prpartner agency

Почему PR PARTNER?

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

prpartner agency

С 2012 года сотрудничаем с агентствами Европы, Америки и Азии, являемся членом АКОС, эксклюзивным партнером LEWIS+ в России и СНГ

19 лет

на рынке PR
и маркетинга и 10 лет
на рынке SMM

30%

наших клиентов
с нами более 6 лет

64%

наших клиентов рекомендуют
нас коллегам

>300

довольных клиентов
из 25 отраслей

КЛЮЧЕВЫЕ ЦИФРЫ

PR EVENT
SMM DESIGN
MARKETING

prpartner
agency

01/ PR

Разработка и реализация
PR-стратегий
Работа со СМИ и блогерами
(пресс-офис)
Работа с партнерами
Копирайтинг
Консалтинг
Антикризисный PR
Мониторинги и аналитика

02/ Маркетинг и консалтинг

Маркетинговые акции
Маркетинговые исследования
Обучение
Консультации по рекрутингу
PR-специалистов и маркетологов
Customer Journey Map
Разработка точек контакта
Конкурентный анализ

03/ Event

Организация мероприятий
«под ключ»
Разработка концепции
и модерация мероприятия
Тимбилдинги и квесты

04/ Тренинги

Медиатренинги
Копирайтинг
Подготовка к публичным выступлениям
Репутация в соцсетях
Антикризисные коммуникации
Персональный бренд

05/ Design

Айдентика и брендинг
Оформление мероприятий
Инфографика, иллюстрации
Дизайн полиграфии и упаковки
Презентационные материалы

06/ SMM

Разработка SMM-стратегий
SMM-продвижение
Менеджмент репутации
Работа с обратной связью
Работа с форумами,
сайтами отзывов
Антикризисный PR
в социальных сетях

07/ ORM&SERM

Работа с репутацией
Мониторинг упоминаний
Нивелирование негатива
Посевы и отзывы
Работа с дискуссиями

УСЛУГИ

prpartner agency

НАШИ ДОСТИЖЕНИЯ

Топ-11

в SMM-рейтинге MartketingTech
в 2024г.

Топ-3

Лучшее агентство
в сфере digital-коммуникаций,
сертифицированное АКМР, 2022 г.

Топ-6

в рейтинге ORM&SERM-агентств
по репутационному менеджменту
в 2024 г.

Резидент

бизнес-клуба «Эквиум»
с 2021 г.

01

2 место в номинации «Агентство года / perspective» в блоке SMM-услуг премии RUWARD AWARD 2023, 2023 г.

02

Финалист конкурса PROBA
ICCO Global PR Awards 2020 с проектом в номинации «Корпоративные коммуникации», 2020 г.

03

Финалист премии Silver Mercury 2020 в номинациях «Лучшая реализация B2B или трейд-маркетинговой кампании» и «Культура, досуг и образование, спорт и туризм», 2020 г.

04

Финалист Национальной премии в области связей с общественностью «Серебряный Лучник» в номинации «Лучший проект в области корпоративных коммуникаций», 2019 г.

05

Финалист конкурса PROBA ICCO Global PR Awards 2018 с двумя проектами
в номинации «Media Relations», 2018 г.

prpartner agency

ДАМИР ФЕЙЗУЛЛОВ

Директор по digital & social media PR Partner

Отвечает в агентстве за взаимодействие с клиентами по social media, осуществляет аккаунт-менеджмент, проводит тренинги по social media. Является членом digital-комитета АКМР, АКОС. Выступал с темами про SMM на PR Creative, «ПРЕСС-СЛУЖБА 2015», «День PR-технологий АКОС», «Дизайн и реклама», Fresh Russian Communications Conference, «PR-коммуникации в финансовой сфере», Digital clients от АКОС, «PR в социальных сетях». Модерировал секцию «SMM-тренды» на Digital Communication Awards 2018.

ЭРИК ФЕЙЗУЛЛОВ

Директор digital-производства SMM-стратег

Обладает большим опытом в разработке комплексных SMM-стратегий и управлении digital & SMM производством.

Разработал и внедрил более 50 SMM-стратегий для международных и федеральных брендов: TABASCO, Philips, SUZUKI, «Перекресток», COFIX, WAHL, Milford, Vertiv, McAfee, «Россия — страна возможностей», CheckPoint, «Уралхим», JET, ITALKI, MARS, Metrium, Boiron, NL и другие.

РУКОВОДИТЕЛИ ПРАКТИКИ

prpartner agency

КЛИЕНТЫ

КЕЙСЫ SMM **BEAUTY**

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

SMM-стратегия для продвижения Teoxane в B2B и B2C,
полноценный коммьюнити-менеджмент,
уникальная дизайн-концепция,
таргетированная реклама

5k+

новых подписчиков за 6 месяцев
(таргет врачи-косметологи)

500k+

ежемесячный охват бренда

TEOXANE

КЕЙСЫ SMM BEAUTY

340k+

потенциальная емкость таргетинга на основе SMM-стратегии (врачи)

2

прямых эфира каждый месяц

25%+

средний уровень вовлеченности (Engagement Rate)

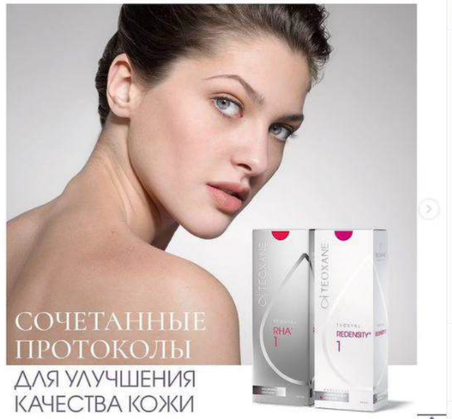
РЕДАКЦИОННЫЙ ПЛАН

Рубрика это тем, по которой предлагается составлять текст публикации.

TEOXANE

ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ

#	Рубрика	Описание	Источник	Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вск	=
1	TEOXANE / Директ	Внеплановые публикации	TEOXANE								0
2	TEOXANE / Комьюнити	Внеплановые публикации, приуроченные к праздничным датам, дням рождениям и т. п.	—								0
3	TEOXANE / Мероприятия	О предстоящих мероприятиях TEOXANE	TEOXANE	1			1				2
4	TEOXANE / Real-time	Репортажные отчеты с мероприятий, текущих событий, открытий и других важных моментов, которыми важно поделиться	TEOXANE								0
5	TEOXANE / Врачи	Рассказываем о врачах TEOXANE с различной долей интеграции самого специалиста	TEOXANE		1						1
6	TEOXANE / Практикум	Делимся опытом врачей, которые работаю с TEOXANE	TEOXANE					1			1
7	TEOXANE / Академия	Информация об обучающих курсах, семинарах, вебинарах и прочих мероприятиях, которые могут быть интересны врачам	TEOXANE		1				1		2
8	TEOXANE / До и после	Как было и как стало с описанием примененных методов и продуктов	TEOXANE								0
9	TEOXANE / О нас	Кто мы и что мы создаем, наша миссия и ценности, история и ключевые вехи. Например, о том, что Лабораторию TEOXANE в 2003 году в Женеве основала академик Валери Тотен — https://www.teoxane.com/about-us	TEOXANE	1							1
10	TEOXANE / Инновации & R&D	Рассказываем о собственном департаменте исследований и развития. О том, что у нас 10 патентов на рынке и т. п. — https://www.teoxane.com/b2b/laboratories/research-development	TEOXANE		1						1
11	TEOXANE / Дермальные филлеры	О линии дермальных гиалуроновых филлеров, предназначенных для заполнения морщин, объемного ремоделирования и улучшения качества кожи — https://www.teoxane.com/ruru/dermal-fillers	TEOXANE			1					1



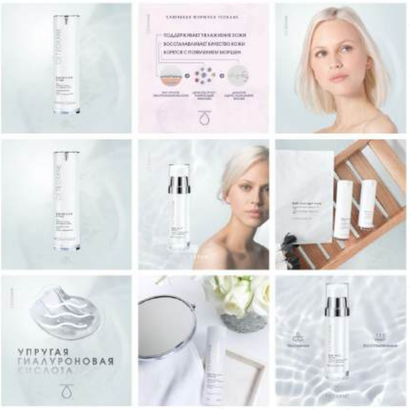
teoxane.russia • Подписаться
ГУМ-Red-Line

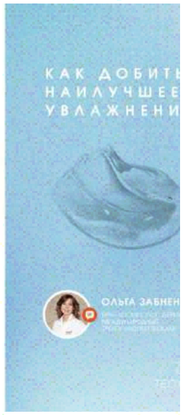
teoxane.russia Полноценное улучшение качества кожи пациента — это не только повышение ее тонуса, эластичности и уровня увлажненности. Часто для достижения оптимального результата необходимо скорректировать мелкие морщины 💉.

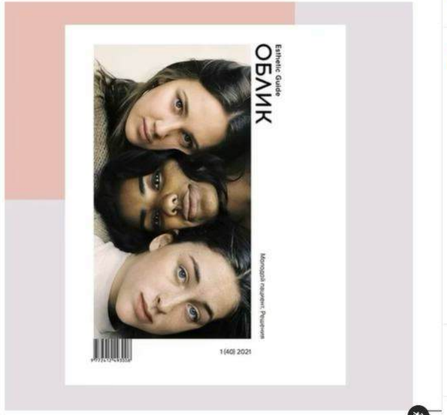
Препарат на основе ретикулированной и неретикулированной гиалуроновой кислоты Teosyal® RHA1 от компании #Teoxane — превосходный помощник специалиста эстетической медицины в борьбе за красоту и молодость кожи на лице, шее и в зоне декольте.

Нравится annakyurshunova и ещё 94
6 ДНЕЙ НАЗАД

Добавьте комментарий... Опубликовать







teoxane.russia • Подписаться
Патриаршие пруды

teoxane.russia 📱 Коллеги, спешим поделиться новым материалом в издании Облик. Esthetic guide @oblikmagazine «Морщины-линии: инновационная коррекция». Автор статьи: Teoxane Country Expert Маргарита Егорова @msajadoc врач-дерматолог, косметолог, Москва.

☝️Несмотря на то, что современная косметология шагнула далеко вперед за последние годы, остаются эстетические проблемы, решение которых требует действительно инновационного подхода. Например, выраженные морщины-линии. Часто при их коррекции ботулинический нейропротеин, абляционное и неабляционное лазерные

Просмотры: 381
8 ФЕВРАЛЯ

Добавьте комментарий... Опубликовать

ТАРГЕТИНГ / ВРАЧИ 340 000 человек

Главный критерий — практикующий врач эстетической медицины.

TEOXANE

Скриншот из кабинета Facebook Ads

Детальный таргетинг | Включить людей, которые соответствуют

Интересы > Дополнительные интересы
- Дерматология
- Кожа
- Косметология
- Красота
- Лицо
- Эстетическая медицина

Добавьте демографические ... | Рекомендации | Просмотр

а также

Интересы > Дополнительные интересы
- Доктор
- Хирург

Добавьте демографические ... | Рекомендации | Просмотр

Потенциальный охват: 340 000 человек

Основная выборка

Здесь предлагается выбрать доступные релевантные интересы. А в последующем (ниже) сузить найденную массу людей до «Докторов» и «Врачей».

Сужение

К сожалению, Facebook/Instagram в российском сегменте не выделяет более точные врачебные специализации.

teoxane.russia • Подписаться
Moscow, Russia

teoxane.russia Коллеги, по ссылке в описании нашего профиля 🔝 мы подготовили для вас гайд по клиникам в Москве, где вы можете приобрести косметику для профессионального и домашнего ухода #Teoxane.

🔹 Aesthetica @aesthetica_a
🔹 МЕДИСАНС @medisans.moscow
🔹 НАТАЛИ-МЕД @klinikanatalimed
🔹 AVRORACLINIC @avroraclinica
🔹 Клиника EVOLUTION @evolution_clinic_moscow
🔹 Студия красоты Esthetic Avenue Studio @esthetic_avenue
🔹 Global Beauty @global_beauty_msc
🔹 Центр Косметологии «Ремейк»

25 отметок "Нравится"
11 ФЕВРАЛЯ

Добавьте комментарий... Опубликовать

КЕЙСЫ SMM **BEAUTY**

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

SMM-стратегия для продвижения MIKO,
полноценный коммьюнити-менеджмент,
уникальная дизайн-концепция,
таргетированная реклама

145k+

подписчиков за все время
(таргетинг, инфлюэнс-маркетинг)

300k+

ежемесячный охват бренда

КЕЙСЫ SMM BEAUTY

30+

Продуктовых фото и видео каждый месяц

20%+

средний уровень вовлеченности (Engagement Rate)

Таргетинг

Core интересы: ЗСЖ, АОЖ, нутриенты, интегративный подход к здоровью, полезные привычки, эко-товары, натуральная косметика, красота и т. п.

mi&ko

Тактику таргетирования предлагается сделать на основе core инсайтов с делением на возрастные группы. Под каждую группы формируются отдельные уникальные рекламные сообщения на охват и привлечение в группы.

ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ

20-35 — Молодые женщины

Наиболее активная аудитория в социальных медиа, следящая за блогерами, разбирающаяся в трендах, чаще следует рекомендациям в интернете, доверяет советам инфлюенсеров.

Сужающие интересы: блогеры, модные паблики, музыканты, бренды по возрасту, эко-бренды, трендовые магазины, вкусвилл и т. п.

<35 — Зрелые женщины

Более прагматичная аудитория, прислушивается к блогерами и инфлюенсерам, но проверяет информацию. Редко экспериментирует, проверяет.

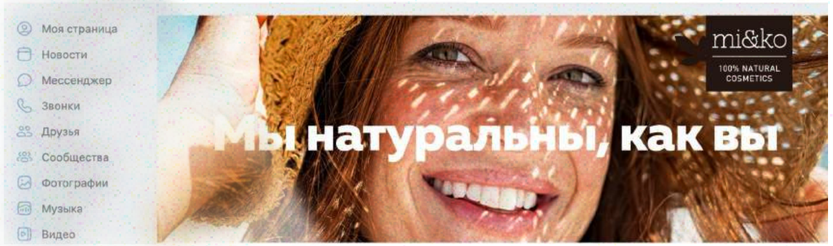
Сужающие интересы: путешествия, мода, здоровье, бизнес, бренды по возрасту, эко-бренды, тематические паблики о здоровье, развитии, вкусвилл йога и т. п.

55+ — «Женщины без возраста»

Продвинутая аудитория «женщин без возраста».

Сужающие интересы: «примитивные популярные паблики» обо всем

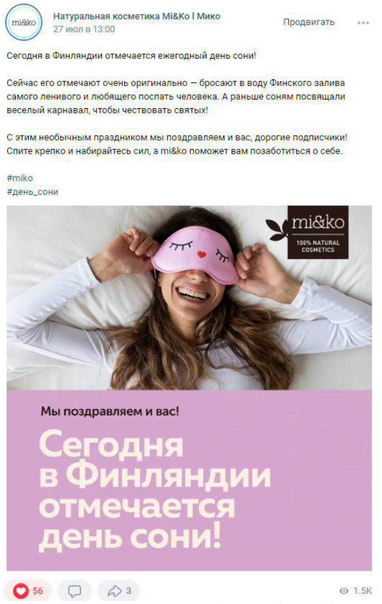
Предлагаемый таргетинг используется для привлечения подписчиков и охватного продвижения.

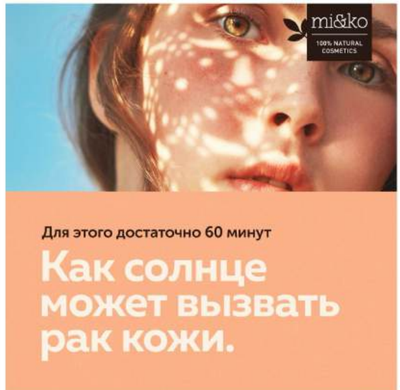


Редакционный план

Таблица: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1co9thKNbA286cV0ADVl Z1Tg/edit?usp=sharing

#	Рубрика	Описание	Тип	Группы	Хайлайтс раздел	Хеш
–	mi&ko / **Директ (новости, акции, ивенты)**	Внеплановые публикации (новости, акции и т. п.) – все то, что поступает от Заказчика вне плана и требует оперативного размещения	–	mi&ko	–	#mi ситуа е по по
1	mi&ko / **Комьюнити**	Внеплановые публикации, приуроченные к важным датам. Это информационные поводы, которые могут быть интересны клиентам mi&ko. Самый банальный пример это поздравление с «Днем пап» + призыв к действую или напоминание о чем-то, что побудит к покупкам. Только не так — ~~«Поздравляем с Днем пап». А~~ как-то так «У нас каждому папе найдется средство по уходу за кожей (или решение). Мы чествуем всех отцов в нашей жизни ❤️»	Микс	mi&ko	–	#mi ситуа е по по
2	mi&ko / **Корпоративная прозрачность**	Рассказываем о компании: история, философия, принципы и т. п. В этой рубрике уместны посты о корпоративной прозрачности, некой «кухне», людях, которые ее создают и улучшают, работаю над непревзойденным клиентским сервисом и R&D. Основная задача — усилить человеского лицо бренду mi&ko, укрепить бренд и вызвать ощущения first love	Имидж	mi&ko	О нас	#mi ситуа е по по
3	mi&ko / **Продукты**	Формула продуктовых публикаций [эмоция] + [инсайты] + [продукт]. Публикация с продуктом всегда начинается с какой-то эмоциональной части, это может быть игривая радость первым теплым денькам + последующие инсайты (переживания и потребности ЦА), что важно для кожи в жаркие	Продукт	mi&ko	↓	Маст навиг





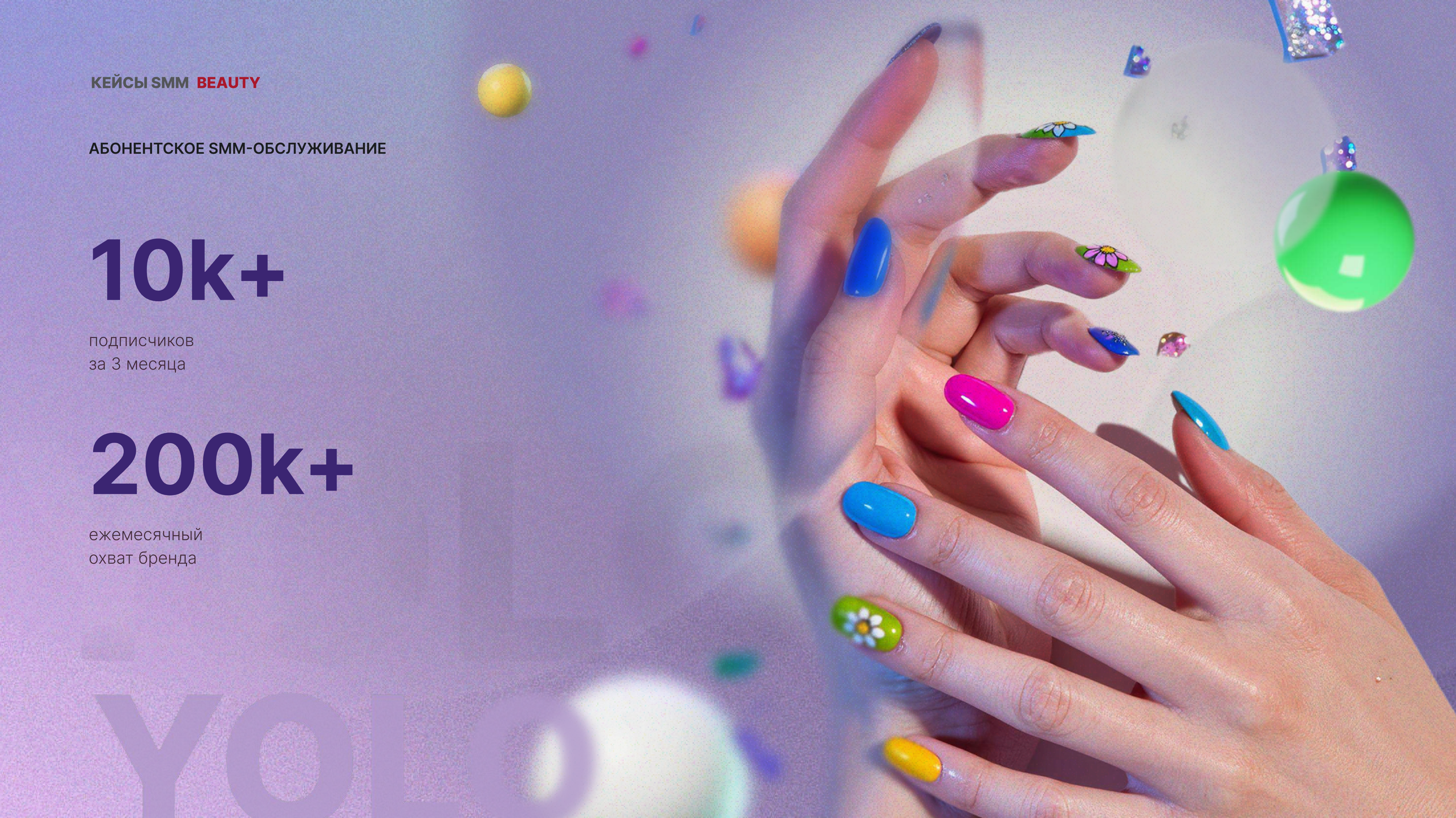
АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

10k+

подписчиков
за 3 месяца

200k+

ежемесячный
охват бренда



КЕЙСЫ SMM **BEAUTY**

30+

уникальных визуалов
каждый месяц

40%+

средний уровень вовлеченности
(Engagement Rate)

Редакционный план

#	Тип	Рубрика	Описание	Медиа	Форм
-	Сторис	-	Адаптация любого поста под сторис	-	Одинар
-	-	Комьюнити-публикации	Приветствие подписчиков с упоминанием важных событий календаря, это также и привязки к хайповым темам	-	Одинар
-	-	Спец. предложения	Говорим об акциях (продукт, цена и где купить)	Дизайн	Одинар
1	Продуктовый	Визуальный топик [модель]	Фотографии с результатом применения лака и описанием самого продукта [эмоция] + [интеграция]. Здесь предлагается вызывать эмоции, вдохновляя на пермены и эксперименты, начиная разговор с тенденций моды и красоты	Фото	Одинар
2	Продуктовый	Визуальный топик [продукт]	Дизайнерская подача баночки YOLO в паре с красивыми бекграундом из модных абстрактных заливок по теме поста, а также интендации продукта в живые фоны [front view]	Дизайн	Одинар
3	Продуктовый	Просто о YOLO [бренд]	Рассказываем о себе простым языком – кто мы, зачем и как это делаем, для кого и почему мы. Каждый пост – это рассказ об одной силе продукта. Если healthy, то и пост целиком про это, чтобы была возможность таргетировать конкретно на одну аудиторию	Фото/Дизайн	Одинар
4	Продуктовый	Глубоко о healthy [продукт]	Рассказываем о преимуществах формулы YOLO для здоровья в контексте модных трендов. Без глютена и лактозы по чесноку	Фото/Дизайн	Картс
5	Продуктовый	YOLO туторилы	Развеиваем главные мифы о домашнем маникюре (не держится, кривой/косой и т. п.) с помощью готовыми видео	Видео	Одинар
6	Вовлечение	YOLO битва лаков	Голосование с выбором какого-то из двух лаков YOLO7. Например, «Твой выбор загадочный X или боевой Y»	Дизайн	Одинар
7	Вовлечение	YOLO-арт [модель]	Рисунки на ногтях с использованием YOLO	Фото	Одинар
8	Тематичекий	YOLO вдохновляет	Коллаж из YOLO и атрибутов стиля и моды. Например, сочетание цвета лака с аксессуарами и предметами одежды	Дизайн	Одинар

1 АУДИТОРИЯ
ТАРГЕТИРУЕМАЯ НА 80%

Девушки, которые покупают лак

–

Это просто девушки, которые сами «делают себе ногти», этой группе важно только одно – чтобы было красиво, модно и долговечно, а то, что это

2 АУДИТОРИЯ
ТАРГЕТИРУЕМАЯ НА 20%

Девушки, которые покупают лак и в теме ЗОЖ

–

Сидят в группах ЗОЖ (не абстрактных, «как похудеть без диет»), подписаны на блогеров «интегративщиков», знают, что такое детокс, глютен, козеин, кето, усталые напоченники

3 АУ

Лако блоге бьют интег экспе

–

САМАЯ д аудитори беспощад рекламны дающая в все о лак

Целевая аудитория

Целевые группы предлагается оптимизировать исходя из ценового позиционирования и охват/вовлечение, а значит попадании в ленты девушек, которые ПОКУПАЮТ лак и гот избегая дорогой салонный уход.

Модницы Узкий таргет

Активные девушки, которые следят за новинками и трендами, подписаны на различных блогеров, регулярно совершают как спонтанные, так и спланированные покупки в магазинах косметики.

ЗОЖницы Узкий таргет

Девушки, со средним и высоким уровнем дохода и закрытыми базовыми потребностями, которые уделяют внимание здоровью, разбираются в составах косметики, увлекаются фитнесом и/или правильным питанием.

Ищущие Узкий таргет

Регионы Широкий таргет

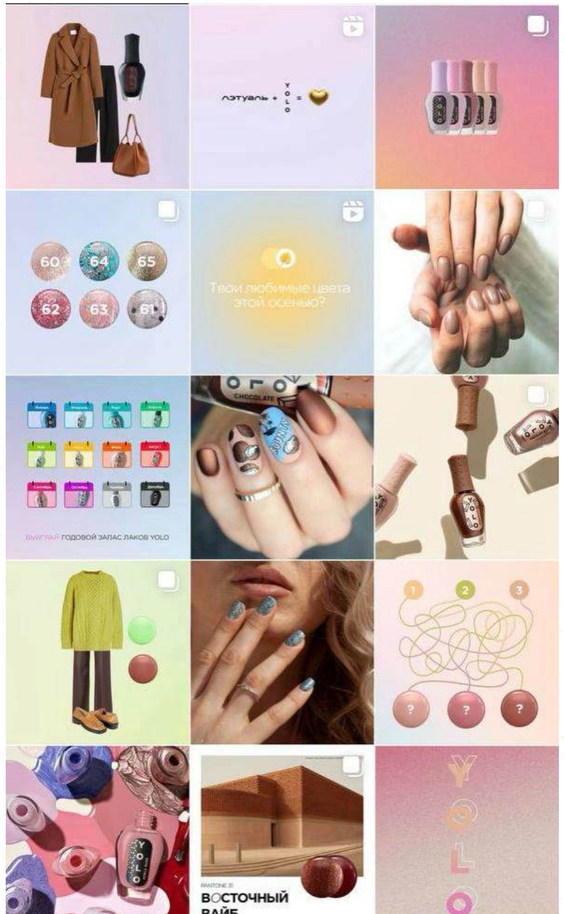
Что объ целевые социаль

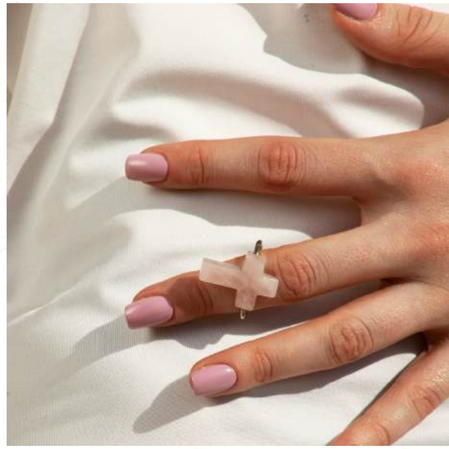
Наверное, мо девушке есть ЗОЖницы, ис рационалистк это финансов полноценному ногтями + выб

MATTE #50

ТВОЙ ЦВЕТ РЕЛАКСА

very peri #70 very peri #71 very peri #72

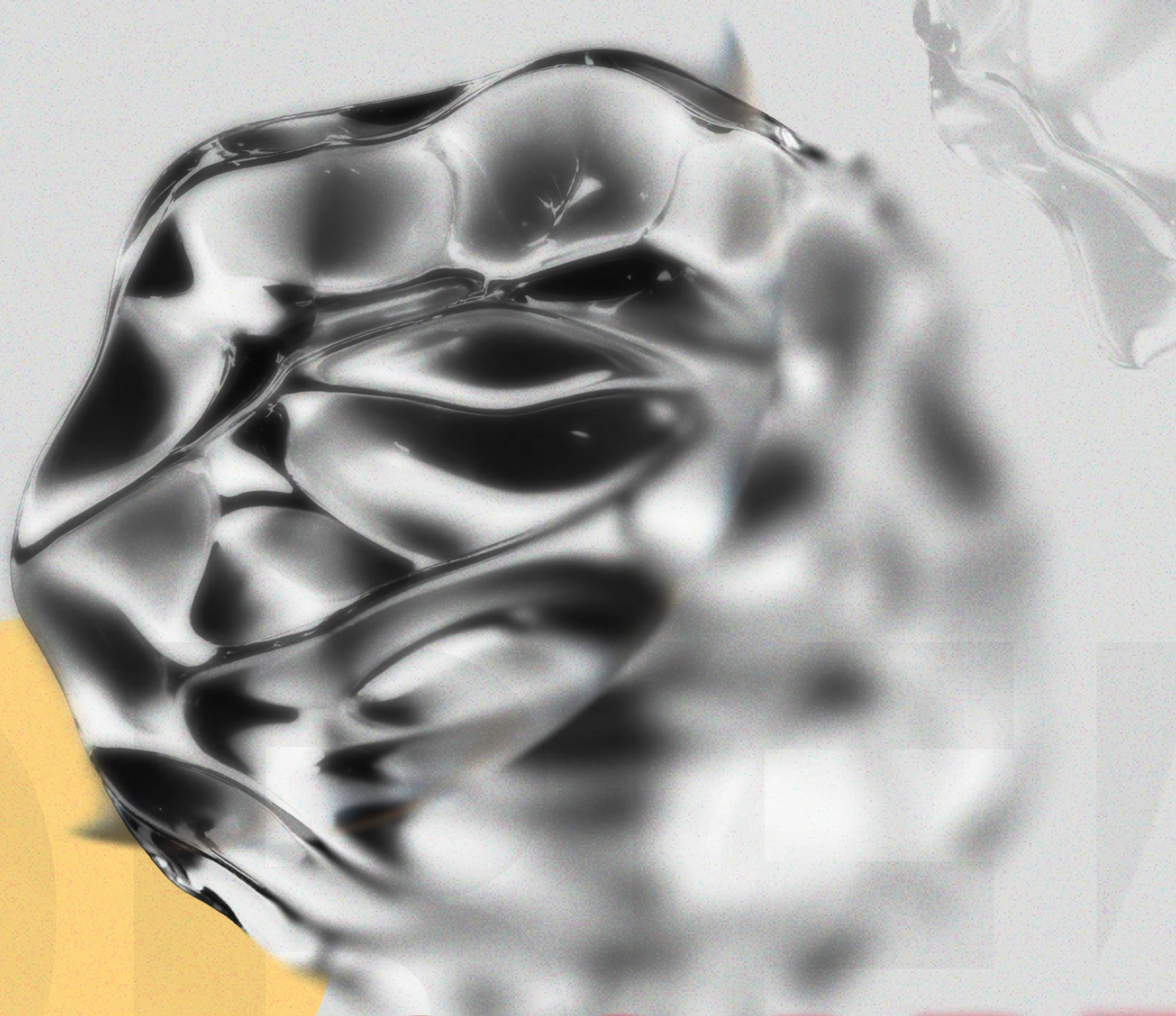




КЕЙСЫ SMM **BEAUTY**

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

Разработана SMM-стратегии с таргетом на: хирургия, стоматология, имплантология, имплантаты, зубная техника, подготовлена визуальная концепция, настроена рекламная кампания на привлечение подписчиков, продвижение постов и мероприятия



300k+

ежемесячный охват SMM-кампании по узкому таргету

NOBEL BIOCARE

КЕЙСЫ SMM BEAUTY

50+

постов/сторис о мероприятиях
в сфере стоматологии

17k+

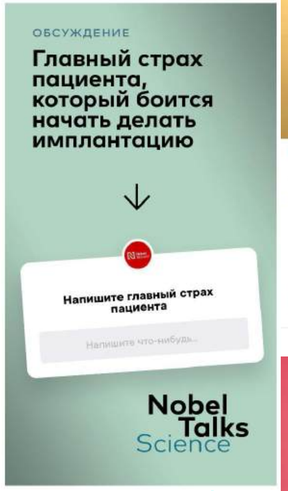
подписчиков хирургов-
стоматологов и имплантологов

Редакционный план

Здесь предложен план рубрик на месяц. Темы выбираются и раскрываются редактором.

Nobel Biocare

#	Рубрика	Описание	Источник	Тематика	Формат	1 неделя	2 неделя	3 неделя	4 неделя	=
						5	5	5	5	20
-	Комьюнити-публикации	Актуальные для врачей даты. Например, «День врачей» или «Международный день стоматолога», публикации команды (их темясы, цитаты)	—							
1	NobelTalks Product	Анонс предстоящего NobelTalks Product (продукт, тема, спикеры и т. п.) (или публикация)	Noble Biocare	Продукт						
2	NobelTalks Practice	Анонс предстоящего NobelTalks Practice (тема, спикеры и т. п.) (или публикация)	Noble Biocare	Имидж						
3	NobelTalks Case	Клинические случаи с применением продуктов Noble Biocare	Noble Biocare	Тематика						
4	NobelTalks Science	Анонс предстоящего обзор научных материалов NobelTalks Science (или публикация)	Noble Biocare	Имидж						
5	NobleTalks YouTube -> IGTV	Переведенные (субтитры) видео — https://www.youtube.com/c/nobelbiocare/videos	Noble Biocare	Имидж						
6	Noble Biocare — образование/курсы	ПрезентацияАнонсы обучающих программ/курсов Noble Biocare — https://www.nobelbiocare.com/ru/ru/education/dental-implantology-courses.html; а также тизеры из обучающих программ, полезные материалы	Noble Biocare	Продукт	Формирование плана выходов делается на месяц с учетом наличия материалов.					
7	Noble Biocare — конгресс	Анонс главного ивента Noble Biocare — https://www.dropbox.com/s/xqzu2n60c1ah15w/Save-the-date_N8%20Congress%20November%2019-20.pdf?dl=0	Noble Biocare	Мероприятие						
8	Noble Biocare — до и после	Фотографии результата «до и после»	Noble Biocare	Продукт						
9	Noble Biocare — клинический случай	Клинические случаи с применением продуктов Noble Biocare	Noble Biocare	Тематика						
10	Noble Biocare — продукт	Рассказываем о конкретном продукте/продуктовой линейке.	Noble Biocare	Продукт						
11	Noble Biocare — советы и методы	Советы и методы профессионалов. Например, «Ранняя поломка зубного имплантата: 4 совета по снижению риска остеоинтеграции — https://www.nobelbiocare.com/blog/news/early-dental-implant-failure-4-tips-on-lowering-risks-to-osseointegration/ или внутренние научные гайды	Noble Biocare + Blog	Тематика						



Целевая аудитория

Nobel Biocare

Целевую аудитория Nobel Biocare предлагается поделить на три группы врачей. Такое деление предлагается делать для более эффективного распределения рекламного бюджета и для разделения одной большой массы стоматологов в Facebook Audience по степеням вовлечения/этапа развития карьеры. Для каждой группы указан способ поиска аудитории, который будет расписан далее.

ТЕПЛАЯ АУДИТОРИЯ

1 — Врачи-инфлюенсеры

Инструменты: Промо-публикаций

Наиболее лояльная и активная аудитория врачей, участвующая в продвижении Nobel Biocare.

1A — Врачи Nobel Biocare

Инструменты: Промо-публикаций / привлечение подписчиков

Аудитория врачей, которая работает с Nobel Biocare, но не участвует в продвижении.

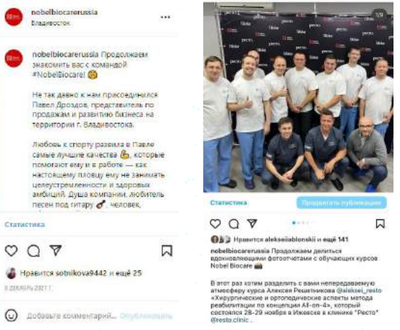
Facebook Audience -> Вовлеченные -> look-a-like

2 — «Внешняя» аудитория

Инструменты: Промо-публикаций / привлечение подписчиков

Аудитория врачей, которая не работает с Nobel Biocare. А также аудитория будущих врачей стоматологов-хирургов, которые только обучаются или стоматологи, желающие стать специалистами в области имплантологии.

Facebook Audience -> Интересы и образование



АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

Комплексное SMM-продвижение:
разработка SMM-стратегии, генерация контента, дизайн-поддержка, фото-поддержка, коммьюнити-менеджмент, таргетированная реклама, коллаборации

20k+

новых подписчиков за 8 месяцев

2M+

ежемесячный охват бренда

BOIRON

КЕЙСЫ SMM **PHARM**

10

коллаборации каждый месяц

40M+

потенциальная емкость таргетинга на основе SMM-стратегии

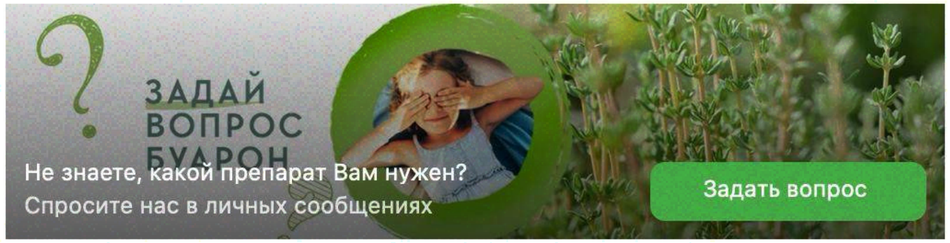
20%+

средний уровень вовлеченности (Engagement Rate)

BOIRON

Комплексные преп. | Монопрепараты | Где купить | Экофармац

Добрый день, Дамир!



ТАРГЕТИНГ | ПОТРЕБИТЕЛИ HL 24+

Гео: Россия
Возраст: 24+
Пол: М/Ж

Ключевые интересы: ЗОЖ, АОЖ, здоровое питание/еда и все связанные с этим интересы.

Участие в группах

Группы по гомеопатии и аптекам

Примеры
https://vk.com/travnik.zdorovye
https://vk.com/fitomed69650207
https://vk.com/lechenie_travami
https://vk.com/zdorovyirebenoknsk
https://vk.com/aptekaru

1 417 групп
329 547 участников

Наиболее релевантных точек контакта во Вконтакте, к сожалению, нет. Предлагается искать свою аудиторию в наиболее близких по темам группах.

Группы healthy-lifestyle

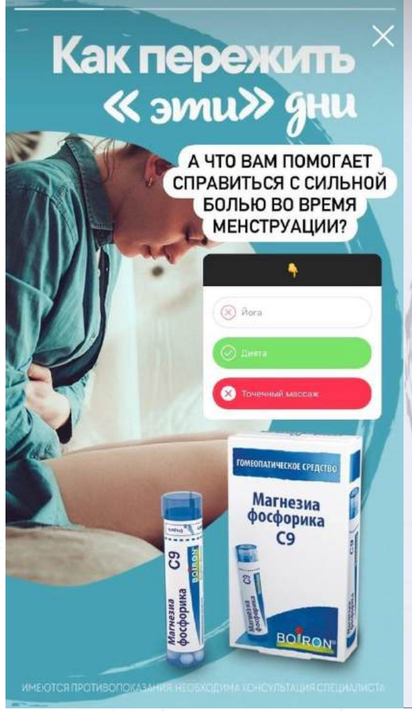
Примеры
https://vk.com/zdorovoe_telo
https://vk.com/health_naturai
https://vk.com/moezdoroviecluib
https://vk.com/health_natural
https://vk.com/jurnal.zdorovye

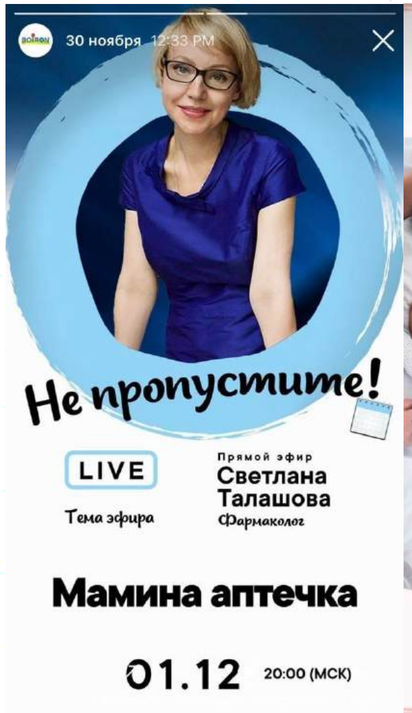
1 635 групп
735 915 активных участников

Активное участие в двух и более группах.

Интересы

Внутренний таргетинг 190 000





КЕЙСЫ SMM PHARM

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

5k+

новых подписчиков за 6 месяцев.

300k+

ежемесячный охват бренда

VITA FARMA

КЕЙСЫ SMM PHARM

10+

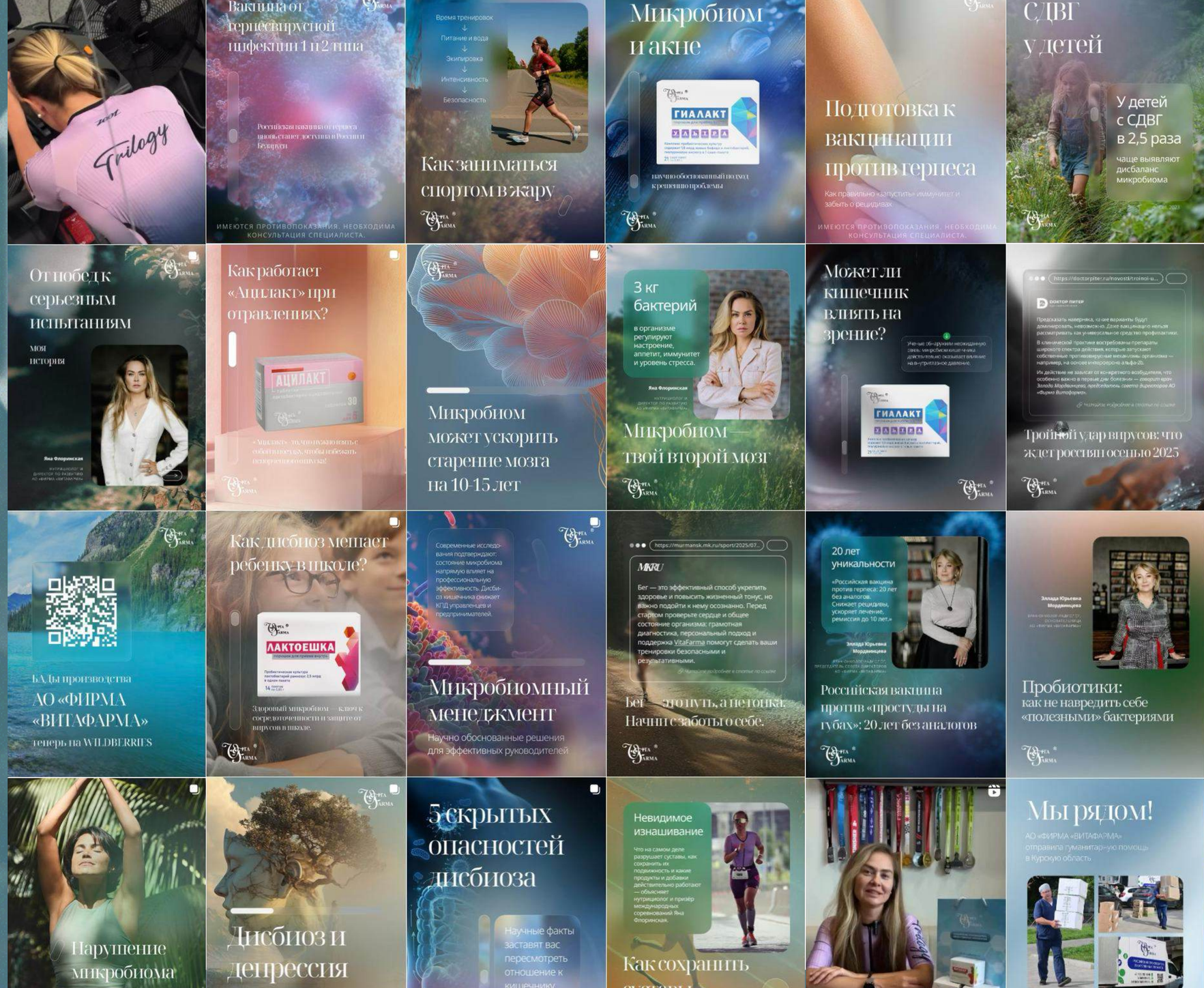
коллаборации каждый месяц

500k+

потенциальная емкость таргетинга на основе SMM-стратегии

30%+

средний уровень вовлеченности (Engagement Rate)



КЕЙСЫ SMM PHARM

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

1k+

новых подписчиков

500k+

ежемесячный охват бренда

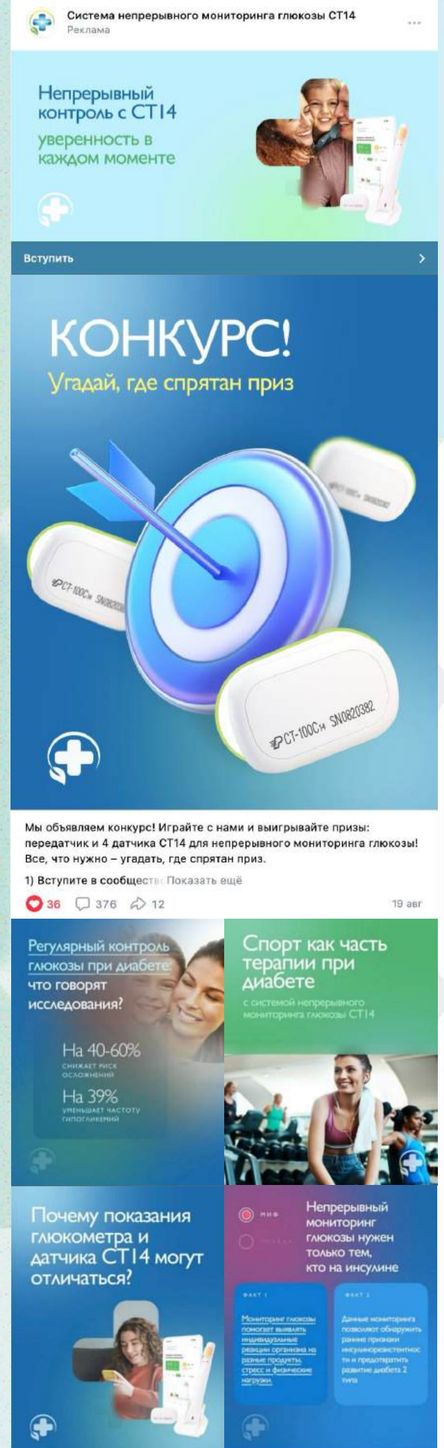
КЕЙСЫ SMM PHARM

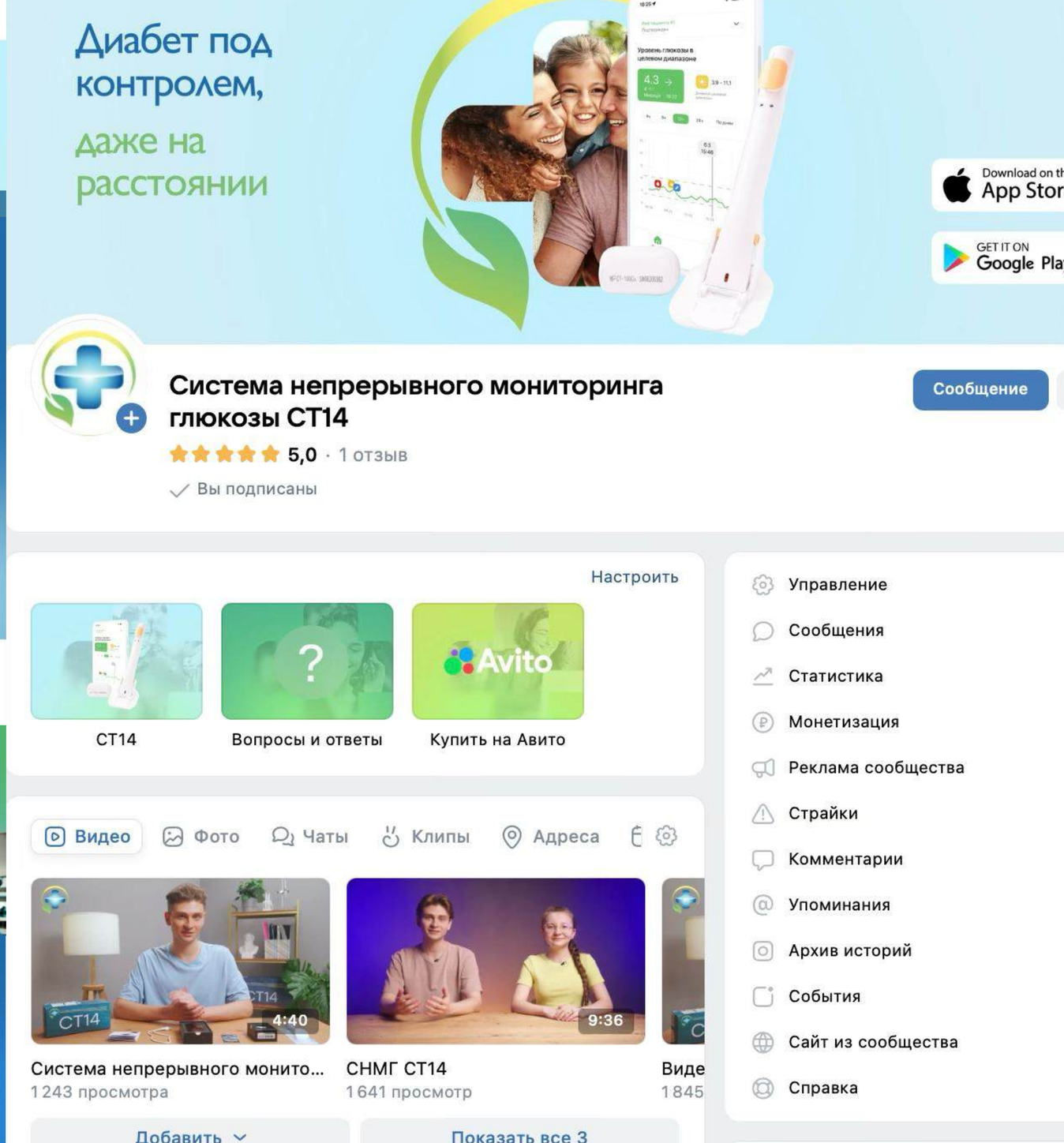
20

коллаборации каждый месяц

60%+

средний уровень вовлеченности (Engagement Rate)





АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

Дифференцированная SMM-стратегия с различным контентом и таргетингом: для Facebook (B2G, B2B), VK (технические специалисты), Instagram (архитекторы и дизайнеры), рекламная стратегия, контент-стратегия, визуальная концепция, конкурсы, квесты

3M+

совокупный охват SMM-активностей в месяц

SCHNEIDER ELECTRIC

КЕЙСЫ SMM ENGINEERING

780

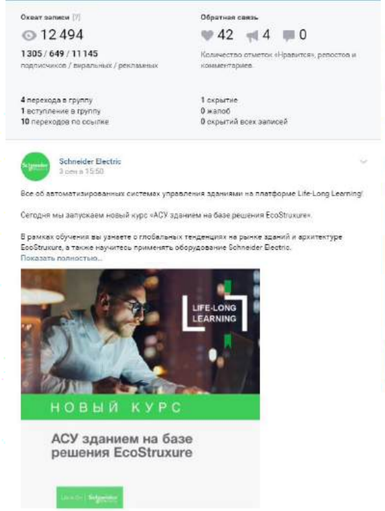
постов с уникальным дизайном и текстом

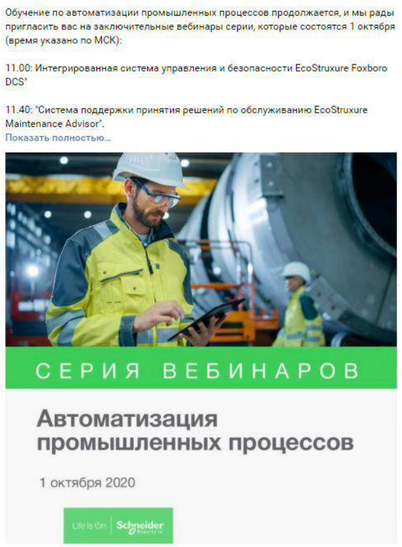
38k

новых подписчиков за полгода (таргетированная реклама, коллаборации)

5k+

упоминаний бренда Schneider Electric





Редакционный план

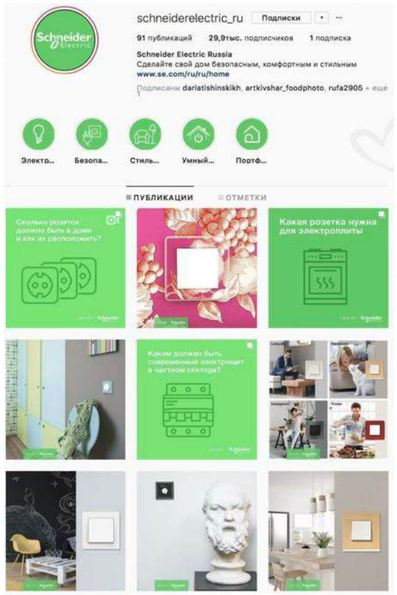
#	Рубрика	Описание	Соцсеть
1	RT публикации	Публикации в реальном времени — это могут репортажи с важных событий, новости, анонсы и т. п. Все то, что необходимо опубликовать молниеносно	
2	EcoStruxure	**Рассказываем об EcoStruxure и применении в отраслях https://www.se.com/ru/ru/work/solutions/ // https://www.se.com/ru/ru/work/campaign/innovation/overview.jsp**	
2.1	⊢	**EcoStruxure Buildings** — https://www.se.com/ru/ru/work/campaign/innovation/buildings.jsp	
2.2	⊢	**EcoStruxure Plant & Machine** — https://www.se.com/ru/ru/work/campaign/innovation/industries.jsp	
2.3	⊢	**EcoStruxure Grid** — https://www.se.com/ru/ru/work/campaign/innovation/energy.jsp	
2.4	⊢	**EcoStruxure IT** — https://www.se.com/ru/ru/work/campaign/innovation/datacenters.jsp	
2.5	⊢	**EcoStruxure Power** — https://www.se.com/ru/ru/work/campaign/innovation/power-distribution.jsp	
2.6	⊢	**EcoStruxure Platform** — https://www.se.com/ru/ru/work/campaign/innovation/platform.jsp	
3	Strategy Insight (темы: #IoT #DigitalEconomy #DigitalTransformation #ActiveEnergy #PowerManagement #DX)	Ретранслируем новости/инсайты в формате важного по ключевым запросам, которые входят в поле интересов SE. Например, «Как IoT изменило промышленное производство в Норвегии + какая-то цифра». Не детализируем и не усложняем, только важный инсайты, факты, цифры и т. п. Очень много конкурентов в этих запросах, заимствуем только экспертные мнения, аналитику (Deloitte и т. п.). Например, свои выходы — https://rg.ru/2019/02/03/zastrojshchiki-stali-chashche-predlagat-umnye-zhilye-kompleksy.html	
		Рассказываем об изменениях в индустрии, о будущем, как будет и что	

Солнце, море, новые друзья, масса полезной информации и впечатлений! Все это ждет победителей конкурса для электромонтажников от #SchneiderElectirc!

Включайтесь в борьбу за поездку в Сочи!

1. Пройдите регистрацию;
2. Выполните конкурсные задания и получите за каждое призовые баллы;
3. Попадите в топ-15 и выиграйте поездку в Сочи на трехдневный форум электромонтажников.

Все подробности здесь: http://spr.ly/6273GQ0fv



SCHNEIDER ELECTRIC

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

10k+

подписчиков из сферы агробизнеса (открытый и закрытый грунт)

75%+

средний уровень вовлеченности (Engagement Rate)

КЕЙСЫ SMM ENGINEERING

0,3 млн.

показов в месяц по узкому таргетингу

200+

постов размещено за полгода

Целевая аудитория

ДЛЯ ДВУХ НАПРАВЛЕНИЙ

URALCHEM

Цветовое деление сделано для удобства понимания этого документа.

ПРОМ

АГРО
- Открытый грунт
- защищенный грунт

Параметр	ПРОМ	АГРО	
		Открытый грунт	Защищенный грунт
Бизнес и индустрия	Строительство, химическая/нефтегазовая/стекольная/пожаротушение/металлообработка и другие согласно rus_PROM_PRINT_.pdf	Сельское хозяйство и скотоводство, в т. ч. личные подсобные хозяйства ⚠ Интересы открытого грунта минусуются	
Интересы	— (ориентация на индустрии и должности)	Теплицы, тепличное хозяйство, посадки открытого грунта (картофель, капуста, морковь, свекла, зерновые), ассоциация «Теплицы России»	Сельское хозяйство (в т. ч. с\х техника), садоводство, агрономия, фермерство, сельскохозяйственные животные, урожай, скотоводство, удобрения, растениеводство, поля (или почва), сельскохозяйственные культуры, огород, уборка урожая и т. п. Соответствующие посадки.
Образование	—	Сельскохозяйственная академия, аграрный институт	
Работодатель	—	Агрокомбинаты	Тепличные комбинаты, персональные теплицы
Должность	Технологи, директора, специалисты по закупкам	Агроном, агрохимик, почвовед, животновед, специалисты по закупкам в этой индустрии, руководители и директора индустрии.	

Редакционный план АГРО

ДЕТАЛИЗАЦИЯ

URALCHEM

№	Рубрика	Описание	Тематика	Шаблон	Хештег	Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сумма
1	АГРО: о компании	Об Уралхим Агро — о производителе, стандарте, факты и другая полезная информация, которая вызывает интерес и доверие	Продукт	Имиджевый.psd	#уралхим #агро	1					1
2	АГРО: презентация продукта	Имиджевая иллюстрация продукта и яркое тематическое фото (например, упаковка «Нитрат кальция» + теплица с томатами на ветках»). Основная задача рубрики — дать ассоциацию хорошего урожая с использованием удобрений Уралхим Агро.	Продукт	Продукт.psd	#уралхим #агро		1		1		2
3	АГРО: вопрос/ответ	Популярные вопросы и ответы на них на основе http://solar-agro.ru/faq/	Продукт	Вопросответ.psd	#уралхим #агро #типгрунта #вопросответ #[динамичный]			1			1

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

150k+

совокупный показатель
«Охват всего»

20%+

средний уровень вовлеченности
(Engagement Rate)

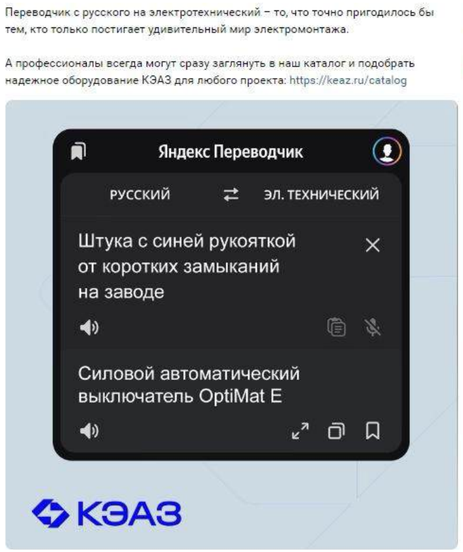
КЕЙСЫ SMM ENGINEERING

2k

ежемесячный показатель
«Количество лайков»

40+

продуктовых фото, видео,
«каруселей» и т.д. каждый месяц



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ TARGETHUNTER | Группы электриков 110 000

КЭАЗ ОСНОВАН В 1945

Ниже объяснение принципа таргетирования на группу «Электриков» во Вконтакте. Для этой соцсети это наиболее верный способ попасть в их новостные ленты, так как подбор интересов не имеет подобных по эффективности ключей.

Гео: Россия
Возраст: 25-55

74 млн

1 Образование

Выпускники факультетов (ВУЗ)

21 954

Ключевые слова факультетов:

Электроэнергетика и электротехника
Электрические станции
Электроэнергетика
Электротехника
Электропривод и автоматика
Автоматика и энергетика
Данные:

Примеры топовых групп:

https://vk.com/ehlektrik
https://vk.com/electricpower
https://vk.com/higth_voltage
https://vk.com/electrician78
https://vk.com/club1132834

И другие 44 317 группы

2 Группы

Аудитория групп

53 751 группы

Участники, которые одновременно есть в двух и более группах

88 300

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

HR

продвижение бренда работодателя и программы релокации позволило привлечь новых кандидатов

+1,2k

новых живых подписчиков привлечено через таргет в Vkontakte за 2 месяца

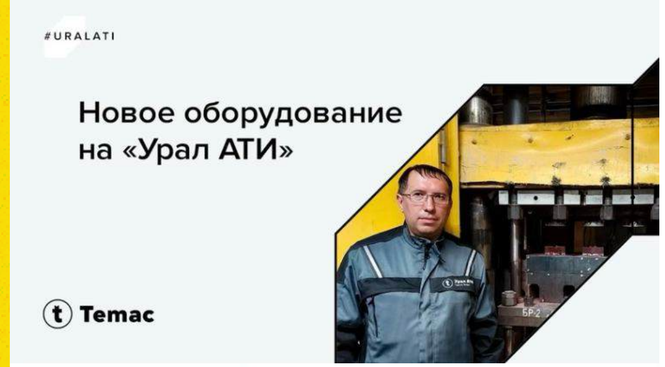
КЕЙСЫ SMM ENGINEERING

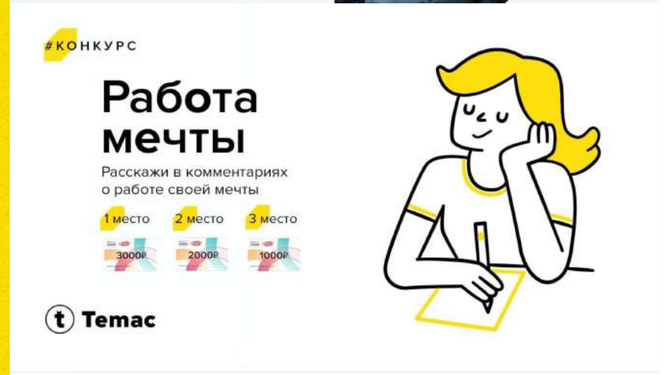
100

откликов на вакансии
каждый месяц

30%

средний уровень вовлеченности
(Engagement Rate)



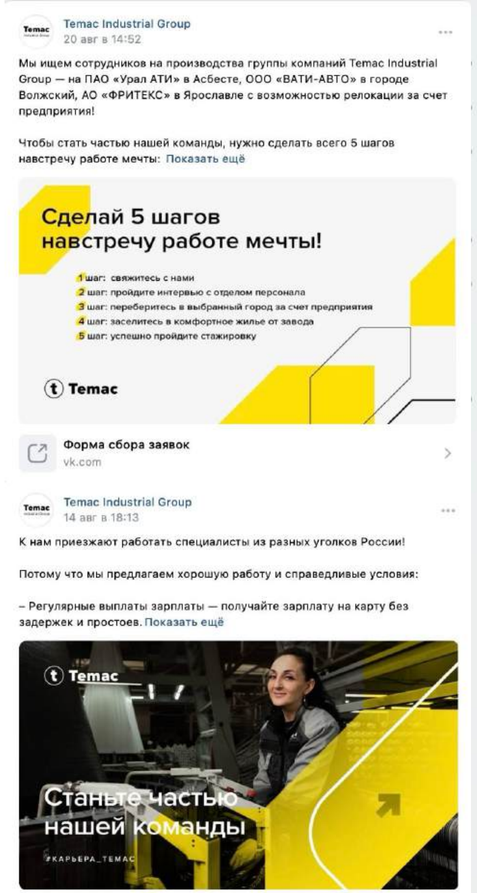


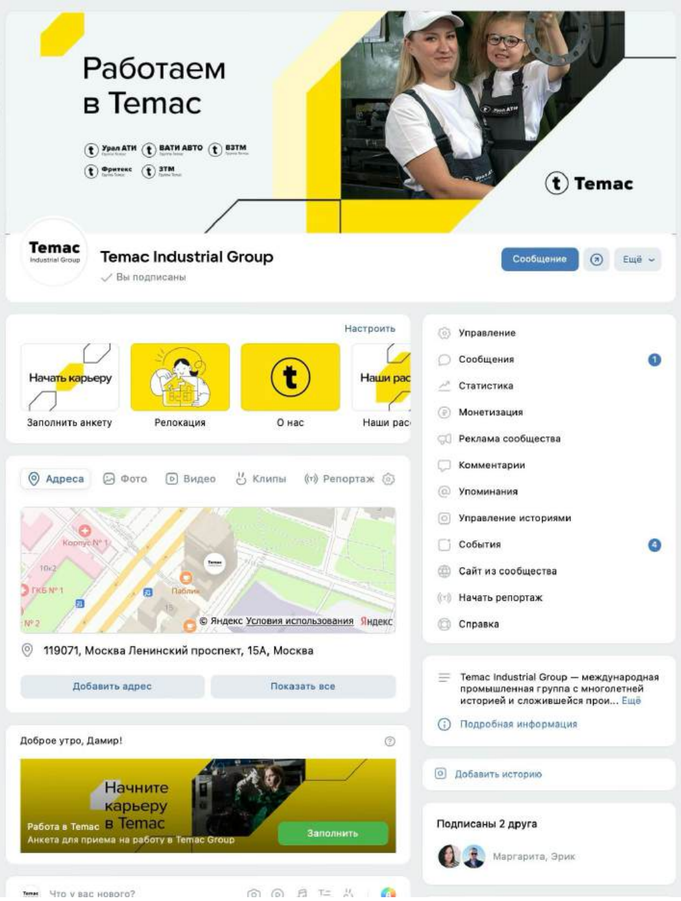
#temac #карьера_temac #uralati #vatiavto #fritex #ztm #vztm

Редакционный план на основе инсайтов https://docs.google.com/spreadsheets/d/15F7HbUkOf2vvrJ06Rb1QJRQkiB5YFmDs0wj42fGlew/edit#gid=1635949089

Temac

#	Тип	Рубрика / Тема	ЦА	Описание	Параметры материала			Календарный месяц			
					Формат	Оформление	Объем	1 неделя	2 неделя	3 неделя	4 неделя
—	Пост	Директ-посты	Все	Публикации новостных поводов в реальном времени новости, пресс-релизы, анонсы, мероприятия, отчеты, достижения]	Бренд группы	Шаблон, анимация	>150				
—	Пост	Группа Temac – события	Все	Ключевые события компании, какие-то achievements, которые можно оформить отдельным постом	Бренд группы	Шаблон, анимация	>150				
1	Пост	Группа Temac – о нас	Все	Рассказываем общими мазками историю Группы Temac. Ключевые вехи развития, исторические фотографии, ключевые специалисты и не только	Бренд группы	Шаблон, анимация	>150	1			1
2	Пост	Группа Temac – масштаб	Все	Говорим о масштабе Группы Temac (это ключевые цифры, вехи, заводы, направления и т. п.) Только сам важное и интересное, способное заинтересовать целевые аудитории	Бренд группы	Шаблон, анимация	>150	1		1	
3	Пост	Группа Temac – производственный портфель	Все	Рассказываем о производимой продукции на заводах Группы Temac	Бренд группы	Шаблон, анимация	>150	1		1	
4	Пост	Группа Temac – транспарентность	Все	Показываем корпоративную прозрачность Группы Temac. Это могут просто какие-то фотоотчеты внутренних HR-мероприятий, так и спонтанные забавные истории, которым можно поделиться. Основная идея рубрики – показать жизнь группы компаний, ее человеческие черты, смягчить «жесткий» бетон/ж/б бизнеса	Бренд работодателя	Шаблон, анимация	>150				
	Пост			Яркие и информативные публикации с вакансиями. Это не сухие копипасты, а	Бренд						





Целевая аудитория

Temac

Целевую аудиторию Temac Group предлагается поделить на несколько групп с последующим определением их инсайтов – 1) Настоящие сотрудники; 2) Будущие сотрудники; 3) B2B (клиенты и партнеры); 4) B2G.

1 HR

Настоящие сотрудники

Теплая аудитория

Это те, кто уже работает в группе компаний, а также лояльные экс-

2 HR

Будущие сотрудники

Холодная аудитория

Потенциальные работники группы компаний, в т. ч. студенты целевых специализаций

3 имидж

B2B

Настоящие и будущие клиенты группы компаний.

4 имидж

B2G

Настоящие и потенциальные клиенты из госсектора

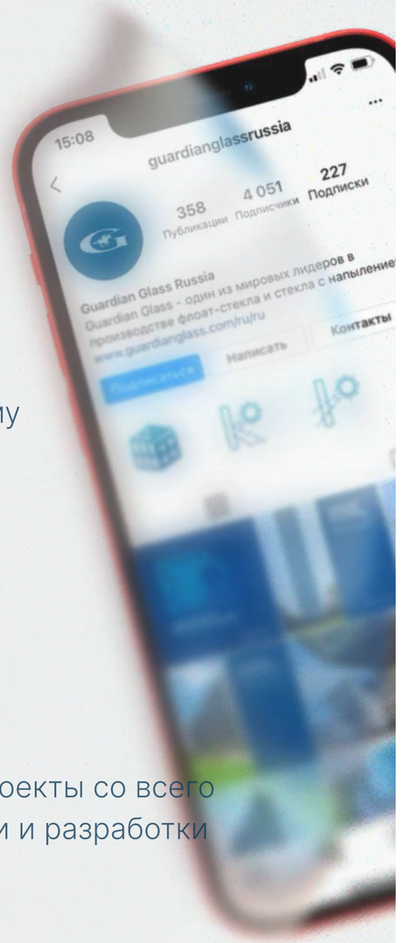
АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

Узконаправленная SMM-стратегия на 7 групп архитекторов
и проектировщиков, рекламная стратегия, контент-стратегия, визуальная концепция, VK-бот

200k+

совокупный охват SMM-активностей в месяц

КЕЙСЫ SMM ENGINEERING



8,3k

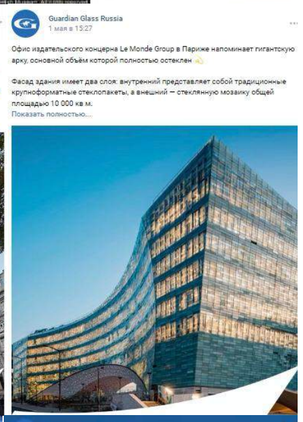
новых подписчиков по узкому таргетингу «Архитектура и проектирование»

500+

постов из разных рубрик: проекты со всего мира и из России, инновации и разработки и т.д.

10%+

ежемесячная вовлеченность



1

ЯДРО АУДИТОРИИ

Starchitects (S)

Архитекторы с большим опытом, которые создали уникальные и знаменитые архитектурные проекты. Это лидеры мнений для архитектурного сообщества, к их мнению прислушиваются и учитывают его. Малочисленная группа, но системообразующая.

2

Classic Intellectuals (CI)

Архитекторы с опытом, которые дорожат репутацией, для них важно соблюдение норм и требований в проекте, важно выбрать качественные материалы, но при этом учесть бюджет. При этом, эстетика проекта — также очень важная составляющая. Многочисленная группа.

3

Recognition Builders (RB)

Молодые и амбициозные архитекторы и бюро. Работают с региональными заказчиками и проектами. Они активны в социальных сетях и на мероприятиях участвуют в конкурсах, понимают значение личного бренда и нетворкинга для своего развития. Для них важно качество материалов, так как нужно выстраивать репутацию и угодить заказчику, эстетика, вдохновение. Многочисленная группа.

РЕДАКЦИОННЫЙ ПЛАН 1 / 2

Ниже предлагается редакционная политика с учетом главной идеи — диверсификации контента.

#	Рубрика	Описание	Аудитория	Хештег
1	Комьюнити-публикации	Публикации, привязанные к важным событиям (ambush marketing). Это могут быть знаковые календарные события, вирусные темы и т. п.	ALL	MT + 2 var.
2	Директ-публикации	Оперативные публикации (real-time PR), это все то, что необходимо опубликовать вне графика	ALL	MT + 2 var.
3	Корпоративная прозрачность	Тезисы, интервью с первыми лицами Guardian Glass	ALL	MT + 2 var.
4	Вебинары и технические семинары	Анонсы ближайших вебинаров для архитекторов и не только	ALL	MT + 2 var.
5	О Guardian Glass	Имиджевая история о Guardian Glass	ALL	MT + 2 var.
6	Guardian Glass — продуктовая линейка	Рассказываем о каком-то одном бренде Guardian — https://www.guardianglass.com/ru/ru/products/brands	ALL	MT + 2 var.
6.1	**SunGuard®**		—	
		Для звезд архитектуры мы выбираем темы «свысока». Например, «Знаменитая "Бурдж Халифа" выстроена с применением стекла Guardian Glass» или «Знаменитые архитекторы и бюро о будущем проектирования: подходы, технологии, профессия архитектора»	Starchitects (S)	MT + 2 var.
		Для этой аудитории используем более детальные углубления в продукт Например, «Как усилить эффект от витрины магазина и повысить привлечение клиентов? Итоги эксперимента» или «Как проектируется стеклянный фасад. Мировая практика»	Classic Intellectuals (CI)	
		Для этой аудитории заходим в простые и вдохновляющие темы Например, «Светопропускание — что это и как влияет на эстетику здания» или «Чем отличается SunGuard® от обычного стекла	Recognition Builders (RB)	

РЕДАКЦИОННЫЙ ПЛАН 2 / 2

#	Рубрика	Описание	Аудитория	Хештег
6.2	**SunGuard® в коттеджном и жилищном строительстве**			

КЕЙСЫ SMM ENGINEERING

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

Узконаправленная SMM-стратегия на 7 групп архитекторов и проектировщиков, рекламная стратегия, контент-стратегия, визуальная концепция, VK-бот

1M+

потенциальный охват рекламной кампании в месяц по собранному таргетингу

ЩЛЗ

КЕЙСЫ SMM ENGINEERING

17

креативных слоганов предложено
в SMM-стратегии

6k+

новых подписчиков по ЛПР
B2B-таргетингу годовой KPI

Современные мегаполисы растут вверх! 🏙️

Этот факт неоспорим, как и тот, что буквально каждый день в городах увеличивается количество автомобилей. В таких условиях незаменимы вертикальные парковки.

Но как автомобилю добраться до верхних этажей этого сооружения? 🚗

Конечно, на грузовом лифте #ЩЛЗ! Мы производим надежные и безопасные лифты с такой площадью кабины, которая легко позволит вместить ваше авто, каким бы крупногабаритным оно ни было.

👍 46 ❤️ 3 380 14:40

АО "ЩЛЗ"

#ЩЛЗ поздравляет с Днем народного единства!

В этот праздник хотим пожелать всем вам силы духа, стабильности, веры в лучшее! Поддерживайте друг друга, оставайтесь верными своим идеалам и смело идите вперед к намеченным целям! 🚀🚀🚀

👍 60 426 10:08

Охват записи [?]
5418
524 / 1 184 / 3 792
подписчиков / виральных / рекламных

Обратная связь
61 3 0
Количество реакций, репостов и комментариев.

0 переходов в группу
0 вступлений в группу
11 переходов по ссылке

0 скрытий
0 жалоб
0 скрытий всех записей

АО "ЩЛЗ"
21 окт в 15:02

Более 30 династий работают на #ЩЛЗ, это ли не повод для гордости? Об одной из этих выдающихся семей, принявшей участие в проекте «Династии московской промышленности», а также о жизни нашего завода читайте в новом номере газеты «Вечерняя Москва»: https://vm.ru/society/1004857-vash-lift-eto-nasha-rab..

#лифтостроительныйзавод #щербинскиелифты #моспром #династииЩЛЗ #московскаяпромышленность

Охват записи [?]
4508
922 / 3 571 / 15
подписчиков / виральных / рекламных

Обратная связь
63 5 0
Количество реакций, репостов и комментариев.

3 перехода в группу
0 вступлений в группу
0 переходов по ссылке

2 скрытия
0 жалоб
0 скрытий всех записей

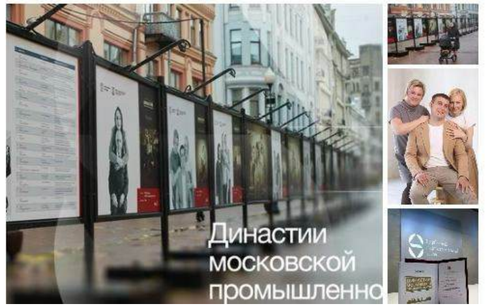
АО "ЩЛЗ"
15 окт в 15:20

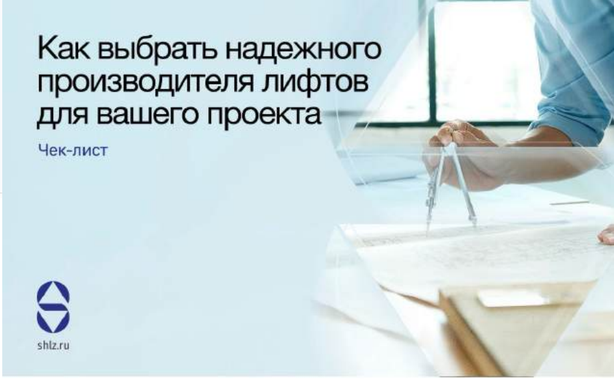
На этой неделе состоялось награждение представителей династий, участвовавших в проекте ДИиПП «Династии московской промышленности». Главные герои проекта – семьи, которые трудятся на заводах и фабриках столицы поколениями. Конечно, такие есть и на #ЩЛЗ!

Руководитель Департамента инвестиционной и промышленной политики г. Москвы Владислав Овчинский лично вручил благодарности представителям династий, принявшим участие в проекте.

Увидеть потрясающие фотографии династий можно на выставке, которая проходит на Арбате до 31 октября.

#лифтостроительныйзавод #московскаяпромышленность #династиимосковскойпромышленности





КЕЙСЫ SMM ELECTRONICS

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

3M

показатель ежемесячных показов
бренда в соцсетях

+524%

рост органического охвата
(показатель качества контент-стратегии)

PHILIPS

КЕЙСЫ SMM ELECTRONICS

+76%

увеличилось количество репостов

40k

число привлеченных подписчиков за год

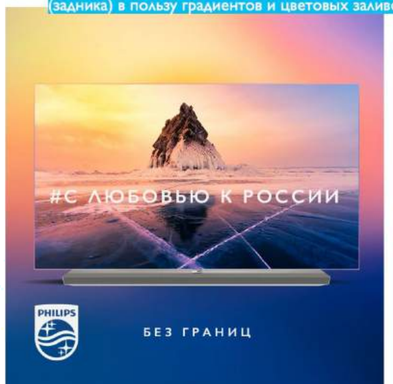
#БЕЗГРАНИЦ

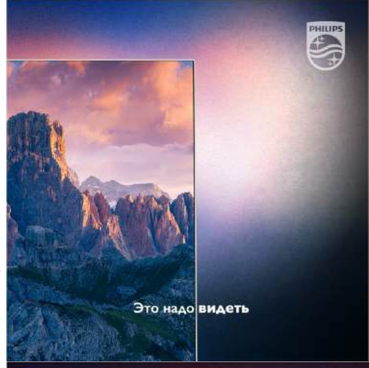
уникальная стратегия, выгодно отличающая бренд от конкурентов за счет Ambilight

В новой контент-стратегии предлагается отказаться от реалистичной стены (задника).

	№	Рубрика	Описание рубрики
	1	Завлечение в магазины	Текушие акции \ новинки \ скидки по ассортименту TV & audio Philips. Продукт, цена, мес
new		«Директор завода о заводе»	Говорим простым, понятным языком от первого лица о внутренней "кухне" завода TPV в https://www.facebook.com/kubanzheldormash/) (не чаще, чем в 1 квартал)
new		Интерактивные задачи по теме Philis TV	Ребусы, пазлы, визуальные вопросы на темы, связанные с Philips TV, его фишками и не то предлагается охватывать и тематические истории, не связанные с продуктом
new		«Путешествуя по России»	Задача рубрики — показать рендер Philips TV в удивительных местах России. Это могут б известные точки на карте. Однако — приоритет на редких и живописных пространствах
new		Полезно о выборе ТВ и об эксплуатации	Например, «На какой высоте вешать ТВ», «Какой выбрать Philips TV». Основная идея — полезную информацию. Что позволит закрепить позитивный образ Philips TV, в том числ фишки
new		«ПО-алертсы»	Информация о новых версия ПО для ТВ. Например, «Вышло новое ПО для такой то мод
new		«Что посмотреть»	Привязка Philips TV к выходам новинок кино, сериалов. Основная цель — на информаци «хайпового медиа» продвинуть Philips TV
new		Philips TV — опрос	Это может быть битва фишек Philips TV,
new		UGC Philips TV	Репосты оригинального контента, созданного аудиторией Philips TV
	7	Мемы на хайповые истории	Мемы с привязкой к виральными событиям, например, история про «Шпиль». В этой рубрике сериалов, все то, что имеет высокую зрителескую массу. Пример: https://www.instagram.com/p by=philipstvru Темы — Предстоящие релизы (кино, сериалы) — Факты и история мирового кино — Рейтинги IMDB / Кинопоиск — Места съемок — Любимые киногерои и культовые сцены — Секреты кино — Спецэффекты

В новой контент-стратегии предлагается частичного отказаться от реалистичной стены (задника) в пользу градиентов и цветовых заливок, фото-фонов.





АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

1,5M+

совокупный охват SMM-активностей в месяц

NOTHING

КЕЙСЫ SMM **ELECTRONICS**

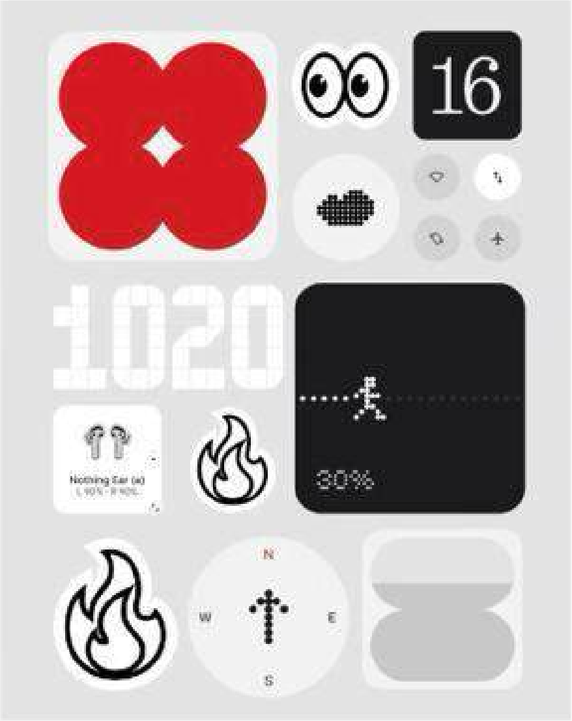
20

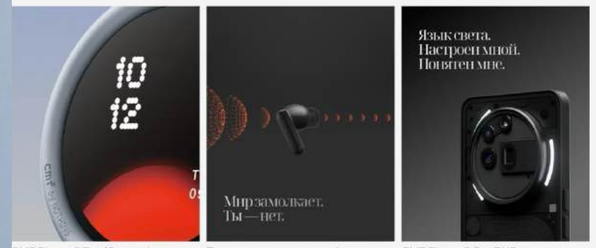
постов с уникальным дизайном
и текстом в месяц

2k+

подписчиков в VK, Telegram
за месяц

NOTHING





CMF Phone 2 Pro (Camera) | Твоя последняя клевая фотка | CMF Phone 2 Pro DNS

Glyph Composer | CMF Buds 2 | А что у тебя на обоях?

CMF Phone 2 Pro

Nothing 3A (Arc_True Lens Engin...

3A Essential Space

КЕЙСЫ SMM ELECTRONICS

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

+9k

подписчиков в Vkontakte
за весь период сотрудничества

+15k

подписчиков в Inst
за весь период сотрудничества

КЕЙСЫ SMM **ELECTRONICS**

180

опубликованных постов

600k+

средний показатель
«Показов всего» в Instagram

200k+

средний показатель
«Показов всего» в Vkontakte

WAHL

Post Category

Fun	Эмоциональный пост на легкую и простую тему дня, например «Как стать звездой дня на улице — это сделать то-то, используя свой WAHL»
Product	Продуктовая история с использованием ТТХ, фишек, особенностей и истории бренда WAHL
Tip/Education	Совет и обучение WAHL, например, «Как сделать бороду в стиле Ван Дайка не посещая барбершоп»
Ambassadors	Используем кейсы стилистов, которые используют WAHL (с разрешения)
Lifestyle	В этой категории мы пишем о стиле, каких-то модных трендах, вещах и ситуациях, например, «Как «усы Пуаро и твидовый пиджак» изменили мою жизнь».
Travel	Здесь пишем о всегда акуальном — трепетном ожидании путешествия (отдыха). Например, «Не знаете как уместить все в чемодан для путешествия? Есть несколько проверенных способов: сворачивать одежду в валики, использовать вакуумные пакеты и прочее. Но есть ещё один-взять многофункциональный триммер #GroomsMan Body от Wahl, который заменит ножницы, расчёску, бритву и займет места не больше чем зубная щётка. Компактная и удобная модель просто создана для комфортного ухода за собой!»

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

8k

подписчиков в VK, Telegram, «Одноклассники» (за счет таргетированной рекламы)

АСАВТО

ДИЛЕР CHERY, GEELY, OMOODA, JAECOO, EXEED, CHANGAN И ДР

КЕЙСЫ SMM AUTOMOBILE

150+

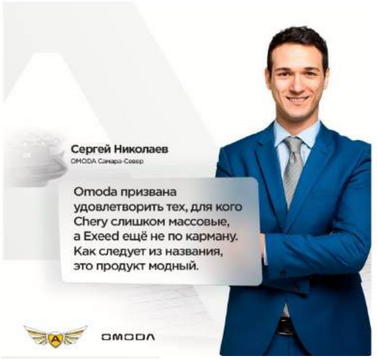
постов с уникальным дизайном и текстом

500k+

совокупный охват SMM-активностей в месяц

Формула стратегии Ниже представлена схема взаимодействия первых двух блоков стратегии с офлайн блоком в лице автосалонов АсАвто и центральной ГК АсАвто.

Предлагается запустить автоматизированную систему обслуживания (АСО) АсАвто. Это единый бот с настроенными сценариями. Это эволюционирующая система, которая способна обучаться и наполняться новы сценариями.



Редакционный план Здесь представлен ежемесячный редакционн темы для будущих контент-планов.

#	Рубрика	Описание
1	Сторисы	Адаптированные посты и клипы под формат сто числе уникальные материалы только для сторис
2	Клипы	Снятые по скриптам короткие ролики для раздел Тест-драйвы, поступления новых моделей, авто поступлениями, дилерская стоянка, жизнь внутр «кухня» и т. п.
3	Автосалоны	Рассказываем об автосалонах АсАвто по конкре автобрендам. Подача в формате [нативная исто автобренд + где купить]
4	Автобренды	Презентуем автобренды АсАвто, как начиная с к модели, так и с какой-то общей имиджевой инфо автобренда [автобренд/модель + маркетинг бре автосалон]
5	АСО АсАвто	Напоминание об интерактивном помощнике АсА функционале/возможностях
6	Запись на тест-драйв	Приглашение записаться на тест-драйв через ин приложение (+ традиционные способы)
7	Запись на ТО	Приглашение записаться на ТО через интеракти приложение (+ традиционные способы)
8	Вопрос/ответ	Популярные вопросы и ответы на них. Наприме вопросы по гарантии или сервисному обслужива финансовых программах (банки и СК)
9	Цифра/факт недели АсАвто	Цифра или факт недели об АсАвто
10	Мероприятия	Анонсируем предстоящие мероприятия АсАвто (дилеров и группы компаний)
11	Сотрудники	Рассказываем и показываем сотрудников автоса (в т. ч. и работников СТО). Это также могут быть руководителей автосалонов, директоров по прод обслуживанию

Целевая аудитория Здесь описана сегментация аудитории в рамках предлагаемой стратегии. Предлагается поде на традиционные критерии «теплый/холодный лид».

ЯДРО

География: Самара, Тольятти, Саратов, Энгельс, а так же целиком Самарская и Саратовская обл.
Пол и возраст: преимущественно мужчины от 30 лет (до 50 лет)
Достаток: выше среднего (способные приобрести новый автомобиль в пределах 3-4 млн.)

ТЕПЛАЯ
Аудитория 1

- Внутренняя аудитория (база)
- Внешняя аудитория (таргет и

ХОЛОДНАЯ
Аудитория 2

- Ушедшие автобренды
- Отечественные автобренды

ХОЛОДНАЯ
Аудитория

- Члены се
- «Новые

КЕЙСЫ SMM AUTOMOBILE

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

2k

подписчиков в VK, Telegram (за счет таргетированной рекламы)

300k

совокупный охват SMM-активностей в месяц

АГРОПРОМЫШЛЕННА

КЕЙСЫ SMM AUTOMOBILE

120+

постов с уникальным дизайном и текстом

5

экспертных рилс в месяц

АГРО ПРОМ ШИНА

При выборе шин для трактора важно не только учитывать цену и доступность, но и опираться на условия эксплуатации, тип операции Показать ещё

Многие считают, что качественный протектор важен только осенью или в дождливую погоду! Это заблуждение. В тёплый сухой се Показать ещё

🚜 Тракторные гонки: почему выбор шин решает всё

Посевная не ждёт — техника должна быть готова.
Рассказываем про шины, которые не подводят в поле. Подписывайтесь — делимся опытом, советами и подбираем лучшее для аграриев.

18 2

8 966 18 2 0

Охват записи, количество «Нравится», репостов и комментариев.

26 переходов по ссылке	8 964 охват не подписчиков
37 переходов в группу	0 охват подписчиков
24 скрытия	2 бесплатный охват
2 жалобы	
24 скрытия всех записей	

Как шины помогают экономить ресурсы? 🟡

Отвечает ***Алексей Новицкий, руководитель компании АгроПромШина*** — прямо с площадки выставки «Золотая Нива

Eurasian Construction Technology
10-12 сентября 2025
Санкт-Петербург, Экспофорум

Приглашаем вас посетить ECT - ежегодную международную

🔬 **Современные материалы в составе карьерных шин: за счёт чего растёт износостойкость**

Износ — главный фактор, ограничивающий срок службы шины в карьере. Постоянное трение о щебень, удары от острых пород, перепады температур и высокая нагрузка на ось ускоряют деградацию протектора. Чтобы повысить ресурс, производители используют ***новые составы резины и усиливающие***

🔼 **Какие новые технологии позволяют складским шинам выдерживать большие нагрузки**

Что определяет ресурс шины на складе? 🕒

Чаще всего — ***не пробег, а нагрузка***: перегруженные вилы, подъём на второй уровень, развороты на месте, склад с высокой оборачиваемостью. Раньше такие условия быстро «убивали» шину, особенно при

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

TARGET

собранный таргетинг по B2C и B2B позволяет показывать посты
с высокой эффективностью

LOCAL

Задача стратегии — рассказать о единственном заводе автомасел, который «не ушел»

FUCHS OIL

КЕЙСЫ SMM AUTOMOBILE

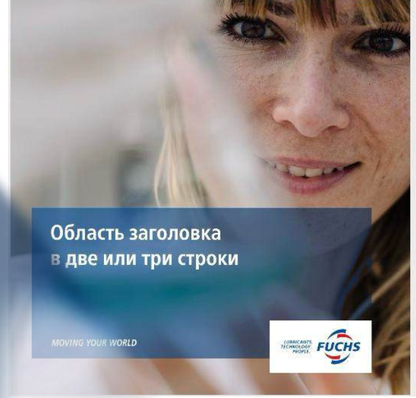
2M+

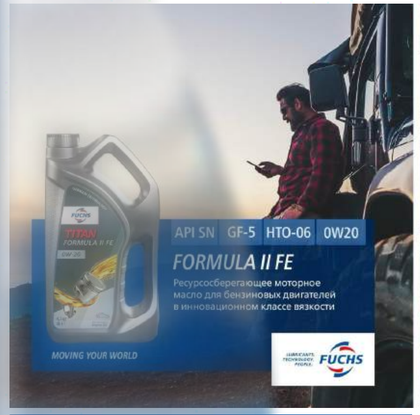
профилей в VK собрано для таргета

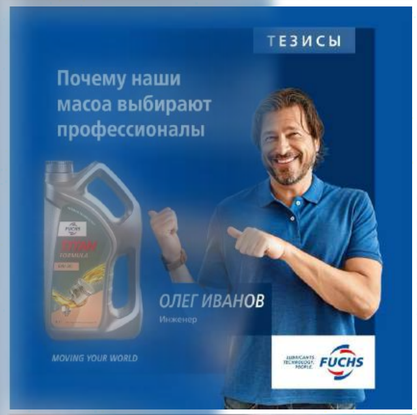
300k+

просмотров в месяц

FUCHS OIL







Целевая аудитория

Основную сложность для большинства компаний представляет сегментирование целевой аудито
большая ее часть должна стать основным социальным активном (которая лайкает, комментирует
автомобилисты (B2C), другая часть — редко что-то делает («звезды», топы) (B2B) и остальная част
(B2B/C), которая интересуется темой и проявляет активность, но в меньшей степени, чем первая.

Ядро — автомобилисты

Автомобилисты (B2C)

Все те, кто уже выбирает Fuchs или кто еще раздумывает. А так же все те, кто еще не знает об этом бренде, но способен заинтересоваться и поверить в продукт.

Реселлеры

Маркет-платформы (Автодок, EXIST, Emex), сетевые офлайн магазины, продавцы на маркетах и розничные дилеры, СТО.

Предпр

Собствен
закупают
для свои
др.

Также предлагается не исключать и аудиторию конкурентов, которые уже сформировали свои сообщества. В
автомобилист как исследователь и первооткрыватель ищет что-то новенькое и лучшее, он готов эксперимен
в маркетинг продукта и рекомендации лидеров мнений.

Таргетинг

50%

Автомобилисты (B2C)

Все те, кто владеет автомобилем и активно участвует в пабликах по теме «автомобили». Это могут быть местные группы, клубные, брендовые и т. п.

10%

Реселлеры

Все те, кто продает ГСМ, запчасти, является поставщиком маркетплейсов и т. п. Менеджеры по закупкам, руководители и собственники.

Редакционный план Google.Docs

#	Рубрика	Описание	Аудитория
13	Fuchs Oil \ где купить	Рассказываем про сбытовую сеть	Автомобили сты
14	Fuchs Oil \ советы автолюбителями	Советы и рекомендации автолюбителями. Это может быть иллюстрация типичных ошибок, советов и рекомендаций по насущным темам в минималистичных иллюстрациях, так и что-то более «журнальное»	Автомобили сты
15	Fuchs Oil \ в промышленности	Делися кейсами использования масел Fuchs в промышленности, на предприятиях, где присутствуют большие нагрузки, тяжелые погодные условия и др. Основная идея — показать, как и где работают масла	Предприяти я
16	Fuchs Oil \ «какое масло лить?»	Классические советы по выбору ГСМ (где искать информацию, значение индексов вязкость и т. п.)	Автомобили сты
17	Fuchs Oil \ отзывы	Делимся отзывами автомобилистов	Автомобили сты
18	Fuchs Oil \ инфографика	Краткая инфографика или типографика с каким-то интересным инсайтом (это может быть просто какой-то актуальный совет), оформленный в минималистичном виде	Автомобили сты
17	Мемы и комиксы	Зарисовки на злобу дня (находим известные шутки по теме плана и адаптируем в	Автомобили

Интересы аудитории

Залог успеха попадания сообщений Fuchs Oil в ленты своей аудитории — правильное определение точе
контекста. Где, когда и что будет им показываться и в каком нарративе. Формировать повестку предлага
главные инсайты целевой аудитории — это то, что прежде всего волнует целевую аудиторию.

Автомобилисты (B2C)

Все, что касается их автомобилей, эксплуатации, поиска запчастей, «какое масло лить» и т. п. Основная задача перед Fuchs Oil — это поднимать темы, которые им интересны. Например, от банального

Реселлеры

Заинтересованы в том, чтобы продукт или новый бренд был привлекателен и интересен в части маркетинга, ассоциаций и т. п.

Интересуются ТТХ, анализами и

Предприятия

Прежде всего ищут прекрасный по ТТХ продукт с выгодной экономикой.

Им также важен вовлеченный бэкграунд из водителей (B2C), так как именно они создают

Конкуренты

Сегодня, когда
много новых б
внимание их а
проще, чем ра
интересен пре
вовлеченной а
экспертов и бл

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

Разработана SMM-стратегия: BIG IDEA, контент-стратегия, рекламная стратегия, визуальная стратегия, тактический план. Запущена таргетированная реклама для привлечения новых живых подписчиков. Продвигались публикации Suzuki для большего охвата. Запускались конкурсы и викторины для повышения вовлеченности аудитории. Использовались посты разных форматов: фото, видео, дизайн, GIF, карусели, сторис, мемы и комиксы

167k

подписчиков привлечено через таргет совокупно во всех группах

SUZUKI

КЕЙСЫ SMM AUTOMOBILE

2M+

показов бренда

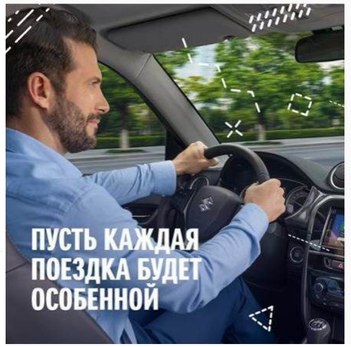
20+

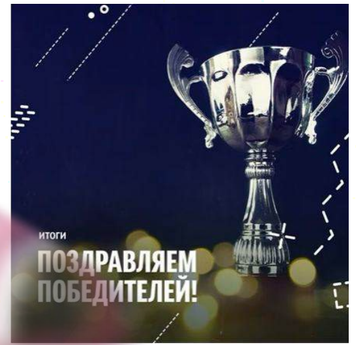
продуктовых фото, видео, GIF и т.д. каждый месяц

120%+

средний уровень вовлеченности (Engagement Rate)

SUZUKI





#	Рубрика	Описание	Общий пост	Уникальный пост	Источник
1	Real-time публикации	Публикации в реальном времени – это могут новости с важных событий, новости, анонсы и т. п. Все то, что необходимо опубликовать молниеносно	1	0	Suzuki
2	R&D	Все о технологиях и инновациях SUZUKI. Глобальные анонсы технологий, пуши исследовательского блока, фокус на разработках	1	0	Suzuki
3	New Vitara	Имиджевые посты о New Vitara. *Ключевые фишки и особенности. Ассоциативные истории, в которые погружаются автомобиль и ЦА*			Suzuki, PR Partner
	Facebook		0	1	
	Vkontakte		0	1	
	Odnoklassniki		0	1	
	Instagram		0	1	
4	SX4	Имиджевые посты о SX4. Ключевые фишки и особенности. Ассоциативные истории, в которые погружаются автомобиль и ЦА			Suzuki, PR Partner
	Facebook		0	1	
	Vkontakte		0	1	
	Odnoklassniki		0	1	
	Instagram		0	1	
5	Jimny	Имиджевые посты о Jimny. Ключевые фишки и особенности. Ассоциативные истории, в которые погружаются автомобиль и ЦА	0	0	Suzuki, PR Partner

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

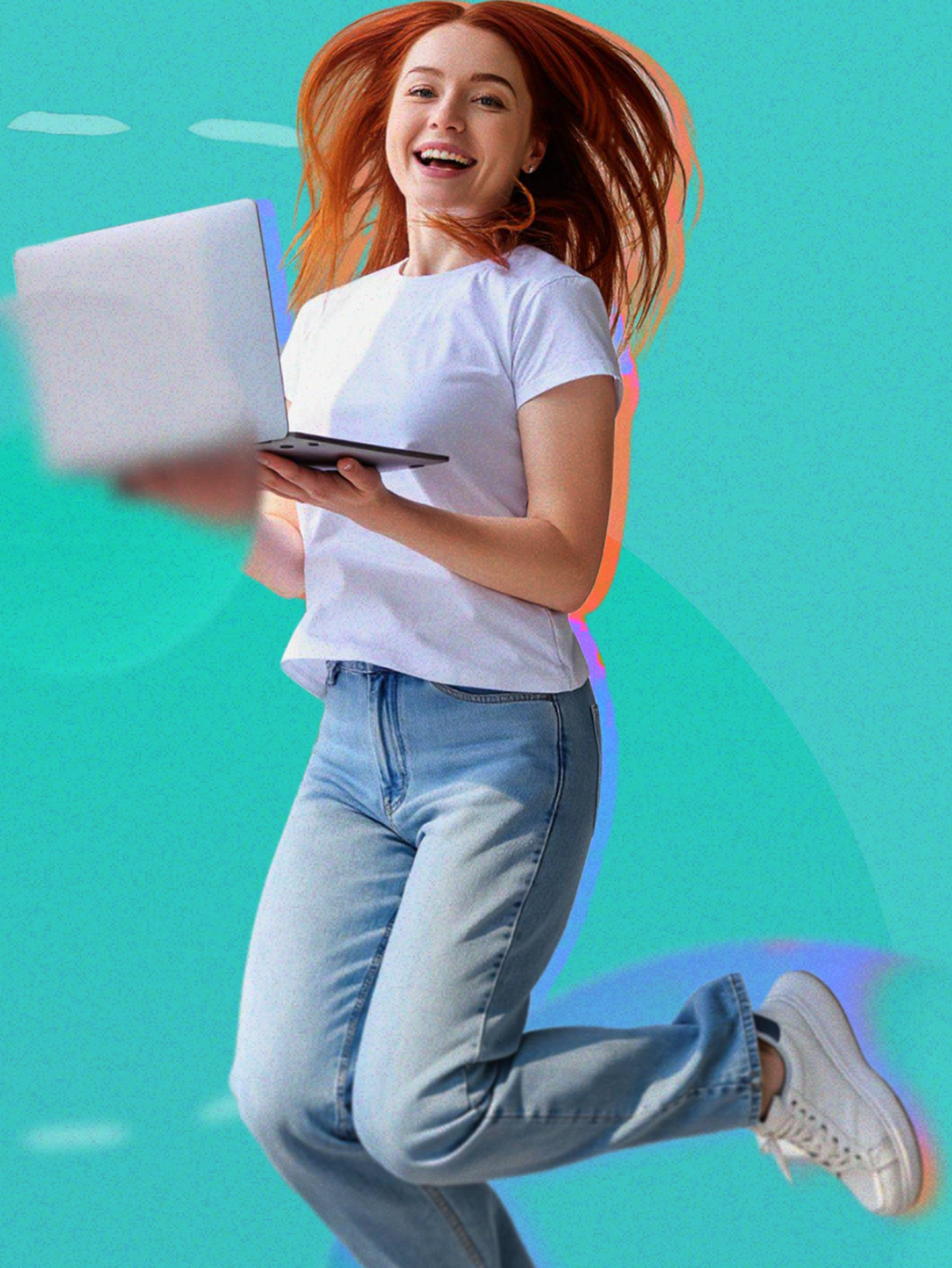
Узконаправленная SMM-стратегия на 7 групп архитекторов и проектировщиков, рекламная стратегия, контент-стратегия, визуальная концепция, VK-бот

6,3k+

новых подписчиков по таргетингу

300+

постов из разных рубрик



ITALKI

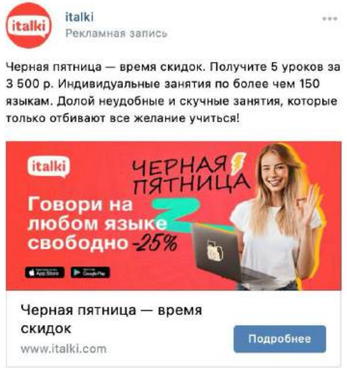
КЕЙСЫ SMM EDUCATION

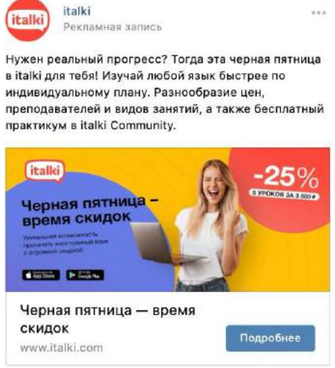
2M+

платный охват рекламы в VK

1,2k

переходов на сайт каждый месяц





Targeting Plan

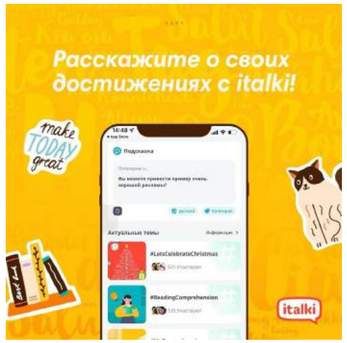
Age: 20+
Key interests: the foreign

We propose to search for the italki target audie
languages learning: communities of the interes

Communities of the interests

https://vk.com/english_is_fun
https://vk.com/lookenglish
https://vk.com/teachenglishlanguage
https://vk.com/kityaz
https://vk.com/isyaz

133 500+ communities
7 310 000 target profile pages



Editorial Plan

Here we propose a plan of certain sections posting. The main idea is to
(via design and texts), its abilities, positive experience of students through

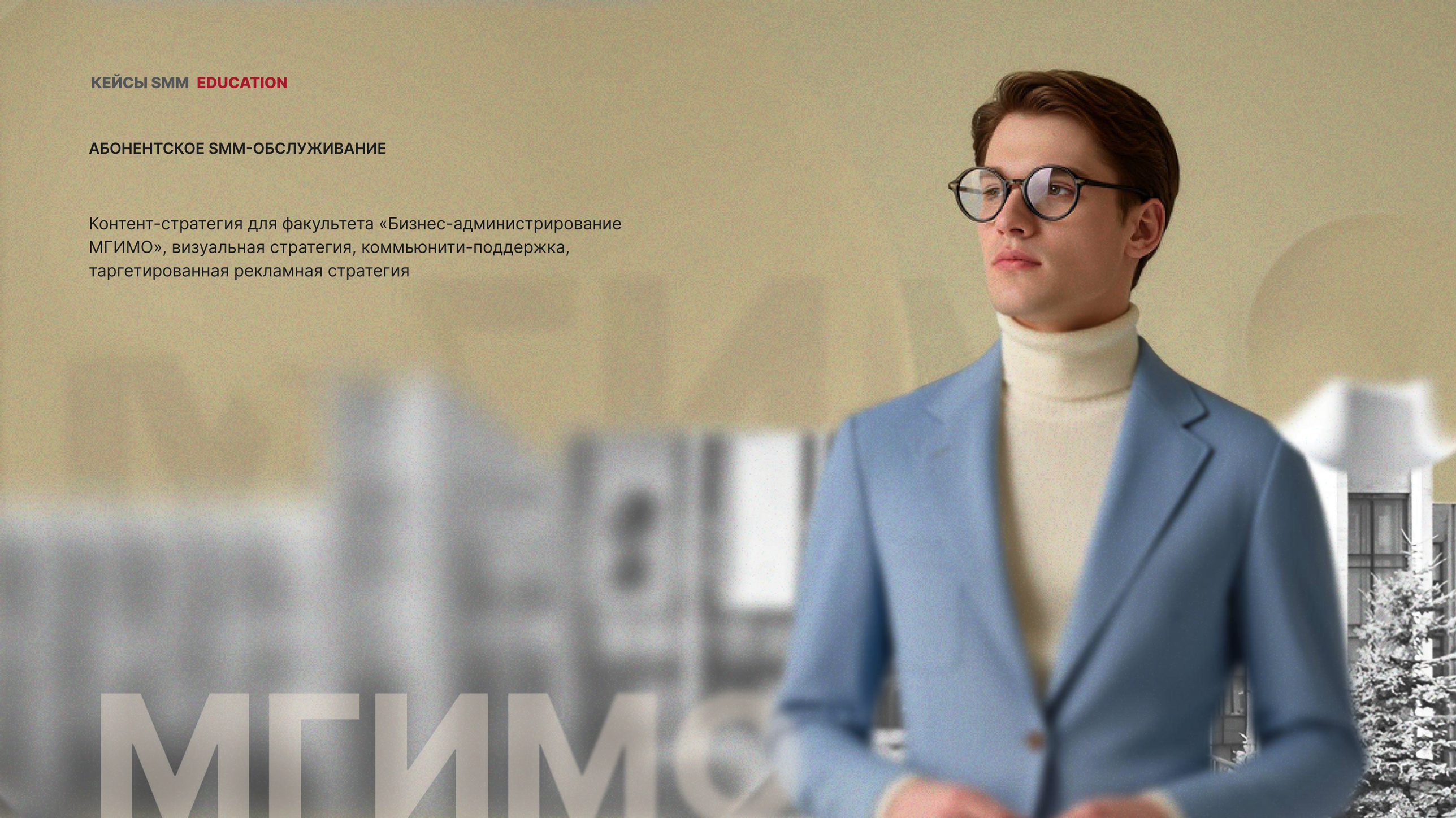
Section	Description	Design	Hashtag	Below we show sec	
				1 week	2 w
A teaser #italki	We present the service, write about its features and advantages, answer the questions: for whom the italki is, why it's useful both for advanced students and beginners all over the world.	Static picture/Animation	#italki and unique words or phrases for sections	3	
A statistics #italki_itisinteresting	We write about languages via infographics with statistics: what languages are the most popular among students, how many phrases native speaker uses in everyday life etc. For example, «The most popular languages in the world over last 20 years»	Static picture			
A narrative story #italki_tricksandtips	Topic and useful stories about language learning. For example, «4 language learning tips» or publications about language learning affect to the brains (cognitive ability, new neural links, mind clarity, erudition)	Static picture		1	
A phrase or word of the day #italki_phraseoftheday	Funny, catchy or urgent phrase (word) in foreign and russian languages.	Static picture		2	
A motivation #italki_этолегко	In such posts we propose to motivate followers to take up languages learning.	Static picture			
An interactive publication #italki_interactive	We propose to ask followers to write about their favorite teachers, mark them in comments or to tell what italki feature do they love etc.	Static picture/Animation		1	
Events #italki_events	We propose to ask followers to go for challenges or interactive events	Static picture/Animation			
Love (maybe love is...) #italki_love	Designed feedbacks of service users	Animation			
A teacher's introsuction #italki_teachers	Video-presentations of teachers	Animation		1	
A teacher's insight #italki_teacheradvices	Teachers video-advices, tricks and tips	As it is			
				8	

ITALKI

КЕЙСЫ SMM EDUCATION

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

Контент-стратегия для факультета «Бизнес-администрирование МГИМО», визуальная стратегия, коммьюнити-поддержка, таргетированная рекламная стратегия



КЕЙСЫ SMM EDUCATION

100k+

потенциальный охват по таргетингу «топ. и спец. языковые школы», «их родители», «топы-работодатели», гос.органы

300+

постов из разных рубрик

10+

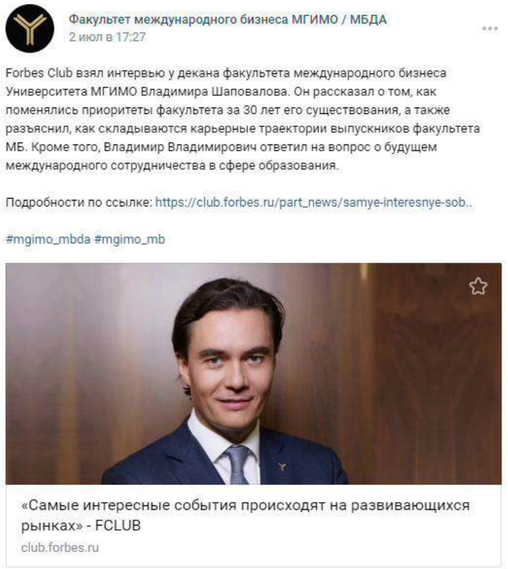
трансляций и мероприятий в VK и Telegram

Редакционный план
Факультет международного бизнеса
https://mgimo.ru/study/faculty/mbda/

Мастер тег: #mgimo_mbda #mgimo_mb

План выка

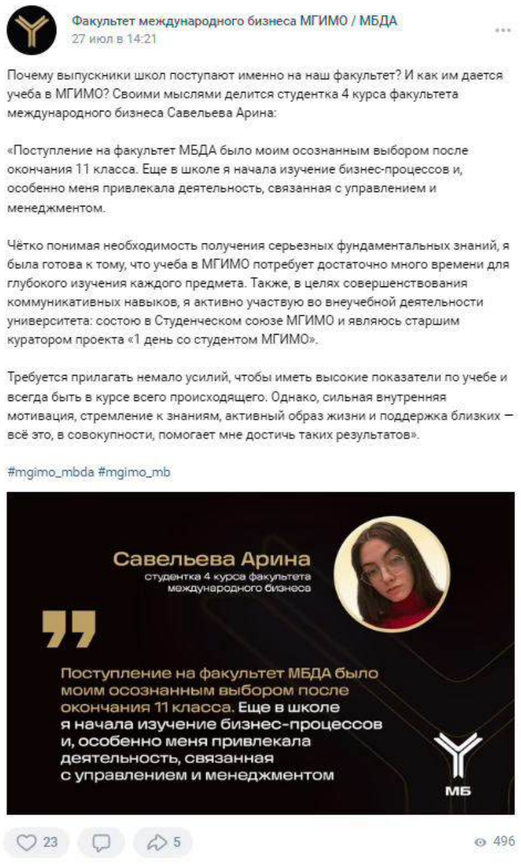
#	Рубрика	Описание	Источник	Хештег	Формат	1 неделя	2 неделя	3
	Комьюнити-публикации	—	Кастомная продакшен	#mgimo_mbda + 1-2 актуальных #mgimo_mb	Фото			
1	Новости и объявления	Официальные новости и объявления для абитуриентов и студентов	Раздел новости Заказчик	#mgimo_mbda + 1-2 актуальных #mgimo_mb	Фото/дизайн			
2	О факультете	Биография факультета, ключевые вехи, достижения и т. п.	Заказчик	#mgimo_mbda + 1-2 актуальных #mgimo_mb	Фото/дизайн	1	1	
3	Жизнь факультета и яркие флешбэки	«Кухня» факультета в привлекательных фотографиях с позитивными комментариями, особенностями, «тайнами» и «казами». Главная задача этой рубрики — «очеловечить» лицо факультета, показать его работу, энергию	Заказчик	#mgimo_mbda #vlada_lav + 1-2 актуальных #mgimo_mb	Фото/видео	1	1	
4	Истории успеха	Реальные истории выпускников и преподавателей. Это могут быть интервью, цитаты или тексты ребят. Все то, что мотивирует и «продает» факультет, как место силы и роста	Владимир Ш.	#mgimo_mbda #nikita_kosmodemyanskiy + 1-2 актуальных #mgimo_mb	Дизайн	1		
5	Загруженный контент	Полезный контент для подписчиков факультета. Это могут быть полезные брошюры по актуальным проблемам, методички и памятки по предметам. Собственно все то, что облегчает образовательный процесс и продвигает факультет за счет «бесплатного» контента	Заказчик	#mgimo_mbda #nikita_lisa + 1-2 актуальных #mgimo_mb	Дизайн			
		Публикации и статьи факультета, а также экспертные материалы преподавателей по						

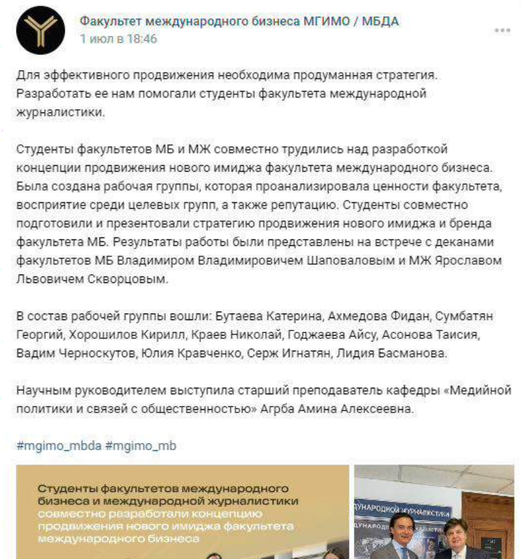


Таргетинг по интересам

Показывать рекламу предлагается по интересам, а именно по присутствию в группах или сообщества. На первом этапе предлагается таргетироваться на Москву. Вторым этапом наиболее богатые города миллионники.

Целевая аудитория	Таргетинг
Школьники 15-17 лет (топовые и спец. языковые школы)	**– Элитные государственные школы** Москвы (наиболее рейтинговые) https://raex-rr.com/education/schools/central_schools/rating_of_Moscow_schools **– Частные школы Москвы** (наиболее рейтинговые): Летово, Ломоносовская, Павловская гимназия и др. из списка https://education.forbes.ru/special-projects/moscow-s





КЕЙСЫ SMM EDUCATION

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

100k+

потенциальный охват по таргетингу «топ. и спец. языковые школы», «их родители», «топы-работодатели», гос.органы

WOLLONGONG DUBAI

КЕЙСЫ SMM EDUCATION

300+

постов из разных рубрик

10+

трансляций и мероприятий в VK и Telegram

WOLLONGONG DUBAI

Российские студенты массово меняют образовательные траектории: вместо Запада выбирают ОАЭ, Китай и Южную Корею. Например, в Дубае фиксируют двукратный рост числа русскоговорящих студентов с 2023 года.

Эксперты Университета Вуллонгонг Туфик Бельмамун и Валерия Атрошанка рассказали, почему Дубай стал образовательным хабом и как меняется глобальный академический ландшафт. 🔊Подробнее — в статье:media-talk.ru/news/socie...

Данные — новая нефть. Искусственный интеллект и аналитика третий год подряд возглавляют список самых влиятельных технологий по версии Gartner.

UOWD запустил уникальную программу бакалавриата по бизнес-аналитике. Здесь вы освоите все от основ бизнеса до отраслевого практикума:

- AI и машинное обучение
- Работу с Python, SQL, SAS
- Решение реальных бизнес-кейсов
- Аналитику для маркетинга, финансов и HR

Готовы превращать данные в решения? Ваша карьера начинается здесь: www.uowdubai.ac.ae/degrees/ba...

Можно ли устроиться на работу за рубежом, зная только русский?

Майкл Эберле, руководитель отдела маркетинга в Университете Вуллонгонг в Дубае (UOWD), рассказал, что в Дубае русскоязычные специалисты востребованы в сфере недвижимости, гостиничного бизнеса. Показать ещё

17 25 авг

Как российским семьям адаптироваться в Дубае и выбрать подходящую школу для детей?
Валерия Атрошанка, менеджер по работе со школами в Университете Вуллонгонг в Дубае, объясняет Показать ещё

32 22 авг

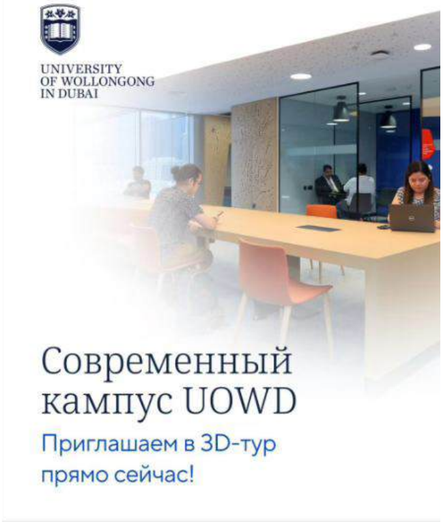
Топ-5 самых востребованных программ бакалавриата в UOWD

Какую специальность выбрать в UOWD? Мы собрали топ-5 программ, которые открывают двери в международные компании:
Показать ещё

37 8 авг

🌟Поздравляем с Днем знаний — праздником, который открывает двери в новую, яркую главу вашей жизни!

Желаем вам в этом году смелости идти к своим целям, любознательности в освоении нового и уверенности в своих силах.



Учитесь в современном кампусе UOWD, расположенном в Dubai Knowledge Park. Здесь вас ждут:

✨ Просторные аудитории и лаборатории для робототехники, химии, медиа
✨ Выставочные пространства и конференц-залы
✨ Зоны отдыха и студенческое кафе
✨ Библиотека и современный event-холл

Хотите заглянуть внутрь? Пройдите 3D-тур по кампусу прямо сейчас: www.uowdubai.ac.ae/about-uowd...

🌍 Студенты со всех уголков планеты собираются вместе, чтобы не только учиться, но и создавать нечто большее — настоящее международное сообщество!

Студенческие клубы объединяют единомышленников Показать ещё

35 1 18 авг

КЕЙСЫ SMM EDUCATION/SPORT

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

Широкоформатная SMM-стратегия: TikTok, Likee, Fb, Inst, VK, «Дзен», Рекламная стратегия: прирост подписчиков, продвижение постов, трафик, визуальная стратегия: обложки, посты, сторис и риилс, фото/видео съемки

1M+

ежемесячный охват
от SMM-активностей

EUROPEGYM

КЕЙСЫ SMM EDUCATION/SPORT

1k+

единиц контента за год

22,5k+

новых подписчиков в TikTok, Likee, Yappy

10k+

новых подписчиков по таргетингу
в VK, Fb, Inst, OK, Tg

РЕДАКЦИОННЫЙ ПЛАН

Здесь предлагаются основ
большинстве TikTok это на
пространстве.

1 **Подтверждение экспертности**

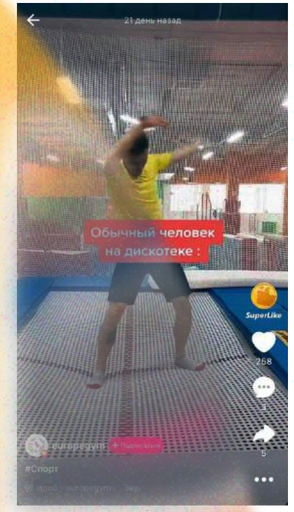
Серия роликов с участием
Гимнастический центр – к
себе подборку полезных
упражнений, советов по р

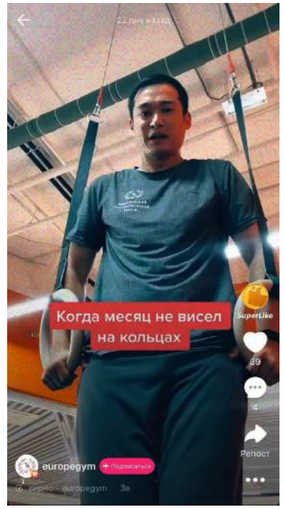
2 **Успешные кейсы**

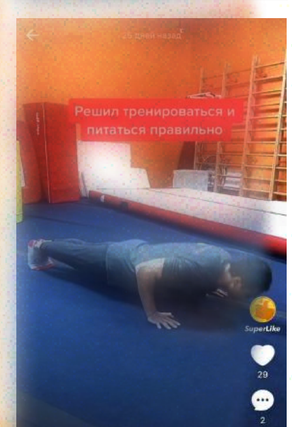
Идея очень проста и нагл
получит «ПОСЛЕ» покупки
Кейсы будут показывать ц
успешно решает проблем
В итоге это еще и повыш

3 **Тренды**

Особенно необходима эт
так как именно они особе
Такие ролики пользуются
много просмотров. На ка
это танцы и юмор. Скетчи







ТАРГЕТИНГ

Детальная рекламная стратегия формируется ежеквартально отдельным документом в Google Docs.

РОДИТЕЛИ

Мужчины, женщины
24-45 лет,
Москва

ДЕТИ

Мальчики, девочки
14-18 лет,
Москва

Во Вконтакте предлагается таргетироваться на участников групп и их двойников посредством look-a-like.

Участие в группах

Группы по гимнастике (общие)	Центры гимнастики + look-a-like	Двойники теку + группы районов
https://vk.com/rgymrussia https://vk.com/princess_sport https://vk.com/club4153493 https://vk.com/rgnorthstar https://vk.com/gymsportive и т. п.	https://vk.com/rgymnastics_school https://vk.com/rgcenter https://vk.com/gymbalance https://vk.com/sk_aura https://vk.com/kxg_olimp https://vk.com/winners_rg https://vk.com/gymshow.spartak и т. п.	

Также предлагае
тех, кто посещае
Гимнастический
что кто-то из них
Помимо этого
показывать ре
пабликам.

РЕДАКЦИОННЫЙ ПЛАН

№	Рубрика	Описание	Оформление	Тип	Хештеги	1 неделя
1	Комьюнити-публикации	Ситуативные живые публикации, обращенные к целевой аудитории. Это могут быть какие-то живые фотографии изнутри и краткие позитивные подводки с вопросами, пожеланиями. Основная идея — очеловечить коммуникацию и вовлечь в обсуждение. Например, «Всем привет, сегодня мы готовимся к тому-то и тому-то, а какие у вас планы?»	Фото/дизайн	Продукт		1
2	О центре	Здесь рассказываем о центре в целом, развитии и ключевых вехах — https://www.europegym.ru/about/	Фото/дизайн	Продукт		1
3	Тренеры	Рассказываем о тренерах — фото, видео. Как проходят занятия, методики и уникальные фишки	Фото/дизайн	Продукт		
4	Программы					
4.1	|_ Развивающая гимнастика	https://www.europegym.ru/school/razvivauchaya-gimnastika/				

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

Широкоформатная SMM-стратегия: TikTok, Likee, Fb, Inst, VK, «Дзен», Рекламная стратегия: прирост подписчиков, продвижение постов, трафик, визуальная стратегия: обложки, посты, сторис и риилс, фото/видео съемки

100k+

ежемесячный охват постов

CHECK POI

КЕЙСЫ SMM IT

1k+

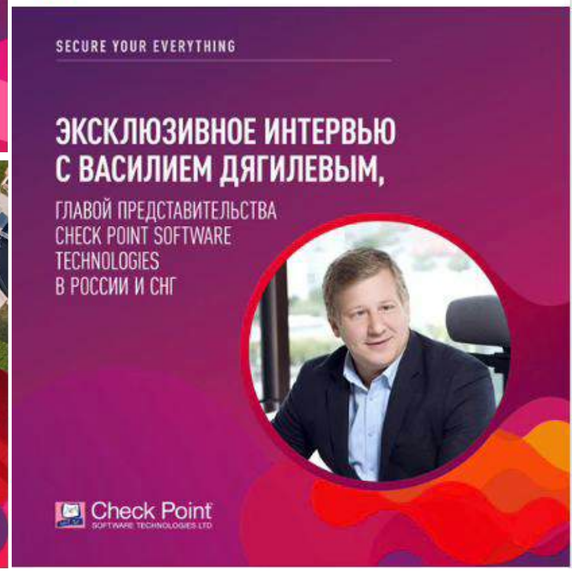
новых подписчиков по IT-таргетингу (CIO, сисадмины)

35%

Engagement Rate в месяц

Переход на удаленную работу в связи с пандемией #COVID-19 открыл перед компаниями новые возможности, а для некоторых организаций кризис стал трамплином для реализации самых прорывных идей 🚀. Но, как оказалось, далеко не все были готовы к столь кардинальным переменам и возросшей нагрузке на ИТ- и ИБ-подразделения.

Как с новыми реалиями справляется #CheckPoint? Какие сферы бизнеса оказались особенно уязвимы перед киберугрозами? Ответы на эти и другие животрепещущие вопросы узнайте в эксклюзивном интервью Василия Дягилева, главы представительства Check Point Software Technologies в России и СНГ 👉: https://cisoclub.ru/vasily-dyagilev/



А вы знали, что впервые идея создания облачного хранилища появилась еще 1969 году? Тогда Джозефу Карлу Робнетту Ликлайдеру пришла в голову мысль создать виртуальное пространство, которое позволило бы пользователям со всей планеты находится на связи и иметь доступ к информации с любого сайта, любой точки Земли 🌍. А настоящей точкой отсчета стал 1982 год, когда была выпущена первая карта адаптера Ethernet, обеспечивающая быстрый и легкий доступ к нему, что и сделало возможны... **Ещё**

Редакционный план Check Point

v.1 15-30 постов / месяц **Тон и голос: дружеский, доверительный**

№	Рубрика	Описание	Тип
1	**Директ-публикации**	Публикации новостей Check Point и другой информации вне плана	Информ нны
2	**Мероприятия Check Point**	Предстоящие мероприятия Check Point — конференции, вебинары, обучение и т. п. Источник: https://community.checkpoint.com/t5/Russian/Webinars-in-Russian/m-p/384	Информ нны
3	**Блог Check Point**	Выжимки из блога Check Point. Только самое актуальное и полезное Источник: https://blog.checkpoint.com/	Полез
4	**Продукты Check Point**	Обзор продуктов Check Point в простой подаче — «проблема и решение» Endpoint Security Remote Session Mobility GloudGuard SaaS SandBlast Agent	Продукт
5	**Решения Check Point**	Кратко, тезисно о решениях Check Point. Подача — «проблема и решение» — сначало проблема, потом решение, актуальные полезные вставки с цифрами, фактами и другими полезными данными, которые делают пост полезным Источник: например, https://www.checkpoint.com/ru/products/iaas-private-cloud-security/	Продукт
		Инсайты по ключевым темам, которые входят в информационное поле Check Point (основная тема **Cybersecurity B2B**) Network Security Cloud Security	

CHECK POINT

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

Ежедневно велось продвижение страницы Atos, 20 постов ежемесячно размещалось на страницах. Посты сопровождались уникальными дизайнерскими визуалами, включая GIF-анимации. Велась активная работа по коммьюнити-менеджменту

200k

показов в месяц по ИТ-аудитории

ATOS

КЕЙСЫ SMM IT

2k

новых подписчиков из сферы ИТ

170

постов с уникальным дизайном

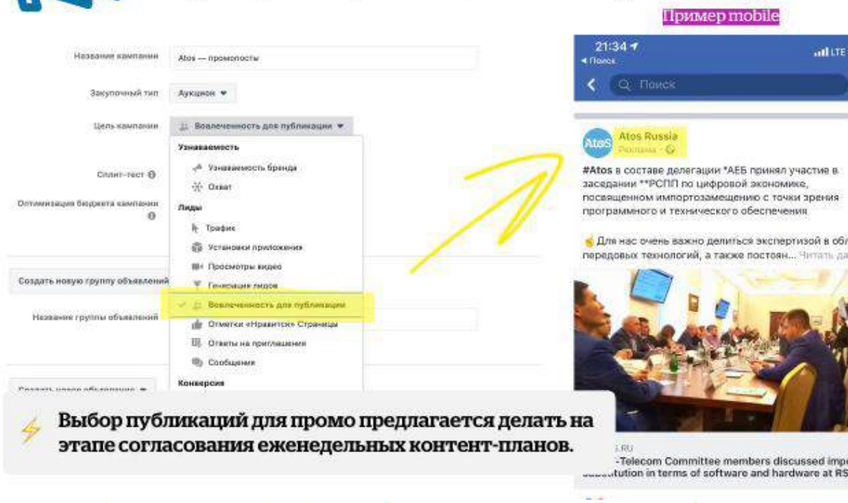
30%

средний уровень вовлеченности (Engagement Rate)

Реклама Промо-посты

Здесь показан пр

Для продвижения публикаций предлагается использовать таргетирования, но за исключением отдельных задач.



Выбор публикаций для промо предлагается делать на этапе согласования еженедельных контент-планов.

Контент-план 1/3

Здесь предлага будут писаться Atos.

№	Рубрика	Описание	Хештег	Тип
		General hashtag:	#Atos	
1	**Живая журналистика**	Отчеты в реальном времени с живых мероприятий, встреч, презентаций и т. п.	Темы (только eng), например, #IoT или #Blockchain + мероприятие	Продукт
2	**Отраслевые решения и кейсы Atos**	Об отраслевых решения. Кратко и интересно, тезисы и цифры, кейсы при доступности. Источник: https://atos.net/en/industries Пн – это всегда все, что связано с SAP, Machine Learning (второй приоритет) Ср – на одной неделе новости, посвященные решениям в области digital workplace, IoT, Mindsphere, а на второй неделе – новости, посвященные решениям в области Big Data (серверы)	Темы (только eng), например, #IoT или #Blockchain + кейс	Продукт
		Кратко, тезисно о решениях Atos. Если в отраслях мы рассказываем о конкретных изменениях в отраслях, то в этой рубрике только о том, что Atos может сделать. Возможно, это	Темы (только	

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

Составлена стратегия развития Telegram-канала «КиберХаб» Сколково. Запущена кампания по приросту подписчиков. Сформирован редакционный план, включающий такие рубрики как «О КиберХабе», «Преимущества КиберХаба», «Инсайты», «Стартапы/Решения», «Киберсловарь».Разработана визуальная стратегия для оформления постов. Выполнено оформление канала: добавлены аватарка в соответствии с общей визуальной концепцией и описание канала.
Подготовлено, оформлено и размещено в канале 80+ публикаций

100%

процент выполнения KPI по количеству новых подписчиков и по количеству постов

CYBERHUB

КЕЙСЫ SMM IT

1,3k

количество новых
подписчиков
в сфере КБ

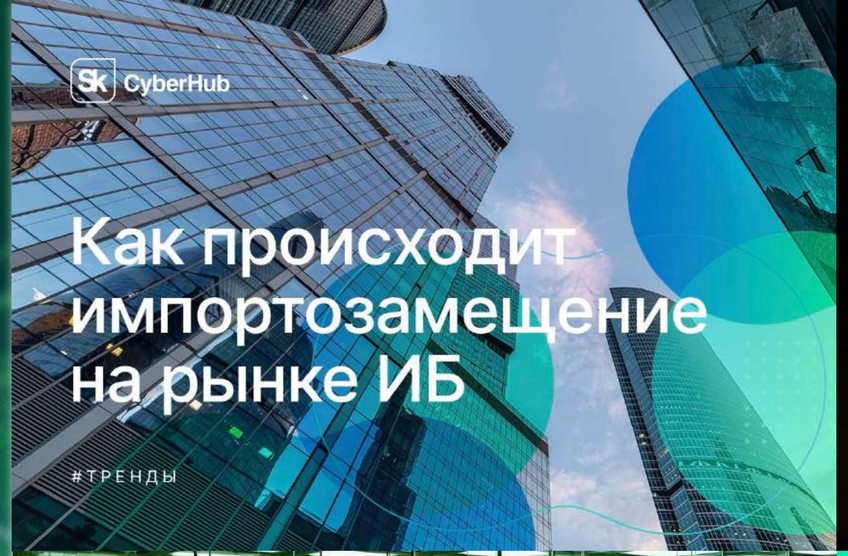
80+

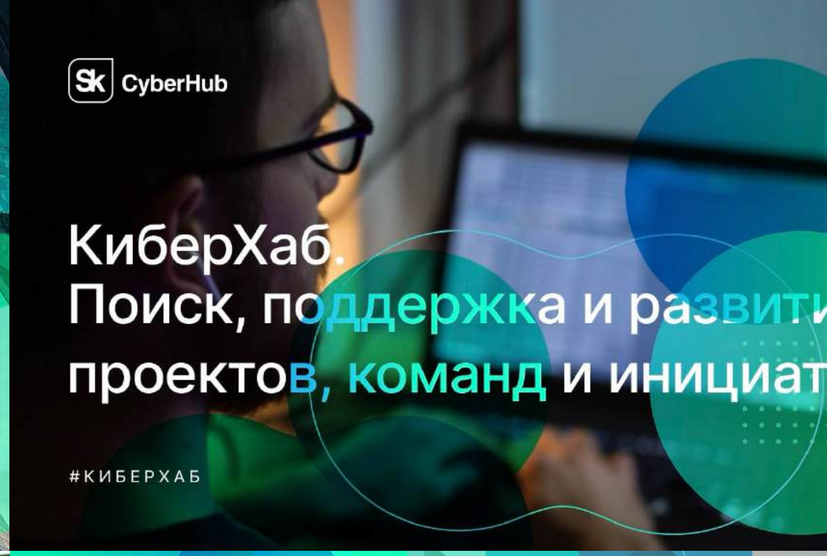
Публикаций с уникальным
визуальным оформлением

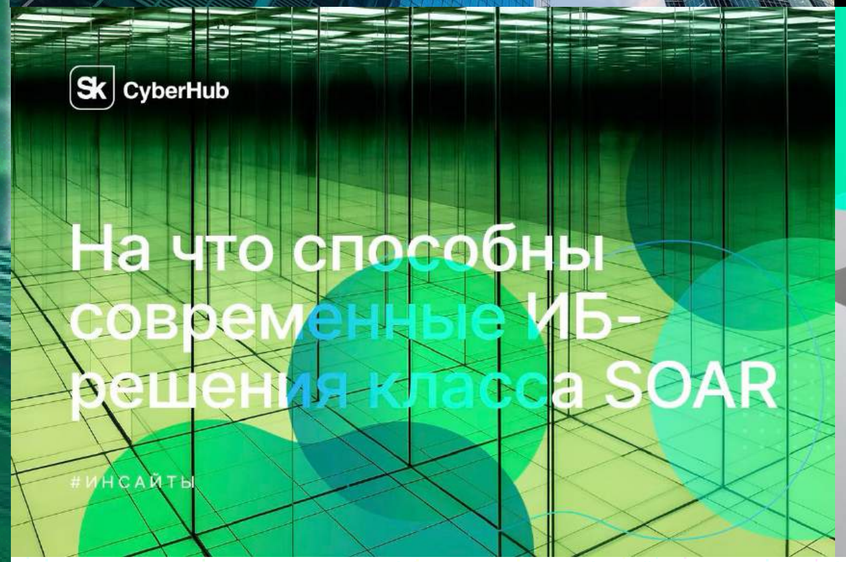
46%

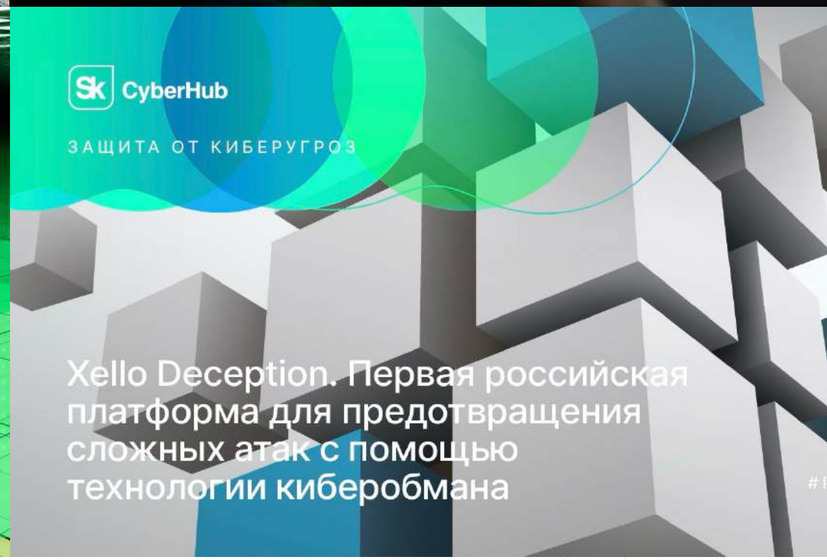
ключевой показатель
Engagement Rate

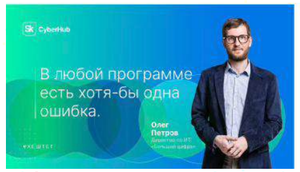
CYBERHUB

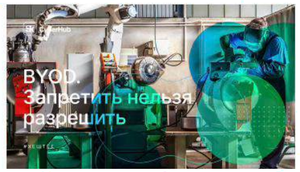


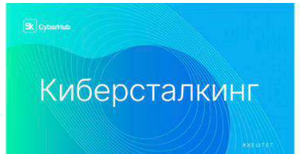












Редакционный план на основе инсайтов https://docs.google.com/spreadsheets/d/14i4454f7UB2mM9ERF-ItshG5WapnNPjMfo1OWJDI-7Y/edit?usp=sharing

CyberHub

#	Тип	Рубрика / Тема	ЦА	Описание	Параметры материала				Календарный месяц			
					Формат 1:1	Оформление	Объем	Хештег*	1 неделя	2 неделя	3 неделя	4 неделя
—	—	Дайджест-посты	Все	Публикации новостных поводов КиберХаб Сколково и Партнеров в реальном времени (новости, пресс-релизы, анонсы, мероприятия, отчеты, достижения)	Текст + ряд 1	Шаблон / новости	<150					
1	Имидж	Мероприятия КиберХаба	Все	Пушим предстоящие мероприятия КиберХаба Сколково и публикуем отчеты https://cyberhub.sk.ru/events/	Текст + ряд 1-6 (галерея)	Шаблон / обложка + фото	<150					
2	Имидж	О КиберХабе	CIO, CISO, CEO	Что такое КиберХаб Сколково	Текст + ряд 1-6 (в 1:1 к картинке)	Шаблон / основной (вариативный)	<150					
3	Имидж	Преимущества КиберХаба	CIO, CISO, CEO	Рассказываем о преимуществах КиберХаб Сколково, как для потенциальных резидентов, так и для компаний Заказчиков, используя основные темы раздела https://sk.ru/cyber-participant-benefits и https://cyberhub.sk.ru/ (соотв. разделы)	Текст + ряд 1-6 (в 1:1 к картинке)	Шаблон / основной (вариативный)	<150					
4	Имидж	Стартапы (участники КиберХаба)	CIO, CISO, CEO	Представляем участников КиберХаб Сколково. Кратко презентуем их продукт в формате «личной истории» (проблематика + их важность + решение) Карта стартапов: https://cyberhub.sk.ru/karta-startapov/ list ru Cyberbezopasnost Cyberbezopasnost Cyberbezopasnost (analog) Data Tech Data Tech Cyberbezopasnost	Текст + ряд 1-6	Шаблон / дизайнеры (вариативный)	<150					
4.1	Имидж	Корпоративная прозрачность	Все	Внутренняя жизнь КиберХаба, как это устроено в лицах и фотографиях команд Хештеги по ключевым темам, которые входят в информационное поле экосистемы КиберХаба и не только посвящены тема	Текст + ряд 1-6	Шаблон / дизайнеры (вариативный)	<150					

КЕЙСЫ SMM IT

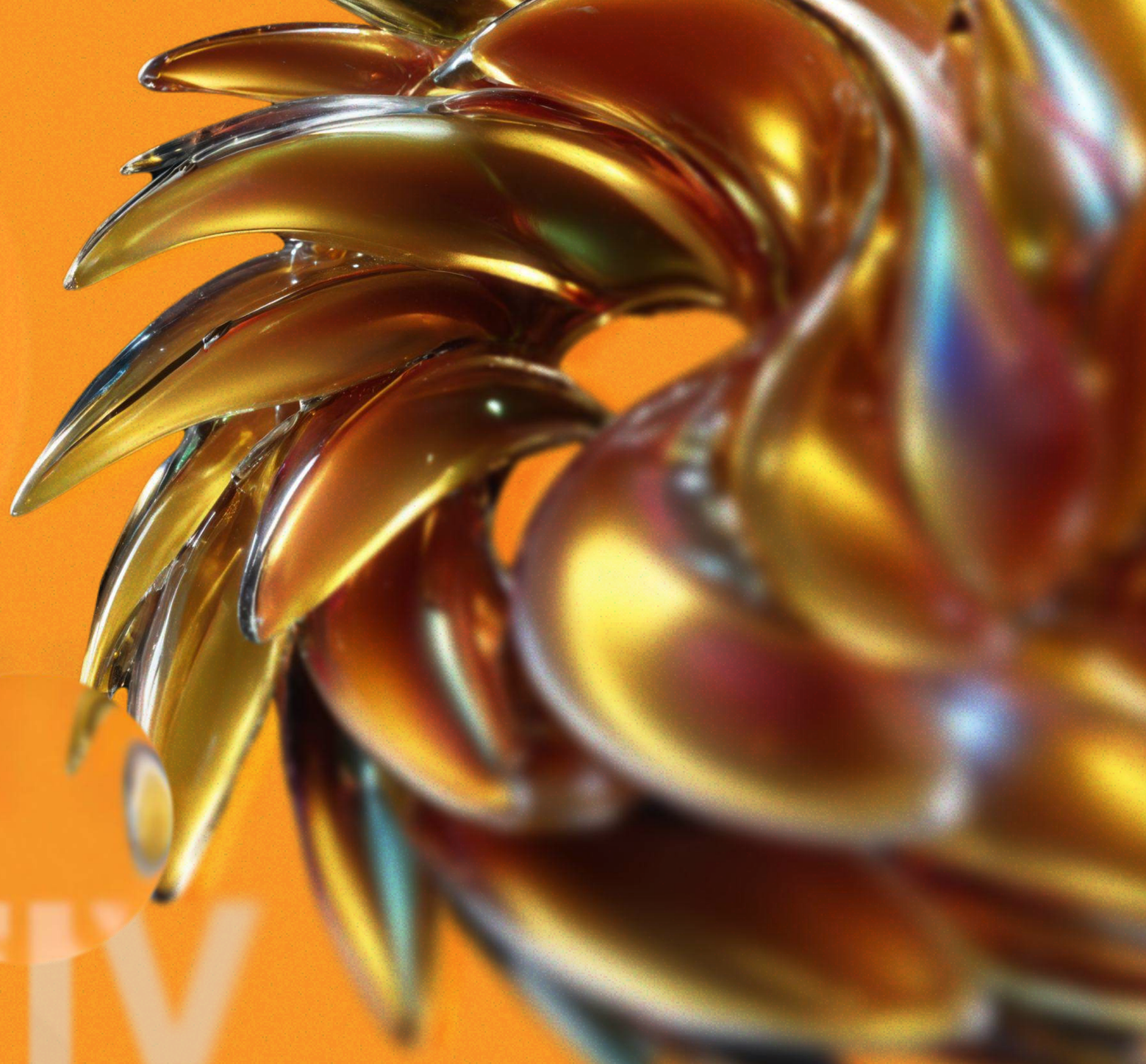
АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

+10k

количество новых живых
подписчиков в сфере ИТ

2M+

показов по узкому таргетингу
за полгода



VERTIV

КЕЙСЫ SMM IT

30

постов ежемесячно
по дифференцированному
редакционному плану

130%

показатель Engagement Rate

Vertiv — редакционный план

Цель: повышение узнаваемости бренда в России

Для русскоязычных постов предлагается использовать хештег #vertiv_rus

#	Рубрика	Описание	ЦА	Источник
1	RT публикации	Публикации в реальном времени — это могут быть репортажи с важных событий, новости, анонсы и т. п. Все то, что необходимо опубликовать молниеносно	Все	Выходы в СМИ, сайт
2	Знакомство с VERTIV	О компании VERTIV, факты и ключевые вехи — https://www.vertiv.com/ru-emea/about/	CIO, топ-менеджмент	Сайт
3	Инсайты блога VERTIV	Переводы только самой сути публикаций в блоге — https://www.vertiv.com/ru-emea/about/news-and-insights/vertiv-blog/#/	CIO, топ-менеджмент	Сайт
4	**Решения VERTIV**	**В этой рубрике рассказываем о бизнес юнитах VERTIV — https://www.vertiv.com/ru-emea/products/**	**CIO, системные инженеры**	Выходы в СМИ, сайт, зарубежные журналы
4.1	_	**Критическая мощность** О защите и бесперебойной работе систем с помощью полнофункциональных и экономичных решений электропитания — https://www.vertiv.com/link/8e787cbf7bc4410d81c2420cbc021b1c.aspxъ		
4.2	_	**Системы прецизионного кондиционирования** О системах поддержания точных параметров воздуха, температуры, влажности, подвижности воздуха в аппаратных помещениях, на станциях АТС, в телекоммуникационных узлах, биллинговых центрах, секторах IT, лабораториях, высокоточном производстве и др. — https://www.vertiv.com/link/9f0803f5d37a41568abcd962751c840d.aspx		
4.3	_	**Стойки и интегрированные решения** О стойках, шкафах и интегрированных решениях для ЦОД VERTIV — https://www.vertiv.com/link/6fb92bf2349740ef94fe6813abe2fd88.aspx		
5	Глобальный Facebook	Переводы самых интересных постов на глобальной странице компании в глобального Facebook (англ) — http://facebook.com/vertiv	Все	Facebook
6	Календарь	Имиджевые посты с привязкой к отраслевым праздникам	Все	—
7	Полезные публикации по темам VERTIV #UPS #DCpowerSystems #PowerDistribution #Industrial_AC-DC #PowerManagment #ThermalManagment	Полезные инсайты для топов — каких результатов/показателей/выгод позволяет достичь интеграция решений по этим темам. Это могут быть отчетные/прогнозные цифры Gartner, Forrester, IDC и других о развитии отрасли. Основная идея — рассказывать о преимуществах, экспертных мнениях. Важно не брать ⛔ конкуретные истории	CIO, топ-менеджмент	Зарубежные и локальные журналы
8	Инфографика	Минималистичная подача наиболее яркой информации VERTIV, например, это может быть цифра из кейсов	Все	—
		Цитаты, вырезки высказываний экспертов VERTIV,		

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

Разработана SMM-стратегия на английском языке. Контент-план согласовывался на двух языках. Созданы страницы в популярных социальных сетях,g осты сопровождались уникальными дизайнерскими визуалами, в том числе GIF-анимациями. Для публикаций профессиональным фуд-фотографом выполнены фотографии блюд и масел. Ежедневно велась работа по комьюнити-менеджменту. Ежемесячно отслеживались упоминания бренда Costa d'Oro в интернете. Проводились викторины и конкурсы для увеличени подписчиков. Переводились с английского я

400k

показов в месяц за счет таргетированной рекламы

COSTA D'ORO

12k+

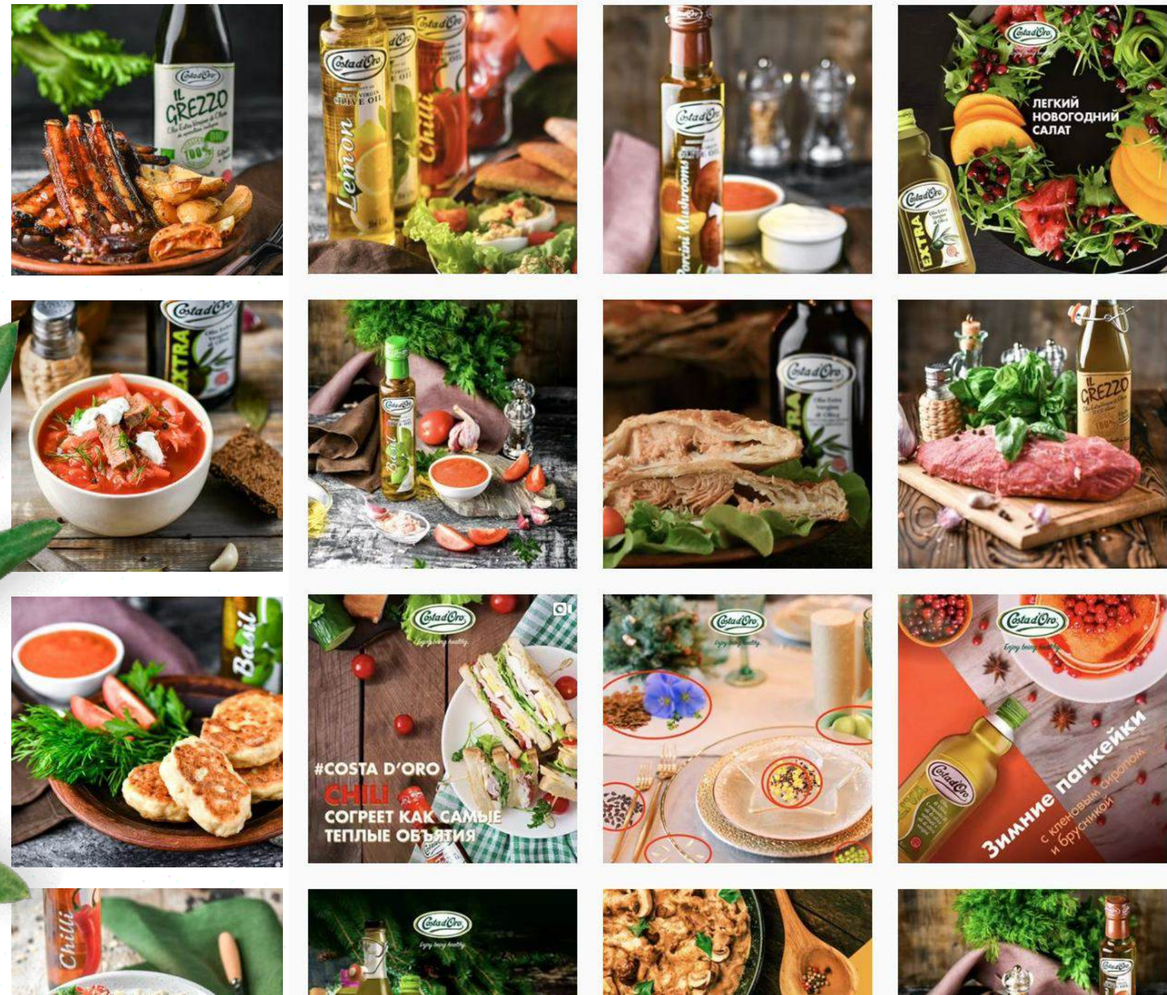
подписчиков было привлечено за полгода

213

постов размещено (20 ежемесячных фуд-фотографий, 10 дизайн-постов)

200%

средний уровень вовлеченности (Engagement Rate)



АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

Обновлены страницы в популярных социальных сетях, ежемесячно проводились работы по репутационному менеджменту. Ежедневно велась работа по комьюнити-менеджменту. Организованы food-фотосессии SMM-командой PR Partner. Разработана креативная концепция присутствия в соцсетях

60k+

новых участников привлечено
за 2 года

КЕЙСЫ SMM FMCG

300k+

показов в месяц за счет таргетированной рекламы

300+

фуд-фотографий и видео произведено для SMM

94%

средний уровень вовлеченности (Engagement Rate)

1	**Key milestones and unusual history points of TABASCO®**	Key milestones of TABASCO® history. Edmund McIlhenny grown his first commercial harvest of Tabasco peppers and sold it, and then TABASCO® started to fill full racks in shop all over the world.	1			1				2
2	**Behind the scenes of TABASCO®**	Behind the scenes of TABASCO® sauces manufacturing: where and how does pepper grow, mellow, who and how cultivate and harvest it, manufacture sauce. High quality photo of harvesting, pepper, people, plants			1					1
3	150-th anniversary of sauce TABASCO® Seed to Sauce [Global]	Global content — https://www.tabascobrandportal.com/bp/#/folder/4645978/ [url for 4 quarter]					1			1
4	150-th anniversary of sauce TABASCO® Brand Taste [Global]	Global content — https://www.tabascobrandportal.com/bp/#/folder/4645999/ [url for 4 quarter]			1					1
5	TABASCO® **Original Red Pepper Sauce**	Visual section about TABASCO® sauces. The main objective is to acquaint potential clients with TABASCO® sauces and sell its to them. There are texts about types of sauces, special aspects, history, unusual facts and funs,	1				1			2
6	TABASCO® **Green Jalapeno Sauce**			1				1		2
	TABASCO® **Habanero Pepper Sauce**				1				1	

TABASCO

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

+547%

рост показателя
«Количество просмотров»

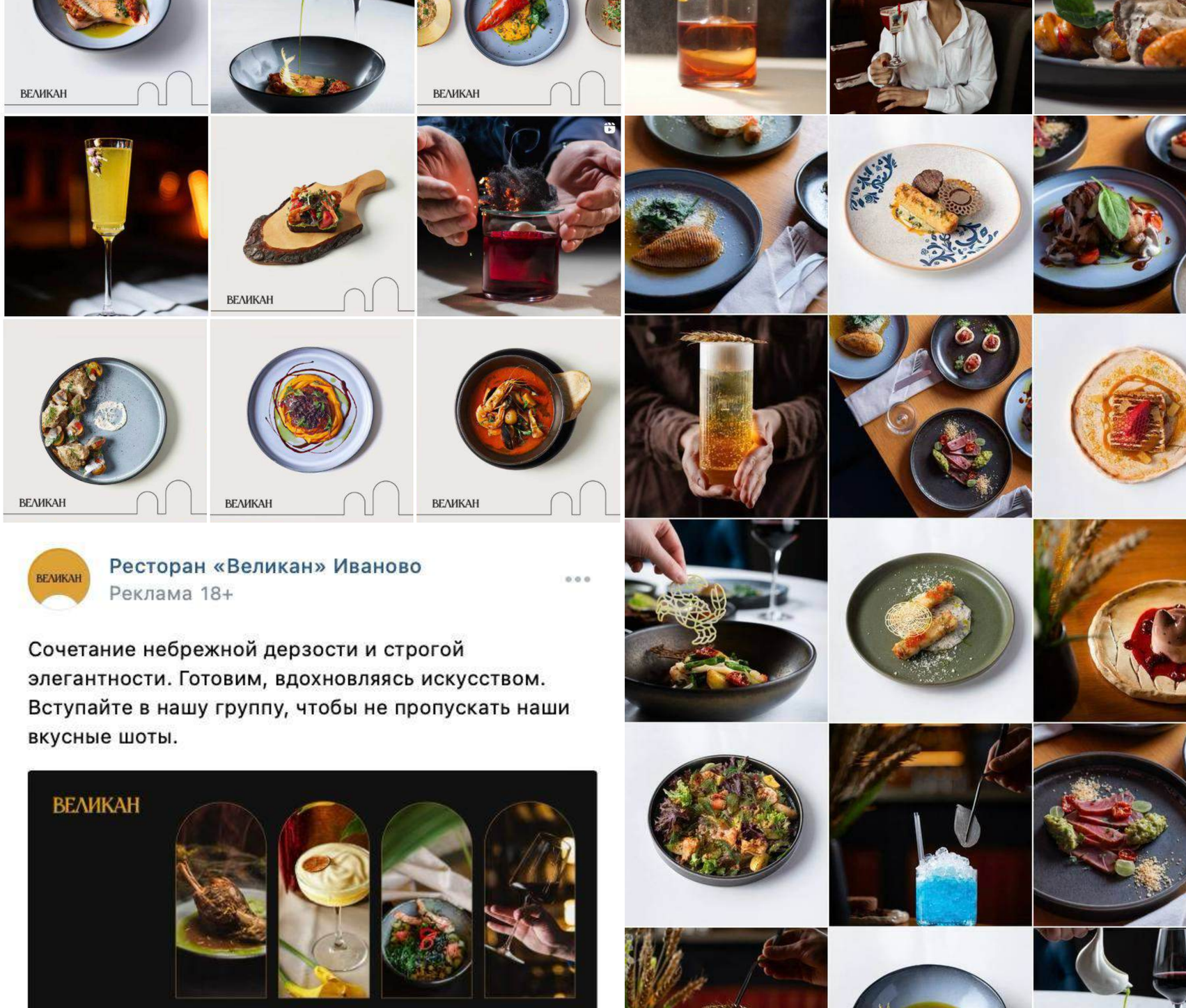
102%

максимальный показатель
Engagement Rate в Vkontakte

ВЕЛИК

30k

показов в месяц
(на узконастроенную аудиторию)



КЕЙСЫ SMM HORECA

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

Разработана SMM-стратегия по выводу Cofix в России.
Созданы страницы в социальных сетях, большинство постов сопровождалось дизайнерскими визуалами.
Ежедневно велась работа по комьюнити-менеджменту.
Проводились розыгрыши для увеличения вовлеченности.
Запущена таргетированная реклама

+10k

новых подписчиков каждый месяц

COFIX

КЕЙСЫ SMM HORECA

1,5M

показов за 2 месяца

99%

Engagement Rate в месяц

300

заявок на франшизу через соцсети

Нравится feizullovdamir и ещё 97

cofixrussia Новый год уже не за горами, и мы начинаем дарить подарки и создавать праздничное настроение!
Опубликуй в своем аккаунте фотографию с блюдами и напитками Cofix, поставь хештеги #ЗарядисьCofix #ohotka и выиграй одну из трех фирменных термокружек для долгих прогулок с горячим кофе ☕ Уже 26 декабря мы подведем итоги и наградим победителей в @ohotnyryad
Ну что, поехали?
Положение конкурса по активной ссылке в профиле ⬆️

cofixrussia

Нравится: 122

cofixrussia Любителям классических десертов посвящается!
Теперь знаменитый чизкейк Cofix и с вишневым вкусом. В сочетании с горячим шоколадом выглядит просто идеально 👌🏻
#cofixrussia #cofixcoffee #КофиксВсеПо50

cofixrussia

Нравится: 122

cofixrussia Получить заряд энергии и хорошего настроения на весь день просто — достаточно вкусно перекусить и улыбнуться прохожим 😉
И вот понедельник уже не такой тяжелый!
#cofixrussia #cofixcoffee #КофиксВсеПо50

cofixrussia

COFIX

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

+25k

участников в первый месяц

1M

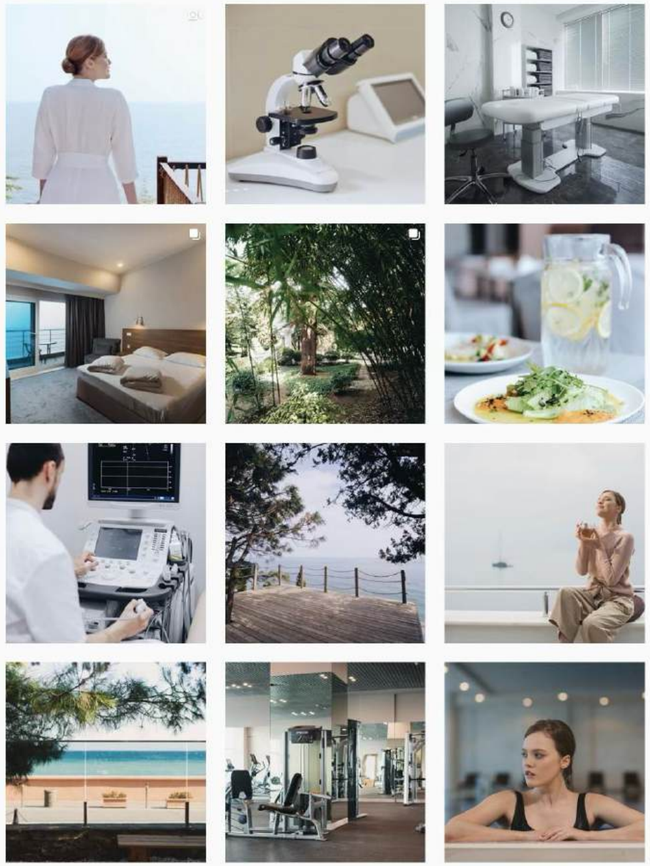
показов в месяц

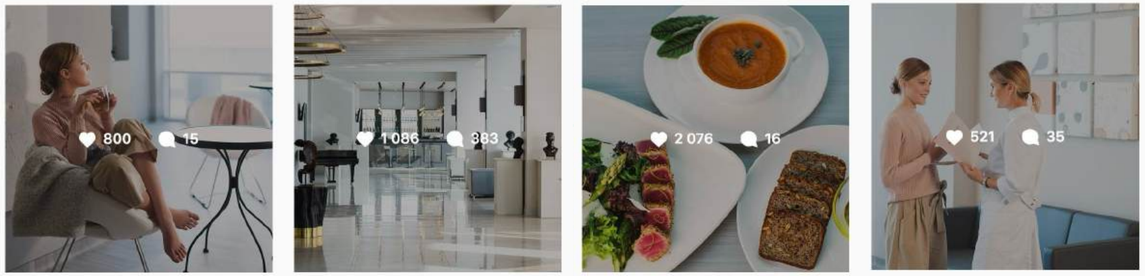
NATURE CLINIC

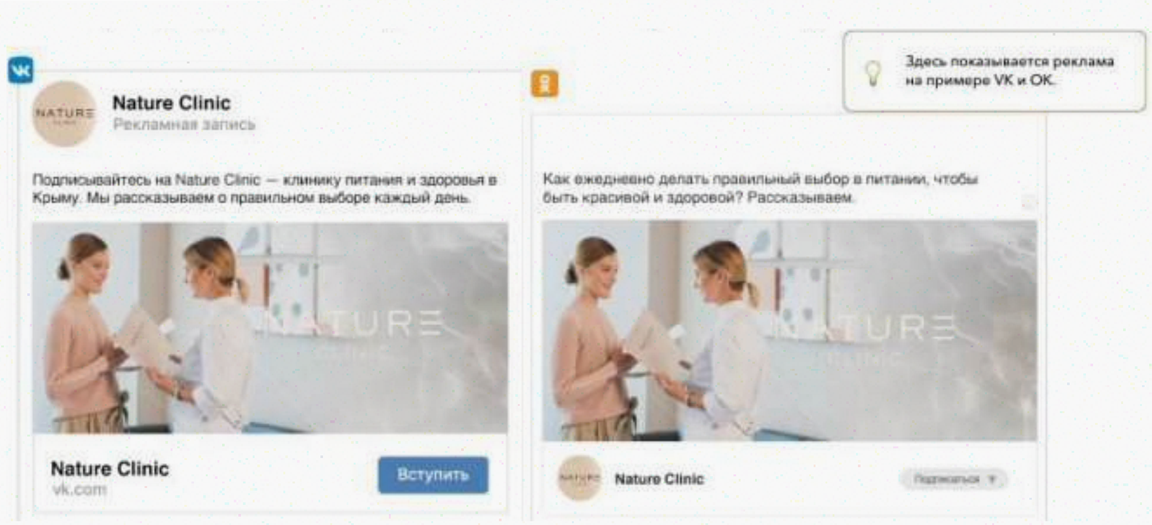
КЕЙСЫ SMM **HOTELS**

134%

показатель Engagement Rate







Креативные идеи

Возможна перетасовка визуал/теглайн

Для продвижение **Nature Clinic** предлагаются три пути на выбор. Каждый отличается соотношением [креатив-продукт].

NATURE CLINIC

На этом слайде предлагается выбрать главную идею SMM-кампании на этот год.

Рекомендуется

Доля продукта в контенте: 20%

КРЕАТИВ

1 В этом варианте предлагается уйти по-максимум от продуктовой истории в сторону тематики.

Теглайны:

- Новое место здоровья

Доля продукта в контенте: 80%

ПРОДУКТ

2 В этом варианте предлагается использовать продуктовые теглайн и образы моделей.

Теглайны:

- Клиника здоровья и питания

Доля продукта в контенте: от 50%

МИКС

3 В этом варианте предлагается баланс между продуктом и креативом.

Теглайны:

- Каждый момент, каждый день
- У нас меняются

Целевая аудитория

В VK предлагается использовать поиск аудитории по группам с ключевыми словами: «спа-курорт», «курор помимо подбора аудитории по интересам.

На первом этапе предлагается использовать максимально узкие выборки, широкие требуют больших бюджетов на ТГБ.

Статус предлагается фильтровать через устройства и поведение.

Группы курортов и спа-курортов

281 групп | 1 630 тыс.

Примеры групп:
https://vk.com/rosakhutor
https://vk.com/74baden
https://vk.com/igoraski

Группы тематики «

6725 групп | 2

Примеры групп:
https://vk.com/club122
https://vk.com/pansion
https://vk.com/otdih_v

КЕЙСЫ SMM REAL ESTATE DEVELOPMENT

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

600k+

средний показатель «Показы рекламы»
(KPI — 300 000)

ESTIMA CERAMICA

КЕЙСЫ SMM **REAL ESTATE DEVELOPMENT**

30

уникальных публикаций размещалось ежемесячно (комиксы, мемы, Gif, инфографика, сториз и др.).

+4,5k

упоминаний о конкурентах обрабатывалось ежемесячно с помощью автоматического мониторинга

+500

упоминаний размещено в медиапространстве

ESTIMA CERAMICA

Целевая аудитория

ДЕТАЛИЗАЦИИ ЦЕЛЕВЫХ ГРУПП

ESTIMA CERAMICA

Конечные покупатели

Доход: средний и выше среднего
Работа: не имеет значения
Интересы: покупка квартиры, новостройки, строительство дома, ремонт, керамогранит, ремонт и обустройство дома, строительные и мебельные гипермаркеты, дизайн интерьера, недавно переехали, **жилой комплекс, производители сантехники (Grohe, Hansgrohe и т. п.),** ванная, туалет, керамогранит, строительные материалы, Houzz

Архитекторы и дизайнеры

Доход: не имеет значения
Работа: профильное
Интересы: архитектура, направления (ар-деко, модернизм и т. д), дизайн интерьера, интернет-издания (ArchDaily, Designboom, Design Week и т. п.), Houzz.

Оптовики

Доход: —
Работа: —
Интересы: —

⚠ Для этой группы предлагается настраивать исключительно look-a-like аудиторию (основа: текущая база оптовиков).

LaL таргетинг возможен и для других целевых групп при наличии базы email. Более

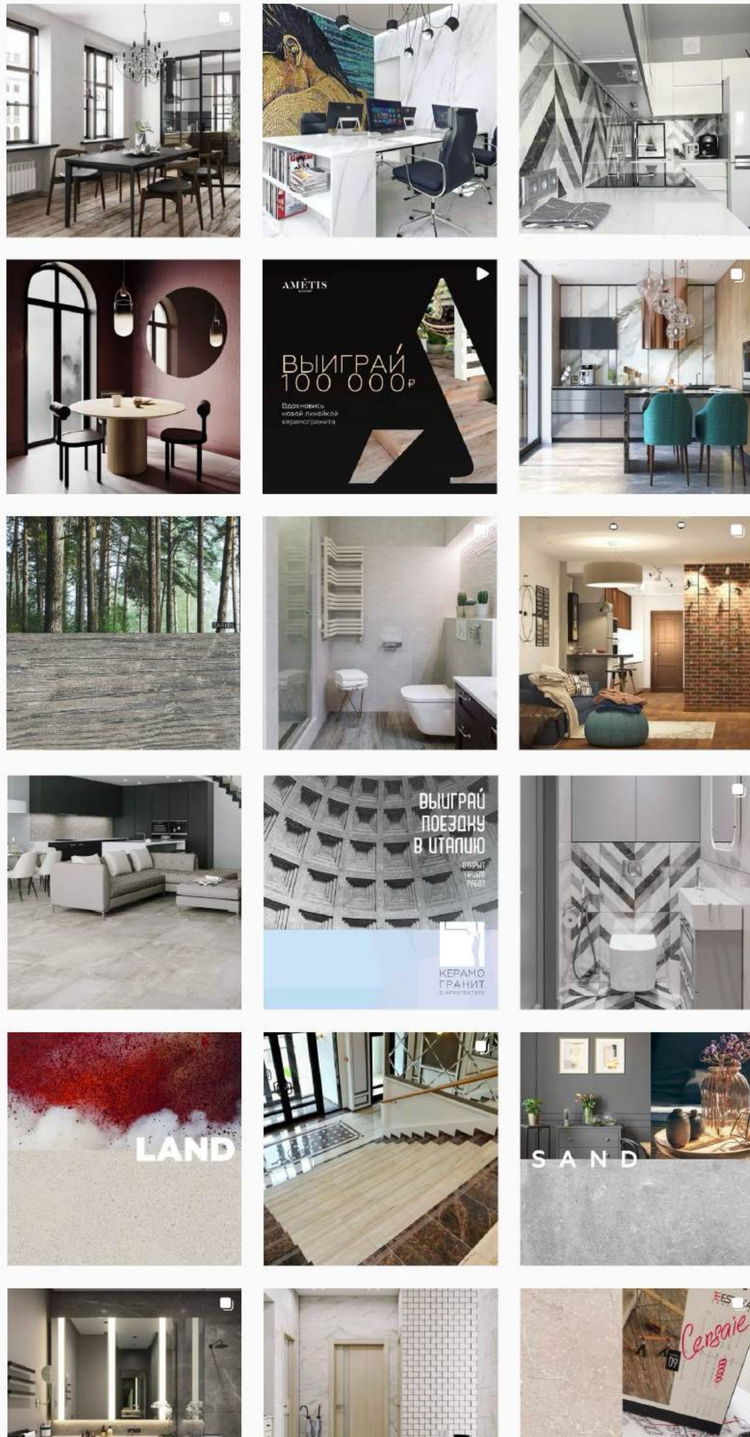
Редакционный план

МОДУЛЬНАЯ КОМБИНАЦИЯ

X = Уникальность

ESTIMA CERAMICA

#	Рубрика	Описание	Площадка	Тематика	Шаблон	Хештег	Доля
1	ESTIMA — 17 лет истории	О компании [Генеральный каталог 2018.pdf / http://estima.ru/about/history/]. Исторические вехи, важные моменты, производство и. п. ⚠ Очень важно, чтобы эта информация была быстрой и понятной, яркой и запоминающейся	FB, VK	Имиджевая	w_base1.psd	#estima #керамогранит	8%
2	ESTIMA — коллекции в деталях Это преимущественно визуальная рубрика, в которой будут показываться визуальные пары: текстура камня + природное явление.	В этой рубрике предлагается показывать текстуры коллекций, описывать особенности и показывать результат [при наличии]. ⚠ Важно, чтобы в Instagram текстура дублировалась без шаблона *2.1 _ Мрамор* *2.2 _ Камень* *2.3 _ Дерево* *2.4 _ Цемент* *2.5 _ Дизайн*	FB, VK, INST	Продуктовая		#estima #керамогранит #%вид #%коллекция	10%
3	ESTIMA — интерьеры	В этой рубрике предлагается описывать и показывать фотографии готовых интерьеров. ⚠ Важно, в Instagram публикуется только фотография. По возможности важно исключить старые рендеры, которые не очень реалистичны	FB, VK, INST	Продуктовая	w_story.psd	#estima #керамогранит #%вид #%коллекция #%объект	10%
4	ESTIMA — масштаб	Имиджевая визуальная рубрика «текстура + эпичная стильная фотография»	FB, VK, INST	Продуктовая	w_story_special.psd	#estima #керамогранит #%вид #%коллекция #%объект	7%



АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

Разработана SMM-стратегия в социальных медиа (Facebook, Vkontakte и Instagram). Ежемесячное SMM-продвижение
в соцсетях (контент-менеджмент, комьюнити-менеджмент, персонализированная реклама и ежемесячное проведение интерактивных конкурсов). Репутационный менеджмент (мониторинг социальных медиа на предмет упоминаний бренда, нивелирование негативных отзывов, генерация позитивных посевов)

+7,2k

новых участников за период сотрудничества

MERTIUM

КЕЙСЫ SMM REAL ESTATE DEVELOPMENT

1M

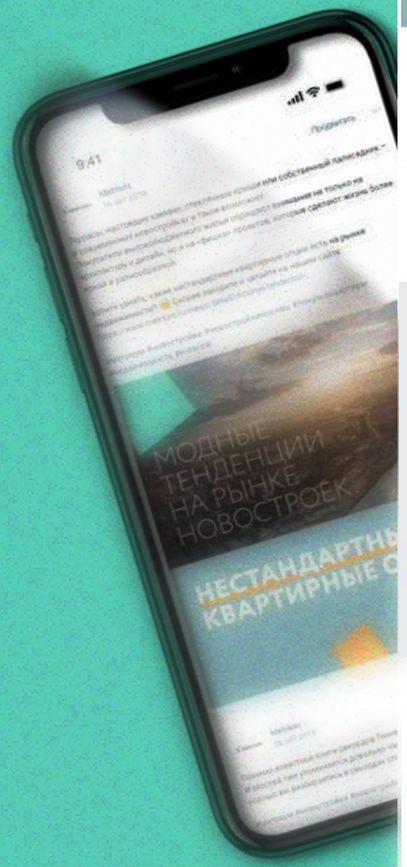
показов в месяц

73

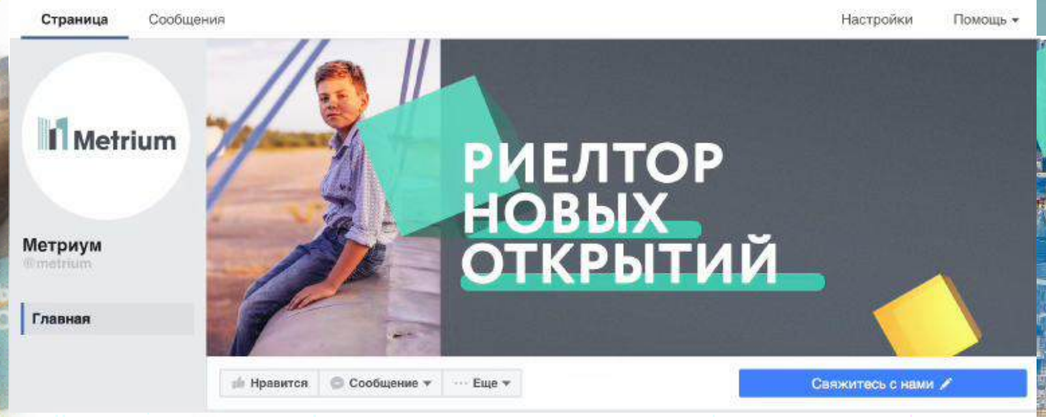
поста с уникальным дизайном опубликовано на страницах бренда

56%

показатель Engagement Rate



	Улучшение жил. условий	Первое жилье (молодые семьи)	Группы тематики «Москва»	Группы риелторов и конкурентов
	Москва	**Москва**	**Москва**	
	25-45	**25-35**	**25-35**	**25-45**
	Средний*	Средний*	Средний*	Средний*
Интересы	**Покупка квартиры, недвижимость, арендующие квартиры, интересующиеся школами и детскими садами,** улучшение жилищных условий, ипотека и ипотечные банки, жилой квартал, ремонт и строительные/мебельные магазины	**Молодые семьи,** которые интересуются недвижимостью **(сужающая фильтрация),** будущие родители	Все тематические группы о Москве	Все группы риелторов/брокеров Москвы
	850 000	600 000	200 групп / 1,5 млн.	45 групп / 300 000



Редакционный план

Metrium

№	Рубрика	Описание рубрики	Хештеги	Тип	Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс	Итого
1	Директ-публикации	Публикации в реальном времени	#«Метриум» + [тематические теги]	Продукт	По мере поступления от «Метриум»							–
2	«Метриум»: корпоративная прозрачность	Живые фотографии. Например, с процесса показа объектов, внутр. кухня и т. п.	#«Метриум» + [тематические теги]	Продукт	По мере поступления от «Метриум»							–
3	«Метриум»: новости	Новости и пресс-релизы в адаптации	#«Метриум» + [тематические теги]	Продукт	По мере появления на сайте «Метриум»							–
4	«Метриум»: о нас	История, миссия, ценности — https://www.metrium.ru/o-kompanii/	#«Метриум» + [тематические теги]	Продукт	1							1
5	«Метриум»: цифры и факты	Ключевая информация о «Метриум» в цифрах и кратких фактах	#«Метриум» + [тематические теги]	Продукт			1					1
6	«Метриум»: почему мы?	Почему «Метриум»? Ключевые фишки, преимущества и убедительные тезисы [УТП]	#«Метриум» + [тематические теги]	Продукт		1		1				2
7	«Метриум»: представление ЖК	Публикации о новостройках Москве: название, расположение и ключевые особенности — https://docs.google.com/spreadsheets/d/1OP72CwilcL_oJU_PdwiEzmFhwCvHtbb44KTos8x_kqg/edit#gid=1365030653	#«Метриум» + [жк] + [тематические теги]	Продукт	1			1		1		3
8	«Метриум»: прямая речь ЖК	Человеческий голос ЖК. Например, интервью, цитаты, тезисы представителей ЖК или просто имиджевый пост с фишками ЖК	#«Метриум» + [жк] + [тематические теги]	Продукт								0
	Всего				**2**	**1**	**2**	**2**	**2**	**2**	**1**	**12**

КЕЙСЫ SMM **REAL ESTATE DEVELOPMENT**

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

+4k

новых участников за период сотрудничества

100k+

показов в месяц

НИКОЛИЕРС

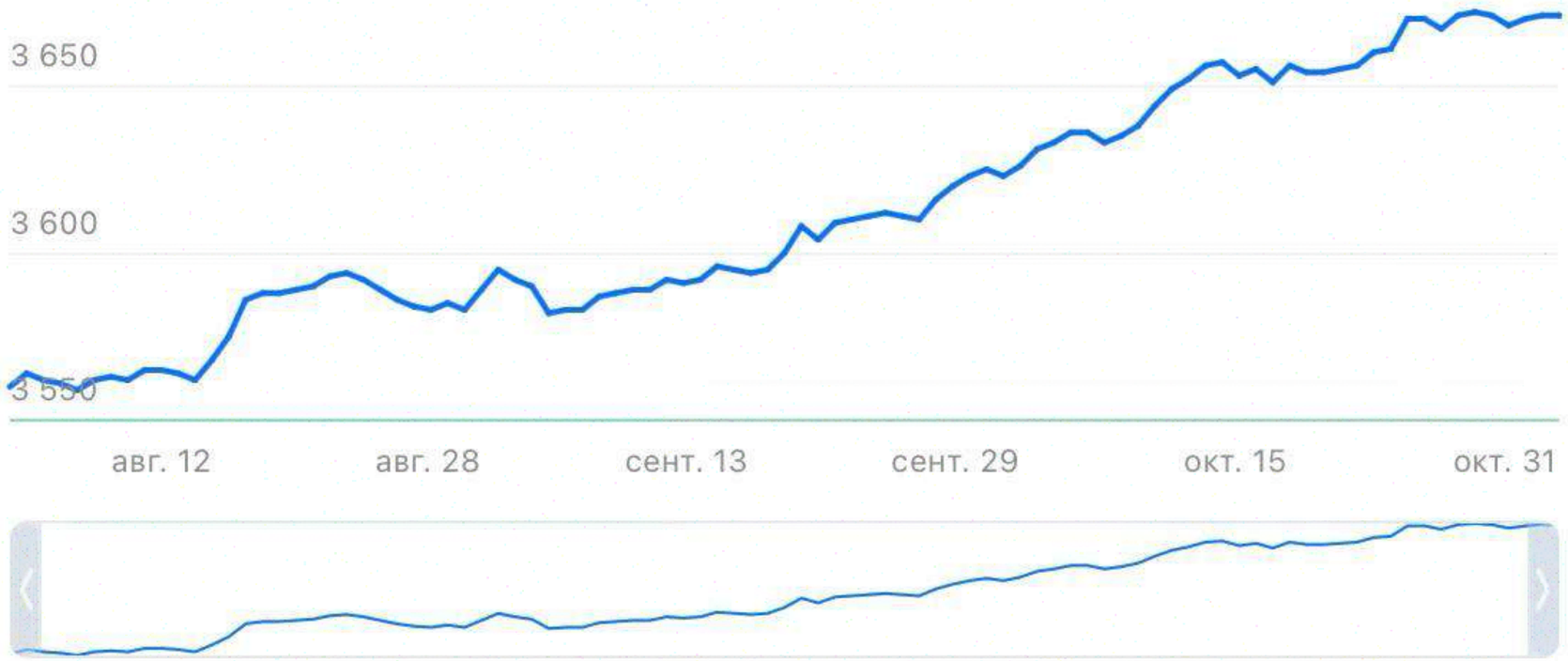
КЕЙСЫ SMM **REAL ESTATE DEVELOPMENT**

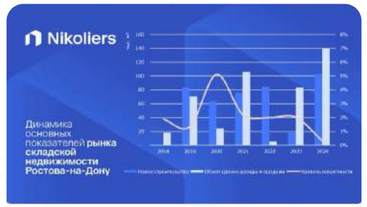
30+

постов каждый месяц

30%

Engagement Rate





Друзья, команда Nikoliers продолжает анализировать региональные рынки складской недвижимости России. Ранее мы поделились аналитикой по рынку Казани — лидера по объёму нового складского предложения среди регионов в 2024. **Сейчас представляем аналитику рынка Ростова-на-Дону.**

Ростов-на-Дону — один из ключевых логистических центров юга России. В 2024 году установлен новый рекорд активности на рынке аренды и продажи недвижимости на ростовском складском рынке.

Среди крупнейших сделок, заключенных в 2023-2024 годах

- BTS-аренда склада для OZON на 53 тыс. м²;
- BTS-продажа склада площадью 22 тыс. м² для дистрибьютора товаров для дома,

Партнер Nikoliers Анна Никандрова на Russian Fashion Retail Forum 2025

Russian Fashion Retail Forum – крупнейший бизнес-форум в рамках ведущей выставки индустрии моды в России CPM — Collection Première Moscow. Среди спикеров – **Анна Никандрова, партнер Nikoliers**, которая выступит **в открывающей сессии «Институциональное развитие: стратегии 2025»**. В своем выступлении она поделится прогнозами, касающимися будущего

Emaar Beachfront — уникальный жилой район, расположенный на искусственном острове, который стал жемчужиной проекта Dubai Harbour. Это 27 современных жилых комплексов и пятизвездочный отель-небоскреб, окруженные песчаными пляжами протяженностью 1,5 км.

Чем этот район так привлекает инвесторов со всего мира?

Элитный комплекс

Все резиденции оснащены

Виктория Горячева, заместитель руководителя департамента офисной недвижимости Nikoliers, 20 февраля выступит в рамках большой IT-конференции «Золотой век IT» от проекта Stand Up Office в Санкт-Петербурге.

На встрече лидеры IT-индустрии, девелоперы и HR-специалисты обсудят, как за последние годы изменилась IT-отрасль и действительно ли у неё продолжается «золотой век».

КЕЙСЫ SMM REAL ESTATE DEVELOPMENT

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

ОТРАДА

КЕЙСЫ SMM REAL ESTATE DEVELOPMENT

+20k

новых живых участников за год

20%

Engagement Rate

19M

количество показов за год

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

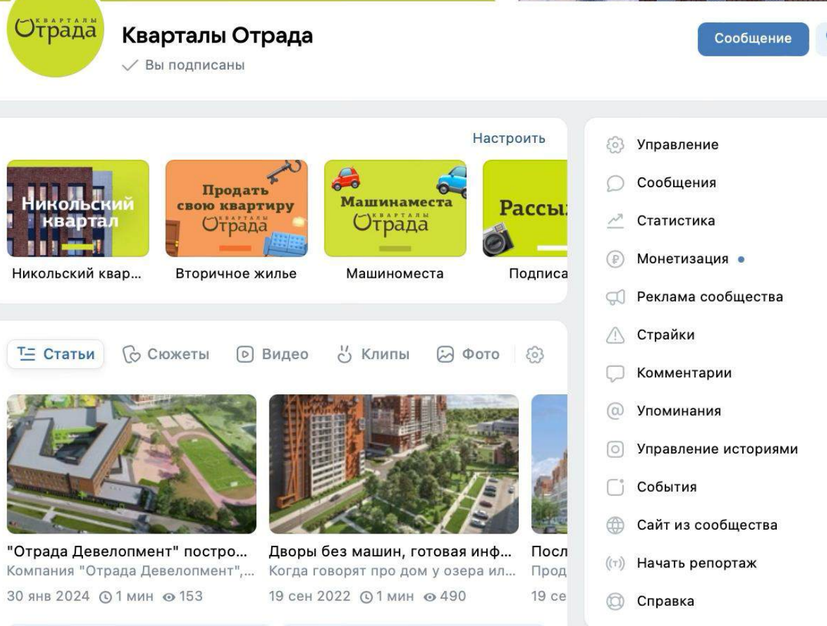
Целевую аудиторию ЖК «Отрада» предлагается поделить на 4 зональной группы.
Заинтересованность максимально коррелирует с текущим местом постоянной локации

1 ГРУППА
Жители района Митино +радиус 5 км»:
Возраст: 20-60 лет
Пол: Ж 71%, М 29%
География: район Митино, Отрада, Красногорск.

3 ГРУППА
Северо-Запад Московской области
Возраст: 20-60 лет
Пол: Ж 71%, М 29%
География: Московская область, Северо-Западный район области.

2 ГРУППА
Жит
Воз
Пол
Геог

4 ГРУППА
Мас
Воз
Пол
Геог



ОТРАДА

КЕЙСЫ SMM ЛИЧНЫЙ PR

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

Велась планомерная кампания по привлечению подписчиков. Ленты заполнялись актуальным экспертным и lifestyle-контентом. Темы публикаций формировались в онлайн-режиме и предварительно согласовываются. Подготовка агитационных публикаций прошла успешно — посты удачно публикуются

+106%

увеличилось количество «лайков» в Vkontakte

АННА НЕВЗОРОВА

КЕЙСЫ SMM ЛИЧНЫЙ PR

5k+

лайков собирали посты ежемесячно

687,5%

ключевой показатель ER в Telegram

АННА НЕВЗОРОВА

Анна Невзорова
19 июн в 10:13

Сегодня мы отмечаем очень важный день - День медицинского работника!
Я от всей души поздравляю врачей, медсестёр и всех причастных к профессии с этим прекрасным праздником!

Ваш труд бесценен так же, как жизнь и здоровье людей, которых вы исцеляете, дарите им полноценную жизнь, возможность радоваться каждому рассвету и новому дню!
В период пандемии на всю систему здравоохранения легла многократная нагрузка. Наши медики ее выдержали. Хочу сказать большое спасибо вам за это!
Показать полностью...

70 276

Анна Невзорова в Сочи, Россия
12 июн

Дорогие земляки, уважаемые жители города Сочи!
От всей души поздравляю вас с главным государственным праздником – Днем России!
Показать еще

Просмотрено 1.7K раз

Комментарии 1 0 Класс! 6 Продвинуть

Анна Невзорова
19 июн в 12:15

Мы ждали этот день и вот, друзья он наступил: Павел Павлович Сюткин отмечает Столетие!

Наш ветеран, Герой Советского Союза, наш с вами кумир встречает свои золотые СТО вместе со всем городом. И это настоящий праздник жизни!

Сегодняшний юбилей пример всем, что даже в 100 лет, пройдя нелёгкую жизнь, войну, ранения и лишения, человек может остаться сильным, смелым, самоотверженным, крепким, упорным и честным человеком.

В этот замечательный день я желаю Вам, Пал Палыч, гордо нести в себе силу воли и духа, никогда не терять сноровки и внутреннего оптимизма.
Конечно, здоровья Вам, жизненного благополучия и высокого почета!

84 336

Анна Невзорова в Ферма Экзархо
29 июн

27 июня молодежь громко и весело отметила свой заслуженный праздник.
В Сочи любят День Молодежи за разнообразие мероприятий, это, пожалуй, один из самых ярких праздников нашего солнечного города.
Показать еще

Показать еще

Просмотрено 24K раз

Комментарии 0 1 Класс! 54 Продвинуть

Анна Невзорова
20 июн в 15:34

С 15-18 июня прошел 25-ый Петербургский международный экономический форум, в котором я приняла участие. И даже уже успела поделиться с вами новостью о подписании инвестиционного соглашения по модернизации санатория «Известия». Помимо этого у нас была обширная деловая программа: встречи с потенциальными инвесторами, моими коллегами, коллегами-девелоперами и многое другое.
Показать полностью...

76 1 373

Какие проблемы Адлерского района волнуют вас в первую очередь?

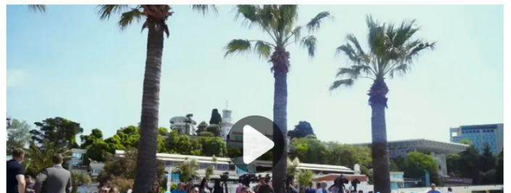
Анна Невзорова
Публичный опрос · переголосовать нельзя

Ремонт дорог. Отсутствие тротуаров. 17	✓ 24.29 %
ЖКХ – канализация, свет, поломки водовода. 18	✓ 25.71 %
Чистота пляжей и набережных. 7	10 %
Школы, детские сады – очереди. 11	15.71 %
Сбор мусора. 12	17.14 %
Благоустройство. 22	31.43 %
Общественный транспорт. 9	12.86 %
Заторы на дорогах. 38	✓ 54.29 %
Медицинское обслуживание. 14	20 %
Газификация. 7	10 %

Проголосовали 70 человек

Анна Невзорова в Сочи, Россия
17 июн

Первый в России синий флаг получил наш экопляж «Маяк» – символ качества и комфорта городов!
В этом году Ростуризм разработал новые стандарты качества, и огромная честь
Показать еще



АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

Была разработана уникальная дизайн-концепция для продуктовых постов. Ленты также заполнялись актуальным экспертным и lifestyle-контентом. Темы публикаций формировались в онлайн-режиме
и предварительно согласовываются. Осуществлялась постоянная коммьюнити-поддержка пользователей

2k+

ежемесячный рост подписчиков
во всех соцсетях

АЛЕКСАНДР СВИРИДОВ

КЕЙСЫ SMM **ЛИЧНЫЙ PR**

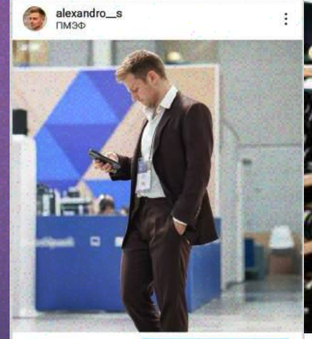
20+

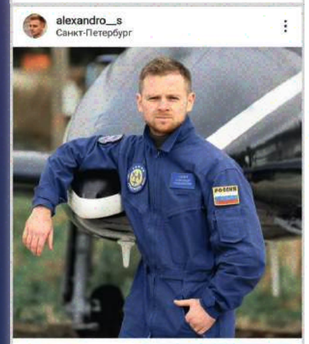
публикаций размещалось
ежемесячно в каждой соцсети

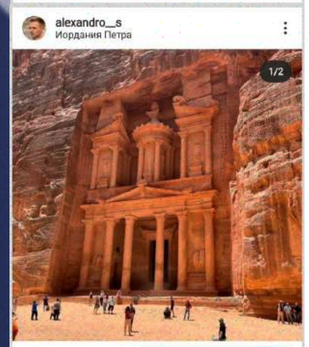
192%

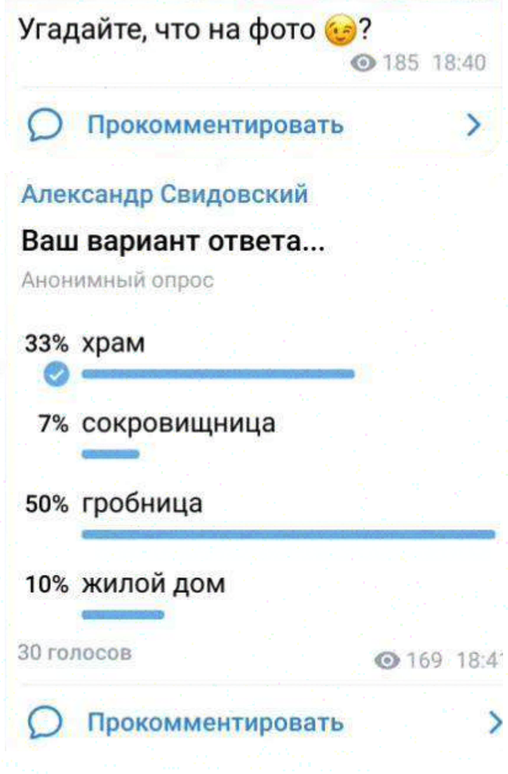
зафиксированный показатель
Engagement Rate в Instagram

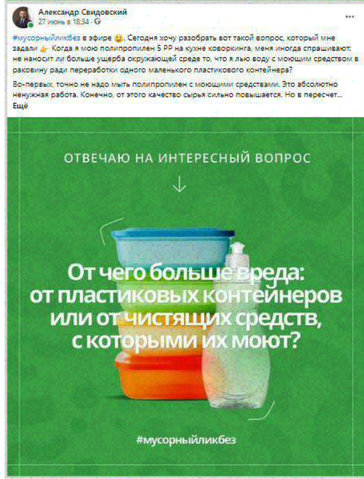
АЛЕКСАНДР СВИДОВСКИЙ











КЕЙСЫ SMM ЛИЧНЫЙ PR

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

3k+

рост подписчиков
во всех соцсетях

АНДРЕЙ ОПАРИН

КЕЙСЫ SMM ЛИЧНЫЙ PR

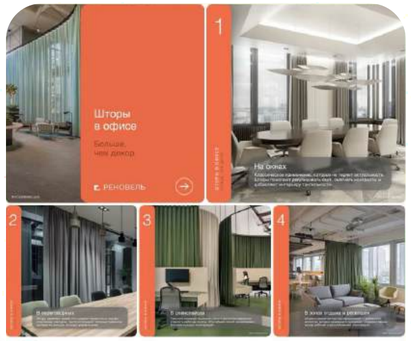
20+

публикаций размещалось
ежемесячно в каждой соцсети

60%+

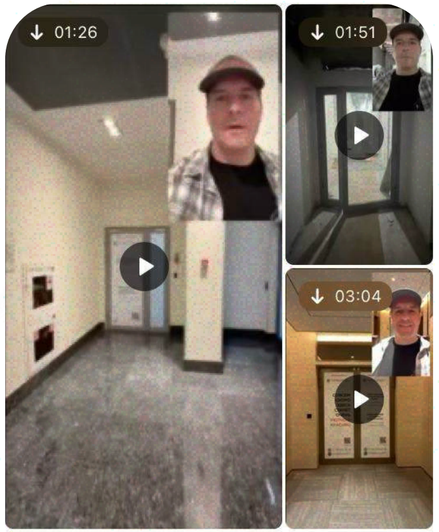
зафиксированный показатель
Engagement Rate в Instagram

ТВ в формате архитектуры. Штаб-квартира CCTV

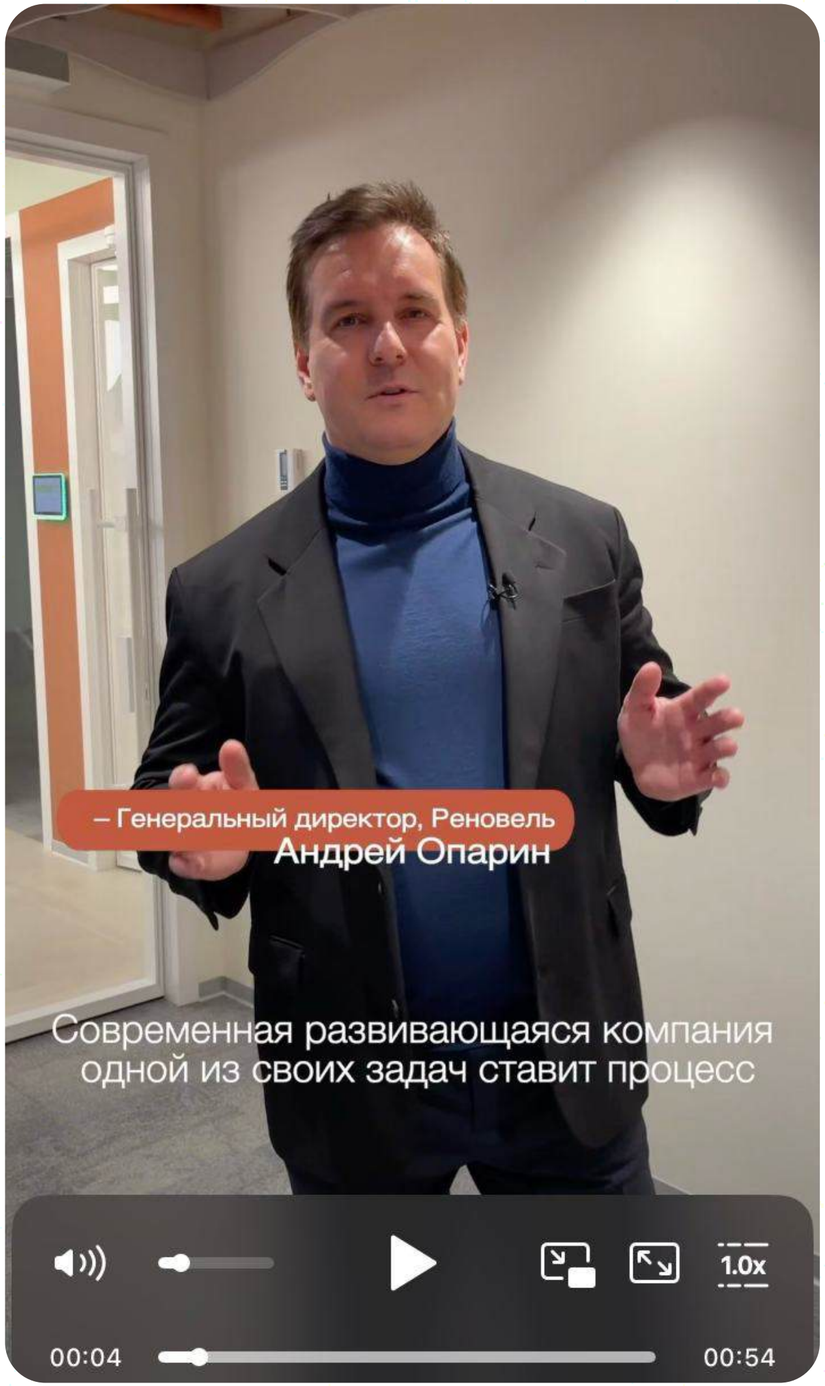


Шторы в офисе. Больше, чем декор

Стекло в интерьере: больше света и пространства



В пятницу побывал сразу *на трёх объектах*.
Проверка качества работ — обязательная часть нашей работы, поэтому такие выезды я провожу регулярно.
Смотрите видео с площадок, чтобы вы тоже могли увидеть процесс изнутри ▶️



АНДРЕЙ ОПАРИН

КЕЙСЫ SMM СПОРТ

АБОНЕНТСКОЕ SMM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

1k+

ежемесячный рост подписчиков
во всех соцсетях

40+

публикаций размещалось
ежемесячно в каждой соцсети

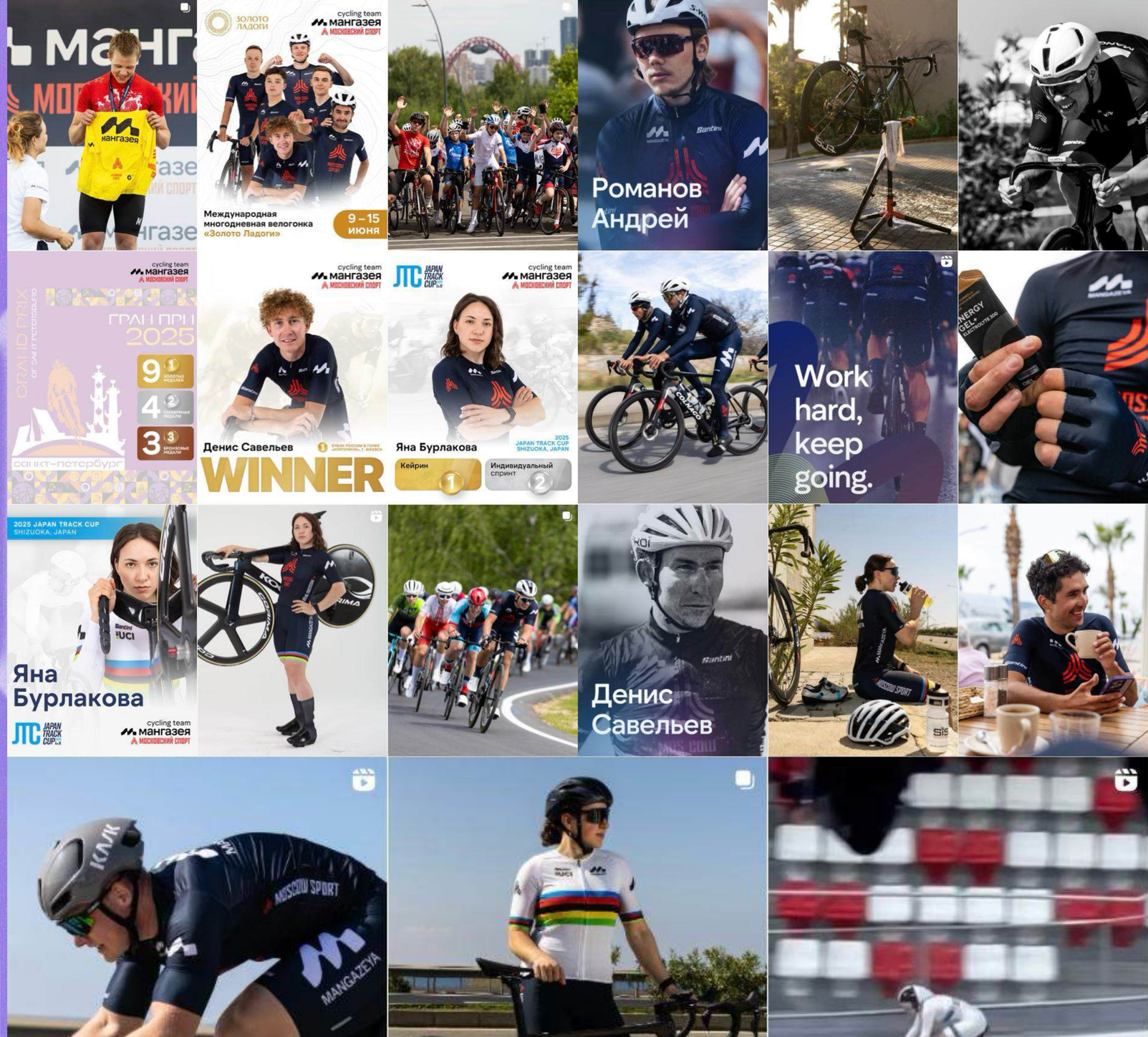
МАНГАЗЕЯ

10+

мероприятий в месяц

100%+

зафиксированный показатель
Engagement Rate в Instagram



**КОММУНИКАЦИОННОЕ
АГЕНТСТВО PR PARTNER**

+7 (499) 647 47 17
115035, МОСКВА, САДОВНИЧЕСКАЯ
НАБЕРЕЖНАЯ, Д. 7, ПОМЕЩЕНИЕ 6

WWW.PRPARTNER.RU

СПАСИБО!