

prpartner

*Мы — коммуникационное агентство,
наша сила в умных головах, твёрдых принципах
и комплексном подходе*

ПОЧЕМУ PR PARTNER?

FMCG, Fashion & Beauty

НЕМНОГО ОБ АГЕНТСТВЕ



20 лет

на рынке PR
и маркетинга,
10 лет на рынке SMM

64%

клиентов пришли
по рекомендации

30%

заказчиков
с нами **более 6 лет**

>300

довольных клиентов
из 25 отраслей

НАШИ ВОЗМОЖНОСТИ

PR и работа со СМИ

- присутствие в ключевых деловых и отраслевых медиа
- формирование авторитета и узнаваемости

SMM и сообщество

- вовлекающий контент и диалог с аудиторией
- лояльность и узнаваемость бренда в digital среде

ORM / антикризис

- управление репутацией и отзывами
- быстрые и точные действия в критических ситуациях

Маркетинг и консалтинг

- связь между коммуникациями и продажами
- аналитика, стратегия и точки роста

Event-поддержка

- эмоции, которые вовлекают
- мероприятия, о которых говорят ваши сотрудники и клиенты

Дизайн и упаковка

- айдентика и визуальный стиль
- презентации, которые убеждают

НАМ ДОВЕРЯЮТ ЛУЧШИЕ

vmware®

Avast

Selectel

oberon

КРОСС
ТЕХНОЛОГИИ

UNA
GRA
NDE
High Food
High Tech
High Life

Sebbin
PARIS

WAHL®

Lenovo

VERTIV™

MONT
Group of companies

SKYMEC

RICOH

Ростелеком

РГСБАНК
Банк для автомобилистов

РОССИЯ –
СТРАНА
ВОЗМОЖНОСТЕЙ

CHECK POINT™

ЦИФРОВОЙ
ЭКОНОМИКИ

РДТЕХ

ribbon

opentext™

ODGERS
BERNDTSON

УРАЛХИМ

Prestigio

IBS Platformix

diHouse

italki

jivo

Atos

motorola

Jet

MARS

sn
German
Pouch-Pack
Technology

LABORATORIES
TEOXANE
GENEVA

loginet

DIS
GROUP

БЕСТ
НОВОСТРОЙ

HYUNDAI

TBDE

HYPEFACTORY
Influencer Marketing

UFS travel

FOREO

MILFORD

MUTTI

KNAUF

ZEPPELIN
HEALTH & SERVICES MANAGEMENT

SUZUKI

ZASPORT
SPORT & CASUAL

GUARDIAN
GLASS

Metrium
дистрибутор нового поколения

METRO

VERBA MAYR
австрийский центр здоровья

LIFE
PAY

НАС ВЫБИРАЕТ БИЗНЕС

10 МЕСТО

коммуникационных агентств /
Медialogия 2026

6 МЕСТО

в ТОП-25 коммуникационных
агентств России / Медialogия 2025



4 МЕСТО

Медицина / Рейтинг Рунета 2026



9 МЕСТО

Недвижимость / Рейтинг Рунета 2026

14 МЕСТО

Управление репутацией (ORM) /
Рейтинг Рунета 2026

19 МЕСТО

SMM / Рейтинг Рунета 2026





*«Мы не просто формируем повестку —
мы усиливаем, ведем и защищаем ваш бренд»*

Инна Алексеева

Генеральный директор PR Partner

- Окончила Global Executive MBA в бизнес-школе IESE, 2018 г.;
- Известный консультант в сфере PR, соавтор книги «Пиар высокого полета: как сделать из топ-менеджера звезду»;
- «PR-персона» 2016 года премии в области развития общественных связей «RuPoR», 2016 г.;
- Обладательница премии Ernst&Young «Деловые женщины 2015» в номинации «Бренд-менеджмент, реклама и PR», 2015 г.

РУКОВОДИТЕЛЬ ПРАКТИКИ

Татьяна Солдатова

Руководитель практики FMCG, Fashion & Beauty

- Окончила Московский Государственный Университет Печати им. Ивана Федорова по специальности «Журналистика».
- Прошла путь от помощницы главного редактора журнала HELLO! Светланы Бондарчук до руководителя в lifestyle и premium-сегментах.
- Работала с такими брендами, как YANA, Verba Mayr, SMEG, «Аббай-Дюрсо», WAHL, Unagrande Company, Motorola razr 5G, Raketa и др.



Игорь Елисеев

Юрист ЧВК «Вагнер», писатель.

→ PR-задачи:

- Инициировать и сформировать инфоповод для СМИ о выходе книги «Империя Вагнер».
- Усилить присутствие в медиапространстве, обеспечить видимость инфоповода.

→ Что было сделано:

- Сформировали новостной материал и версии текста под разные форматы СМИ.
- Провели питчинг СМИ: сделали адресную рассылку, отработали вопросы журналистов.
- Организовали рассылку книг Игоря Елисеева в редакции.
- Сопроводили публикации, провели мониторинг выходов и цитирования пресс-релиза в СМИ и Telegram-каналах.

Август 2026 г.

> 13 млн

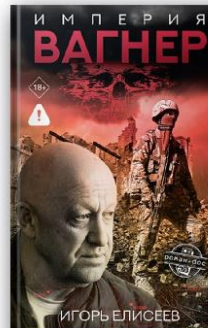
Общий охват PR-кампании

16

Упоминаний в медиа



Telegram-Библиотека



📖 В продажу домашней книги Игоря Елисеева — бывший юрист и ближайший помощник Евгения Пригожина.

«Империя Вагнер» — это личная история, которая начинается с защитной рутинности в Петергофе и постепенно затягивается в механизмы, который позже назовут «государством в государстве».

Книга доступна во всех маркетплейсах и книжных магазинах:

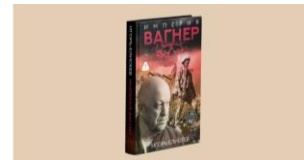
- > ОЗОН
- > сут-Мар оро
- > Читай город

Медиа

Stone Forest, VC.ru, MMG.
Telegram-каналы: Компромат ГРУПП, Telegram-библиотека, Двухтомный книголюб и др.



«Империя Вагнер»: взгляд изнутри на одну из самых громких историй нашего времени



Компромат ГРУПП

«Империя Вагнер» Игоря Елисеева — это изнутри на одну из самых обсуждаемых взглядов истории последних лет.

Интерес к фигуре Евгения Пригожина давно проявился в рамках новостной разработки. В широком кинопрокате уже вышел фильм «Кремлевский волшебник» с Джудом Лоу в роли молодой Путина — и там среди ключевых персонажей появляется образ Пригожина. На этом фоне книга «Империя Вагнер» его бывшего юриста и ближайшего помощника Игоря Елисеева выглядит авторитетным документом эпохи.

ВИТАФАРМА

Российская фармацевтическая компания

→ PR-задачи:

- Формирование коммуникационной стратегии с несколькими направлениями по продвижению пробиотиков, стимулированию продаж, укреплению репутации и узнаваемости бренда компании в фармсообществе.
- Продвижение экспертов компании.
- Создание и сохранение информационного присутствия в СМИ.
- Сотрудничество с блогерами и авторитетными врачами.

→ Что было сделано:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов/информационных писем.
- Инициирование и подготовка публикаций, комментариев и колонок в медицинских, общественных и lifestyle СМИ.
- Продвижение экспертов компании.
- Подготовка пресс-кита.
- Креативная рассылка блогерам и бартерное сотрудничество.



> 22 000 000

суммарный охват материалов в СМИ

> 1 000 000

суммарный охват публикаций
у бартерных блогеров

СМИ

Газета.ру, Известия, Pravda,
Доктор Питер, Remedium, Катрен
Стиль, ФармМедПром и пр.

газета.ру

Россиянам объяснили, почему нельзя пить
пробиотики просто потому, что так модно



©: Kropozov/Shutterstock.com 10100006



ВАКЦИНАЦИЯ ПРОТИВ ГЕРПЕСА ВПЕРВЫЕ ВКЛЮЧЕНА В КЛИНИЧЕСКИЕ
РЕКОМЕНДАЦИИ МИНЗДРАВА РОССИИ

06.11.2025 01:15:00 1345

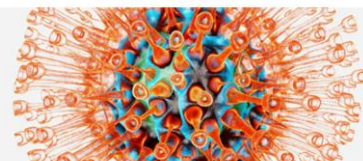
Последние недели лета часто проходят в поездках, привычного рациона и режима дня. Такие перемены баланс микробиоты и сказаться на иммунитете. Как первые признаки дисбаланса и выбрать эффективный для поддержки кишечника — ферментированные г пробиотики — «Газете.Ру» рассказали врач-диетолог врач, председатель совета директоров АО «Фирма» Мордвинова.

ФАРММЕДПРОМ

Прививка от «простуды на губах» и
полового герпеса: в России более 20 лет,
в мире аналогов нет

#вакцины
#сделано в России
#фарммилобес

27.08.2025 Статьи



HOW TO EAT

Сервис доставки полезных рационов. Основан в 2019 году как совместный проект от экспертов в области здорового питания — How to Green и Just for You.

→ PR-задачи:

- Развитие и поддержка имиджа компании в России, формирование PR-стратегии,
- Регулярное присутствие продуктов компании в общественных и lifestyle СМИ.

→ Что было сделано:

- Разработка PR-стратегии и пресс-кита,
- Подготовка и рассылка пресс-релизов,
- Работа с блогерами: инициирование публикаций (фото, видео, Stories), разработка креативных рассылок,
- Публикации в СМИ: статьи, конкурсы, раскладки, интеграции в обзоры и пр.

Октябрь 2022 г. — май 2023 г.

HOW TO EAT

by HOW TO GREEN

> 40

постов и Stories у блогеров в Instagram*

> 50

публикаций с упоминанием бренда

СМИ

Lady Mail.ru, Marie Claire, РИАМО, Pravda.ru, Gazeta.ru, Daily Moscow и др.

PSYCHOLOGIES

Как привести в порядок пищевые привычки: советы диетолога

Из-за диеты или обострения расстройства пищевого поведения мы часто забываем, что на самом деле зовется здоровым питанием и какие привычки ему свойственны. Как понять, что ваш рацион изменился в худшую сторону? И как вернуть его в норму? Объясняет эндокринолог-диетолог.

КАК СОХРАНИТЬ РЕЗУЛЬТАТ И НЕ СРЫВАТЬСЯ

Говорить о полном выздоровлении можно в том случае, если на протяжении длительного периода вы придерживаетесь здорового пищевого поведения и здорового веса. Именно на этом этапе при питании — понимание того, что вы едите, сколько и для чего. В таком случае минимальная. Если есть сомнения в калораже, попробуйте заказать готу, который уже просчитано необходимое количество калорий.

Помните, что еда — это часть заботы о себе и своем теле.



Олег Ирышкин
Врач эндокринолог-диетолог How to Eat

Рынок доставки готовых блюд: актуальные задачи и их решение в условиях новых вызовов

В теме разобралась Александра Никитина — основательница проекта здорового питания How to Eat — специально для Daily Moscow



BURO.



Эти продукты разбудят утром не хуже, чем кофе



Олег Ирышкин
С.Н.И. — это — информационно-образовательный проект How to Eat

* принадлежат компании Meta, признанной экстремистской и запрещённой на территории РФ

AIM CLO

Российский бренд женской одежды лаконичного дизайна, актуальных силуэтов и спокойных универсальных цветов.

→ PR-задачи:

- Развитие и поддержка имиджа компании,
- Регулярное присутствие продуктов компании в lifestyle СМИ и Telegram-каналах.

→ Что было сделано:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов,
- Инициирование публикаций в СМИ и Telegram-каналах: новости, раскладки, интеграции в обзоры и пр.

Апрель 2022 г. — июнь 2023 г.

aim clo

> 80

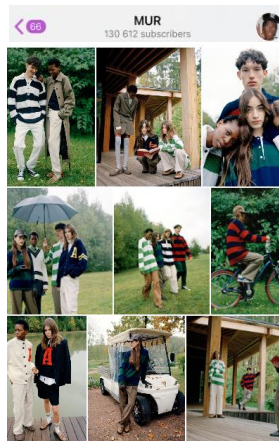
публикаций с упоминанием
бренда

> 1000

показатель МедиаИндекса
за период сотрудничества

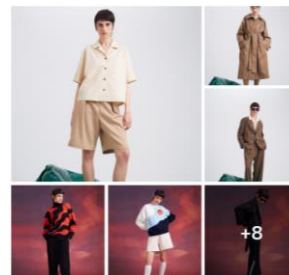
СМИ

«Афиша Daily», TimeOut,
Marie Claire, GRAZIA, Umagazine,
Elle.ru, «Собака.ру», Peopletalk,
Lady Mail.ru, Burninghut и пр.

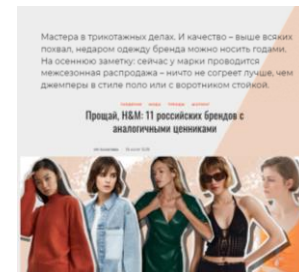


ELLE

Аim clo выпустили коллекцию
свитеров, вдохновленную
советскими мультфильмами



PEOPLETALK



STREET PIE STUDIO

Бренд одежды и аксессуаров из Москвы.

→ PR-задачи:

- Знакомство медиа с брендом,
- Присутствие продуктов компании в lifestyle СМИ.

→ Что было сделано:

- Подготовка и рассылка пресс-кита,
- Проведение пресс-завтрака для редакторов lifestyle медиа,
- Организация подборок в lifestyle СМИ.

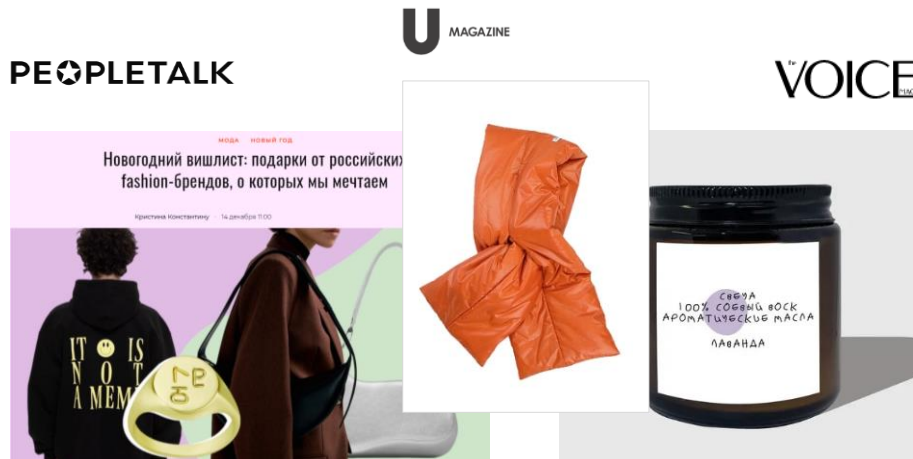
street pie studio

> 20

публикаций с упоминанием
бренда

СМИ

The Voice, UMagazine, The Symbol, Marie Claire, PeopleTalk, «Собака.ru», «Правила жизни», Metro, «Ведомости. Как потратить», WomanHit.ru, Lady Mail.ru, «Я Покупаю» и др.



METRO

Международная сеть оптово-розничных магазинов.

→ PR-задачи:

- PR-поддержка кампании «Гарантия Низких Цен» в lifestyle, деловых и новостных СМИ,
- Поддержка новостей в городах присутствия.

→ Что было сделано:

- Подготовка новости об акции, размещение публикаций.
- Съёмки Елены Летучей как амбассадора проекта для глянцевых журналов «7 Дней» и OK!.



> 140

публикаций с упоминанием
бренда

> 4 000 000

Прочтений и кликов на новость

СМИ

OK!, «7дней», Metro, «Московский Комсомолец», «Деловой Петербург», «Мойка 78», URA.ru, «Вечерняя Москва» и др.



TOPICREM

Дерматологическая марка, принадлежащая независимой французской фармацевтической лаборатории «Майоли Спиндлер».

→ PR-задачи:

- Развитие и поддержка имиджа компании в России,
- Регулярное присутствие продуктов компании в lifestyle СМИ.

→ Что было сделано:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов,
- Работа с блогерами: инициирование публикаций (фото, видео, Stories), разработка креативных рассылок,
- Инициирование публикаций в СМИ: статьи, конкурсы, раскладки, интеграции в обзоры и пр.

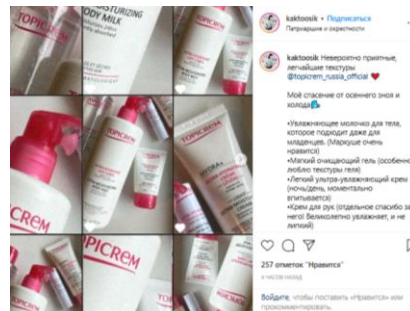
TOPICREM
FEEL-GOOD DERMATOLOGY

> 602

показатель МедиаИндекса
за период сотрудничества

>40

интеграций вышло в формате
постов и Stories у блогеров
в Instagram* и Tiktok.



> 135

публикаций с упоминанием
бренда

СМИ

Lady Mail.ru, Instyle, Flacon
Magazine, Elle Girl, Marie Claire
и др.



Мягкий очищающий гель, Topicrem

Аптечная марка из Франции выпускает косметику под лозунгом «Не навреди». Не навреди коже с **актив**, **разглажива** и чувствительной. Этот мягкий гель к тому же деликатно работает с пересушенной кожей (ветром, отоплением или кислотами — не имеет значения). В составе нет **мыла**, зато есть **глицерин**, который во время умывания обеспечивает нормальный уровень увлажнения и предотвращает потерю влаги.

Настойкий **маскинг** гель снимает, но все же не до конца. Он больше подходит в качестве второго этапа очищения. Например, после **гидрофильного масла** или мицеллярки. Гель не пенится, без ярко выраженного запаха и, несмотря на то что имеет довольно жидкую консистенцию, расходуется экономно.

VERBA MAYR 5*

Оздоровительный медицинский SPA-центр, расположенный в сосновом лесу Подмосковья.

→ PR-задачи:

- PR-поддержка бренда в lifestyle, деловых и отраслевых СМИ,
- Формирование идеального места для восстановления сил, детокса и вэлнес-ретрита в условиях пятизвездочного отеля.

→ Что было сделано:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов/информационных писем,
- Инициирование и подготовка публикаций, комментариев и колонок в СМИ,
- Участие в конкурсах в медиа,
- Интеграция в Travel и Wellness премии,
- Организация бартерных визитов СМИ и блогеров.



> 800

упоминаний в СМИ Tier 1,
в аккаунтах селебритиз/блогеров

WIN

победа на премиях WORLD SPA AWARDS 2019, Live Organic Awards, а также в номинации «Лучший оздоровительный комплекс в России» по версии GQ Travel Awards

СМИ

Tatler, L'Officiel, Harper's Bazaar, Cosmopolitan, Elle.ru, Cosmo.ru, Wheath.ru, TheBlueprint.ru, Grazia и др.

GRAZIA

Рецепт недели: Филе северного палтуса с кремом из пастернака

Автор рецепта — Александр Мухоморов, шеф-повар и ресторанный менеджер в отеле Verba Mayr. Он рассказывает о том, как приготовить это блюдо в домашних условиях, и делится своими секретами.

00:01
30.05.2019



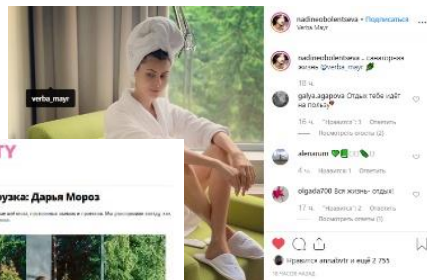
TOPBEAUTY

Бытотип-перезагрузка: Дарья Мороз

Дарья Мороз — актриса, певица, модель. В этом выпуске мы расскажем о ее жизни, творчестве и о том, как она поддерживает себя в тонусе.



Дарья Мороз, актриса, певица, модель. В этом выпуске мы расскажем о ее жизни, творчестве и о том, как она поддерживает себя в тонусе.



SMEG

Итальянский производитель бытовой техники.

→ PR-задачи:

- Информирование аудитории о новинках на российском рынке,
- Присутствие бренда в интерьерных, гляцевых и lifestyle СМИ.

→ Что было сделано:

- Публикации в СМИ в формате нативных статей, экспертных комментариев и интервью,
- Дополнительные инструменты для повышения узнаваемости бренда в СМИ: участие в конкурсах, тематические подборки,
- Участие в информационной поддержке кобрендингов с партнёрами бренда,
- Приглашение журналистов на мероприятия и сбор публикаций.



Falconeri и Smeg разыгрывают путешествие в Пьемонт



12.02.2019 14:00
12.02.2019 14:00

РБК

Два итальянских бренда проводят совместную беспроигрышную акцию. Участников ждут ценные подарки, а также возможность выиграть главный приз — гурмэ-тур, в который входит охота на трюфели. Крайний срок для участия — 29 сентября.

Конкурс проходит в магазинах Falconeri, где каждый клиент, сделавший покупку на сумму от 30 тыс. руб., становится участником акции. На кассе покупателям получают специальные карты, под защитным слоем которых скрываются призы: чайники, тостеры, блендеры и

> 100

публикаций с упоминанием
бренда

СМИ

Marie Claire, GQ, Grazia, Instyle, Playboy, Cosmopolitan, AD, Elle Decoration, Elite Interior, «Интерьер+ Дизайн» и др.



REMEDI

Институт репродуктивной медицины в Москве.

→ PR-задачи:

- Регулярное присутствие бренда в lifestyle, общественных и деловых СМИ,
- Продвигать комментарии специалистов в подкастах;
- Поддерживать качественное освещение собственных инфоповодов (исследование);
- Организовать бартерное сотрудничество с блогерами.

→ Что было сделано:

- Исследование среди российских женщин в системе «Яндекс.Взгляд» о репродуктивном здоровье,
- Подготовка и рассылка пресс-релиза с результатами исследования,
- Инициирование и подготовка публикаций, комментариев и колонок в СМИ,
- Интеграция спикеров в тематические подкасты,
- Бартерные визиты блогеров.



> 2500

показатель МедиаИндекса за период сотрудничества

> 200

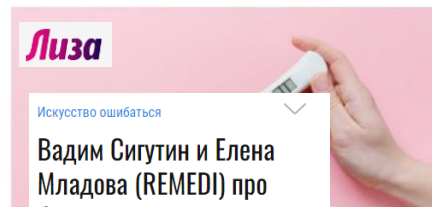
публикаций с упоминанием бренда

СМИ

Grazia, Men Today, «Лиза», «Красота и Здоровье», Lenta.ru, Gazeta.ru, Parents.ru, «7 Дней» и др.

Как повысить свой шанс забеременеть (спросили у репродуктолога)

Попытка за попыткой, а беременность так и не наступает. Но это не значит, что женщина имеет диагноз «бесплодие». Репродуктолог поделится советами, которые помогут повысить шансы увидеть заветные две полоски.



Искусство ошибаться
Вадим Сигутин и Елена Младова (REMEDI) про будущее деторождения, искусственную матку и почему ЭКО не должно пугать?



Слушать эпизод • 01:15:31

29.08.2022

Считываем по коду: что влияет на качество спермы

Эрекция и насыщенная сексуальная жизнь — вовсе не показатель, что все в порядке с репродуктивной функцией. Обычно никто не задумывается о количестве и качестве спермы. Но как только возникает проблема infertility, или же бесплодие, первым делом нужно пройти обследование.

МН ОЛЬГА САВЕЛЬНИКОВА репродуктолог

Men'sHealth

GRAZIA

НЕЭКОЛОГИЧНЫЕ ПРЕДРАССУДКИ: МИФЫ О ЗАЧАТИИ В ПРОБИРКЕ КОММЕНТИРУЕТ РЕПРОДУКТОЛОГ

Не у каждой женщины получается спланировать беременность сразу. Хотя процедура ЭКО проводится с 1978 года, некоторые люди не желают расставаться с тем набором предрассудков, что у них есть, даже не задумываясь о том, что для некоторых зачатие в пробирке — это единственный способ забеременеть. По просьбе редакции мифы комментирует Арина Эдуардовна Тарасова, акушер-гинеколог, репродуктолог, врач УЗИ Института репродуктивной медицины Remedi.

UNAGRANDE COMPANY



Российский производитель свежих сыров и сливочного масла.

→ PR-задачи:

- Развитие и поддержка репутации компании в качестве лучшего производителя итальянских и кавказских сыров;
- PR-поддержка имиджа первых лиц компании,
- Регулярное присутствие брендов в общественных, деловых, ритейл, lifestyle и региональных СМИ,
- Интеграция продукции бренда в Insta-обзоры.

→ Что было сделано:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов о новинках компании,
- Инициирование спецпроектов,
- Интеграция спикеров в мероприятия,
- Публикации в СМИ: экспертные статьи, комментарии, участие в подборках, новостях, конкурсах,
- Разработка и реализация креативных рассылок для блогеров.

> 1000

публикаций с упоминанием
бренда

+ 60%

показатель МедиаИндекса
за период сотрудничества

СМИ

«Интерфакс», Marie Claire, Eva.ru, Lady Mail.ru, The Challenger, Family.ru, TimeOrt.ru, «Домашний Очаг», «АиФ», «Слово и Дело», Sostav.ru и др.

7 лучших упражнений для
укрепления суставов, которые
подойдут каждому

[КРАСОТА] [ЗДОРОВЬЕ] [ИДЕАЛЬНОЕ ТЕЛО]

394

Проблемы с опорно-двигательным аппаратом могут настигнуть и в молодом, и в старшем возрасте. Лучшие упражнения для профилактики здоровья суставов собрали в нашем материале.

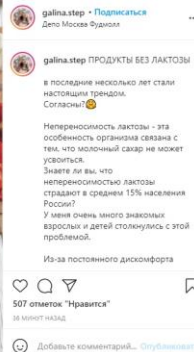
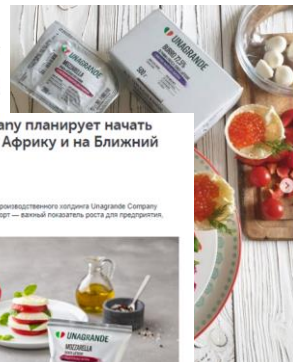
Unagrande Company планирует начать
поставки в Азию, Африку и на Ближний
Восток

29.03.2021

Основатель и генеральный директор производственного холдинга Unagrande Company Александр Мартыненко считает, что экспорт — важный показатель роста для предприятия. пишет The DayNews.



Эксперт отмечает, что на данный момент компания поставила продукцию в Казахстан, Белоруссию и Армению — на эти страны приходится около 3% продаж.



NL International

Компания, которая производит продукты, меняющие образ жизни и мышление людей.



> 300
публикаций и комментариев
было обработано в соцсетях.

→ PR-задачи:

- Развитие и поддержка имидж компании;
- Обеспечение регулярного присутствия брендов компании в общественных, деловых, lifestyle СМИ;
- Интеграция продукции бренда в Instagram*-обзоры;
- Антикризисное реагирование.

677

публикаций с упоминанием бренда

СМИ

Elle.ru, Eva.ru, Ok-magazine, Lady Mail.ru, The Challenger, StarHit, Flacon, TimeOit.ru, Sostav.ru, «Доктор Питер», «Дни.ру» и др.

+749

показатель МедиаИндекса
за период сотрудничества

→ Что было сделано:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов о новинках компании,
- Инициирование спецпроектов,
- Работа по поддержке продукции и антикризисному реагированию.
- Подготовка публикаций в СМИ: экспертные статьи, комментарии, участие в подборках, новости,
- Разработка и реализация креативных рассылок для блогеров.

1. Меньше да лучше

И когда краситься, и когда ухаживать за собой. Если на улице + 30, не нужно создавать сложную многоступенчатую систему ухода за кожей с тоником, лосьоном, дустером. Дайте коже отдохнуть, ограничьтесь тремя основными баночками: очищающим, увлажняющим и солнцезащитным средствами. Дайте коже отдохнуть, не навязывайте лишнего! Питательные масла и витамины лучше оставить для вечерней beauty-рутины.

ELLE



Коктейль-конструктор Ur2U

Итак все быстро и легко стало ясно, что просто отложить посещение и посещение. Забыли о возможности этой новой и эффективной концепции косметики. Формулы нового поколения косметики Ur2U от NL International. В нем много: три основных компонента: увлажнение, питание и защита. Вспомогательные: витамин С, витамин Е, витамин К. В одной банке всего два, остальные в виде порошка и капсул, которые можно добавлять. Вспомогательные: витамин С, витамин Е, витамин К. В одной банке всего два, остальные в виде порошка и капсул, которые можно добавлять. Вспомогательные: витамин С, витамин Е, витамин К. В одной банке всего два, остальные в виде порошка и капсул, которые можно добавлять.



WAHL

Американский бренд профессионального парикмахерского оборудования и инструментов.



> 170
публикаций с упоминанием
бренда

→ PR-задачи:

- Ежемесячная PR-поддержка продуктов бренда в СМИ и блогах.

→ Что было сделано:

- Подготовка и распространение пресс-релизов,
- Подготовка экспертных материалов и комментариев по отраслевым изданиям,
- Рассылка блогерам продукции на тест.

СМИ

GQ, Men's Health, Maxim, Trendymen.ru, Esquire, SNC, Elle, Afisha Daily, BURO, CHIP, Lady Mail.ru, GEO, «Высокий полет», Posta-magazine.ru, Droidnews, Passion.ru, Marie Claire, «Коммерсантъ.Стиль» и др.

MEN TODAY

КУПИТЬ

Подарки для ухода за собой

Здоровый мужчина — это чистый и ухоженный мужчина. Для того, чтобы поддерживать себя в порядке и не разориться на посещениях к специалистам, достаточно лишь однажды обзавестись базовым минимумом, который сэкономит и деньги, и время.

Триммер Wahl Elite Pro



Самое мощное устройство из линейки инструментов для домашнего ухода. Самозатачивающиеся ножи с прецизионной заточкой гарантируют ровный срез при каждой стрижке. Премиальный ножевой блок с прецизионной заточкой стрижет на 40% быстрее стандартного ножевого блока. Мотор Wahl Elite выдает на 15% больше мощности по сравнению с мотором PowerDrive, и обеспечивает качественный срез любых типов волос. 19 премиальных каскадов с системой крепления Secure-Fit и рычаг регулировки обеспечивают высоту среза от 1 до 25 мм.



LAIMALUX GROUP

Группа компаний, специализирующаяся на эксклюзивном представлении, построении бренда и продаже профессиональной косметики для волос, салонной мебели, оборудования и аксессуаров.

→ PR-задачи:

- Продвижение эко-инициатив компании;
- Поддержка инфоповодов;
- Организация участия спикеров в деловых мероприятиях и спецпроектах.

→ Что было сделано:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов об экологических инициативах компании;
- Работа с журналистами: инициирование уникальных публикаций, комментариев и т.д.,
- Организация участия спикеров в деловых мероприятиях и спецпроектах.



Laimalux Group разработала гайд для салонов красоты по сортировке мусора

Препараты для здоровья

Бьюти-мусор: куда уходят флаконы от косметики и как они вредят планете?

Теперь все продукты с

В гайде со

знает как

кондицион

Бьюти инд

единиц пл

отправить

Рассказываем, почему важно разобраться в сортировке мусора и о том, как опасно становиться красивой за счет загрязнения планеты.

Тема: Косметические средства | Отходы косметики | Сортировка косметики | Экологичная косметика



Gally Images

> 30

публикаций с упоминанием бренда

СМИ

Flacon Magazine, «Домашний очаг», «Плюс Один (+1)», «Инвест-Форсайт» и др.

Завивка слишком большой пряди

Довольно часто девушки сталкиваются с тем, что во время укладки волосы плохо завиваются или не закручиваются вовсе. Это может быть результатом неравномерного прогрева локона. Такая проблема возникает, если пытаться закрутить слишком толстую прядь. Самый оптимальный вариант — завивка локона шириной не более 3 см.



«Ракета»

Марка часов, выпускаемая Петродворцовым часовым заводом — одним из старейших заводов России.

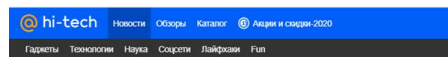
→ PR-задачи:

- Развитие и поддержка имиджа компании,
- Регулярное присутствие компании в деловых и lifestyle СМИ.

→ Что было сделано:

- Подготовка и рассылка пресс-релиза,
- Инициирование публикаций в СМИ: статьи, комментарии, новости,
- Фоторепортаж для «РИА Новостей».

Ноябрь 2020 г. — март 2021 г.



26 ноября 2020

В России продают часы из атомной подлодки. Они стоят всего 94 000 рублей

В часах использован металл подводной лодки «Леопард К-328», которая принимала участие в многочисленных операциях по всему миру. Металл был официально передан судостроительной верфью.

Аксессуар выпустил часовой завод «Ракета». Часы оснащены браслетом из металла оригинальной части подводной лодки. Их общий вид тоже напоминает судно — дизайн повторяет верхние и нижние цвета корпуса «Леопарда»: черный — на циферблате и лицевой стороне ремня, красный — на подложке ремня, винтаж для фиксации мостов механизма и роторе.



2 Часы «Ракета»



Если душа больше лежит к классике, то стоит посмотреть в сторону отечественного производителя — известного еще с советских времен бренда «Ракета». Он не только вполне себе процветает и в наши дни, но и выпускает новые весьма оригинальные модели, которые в той или иной степени обыгрывают классику.

> 20

публикаций с упоминанием
бренда

СМИ

Stoneforest, «Слово и Дело»,
Hi-tech, Discovery и др.

ЭКСПЕРТИЗА

Как носить наручные часы, чтобы производить хорошее впечатление

Один из самых популярных вопросов про часы — а на какой же руке их, собственно, носить. Так на какой же? Подробности — в материале «Слово и Дело».

12:47 3 ноября 2020 31



«Выдумщики»

Российская компания, производитель товаров для домашнего мыловарения и изготовления косметики ручной работы.

→ PR-задачи:

- Развитие и поддержка имиджа компании,
- Обеспечение регулярного присутствия компании в лайфстайл СМИ,
- Разработка пресс-кита,
- Креативная рассылка по лайфстайл изданиям.

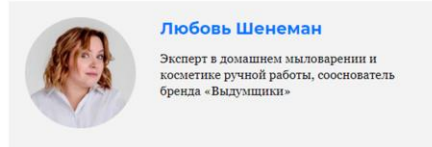
→ Что было сделано:

- Разработка пресс-кита.
- Составление PR-плана публикаций.
- Инициирование публикаций в СМИ: статьи, комментарии, новости.



> 15

публикаций с упоминанием
бренда



Любовь Шенеман

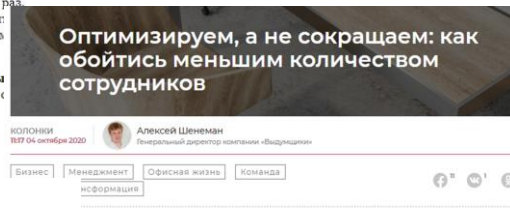
Эксперт в домашнем мыловарении и косметике ручной работы, сооснователь бренда «Выдумщики»

СМИ

Poruski.me, «Слово и Дело», WomenTalk.Club, Woman.ru, «Деловая среда», Eva.ru и др.

В домашних условиях у всех под рукой есть сахар, соль и молотый кофе. Этот набор абразивов замечательно подойдет в качестве основы для домашнего скраба. Самые простые скрабы делаются на один раз. Обычно это дует абразива и масла. Однако такие скрабы подходят далеко не всем типам кожи: масло оставляет на теле пленку, это вызывает угревую сыпь и забитые поры.

По этой причине стоит добавлять в скрабы кремообразную мыльную основу. Ее так же легко достать, как и любой абразив. Мыльная основа есть во всех доступных маркетплейсах, а также в магазинах для творчества и для мыловаров.



ЭКСПЕРТИЗА

Никаких баночек-скляночек: как твердые продукты захватили мир косметики

Безводные шампуни, кремы и сыворотки не содержат искусственных консервантов. Что еще нужно знать о твердых продуктах в косметике? Подробнее об этом рассказала креативный директор компании по производству товаров для создания домашней косметики и творчества «Выдумщики» Любовь Шенеман в комментарии «Слово и Дело».

Mutti

Итальянская компания, производитель консервированных продуктов, в частности томатов.

→ PR-задачи:

- Информирование аудитории о присутствии компании на российском рынке,
- Обеспечение узнаваемости бренда в медиапространстве,
- Интеграция бренда в образовательный гастрономический контент как в СМИ, так и в сообществе блогеров;
- Продвижение бренда в социальных сетях.

→ Что было сделано:

- Инициирование публикаций в СМИ, участие в конкурсах, предоставлении продукции на съёмки,
- Поиск шеф-поваров для продвижения продукции через личные аккаунты,
- Работа с блогерами: инициирование публикаций (фото, видео, Stories),
- Креативная рассылка по подготовленной базе блогеров и журналистов,
- Интеграция в гастрономические фестивали,
- Организация пресс-тура для знакомства журналистов с брендом.



> 85
публикаций с упоминанием
бренда

> 90
интеграций вышло в формате
постов и Stories у фуд-блогеров,
охват 2 млн

СМИ
Marie Claire, Instyle, GQ, StarHit,
«Лиза», «Домашний Очаг»,
HoReCa и др.



wday.ru новости мода красота и здоровье стили

Томатное счастье: 5 десертов с помидорами

Чего мы только из них не готовим: салаты, соусы, сок, заготовки на зиму. А как насчет помидора на сладкое?

Текст: Ольга Неселова - 4 сентября 2019



Фото: Getty Images, iStockphoto

Мы уже однажды выясняли, что томаты — это на самом деле вовсе не овощи, а фрукты. А фрукты на десерт — обычное дело, ведь манго или персики, арбуз или дыня вполне могут заменить пирожное.

Водоходъ

Крупнейшая круизная компания и туристический оператор России.

→ PR-задачи:

- Усиление присутствия бренда в СМИ и расширение аудитории,
- Информирование потенциальных посетителей об особенностях бренда и главных отличиях от других круизных операторов,
- Поддержка положительного имиджа бренда,
- Обеспечение присутствие в блогосфере, укрепить имидж в соцсетях с помощью инфлюенсеров.

→ Что было сделано:

- Вёрстка пресс-кита,
- Подготовка и рассылка пресс-релизов,
- Инициирование публикаций в СМИ: статьи, комментарии, обзор,
- Работа с блогерами: инициирование публикаций (фото, видео, Stories).

Ноябрь 2019 г. — ноябрь 2020 г.



+ 20%

МедиаИндекса, показатель составил 12 025 пунктов.

Forbes

Без иностранцев и шведского стола. Как проходят речные круизы в России в 2020 году и почему этот рынок растет в пандемию



wday.ru

7 мест в России, которые круто смотреть с воды

Вот и лето прошло. Но это не повод забыть про путешествия: бархатный сезон как никогда изобилует удивительными туризм. Для тех, кто истосковался по воде, наша редакция совместно с круизной компанией «Водоходъ» отобрала направления с самыми живописными пейзажами, которые открываются с палубы судна. Эстетам и романтикам посвящается.



> 200

публикаций у блогеров в Instagram*

СМИ

Forbes, «Российская газета», «Коммерсантъ», «Комсомольская правда», «Аргументы и факты», Life.ru, «РИА Новости», РИАМО, Wday, Reminder, Lifehacker и др.

ИЗВЕСТИЯ iz



Рейсы по рекам России начал совершать новейший российский круизный лайнер «Иустай Карие». Событие действительно знаковое. Это первое пассажирское судно, построенное на российской верфи за последние 60 лет. С начала 1960-х годов, прошлого века Советский Союз, а затем и Россия не строили речные круизные суда, а покупали их в странах социализма — ГДР, Венгрия, Чехословакия. Сейчас большинство из них уже отмечают полувековой юбилей. Корреспондент «Известий» отправился из Москвы в круиз на «Иустай Карие» и выяснил, что предлагает пассажирам новая гордость отечественного судостроения.

ТВОЕ

Российский бренд молодёжной одежды, обуви и аксессуаров.

→ PR-задачи:

- Информирование аудитории о присутствии компании в новых городах,
- Расширение аудитории бренда,
- Поддерживать положительный имидж бренда как «идущего в ногу со временем»,
- Обеспечение широкого присутствия в медиапространстве (женские, lifestyle, гляцевые СМИ).

→ Что было сделано:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов,
- Инициирование публикаций в СМИ: статьи, раскладки, интеграции в обзоры, предоставление продукции на съемки и пр.,
- Работа с блогерами: инициирование публикаций (фото, видео, Stories),
- Креативная рассылка блогерам и журналистам.
- Участие в фотопроекте журнала Cosmopolitan, посвященному 90-летию Микки Мауса.

Январь 2018 г.— январь 2020 г.

ТВОЕ

Instagram*

публикации моделей бренда у популярных блогеров



> 50

Публикаций в СМИ и Stories у блогеров

СМИ

Marie Claire, Elle.ru, InStyle, Grazia, Cosmo.ru, Wonderzine.ru, Wmj.ru, «ЭХО Москвы», Woman.ru, Woman's day, TimeOut.ru, Lady Mail.ru, ElleGirl.ru, sncmedia.ru, Women's Health, «РБК Стиль», StarHit и др.



* принадлежат компании Meta, признанной экстремистской и запрещённой на территории РФ

OK Beauty

Бренд многофункциональной косметики для макияжа и ухода.

→ PR-задачи:

- PR-поддержка в lifestyle и глянцевах СМИ,
- Инициирование спецпроектов.

→ Что было сделано:

- Рассылка продукции в медиа по бьюти-планам,
- Инициирование публикаций в СМИ в формате нативных статей, экспертных комментариев и интервью.



> 30
публикаций с упоминанием
бренда

Налаживание контактов

с Vogue, Glamour, Cosmo.ru,
Posta-Magazine с гарантией
последующего размещения

СМИ

Elle.ru, Marie Claire, Instyle.ru,
Womanhit.ru, Wday.ru, passion.ru,
Poruski.me, Fwmagazine.ru,
«Лиза» и др.

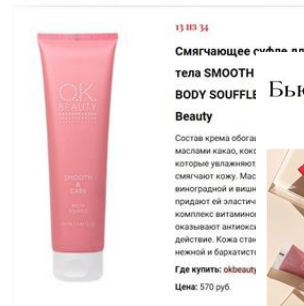
marie claire

Обзор лучших бьюти-новинок июня:
уход и декоративная косметика



OK Beauty

Среди новинок российской марки OK Beauty - BB-крем Fresh&Glow Second skin BB Foundation. Средство выравнивает тон, подтягивает под цвет кожи, скрывает недостатки, увлажняет, смягчает и тонизирует, обладает лифтинг-эффектом и подходит даже для возрастного макияжа. BB-крем содержит фактор SPF 30, SPF 30.



Бьюти-итоги: 5 событий и запусков



Тюшеры для губ и щеки OK Beauty Color Salute



Sebbin

Французская компания, которая с 1986 года выпускает эндопротезы, в том числе грудные импланты.

→ PR-задачи:

- Развитие и поддержка имиджа компании в качестве центра с высокотехнологическими медицинскими технологиями,
- Поддержка бренда компрессионного белья Native и Le journal intime,
- Обеспечение регулярного присутствия в lifestyle и медицинских СМИ.

→ Что было сделано:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов о новых разработках компании,
- Инициирование публикаций в СМИ: статьи, комментарии, новости,
- Консультирование по вопросам информационной политики.



Все и сразу: какие пластические операции делают в комплексе?

Грудь, подбородок, голени и не только



Выбор материала

Кроме того, необходимо обязательно оценить при подборе белья качество ткани. От него действительно зависит многое: не отразится ли носка такого белья на здоровье, будет ли новый комплект приятно прилегать к коже и, в конце концов, не порвется ли после первой стирки. Совсем не обязательно такое белье должно состоять из натуральных материалов. За последние годы появилось много современных искусственных материалов, которые выполняют такие функции еще лучше, чем натуральные. Например, сетчатый трикотаж **Power Net**, имеющий мелкоячеистую структуру. В его специальном плетении нити эластана оплетены полиамидом. Такая технология позволяет белью быть эластичным, а также поддерживать грудь, без косточек и плотных чашек. При этом такая ткань является совершенно гипоаллергенной – её используют в производстве медицинского послеоперационного белья.



> 50

публикаций с упоминанием
бренда за период сотрудничества

СМИ

Grazia, InStyle, Medtecnews,
Poruski.me, PRO Здоровье,
WomenTalk.Club, passion.ru,
Woman.ru, Eva.ru и др.



Самые популярные пластические операции среди мужчин

Теперь в списке дел у мужчин к занятиям в тренажерном зале добавились регулярные походы в барбершоп за новой стрижкой, в салон — к косметологу за процедурой по уходу за лицом или за массажем тела, а также в клинику — к пластическому хирургу, который поможет довести внешность до совершенства.



«Втор-пласт»

Компания, которая занимается утилизацией отходов и лома пластмасс во вторичное сырьё.

→ PR-задачи:

- Формирование образа генерального директора Александра Свидовского как промышленника, бизнесмена в сфере переработки отходов на территории России,
- Обеспечение регулярного присутствия спикера в общественных, деловых и экологических СМИ.

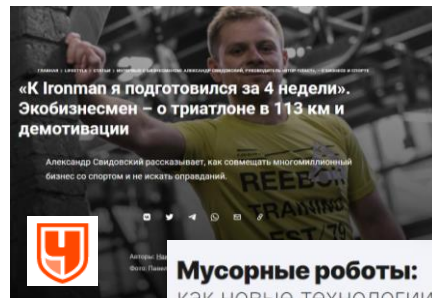
→ Что было сделано:

- Инициирование экспертных статей и комментариев,
- Подготовка и рассылка пресс-релизов об экопривычках на основе исследования через «Яндекс. Взгляд».



1 590

показатель МедиаИндекса
за период сотрудничества



Мусорные роботы: как новые технологии влияют на свалки в России

Ежегодно люди выбрасывают миллионы тонн пластика. Пластик — наиболее распространенный вид мусора, на него приходится 40% всего объема неперерабатываемых отходов. Разобрать эти «пластиковые горы» под силу только роботам, которыми управляет искусственный интеллект. Несмотря на санкции, сегодня в России в этой области не только внедряются иностранные технологии, но и активно разрабатываются собственные

279

публикаций с упоминанием
бренда

СМИ

«Российская газета», МИР 24, «Эксперт», «Известия», ТАСС, РБК PRO, «Ведомости», «Эксперт», «Генеральный директор», «Коммерсантъ» и др.

ВЕДОМОСТИ | Экология

22 апреля 2022, 12:13 / Экология / Наука и технологии

Как отличают один пластик от другого и как их перерабатывают

Существует общепризнанная маркировка, которая выделяет семь различных видов пластмасс:



Александр Свидовский, генеральный директор
компании «Втор-Пласт»

Чтобы правильно сортировать и перерабатывать пластик, нужно разбираться в его категориях и особенностях. Это необходимо как потребителям, раздельно собирающим мусор, так и переработчикам.

Если внимательно посмотрите на пластиковую упаковку или бутылку, то обнаружите символ в виде треугольника с аббревиатурой и числом от 01-до 07. Они указывают вид пластмассы.

АО «Медицина»

Российская компания, которой принадлежит одноимённая частная клиника в Москве и Институт ядерной медицины в Московской области.

→ PR-задачи:

- Развитие и укрепление имиджа АО «Медицина» (клиника академика Ройтберга) как эксперта доказательной медицины с лучшим качеством оказания медицинских услуг,
- Информационная поддержка трех брендов: АО «Медицина», личный бренд Г.Е. Ройтберга, Институт Ядерной Медицины, Химки,
- Широкое присутствие брендов в медиапространстве (женские, lifestyle, деловые и медицинские СМИ).

→ Что было сделано:

- Поддержка собственных инфоподов клиники,
- Комментарийная работа со СМИ из списка Tier-1,
- Инициирование крупных публикаций в топовых СМИ: статьи, колонки, интервью,
- Реализация антикризисного PR.



17 550

показатель МедиаИндекса
за период сотрудничества

> 1043

публикаций с упоминанием
бренда

СМИ

«Известия», Sport24, «РИА
Новости», «Чемпионат», Metro,
Gazeta.ru, Lenta.ru и др.



Вейп: что это такое, какой вред
несет курение электронных
сигарет



МОСКВА, 26 янв — РИА Новости. Из-за роста популярности курения вейпов среди школьников сегодня обсуждается вопрос о [запрете](#) продаж электронных сигарет в России. Что такое вейп, чем отличается от табачных изделий, вызывает ли привыкание и чем опасен для здоровья организма, помогает ли вейлинг бросить курить — мнения экспертов в материале РИА Новости.

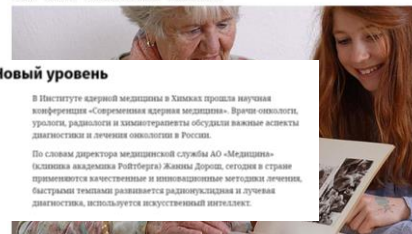


Невролог назвала правила сохранения рассудка в старости

Невролог Чудинская: избежать деменции в старости поможет работа в режиме многозадачности

17 февраля 2023, 10:00
10 000

тема: здоровье, болезнь Альцгеймера, пожилые люди



Врач невролог АО «Медицина» (клиника академика Ройтберга) Галина Чудинская в беседе с «Известиями» рассказала о том, соблюдение каких правил в молодости поможет сохранить память и рассудок в старости, а также избежать деменции.

SuperStep

Интернет-магазин кроссовок, ботинок и одежды от мировых спортивных брендов.

→ PR-задачи:

- Расширение аудитории бренда за счет конкурсов с медиа в социальных сетях,
- Развитие и поддержка имиджа бренда как лучшего дистрибьютора сникеров на российском рынке,
- Постоянное присутствие бренда в спортивных и lifestyle медиа.

→ Что было сделано:

- Написание и публикация экспертных статей и комментариев,
- Ежемесячные выходы пресс-релизов с корпоративными новостями бренда.

Апрель 2021 г. — февраль 2022 г.

SuperStep

> 249

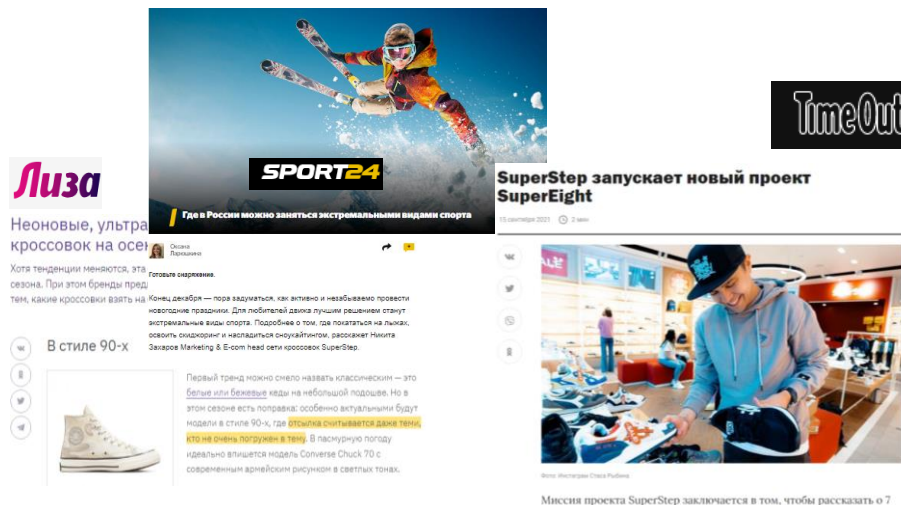
публикаций с упоминанием бренда

1 271

показатель МедиаИндекса за период сотрудничества

9 конкурсов

в социальных сетях и медиа: Graffiti World, The Challenger, Wday, Lisa.ru, Hello, Porusski.me, The Pled, The Reminder.



Анастасия Тарасова

Популярный блогер, финансовый советник, предприниматель и писательница.

→ PR-задачи:

- Развитие и укрепление имиджа спикера как независимого финансового эксперта,
- Широкое присутствие спикера в медиапространстве (lifestyle, деловые, общественно-политические и финансовые СМИ).

→ Что было сделано:

- Работа по комментарийной работе по запросу от СМИ,
- Публикация экспертных колонок и статей,
- Интеграция спикера на финансовые мероприятия.

1056

показатель МедиаИндекса
за период сотрудничества

> 68

публикаций с упоминанием
бренда

Стоит ли класть деньги на банковские
депозиты

Финтолк



RB.RU

Все говорят о том, что реальный
валюты другой. Что это значит?

Ключевая ставка ЦБ РФ на конец мая 2022 года сок
На следующих заседаниях ближайшее будет 10 ию
регулятор планирует снизить ставку, если ситуаци
не изменится.

КОЛОНКИ
31 мая 2022



Анастасия Тарасова
Глава инвестиционного Maeli Capital, независимый финансовый советник



Анастасия
Тарасова

Мечтать о лучшем

Финансовый эксперт Анаста
— о том, что делать с
«недружественными» валю

6 августа 2022, 08:05
8903

ВАЛЮТА ФИНАНСЫ ДОЛЛАР ЕВРО ЦБ РФ

Российские банки вводят комиссии за тран
продвигает ограничение по валютной валют
разговоры о прекращении биржевых торгов
приведет и что делать с «недружественными

10 марта курс до
историю — 121,53
обе валюты нач
момент публик
— 64,72 рубля. Н
столь масштабн
Тарасова, глава



Анастасия Тарасова

глава инвестиционного Maeli Capital, финансовый блогер, автор
книги «Сам себе финансист»

Укрепление рубля, к
санкционной войны,
SWIFT, заморозка зол
российского сырья —
против нашей стран
После 10 марта новы
курс российской вал

Варианта для переговоров по Украине пройдёт успешно и санкционная пружина расколетс
экономика начнет постепенно восстанавливаться. Если же этого не произойдет и военная
спецоперация затянется, то нашу экономику ждут серьезные проблемы, переход к
собственному производству или поставкам из альтернативных стран. На последние может уйти
до шести месяцев, если не больше. И за это время все цепочки поставок могут быть нарушены,
что приведет даже к дефициту товаров ежедневного потребления среди населения. Да,
кажется, санкции самые сильные и жесткие за все время. Много, что казалось
импортозависимым, на самом деле все равно базировалось на поставках с Запада.

ИЗВЕСТИЯ | Z

«Удачная Мебель»

Российский производитель садовой мебели.

→ PR-задачи:

- Информирование ЦА садового бренда о запуске нового дачного сезона.
- Развитие и поддержка имиджа компании как лучшего производителя садовых качелей на российском рынке.

→ Что было сделано:

- Написание и публикация экспертных статей и комментариев про садовые качели, логистику компании, импортозамещение.
- Запуск конкурса: 10 постов в социальных сетях с хэштегом «Удачная мебель».



> 37

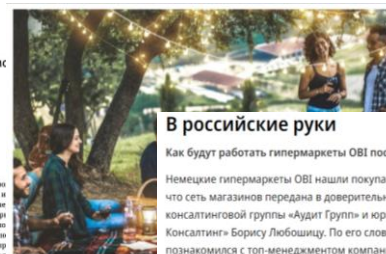
публикаций с упоминанием
бренда

268

показатель МедиаИндекса
за период сотрудничества

СМИ

«Известия», Time Out,
«Секрет фирмы», «Антенна-
Телесемь», «Индустрия Мебели»,
Коммерсантъ FM,
«Российская газета» и пр



Синоптики вновь обещают планировать ближайший городом на свежем воздухе: пикник в ближайшем парковой квартире. В наше оснащения для пикника - мобильного пикника, а та благодаря которым можно вечеринки на открытом в



Абрау-Дюрсо

Группа компаний, специализирующаяся на производстве игристых и тихих вин.

→ PR-задачи:

- Обеспечение широкого присутствия инфоповодов компании в медиапространстве.
- Организация пресс-туров в Краснодарский край с региональными редакторами.

→ Что было сделано:

- Написание и распространение пресс-релизов,
- Комментарийная работа с винными спикерами компании,
- Организация пресс-тура в Краснодар: сопровождение 10 редакторов топовых медиа,
- Создание антикризисной папки,
- Подготовка пресс-кита,
- Организация праздничных рассылок редакторам и блогерам,
- Реализация продуктовой рассылки «7 овощей» винным блогерам — выход более 10 постов,
- Организация пресс-завтрака с Николаем Фоменко и дегустацией Schneejager.

Июль 2021 г. — апрель 2022 г.



30 436

показатель МедиаИндекса
за период сотрудничества

> 5 157

публикаций с упоминанием
бренда

СМИ

«РИА Новости», ПРАИМ, ТАСС,
«Секрет фирмы», РБК Quote, About
Wine, Wine Magazine и др.



Русский винный дом «Абрау-Дюрсо» провел торжественный ужин в честь 150-летия

25 ноября — день рождения Русского винного дома. Завершая юбилейный год, в честь праздника устроен ужин, который проходил в неформальной обстановке.

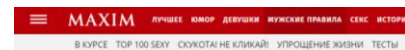


Известный журналист и автор книги «Абрау-Дюрсо» активно борется за молодую аудиторию. Говорит, что когда-то вино было не самым популярным напитком среди молодежи. Теперь вот его употребляют даже подростки. Безалкогольные напитки — это не просто вода, а напиток, который производится искусственно, с добавлением углекислого газа.

Эта категория быстро растет во всем мире, привлекая по 10 процентов в год. Председатель «Абрау-Дюрсо» Павел Титов заявил, что его компания стремится стать лидером в этой нише.

Новинка представлена в сети фирменных магазинов «Абрау-Дюрсо» и также в федеральной сети. Стоимость в среднем около 1000 рублей. Вино имеет в коллекции линейку «7 овощей» — пять овощей.

1500 1600
14 комментариев



На дегустацию: шнапсы от молодого бренда Schneejager



Клавия Кока стала амбассадором бренда Abrau Light



Клавия Кока — известная блогерша, автор канала «Клавия Кока» в YouTube. Она стала амбассадором бренда Schneejager. В своем блоге она рассказывает о вкусах и ароматах различных напитков. Schneejager — это молодой бренд, который производит шнапсы. Кока уже попробовала несколько видов и поделилась впечатлениями. Schneejager — это не просто напиток, это стиль жизни. Schneejager — это вкус, который хочется повторить.

Skymec

Дистрибьютор и интегратор беспилотных решений DJI в России и странах СНГ.

→ PR-задачи:

- Усиление присутствия дистрибьютора дронов в деловых, общественно-политических, агропромышленных и IT СМИ,
- Поддержка имиджа компании как лучшего дистрибьютора промышленных дронов на российском рынке.

→ Что было сделано:

- Написание и публикация экспертных статей и комментариев про промышленные дроны в геодезии, картографии, агропромышленной, нефтяной и сельскохозяйственной областях,
- Прямой эфир с участием спикера компании в программе «Москва 24».

SKYMEC

> 447

публикаций с упоминанием бренда

2 248

показатель МедиаИндекса за период сотрудничества

СМИ

«Популярная Механика», Arpo XXI, Rusbase, Robogeek, RoboTrends, «Нефтянка», «Российская газета», Агроновости и др.

Pro

Пилот дрона может получать 250 тыс. руб.: что известно о новой профессии

Саморазвитие - Карьера
Статьи - Skymec

Дроны все активнее используют в промышленности, строительстве, сельском хозяйстве. Растет потребность в пилотах дронов. В Москве до 250 тыс. руб. (интегратор беспилотных решений) могут рассчитывать на новую профессию.

Частные беспилотники с сентября можно будет применять в поисково-спасательных работах. Работа добровольная, но ущерб обещают возмещать, — Минтранс выпустил проект правил субсидирования владельцев БПЛА, которые понесли затраты на поисковые работы. Участвуют ли сейчас беспилотники в спасении людей, какие условия для этого нужны и что может помешать направить свой дрон на благое дело — в материале «Известий».

Как будут применять частные беспилотники

С 1 сентября вступит в силу поправки в Воздушный кодекс, касающиеся беспилотников. Одно из новшеств — дроны, принадлежащие частным лицам и организациям, можно будет задействовать в поисково-спасательных работах. Параллельно Минтранс разработал проект правил субсидирования авиационных предприятий, организаций экспериментальной авиации и владельцев беспилотников, которые участвуют в поисково-спасательных работах. Проще говоря, добровольцы, которые согласятся участвовать в поиске или спасении людей с помощью своих беспилотников, смогут рассчитывать на возмещение понесенных на эти цели затрат.

Коммерсантъ

Остаться в плюсе

Производство

Рынок производства электротехнической продукции в России сохраняет положительную динамику, несмотря на затянувшуюся пандемию и мировой рост цен на металлы и отдельные комплектующие.



ИЗВЕСТИЯ iz

КарданБаланс

Федеральная сеть автосервисов по ремонту и балансировке карданных валов.

→ PR-задачи:

- Усилить присутствие компании в деловых, общественно-политических и автомобильных СМИ.
- Поддержать имидж компании в глазах ЦА как лучшей компании по производству и ремонту карданных валов на российском рынке.

→ Что было сделано:

- Подготовка и публикация экспертных статей и комментариев о ситуации на авторынке, об автомобильной отрасли, бизнесе и тд..



922

показатель МедиаИндекса
за период сотрудничества

> 130

публикаций с упоминанием
бренда

СМИ

«Известия», «За рулем», «РИА Новости» «Российская газета», Коммерсантъ FM, Lenta.ru, «Известия», Forbes, BFM.ru, «МИР24», «Деловой Петербург», и др.



Российские машины: список марок отечественного автопрома, плюсы и минусы

Рост цен на запчасти, новые лидеры и ожидание автомобилей из Ирана – эксперт рассказал, что будет с авторынком в 2023 году



Названы важные критерии при покупке подержанного автомобиля

Эксперты рассказали, на что обратить внимание при покупке подержанного автомобиля

12 апреля, 16:52

АВТОМОБИЛИ ПОКУПКА ЭКСПЕРТЫ



ИЗВЕСТИЯ iz



Эксперт Приходько: Россияне стали экономить на авторемонте

Дмитрий Приходько

За год цены на услуги автосервиса в России увеличились практически на 50%. По прогнозам специалистов, в 2023 году стоимость ремонта автомобилей вырастет еще примерно на 20-30%. Главной причиной стал резкий взлет цен на запчасти (от 45 до 60% на разные марки). Кроме того, вследствие роста косвенных издержек (арендных, рекламных и прочих платежей) сервисам пришлось поднять примерно на 20% и стоимость самих работ. Об этом и других трендах на рынке авторемонта "РГ" рассказал директор по развитию компании "КарданБаланс" Александр Приходько.

RG.RU

Лента новостей

12 апреля, 16:52
Прокуратура запросила дополнительные сроки для фигурантов дела о пожаре в «Зимней вишне»

12 апреля, 16:51
Правительство Новосибирской области и корпорация МСП будут совместно развивать малый и средний бизнес региона

12 апреля, 16:40
Частный четверг в 2023 году: главные традиции, что можно и что нельзя делать в этот день

12 апреля, 16:21
Защиты департава Брянской области

BFM.RU

Siberian Wellness

Корпорация, которая производит натуральные продукты для здоровья, спорта и красоты на основе дикорастущих сибирских трав.

→ PR-задачи:

- Анонс выхода линейки селективного парфюма на основе розы.

→ Что было сделано:

- Дизайнерская проработка креативной рассылки: отрисовка макетов коробок, открыток, тату (по 3 варианта),
- Проработка наполнения: чокеры, ленты, наполнитель (по 3 варианта). Закупка выбранных позиций, упаковка боксов,
- Подготовка дизайнерского ТЗ для блогеров,
- Коммуникация с блогерами, договоренность о сотрудничестве,
- Отслеживание публикаций, сбор статистики.



> 350

блогеров подобрано
для сотрудничества

> 7 МЛН

охват по количеству подписчиков

50 боксов

разослали по lifestyle
и beauty-инфлюенсерам



MYBOX

Сеть ресторанов японской и азиатской кухни.

→ PR-задачи:

- Развитие и поддержка имиджа компании,
- Регулярное присутствие продуктов в общественных и лайфстайл СМИ,
- Присутствие бренда в блогосфере, укрепление имиджа в соцсетях с помощью инфлюенсеров.

→ Что было сделано:

- Разработка пресс-кита,
- Подготовка и рассылка пресс-релизов о новинках компании,
- Сотрудничество с блогерами на федеральном уровне: инициирование публикаций (фото, видео, Stories).
- Инициирование публикаций в СМИ на гастрономическую и бизнес тематики: статьи, комментарии, интеграции в дайджесты и пр.,
- Организация креативных рассылок для блогеров.



> 400

публикаций с упоминанием
бренда

> 4000

показатель МедиаИндекса
за период сотрудничества

> 50

интеграций вышло в формате
Reels и Stories у блогеров
в Instagram*

СМИ

«РИА Новости», Woman.ru, «Комсомольская правда», Sport24, theDay, «Деловой Петербург», ComNews, Lenta.ru, Pravda.ru, Gazeta.ru, «Московский Комсомолец», и др.

Россиянам дали советы по выбору икры

Технолог Каплунов: чем проще состав у икры, тем лучше

Сопровождающая информация

Икра давно стала символом праздничного стола, но, если выбрать некачественную или поддельную, можно испортить себе настроение, а иногда и здоровье, предупредил лидер направления тезисной сети ресторанов японской и азиатской кухни MYBOX Максим Иселе с «Лентой.ру» он дал советы по выбору продукта.

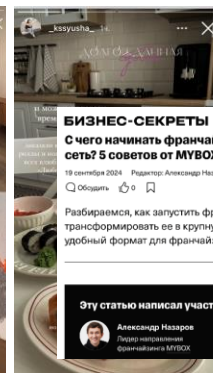


Геймификация: как выделяться на рынке общепита

COMNEWS



Николай Комарский
лидер направления в сети ресторанов японской и азиатской кухни MYBOX



Три вокзала. Депо

Гастроквартал в центре Москвы, расположенный на территории бывшего троллейбусного парка.

→ PR-задачи:

- Развивать и поддерживать имидж гастроквартала;
- Усилить присутствие в медиапространстве;
- Присутствие бренда в блогосфере, укрепление имиджа в соцсетях с помощью инфлюенсеров.

→ Что было сделано:

- Подготовка и публикация экспертных статей и комментариев на гастрономическую тематику,
- Коллаборация со свадебным салоном «Мэри Трюфель»,
- Приглашение и сопровождение журналистов на мероприятия,
- Организация работы с блогерами: подбор кандидатов, инициирование публикаций (фото, видео, Stories), приглашение на мероприятия,
- Участие в ТВ-съемках для «Москва 24» и «ТВ Центр».

ДЕПО
ТРИ ВОКЗАЛА

> 250

публикаций с упоминанием
бренда

7711

показатель МедиаИндекса
за период сотрудничества

СМИ

The Voice, U Magazine, Forbes,
HELLO, «Правила жизни»,
Time Out, HELLO, Pravda.ru,
«Новый очаг», BURO 24/7 и др.

НОВЫЙ ОЧАГ

Вечер в новом баре «Три вокзала.
Депо»

Ну а после развлечения предлагаем заглянуть в «Три вокзала» — недавно в гастроквартале открылся новый «Станция бар», где угостятся крафтовым пивом, коктейлями, вином и напитками. Для тех, кто не пьет — найдутся и безалкогольные согреватели: например, чай или кофе. А если захочется перекусить, в меню закуски, которые отлично дополняют алкогольную карту.



Архивы ПРЕСС-Службы



02.12

ПОЧУВСТВОВАТЬ СЕБЯ СОМЕЛЬЕ НА ПРАЗДНИКЕ
ГРУЗИНСКОЙ КУХНИ

В фудхолле «Три вокзала. Депо» пройдет гастрономический праздник, посвященный грузинской кухне. В программе мастер-класс с шефом, дегустация напитков и хинкали и далее по списку. Заключительной частью фестиваля станет концерт грузинской группы Life Bell.

Что нового в Москве?



«Примкосметика»

Компания, которая производит средства для ухода за кожей лица и тела.

→ PR-задачи:

- Анонсировать выход косметики на основе голотурий.

→ Что было сделано:

- Дизайнерская проработка креативной рассылки: отрисовка макетов коробок, открыток,
- Проработка наполнения: свечи, ленты, наполнитель (по 3 варианта), закупка выбранных позиций, упаковка боксов,
- Подготовка дизайнерского ТЗ для блогеров,
- Коммуникация с блогерами и представителями СМИ, договоренность о сотрудничестве,
- Отслеживание публикаций, сбор статистики.

ПЕНТАҚАН

> 7 МЛН

охват по количеству подписчиков

> 150

блогеров подобрано
для сотрудничества

50 боксов

разослали по lifestyle
и beauty-инфлюенсерам



«Ясно Поле»

Экопарк и живая деревня, расположенная в Ясногорском районе Тульской области.

→ PR-задачи:

- Анонс строительства отеля, напечатанного на 3D-принтере,
- Привлечение в «Ясно Поле» журналистов и блогеров.

→ Что было сделано:

- Подготовка и рассылка пресс-релиза,
- Организация пресс-тура для журналистов,
- Работа с инфлюенсерами,
- Разработка креативных рассылок для фермерских продуктов, курьерская рассылка,
- Отслеживание публикаций, сбор статистики.



> 50

публикаций с упоминанием
бренда

11

Редакторов посетили пресс-тур

СМИ

BMF.RU, MYDECOR, «Москвич
MAG», «Афиша Daily», «НОЖ»,
Organic Woman, Buro 24/7,
Leaders, Euromag, poruski.me,
«Московская перспектива», VC.ru
и др.

BMF.RU

Строительная 3D-печать: там, где сначала
рождались любопытство, теперь рождается бизнес

Первый целиком напечатанный российский дом датирован 2017 годом. Прошло семь лет, и вот в следующем году в стране появится производство с расчетом на создание двух тысяч домов в год, напечатанный современный гостиничный комплекс и нормативная база для массового применения 3D-принтеров в стройке



А в расположенном в Тульской области экопарке «Ясно поле» вскоре появится целый напечатанный на 3D-принтере современный гостиничный комплекс, который его авторы называют одним из первых, возведенных по такой технологии не только в России, но и во всем мире. Идея «гостиничной печати» пришла в голову основателю экопарка Дмитрию Черепкову года три назад и так его захватила, что он стал партнером — учредителем проекта по производству самых современных 3D-принтеров. Да еще и уговорил заняться разработкой облика нового отеля главную звезду российской деревянной архитектуры Тотана Кузембаева, который, пожалуй, как никто умеет создавать мягкие строительные объемы и органично вписывать их в природный ландшафт.



«АсАвто»

Крупнейший официальный дилер китайских автомобилей в Поволжье.

→ PR-задачи:

- Усилить присутствие компании в деловых, общественно-политических и автомобильных СМИ.
- Поддержать имидж компании в глазах ЦА как о выгодном и доступном месте по покупке китайских автомобилей в Самаре.

→ Что было сделано:

- Разработка PR-стратегии на год,
- Подготовка и публикация экспертных статей и комментариев о ситуации на авторынке, об автомобильной отрасли, бизнесе и тд.,
- Рассылка пресс-релиза с новостями компании.



Новые марки китайских авто KAIYI и BAIC в продаже



BAIC X35 PLUS



«Обновлять данные о собственнике в бумажном и электронном ПТС необязательно. Это не влияет на постановку автомобиля на учет, — подтверждает руководитель службы диспозиции ГК «АсАвто» Евгения Ефименко. — В ГИБДД документами, подтверждающие право обладания ТС, считаются договор купли-продажи и акт приема-передачи».

> 20
публикаций с упоминанием
бренда

СМИ

«Авто Mail.ru»,
«АвтоБизнесРевью», «Деловой мир», «Коммерсантъ.ФМ»,
«За рулем», «Известия» и пр.



Евгения Алексеева
генеральный директор ГК «АсАвто»

Часть брендов сразу отразила это в конечной стоимости. Другая часть — пошла иным, менее болезненным для восприятия путём. Увеличение стоимости автомобиля частично легло на сам кузов, а частично — за счёт снижения так называемых «прямых» скидок и скидок при покупке автомобилей по программе trade-in. При таком подходе сам автомобиль в среднем мог стать дороже на 30 000 — 70 000 рублей, а вот предлагаемые скидки снизились у некоторых брендов на 150 000 рублей. Таким образом, минимальная цена покупки увеличилась, но за счёт разных компонентов ценообразования.

К началу осени подорожали запчасти (в среднем на 10-15%), расходники (на 5%), моторное масло, сигнализация, детали для кузовного ремонта (на 15%). Стоимость продолжит расти и дальше.

HASS

Российский бренд женской одежды из натуральных материалов.

→ PR-задачи:

- Развитие и поддержка имидж бренда,
- Усиление присутствия в медиапространстве,
- Присутствие бренда в блогосфере, укрепление имиджа в соцсетях с помощью инфлюенсеров.

→ Что было сделано:

- Создание пресс-кита,
- Инициирование публикаций в lifestyle и деловых медиа,
- Интеграция в ТВ-сюжет на «Пятом канале» и в подкаст «Механики бизнеса»,
- Участие в подборке Telegram-канала «Отдел моды VOICE»,
- Организация работы с блогерами: подбор кандидатов, инициирование публикаций (фото, видео, Stories).

HASS

> 30

публикаций с упоминанием
бренда

СМИ

The Voice, Marie Claire, U Magazine, Peopletalk, «РИА Новости», «Чемпионат», «Московский комсомолец», «МИР 24», Metro, «Экспресс-газета», «Леди Mail.ru» и др.

PEOPLETALK



U MAGAZINE

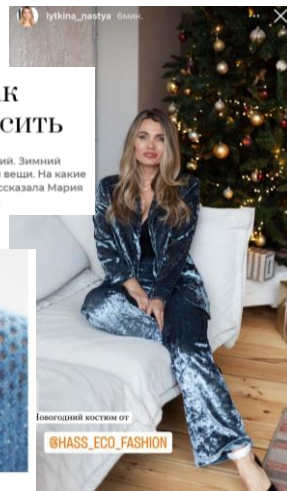
Oversize свитер. Как выбрать и с чем носить

Один oversize свитер — много эффектных сочетаний. Зимний гардероб сложно представить без данной уютной вещи. На какие модели обратить внимание и с чем их носить? Рассказала Мария Уколова, дизайнер бренда женской одежды HASS

the VOICE

РИА НОВОСТИ

В чем встретить Новый 2024 год Дракона: образы от стилистов и астрологов



«ДЯТЬКОВО»

Лидер российского рынка в области комплексного оформления домашнего пространства.

→ PR-задачи:

- Развивать и поддерживать имидж компании;
- Усилить присутствие компании в деловых, общественно-политических и lifestyle СМИ.

→ Что было сделано:

- Разработка PR-стратегии на год,
- Подготовка и публикация экспертных статей и комментариев о мебельном рынке России, интерьерных трендов, уходе за мебелью,
- Рассылка пресс-релиза с новостями компании,
- Инициирование интервью с руководителем компании на ТВ,
- Сотрудничество с блогерами на федеральном уровне: подбор кандидатов, инициирование публикаций (фото, видео, Stories), документальное оформление договоренностей.



> 120

публикаций с упоминанием бренда

> 1000

показатель МедиаИндекса за период сотрудничества

53 млн

Суммарный охват медиа, где вышли публикации бренда.

mydecor

Как ухаживать за корпусной мебелью, чтобы она дольше служила

При условии правильной эксплуатации качественная мебель может прослужить не один десяток лет. Однако, чтобы она сохранила безупречный внешний вид и функциональные свойства, ей нужен правильный уход

15 марта 2024



ИЗВЕСТИЯ 12

ОБЩЕСТВО

Эксперт назвала способы визуально расширить маленькую комнату

Веденова рекомендовала для визуального расширения комнаты использовать зеркала

metro
MOSCOW

7 советов от эксперта, как оформить типовую квартиру стильно и функционально

Квартира как из Pinterest — мечта многих хозяек, которые часами заглядываются на картинки с трендовыми интерьерами. Metro рассказывает, какие приемы для типовой панельки можно перенять с этой "доски желаний"

Nobel Biocare

Компания, которая производит стоматологические имплантаты и индивидуальные протезы.

→ PR-задачи:

- Развитие и укрепление имиджа бренда как эксперта в области инновационных конструкций с опорой на имплантаты,
- Продвижение оригинальной концепции All-On-4 и отстройка от конкурентов.

→ Что было сделано:

- Подготовка и публикация экспертных материалов на медицинскую тематику в крупных общественных и lifestyle медиа,
- Разработка календаря отраслевых и деловых мероприятий для интеграции спикеров Nobel Biocare (мониторинг, ежемесячное формирование списка мероприятий, проведение переговоров с организаторами, обсуждение форматов участия).

Ноябрь 2023 г. – февраль 2024 г.



Красивая улыбка за день: как концепция All-on-4 меняет жизни людей



Эксперт указал на преимущества концепции.

Улыбка – визитная карточка человека. Она больше слов способна передавать мысли, располагать к себе окружающих, создавая доверительную и дружественную атмосферу. Однако далеко не каждый может позволить себе наслаждаться преимуществами здоровых зубов. Люди с полной или частичной потерей зубов часто страдают от комплексов, застенчивости и, как следствие, – социальной изоляции. Как за один день восстановить красоту улыбки и вернуть уверенность в себе, рассказал **Сурен Давидов, врач стоматолог-хирург, имплантолог, эксперт компании Nobel Biocare** специально для читателей "Клео.ру".



Тайны молодости: как пенсионеру вернуть красоту улыбки



Улыбка очень важна при общении с окружающими

В возрасте 60+ многие сталкиваются с проблемой адентии – отсутствия зубов. Это влияет на общее здоровье организма, лишая человека активной жизни. Дмитрий Черный, эксперт международной компании-производителя в области стоматологических конструкций Nobel Biocare, поделился методами борьбы с этим недугом.



Сколько прослужит зубной имплант и что делать, чтобы он прижился



В стоматологии имплантация уже давно стала главным методом лечения адентии – полного или частичного отсутствия зубов. Иногда у пациентов могут возникнуть опасения – например, насколько имплантат долговечен и потребуются ли когда-нибудь его замены. С ними «МК в Питере» помог разобраться Роберт Кутявин – эксперт международной компании-производителя в области стоматологических конструкций Nobel Biocare.

«Теплые беседы»

Сеть пансионатов для пожилых людей в Москве и Московской области.

→ PR-задачи:

- Развивать и поддерживать имидж компании,
- Усилить присутствие в медиапространстве.

→ Что было сделано:

- Подготовка и публикация экспертных статей и комментариев на медицинскую и бизнес тематику,
- Приглашение и сопровождение журналистов на мероприятие,
- Интеграция генерального директора в подкасте «Механики Бизнеса»,
- Работа с инфлюенсерами: верстка технического задания, подбор блогеров, коммуникация и инициирование публикаций, сбор статистики,
- Участие в ТВ-съемках для «Пятницы».

Январь 2024 г. — настоящее время

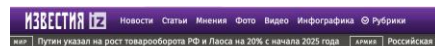


> 900
публикаций с упоминанием
бренда

> 15 000
показатель МедиаИндекса
за период сотрудничества

СМИ

«Российская газета», «Известия», «Вокруг Света», «Вечерняя Москва», «Деловой мир», Inc.Russia, Pravda.ru, «РИА Новости», Psychologies, Metro, Men Today и др.



Невролог назвал неочевидные признаки развития деменции

Невролог Черемухин: способность уловить сарказм может говорить о развитии деменции

16 апреля 2024, 09:00
10382

КОЛЛЕКЦИЯ ВРАЧЕ ЗДОРОВЬЕ МОЗГ



«ПиццаСушиВок»

Сервис доставки пиццы, суши, роллов, вока и других блюд.

→ PR-задачи:

- Развитие и поддержка имиджа компании,
- Усиление присутствия в медиапространстве,
- Присутствие бренда в блогосфере, укрепление имиджа в соцсетях с помощью инфлюенсеров.

→ Что было сделано:

- Подготовка и публикация экспертных статей и комментариев на гастрономическую тематику,
- Подготовка и рассылка пресс-релизов,
- Сотрудничество с блогерами: подбор кандидатов, инициирование публикаций (фото, видео, Stories),
- Подготовка конкурса в соцсетях совместно с изданием TheDay.



6 735

показатель МедиаИндекса
за период сотрудничества

Классические заправки для салатов

Классика актуальна всегда — это относится и к заправкам для салатов. Например, оливковое масло — идеальный выбор для легких летних салатов, а горчица придаст пикантность и остроту, которые отлично подойдут к курице или говядине, отметил в беседе с «Лентой.ру» главный технолог сервиса **PizzaSushiWok** Андрей Лебедев.

При этом цитрусовые вариации ассоциируются с чем-то ярким и свежим, особенно хорошо сочетаясь с морепродуктами и зеленью. Ими, в частности, можно заправлять салаты с креветками или различные варианты рыбных салатов.

Заправка с бальзамическим уксусом



> 160

публикаций с упоминанием
бренда

СМИ

«РИА Новости», «Московский комсомолец», РБК, Gazeta.ru, Lenta.ru, Woman.ru, Pravda.ru, Sport24, «7 дней», «Комсомольская правда», «Чемпионат.com», HELLO, Lady Mail.ru, TheDay, ok-magazine, PeopleTalk, Marie Claire.

PEOPLETALK



POIZON

Китайский маркетплейс

→ PR-задачи:

- Развитие и поддержка имиджа компании,
- Присутствие бренда в блогосфере, укрепление имиджа в соцсетях с помощью инфлюенсеров.

→ Что было сделано:

- Подготовка дизайнерского ТЗ для блогеров,
- Коммуникация с блогерами и представителями СМИ, договоренность о сотрудничестве,
- Отслеживание публикаций, сбор статистики.

PØIZON

> 50
публикаций с упоминанием
бренда

1870
показатель МедиаИндекса
за период сотрудничества

20
блогеров поддержали проект
на бартерной основе.



Isakovarolina моя новая мототюпка от @inpoizonos
боже, как я рада! ребята заказали ее для меня с
платформы POIZON, и до России она доехала всего за
полторы недели!

кто не слышал про POIZON, рассказываю:
это один из крупнейших маркетплейсов в мире с
дизайнерскими, брендовыми товарами, которые
проходят проверку на оригинальность в несколько
этапов, соответственно, риск получить подделку
нулевой. на сайте можно купить adidas, nike, vergus,
guess, marc jacobs и любые другие бренды по очень
низким ценам, порой на -50% дешевле, чем в ДТТ или
ЦУМ.

ребята из @inpoizon с радостью примут ваш заказ и
очень быстро и бережно доставят его по адресу,
экономя ваши деньги и время!

а по промокоду ISAKOVA будет скидка -20% на
комиссию (его нужно сообщить менеджеру в чате tg)



Triol

Торговая марка товаров для домашних животных.

→ PR-задачи:

- Развитие и поддержка имиджа бренда как эксперта в области зоотоваров,
- Усиление присутствия бренда и его продуктов в lifestyle и семейных СМИ,
- Присутствие бренда в блогосфере, укрепление имиджа в соцсетях с помощью инфлюенсеров.

→ Что было сделано:

- Инициирование публикаций (статей, комментариев) в lifestyle и общественных медиа,
- Рассылка пресс-релизов с новиками компании — встраивание в тематические подборки,
- Работа с инфлюенсерами: верстка технического задания, подбор блогеров, коммуникация и инициирование публикаций (Instagram*, Telegram, YouTube), сбор статистики;
- Организация презентации новинок для СМИ и блогеров;
- Проведение спецпроекта в OK!

Март 2024 г. — настоящее время

Triol®

> 540

публикаций с упоминанием
бренда

> 5700

показатель МедиаИндекса
за период сотрудничества

>30

блогеров поддержали новинки
бренда в своих соцсетях
на бартерной основе.

mydecor

LIFESTYLE

Когда долгие прогулки в радость:
что взять с собой на собачью
площадку

Прогулки на свежем воздухе необходимы для здоровья, развития и социализации питомца. При этом комфорт и безопасность на улице во многом зависят от подготовки хозяина. Что нужно взять с собой, выходя из дома? Поговорили с Александрой Шкиной на Triol, бренда, специализирующегося на товарах для животных.

19 апреля 2024



РБКСТИЛЬ

Тем, кто уделяет внимание экологии.

Будет интересно узнать, что бренд Triol дарит пластику вторую жизнь. Компания представляет экоколлекцию аксессуаров для собак и кошек Love the Planet. Среди новинок — мягкая лежанка «Клен» (в двух размерах) и забавные игрушки в виде красочных животных, среди которых горный гусь, шмель, несоблаженный райская азуровка, среднеазиатская черепашка и лэби. Все изготовлено из переработанных материалов. На каждую вещь Love the Planet нашита бирка, на которой указано, из скольких переработанных пластиковых бутылок она изготовлена.



Island Leisure Lanka

Туристическое агентство на Шри-Ланке.



3

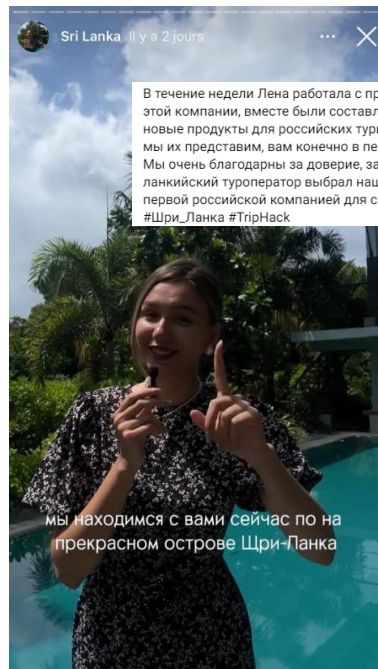
публикаций с упоминанием
бренда

→ PR-задачи:

- Привлечение заинтересованных в сотрудничестве с Заказчиком туроператоров, туристических компаний и частных турагентов в пресс-тур на Шри-Ланку.

→ Что было сделано:

- Составление базы туроператоров из России,
- Приглашение туроператоров в тур,
- Предоставление обратной связи от туркомпаний Заказчику в виде еженедельных отчетов,
- Договоренности Заказчика с российскими туроператорами о сотрудничестве с 2025 года.



Ведущий туроператор Шри-Ланки Island Leisure Lanka выбрал наше турагентство для того, чтобы познакомиться с российским рынком и представить свои продукты, рассказать о топовых местах и лучших отелях Шри-Ланки.

SRFN

Приложение, которое помогает найти нужных людей для достижения целей.



> 30
публикаций с упоминанием
бренда

→ PR-задачи:

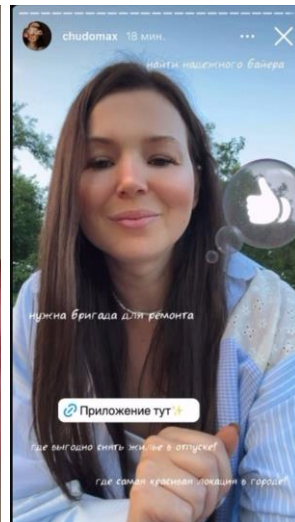
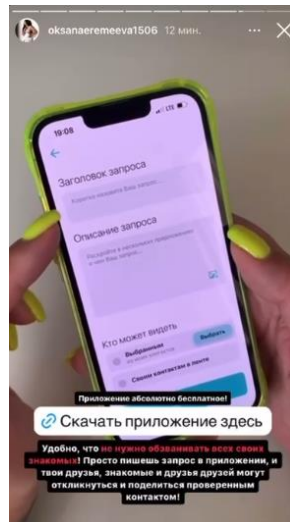
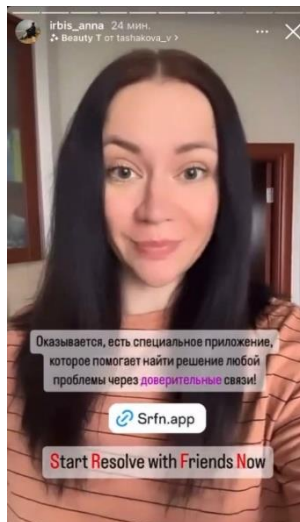
- Повысить узнаваемость приложения,
- Присутствие бренда в блогосфере, укрепление имиджа в соцсетях с помощью инфлюенсеров.

> 2070
суммарный охват по количеству
подписчиков.

10
блогеров поддержали проект
на бартерной основе.

→ Что было сделано:

- Подготовка дизайнерского ТЗ для блогеров,
- Работа с инфлюенсерами: подбор блогеров, коммуникация и инициирование публикаций (Instagram*), сбор статистики.



Июнь — июль 2024 г.

* принадлежат компании Meta, признанной экстремистской и запрещённой на территории РФ

Thyseed

Премиальный бренд товаров для материнства и детства.

→ PR-задачи:

- Развитие и укрепление бренда на российском рынке.
- Продвижение компании Thyseed как эксперта на рынке детских товаров.

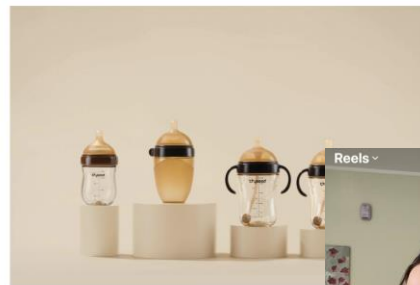
→ Что было сделано:

- Подготовка и публикация экспертных материалов в lifestyle медиа,
- Работа с инфлюенсерами: верстка технического задания, подбор блогеров, коммуникация и инициирование публикаций (Instagram*), сбор статистики,
- Рассылка пресс-релизов с новиками компании — встраивание в тематические подборки в lifestyle и родительских СМИ.



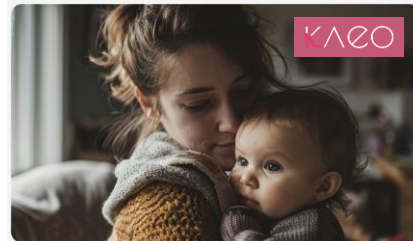
beautyhack

Китайский бренд Thyseed представил инновационные продукты для мам



Бренд Thyseed — лидер в области изготовления товаров для малышей. В 2016 году компания запустила первую серию бутылочек и завоевала популярность среди мам и пап по всей России. Теперь у компании стоит следующая амбициозная цель — представить инновационную продукцию родителям в России.

Как молодой маме облегчить себе жизнь в первые полгода малыша?

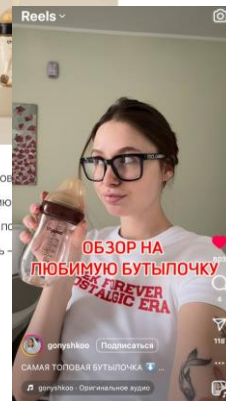


Первые месяцы декрета — одновременно самое счастливое и сложное время в жизни каждой матери. Гормональные изменения, нехватка сна и новые обязанности могут вызвать чувство подавленности и усталости. Как облегчить родительскую рутину, рассказала **Юлия Сиверцова**, врач-педиатр, приглашенный внешний эксперт бренда товаров для кормления Thyseed.

MAMAMOBIL.RU

— Мамы о материнстве —

бренд Thyseed представил инновационные продукты для мам



InfaPrim

Российский производитель детского, специализированного и лечебного питания.

→ PR-задачи:

- Развивать и поддерживать имидж бренда как эксперта в области детского и специализированного питания для детей и взрослых,
- Усилить присутствие в медиапространстве,
- Информировать целевую аудиторию о продукции и деятельности компании.

→ Что было сделано:

- Подготовка и рассылка пресс-релизов с новостями компании,
- Инициирование и подготовка экспертных статей и комментариев на медицинскую и бизнес тематику,
- Организация пресс-тура для журналистов.

Май 2024 г. — февраль 2025 г.

InfaPrim

> 35

публикаций с упоминанием бренда

9

редакторов посетили пресс-тур

СМИ

«Комсомольская правда», Retail.ru, MilkNews.ru, «КИНДЕPINFO», «Бизнес&Образование», The Dairy News, «Рамблер Финансы» и др.



Производитель детских смесей «Инфаприм» в 3 раза увеличил производственные мощности

Теперь компания «Инфаприм» (бренды Nutrilak, «Винни», Nutrime и другие) может выпускать до 15 тысяч тонн сухих смесей ежегодно и обеспечить качественными заменителями грудного молока 50% российского рынка и на 100% закрыть потребность рынка в специализированном гл в проект по модернизации производства составили 4 млрд рублей, и производитель этап реконструкции, направленный на расширение мощностей по производству кл питания.



Репортаж Как живет подмосковный завод «Инфаприм» после модернизации



«Тирольские»

Бренд кондитерской фабрики «Круг».

→ PR-задачи:

- Развитие и поддержка имиджа бренда как эксперта в области кондитерских изделий,
- Усиление присутствия бренда и его продуктов в lifestyle, деловых и отраслевых СМИ.

→ Что было сделано:

- Подготовка и рассылка пресс-релиза о новой линейке мини-тортов — встраивание в новостную повестку и тематические подборки,
- Подготовка и публикация экспертной статьи в деловом медиа «Бизнес-секреты» — нативная интеграция новинок.



> 15

публикаций с упоминанием бренда

62,9 млн

охват PR-кампании

СМИ

Woman.ru, «Леди Mail.ru», Yes!, TheDay, Marie Claire, BeautyHack, «Бизнес-секреты» и др.

БИЗНЕС-СЕКРЕТЫ

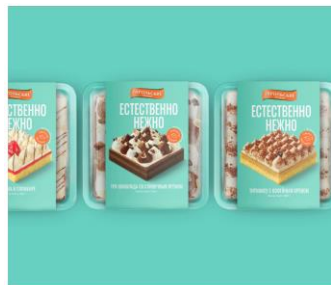
Как даунсайзинг превратить в конкурентное преимущество в кондитерском бизнесе?

FOODIKA
MAGAZINE

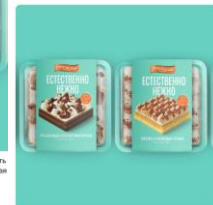
«По статистике, около 91% россиян постоянно едят сладости, и каждый третий делает это ежедневно. Это способствует популярности десертов в небольших упаковках, позволяя покупателям наслаждаться разнообразием вкусов по доступной цене. Мы остановились на тех вкусах, которые будут актуальны для всех возрастов», — Игорь Григорьев, генеральный директор ЗАО «Круг»

the
Day.ru

Попробовать мини-торты из новой линейки кондитерского бренда «Тирольские»



Так выглядит мини-формат десертов. Задача заключалась в том, чтобы подчеркнуть свежесть идеи и напомнить покупателям о своих принципах — на полках гарантированно будет свежая продукция.



следует своим
и вкус и натуральный состав высокой
кондитерке по доступной цене.

«Здоровье.ру»

Платформа цифровой терапии для профилактики и контроля заболеваний

→ PR-задачи:

- Усиление присутствия в медиапространстве,
- Информирование медицинского сообщества о повышении эффективности лечения пациентов с бронхиальной астмой и атопическим дерматитом благодаря технологической поддержке.

→ Что было сделано:

- Подготовка и рассылка пресс-релиза с промежуточными результатами исследования платформы.



> 10
публикаций с упоминанием
бренда

295 тыс.

Общий охват PR-кампании

СМИ

«Русский врач», Consilium Medicum, HiMedTech, ТГ-канал «Медицина МСК» и другие.

Медицина МСК

10% — столько пациентов с бронхиальной астмой и атопическим дерматитом смогли улучшить свое самочувствие благодаря цифровой поддержке. Об этом говорит исследование, которое проводится городской клинической больницей №52 и российской цифровой платформой «Здоровье.ру».

15 минут — столько времени дается на прием одного пациента, согласно утвержденным нормам Минздрава. Однако, лишь 38% врачей уверены, что за это время можно провести качественное обследование и назначить лечение.

На помощь приходят технологии: круглосуточная цифровая поддержка позволяет специалистам увидеть аналитику по каждому пациенту в реальном времени. Врачи анализируют самочувствие пациента по качеству жизни, настроению, дневнику симптомов и многим другим показателям. Исходя из полученных данных, медики дают своевременные рекомендации и могут пригласить на прием. Благодаря ежедневному мониторингу снижается количество внеплановых обращений и госпитализаций.

В исследовании приняли участие более 200 пациентов с бронхиальной астмой средней и тяжелой степени и атопическим дерматитом. В планах привлечь к исследованию до 400 человек.

Hi+Med
Высокие технологии в медицине



Городская клиническая больница №52 и российская цифровая платформа «Здоровье.ру» проводят исследование среди пациентов с бронхиальной астмой и атопическим дерматитом. Доказано: использование внутренних программ «Дыши свободно» и «Атопия Лайф» вместе с традиционной терапией улучшило самочувствие пациентов на 10%.

Madame Coco

Сеть магазинов текстиля и товаров для дома.

→ PR-задачи:

- Повышение узнаваемости бренда в России,
- Усиление присутствия бренда в lifestyle и деловых СМИ,
- Информационная поддержка открытия новых магазинов в четырёх регионах страны.

→ Что было сделано:

- Разработка пресс-кита,
- Региональная кампания по СМИ и новым медиа для продвижения новых точек бренда в Краснодаре, Казани, Екатеринбурге и Грозном,
- Подготовка и публикация экспертных материалов на lifestyle-тематику,
- Инициирование инфоповодов, подготовка и рассылка пресс-релизов по СМИ и новым медиа,
- Работа с блогерами: инициирование публикаций (фото, видео, Stories),
- Инициирование публикаций в СМИ из списка Tier-1: комментарии, интеграции в подборки и пр.,
- Разработка концепции мероприятия, приглашение и сопровождение журналистов,
- Разработка концепции и реализация креативной рассылки для журналистов,
- Интеграция в шоу «Квартирный вопрос».

Ноябрь 2024 г. — март 2025 г.

MADAME COCO

> 120

публикаций с упоминанием
бренда

> 1 900

показатель МедиаИндекса
за период сотрудничества

СМИ

The Voice, Lenta.ru, Life.ru,
«Газета.ру», HELLO!, Marie Claire,
Woman.ru, «Новый очаг», theDay,
Metro, TimeOut, «РБК Стиль»,
Parents.ru, Lifehacker, «Вокруг Света»
и др.

VOICE

Ода новостройкам,
виртуальная улица, аромат
выгоды, зимние радости и
обновление интерьера:
свежие новости бренда **семья.е.дети**

Madame Coco: открытие **газета.ru**
новых магазинов



Эксперт поделилась лайфхаками, как
продлить жизнь коврам

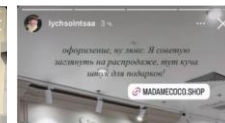
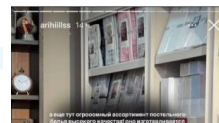
Эксперт Нерадова: прямые лучи солнца могут испортить цвет ковра

Катерина Горюнова



Ковер — это не просто деталь интерьера. Он создает уют, добавляет шарма в комнату и делает дом теплее. О том, как правильно ухаживать за ковром, чтобы он надолго стал украшением вашего дома, «Газета.ру» рассказала

Рида Нерадова, менеджер по продукту Madame Coco



Депо.Москва

Российский фудмолл, расположенный на территории комплекса «Депо Лесная» в Москве.

→ PR-задачи:

- Развитие и поддержка имиджа гастроквартала,
- Усиление присутствия в медиапространстве.

→ Что было сделано:

- Подготовка и публикация экспертных комментариев на гастрономическую и бизнес-тематику.

ФУДМОЛЛ
=ДЕПО
МОСКВА

> 60
публикаций с упоминанием
бренда

> 2107
показатель МедиаИндекса
за период сотрудничества

СМИ
Lenta.ru, «Комсомольская Правда»,
Lady Mail.ru и др.



Отзыв шеф-повара о приготовлении хинкали

Рассказывает Лаша Пхакадзе, территориальный управляющий TSOMI:
«Оджахури» в фудмолле «Депо.Москва».

— Для того чтобы приготовить правильное тесто, смешайте 500 г муки, мл холодной воды и 10–12 г соли. Тесто получится мягким, эластичным не липким, только если замешивать его руками.

На мой взгляд, идеальный вариант классической начинки — рубленая говядина с жирком. Добавьте к ней луковицу, проведенную через тонкую сторону терки, зелень, приправы и ледяную воду. Вливайте ее постепенно помешивая начинку. Затем поставьте миску с начинкой в **холодильник** полчаса.



Source: Murri Photo / Shutterstock / Fotodom

Шеф-повар кафе «Хинкали Point» Максим Черепанов убежден, что лучшие хачапури готовятся в печи на камнях или пароконвектомате. А вот бренд-шеф сети пансионатов для пожилых людей «Теплые беседы» Тамара Мосева и территориальный управляющий Tsomi и «Оджахури» в фудмолле «Депо.Москва» Лаша Пхакадзе считают, что достаточно отправить хачапури в духовку, разогретую до 200–220°C.

Как приготовить хачапури по-аджарски

«Считается, что идея выпекать хачапури в виде лодочки принадлежит морякам, жившим в прибрежных районах Аджарии, — рассказывает Лаша Пхакадзе. — Желток — это символ солнца, восходящего из-за моря».

Александр Король

Писатель и исследователь человеческой природы.

→ PR-задачи:

- Развитие и поддержка имиджа Александра Короля как российского писателя и философа,
- Усиление присутствия личного бренда Александра Короля
- в общественных и lifestyle-СМИ за счет экспертных публикаций.

→ Что было сделано:

- Организация рассылок книг Александра Короля в редакции,
- Публикация экспертных статей и комментариев в изданиях Tier-1, общественных и lifestyle-СМИ на темы психологии, этикета, поведенческих мотивов, развития личности.

> 820

показатель МедиаИндекса
за период сотрудничества

> 40

публикаций с упоминанием
бренда

газета.ru

14 ноября 2022, 22:30

**Эксперт объяснил, как не терять
внимание и концентрацию во время
работы**

Валерия Шавельникова



Если человек не умеет управлять собой, им начинают управлять другие: как научиться быть собой и не поддаваться манипуляциям?

Мария Тимофеева · 10 ноя 13:00



СМИ

«РИА Новости», «Московский
Комсомолец», Gazeta.ru, «Спорт-
Экспресс», «PeopleTalk», ОК,
«Pravda.ru», Whooree и д.

ОК!

Главная страница / Стиль жизни / Психология /

25.11.2022 17:31

**КАК СОХРАНИТЬ ПОЗИТИВНЫЙ
НАСТРОЙ В СЛОЖНОЕ ВРЕМЯ: СОВЕТЫ
ПРОФЕССИОНАЛА**

В этом году появилось множество внешних факторов, которые провоцируют в людях депрессию, стресс и скандалы с близкими людьми. Чтобы поддерживать стабильный позитивный настрой, необходимо придерживаться нескольких правил.



Подкаст «Ещё по одной»

Подкаст, в котором Кристина Власова берёт интервью у людей с богатым жизненным опытом, профессионалов своего дела.

→ PR-задачи:

- Развивать и поддерживать имиджа Кристины Власовой,
- Усиление присутствия подкаста «Ещё по одной» в медиапространстве за счет выхода нативных рекламных публикаций у блогеров.

→ Что было сделано:

- Подготовка базы из 200+ инфлюенсерами,
- Работа с блогерами: инициирование публикаций (фото, видео),
- Публикация постов для продвижения разных выпусков.

> 7

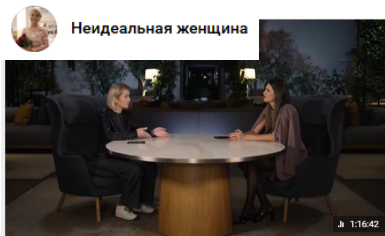
публикаций с упоминанием
бренда

> 5000

Общий охват PR-кампании

Площадки

VK, Telegram



Сколько боли передала героиня в интервью, когда рассказывала о своем разводе! Сколько вопросов рождается именно в такие переломные моменты жизни! Как поверить себе, в себя, в людей? Алия смогла и встреча с будущим мужем доказала, что счастье возможно, а любовь посещает не только девушек и юношей!

Алия смогла мотивировать себя и в профессиональном плане! Мне очень понравилась ее мысли про мотивацию! Кто-то еще сомневается, что любовь можно найти и в 40, и в 50 лет? А работа мечты ждет, пока вы отбросите свой страх.

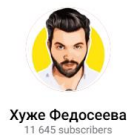
Все удивительно связано — духовное и материальное. Мы способны выстраивать свою жизнь в соответствии с самым главным законом человеческого счастья — законом любви, который положен в основу наших человеческих отношений.

От Наталии Калининой

♡ Лайк 1 17

81

11 мар



На днях посмотрел выпуск подкаста «Еще по одной», в котором экспертов различных сфер рассматривают с трех граней: Человек — Профессионал, Человек — Творец и Человек — Человек. Мне, конечно же, особенно интересно было послушать гения антикризисного PR и Digital PR Илью Филина, который также является партнером рекламного агентства Agency One.

Это тот самый пример пути пиарщика, который начался со стажировки в «Михайлов и партнеры», где нужно было носить кофе за 12 000 рублей в месяц, а первые кейсы — в инвентах в качестве «принеси-подай». В подкасте Илья затронул политический пиар, отличия PR двадцатилетней давности и современного, свободу слова, критическое мышление, школу Николая Картозия. А еще у него был классный PR-кейс с Никитой Сергеевичем Михалковым — как вам такое?

Но то, что по-настоящему меня поразило — у Ильи болезнь Паркинсона. При этом у человека большие стремления, яркая жизнь, наполненная восхождением в горы, любовью к творчеству, трудностями и успехом. Иногда очень полезно послушать умных людей с багажом знаний и опыта, взглянуть на жизнь под другим углом и вдохновиться.

VK Видео
Секреты PR. Илья Филин о работе с Михалковым, покорении Эльбруса и жизни с болезнью Паркинсона
А вот и первый выпуск подкаста «Еще по одной», в котором Кристина Власова будет знакомить нас с тремя гранями гостей: Человек - Профессионал, Человек...



Discovery

Сеть билингвальных детских садов и начальных школ.



> 250
публикаций с упоминанием
бренда

→ PR-задачи:

- Увеличение присутствия бренда в медиапространстве,
- Развитие и поддержка имиджа совладельцев компании как экспертов в сфере детского образования,
- Построение точечной работы с целевыми СМИ.

→ Что было сделано:

- Определение пула целевых СМИ, соответствующих экспертизе компании: топовые деловые, бизнес-, lifestyle-издания,
- Инициирование публикаций в СМИ из списка Tier-1: комментарии, колонки, статьи,
- Создание календаря мероприятий и интеграция спикеров компании;
- Подготовка и рассылка пресс-релизов по СМИ и новым медиа.

> 2 000
показатель МедиаИндекса
за период сотрудничества

ForbesWoman



Фото: MELTUS / Кле Шейнхарт

На рынке дошкольного образования
наблюдается тенденция к созданию
частных образовательных учреждений,
которые предлагают родителям
разнообразные услуги: от питания
до досуга.

1. Количество де...

Детский сад - это...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

Специализация раб...

А кто детей воспитывать будет?

Воспитание детей для молодых мам часто кажется непростой задачей. Некоторые женщины отказываются от работы и полностью посвящают себя детям, другие же ищут компромисс. Мысли о своем будущем еще 10 лет назад казались материальными, а кто детей воспитывать будет?

«Сейчас ситуация изменилась, и мы уверены, что ребенок – это отнюдь не помеха, а источник вдохновения. Придумать свой бизнес с нуля, даже если вы воспитываете двух маленьких детей, вполне реально»

Эксперт назвала правила подготовки ребенка к смене школы или переезду без стресса

Боева: главным источником поддержки для ребенка должны стать родители

стать родителям

стать родителям

стать родителям

стать родителям

стать родителям

стать родителям

стать родителям

стать родителям

стать родителям

стать родителям

стать родителям

стать родителям

стать родителям

стать родителям

стать родителям

стать родителям

СМИ

«Известия», Lenta.ru, «Контур», Forbes Women, Rusbase, «Секрет фирмы», Inc Russia, «Дети Mail.ru», «ГлобалМСК.ру» и др.

СЕКРЕТ ФИРМЫ

Новости Выживание Криминал Энциклопедия



Мария Вавилова

заведующий директором сети детских садов и школ

В крупных населённых пунктах не у всех есть возможность возить ребёнка через весь город. Однако иногда стоит выбрать школу подальше, если в ней сильный педагогический состав и приятная атмосфера.

Контур

Как открыть частный детский сад и выделиться среди конкурентов

Меня зовут: 30 лет

Предприниматели Елена "Людмила" Иванова и Викторина Боева в 2012 году открыли частный детский сад "Discovery" в рамках образовательной программы. За пять лет работы им удалось построить сеть из пяти филиалов, три из которых открыты по франшизе.



«Учи.ру»

Образовательная онлайн-платформа

→ PR-задачи:

- Разработка антикризисной коммуникационной стратегии.

→ Что было сделано:

- Анализ кризисов конкурентов: изучены резонансные кейсы в сфере онлайн-образования, разобраны негативные публикации в СМИ, выявлены основные причины информационных всплесков,
- План эффективного реагирования, разработаны шаблоны антикризисных писем для оперативной рассылки,
- Рекомендации для первых лиц компании: как коммуницировать в публичном поле и какие месседжи транслировать в момент кризиса.

UCHI.RU

> 4

проанализированных
онлайн-школ

> 10

разобранных кризисных кейсов

> 75

слайдов с анализом конкурентов,
рекомендациями, шаблонами
писем и ключевыми
сообщениями для компании

Сводные данные

Период: с 1 января 2017 г. по 31 декабря 2021 г.

Компания	Кол-во сообщений	Негативные упоминания	Доля негатива
Skyeng	25755	611	2,4%
ЯКласс	11820	32	0,3%
Фоксфорд	10758	20	0,2%
Учи.ру	43908	188	0,4%



Этапы кризисных коммуникаций

Предкризисный этап

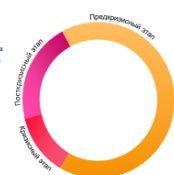
- Самые с общественностью, направленные на предотвращение или минимизацию деструктивных последствий потенциальных кризисов
- Подготовка и коммуникация, которую компания будет осуществлять в период потенциального кризиса
- Составление и отработка плана кризисных коммуникаций

Кризисный этап — первые три часа

- Первые (первые) часы после начала кризиса — это идеальная возможность заставить СМИ и общественность, привлечь внимание, сформировать угол восприятия, формировать враждебной информационной среды
- Важнейшее (важнейшее) для компании: быстро принять решение, оценить ситуацию и сообщить о произошедшем (информация)
- Важнейшее (важнейшее) для компании: быстро принять решение, оценить ситуацию и сообщить о произошедшем (информация)

Посткризисный этап

- Дискурс обывателей: конструктивные заявления, оценка уровня доверия к компании
- Благодарность сотрудникам и партнерам за поддержку
- Инициативы по предотвращению повторения



Moshka.ru

Международная онлайн-школа, которая специализируется на обучении созданию контента в сфере кино и медиа.

→ PR-задачи:

- Увеличение присутствия бренда в соцмедиа.

→ Что было сделано:

- Пул релевантных Instagram*-блогеров. Фокус — креаторы из разных ниш,
- Подготовка технического задания с ключевыми месседжами, рекомендациями по визуалу, сторителлингу и call to action,
- Коммуникация с блогерами, договоренность о сотрудничестве с 5 инфлюенсерами,
- Отслеживание публикаций (сторис и Reels), сбор статистики.

Май — июнь 2025 г.

MOSHKA

> 5

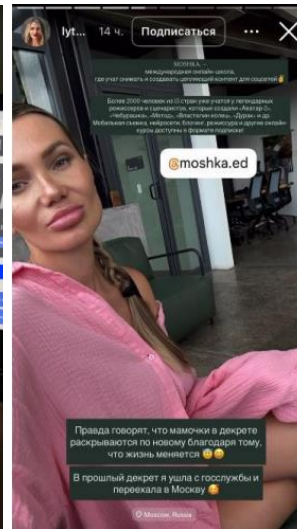
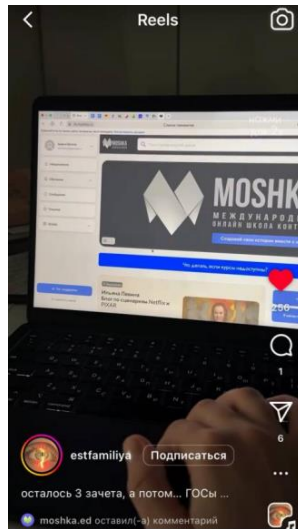
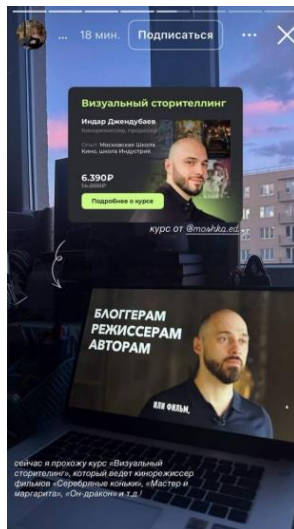
интеграций у блогеров

> 25 000

суммарный охват всех интеграций

> 770

Новых подписчиков у аккаунта



* принадлежат компании Meta, признанной экстремистской и запрещённой на территории РФ

Saudi Dates

Торговая марка саудовский производителей фиников.

→ PR-задачи:

Официальная презентация ведущего бренда финиковой индустрии Саудовской Аравии – Saudi Dates, созданного Национальным центром пальм и фиников (NCPD).

→ Что было сделано:

Мероприятие прошло 16 сентября в Balchug Hotel Kempinski.

- Оформление зала: цветочный декор, персональные карточки с меню, фотозона.
- Меню: эксклюзивный десерт от шефа на основе фиников партнеров.
- Атмосфера: лаундж-музыка от джаз-бэнда.
- Общение гостей: наладить международную коммуникацию помогли переводчики.
- Хроника: фото- и видеопродакшн.



>130

представителей торговли, HoReCa, производственных компаний и дипломатических структур

4

информационных партнера



Avon

Международная компания, более 30 лет работает на российском парфюмерно-косметическом рынке.

PR-задачи:

- Информационная поддержка мероприятия, приуроченного к открытию брендированного теннисного корта и обновленной линейки помад «Ультра».

→ Что было сделано:

- Приглашение и сопровождение журналистов и блогеров на мероприятие,
- Информационная кампания по новым медиа для продвижения брендированного пространства,
- Подготовка и рассылка пресс-релизов по деловым, лайфстайл и спортивным СМИ,
- Работа с коммерческими блогерами: инициирование публикаций (фото, видео),
- Подготовка и организацию интервью генерального директора и амбассадора бренда в издании Forbes.

AVON

>80

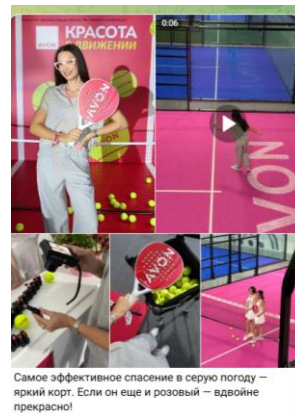
приглашенных представителей СМИ и блогеров

>40

упоминаний бренда в СМИ и новых медиа по итогу мероприятия

5

коммерческих размещений у инфлюенсеров



Самое эффективное спасение в серую погоду — яркий корт. Если он еще и розовый — вдвойне прекрасно!



Qeepl

Безопасные камеры хранения багажа, расположенные в удобных местах по всему городу.

PR-задачи:

- Повысить узнаваемость сервиса,
 - Усилить присутствие в медиапространстве; Усилить присутствие бренда в lifestyle и деловых СМИ.
- **Что было сделано:**
- Подготовка и публикация экспертных материалов на бизнес, lifestyle и travel-тематику.
 - Комментарийная работа с деловыми СМИ из списка Tier-1.

Сентябрь — декабрь 2024 г.

Qeepl

23,7 млн

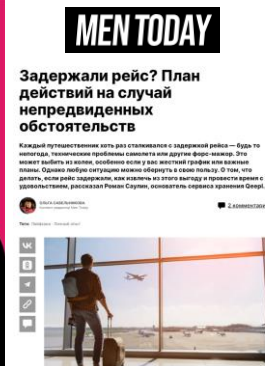
общий охват PR-кампании

>30

публикаций с упоминанием бренда
вышло за период сотрудничества.

СМИ

РБК, Inc., «Коммерсантъ»,
«Московский комсомолец», Men
Today, MyDecor и другие.



РБК ♦ Тренды

Будущее TravelTech: как
стартапы
трансформируют
туристическую
индустрию



В РФ прогнозируют рост выручки
шеринг-сервисов до 92 млрд рублей
по итогам года

Как следует из исследования Smart Ranking и участников рынка, в первом полугодии 2024 года она составила 42 млрд рублей.
МОСКВА, 30 декабря. ТАСС. Суммарная выручка шеринг-сервисов в России до конца 2024 года может увеличиться до 92 млрд рублей. В полугодии она составила 42 млрд рублей, говорится в совместном прогнозе агентства Smart Ranking и участников рынка.

«Инфаприм»

Международная компания, более 30 лет работает на российском парфюмерно-косметическом рынке.

PR-задачи:

- Развитие и поддержка имиджа бренда как эксперта в области детского и специализированного питания для детей и взрослых,
 - Усиление присутствия в медиапространстве,
 - Информировать целевую аудиторию о продукции и деятельности InfaPrim.
- Что было сделано:
- Подготовка и рассылка пресс-релизов с новостями компании,
 - Подготовка и публикация экспертных статей и комментариев на медицинскую и бизнес тематику,
 - Организация пресс-тура для журналистов.

InfaPrim

>35

публикаций с упоминанием бренда
вышло за период сотрудничества

retail.ru
ритейлер и поставщик

Производитель детских смесей «Инфаприм» в 3
раза увеличил производственные мощности

Теперь компания «Инфаприм» (Франция Nutrilak, «Меллис», «Нутрилак» и другие) может выпускать до 10 тысяч тонн смеси ежемесячно и обеспечить качественными продуктами питания 100% российского рынка и на 100% закрыть потребности рынка в специализированном питании. Известности в проект по модернизации производства достигли в ходе работы, и производственные мощности второй этап реконструкции, направленный на расширение мощностей по производству клинического питания.



Milknews

Репортаж: Как живет подмосковный завод «Инфаприм»
после модернизации

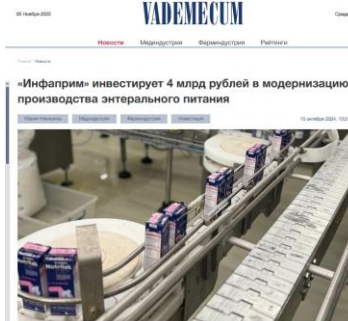


СМИ

«Комсомольская правда», Retail.ru,
MilkNews.ru, «КИНДЕРINFO»,
«Бизнес&Образование», TheDairyNews
и др.

9

редакторов ездили в пресс-тур



Wang Pack

Производитель термошопперов для доставок блюд, продуктов и напитков из кафе и ресторанов, кондитерских и супермаркетов.

→ PR-задачи:

- Повысить узнаваемость производителя на рынке;
- Усилить присутствие в медиапространстве;

→ Что было сделано:

- Верстка дизайнерского пресс-кита.
- Определение пула целевых СМИ, соответствующих экспертизе компании: деловые, бизнес-, ритейл издания.
- Инициирование публикаций в медиа: комментарии, колонки, статьи.
- Создание календаря мероприятий и интеграция спикеров компании.
- Подготовка и рассылка пресс-релизов по СМИ и новым медиа.
- Организация кросс-публикаций с партнерами бренда.



> 115
Публикаций в медиа

5

Коллабораций с партнерами



Термошоппер в подарок при заказе пирогов



СМИ

«Российская газета», РБК+, «Деловой Петербург», РИАМО, TimeOut и пр.

РБК+

Аутсорс в помощь: почему бизнес выбирает комплексные логистические услуги



Юлия Фролова, руководитель отдела продаж Wang Pack, компании по производству и поставке упаковок:

«У нас есть собственный крупный склад, который позволяет хранить все необходимые товарные остатки, а для доставки мы используем услуги транспортных компаний. Мы пришли к собственному складу не с финансовой точки зрения, а с точки зрения гарантии надежности на каждом этапе. Выстроенная модель дает нам полный контроль над всеми процессами, от приемки до отгрузки, и пока остается оптимальной с точки зрения затрат».

Но 3PL-оператор может стать незаменимым партнером при масштабировании бизнеса: например, потребуется резко нарастить присутствие в новых регионах. Такое сотрудничество позволит сделать это максимально быстро, без колоссальных капитальных вложений в строительство или аренду площадей. Бизнесу лишь остается сфокусироваться на развитии продукта и маркетинге».

HIMALAYA

Himalaya Wellness Company — индийская многонациональная фармацевтическая компания по уходу за собой.

→ PR-задачи:

- Проинформировать аудиторию о запуске линейки косметических средств;
- Укрепить имидж в соцсетях с помощью инфлюенсеров.

→ Что было сделано:

- Разработана концепция мероприятия, в её основе — обилие цветов и растений, подчеркивающие натуральный состав продукта.
- В качестве места проведения бренд-ланча был выбран «самый зеленый» ресторан Москвы — Sempre. Экстерьер дополнили флористическая фотозона и именные карточки с живыми цветами.
- Активная часть мероприятия — мастер-класс по живописи. Гости на память забирали картины с абстрактным изображением, фактура и цветовая палитра которого отсылает к бренду.
- Мероприятие посетили Instagram* и YouTube блогеры с аудиторией от 200 тыс. до 1 млн подписчиков.



>90

интеграций бренда в блогах с отметкой аккаунта и ссылкой на продукцию.

19

инфлюенсеров собрались на мероприятие бренда в центре Москвы.

> 13 млн

Общий охват по количеству подписчиков. Средний процент вовлеченности аудитории — 1%.



«Select Перекрёсток»

Сеть компактных городских супермаркетов.

→ PR-задачи:

- Проинформировать аудиторию о запуске осенней линейки напитков в кафе Select;
- Укрепить имидж в соцсетях с помощью инфлюенсеров.

→ Что было сделано:

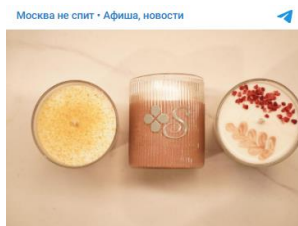
- Более 180 ТГ-каналов передали на рассмотрение для потенциального сотрудничества. Направление: lifestyle-инфлюенсеры, городские и food-паблики.
- Провели переговоры с блогерами и разослали наборы свечей без гарантированного KPI. Публикации стали дополнительным охватом к кампании, основанным на личной инициативе блогеров.
- Отслеживали публикации в инфополе (посты и истории).

Ноябрь 2025 г.



>1,5 млн

Суммарный охват блогов.



Перекрёсток Select и Napitki Candles выпустили уникальные свечи в честь выхода новой линейки кофейных напитков, которые уже можно попробовать в кофейне супермаркета!

В коллаборации — три вкуса:

♥ Латте «Прямая тыква» — с тёплыми нотами арахиса и гвоздики.

♥ Мокко с ромом — глоток перуанского какао со сладостью тёмного рома и ореховыми оттенками жареного фундука.

♥ Латте со взрывной малиной — яркий всплеск цитрусовой свежести с лёгкой кислинкой.

Три свечи, а ощущений — как от истории о путешествии: от перуанских долин до индийских плантаций, переданной через вкус и аромат

Москва не спит

55 🔥 15

t.me/ogomoscov/10739 27.4K edited Nov 29, 2025 at 09:17

70

боксов отправили адресно блогерам.

28

публикаций отслеживали в инфополе.



У меня пополнение ароматических свечей, да еще из коллаборации кафе «Перекрёсток Select» и «Napitki Candles»💕

В честь запуска специальной коллекции напитков в кафе «Перекрёсток Select» бренды создали эксклюзивные свечи, вдохновлённые их вкусами. Это история о путешествии - от долин Перу до индийских плантаций - переданная через вкус и аромат.

Виталий Панов

Генеральный директор компании «Фрикейк», одного из лидеров на рынке кондитерской продукции. Компания производит более 30 000 изделий в сутки и сотрудничает с крупнейшими ритейлерами страны

→ PR-задачи:

- Повысить репутацию эксперта в деловой среде;
- Усилить присутствие в медиапространстве.

→ Что было сделано:

- Разработка спикерского райдера.
- Формирование пула релевантных профессиональных мероприятий, подбор площадок под экспертизу спикера.
- Организация интеграций эксперта в мероприятия и бизнес-подкасты в качестве спикера.
- Инициирование публикаций в деловых и отраслевых медиа (комментарии).

Февраль 2025 г. – настоящее время

ФРИКЕЙК

SINCE 2019

10

Интеграций в деловые мероприятия в качестве спикера



> 170

Упоминаний в медиа

СМИ

«Российская газета», «РБК», «Коммерсантъ», «РИА Новости» и пр.

RGRU

На российском рынке общепита доминирует фастфуд



Фастфуд уже занимает более половины всего объема рынка общепита, подчеркивает эксперт в управлении бизнесом, генеральный директор компании «Фрикейк» **Виталий Панов**. Аудитория стремится к быстрым и понятным решениям. Средний сегмент, по мнению эксперта, практически исчезает, и удерживает только около 3-5% рынка. Остальное пространство распределяется в пользу премиальных заведений. Дополнительную конкуренцию создаст ретейл, отмечает Панов.

Saudi Dates. Dubai

Торговая марка саудовский производителей фиников.

→ PR-задачи:

Официальная презентация ведущего бренда финиковой индустрии Саудовской Аравии — Saudi Dates, созданного Национальным центром пальм и фиников (NCPD).

→ Что было сделано:

Мероприятие прошло 28 января в Conrad Dubai в рамках международной гастрономической выставки Gulfood 2026 (Дубай, ОАЭ).

- Оформление зала: цветочный декор, персональные карточки с меню, фотозона, упаковка брендированных подарков.
- Меню: эксклюзивный десерт от шефа на основе фиников партнеров.
- Атмосфера: аутентичная восточная музыка от местных музыкантов.
- Общение гостей: привлечение потенциальных партнеров из более чем 10 стран, включая Россию, ОАЭ, Италию, Испанию, Австралию и страны СНГ.



> 150

представителей торговли, HoReCa, производственных компаний и дипломатических структур.

Дубай, ОАЭ

Локация для проведения мероприятия.



Madanes Россия

Международный провайдер медицинского страхования



9

Упоминаний в медиа

→ PR-задачи:

- Инициировать и сформировать инфоповод для СМИ на основе собственных данных
- Усилить присутствие в медиапространстве
- Повысить экспертную видимость бренда

>6,5 млн

Общий охват PR-кампании

СМИ

«Газета.Ru», «Рамблер/доктор», «Sravni.ru».

→ Что было сделано:

- Разработали идею исследования и коммуникационную идею проекта: определили инфоповод, гипотезу и ключевые вопросы. Собрали анкету, выбрали формулировки ответов, запустили опрос и получили массив данных для дальнейшей работы.
- Проанализировали результаты и определили сильные новостные выводы: нашли конфликтные и парадоксальные цифры, сформировали ключевые тезисы, подготовили комментарии спикеров. Сформировали новостной материал и версии текста под разные форматы СМИ.
- Провели питчинг СМИ: сделали адресную рассылку, отработали вопросы журналистов, передали комментарии и цифры. Сопроводили публикации, провели мониторинг выходов и цитирования исследования.

Рамблер/здоровье

Более половины россиян, заявляющих о знании симптомов рака, на деле ошибаются

Газета.Ru и ещё 1 04 февраля 2026, 13:51

Более половины россиян, заявляющих, что хорошо знают симптомы онкологических заболеваний, на деле допускают ошибки — об этом свидетельствуют данные исследования «Madanes Россия» и Совкомбанк Страхование Жизни, которое попало в распоряжение «Газеты.Ru».



4 февраля 2026 12:38 Наука

газета.ru

Большинство россиян не знают симптомы рака, хотя уверены в обратном

Более половины россиян, заявляющих о знании симптомов рака, на деле ошибаются

Валерия Букина



© Free Press/Shutterstock/AT010006

Более половины россиян, заявляющих, что хорошо знают симптомы онкологических заболеваний, на деле допускают ошибки — об этом свидетельствуют данные исследования «Madanes Россия» и Совкомбанк Страхование Жизни, которое попало в распоряжение «Газеты.Ru».

Saudi Dates. Moscow

Торговая марка саудовский производителей фиников.

→ PR-задачи:

Официальная презентация ведущего бренда финиковой индустрии Саудовской Аравии — Saudi Dates, созданного Национальным центром пальм и фиников (NCPD).

→ Что было сделано:

Закрытое мероприятие прошло 10 февраля в историческом центре Москвы — в отеле The Carlton.

- Оформление зала: цветочный декор, персональные карточки с меню, фотозона, упаковка брендированных подарков.
- Атмосфера: лаундж-музыка от джаз-бэнда
- Общение гостей: наладить международную коммуникацию помогали переводчики на трёх языках (русский, английский и арабский).

Особый гость — Сами Мохаммед А. Альсадхан, чрезвычайный и полномочный посол Королевства Саудовская Аравия в России.

Февраль 2026 г.



> 160

представителей торговли, HoReCa, производственных компаний и дипломатических структур.

> 5

партнёрств обсудили по итогу мероприятия.



MOTIVE

Российский бренд средств гигиены.

→ PR-задачи:

- Проинформировать аудиторию о запуске линейки косметических средств;
- Укрепить имидж в соцсетях с помощью инфлюенсеров.

→ Что было сделано:

- PR-команда подготовила пресс-релиз о выходе на российский рынок новых уходовых средств MOTIVE с динамичным манифестом:

«Не бойся выйти за рамки, пробовать то, от чего замирает сердце, и рискуя, создавать то, чего ещё не было».

- Вышли публикации в lifestyle- и новостных изданиях: «Красота и здоровье», журнал «Лиза», Beauty Carte Blanche, газета Metro, «7 Дней», Unapercona, YAVMODE, I-GENCY.RU и пр.

Февраль 2026 г.

MOTIVE

Новинки красоты *Лиза*

Ночная смена
Ночные маски сияют в центре внимания – особенно те, что берут на себя роль интенсивного ухаживающего ухода: не пересушивают кожу плотной текстурой, у MOTIVE появились Moisturizing Sleeping Pack – новая увлажняющая маска, рассчитанная на вечернюю укладку. Она делает кожу на неформальное увлажнение, быстро впитывается и не оставляет жирной пленки. Удобный формат подходит для тех, кто много путешествует.

ПРИНОСИТЬСЯ К ЛЕГЕНДЕ
Полноценная «Дневная» маска – это не только увлажнение, но и защита кожи от внешних факторов: ультрафиолета, загрязнения, стресса. В коллекции появились Moisturizing Day Cream – новая увлажняющая маска, рассчитанная на дневную укладку. Она делает кожу на неформальное увлажнение, быстро впитывается и не оставляет жирной пленки. Удобный формат подходит для тех, кто много путешествует.

ЗАЩИТНЫЙ МАНЕВР
Бренд MOTIVE предлагает новую линейку средств для ухода за кожей при повышенной сухости: очищающая пенка, увлажняющий крем, защитный барьер. Увлажняющий крем, который не только увлажняет кожу, но и защищает ее от внешних факторов.

Мой сладкий
Гуманитарные ароматы – это не только увлажнение, но и защита кожи от внешних факторов: ультрафиолета, загрязнения, стресса. В коллекции появились Moisturizing Day Cream – новая увлажняющая маска, рассчитанная на дневную укладку. Она делает кожу на неформальное увлажнение, быстро впитывается и не оставляет жирной пленки. Удобный формат подходит для тех, кто много путешествует.

В своем ритме
Современные дизайнеры все чаще выходят за рамки базовой эстетики. У MOTIVE появились линейки средств с технологией Smart Pro, которая подстраивается под твой ритм жизни: не пересушивает кожу, не оставляет жирной пленки. Удобный формат подходит для тех, кто много путешествует.

Конец загару
Эксперты La Roche-Posay объясняют: в жару кожа теряет влагу, что приводит к сухости и раздражению. MOTIVE предлагает для ухода за кожей в жару, который увлажняет кожу, но и защищает ее от внешних факторов.

НЕЖНЕЕ НЕЖНОГО
У MOTIVE появились новые средства для ухода за кожей: увлажняющий крем, защитный барьер. Увлажняющий крем, который не только увлажняет кожу, но и защищает ее от внешних факторов.

>10

публикаций в общественных и лайфстайл изданиях.

> 2 млн

суммарный охват медиа по количеству посетителей.

**КРАСОТА
ЗДОРОВЬЕ**

Успеть до 23 февраля: три варианта подарка ему, если вы еще не определились



SWISS IMAGE

Ведущий бренд по уходу за кожей, известный своей приверженностью чистоте и швейцарскому совершенству.

→ PR-задачи:

- Укрепить имидж в соцсетях с помощью инфлюенсеров.

→ Что было сделано:

- Собрана база из более 50 блогеров и сообществ Telegram: запрос условий коммерческого сотрудничества, актуальной статистики и просчет прогнозируемого охвата.
- Разработка концепции: подготовка ТЗ, написание поста, график публикаций.
- Документооборот: от подписаний договоров до передачи данных в ОРД.

Все публикации промаркированы согласно Закону о «Рекламе».

Декабрь 2025 г.



Роскошь Бьютиков



Как эффективно ухаживать за кожей?

[Насущный вопрос: им задаются все, ведь среди «волшебных кремов» сложно найти ту самую идеальную бьюти-банку]

Я нашла у **SWISS IMAGE** !

Этот уход от швейцарской лаборатории Skin Concept создан для тех, кто ищет доказанную эффективность.

8

интеграций бренда в блогах с отметкой аккаунта и ссылкой на продукцию.

на 62%

превысил фактических охват от плана.

Мёдом намазана



Роскошь Бьютиков

SONOX

Бренд ортопедических матрасов и товаров для сна.

→ PR-задачи:

- Повысить узнаваемость бренда в lifestyle-медиа;
- Поддержать запуск ключевых новинок.

→ Что было сделано:

- Разработали пресс-кит;
- Подготовили и разослали пресс-релиз в поддержку новинок бренда — матраса Italian Grey и подушки Nuvio. Новость поддержали ведущие lifestyle-издания: ОК-magazine.ru, Marie Claire, «Бюро 24/7», «РБК Стиль», The Voice, Men Today, «Собака.ru» и другие;
- Опубликовали экспертный материал в издании «7 Дней».

sonox⁺

marie claire



Анатомические подушки Nuvio от SONOX

>15

публикаций в общественных и лайфстайл изданиях.

>1,1 млн

общий охват PR-кампании.

the VOICE MAG

Вышла новая коллекция SONOX для биохакинга сна



Подушка **Nuvio** от **SONOX** создана для тех, кто хочет просыпаться без усталости и боли в шее. Ее гибридный наполнитель **CloudPills tech** сочетает микроволоконные шарики и адаптивную пену, которые подстраиваются под положение головы и шеи, обеспечивая естественное выравнивание позвоночника. Чехол из микрофибры **peach-touch** добавляет ощущение прохлады и нежности — как прикосновение шелка.

КОГДА РЕЗУЛЬТАТ ГОВОРИТ ЗА НАС

«Благодарим коммуникационное агентство PR Partner за совместную работу!

Пять месяцев назад мы поставили перед PR Partner задачу — повысить узнаваемость бренда Madame Coco и обеспечить регулярное присутствие в федеральной и региональной повестке. Команда с энтузиазмом включилась в проект, и за короткий срок нам удалось добиться впечатляющих результатов. Агентство выстроило доверительные отношения со СМИ, и это позволило укрепить позиции бренда в медиаполе. Мы получили публикации в ведущих общественных и lifestyle-изданиях. Ценим гибкость, инициативность и открытость в общении FMCG-практики!»



ИЛЬЯС КАЖИБЕКОВ

Руководитель проекта Madame Coco

«Клиника REMEDI в течении года сотрудничает с агентством PR Partner, выбирая его в качестве надёжного PR-партнёра. За период работы хочется отметить грамотный подбор СМИ с соответствующей ЦА, качественное планирование и лёгкость взаимодействия. Коллеги из PR-агентства полностью изучили наши потребности, и уже сейчас мы получаем новые идеи по развитию и усилению PR-направления. Наш показатель МедиаИндекса вырос в 10 раз: коллеги умеют «упаковать» тему и донести контент до читателя понятным языком, сохранив экспертность информации».



МАРИЯ ПЕТРЯШЕВА

Директор по маркетингу
клиники REMEDI

«Выражаем благодарность команде PR Partner за реализацию PR-кампании «Гарантия низкой цены». Кампания охватила федеральные и региональные СМИ, а также новые медиа. Команда агентства четко следовала намеченному таймингу, проявляла гибкость и адаптировалась с меняющейся новостной повестке, при этом не теряя уровень качества реализации.

Мы очень ценим партнерство и благодарим за креативные идеи и копирайтинг, качественное администрирование и высокий уровень менеджмента проекта».



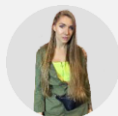
АННА ЩЕПИЛОВА

Руководитель дивизиона
по корпоративным и внешним
коммуникациям METRO

КОГДА РЕЗУЛЬТАТ ГОВОРИТ ЗА НАС

«Нам очень нравится сотрудничать с агентством PR Partner, и мы довольны результатами! Команда по PR-поддержке быстро подключилась к работе.

Отдельное спасибо Марии за выстраивание долгосрочного сотрудничества с нашим брендом. Качественные упоминания в хороших изданиях и отчеты получаем в срок!»



АННА МАКАРЕНКО

PR-менеджер OK Beauty

«Хочется отметить высокую вовлеченность команды, которая быстро реагирует на внутрикорпоративные новости и предлагает идеи для их реализации.

Мы вместе с коллегами PR Partner идем по пути создания принципиально нового образа и статуса российского производителя. А задача непростая — поддержка ребрендинга компании и формирование имиджа первого в России lifestyle-производителя, развитие личного бренда, продвижение четырёх продуктовых линеек. Уверена, что вместе мы сделаем то, что не делал ни один российский производитель сыров, и это будет началом нового стиля жизни на рынке продуктов питания».



ЕЛЕНА КОНДРАШОВА

Директор по маркетингу
Unagrande Company

prpartner

ОБСУДИМ ВАШ ПРОЕКТ?

Татьяна Солдатова

Руководитель практики FMCG, Fashion & Beauty

soldatova@prpartner.ru

8 (916) 347-30-44



+7 (499) 647 47 17



prpartner.ru

