

prpartner

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

ПОЧЕМУ PR PARTNER?

EVENT

НЕМНОГО ОБ АГЕНТСТВЕ



20 лет

на рынке PR
и маркетинга,
10 лет на рынке SMM

64%

клиентов пришли
по рекомендации

30%

заказчиков
с нами **более 6 лет**

>300

довольных клиентов
из 25 отраслей

НАШИ ВОЗМОЖНОСТИ

PR и работа со СМИ

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

SMM и сообщество

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

ORM / антикризис

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

Маркетинг и консалтинг

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

Event-поддержка

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

Дизайн и упаковка

- айдентика и визуальный стиль
- презентации, которые убеждают

НАМ ДОВЕРЯЮТ ЛУЧШИЕ

vmware®

Avast

Selectel

oberon

КРОСС
ТЕХНОЛОГИИ

U N A High Food
G R A High Tech
N D E High Life

Sebbin
PARIS

WAHL®

Lenovo

VERTIV™

MONT
Group of companies

SKYMEC

RICOH

Ростелеком

РГСБАНК
Банк для автомобилистов

РОССИЯ –
СТРАНА
ВОЗМОЖНОСТЕЙ

CHECK POINT™

ЦИФРОВОЙ
ЭКОНОМИКИ

РДТЕХ

ribbon

opentext™

ODGERS
BERNDTSON

УРАЛХИМ

Prestigio

IBS Platformix

diHouse

italki

jivo

Atos

motorola

Jet

MARS

sn German
Pouch-Pack
Technology

LABORATORIES
TEOXANE
GENEVA

loginet

DIS
GROUP

БЕСТ
НОВОСТРОЙ

HYUNDAI

TBDE

HYPEFACTORY
Influencer Marketing

UFS travel

FOREO

MILFORD

MUTTI

KNAUF

ZEPPELIN
HEALTH & SERVICES MANAGEMENT

SUZUKI

ZASPORT
SPORT & CASUAL

GUARDIAN
GLASS

Metrium
дистрибутор нового поколения

METRO

VERBA MAYR
аустрийский центр здоровья

LIFE
PAY

НАС ВЫБИРАЕТ БИЗНЕС

10 МЕСТО

коммуникационных агентств /
Медialogия 2026

6 МЕСТО

в ТОП-25 коммуникационных
агентств России / Медialogия 2025



4 МЕСТО

Медицина / Рейтинг Рунета 2026



9 МЕСТО

Недвижимость / Рейтинг Рунета 2026

14 МЕСТО

Управление репутацией (ORM) /
Рейтинг Рунета 2026

19 МЕСТО

SMM / Рейтинг Рунета 2026





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

Инна Алексеева

Генеральный директор PR Partner

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

Saudi Dates

Торговая марка саудовский производителей фиников.

→ PR-задачи:

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

→ Что было сделано:

Мероприятие прошло 16 сентября в Balchug Hotel Kempinski.

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



>130

представителей торговли, HoReCa, производственных компаний и дипломатических структур

4

информационных партнера



Avon

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

PR-задачи:

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

→ Что было сделано:

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

AVON

>80

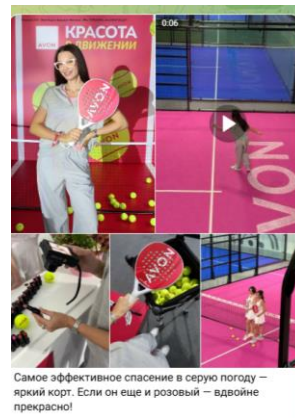
приглашенных представителей СМИ и блогеров

>40

упоминаний бренда в СМИ и новых медиа по итогу мероприятия

5

коммерческих размещений у инфлюенсеров



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



Saudi Dates. Moscow

Торговая марка саудовский производителей фиников.

→ PR-задачи:

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

→ Что было сделано:

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

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

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

Февраль 2026 г.



> 160

представителей торговли, HoReCa, производственных компаний и дипломатических структур.

> 5

партнёрств обсудили по итогу мероприятия.



Saudi Dates. Dubai

Торговая марка саудовский производителей фиников.

→ PR-задачи:

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

→ Что было сделано:

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

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



> 150

представителей торговли, HoReCa, производственных компаний и дипломатических структур.

Дубай, ОАЭ

Локация для проведения мероприятия.



Hisense и Profdisplay

→ 26 ноября в Москве прошла совместная конференция PROFDISPLAY и Hisense. В центре внимания — профессиональные proAV-решения, их работа в реальных условиях и практическая ценность для задач заказчиков.

→ Что было сделано:

- Оформление зала: цветочный декор, фото зона;
- Организация выставочной экспозиции телевизоров Hisense;
- Организация выступления спикеров и видео презентации;
- Организация развлекательного квиза для партнеров с розыгрышем призов;
- Музыкальное сопровождение мероприятия: диджей;
- Организация праздничного фуршета;
- Хроника: фото- и видео-продакшена.



100

гостей



1753 cosmetics

→ 21 апреля в Доме Конопля на Никитском бульваре прошёл пресс-завтрак для журналистов глянцевого СМИ.

Гости мероприятия узнали об особенностях производства российской косметики на основе конопляного масла. Бренд 1753 Cosmetics, резидент Дома Конопля, представил beauty-новинки — гель и крем для ухода за кожей вокруг глаз.

→ Что было сделано:

- Приглашение 20 журналистов lifestyle- и beauty-СМИ.
- Во время мероприятия журналисты смогли познакомиться с особым меню. Секретный ингредиент в каждом блюде — конопля.
- Каждый журналист в день мероприятия получил подарочный бокс с эксклюзивным набором косметики от бренда.

→ СМИ:

Grazia, InStyle, Flacon, Cosmo Beauty, Beautyinsider и др.



20

журналистов ведущих СМИ

>30

публикаций по итогам мероприятия.



Avast

→ Мероприятие было приурочено к национальному чешскому празднику Святого Мартина. Традиционные блюда создали праздничную атмосферу, а наборы для приготовления имбирных пряников привнесли рождественскую нотку.

→ Что было сделано:

- Организация online пресс-конференции в режиме телемоста с иностранным спикером и переводчиком синхронистом.
- Приглашение 17 журналистов информационных агентств.
- Журналисты в день мероприятия получили подарочный бокс с традиционным обедом одного из лучших чешских ресторанов Москвы.
- Каждому был доставлен фирменный подарок от компании Avast с брендированными кухонными приборами и набором для приготовления имбирных пряников.

→ СМИ:

ТАСС, «РИА Новости», ПРАИМ, «Российская газета», TimeOut и др.

Ноябрь 2021 г.



17

журналистов из информационных агентств, крупных ИТ и бизнес-изданий.

70

публикаций по итогам мероприятия.



WaveAccess

→ Компания PR Partner организовала рассылку новогодних подарков для клиентов WaveAccess по странам ЕС, США и России.

→ **Что было сделано:**

- Индивидуальная разработка подарочных наборов с учетом требований стран и получателей.
- Работа с несколькими международными транспортными компаниями и контроль доставок в самый пик сезона.
- Персональный менеджер проекта, курирующий процесс и готовый решить любой организационный вопрос.
- Подарки доставлялись в такие страны как: Испания, Греция, Дания, Великобритания, США и др.



>300

подарков

24

города доставки
в 7 странах мира



Lenovo

- Компания PR Partner организовала рассылку новогодних подарков для журналистов от компании Lenovo.
- **Что было сделано:**
- Индивидуальная разработка подарков,
 - Оформление подарков для каждого журналиста,
 - Рассылка по базе журналистов,
 - Своевременная доставка до адресата в удобное для него время с учетом пика сезона.
- **СМИ:**
- Forbes, CRN «ИТ-Бизнес», Comnews, Tadviser.ru, IT Manager, Servernews и др.

Lenovo™

20

журналистов
ведущих СМИ

AKFA GROUP

→ Компания PR Partner организовала рассылку новогодних подарков для журналистов от компании AKFA GROUP.

→ **Что было сделано:**

- Индивидуальная разработка подарков,
- Оформление подарков для каждого журналиста,
- Рассылка по базе журналистов,
- Своевременная доставка до адресата в удобное для него время с учетом пика сезона.

→ **СМИ:**

«Коммерсантъ», «Интерфакс», «РБК» «Строительство.RU» «Российская газета» и др.



15

журналистов
ведущих СМИ



«Ракета»

→ PR Partner провел пресс-тур в честь трёхсотлетия знаменитого Петродворцового Часового Завода «Ракета» и выпуска новой премиальной модели часов под брендом «Императорская Петергофская Фабрика».

→ Что было сделано:

- Event-командой PR Partner был организован пресс-тур в который входили: договор с журналистами, логистика, приобретение билетов, проживание, питание, трансфер, ПЦР-тесты каждого журналиста.
- 10 редакторов ведущих глянцевого медиа поучаствовали в открытии памятника петровского времени — воссозданных солнечных часов в государственном музее-заповеднике.
- В Санкт-Петербурге был организован гала-ужин для СМИ, на котором состоялась презентация уникальных часов под брендом «Императорская Петергофская Фабрика».

→ СМИ:

«Коммерсантъ», «Сноб», «Эксперт», «Вокруг света», Forbes, Robb Report, Harper's Bazaar, Men's Health, MAXIM, Cosmopolitan Shopping.



17

журналистов из ведущих глянцевого СМИ.



Motorola

→ 8-9 сентября команда агентства PR Partner провела мультиформатную презентацию нового смартфона Motorola. В обязанности команды входил полный комплекс услуг по организации мероприятия: от проработки сценария до оформления площадки и приглашения журналистов.

→ Что было сделано:

- Event-командой PR Partner организована и скоординирована коммуникационная онлайн платформа для взаимодействия спикеров и СМИ.
- Развлекательная программа стала интересной активностью вечера. Гости могли отвежать вкусные угощения и кофе с изображением логотипа Motorola.
- Приглашённая девушка-косплеер предлагала гостям сразиться в бою в самых популярных мобильных играх.

→ СМИ:

Hi Tech Mail.ru, 4PDA, Playground, Time Out, «РИА Новости», Business FM, Telecom Daily и другие.

**30**

журналистов ведущих IT, lifestyle и бизнес СМИ.



Motorola

→ В задачи PR Partner входили приглашения СМИ, организация конференции для продвижения продукта.

→ Что было сделано:

- Организована и скоординирована коммуникационная онлайн-платформа для взаимодействия спикеров и СМИ.
- Приглашены 20 отраслевых и lifestyle СМИ. Модератором конференции был Александр Цыпкин — российский писатель, публицист, сценарист, эксперт по стратегическим коммуникациям.
- Для придания атмосферности мероприятию была реализованная креативная рассылка — брендированные боксы, в которых были набор открыток, приглашение в кино и коктейльный набор.
- Развлекательная программа стала интересной активностью вечера: гости могли самостоятельно создать коктейль и насладиться диджей сетом DJ Kozak.

→ СМИ:

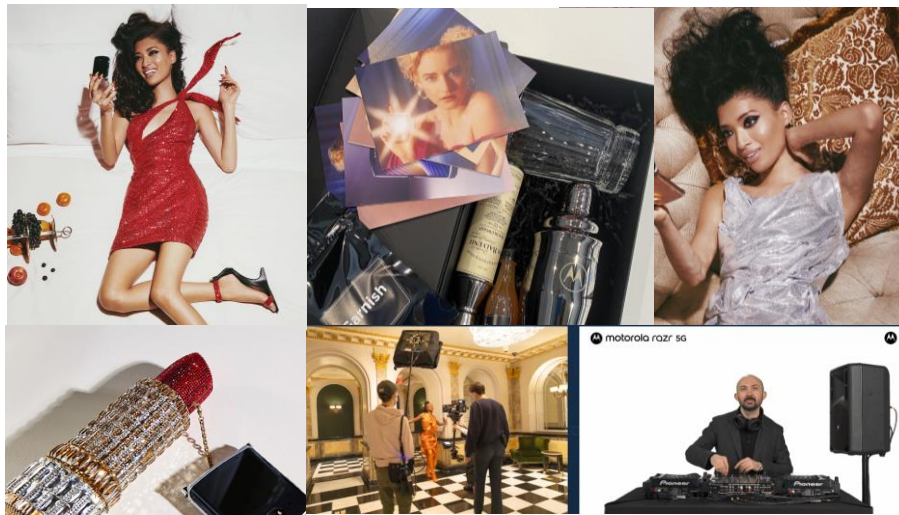
Forbes, «Коммерсантъ», Hi-Tech Mail.ru, Tatler, «РИА Новости», 4PDA и др.

**20**

отраслевых и Lifestyle журналистов.

55публикаций пресс-релиза
в российских СМИ.**6**

обзоров в топ-СМИ.



«Лето Банк»



33

журналиста

→ Традиционное летнее пресс-мероприятие «Лето Банка» под названием «Летний Новый год №2» в честь двухлетия Банка.

→ Что было сделано:

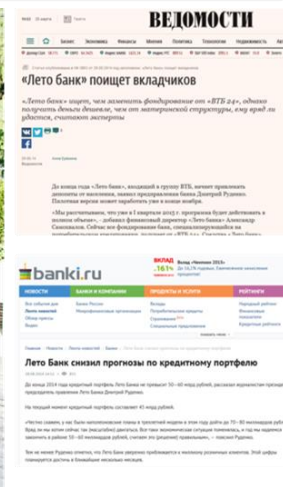
- После речи председателя правления «Лето Банка», перед гостями выступил фокусник.
- Розовая ёлка и оформление в ярких цветах задавали настроение мероприятию.
- Гости могли сделать фотографии на Polaroid, которые потом развешивались на специальные канаты, как украшение.
- Огромные цветные шары были использованы для декора площадки.
- Гости получили брендированные бабочки и наборы для бадминтона в подарок.

→ СМИ:

«Ведомости», «РБК», «Коммерсантъ», «Известия», «Комсомольская правда», Republic.ru, Banki.ru, Bankir.ru и др.

>70

публикаций в СМИ



IBS Platformix

→ Уникальный квест, объединивший клиентов IBS Platformix в борьбе за главные призы. Результат — рост лояльности клиентов к IBS Platformix и максимальная вовлеченность.

→ Что было сделано:

- Проект стартовал в начале сентября: участникам было предложено пройти 15 заданий. 2 раза в неделю участники получали задания в WhatsApp и на электронную почту.
- Задания представляли собой шифры, загадки в аудио и видеоматериалах, знаки и подсказки в информационных материалах и вебинарах, а также игры и вопросы. Некоторые задания были с интеграцией иностранных языков и даже с языком Брайля.
- Финальное задание было — пройти онлайн-квест с использованием аватара в реальной комнате, где команды отгадывали последний шифр.

→ 4:

креативные рассылки с подарочными наборами для участников

**Platformix****237**

участников

45

городов России

9

недель



«Брок-Инвест-Сервис»



→ Event-практика PR Partner организовала яркое мероприятие для компании «Брок-Инвест-Сервис» в честь ребрендинга и 30-летия компании. 200 гостей участвовали в совместных активностях и наслаждались общением с коллегами.

→ Что было сделано:

- В обязанности команды PR Partner входил полный комплекс услуг по организации мероприятия таких как:
- подбор и оформление площадки,
- трансфер,
- подбор в отеля и заселение,
- проработка сценария,
- приглашение артистов,
- кейтеринг,
- менеджмент проекта,
- логистика.

→ >200:
гостей из разных городов России

6

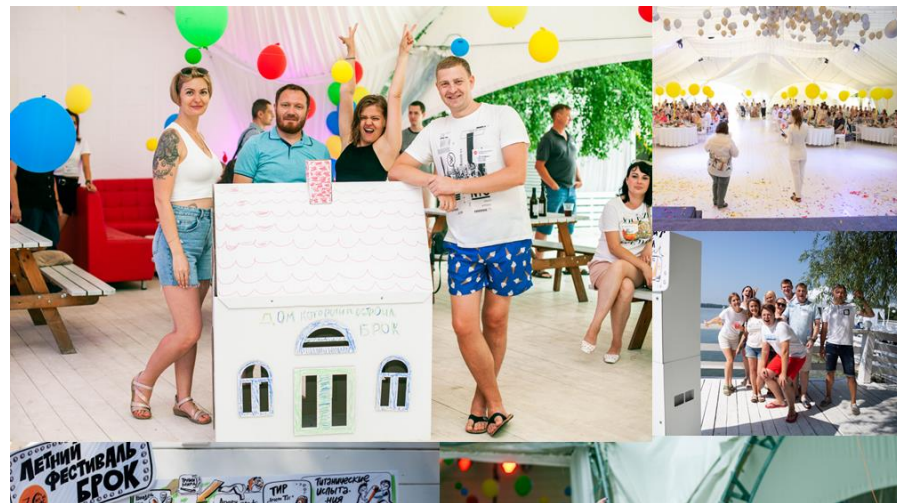
участников

3

тимбилдинга

>5

приглашенных актёров



Ассоциация разработчиков программного обеспечения Руссофт

>50

гостей

→ Event-практика PR Partner организовала незабываемое мероприятие для компании НК Руссофт в рамках неформальной встречи. 50 гостей участвовали в коктейльном мастер-классе и наслаждались общением с коллегами.

→ Что было сделано:

- В обязанности команды PR Partner входил полный комплекс услуг по организации мероприятия таких как:
- подбор и оформление площадки,
- проработка сценария,
- приглашение ведущего мастер-класса,
- кейтеринг,
- менеджмент проекта,
- логистика.



ATOS

→ Для компании Atos Event-практика PR Partner организовала корпоративное мероприятие в отеле Courtyard Marriott в формате тимбилдинга. После посещения конференции благодаря совместной работе участников была создана картина, которая теперь украшает новый офис компании в Москве.

→ **Что было сделано:**

- организация деловой игры-тренинга,
- организация арт-тимбилдинга «Создание общей картины».



100%

вовлеченных

6

деловая игра — тимбилдинг + общая картина, которая была создана благодаря слаженной работе команды Atos

>30

участников — сотрудников Atos



IBS Platformix

- Уникальный квест от PR Partner, объединивший 179 партнеров IBS Platformix в борьбе за главные призы.
- Итог — 100% результат: рост лояльности партнеров к IBS Platformix и максимальная вовлеченность.

→ **Что было сделано:**

- Запуск квеста из 18 заданий состоялся в марте. 3 раза в неделю участники получали на почту задания. Задания не ограничивались ребусами: будто шпионы, участники называли тайный код официанту и получали стаканчик кофе с изображением новой загадки, разгадывали секретные шифры на открытке и даже искали ответы.
- Постоянный интерактив с аудиторией был в What's Up, где игроки обсуждали догадки, получали подсказки и делились забавными кадрами в рамках квеста.

**Platformix****179**

участников

25

городов России

18

заданий



«Умный Ежик»

→ Организация рассылки для блогеров, которая является имиджевым инструментом для увеличения авторитетности и расширения целевой аудитории.

→ **Что было сделано:**

- В процессе проекта была создана база блогеров с целевой аудиторией — мамы, домохозяйки, владелицы детских студий от 20 до 40 лет.
- Полное ведение коммуникации с инфлюенсерами.
- Индивидуальная разработка и сбор боксов для рассылки для каждого блогера.
- Реализация рассылки по базе блогеров.

60

блогеров от 10 000
до 250 000 подписчиков

50

упоминаний в сторис

20

публикаций в профиле



Madanes

- Уникальный квест от PR Partner, объединивший 150 партнеров Madanes в борьбе за главный приз: поездку на Средиземное море.

Результат: рост лояльности к компании и высокая вовлеченность.

→ **Что было сделано:**

- Запуск проекта был на конференции Madanes «Мастерство в деталях», где подарочный кубик-рубика, после выполнения задания вел на сайт квеста.
- С этого момента раз в неделю участники получали на почту задания, связанные с историей компании и стран присутствия Madanes. Так игроки познакомились с культурой Филиппин, Германии, Израиля и даже Вавилона, где и зародилось страхование.
- Страница квеста на Facebook стала платформой для постоянного интерактива с аудиторией, где игроки обсуждали догадки, получали подсказки и делились новогодними кадрами в рамках фото-конкурса.

>150

участников

35

ведущих страховых компаний

3

месяца



Motorola

→ Пресс-завтрак с компанией Motorola, в рамках которого была представлена новинка семейства — смартфон moto g8 plus.

→ **Что было сделано:**

- Ивент прошел в стильном лофте в центре города.
- Современный интерьер пространства отражает уникальные moto-фишки и дизайн нового гаджета.
- После презентации для гостей мероприятия был организован фуршет во время которого журналисты могли пообщаться с представителями компании Motorola в неформальной обстановке.
- СМИ смогли сразу же познакомиться с новой моделью смартфона и взять его на тестирование.



>25

гостей из СМИ: «Эхо Москвы», CNews, Life.ru, Mobile-review.com, Wylsa.com, Ferra.ru 3DNews и др.

61

публикация в СМИ.



Crayon

→ Пресс-ужин в скандинавском стиле, в рамках которого норвежская компания Crayon объявила о выходе на российский рынок.

→ **Что было сделано:**

- Пресс-конференция прошла в уютном ресторане нордической кухни Møs, который отражает философию компании.
- Участники мероприятия попробовали вкуснейшие национальные блюда, приготовленные по традиционным рецептам Норвегии.
- По окончании пресс-конференции прошла дегустация традиционных скандинавских напитков. Профессиональный бармен рассказал гостям про особенности каждого из дегустируемых напитков и историю их появления.
- Каждый из участников мероприятия получил памятный подарок от компании Crayon. Гостям особенно запомнился теплый и уютный шарф, который был очень кстати в холодный ноябрьский вечер.

**23**

гостя из СМИ: РИА «Новости», «Российская газета», Про бизнес, «Инвест-Форсайт», «Независимая газета», IKS Media, TAdviser, CRN.

43

публикации в СМИ.



TABASCO®

→ Организация пресс-тура «под ключ» в Сочи на фестиваль уличной еды GASTREET для СМИ и блогеров.

→ Что было сделано:

- На фестивале журналисты и блогеры ближе познакомились с брендом и посетили корнеры партнеров, где попробовали настоящую уличную еду Италии и, конечно же, вино.
- Мы разработали подборку активностей, а также оптимальный тайминг: кроме фестиваля гости смогли погулять по городу и насладиться курортом.
- Команда агентства подобрала видовой отель в Горки-город в непосредственной близости ко все активностям, входившим в программу мероприятия.
- Ланч с гостями в ресторане максимально соответствовал ценностям бренда. В блюда интегрировали соусы, чтобы продемонстрировать гостям некоторые виды TABASCO®.

→ СМИ:

Time Out, Restoran.ru, FoodService, New Retail и др.



>15

СМИ и блогеров.

43

публикации по итогам мероприятия.



SMEG

→ Организация креативного пресс-мероприятия «под ключ» для культового бренда техники в партнерской кулинарной студии «МУКА».

→ Что было сделано:

- разработка креативной концепции и активностей для мероприятия: итальянская домашняя вечеринка, Кулинарная студия «Мука» была оформлена в стиле Италии, атмосферу подчеркнула музыкальная подборка.
- Гостей встречала Пьеретта, которая фотографировалась с гостями и настраивала их на нужный лад.
- В формате кулинарного мастер-класса гости приготовили настоящие итальянские блюда (равиоли и панакоту) с использованием техники бренда, а после продегустировали их.
- В завершение вечера журналисты и блогеры получили в подарок брендированные разделочные доски из дерева, а также кулинарные книги от SMEG.

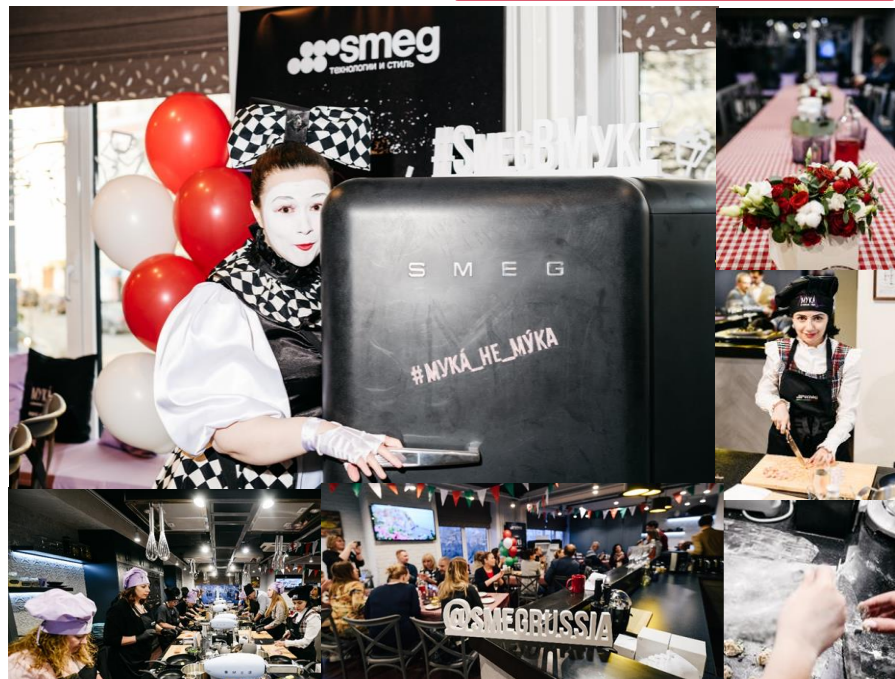
→ СМИ:

Wmj.ru, Instyle, TimeOut, Elle Decoration, «Красота и здоровье» и др.

smeg

25

Wmj.ru, Instyle, TimeOut, Elle Decoration, «Красота и здоровье» и др.



Mitel

→ Пресс-конференция с участием иностранных спикеров, посвященная развитию компании на российском рынке.

→ **Что было сделано:**

- Чтобы обозначить значимость и перспективность развития компании Mitel в России, была выбрана статусная площадка для проведения мероприятия — отель «Метрополь» в центре Москвы.
- В презентации стратегии развития принимал участие региональный вице-президент Mitel, поэтому для удобства в общении был приглашен переводчик, который помогал в коммуникации со спикером.
- Подарком на память для гостей стали стильные портативные внешние аккумуляторы с логотипом компании.

→ **СМИ:**

«Коммерсантъ», CRN/RE, IT Week, «Мобильные телекоммуникации» и др.

Март 2019 г.



21

журналист из деловых и отраслевых медиа.



TABASCO®

→ Празднования события TABASCO GLOBAL KITCHEN прошли по всему миру. Команда PR Partner организовала мероприятие в Москве «под ключ».

→ **Что было сделано:**

- На площадке работало восемь гастрономических «станций»: лучшие повара угощали блюдами разных стран мира с соусом TABASCO®.
- Были представлены кухни мира: мексиканская, итальянская, восточная, азиатская, русская и американская. Плюс коктейли и десерты с TABASCO®. На крыше была зона барбекю, где угощали шашлыком и горячими напитками с соусом. На мероприятии работала станция с попкорном, в который по желанию можно было добавить разные соусы из линейки TABASCO.
- Среди развлечений была также VR-станция с видео в формате 360, с помощью нее гости смогли окунуться в атмосферу всех этапов выращивания перцев и производства соуса TABASCO® на острове Эйвери. .

→ **СМИ:**

Time Out, Elle Girl, Women's Health, Bazaar.ru, «Хлеб&Соль», «Красота и Здоровье», Restoclub и др.

Ноябрь 2018 г.



>80

гостей

25

публикаций в СМИ и у блогеров.



Avast

→ Пресс-конференция с участием иностранных спикеров, посвящённое защите персональных данных и распознаванию угроз с помощью ИИ от Avast.

→ Что было сделано:

- Место для проведения ивента выбрано в тему мероприятия – безопасность от внешних угроз – «Бункер-42».
- Перед началом мероприятия журналисты могли пройти испытание в лазерном лабиринте, где они в роли шпионов пробирались сквозь лучи лазера.
- Тематическими подарками для гостей стали брендированные портативные аккумуляторы и придверные коврики с надписью «Этот дом под защитой Avast!».

→ СМИ:

Anti-Malware, «Коммерсантъ», iChip, Hi-Fi.ru, MobileComm, CRN/RE и др.

Октябрь 2018 г.

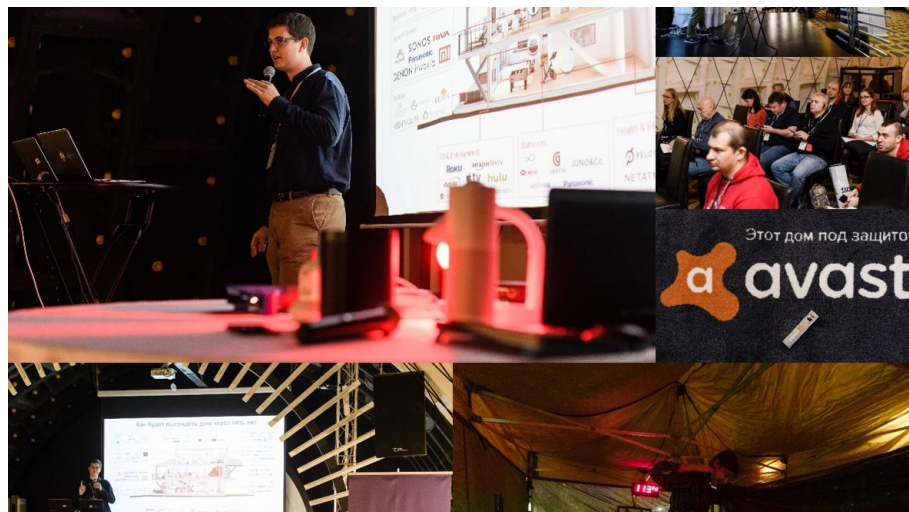


17

журналистов из ИТ и бизнес-изданий.

50

Публикаций в медиа.



COMENUEZ

→ Мероприятие для СМИ и потенциальных партнеров Комитета производителей орехов Мексики (COMENUEZ) при участии посла Мексики.

→ Что было сделано:

- Разработка концепции и сценария мероприятия.
- Чтобы журналистам было удобно добираться, мы выбрали площадку рядом с Экспоцентром — лофт на 43-этаже Башни «Империя» в Moscow City.
- Журналисты смогли посетить пресс-конференцию и приятно провести вечер с панорамным видом на вечернюю Москву после долгого дня на выставке.
- Команда PR Partner занималась организацией мероприятия, включая оформление площадки, организацию фуршета, приглашение СМИ, регистрацию гостей, инициирование публикаций по итогам пресс-конференции.

20

публикаций в СМИ.

>50

гостей. Из них медиа: «Коммерсантъ», ИА «Интерфакс», Радио «Эхо Москвы», и отраслевые (Агро и Food) издания и др.



Mothercare

mothercare

>50

журналистов и блогеров на ивенте, включая 12 детей.

→ Запоминающаяся и «вирусная» презентация новой коллекции детской одежды Mothercare для журналистов и блогеров, пишущих на темы красоты, семьи и стиля жизни.

→ Что было сделано:

- Мы решили использовать три тематические фотозоны для демонстрации детской одежды и построили декорации: для линейки «Ягнёнок» — семейная гостиная; для Mothercare61 (streetstyle) — уличная фотозона в монохроме + красном; для линейки «Морские приключения» — пляжный уголок.
- На фоне каждой зоны стилисты бренда рассказывали о линейке (о тканях, задумке, тематике и др.).
- Для гостей были организованы различные активности: для мам — станции макияжа и ухода за кожей рук, для детей — мастер-классы по лепке, рисованию и сбору конструкторов.

→ СМИ:

Woman's Day, ИА «РИА Мода», Time Out, Lenta.ru, «Лиза. Мой ребенок» и др.



Rittal

→ Пресс-конференция и Digital-активности для Rittal на выставке «Нефть и газ»/ MIOGE.

→ **Что было сделано:**

- Для успешной презентации продуктов Rittal на стенде компании мы установили интерактивный стол, на котором гости выставки и журналисты могли подробно ознакомиться с продукцией компании и получить дополнительную информацию в любой момент.
- В фотозоне работал робот-фотограф, который сразу выдавал печатные снимки фотосессии, также гости могли отправить себе фотографии на почту или в социальные сети.
- Команда агентства также занималась организацией кейтеринга и фотосъемки в рамках пресс-мероприятия.

→ **СМИ:**

«Автоматизация в промышленности», «Энергетика и промышленность в России», «Автоматизация в IT и энергетике», «Рынок электротехники», журнал «ИКС» и др.



17

журналистов.

>20

публикации в медиа.



WAHL

→ Что было сделано:

- Была организована брутальная вечеринка «Борода-party».
- В качестве площадки был выбран стильный лофт в центре города. Пространство было оформлено деревянной фотозоной с силуэтом «бородача» и креслом барбера.
- На столах располагались ящички для инструментов, наполненные сеном и сухоцветами. В эти композиции были установлены продукты бренда WAHL из линейки для домашнего использования.
- Команда PR Partner подготовила сценарий мероприятия и тематические конкурсы (например, конкурс по украшению бород промо-моделей).

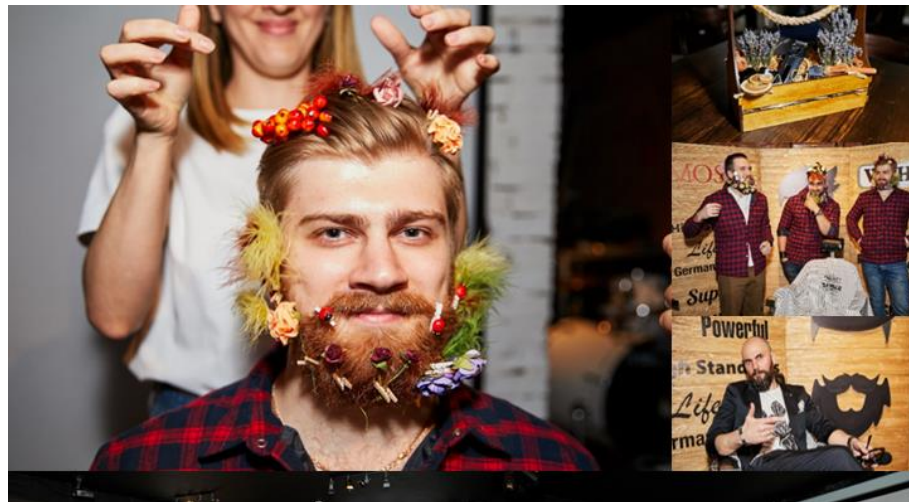


>30

журналистов из Lifestyle изданий
и блогеров на ивенте.

>30

публикаций в СМИ и у блогеров по итогам.



Sony Pictures



>60

гостей.

→ Предпремьерный показ для СМИ и партнеров детективного сериала «Картер» от Sony Pictures.

→ Что было сделано:

- Команда PR Partner занималась приглашением и аккредитацией журналистов, контролем подрядчиков, оформлением фотозоны и встречей гостей.
- Был организован мастер-класс по дактилоскопии: выявлению и снятию отпечатков пальцев.
- Мы пригласили практикующего эксперта, который продемонстрировал, с помощью каких инструментов можно увидеть отпечатки пальцев на различных поверхностях, снять их и понять, кому они принадлежат.
- Участники мастер-класса получили возможность сделать это самостоятельно и почувствовать себя настоящими детективами.

→ СМИ:

The Hollywood Reporter, «ТАСС», «Российская газета», Yes, 7days и др.



Mothercare

→ Предновогоднее пресс-мероприятие в честь запуска ежегодной акции «Дом Деда Мороза»: в одном из магазинов бренда была организована встреча с журналистами и блогерами, которые приходили вместе со своими детьми.

«Дом Деда Мороза» проводился еще в трех торговых центрах в Москве и Санкт-Петербурге 22-29 декабря 2017. В ТЦ и магазинах бренда были установлены декорации, в которых аниматоры проводили новогоднюю программу для детей.

→ Что было сделано:

- На площадке был выстроен «Дом Деда Мороза», где можно было встретить и самих Деда Мороза и Снегурочку.
- Для детей были организованы мастер-классы, работали аниматоры.

mothercare

>50

журналистов и блогеров на ивенте, включая 12 детей

>50

публикаций в СМИ.



«ВМЕСТЕ»

→ Креативное пресс-мероприятие в формате beauty-квеста для презентации услуг в салоне красоты «ВМЕСТЕ».

Гости смогли опробовать предлагаемые услуги в игровой форме. На площадке проводились мастер-классы: основы макияжа, уход за кожей, причёски. А также консультации косметологов.

По итогам квеста и прохождения креативного теста гости получали подарки от косметических партнеров бренда.

→ Что было сделано:

- Разработка креативной концепции и сценария мероприятия.
- Разработка карты квеста: механика прохождения для 30 гостей.
- Составление beauty-теста для получения специальных призов.
- Разработка оформления площадки.
- Модерация и контроль проведения мероприятия.
- Работа со СМИ и блогерами: приглашение, аккредитация, трансфер, пост-релиз, инициирование публикаций.

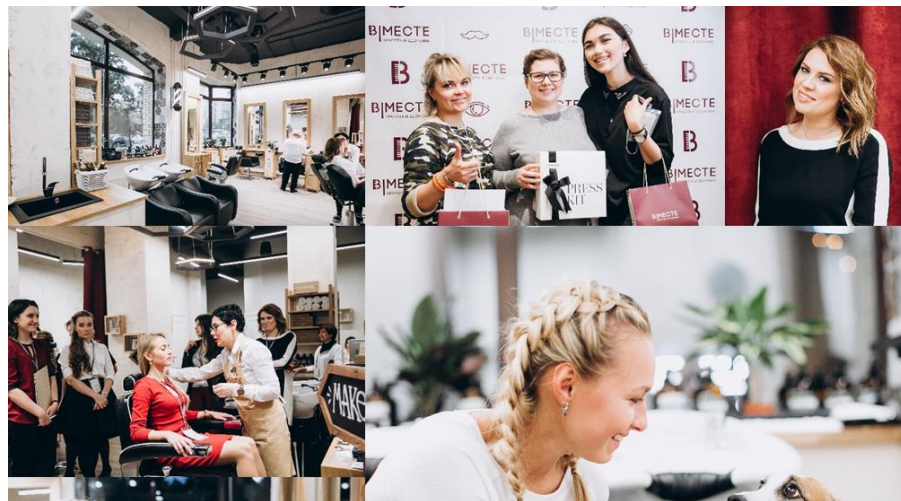
В | МЕСТЕ
КРАСОТА И ЗДОРОВЬЕ

>30

журналистов из Lifestyle изданий и блогеров на ивенте

>30

публикаций в СМИ и у блогеров по итогам.



Avast

→ Пресс-мероприятие в России с участием иностранных спикеров, посвящённое безопасности интернета вещей для Avast.

→ **Что было сделано:**

- Мероприятие прошло на площадке с панорамным видом на крыше Ararat Park Hyatt в центре Москвы.
- В качестве активностей для журналистов были выбраны VR-очки, в которых они могли понаблюдать за элементами машинного обучения.
- Также технологичным подарком для гостей стали квадрокоптеры.

→ **СМИ:**

Anti-Malware, «Коммерсантъ», «Интерфакс», ComNews, Sputnik, CHIP, Information Security, PC Week, BYTE Russia и др.



17

журналистов

>20

публикаций в СМИ по итогам мероприятия.



Candy Hoover Group

→ Классическая презентация и пресс-тур для Candy Hoover Group.

→ **Что было сделано:**

- Пресс-конференция прошла в классическом формате в отеле.
- Была выстроена экспозиция с подсветкой для новой техники.
- В Берлине был организован трансфер и гала-ужин для СМИ.

→ **СМИ:**

«Интерфакс», «Аэрофлот», Psychologies, «Вокруг света», Chip, Woman.ru, Ferra.ru, ИД «Бурда» и др.



>50

журналистов и блогеров

>70

публикаций в СМИ по итогам мероприятия.



Инфлюнет

→ Пресс-мероприятие, посвящённое презентации продукции Инфлюнет.

→ Что было сделано:

- Особенностью пресс-конференции стало выступление независимого врача на тему профилактики простудных заболеваний.
- В качестве подарков гости получили яркие брендированные зонты, а также согревающие чаи.
- Мероприятие прошло на площадке с панорамным видом на крыше Ararat Park Hyatt в центре Москвы.
- Были застроены стенды с продукцией, а также оформлено брендирование площадки.

→ СМИ:

Marie Claire, Burda, Letidor, «Счастливые родители» и др.

Сентябрь 2017 г.

ИНФЛЮНЕТ

17

журналистов и блогеров



Ciena

→ Первое за 5 лет пресс-мероприятие в России, посвященное новым системным решениям Ciena для создания эталонной «автономной сети» для Телеком-операторов.

→ **Что было сделано:**

- Необычным и выделяющимся элементом мероприятия стала выбранная площадка — настоящий сталинский бункер.
- Гости погружались на глубину 65 метров под землей, где (в строжайшей тайне!) были раскрыты секреты «автономных сетей» компании Ciena.
- После официальной части мероприятия гостям провели экскурсию по бункеру.

→ **СМИ:**

«Интерфакс», Information Security, ICT-online, Intelligent Enterprise и др.

ciena

13

журналистов

>25

публикаций в СМИ.



Domino's Pizza

→ Открытие 100-го ресторана Domino's Pizza в России.

→ **Что было сделано:**

- Праздничное открытие было оформлено шарами и другими декорациями.
- Гостей ждала презентация спикера компании, оформленная в фирменном стиле агентством PR Partner.
- После презентации журналисты приняли участие в мастер-классе по приготовлению пиццы от шефов Domino's и смогли попробовать собственный вариант.

→ **СМИ:**

«Ведомости», «РИА Новости», Bloomberg, PMQ Magazine, «Современный ресторан» и др.



13

журналистов

>30

публикаций в СМИ, в том числе TheVillage, «РБК»



Selena

24

журналистов

→ Пресс-мероприятие, посвященное 25 годам со дня основания группы Selena и 10-летию компании на российском рынке.

→ **Что было сделано:**

- Интересной «фишкой» мероприятия стала активность для журналистов: вместе с представителем компании им предлагалось построить настоящую стену, а затем опробовать ее на прочность.
- Таким образом, журналисты смогли не только узнать о результатах 25 лет работы компании, но и самостоятельно убедиться в надежности представляемой продукции.

→ **СМИ:**

«Коммерсантъ», «Интерфакс», «Генеральный директор», Строительство.ru, «ВОМС», С.О.К и др.

>30

публикаций в СМИ



Hoover

→ Пресс-мероприятие для презентации новых стиральных машин бренда Hoover.

→ **Что было сделано:**

- Мероприятие было организовано в Москваруме: ресторан находился между двух огромных аквариумов с белухами, касатками и дельфинами.
- Для гостей была организована развлекательная программа: проведена лотерея, игра в «фанты», а также экскурсия по Москвариуму.

→ **СМИ:**

Cosmopolitan, «Вокруг света», «Аргументы и Факты», Psychologies, Interiors, National Geographic и др.

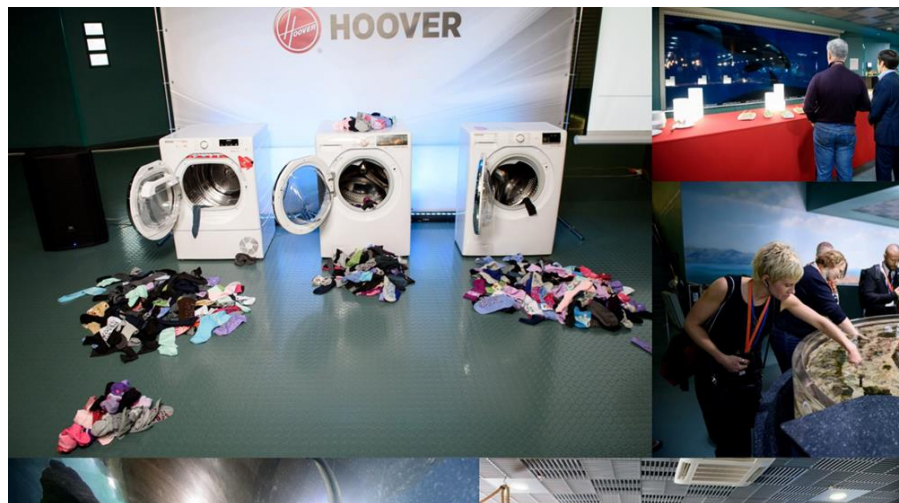


50

журналистов и блогеров

>20

публикаций в СМИ



Podravka

→ Пресс-мероприятие по случаю 50-летия компании на российском рынке.

→ **Что было сделано:**

- Так как мероприятие проходило в рамках выставки WorldFood, мы остановили выбор на ресторане «Тапас Марбелья». Журналистам понадобилось всего 5 минут, чтобы покинуть выставку и принять участие в ивенте.
- Площадка была оформлена продукцией Podravka, а также полиграфией в фирменных цветах компании.

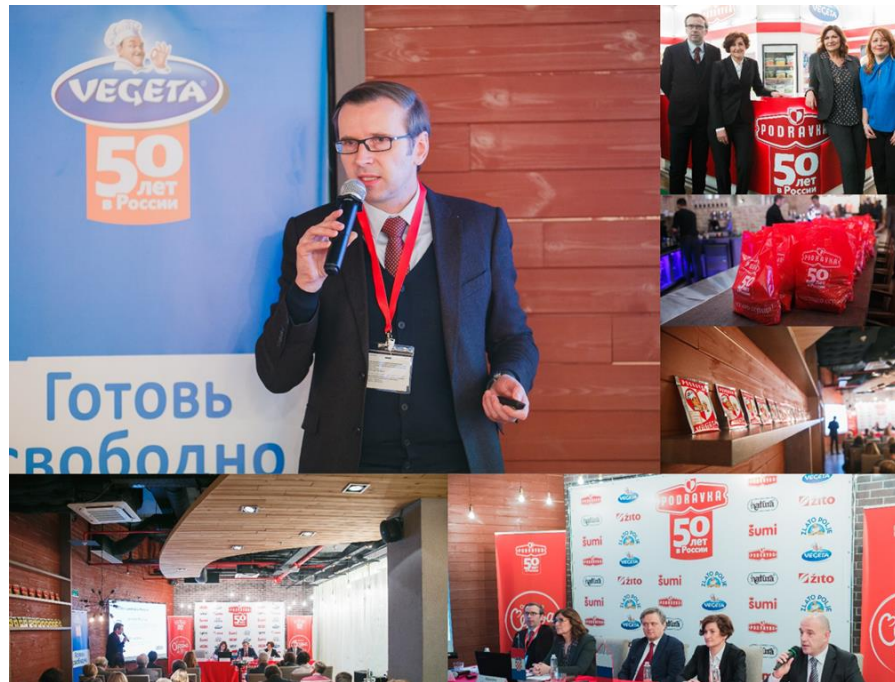
→ **СМИ:**

РБК, МИА «Россия сегодня», «Домашний очаг», «Ресторанные ведомости» и др.



>30

журналистов



Sony Pictures

→ Встреча партнёров Sony Pictures Club

→ **Что было сделано:**

- Встреча прошла в формате лекции в Московской школе кино.
- Для гостей была организована лекция куратора курсов «История кино» и «Современное кино» Всеволода Коршунова, он рассказал об истории появления жанра сериала.
- После лекции был организован фуршет, во время которого партнеры делились друг с другом впечатлениями, а также могли задать оставшиеся вопросы лектору.



>40

гостей



Sony Pictures

→ Летнее мероприятие для партнёров и сотрудников компании Sony Pictures

→ **Что было сделано:**

- В качестве площадки для мероприятия мы выбрали открытую летнюю веранду ресторана «Балкон» на седьмом этаже ТЦ Lotte Plaza, где по периметру установлены натуральный газон, деревья и цветы.
- Для оформления были использованы огромные белые воздушные шары и деревянные таблички на столы с названиями каналов Sony Pictures Television.
- В фотозоне мы поставили двухметровую букву S из стабилизированного мха с вкраплением белых роз.
- Гостей развлекал бармен с шоу и дегустацией коктейлей.
- В подарок в конце вечера гости получили флорариумы, брендированные деревянной буквой S, чтобы они могли вспоминать этот вечер.



>50

гостей



Reserved

→ Открытие магазина Reserved в ТЦ «Белая дача».

→ **Что было сделано:**

- Магазин был оформлен большими шарами с логотипом бренда.
- В течение дня работал ведущий, который проводил различные конкурсы и интерактивы, приглашал гостей прийти в магазин.
- За покупку гостям предоставлялась возможность создать собственный аромат на станции парфюмерии или получить персональный портретный скетч от дизайнера.
- Модный стилист провел для посетителей магазина мастер-класс по модным образам с использованием одежды из коллекции бренда.
- За день магазин посетило множество покупателей, среди них были разыграны ценные призы, главным из которых был total look от бренда Reserved, который был подобран стилистом специально для победителя.



>100

гостей



Madanes и GenRe

>100

гостей

→ Ежегодная конференция для специалистов страхового рынка.

→ Что было сделано:

- Тема конференции «Мастерство в деталях» прослеживалась в декоре: композиции из воздушных шаров в фойе и зале как детали объединили пространство в одно целое.
- Для удобства гостей во время выступления спикеров была организована работа синхронного перевода иностранных спикеров.
- Развлекательная программа стала кульминационным моментом вечера: гости смогли принять участие в создании единого иммерсивного оркестра.
- В завершение мероприятия гостям вручили подарки с «секретом»: кубики Рубика, на которых была спрятана ссылка, ведущая на авторский онлайн-квест, разработанный PR Partner специально для компании Madanes.



LCP Group

→ Семинар с участием иностранных спикеров для потенциальных инвесторов по программе EB-5.

→ **Что было сделано:**

- Для приглашения гостей была проведена рекламная кампания в социальных сетях, а также размещение анонсов на профильных порталах.
- Мероприятие прошло в картинной галерее в центре Москвы. Программа состояла из двух частей: деловая и нетворкинг.
- После выступления спикеров гостям предлагалось принять участие в дегустации американских вин, чтобы «попробовать Америку на вкус».
- В качестве брендинга использовались ролл-апы и пресс-вол (на фоне которого гостей снимал фотограф).
- На память о компании всем гостям вручались брендированные кожаные визитницы.
- Ивент собрал около 100 лидов для дальнейшей проработки.



>15

журналиста

>100

лидов



Reserved

- Ежегодная конференция компании Riverbed, на которой клиенты и партнеры компании знакомятся с последними трендами в индустрии.
- **Что было сделано:**
- Мероприятие прошло на площадке «Интерактивная карта г. Москвы», где воссоздана мультимедийная карта города площадью 178 кв. м.
 - Для конференции был разработан фирменный стиль оформления площадки, который использовался на основном экране, информационных табло во входной группе, а также для навигации в самом зале.
 - В рамках ивента прошел пресс-завтрак, а само мероприятие для партнеров состояло из нескольких сессий с выступлениями спикеров, обеда, легкого перекуса и ужина.
 - В подарок все гости получили брендированные портативные аккумуляторы.
 - В конференции приняли участие партнеры компании, для них были организованы зоны проведения консультаций, а также оборудование для презентаций их технических возможностей.



>180

гостей



Madanes

>65

гостей

→ PR Partner разработал концепцию, отражающую искусно достигнутый баланс между инициативами компании Madanes и работой партнеров по всему миру, а также визуализировал ее отражение на мероприятии.

→ **Что было сделано:**

- Мероприятие прошло в историческом особняке в центре Москвы.Guests встречали профессиональные жонглёры и акробат на моноцикле. Артисты показали мастер-класс для желающих попрактиковаться в искусстве баланса.
- Украшением программы стало изысканное выступление цирковой артистки «Эквилибр на руках».
- На официальной части конференции спикеры рассказали, как сохранять баланс между текущими и долгосрочными стратегическими задачами, между переменами и стабильностью, между продажами и урегулированием страховых случаев, между погоней за результатом и жизнью по установке «здесь и сейчас».



OpenText

→ Среди спикеров были представители компаний, использующих решения от OpenText, которые рассказали об опыте внедрения в их бизнес систем управления информационными ресурсами.

→ **Что было сделано:**

- В задачи агентства входил подбор площадки, логистика на мероприятии, организация регистрации, кейтеринга и фотосъемки, брендинг и монтаж, реализация подарков спикерам и гостям.
- Официальная часть мероприятия завершилась церемонией награждения лучших заказчиков и розыгрышем билета на конференцию OpenText в Торонто. Спикерам подарили венские торты Sacher с открытками, в одной из которых было приглашение в Торонто.
- После поздравления победителей гостей пригласили на фуршет под звуки Венского вальса, ведь следующее мероприятие OpenText пройдет именно в Вене.



>230

гостей



Riverbed

→ Ежегодная конференция компании Riverbed, посвященная прорывным технологиям для цифровой эпохи.

→ **Что было сделано:**

- Мероприятие прошло в два потока в конференц-залах отеля Swissotel Красные Холмы. Площадка была оформлена полиграфией в фирменном стиле компании.
- Конференция была разделена на две части: утренний ивент для партнеров, а также мероприятие для клиентов.
- В рамках конференции был организован пресс-завтрак.
- В качестве подарков гости получили брендированные автомобильные холдеры для телефонов, а также баночки с конфетами с логотипом компании.
- В завершение официальной части прошло выступление джазового коллектива и певицы Александры Шерлинг.

riverbed®

>150

гостей



Teleperformance

→ Ежегодная конференция компании Teleperformance для клиентов и партнеров XChange Summit.

→ **Что было сделано:**

- Агентство занималось подбором и оформлением площадки, разработкой фирменного стиля конференции, макетов всех визуальных материалов, подбором и контролем подрядчиков по монтажу/демонтажу декораций, организацией регистрации гостей.
- Мероприятие было организовано в историческом Особняке на Волхонке.
- Для оформления площадки было застроено каше для сцены в фирменном стиле конференции, выполненном дизайнерами агентства. Стены залов украшали брендированные флаги, на подъеме по лестнице гостей встречал огромный баннер на стену.



>100
гостей



OpenText

→ Предновогоднее мероприятие для клиентов и партнёров OpenText.

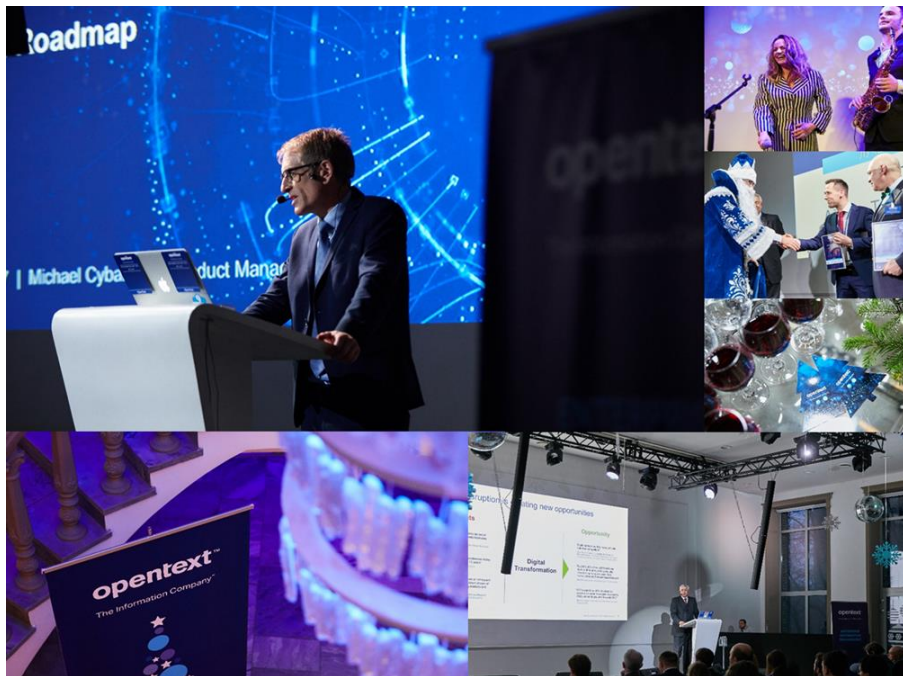
→ **Что было сделано:**

- На площадке была создана дружелюбная атмосфера с Новогодней елкой, праздничным оформлением зала и настоящим Дедом Морозом.
- Помимо деловой программы с участием спикеров и партнеров OpenText, была организована развлекательная программа: фуд-шоу, выступление джазовой певицы и торжественное награждение партнеров.



>150

гостей



Cofix

→ Вывод бренда Cofix на российский рынок.

Пресс-мероприятие и официальное открытие первой кофейни в ТЦ «Охотный ряд».

→ **Что было сделано:**

- Официальное открытие трех кофеен в ТЦ «Охотный ряд», на Павелецком вокзале и в ТЦ «Водный», рост интереса к франшизе Cofix.
- Организация пресс-конференции в отеле Four Seasons для журналистов ведущих бизнес и lifestyle изданий.
- Общий охват аудитории в первые два месяца запуска страниц в социальных сетях Facebook, Instagram, VKontakte: более 25 000 000 человек.

→ **СМИ:**

«Коммерсантъ Деньги», «Москва-24», Life.ru, Afisha Daily, The Village и др.

cofix

39

журналистов
ведущих СМИ

>100

публикаций в СМИ



«Мастера гостеприимства»

→ Это проект, направленный на раскрытие потенциала профессионалов, формирование новых традиций, повышение стандартов сервиса и престижа профессий в сферах туризма и гостеприимства.

→ Что было сделано:

- В рамках заявочной кампании команда PR Partner обеспечивала работу пресс-офиса, поиск партнёров, размещение публикаций у блогеров, ведение социальных сетей.
- За один месяц сотрудничества:
- о конкурсе «Мастера гостеприимства» в СМИ было упомянуто более 4000 раз в таких изданиях как: Russia today, РИА Новости, Газета.ру, Известия, РБК Pink, Рен ТВ, Life.ru, ОК;
- команда привлекла 10 партнёров, среди которых Туту.ру, Metro Cash&Carry, ПИР Экспо и отраслевые издания;
- привлечено более 30 блогеров и экспертов отрасли для анонсирования конкурса. Посты в социальных сетях разместили лучшие шеф-повара страны – Виталий Истомин, Артём Лосев, Василий Емельяненко; лидеры отрасли – Елена Меркулова, Алекс Русу, Леонид Гелибтерман и другие.

→ >4 000:
упоминаний в СМИ

Декабрь 2019 г.

1

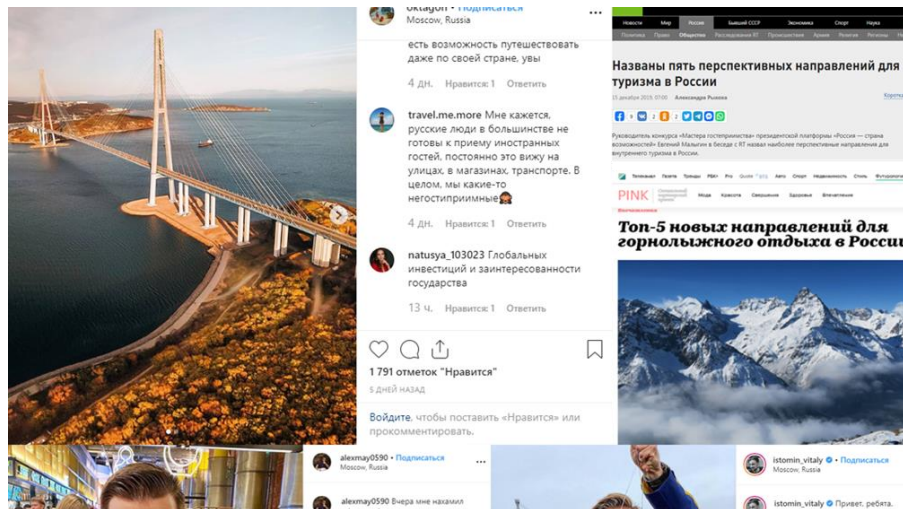
месяца

>30

публикаций у блогеров

10

партнеров



«Цифровой прорыв»

→ «Цифровой прорыв» — всероссийский проект, направленный на выявление и раскрытие потенциала специалистов в сфере информационных технологий, дизайна и управления цифровыми проектами.

→ **Что было сделано:**

- Финал конкурса состоялся 27–29 сентября в Казани, куда в пресс-тур были приглашены 20 ведущих изданий для освещения заключительного этапа конкурса.
- В рамках пресс-тура журналисты смогли не только погрузиться в проект, но и познакомиться с культурой и национальной кухней Республики Татарстан.
- Помимо сопровождения журналистов пресс-тура команда PR Partner выполняла работу пресс-офиса: написание и рассылка новостей с площадки в режиме реального времени, координация работы региональных СМИ, организация интервью со спикерами и участниками проекта.



ЦИФРОВОЙ
ПРОРЫВ

>6 000

упоминаний в СМИ о финале конкурса
27–29 сентября в Казани

Рекорд Гиннеса

Самый большой в мире хакатон

20

СМИ-участники пресс-тура:
«Ведомости», ТАСС, Hi-Tech Mail.ru,
Газета.ру, НОЖ, RNS, Tadviser,
«Российская газета».



«Цифровой прорыв»

→ «Цифровой прорыв» — всероссийский проект, направленный на выявление и раскрытие потенциала специалистов в сфере информационных технологий, дизайна и управления цифровыми проектами.

→ Что было сделано:

- Конкурс «Цифровой прорыв» является проектом федерального масштаба, поэтому для привлечения максимального количества участников был проделан большой блок анонсирующей кампании: публикации в СМИ, привлечение инфопартнеров, ведение социальных сетей.
- За весь период сотрудничества были привлечены деловые, отраслевые и региональные СМИ, такие как: Lenta.ru, Газета.ру, ФедералПресс, Regnum, Tdaily, ComNews.



ЦИФРОВОЙ
ПРОРЫВ

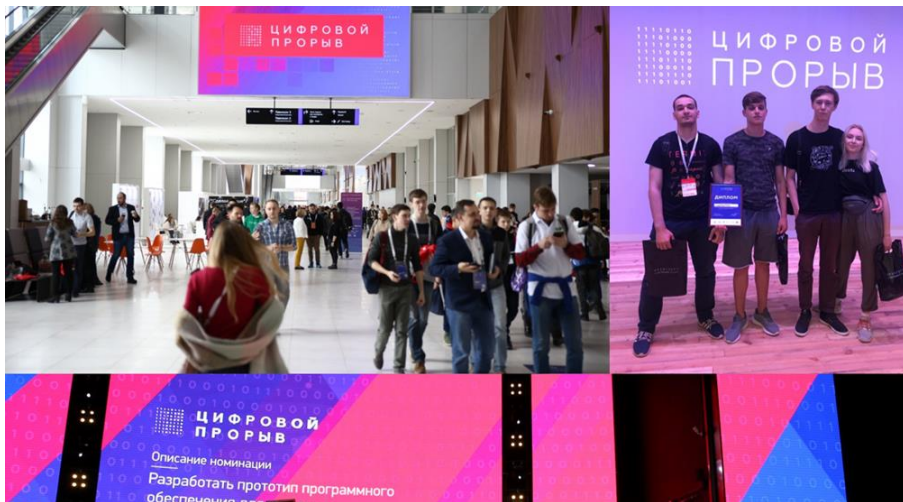
>66 000

заявок на участие

11

информационных партнеров:

Lenta.ru, Газета.ру, ФедералПресс, Regnum, Tdaily, ComNews и т.д.



«Цифровой прорыв»

→ Что было сделано:

- В рамках полуфинала конкурса проводилось 40 хакатонов в разных городах страны. Региональные репортажи вышли на таких каналах как: Первый канал, Россия 1, Рен ТВ, ТВЦ.
- Помимо приглашения журналистов, сотрудники PR Partner работали «в полях» более чем в 20 городах: занимались организацией пресс-подходов к спикерам, общались с представителями СМИ и координировали их работу на площадке.
- Блок работы — общение с хакатонщиками и поиск ярких историй для СМИ и продвижения конкурса через участников проекта. В каждом городе проведения регионального этапа было не менее 2 интересных героев, которые в дальнейшем участвовали в съемках видеоинтервью, новостных сюжетах региональных и федеральных телеканалов.

1111111111
1111111111
1111111111
1111111111
1111111111
1111111111
1111111111
1111111111ЦИФРОВОЙ
ПРОРЫВ

40

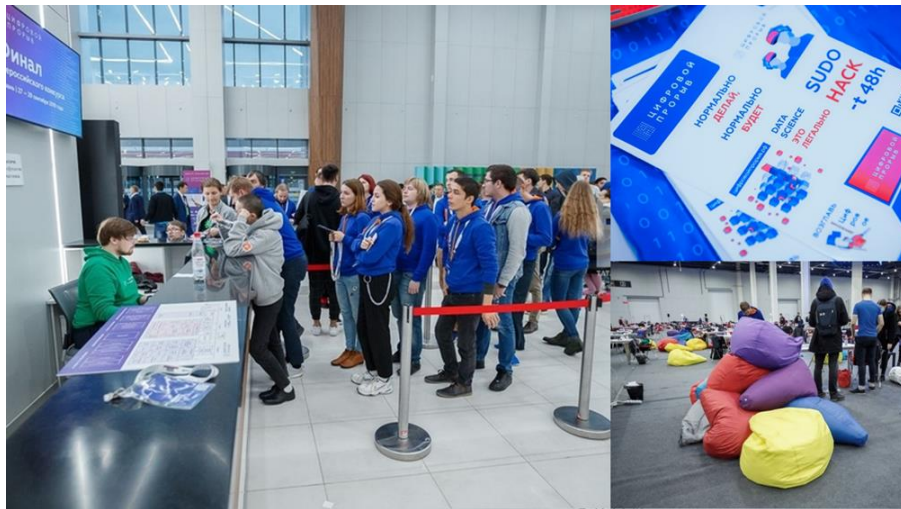
хакатонов

80

видеоинтервью

50

историй успеха



«Пушкин-ФЕСТ»

→ Нашей целью было привлечение аудитории к юбилейному фестивалю.

→ Что было сделано:

- Анонсирование мероприятия началось за месяц до старта.
- За это время агентство привлекло шесть информационных партнеров и провело полный цикл работы по координации сотрудничества.
- Также команда PR Partner отвечала за приглашение и аккредитацию СМИ на спектакли и мастер-классы в рамках фестиваля.
- Для анонсирования мероприятия в социальных сетях у блогеров и в группах были подготовлены и размещены посты («Интересная Москва», «Москва Live», «События Москвы», «KudaGo Москва», «Завтра в Москве / Афиша Москвы», блогер @yana.nirvana).
- По итогам распространения пресс-релизов о фестивале вышло 80 анонсов мероприятия.

6

информационных партнеров (ТАСС, Москва 24, Радио «Шоколад», «Домашний очаг», «Арт Московия», Letidor

80

выходов анонса в СМИ: REGNUM, The Village, TACC, Москва 24, Радио «Шоколад» и др.



METRO

→ Создание коммуникационной платформы для взаимодействия ключевых игроков рынка — представителей малого и среднего бизнеса, государственных органов, поставщиков товаров и услуг, СМИ, независимых ассоциаций при поддержке компании METRO.

→ Что было сделано:

- Привлечение информационных партнеров из сферы «Деловые СМИ» для освещения деятельности выставки для B2B аудитории,
- Приглашение журналистов на выставку,
- Организация пресс-центра во время работы выставки.
- Привлечение деловых СМИ в качестве инфопартнеров.
- Агентство занималось адаптацией текстов для рассылок и новостей в СМИ, согласованием материалов с партнерами и контролем исполнения договоренностей.
- На три дня работы выставки была организована работа пресс-офиса и регистрация журналистов.

→ 131:

СМИ (РБК, Интерфакс, «Ведомости», МИР 24, ТАСС, РИА Новости, НТВ и др.)

Март 2019 г.

METRO

14

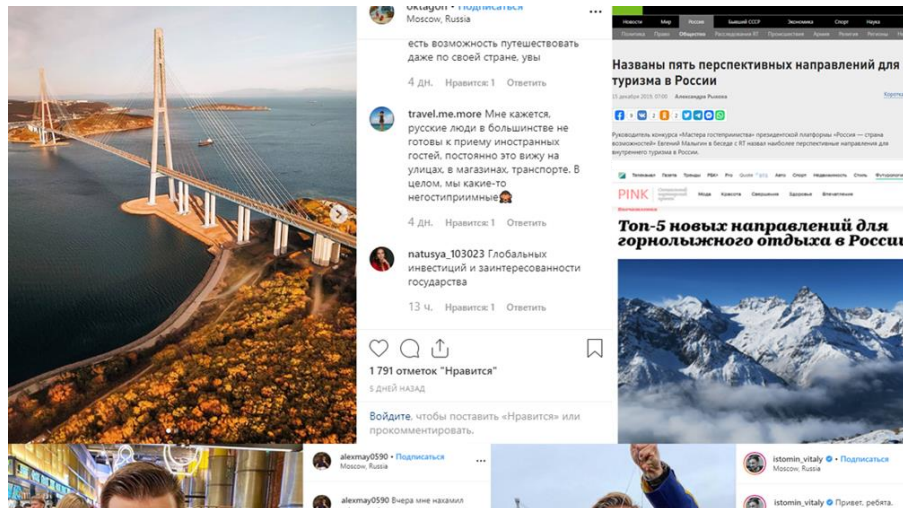
пресс-релизов

5

информационных партнеров: ПРАИМ, МИР 24, «Интерфакс», Finam.ru, News.ru

1 000

публикаций



Oracle

→ Информационная поддержка Oracle Cloud Day — крупнейшей конференции по облачным технологиям и инновационным решениям. Для увеличения посещаемости конференции.

→ **Что было сделано:**

- Приглашение к сотрудничеству инфопартнеров из сферы ИТ, в том числе крупнейших ИТ-изданий.
- Адаптация текстов для рассылок и новостей в СМИ, размещение на информационных порталах.
- Реализация сотрудничества: согласование материалов с партнерами, контроль исполнения договоренностей.
- Приглашение и аккредитация СМИ на мероприятие.
- Координация на площадке и регистрация журналистов.

ORACLE

>900

участников конференции

8

информационных партнеров: Cnews, ICT-Online, OSP и др.

>90

публикаций в СМИ



Fashion show MEGUSTRO

12

публикаций
в Fashion СМИ

→ Организация пресс-тура и привлечение инфопартнеров на Fashion show MEGUSTRO в Санкт-Петербурге.

→ Что было сделано:

- Целью работы агентства было освещение мероприятия в глянцевых и lifestyle-СМИ.
- Организация пресс-тура для редакторов fashion-отделов ведущих глянцевых СМИ: Marie Claire, Maxim, Elle Girl, Aeroflot Style и др.
- Приглашение инфопартнеров и реализация сотрудничества с газетой Metro. Санкт-Петербург: согласование материалов с партнером, контроль исполнения договоренностей.
- Сопровождение журналистов на мероприятии, организация интервью с дизайнерами и шеф-поварами.
- Адаптация пост-релиза и распространение в СМИ.

→ СМИ:

Marie Claire, Cosmopolitan, Maxim, Elle girl, Aeroflot Style, Sobaka.ru, Metro и др.



Sony Pictures

→ Поддержка международного фестиваля короткометражного кино Picture This от Sony Pictures.

→ **Что было сделано:**

- Мы договорились о партнёрстве с 14 школами и вузами, в которых есть режиссёрские курсы: Высшая Школа Телевидения «Останкино», ВГИК, Высшая Школа Экономики, Школа телевидения и кино «Индустрия», Молодёжный центр Союза кинематографистов России, Экологический правовой центр «БЕЛЛОНА» и др.
- Школы и вузы размещали в соцсетях, на сайтах и на стендах учебных заведений информацию о конкурсе, а также делали рассылки по ученикам.
- Мы договорились об информационном партнёрстве со СМИ направления «Кино» и направления «Экология» («Киноафиша.info», bellona.ru, moviestart.ru, «Спутник»), которые публиковали информацию о конкурсе.



39

журналистов

39

работ на конкурсе от России



The Body Shop

→ Вирусное видео для привлечения внимания к бренду The Body Shop в преддверии 8 марта.

→ **Что было сделано:**

- Мы сняли вирусный ролик, в котором опрашивали мужчин, знают ли они, для чего женщины используют те или иные косметические средства.
- По итогам опроса мы нарезали забавное видео с ответами и реакциями мужчин на 1 и 3 минуты. В конце ролика предоставлялся промокод на скидку в магазинах The Body Shop.
- Вся реализация от идеи проекта до съёмки и монтажа производилась агентством PR Partner (сценарий, кастинг, студия, работа с подрядчиками, монтаж).
- Посев ролика в блогосфере.

298 423

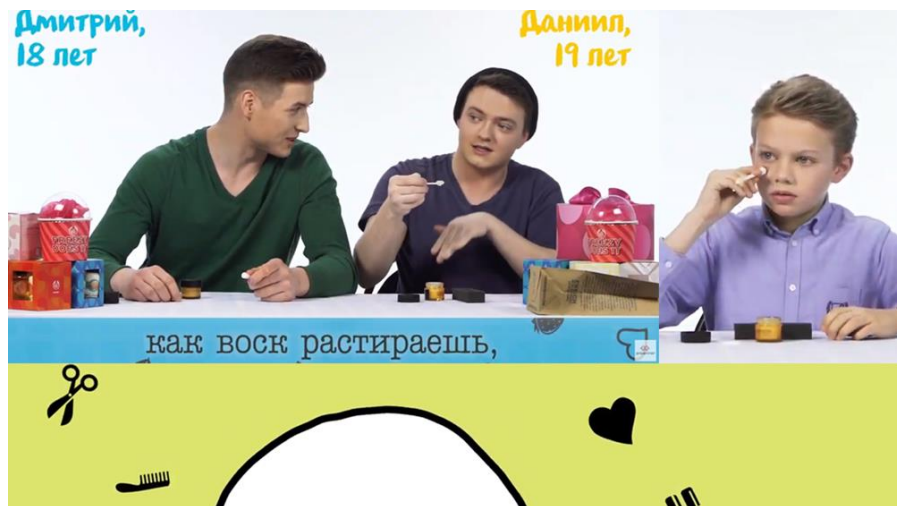
просмотра (к 8 марта)

22 122

лайков

>600

комментариев, 45 репостов
(Facebook, Instagram, VK,
YouTube)



Sony Pictures



>300

аккредитованных СМИ

- PR-поддержка мероприятий в преддверии Олимпиады (с октября 2017 по март 2018):
- Чемпионат мира по самбо-2017 (ZASPORT — генеральный партнер),
 - Дружественная встреча с блогерами в офисе ZASPORT
 - Показ новых Олимпийской и casual-коллекций ZASPORT,
 - Флешмоб #РоссияЗАСПОРТ, организованный в честь поддержки российских олимпийцев после отказа в допуске на Олимпиаду 2018,
 - Открытие флагманского магазина ZASPORT на Новом Арбате.

→ Что было сделано:

- Участие в организации и координации (в т.ч. координация ТВ-съемок),
- Информационная поддержка,
- Приглашение СМИ и блогеров,
- Аккредитация СМИ,
- Подготовка и распространение пресс-релизов и follow up,
- Организация конкурсов в СМИ в рамках мероприятий,
- Конкурсы в социальных сетях МАТЧ ТВ и ЖАРА ТВ приуроченных к Чемпионату Мира по самбо-2017.

→ СМИ:

Деловые и общественно-политические («Коммерсантъ», «РБК», «Ведомости» и др.); Lifestyle (Cosmo.ru, SNC, Grazia, Tatler, Marie Claire и др.); Отраслевые («Матч ТВ», Чемпионат.com, Retail.ru и др.); Информационные агентства (МИА «Россия сегодня», ИА ТАСС, Reuters); ТВ («Россия 24», «НТВ», «ОТР», «Пятница», «Ю ТВ»).

Октябрь 2017 г. — март 2018 г.

>600

комментариев, 45 репостов (Facebook, Instagram, VK, YouTube)



Oracle

→ Информационная поддержка Oracle Modern Business Forum — делового форума по стратегиям управления и бизнес-сервисам. Организация пресс-конференции в рамках форума.

→ **Что было сделано:**

- Приглашение к сотрудничеству инфопартнеров, в том числе крупнейших ИТ-изданий, а также изданий для топ-менеджеров, HR и др.
- Адаптация текстов для рассылок и новостей в СМИ и их размещение на информационных порталах.
- Реализация сотрудничества: согласование материалов с партнерами, отслеживание исполнения договоренностей.
- Приглашение и аккредитация СМИ на мероприятие.
- Регистрация журналистов и координация их на площадке.

>300

участников форума

12

информационных партнеров: Cnews, ComNews, Retail&Loyalty, «Национальный банковский журнал» и др.

>80

публикаций в СМИ



SRV Development

→ Информационная поддержка On/Ohta Forum: бизнес-мероприятия, посвящённого трендам в сфере торговой недвижимости и ритейла.

→ **Что было сделано:**

- Приглашение к сотрудничеству инфопартнеров (привлечено – 10, реализовано пять).
- Написание пресс-релизов, адаптация текстов для рассылок и новостей в СМИ и на информационных порталах. Реализация сотрудничества: согласование материалов с партнерами, отслеживание исполнения договоренностей.
- Приглашение и аккредитация СМИ на мероприятие.
- Регистрация журналистов и координация их на площадке.

>150

участников

5

информационных партнеров:
Арендатор.ру, New Retail,
ShopAndMall и др.

>30

публикаций в СМИ



Yadro

→ Информационная поддержка мероприятия «YADRO Импульс».

→ **Что было сделано:**

- Приглашение журналистов на мероприятие российской высокотехнологичной компании, которая впервые представила СМИ и партнерам уникальные флагманские продукты собственной разработки.
- Ивент прошел в Московском Планетарии.
- Концепцией мероприятия стала тема русского конструктивизма.

→ **СМИ:**

«Ведомости», РБК, «Генеральный директор», Information Security, PCWeek и др.



23

журналиста

>30

публикаций в СМИ



КРОК

→ Приглашение журналистов на празднование 25-летия компании КРОК.

→ **Что было сделано:**

- Приглашение СМИ на мероприятие, телемаркетинг;
- Формирование базы СМИ;
- Рассылка приглашений;
- Аккредитация СМИ на мероприятие;
- Работа на ивенте совместно с коллегами из КРОК;
- Более 350 гостей приняли участие в мероприятии.

→ **СМИ:**

МИА «Россия Сегодня», Forbes, BFM.ru, «Интерфакс» и др.

КРОК

>40

журналистов



IQ Option

→ Информационная поддержка первого хакатона компании IQ Option – Fintech Hackathon.

→ **Что было сделано:**

- Формирование пакетов информационного партнерства, достижение договоренностей, переговоры.
- Отслеживание процесса работы информационных партнеров.
- Формирование базы СМИ.
- Приглашение СМИ на мероприятие.
- Написание и рассылка пресс-релиза.
- Организация публикаций основателя компании-организатора.
- Распространение и follow-up пост-релиза.



300

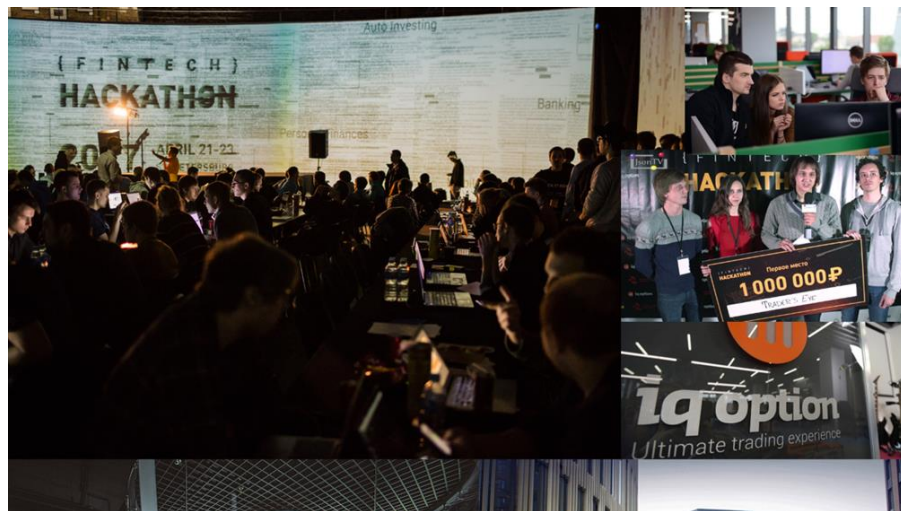
участников хакатона

4

интервью основателя IQ Option

17

инфопартнеров: Head Hunter (hh.ru), бизнес-инкубатор «Ингрия», бизнес-инкубатор ВШЭ, Apps4All, ФРИИ и др.



PR в IT

→ Шестая ежегодная конференция для специалистов Public Relations в сфере IT и Телеком — «PR в IT».

→ **Что было сделано:**

- Разработан новый уникальный фирменный стиль и лендинг конференции (<http://pritconf.ru/>).
- Приняли участие 10 российских спикеров, включая представителей руководителей PR-служб ИТ-компаний, таких как Parallels, Skyeng, ФРИИ, Mail.ru Group, ABBYY.
- Была проведена дискуссия на тему фейковых новостей и их роли в продвижении брендов, в которой приняли участие журналисты — Олег Капранов и Леся Рябцева, и PR-директора — Светлана Новикова (Phystech Ventures) и Ольга Алексеева (Yota).
- Одной из частей конференции стало проведение сессии «Media Speed Dating: быстрые встречи с журналистами» с деловыми и ИТ-изданиями для 10 компаний.

10

спикеров

50

офлайн-участников

80

человек смотрели онлайн-трансляцию



IPRN

→ Организация ежегодного общего собрания международной PR-сети IPRN, которое впервые за 40 лет существования было проведено в Москве.

→ **Что было сделано:**

- Была выбрана площадка, соответствующая двум основным критериям: удобное расположение в центре Москвы, возможность проживания и проведения деловой сессии на выбранной площадке.
- Выстроена детальная программа деловой сессии, прописан четкий тайминг мероприятия.
- Был проведен гала-ужин и награждение победителей на корабле Radisson Royal.
- В развлекательной программе были включены: мастер-класс по русской кухне, экскурсия по Красной площади и посещение Большого театра.



27

иностранных участников из 19 стран

3

публикации в медиа

Forbes USA

вышла статья про российский PR



Wilo Rus

→ Информационная поддержка открытия завода Wilo Rus.

→ **Что было сделано:**

- Мероприятие проходило в подмосковном Ногинске, для гостей был организован трансфер.
- Поле официальной части и пресс-конференции для СМИ и гостей были проведены групповые экскурсии по новому заводу.
- Открытие посетили такие гости, как Дмитрий Медведев, председатель Правительства РФ, Андрей Воробьев, губернатор Московской области, Оливер Гермес, председатель правления концерна Wilo SE, и многие другие.

→ **СМИ:**

«360° Подмосковье», Строительство.ru, «ВОМС», С.О.К. и многие другие

wilo

>300

гостей

18

журналистов



«Эталон-Инвест»



63

журналиста

→ Информационная поддержка мероприятия «Эталон-Инвест», посвященного 55-ой годовщине со дня исторического полета Юрия Гагарина в космос, а также открытию макета космического корабля «Восток-1» в День космонавтики.

→ Что было сделано:

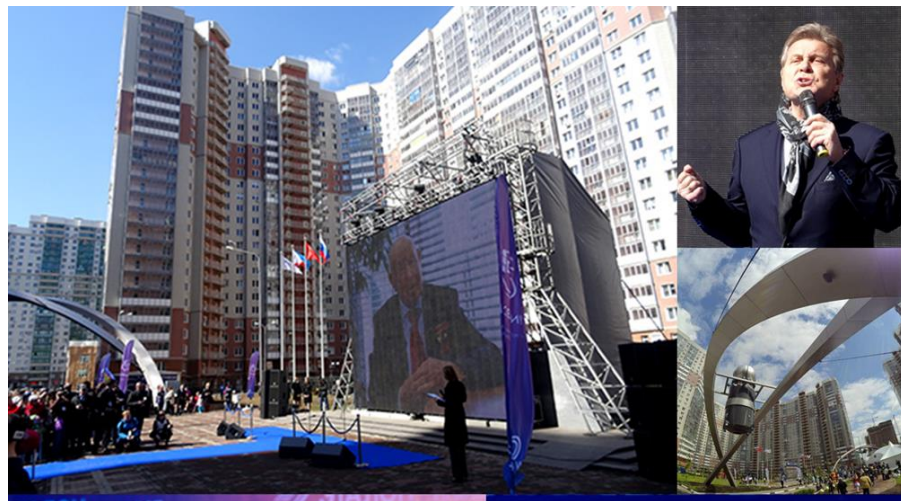
- На мероприятии в мкр. «Изумрудные холмы» в Красногорске было открытие второго космического корабля на Аллее Космонавтов — «Восток 1», где была воссоздана звуковая и визуальная атмосфера старта космического корабля. В мероприятии принимали участие Лев Лещенко, по видеосвязи космонавт А.А. Леонов.
- Агентство работало над освещением события в СМИ, приглашало и организовывало трансфер для журналистов, а также инициировало пост-публикации.

→ СМИ:

МИА «Россия сегодня», «РБК», «МИР24», «360° Подмосковье», «КР-ТВ», «Красногорские вести», «Недвижимость и цены» и др.

>60

публикаций в медиа



«Креатив и эмоции в PR»

26

спикеров

→ Новое время требует новых идей. Поэтому мы придумали особенную пятую ежегодную конференцию PR Partner «Креатив и эмоции в PR».

→ Что было сделано:

- Два потока, пять секций и 26 российских спикеров с самыми успешными кейсами за последние два года (Fancy Shot, Dada Creative, Hungry Boys, Red Keds, Сметана, Beeline, Альфа-Банк, Acronis, PR Studio и мн.др.)
- Активные дискуссии о том, как создаются нестандартные идеи, о международном пиаре, о репутационных кейсах.
- Более 200 участников — специалистов в области PR, маркетинга, и рекламы.

200

участников



КОГДА РЕЗУЛЬТАТ ГОВОРИТ ЗА НАС

Event-практика PR Partner — творческая, заслуживающая доверия, профессиональная и дружелюбная команда.

Агентство помогает компаниям рассказать о себе на российском рынке. Их помощь нам для налаживания деловых отношений в сфере международной торговли неоценима.



СИЛЬВИА ЛОРЕНА КАРЕНЬО ДИАЗ

генеральный директор
Marketing Q Strategies & Communications

Для нас удовольствие работать с PR Partner. Все PR и Event-менеджеры, с которыми мы работали, были яркими, творческими и усердными.

Мы довольны всеми возможностями для публикаций в СМИ, которые PR Partner инициирует для нас в России.



СТЕФАНИ СМИТ

менеджер по коммуникациям Avast

prpartner

ОБСУДИМ ВАШ ПРОЕКТ?



+7 (499) 647 47 17



prpartner.ru

