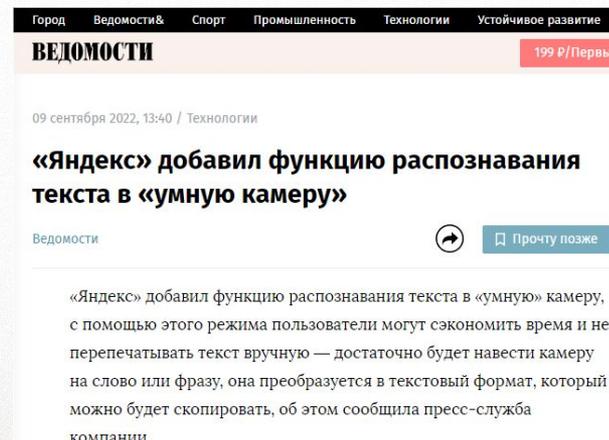
УМНАЯ КАМЕРА

Появление Умной камеры в приложении Яндекса

А в прошлом году мы рассказали о появлении умной камеры во флагманском приложении Яндекса. О новости рассказали 117 СМИ, в том числе Ведомости, ТАСС, Вести, Коммерсант, Life, Vc, SRSLY и другие.

Нам удалось зарекомендовать умную камеру как универсальный инструмент, с помощью которого можно решать множество повседневных задач, будь то перевод документов, поиск необходимых товаров и тд.

Это был один из важнейших запусков года.



ЗАПУСК ПЛАТЕЖНОГО СЕРВИСА YANDEX PAY (ФЕДЕРАЛЬНЫЙ)



Количество сообщений - 329

Охват (из открытых источников) - 88,8 млн

В том числе о запуске сервиса написали:

РИА Новости: "Яндекс" запустил платежный сервис Yandex Pay

РБК: «Яндекс» объявил о запуске платежного сервиса Yandex Pay

ТАСС: "Яндекс" запустил сервис Yandex Pay

Lenta.ru: «Яндекс» запустил собственную платежную систему

131

ФИНТЕХ-КОМПАНИЯ «БАНК 131»

В 2021 году мы начали работать с Банком 131 - одной из немногих компаний, которая получила лицензию ЦБ РФ за последние годы.

Вместе с Банком мы создаем экспертные материалы для топовых ([РБК Pro](#)) и отраслевых СМИ ([Банки.ру](#), [RB.ru](#)), готовим комментарии на самые актуальные для финансового мира темы ([Известия](#)) и запускаем новости по главным инфоповодам компании ([Ведомости](#)).

В декабре 2021 года мы попали на карту рынка российского финтеха от [RB.ru](#)

В январе 2022 года вместе с банком мы запустили блог на [VC.ru](#)

Весной 2022 года в условиях санкционного давления на финансовый сектор выпустили ряд публикаций с объяснением ситуации и антикризисной тематикой ([VC.ru](#), [Код Дурова](#), [Банки.ру](#), [RB.ru](#)).

Сейчас мы продолжаем создавать полезные материалы ([Retail Loyalty](#)) и готовить комментарии ([Ведомости](#), [Коммерсант](#)) для Банка 131.

МОЙ ДЕВАЙС

Grechka Media начала работать с сервисом подписки на девайсы **My Device** весной 2021 года. Работа со стартапом состояла из нескольких направлений:

- Новости о важных событиях компании. Мы готовили и распространяли релиз о новых инвестиционных раундах и выходе компании на рынок США: новости об этом публиковали [Forbes](#), VC, Rusbase, Inc, Инвест-Форсайт и другие бизнес-издания.
- Глянцевые колонки и подборки. В лайфстайл-формате мы рассказывали широкой аудитории о том, зачем брать в аренду по подписке самокаты, домашние тренажеры и другие устройства. Публикации об этом выходили в [Esquire](#), Men's Health, Playboy, Популярной механике и так далее.
- Бизнес-изданиям рассказывали, как устроена шеринг-экономика, как работает подписочная бизнес-модель и почему службам доставки выгодно арендовать транспорт для курьеров, а не закупать собственный. Статьи об этом готовили для VC, [RusBase](#) и [Inc](#).

Благодаря такой комплексной работе повысилась узнаваемость проекта в медиа-пространстве. Сейчас журналисты сами следят за новостями My Device и приходят за комментариями, а основательница стартапа в 2022 вошла в рейтинг **Forbes 30 до 30**.

ПРОФИ

ПРОФИ

Один из наших клиентов — сервис Профи. Вместе с ним мы рассказали осенью 2022г., какие языки стали чаще изучать россияне. Мы реализовали инфоповод в две волны (региональные и зарубежные языки).

В первую волну мы охватили более 35 СМИ, в первую очередь региональных.

Во вторую — где мы рассказывали об изучении россиянами грузинского и сербского языков — вышло более 80 СМИ, в том числе РБК, [Forbes](#), Inc, Лента. На исследование также ссылались The Bell, Медуза, Московский комсомолец и другие.

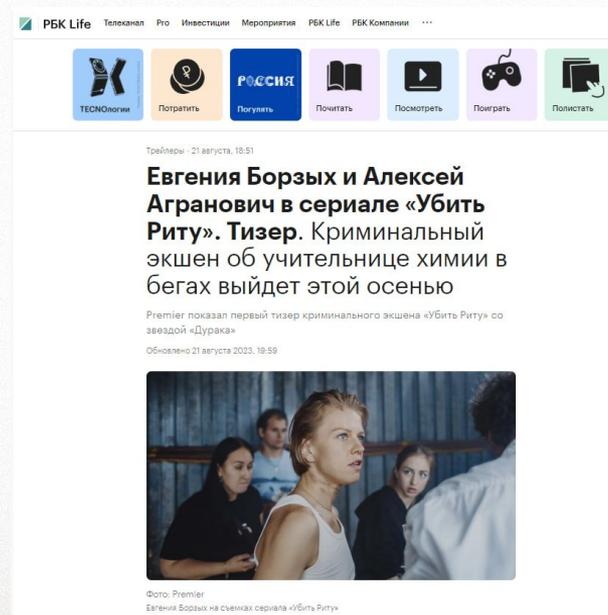
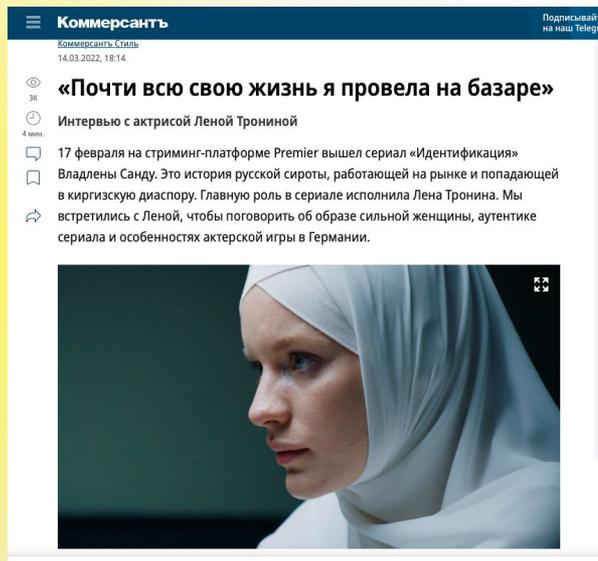
Согласно данным медиалогии, охват новостей составил более **15 миллионов**.



PREMIER

С 2020 года мы поддерживаем онлайн-кинотеатр PREMIER. Новостные релизы о проектах и материалы выходили в крупнейших российских медиа, в том числе Forbes Life, РБК, РБК Life, Коммерсантъ, Российская газета, ТАСС, Большой город, Афиша Daily, Buro 24/7, The Blueprint, The Symbol, Grazia, Hello, Spletnik и др.

Кроме дистрибуции запусков мы также регулярно выпускали интервью с артистами и создателями сериалов, тематические подборки и спецпроекты.





PREMIER

Среди проектов, которые поддерживала Grechka Media:

- «Русские каникулы» — тревел-шоу с Натальей Водяновой и Михаилом Зыгарем. [Buro 24/7](#)
- «Мир! Дружба! Жвачка!» — история взросления в лихие 90-е. [Spletnik](#)
- «Идентификация» — картинка ученицы Алексея Учителя Владлены Санду с Леной Трониной в главной роли. [Forbes Woman](#)
- «Ю333» — криминальная драма о ростовских подростках. [Hello](#)
- «Территория» — мистический фолк-хоррор о приключениях в Пермском крае. [Российская газета](#)
- «Наследие» — сериал с Алексеем Серебряковым о мире после экологической катастрофы. [КП](#)
- «Контакт» — драматический сериал про отцов и детей. [Телепрограмма](#)
- «Люся» — история о виртуальной любви с Дániилой Козловским в главной роли. [Афиша Daily](#)
- «Убить Риту» — сериал о скрывающейся от спецслужб учительнице химии. [РБК Life](#)
- А также документальные проекты: «Голубоглазый японец», «Кино 3.0», «Цвет истории» и др.



PREMIER

Запуск тематических коктейлей к выходу второго сезона сериала «Обычная женщина»

Мы реализовали в кратчайшие сроки (5 дней, от согласования идеи до реализации) оффлайн-коллаборацию с модным городским кафе и привлекли новую аудиторию к сериалу «Обычная женщина» (только на запуске охват СМИ составил 45 миллионов).

К запуску второго сезона сериала «Обычная женщина» мы предложили коллаборацию с кафе DIZENGOFF/99 — создать тематические коктейли, диптих, который бы отражал два начала главной героини тайтла: днём она была обычной женщиной и владельцем цветочного магазина, а вечером — сутенершей.

Мы не только предложили концепт, но и полностью реализовали идею «под ключ» с нуля — логистика, дизайн, фото, PR.

Сериал смог привлечь новую аудиторию (коктейли подавались в бутылках с QR-кодами, ведущими на сериал), а сами напитки настолько полюбились гостям кафе, что позиции остались в меню уже после окончания Акции.

Коллаборация с Dizengoff





РУССКИЕ КАНИКУЛЫ

Поддержка запуска тревел-шоу Натальи Водяновой «Русские каникулы»

В декабре 2020 года мы поддерживали анонс нового тревел-шоу «Русские каникулы» на видеосервисе PREMIER: в нем супермодель Наталья Водянова вместе с тремя своими детьми отправилась в путешествие по России – от Москвы до Северной Осетии.

Наша команда работала как над подготовкой пресс-релиза, так и над продвижением проекта в СМИ.

В результате о сериале рассказало более 150 изданий, в том числе [TACC](#), [Vogue](#), [Tatler](#), [Harper's Bazaar](#), Афиша Daily, Hello, OK!, Buro 24/7, Blueprint, Instyle, Собака.

Кроме того, уже в мае 2021 года мы занимались поддержкой презентации шоу в кинотеатре «Художественный». Мероприятие проводила Наталья Водянова и Михаил Зыгарь. О событии написали все ключевые глянцевые СМИ.

BAZZAR МОДА КРАСОТА СТИЛЬ ЖИЗНИ КУЛЬТУРА ГЕРОИ

Наталья Водянова с сыном Лукасом и Михаилом Зыгарь на специальном показе шоу «Русские каникулы»

В кинотеатре «Художественный»



Тип: шоу | Страна: | Дата: | Наталья Водянова | Фото



TATLER Герои Party Мода Красота Royals Shop Видео Wish List Еще





UBER

Несмотря на успех приложения для заказа такси, самым быстрорастущим направлением корпорации **Uber** стал сервис локальной доставки блюд из местных ресторанов **UberEats**. первоначально продукт запустился в ряде городов США, а чуть позже ушел в Европу. В начале 2017 года компания решила запустить сервис в России.

Запустить в столице продукт поручили Grechka Media. Нашей задачей было обеспечить теплый прием сервиса московской аудиторией и максимально широко рассказать об UberEats деловой аудитории.

Уже в феврале 2017 года в СМИ и соцсетях появились первые слухи о появлении в Москве UberEats - сначала удивительные пассажиры-курьеры сервиса, а затем - небольшие сообщения в телеграм-каналах о новых возможностях.

В день официального старта сервиса в ключевых городских медиа появились первые позитивные обзоры обедов и ужинов, заказанных через UberEats: со своими оценками вышли The Village, "Дождь", "Афиша" и пр.

Запуск нового продукта сопровождался креативным пресс-event в студии Culinaryon, который и сегодня вспоминают гости мероприятия. Ведущие городские и деловые журналисты вместе с руководством Uber лепили пасту и жарили стейки под руководством шеф-повара.

В результате работы Grechka Media, о запуске UberEats рассказали сотни СМИ, в том числе, "Ведомости", Inc Russia, "Коммерсант", VC, The Village, РБК, а сервис был позитивно принят москвичами.



НТИ «АВТОНЕТ»

С НТИ «Автонет» мы делали от 3 новостных информационных поводов в неделю, все из которых шли в федеральные СМИ. В декабре 2018 года, когда медиа были переполнены новостями, а у нас, в свою очередь, не было ни нормативно-правовой фактуры, ни результатов исследований и т.д., нужен был креативный инфоповод (а мы запускали такой каждый месяц).

Мы обратились к нашим специалистам по разработке беспилотного транспорта и по правовому регулированию и спросили у них, какие могут быть риски при встрече других водителей и пешеходов с первыми беспилотниками. На основе полученных данных мы с экспертами разработали инструкцию по поведению с беспилотниками. Как показывала практика, люди отлично читают «своды правил», если таковых раньше не было, а написаны они простым языком. И мы не ошиблись.

По итогу мы получили более 300 публикаций, в том числе в РИА Новости, Известия, РЕН-TV, РБК Autonews, The Village, За рулем, Бизнес-online, Вести, Rusbases, Lenta, Tjournal и др.

Акция прошла столь успешно, что о разработке нашей инструкции доложил спецпредставитель Президента РФ Дмитрий Песков президенту Владимиру Путину.



ЗАПУСК БРЕНДА CarMoney

С апреля 2017 года наша компания занималась PR-сопровождением крупнейшего в России онлайн-сервиса автозаимов CarMoney. Перед нами стояла задача — создать бренд технологической компании в сегменте автозаимов и создать ее позитивный образ на очень сложном и закрытом рынке с плохой репутацией.

Когда мы впервые говорили с журналистами про рынок МФО, то услышали страшные истории про людей, у которых отняли автомобили, про обманутых клиентов и "ростовщиков", рисующих проценты от вертолета: СМИ не хотели и знать, что займ может быть честным, открытым и без подводных камней.

За год работы с CarMoney нам удалось добиться публикаций в "Forbes", "Коммерсантъ", "РБК", Inc.Russia, на порталах "Life", "Investing.com" и др. А благодаря участию в передаче "Секретный миллионер" и многочисленным интервью основатель онлайн-сервиса автозаимов Антон Зиновьев стал звездой, показав себя не только как предпринимателя и инвестора, но и как сильную и интересную личность. Всего за год о CarMoney в СМИ рассказали 615 раз.

Первым позитивным инфоповодом стала новость о переходе ИТ-предпринимателя, создателя CarPrice Эдуарда Гуриновича в состав компании CarMoney в качестве управляющего партнера. Это случилось в марте 2017 года.

В результате мы получили более 25 публикаций, в том числе в "Коммерсантъ", "VC", и "РБК". Акцент при освещении был смещен с более сильного бренда Carprice в сторону компании CarMoney. Ведущие деловые и технологические СМИ написали о CarMoney, подчеркнув наши ключевые сообщения. Новость на "VC" стала самой цитируемой среди всех изданий, набрав более 500 репостов в социальных сетях от подписчиков.

На следующий день с развернутым интервью в "Forbes" вышли основатель CarMoney Антон Зиновьев, ее генеральный директор Константин Евдаков и присоединившийся к компании Эдуард Гуринович. В итоге удалось получить еще 243 репоста материала.

Так как одной из задач нашей PR-кампании было еще и продвижение личного бренда руководства, мы работали на повышение узнаваемости основателя CarMoney Антона Зиновьева. Глава компании дал множество интервью и колонок в деловых и отраслевых изданиях, а также стал героем программы "Секретный миллионер" на телеканале "Пятница" после чего стал узнаваем как предприниматель и инвестор без привязки к бренду CarMoney.

Сам онлайн-сервис автозаимов смог привлечь в 2017 году рекордные 10 млн долларов инвестиций от частных инвесторов, а рост кредитного портфеля составил 719%.



ЗАПУСК СТАРТАПА «КОД ПАМЯТИ»

В апреле 2021 года мы занимались PR-сопровождением «под ключ» (разработка позиционирования, стратегии и запуск) DeathTech стартапа «Код памяти». Компания предложила аналог «Википедии» для ушедших, историю которых могут рассказывать родственники с помощью «страниц памяти», а доступ к информации в виде QR-кодов располагать на памятниках и колумбариях.

Среди основателей стартапа нет известных предпринимателей, а бизнес репутационно сложный — были большие риски того, что СМИ не воспримут проект как DeathTech-стартап, а отнесут его к сфере ритуальных услуг (большой риск негатива). Однако благодаря правильному позиционированию через ИТ (мы подчеркнули, что проектов DeathTech очень мало, но это очень актуально), верному подбору каналов, акцентам на семейных ценностях, исключении в коммуникации слов, несущих негативных оттенков, нам удалось рассказать в позитивном ключе о запуске в крупнейших СМИ: [Известия](#), [Газета](#), [Inc](#) и т.д.

Кроме того, мы параллельно рассказали о проекте в тг-каналах, нацеленных на несколько ЦА: это были стартап-каналы, новостные и городские.

По итогу удалось не только правильно рассказать о проекте в публичном пространстве и избежать негатива, но и привлечь на сайт трафик +1200% в день запуска.

VELTER

Продвижение гаджетов для подавления сигнала за счет «цифрового детокса» в ресторане

Velter — стартап, который создает гаджеты для digital-детокса и цифровой защиты. Компания сделала коллаборацию с рестораном Share, предложив гостям заведения свои аксессуары.

Положив смартфоны в чехлы Velter, гости ресторана освобождают себя от звонков и других оповещений и наслаждаются живым общением.

Digital-детокс — это тренд. Находиться в мгновении, быть включенными в реальный разговор — то, чего мы ждём от других и то, чего от нас ждут собеседники. Коллаборация соответствует вызовам цифрового общества: гости не отвлекаются на сообщения и звонки.

Ранее Velter не звучал в СМИ Tier 1 — запуск коллаборации позволил зайти компании не только в маленькие техно-СМИ, но и в Коммерсантъ Стиль, Timeout. Это, по сути, первая серьёзная коммуникация Velter.

11.02.2021, 15:07

Share стал рестораном для «цифрового детокса»





ECOPOINT

Проект [EcoPoint](#) создает умные пункты приема вторсырья, который функционирует на основе искусственного интеллекта. Для нас он стал продолжением работы в области, так сказать, технологичной экологии, с которой мы уже были знакомы по другим резидентам и мероприятиям Фонда «Сколково».

В работе с командой EcoPoint перед нами стояло несколько задач: вывести компанию на рынок и сделать бренд узнаваемым. Главной сложностью было то, что аппараты находились в доработке и только готовились к эксплуатации. Но, у нас была экспертиза в сфере вторсырья и уникальная технология ИИ.

Мы вели проект с октября 2022 года по февраль 2023 года. За этот период удалось выпустить 12 экспертных материалов в крупных федеральных изданиях и профильных медиа. К примеру, мы рассказали о влиянии нейросети на экологию для [РБК Трендов](#), о дефиците вторсырья в [Ведомости.Экология](#), вышли с обзором на качественное вторсырье в печатной версии профильного [журнала ТБО](#) и обзором на реализацию ESG-стратегии в России в газете [«Промышленный еженедельник»](#). Среди изданий также были: Теории и практики, RecycleMag, Хайтек, Вечерняя Москва, Life и др.

В феврале EcoPoint установили свои первые аппараты для сбора вторсырья в Нижегородской области. В рамках официального старта проекта в России был выпущен новостной релиз, который опубликовало более 30 СМИ, не считая региональные. Ключевыми медиа стали: [Ведомости](#), [Rusbase](#), [Большой город](#), [Cnews](#) и [VC](#).

После первых двух месяцев работ в EcoPoint еженедельно приходили клиентские запросы. Показатели сильно подскочили после новостного релиза, что говорит о том, что нам удалось достать целевую аудиторию и заинтересовать прочие социальные группы.

DO THERAPY DO THERAPY

Платформа онлайн-психотерапии [Do Therapy](#) при [Московском институте психоанализа](#) стала первым нашим опытом работы в сфере психологии. Эта экосистема психологической помощи только появилась на российском рынке и, главной сложностью в продвижении была высокая конкуренция, так как в настоящее время существует большое количество онлайн-сервисов с психологами. Нашим же главным преимуществом была высокая экспертиза специалистов.

Работа с Do Therapy продолжалась с октября 2022 года по январь 2023 года. Первый месяц был ознакомительным: мы совершенствовали стратегию продвижения и медиаплан, знакомили lifestyle и профильные СМИ с платформой. На следующем этапе началась активная подготовка материалов совместно с экспертами. И результат не заставил себя долго ждать — за месяц удалось выйти в ряде крупных СМИ, вроде РБК Pro, газета Метро, Вечерняя Москва, Теории и практики, MenToday и пр. А по итогу работ было опубликовано 6 статей и колонок в медиа Tir-1 и 7 в Tir-2. Также были подготовлены специальные материалы для профильного издания по психологии [Psychologies](#) и феминистского [Burning Hut](#). А совместно с редактором [Forbes](#) мы выпустили материал о локусе контроля.

Приоритетной задачей в работе с Do Therapy был охват аудитории 35+, включая деловой сектор и семейные пары. Поэтому мы рассказали о паттернах мышления руководителей в [РБК Pro](#), локусе контроля в [Forbes](#), о создании стартапа на базе вуза в [Деловом мире](#), а также о таких темах, как парная терапия для [MenToday](#), грамотной поддержке близких во время болезни для [журнала Лиза](#) и тд.

В результате, мы увеличили упоминание платформы и вывели ее на конкурентную плоскость, заявили о Do Therapy, как эксперте в области психологии и психотерапии, повысили коэффициент доверия к специалистам. Некоторые из опубликованных материалов за месяц набрали более 2,5 млн в охвате.



Grechka Media помогла МТС с поиском стартапов с 5G- разработками в Великобритании и Южной Корее

По итогам вышло более 50 публикаций в деловых и технологических СМИ Соединенного Королевства и Южной Корее. В том числе о новости написали Yahoo Finance и Business Insider.

МТС запустил набор в Центр 5G: выпускники смогут предложить свои проекты российским корпорациям-партнерам и подразделениям МТС. Отобранные проекты пройдут инкубационную программу, они будут иметь доступ к API и другим инструментам для разработки на базе инфраструктуры компании.

Москва, Столешников пер. 6, стр. 3, офис 205

newbiz@grechkamedia.com

