

PR AGENCY

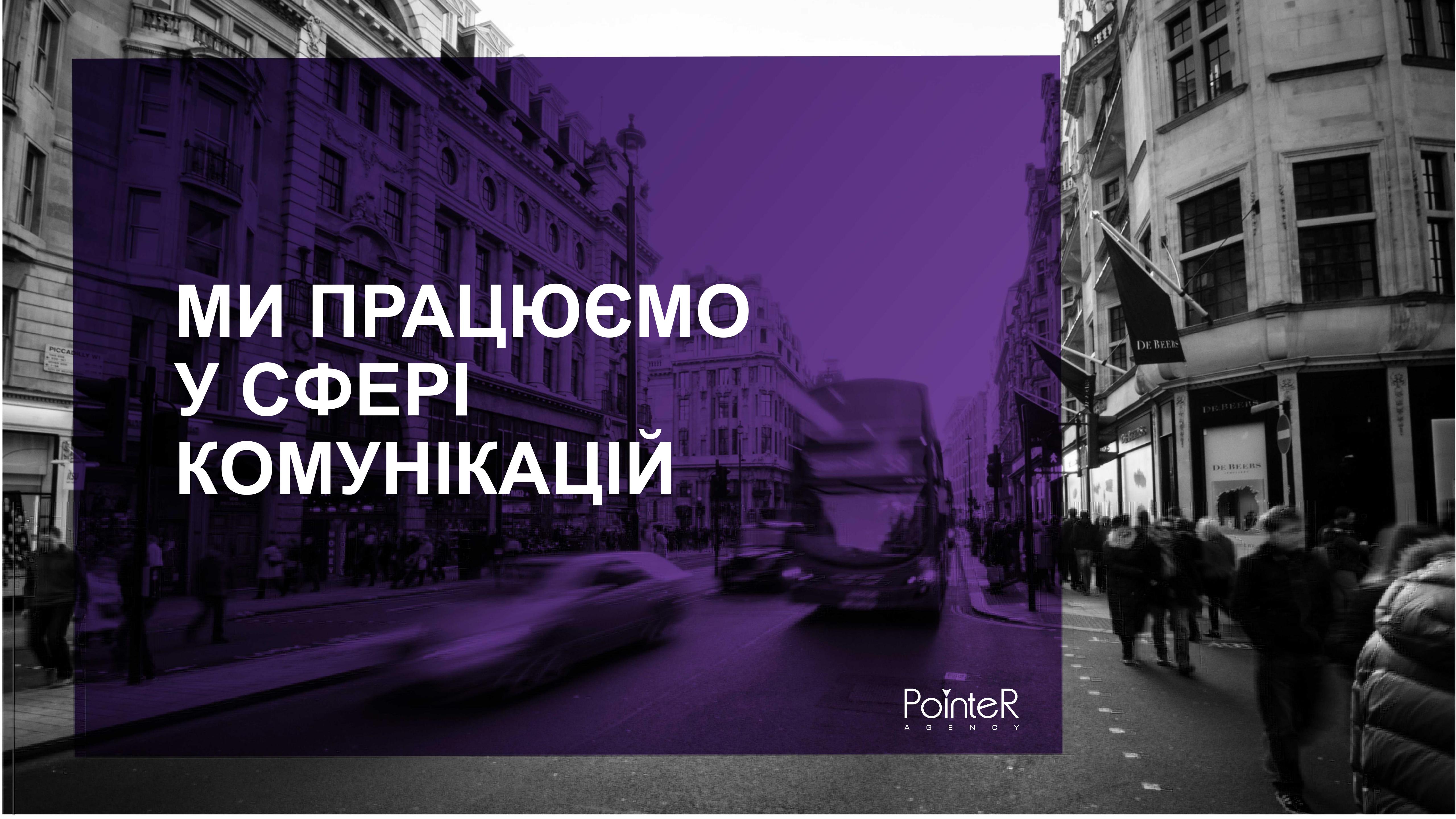
PUBLIC RELATIONS

EVENTS

OPINION LEADERS

Pointer
A G E N C Y

— В ТОП-10 РЕЙТИНГУ PR-АГЕНТСТВ УКРАЇНИ



МІ ПРАЦЮЄМО
У СФЕРІ
КОМУНІКАЦІЙ

PointeR
AGENCY

**ФОРМУЄМО І ПІДТРИМУЄМО
ПОЗИТИВНУ СУСПІЛЬНУ
ДУМКУ**

**ЗАБЕЗПЕЧУЄМО
КОМПЛЕКСНИЙ PR-
СУПРОВІД**

**ОРГАНІЗОВУЄМО ЗАХОДИ
БУДЬ-ЯКОЇ СКЛАДНОСТІ**



PUBLIC RELATIONS

- Консалтинг
- PR-кампанії
- Прес-офіс
- Антикриза

EVENTS

- Бізнес заходи
- Корпоративні заходи
- Концерти та фестивалі

KEY OPINION LEADERS

- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok



ABInBev / EFES

METRO



ФАЙНА ФАМІЛІЯ
КУХНЯ СМАЧНОЇ ЄВРОПИ

OSCE



фонд
ГРОМАДЯНИ

BG BAYADERA
GROUP



Aflubin® Plus
Афлубін Плюс

ipsm



ЛЮКСОПТИКА

VERSACE

BOSCH
Invented for life

E N S O

SOFTPROM



KMDШ

dentsu
LEGIS
network

Eucerin®



МОРШИНСЬКА



AVELLUM
INTERNATIONALLY
UKRAINIAN



IDS GROUP
UKRAINE



BILLA



etg.ua
незалежний
провайдер
енергії

AVON
the company for women



Valartin
pharma

SOCAR

REDMOND

UNIVERSALNA
A FAIRFAX COMPANY

ЕНЕРГОATOM

SEMKİ



EPSON



XLS MEDICAL

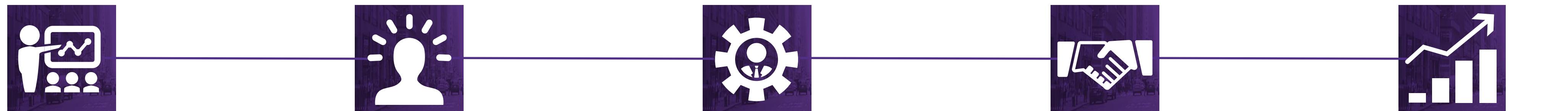


VELO

МИНІСТЕРСТВО
СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ
УКРАЇНИ



НАШ ПІДХІД



01

Вивчаємо
компанію/продукт/
послугу/персону

Аналізуємо
активність
конкурентів.
Формуємо цілі
та завдання

02

Вивчаємо
і аналізуємо цільові
аудиторії різними
методами (фокус-
група, соц.
опитування,
TNS, Gemius та
інше)

03

Виводимо інсайт,
на основі якого будуємо
імідж і позиціонування/
Ідею заходу/активності

04

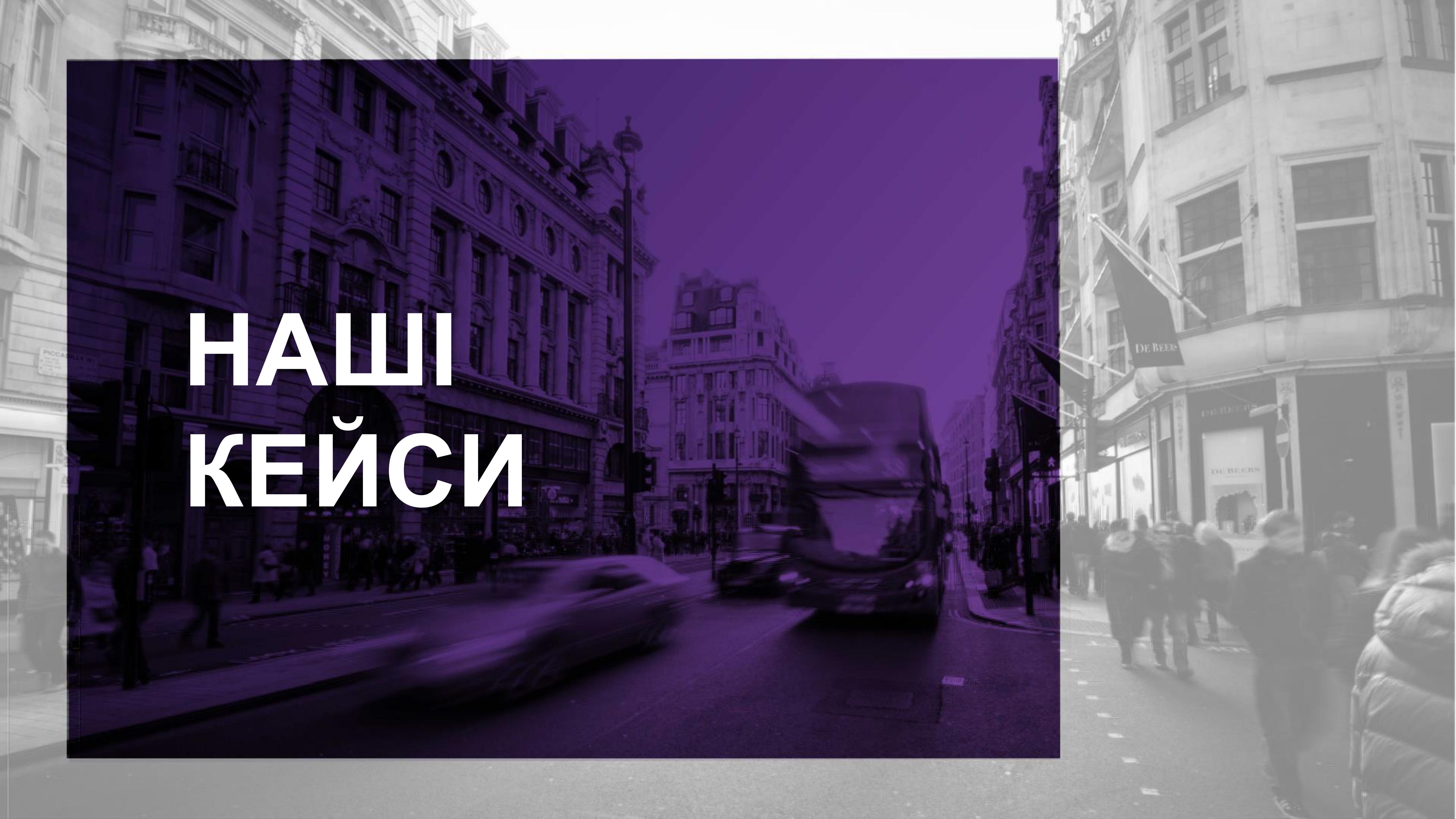
Визначаємо
інструменти,
формуємо
тактику та KPI

05

Реалізовуємо
кампанію
під ключ

06

Надаємо
результати
та аналізуємо
ефективність



НАШИ КЕЙСЫ

ПАРТНЕР



2016 - 2021

ПРОЄКТ

**КОМУНІКАЦІЙНА
СТРАТЕГІЯ
ПРЕС-ОФІС
СПЕЦПРОЕКТИ**



ПРОЄКТ «ОФІСУ РЕФОРМ»

ЦІЛЬ ПРОЕКТУ

Забезпечення діалогу між владою та українцями з питань реформ з метою заохочення та інформування громадськості про процес реформ в країні.

PR ІНСТРУМЕНТИ

- Прес-офіс (формування лояльного пулу журналістів)
- Комунікація та робота з лідерами думок
- Організація заходів та спецпроектів
- Аналітика
- Антикризове реагування

МАРКЕТИНГ ІНСТРУМЕНТИ

- SEO
- SMM
- E-mail Маркетинг



РЕЗУЛЬТАТИ

- **23 прес-заходи**
- **2 прес-тури** в жіночі колонії
- **Трафік сайту reforms.in.ua виріс на 60%**
- **Загальне охоплення кампанії соц.мережі: 245 126 (виросло у 7 разів)**
- **Більше 370 публікацій** (загальне охоплення: більше ніж 11 000 000)
- **Загальне охоплення публікацій та відео:** більш ніж 2 450 000
- **Organic Facebook Reach: 3 500**
- **Сприйняття реформ серед ЦА зросло на 16%-60%***

* Source: TNS Ukraine in 2016

Воїн світла чи диваний експерт: яка ваша доля?

13 питань



Коли в країні відбуваються зміни, не можна стояти осторонь! Чи можна? А якщо стояти осторонь тихенько, щоб ніхто не помітив... Разом з [Офісом підтримки Національної ради реформ](#) ми пропонуємо вам раз і назавжди визначитися із життєвою позицією та перевірити, чи готові ви докласти зусиль і нарешті змінити щось довкола. Правильних чи неправильних відповідей у тесті немає, тому проходьте його чесно (хоча б для себе).

За підтримки



ОБСЄ

Загальна Організація
для безпеки та співробітництва
в Європі
Індепендент Пресент

СПЕЦПРОЄКТИ

ІДЕЯ:

Онлайн-тест - Хто ти - воїн світла чи диваний експерт?"

ПЛАТФОРМА:

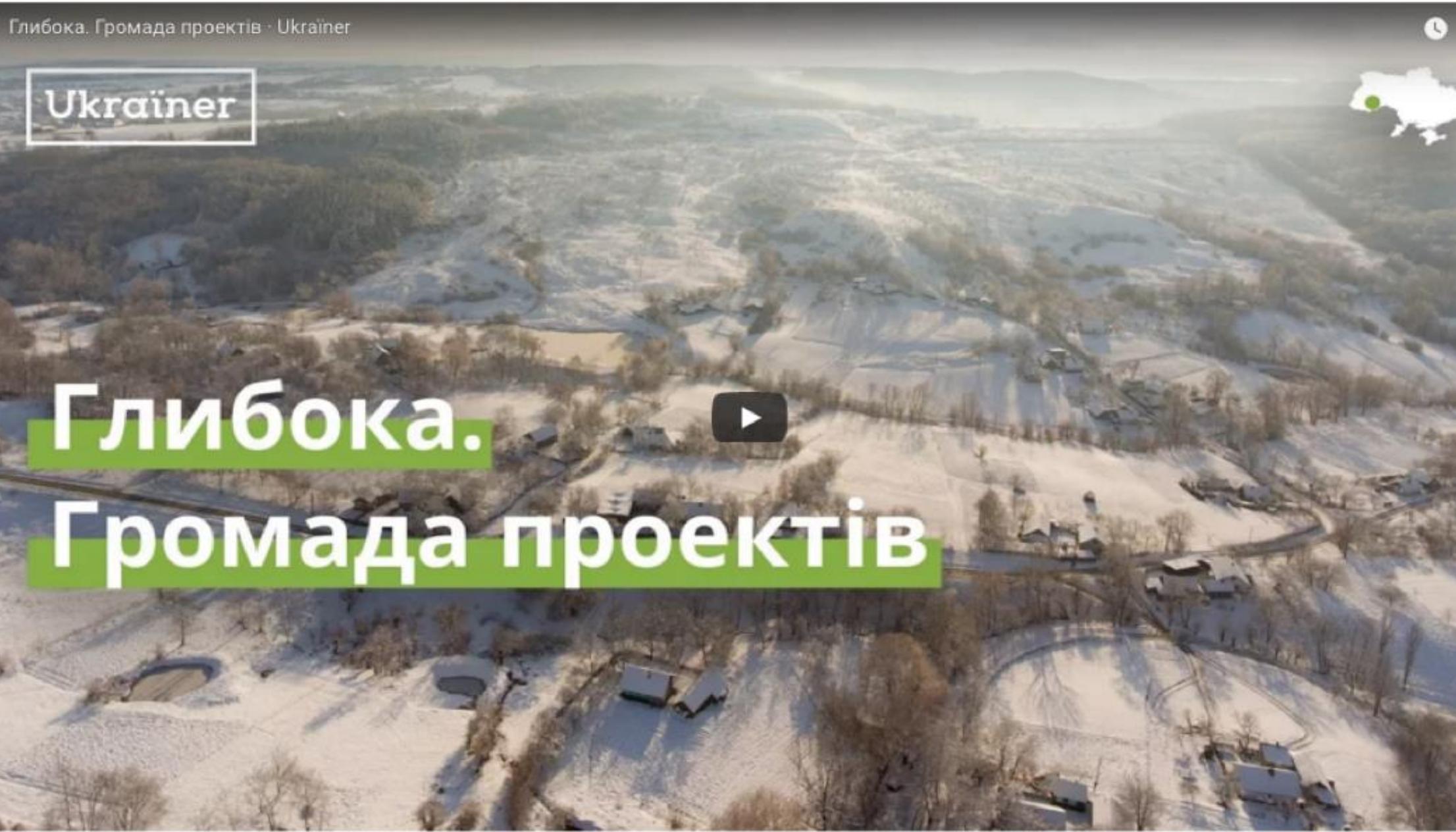
Platfor.ma

ПЕРІОД:

30 днів

РЕЗУЛЬТАТ:

- 16 000 унікальних переглядів
- 10 400 учасників



СПЕЦПРОЄКТИ

ЦІЛЬ

Підтримати реформи децентралізації, мотивувати українців активно брати участь в розвитку локальних ініціатив.

ІДЕЯ

Створення інтерактивного формату та демонстрація історії успіху на прикладі реальних кейсів як прикладу дії!

ПЛАТФОРМА

<http://ukrainer.net>

СТОРІНКИ ПРОЄКТУ:

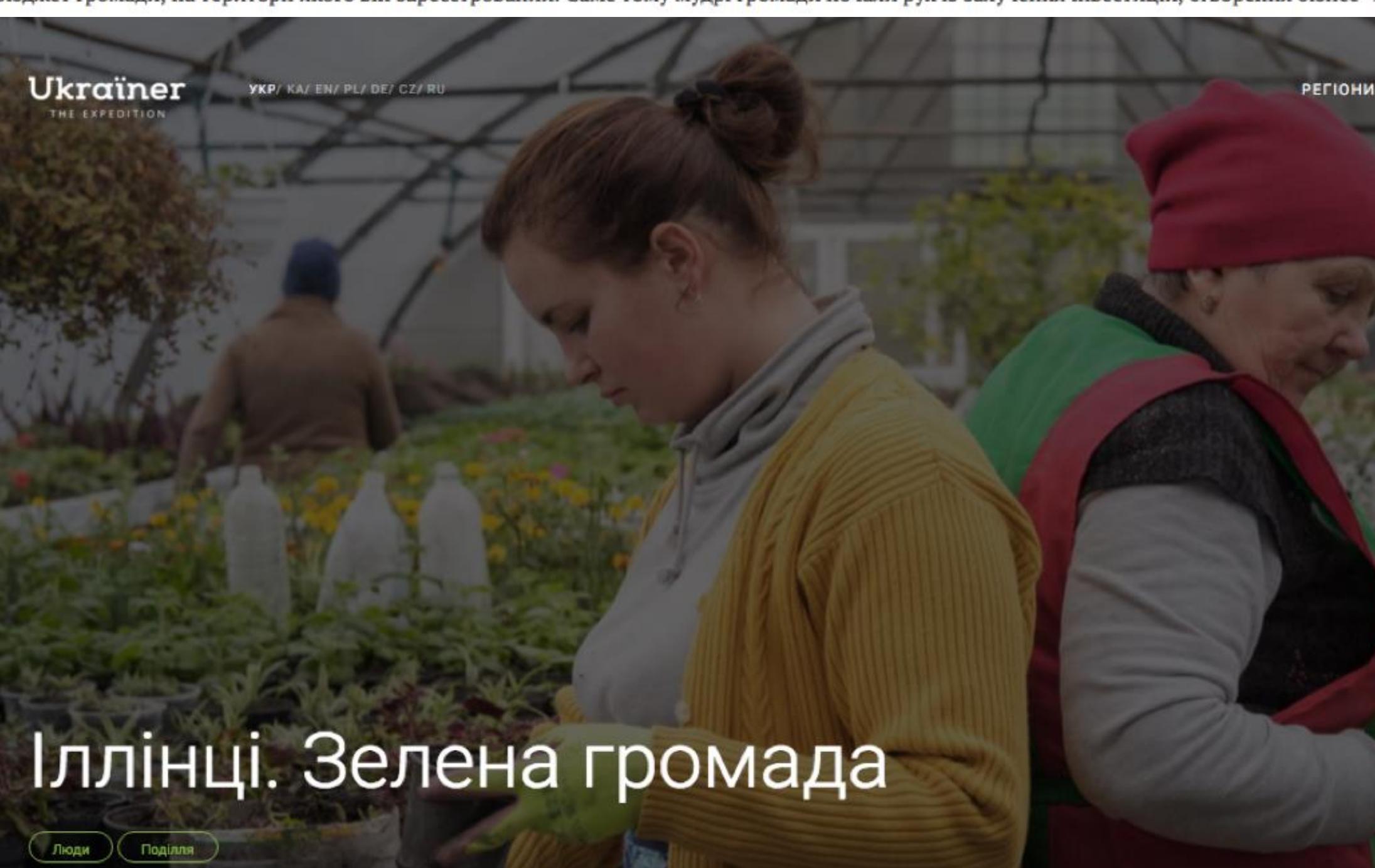
<http://ukrainer.net/illintsi/>

<http://ukrainer.net/glyboka-gromada-proektiv/>

ПРОМО

Головна сторінка

Соц.мережі



Іллінці. Зелена громада



КАМПАНІЯ З ПРОТИДІЇ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ

ЦІЛІ

- Руйнування міфів стосовно домашнього насильства
- Формування обізнаності та компетентності ЗМІ у темі домашнього насильства
- Формування нульової толерантності суспільства до домашнього насильства

РЕАЛІЗАЦІЯ

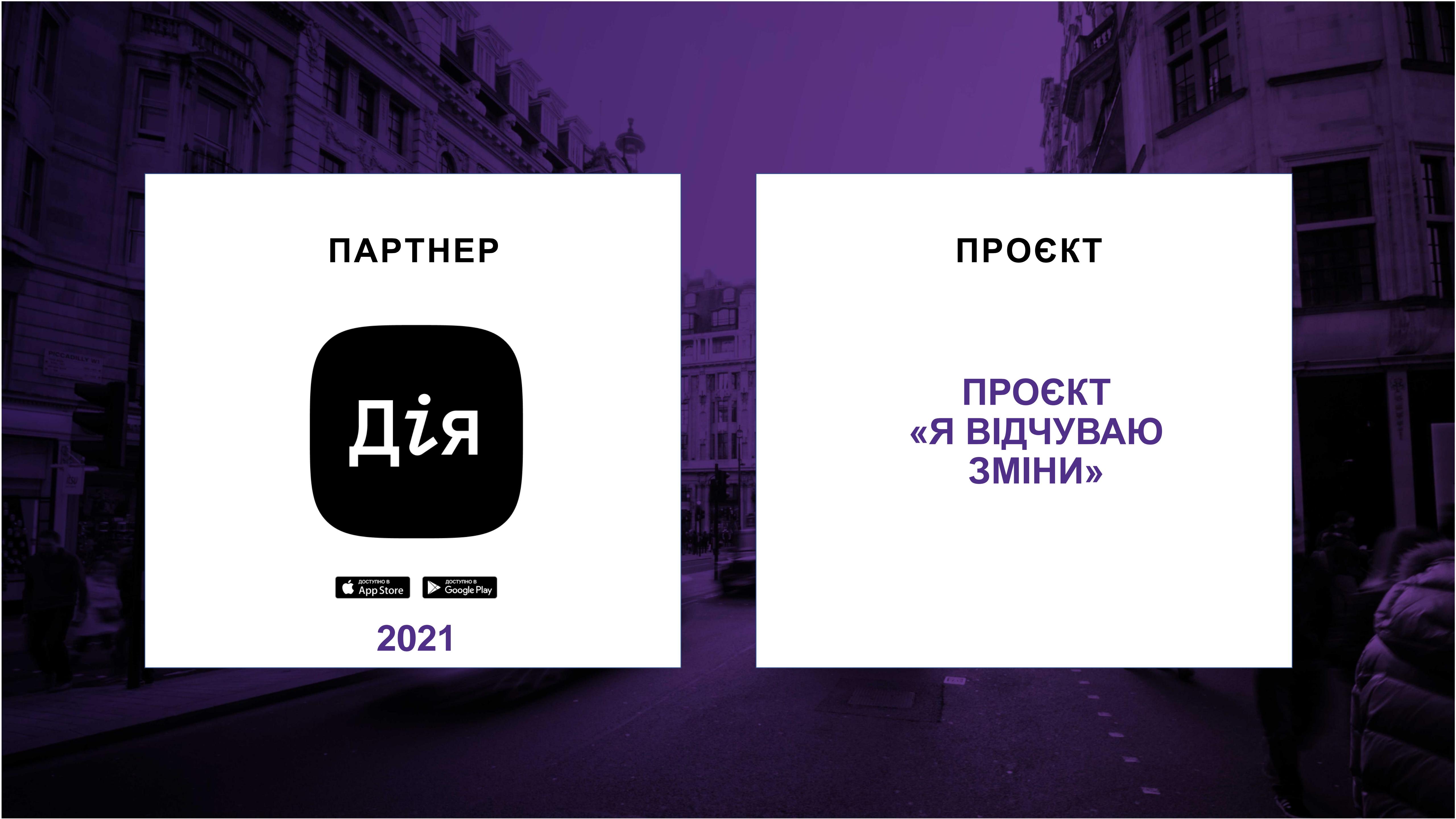
- Прес-офіс (формування лояльного пулу журналістів)
- Організація заходів для ЗМІ та лідерів думок
- Комунікація та робота з лідерами думок
- Підтримка комунікації в соцмережах

ПРОТИ ДОМАШНЬОГО НАСИЛЬСТВА

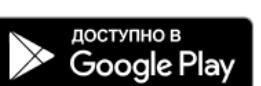


РЕЗУЛЬТАТИ

- **2 прес-тури** до Академії патрульної Поліції України та центру соціальних служб, **явка – 75%** від акредитації
- Підготовка **13 спікерів** в рамках прес-турів
- Понад **20 публікацій, сюжетів на ТБ та ефірів на радіо** в рамках соціальної кампанії
- Проведено **розіграш** посібників, у якому взяло участь близько **300 учасників**
- Більше **2000 взаємодій** (лайки/шейри/коментарі) на сторінці Координатора проектів ОБСЄ в Україні на Facebook у період кампанії
- **10 запущених лідерів думок**
- **Загальне охоплення кампанії:** понад 1 500 000, понад 16 000 уподобань, понад 900 коментарів



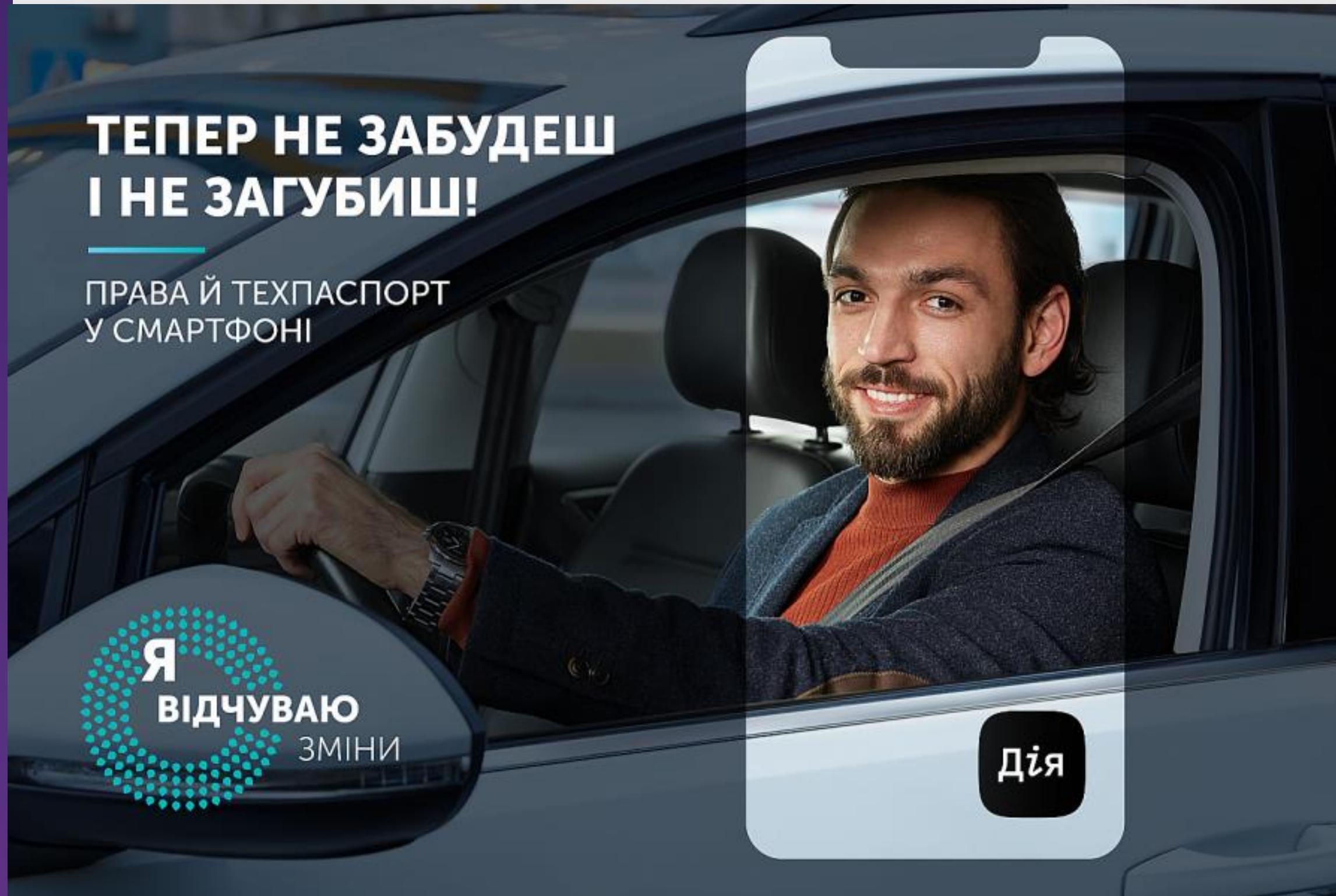
ПАРТНЕР



2021

ПРОЄКТ

ПРОЄКТ
«Я ВІДЧУВАЮ
ЗМІНИ»



DIGITAL-ПРОЄКТ ІЗ ЗАЛУЧЕННЯМ ЛОМіВ

ЦІЛІ

- Донести до цільової аудиторії на прикладі послуг «Права в смартфоні» та «Ємалятко», що зміни у країні дійсно відбуваються

РЕАЛІЗАЦІЯ

- Комунікація зі ЗМІ через розсилки прес-релізів
- Кооперація з відомими лідерами думок, серед яких – Анатолій Анатоліч, Інна Мірошниченко, Міла Бараєва, Аревік Арзуманова, Дарина Власенко та інші.

ПРО ПРОЕКТ КОНТАКТИ

f o i t

ІДЕЇ ІНСАЙТИ РЕМЕСЛО БІЗНЕС ЛЮДИ М'ЯЗИ ТРЕНДИ НАХІНЕННЯ

ГЛАВНА / ІДЕЇ

ТЕПЕР НЕ ЗАБУДЕШ І НЕ ЗАГУБИШ!

ПРАВА І ТЕХПАСПОРТ
У СМА

Кабмін запустив кампанію «Я відчуваю зміни», щоб привернути увагу до діджиталізації державних послуг

11 ЛЮТОГО, 2021

dashkus • Подписаться Ukraine
Расскажу-ка я вам 2 истории про современный мир 😊 и экономию времени
История первая-когда родился в 2014 году маленький Лев, его документы нужно было оформить личной подачей(благо, не обязательно присутствие матери) и потом-пойти и получить прописку в местном центре оказания услуг-всё семей
Мне хотелось не житься дома с малышом 🤗, знакомиться, налаживать сон и ГВ, а не ездить по городу, сидеть в очереди с талончиком и переживать, как там мой ребёнок дома

anatoliyanatolich • Подписаться Ukraine
В цьому прямокутнику велика частина нашого життя. Тут ми спілкуємося зі своїми друзями за тисячі кілометрів, тут ми ділимся думками, от як зарах, наприклад, тут ми шукаємо натхнення, тут ми навіть читаємо книжки, хоча в паперових книгах лишився особливий шарм, погодьтеся.

mila_baraya • Подписаться Lviv, Ukraine
Одного разу я забула свою сумку в літаку по дорозі в Стокгольм 😱
Як добре, що паспорти були не в мене, школа було лише саму сумку, 800€, і водійські права.
По прильоту було багато справ, і відновити права нікак не доходили руки, не така проста це виявилась процедура.
Тоді я кілька місяців пройшла за кермом без прав 🙁
Звісно, я хвилювалась, чи не буде це проблемою, якщо мене зупинять.
Загалом, я часто можу забути ялому

arevik_arzumanova • Подписаться
Мы живем в дикой скорости. Купить новую сумочку, заказать пиццу, поездку на море – ок, ровно 5 минут, пару кликов, все готово! Сегодня онлайн-сервис – наше все! 🎉
Опция онлайн становится возможной даже там, где раньше все это нужно было «выжидать» часами, а то и днями или неделями. Вы слышали, что теперь можно носить права и техпаспорт в телефоне? Можно даже оформить свидетельство о рождении ребёнка, не выходя из дома. (Помимо этого, в состоянии после родов других забот явно хватает)

РЕЗУЛЬТАТИ

- Загальне охоплення проєкту в медіа – більше 300 000 користувачів
- Більше **35 постів та сторіз інфлюенсерів** про кампанію
- Загальне охоплення проєкту з лідерами думок – **900 000** користувачів
- Середній ER постів та сторіз – **2-3%**



CLIENT



2021 - ...

PROJECT

**PRESS OFFICE
PR SUPPORT
SMM SUPPORT**



ЦІЛІ ТА РІШЕННЯ

ЦІЛІ

- Побудова знання про компанію та її корпоративну діяльність
- Робота з в онлайн
- Лонч нових продуктів

РІШЕННЯ

- Зовнішній пресофіс
- ТОПи та рейтинги
- Події та продакт плейсмент
- Прес-тури
- Співпраця з лідерами думок
- Спецпроекти
- SMM
- SERM, Wikipedia, маркетинг локацій

Чернігівське
Початок перезапуску
національного бренду

Чернігівське
ABInBev / EFES

1988 – створення бренду Чернігівське в якості подарунку мешканцям на день народження міста.
1996 – корпорація Interbrew стає інвестором чернігівської броварні Десна і починає підтримувати інноваційний розвиток бренду, завдяки чому він швидко стає улюбленим пивом мільйонів українців.

Детальніше →

**Від кипіння до бродіння:
секрети харківського
пивоваріння**

Ми йдемо в майбутнє разом, не по одинці.
Нашим глобальним охопленням

- + ми пришвидшуємо прогрес
до більш сталого майбутнього!
- + + +

accelerator
100+

ABInBev

Coca-Cola

Unilever

COLGATE-PALMOLIVE

РЕЗУЛЬТАТИ 2021 (10 міс)

PR

- Близько 70 прес-релізів
- 22 інтерв'ю
- 13 колонок і коментарів експертів
- 18 ТОПів і рейтингів
- 1 прес-тур, 4 спецпроекти
- Інтегрована кампанія з інфлюенсерами (безалкогольне пиво)

SMM

- 200 публікацій у Facebook та Instagram з охопленням 1,5 мільйонів щомісяця
- Понад 110 000 охоплення постів по новому продукту
- Більше 3500 взаємодій з активациєю BUD/Mess

ЗАГАЛЬНЕ ОХОПЛЕННЯ 93,000,000
AVE ~5,000,000 UAH

ПАРТНЕР



2021

ПРОЄКТ

ПРОЄКТ
«ЛАНЦЮГ
СОБОРНОСТІ»



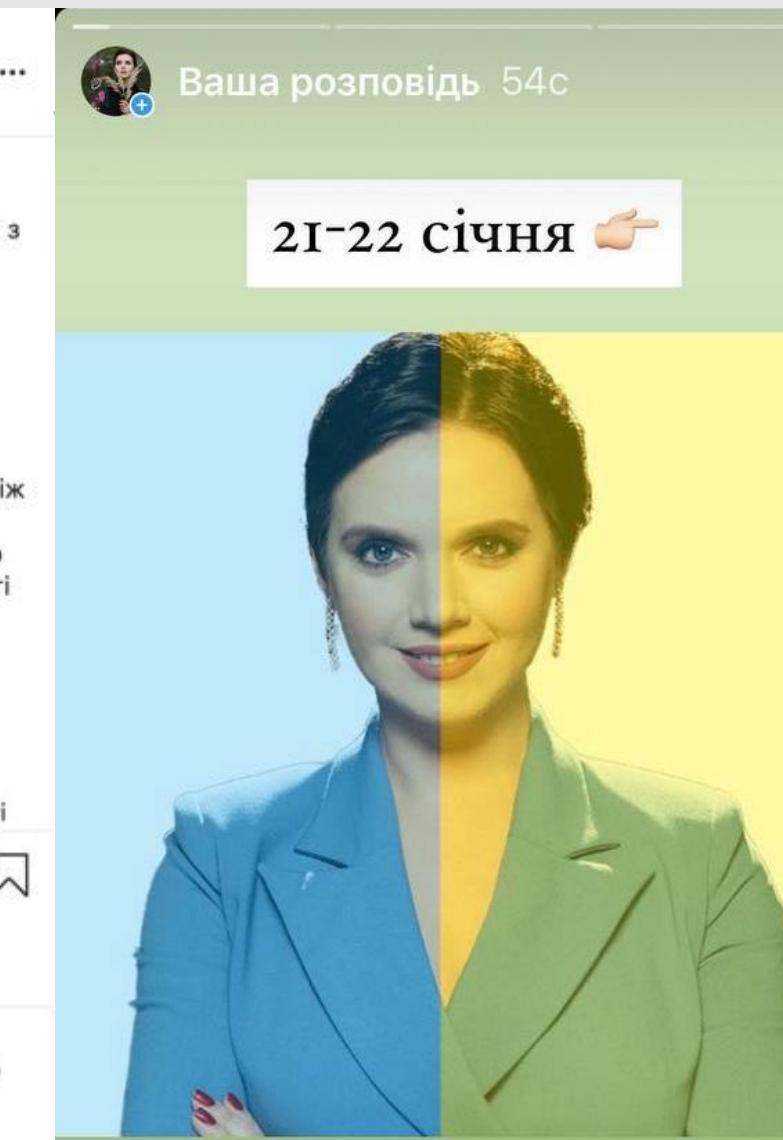
DIGITAL-ПРОЄКТ ІЗ ЗАЛУЧЕННЯМ ЛОМіВ

ЦІЛІ

- Об'єднати українців, створивши перший віртуальний ланцюг до Дня Соборності України між Києвом та Сімферополем за підтримки бренду «Козацька рада»

РЕАЛІЗАЦІЯ

Кооперація з відомими лідерами думок, серед яких – Джамала, Тарас Тополя, Яніна Соколова



Taras Topolia
21 января, 14:53 ·

Едність – це те, без чого неможливо вижити в наш непростий час. 21 січня 1990 року українці збудували один із найбільших живих ланцюгів в історії – "Українську хвилю". Тоді більше мільйона людей вийшли між Києвом та Івано-Франківськом, щоб відсвяткувати чергову річницю Соборності України. Вперше ми показали, що можемо! Сьогодні ми спільно будуємо перший в історії віртуальний ланцюг Соборності між Києвом та Сімферополем. Приєднуйтесь! Посилання: <https://unite-ukraine.com.ua>



РЕЗУЛЬТАТИ

- Охоплення в рамках проєкту склало більше **30 000 000**
- У Ланцюг стало **40 573** патріота України (при KPI у 25 000)
- **50+** загальнонаціональних та регіональних медіа висвітлили ініціативу
- Більше **3 000** людей приєдналися до сторінки заходу у Facebook задовго до старту проєкту
- **Сотні тисяч репостів та закликів** стали у віртуальний Ланцюг від звичайних користувачів, в тому числі артистів, зірок, політиків



CLIENT

SAMSUNG

2018 - 2019

PROJECT

**BRAND SUPPORT
IN MEDIA**



OBJECTIVES AND SOLUTION

OBJECTIVES

PR support of core products in media

SOLUTIONS

Articles placement in main Ukrainian print media

RESULTS

- 7 articles in Segodnya, NV, Korrespondent, Focus and other media
- Total coverage 1,200,000



ПАРТНЕР



2018 - 2020

ПРОЄКТ

PR ПІДТРИМКА
ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАХОДІВ



МІЖНАРОДНІ КОНФЕРЕНЦІЇ З УПРАВЛІННЯ ЗАКУПІВЛЯМИ ТА ЛАНЦЮГОМ ПОСТАЧАННЯ

ЦІЛІ

Організація першого та другого бізнес заходів IPSM для підтримки позиціонування, як провідної консалтингової компанії у сфері закупівель в Україні

РЕАЛІЗАЦІЯ

Розробка концепції заходів

Організація заходів (offline та online формати)

Логістика

Production

Технічна підтримка

Залучення партнерів

Комплексний PR

Использование искусственного интеллекта, Big Data, аутсорсинг — мировые тренды на рынке закупок и Supply Chain

21 июня, 13:00

212

НОВОСТИ КОМПАНИЙ

Цей матеріал також доступний українською



В Киеве состоялась Международная конференция по управлению закупками и цепочкой поставок, которая собрала более 200 специалистов отрасли.

5 и 6 июня 2019 года в столице прошла Международная конференция по закупкам и цепочке поставок при участии 10-ти экспертов-практиков из 7 стран мира.

Организатором выступила компания IPSM (International Procurement and Supply Management).

В первый день конференции прошла сессия докладов, где спикеры выделили главные тренды в развитии отрасли, а также на примере конкретных кейсов показали, как инновации внедряются на этом рынке в других странах. Использование искусственного интеллекта, ответственное (экологичное) потребление, цифровая трансформация, прозрачность и аутсорсинг закупок — ключевые направления развития закупок и Supply Chain в мире.



Фото: IPSM

Мировые эксперты по закупкам и Supply Chain на онлайн-конференции в октябре 2020 года

Руководители и специалисты по закупкам, коммерческие директора, директора по производству и логистике, менеджеры профильных направлений — 400+ участников в этом году соберутся для обсуждения изменений в закупках и цепочке поставок в период Covid

share
f
v
in

20, 21 и 22 октября 2020 года пройдет Международная онлайн-конференция "Эффективные закупки и поставки 2020. Новая реальность", которую организовывает компания IPSM (International Procurement and Supply Management).

16 экспертов-практиков из 10 стран мира поделятся собственными кейсами, в том числе успешными наработками во время коронакризиса.

В Киеве состоялось масштабное онлайн-мероприятие для закупщиков «Эффективные закупки и поставки 2020. Новая реальность»



С 20 по 22 октября 2020 года в режиме онлайн прошла крупнейшая Международная конференция «Эффективные закупки и поставки 2020. Новая реальность», которая собрала более 100 участников со всего мира. Организаторами выступила компания IPSM (International Procurement and Supply Management).

РЕЗУЛЬТАТИ

Організовано два заходи:

- Перший у **offline**-форматі навесні **2019 року**
- Другий в **online**-форматі **восени 2020 року**

Кількість учасників:

- Offline – **250+**
- Online – **100+**
- Сформована база медіа для регулярного висвітлення заходів (бізнес, спеціалізовані)**
- Близько 90 публікацій** в бізнес- та спеціалізованих медіа (новини, інтерв'ю та колонки експертів)
- СЕО компанії Марину Трепову включили у рейтинг жіночого лідерства** від видавничого дому «Економіка+»
- Запрошення стати партнером** найбільшої міжнародної галузевої організації **CIPS** в Україні



ПАРТНЕР



2019 - 2021

ПРОЄКТ

**ІВЕНТИ ДЛЯ ЗМІ
СПЕЦПРОЄКТИ
РОБОТА З ЛІДЕРАМИ
ДУМОК**



ЦІЛІ ТА РІШЕННЯ

ЦІЛІ

- Донести до аудиторії важливість та цінність приватної освіти в Україні
- Познайомити з методиками та підходами до освіти в КМДШ

РЕАЛІЗАЦІЯ

- Організація заходів для ЗМІ та лідерів думок
- Реалізація спецпроекту
- Співпраця з лідерами думок

SMART LEARNING



WoMo-находка: корейский премиальный бренд Hauejin



Кризис, люди, стратегии:
15 мая 2020 пройдет HR-
марафон #5

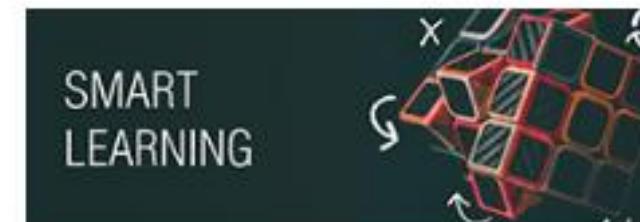


Тетяна Трошинська: «Щоб
відчути себе вільною,
починати потрібно не з
іміджу»



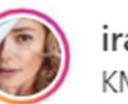
SMART LEARNING

ОБУЧЕНИЕ СЧАСТЬЮ: МЕТОДИКИ ДЛЯ РОДИТЕЛЕЙ И
ПЕДАГОГОВ



НОВОСТИ

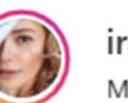
- Украинский режиссер снял блокбастер в своей квартире
- Польза и вред онлайн-знакомств для девушек
- «Книжковий Арсенал» в 2020 году отменен
- ЗНО в Украине будут сдавать в конце июня
- В Украине появилась первая система учета бездомных
- Дэвид Бэкхэм, Дэниэл Редклифф и другие прочтут первую книгу о «Гарри Поттере»



iragrokha · Подписаться

КМДШ. Киев. Школа, яка вчить думати

...



iragrokha Каждый раз, когда отвожу малышей в садик и слышу, что мои подруги заняты сбором документов деткам в школу, понимаю, что Толику через 2 года тоже в школу, собирать документы через 1,5. Как быстро летит время!

Я уже взяла на заметку потрясающую школу @kmds.school

Я уверена, что вы уже слышали о ней!

Кстати, у них сейчас идет набор в школе на Осокорках, с 0 по 9 классы. В сториз оставила ссылку на подробную информацию.

Меня школа покорила своим подходом к деткам, который



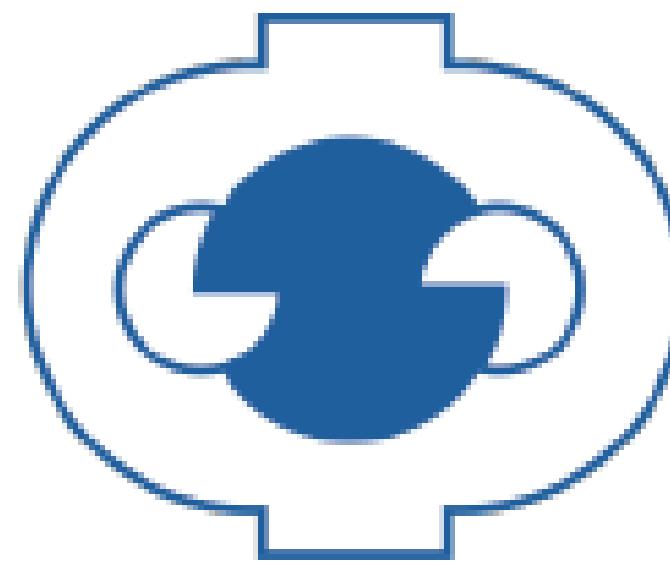
Нравится ksyukulish и еще 266

4 ИЮНЯ

РЕЗУЛЬТАТИ

- 2 прес-ланчі
- 15 публікацій у ЗМІ після проведення заходів (Київ/Львів)
- Охоплення спецпроекту – 12 000 переглядів статей, понад 5 000 унікальних
- Open rate розсилки в рамках спецпроекту – понад 20%
- Співпраця з 6-ма лідерами думок, загальне охоплення – понад 2 600 000, понад 1 200 000 унікальних

ПАРТНЕР



Опісіл-Фарм

2020

ПРОЄКТ

**КОМУНІКАЦІЙНА
СТРАТЕГІЯ
PR-ПІДТРИМКА**



Opicil-Фарм

ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ

ЦІЛІ

- Підвищення впізнаваності бренду компанії серед місцевих мешканців та професійної спільноти
- Створення компанії іміджу перспективного, стабільного та надійного роботодавця в регіоні

РЕАЛІЗАЦІЯ

- Створення громадської спілки «Асоціація з розвитку еферентної терапії»
- Організація розміщення публікацій, інтерв'ю та спецпроектів в регіональних і профільних ЗМІ
- Медіа-супровід виходу нових продуктів для підтримки іміджу «Opicil-Фарм»
- Низка проектів до дня народження компанії (включно з розміщенням зовнішньої реклами)
- Проведення КСВ заходів (соціальні та благодійні проекти)
- SERM

«Працюємо як одна команда, виробляючи ліки для всіх українців», — як працівники національного фармацевтичного виробника «Орісіл-Фарм» отримали заслужені нагороди

Нештодавно національний фармацевтичний виробник «ОРІСІЛ-ФАРМ» відзначував своє 17-річчя. У 2020 році компанія демонструвала впевнений розвиток, розширила продуктову лінійку, збільшила виробничі площі та застрахувала працівників підприємства від коронавірусу.

З нагоди Дня народження в компанії провели народження кращих співробітників, що за минулій рік зробили значний внесок в успіхи підприємства. У попередньому випуску газети ми писали про лауреатів нагород з інженерно-технічного та ремонтного відділів. Сьогодні розповімо про переможців, що працюють на виробничих лініях.

Фармвиробник стірко розвивається та збільшує штат працівників, відкриваючи нові відділи постачання та логістики. Тому наступного року номінацій та перемоків стане ще більше.

Керівництво «ОРІСІЛ-ФАРМ» пишається всію командою та ставить собі за мету, щоб кожен працівник відчував себе потрібним та захищеним, маючи можливості для самореалізації на своїй землі, поруч з рідними та близькими людьми.

Угач Марина Василівна, працівниця виробничої лінії. Отримала відзнаку «За відданість, високу якість роботи та професійну ефективність у 2020 році».

— Дуже вдячна компанії за нагороду! Я вважаю, що кожен працівник нашої команди заслугував на визнання. Я в «ОРІСІЛ-ФАРМ» вже 8 років, з часу я мені запропонували працювати тут. А зарах я й сама раджу друзям та знайомим заповінати анкети та приєднуватись до компанії. Найбільше мені тут подобається стабільність, по-при всі теперішній події. Приємно усвідмовлювати себе частиною великої компанії, яка допомагає людям бути здоровими. Хочу побажати компанії розвитку, а колегам — кар'єрного зростання!

Макнич Марія Іванівна, працівниця виробничої лінії. Отримала відзнаку «В знак вдячності за вірність компанії та передачу своїх знань новому поколінню».

— Я задоволена нагородою та трохи здивована, що саме мене вибрали відзначити. Присмію брати участь

у виробництві препаратів, що виготовляє «ОРІСІЛ-ФАРМ». Мені до вподоби і сам робочий процес — саме тому я працюю на підприємстві вже 11 років. Чи радила я цю роботу знайомим? Звичайно, і зараз раджу!

За моїми рекомендаціями вже четверо людей знайшли собі стабільне робоче місце. Ліпше ж працювати у своєму місті, з родиною, анж виїздити шукати кращої долі за кордон. Хочу побажати колективу пітнеччя, а компанії — подальших успіхів.

Робулєць Ольга Мар'янівна, працівниця виробничої лінії. Отримала відзнаку «За відданість, високу якість роботи та професійну ефективність у 2020 році».

— Мені було дуже прymенно отримати нагороду, я навіть не очікувала. Я почала свій шлях в компанії у 2014 році. Тоді роботу мені порадила родинка. Я мала і пропозиції за кордоном, але сім'ї обставин та офіційне працевлаштування стали визначальними факторами, щоб залишитись. Не пошкодувала про своє рішення — мені подобається працювати на підприємстві та відчуваю свою роботу потрібною. Бажаю компанії розвитку, вдосконалення, а також стати першими на ринку праці.

Соломіка Руслана Василівна, працівниця виробничої лінії. Отримала відзнаку «За готовність прийти на допомогу колегам, чесноту, відданість своїй праці та інтересам компанії».

— Дяku компанії за нагороду! Вона стала для мене прymенно несподіванкою. Я вже 9 років працюю в «ОРІСІЛ-ФАРМ», з часу як вакансію мені порадила знаємого. Тут чудовий колектив та цікавий робочий процес, я

задоволена умовами праці. Є багато можливостей отримати надбавку, завдяки значній кількості бонусних програм та власні наполегливості. Бажаю компанії розширення та розвитку, а колективу успіхів у подальшій співпраці.

Федоришин Оксана Василівна, працівниця виробничої лінії. Отримала відзнаку «В знак вдячності за вірність компанії та передачу своїх знань новому поколінню».

— Вдячна компанії за те, що відзначила мої зусилля. Мені подобається працювати тут — уже 13 років я на підприємстві «ОРІСІЛ-ФАРМ». Найбільше мене мотивує колектив, який завжди підтримує та піднімає настрій. Ми працюємо як одна команда, виробляючи ліки для всіх українців. Інколи раджу роботу тут своїм знайомим — деякі з них і зараз працюють разом зі мною на підприємстві. Ми маємо можливості реалізувати себе, а також отримувати надбавки за високі виробничі показники. Бажаю всьому колективу бути здоровими, а компанії — розвитку та процвітання!

Урбанович Наталія Олександровна, працівниця виробничої лінії. Отримала відзнаку «В знак вдячності та поваги за благорічну роботу на благо компанії».

— Ця нагорода, ящо чесно, шокувала мене — я була прymенно здивована, адже не очікувала такого. Я дуже люблю свою роботу, бо вона находить мене. Відчуваю себе потрібною суспільству, працюючи в Україні, на рідній землі. Це одна з причин, чому раджу роботу в «ОРІСІЛ-ФАРМ» своїм друзям та знайомим. У нас чудовий колектив! Бажаю всім працівникам здоров'я та наслади, а компанії — подальшого розвитку.

Григорій Григорович, відповідальний за компанію «Орісіл-Фарм»: «Ми хочемо представити уважнішими читачам інтерв'ю з директором та засновником «Орісіл-Фарм» Максимом Кашиковим, про якому уміємо багато говорити та пояснювати наші розроблені препарати, що вже багато років використовуються пацієнтами та постуниками сироватки».

2 :: компанії

«Ми втілюємо мрію допомагати людям», — національний фармацевтичний виробник «Орісіл-Фарм» святкує своє 17-річчя



Орісіл-Фарм

кількісна науковість — розробка та патентова захистка виробництва лікарських та політерапевтических препаратів.

— Наскільки, 17 років тому Ви разом з другими вченими фармацевтичними компаніями «Орісіл-Фарм». Це не тільки старт вченням, але і підприємством, яке відкрило відносини з іншими компаніями та науковими установами?

Я думаю, що осьото, і підіхло своє від

життя торпедою марки препарату після встановлення в Україні та Іспанії та розширення на інші працюючі. Також ми розширили наш працюючий підприємствами співпрацю зі складницами КіноТоні та фармацевтичними компаніями ОРІСІЛ-ФАРМ. Ми ускладнили зв'язки з АТОРКСІЛ у Калуші, з якими заснували



РЕЗУЛЬТАТИ

- Створено громадську спілку «Асоціація з розвитку еферентної терапії»
- 2 інтерв'ю в регіональних та профільних медичних виданнях
- 2 спецпроекти, спрямовані на просування бренду роботодавця
- Близько 10 матеріалів у ЗМІ (написання, розповсюдження, розміщення)
- 9 площин зовнішньої реклами в центрі Калуша
- 50 хвилин — загальний ефірний час новин компанії на локальних радіостанціях

- Загальне охоплення друкованих публікацій: більше 35 000
- Загальне охоплення онлайн: більше 40 000



ПАРТНЕР

ЛЮКСОПТИКА

2018 - 2020

ПРОЄКТ

КОМУНІКАЦІЙНА
СТРАТЕГІЯ
ПРЕС-ОФІС
СПЕЦПРОЕКТИ



ЦІЛІ ТА ІНСТРУМЕНТИ

ЦІЛЬ ПРОЕКТУ

Формувати знання про те, що Люксоптика – це окуляри для будь-якого гаманця та донесення ключових переваг продуктів Люксоптики до цільової аудиторії. Інформування ЦА про проект «Здоровий Зір».

PR ІНСТРУМЕНТИ

- Прес-офіс (формування лояльного пулу журналістів)
- Співпраця з лідерами думок
- Заходи та спецпроекти з медіа
- Робота з партнерами (розсилка)



Украинский бренд очков вышел на рынок Великобритании

В апреле стартуют продажи солнцезащитных очков Casta в Лондоне.



С момента появления в национальной сети «Люксоптика» собственной ТМ солнцезащитных очков прошло 6 лет. В 2016 году после анализа покупательских предпочтений был проведен масштабный ребрендинг Casta, который касался позиционирования бренда и ассортиментной политики. Выход на новые рынки стал ключевым событием в стратегии

РЕЗУЛЬТАТИ

- **5 заходів:** прес-конференція з нагоди видання книги «Професор Дивоок»; відкриття магазину «CASTA»; мамаслет в кіно; HR brand; новорічний Мамаслет
- **79 безкоштовних публікацій**
- **Загальне охоплення:** понад **100 000**
- **Проведення діагностики зору в 6 містах** України: перевірено більше **30 000** дітей по Україні та більше **5 000** людей в Торгових Центрах Києва на виїзній діагностиці
- **2 спецпроекти** з виданнями: **bit.ua** и **bzh.life**
- Робота з блогерами: розіслано **20 прес-паків**, отримано **12 безкоштовних згадувань**
- **Загальне охоплення:** понад **1 000 000**



РЕЗУЛЬТАТИ

- **ПЕРЕМОГА В НОМІНАЦІЇ** від Центру Корпоративної соціальної відповідальності України «Кращий корпоративний внесок у ціль сталого розвитку №3: Забезпечення здорового способу життя та сприяння благополуччю населення усіх вікових категорій»
- Центр «Розвиток КСВ» спільно Групою Компаній «ЛІГА» віднесли проект «Здоровий зір» до 10-ти найбільш значущих ініціатив українських компаній у 2019-му році
- Проект «Здоровий зір» став фіналістом Effie Awards 2020 в номінації Positive Change — Social Good: Brands
- Перемога проекту «Здоровий зір» у IX Національному конкурсі бізнес-кейсів від Центру розвитку КСВ та Ernst & Young

Теория лжи: почему вранье всегда заметно?

Ray-Ban
GENUINE SINCE 1937

ТЕСТ

Отличишь настоящие ТМ Ray-Ban® от подделки?

Уверен? Сейчас проверим!
Тест БЖ и ТМ Ray-Ban® на внимание к деталям.

ИГРАТЬ!

СПЕЦПРОЄКТИ

ЦІЛЬ

Донести до ЦА, чому і навіщо слід купувати саме оригінальні окуляри Ray-Ban®

ІДЕЯ

Редакційна статті

ПЛАТФОРМА

<https://bit.ua/>

РЕЗУЛЬТАТ

53 000 читачів

СПЕЦПРОЕКТ

МОЙ ВЗГЛЯД

Каждый день в жизни происходит столько всего интересного и яркого, важно только разглядеть и не упустить значимые детали. Но для того чтобы это сделать, порой нужно хорошенько присмотреться. Совместно с брендом «Люксоптика» bit.ua встретились с интересными людьми, которые носят очки и имеют свой особенный взгляд на мир. Вместе с ними мы делаем экскурс в мир людей, у которых нет 100% зрения, но точно есть необычное видение.

ГЕРОИ



СПЕЦПРОЄКТИ

ЦІЛЬ

Звернути увагу на важливість регулярної діагностики зору. Продемонструвати, що окуляри та контактні лінзи є також зручними та безпечними.

РІШЕННЯ

Longread на популярному сайті bit.ua із лідерами думок, які носять окуляри.

РЕЗУЛЬТАТИ

Охоплення FB: 129 029

Охоплення bit.ua: 42 644

Загальне охоплення: 171 756

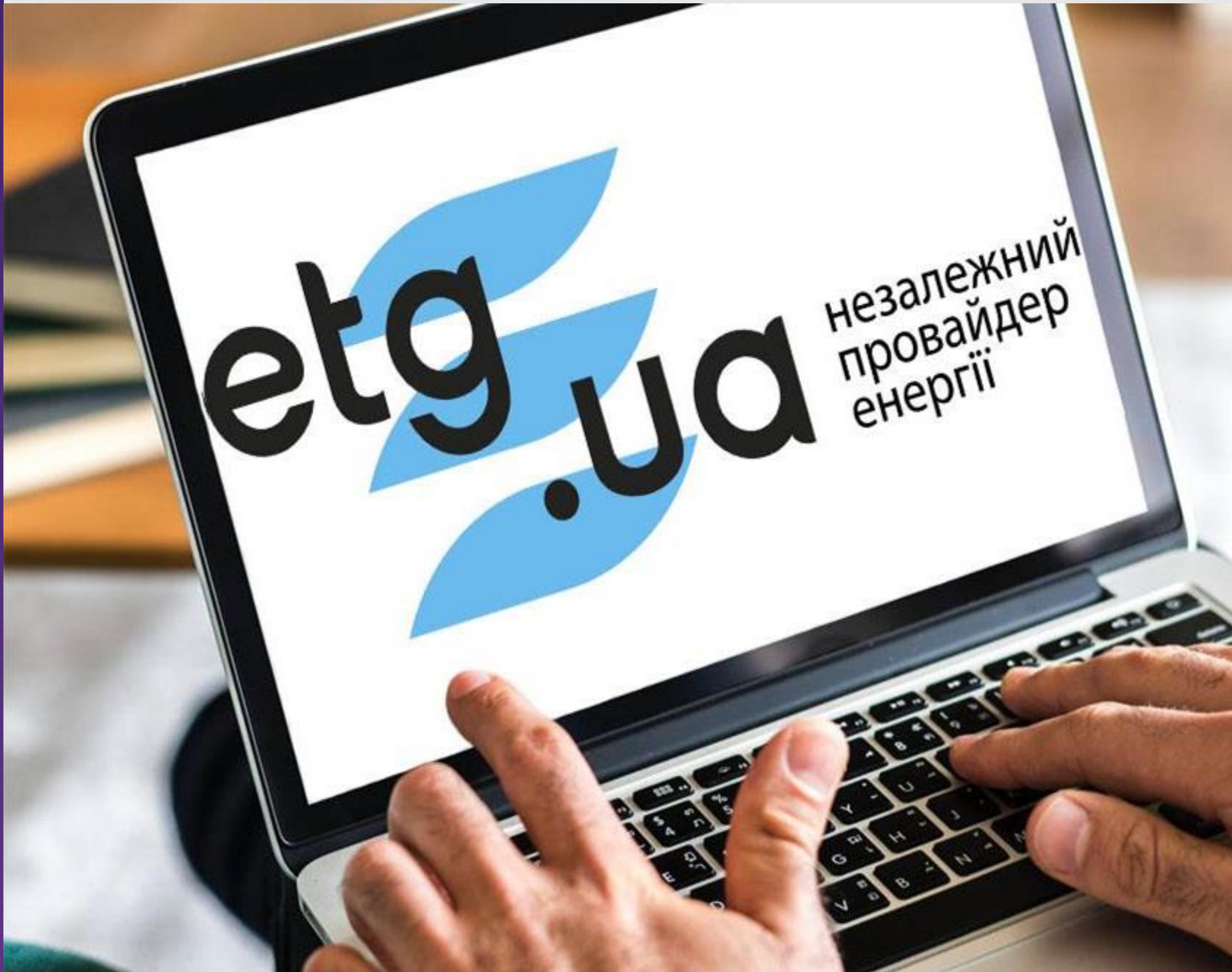
ПАРТНЕР



2018 - 2020

ПРОЄКТ

КОМУНІКАЦІЙНА
СТРАТЕГІЯ
PR-ПІДТРИМКА



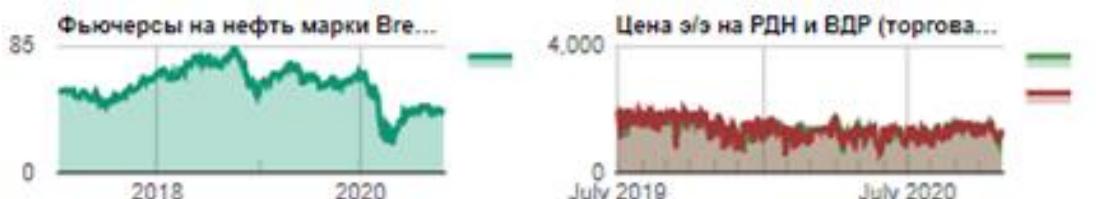
РЕПОЗИЦІЮВАННЯ ТА ЛІДЕРСТВО У ПРИВАТНОМУ СЕКТОРІ

ЦІЛІ

Зміцнення позиції ETG.UA як незалежного провайдера енергії з потужною експертизою та різноманітними цифровими послугами

РЕАЛІЗАЦІЯ

- Прес-офіс: щоденна комунікація з медіа, створення новин та інформаційних приводів
- Систематична робота зі спікерами: створення профілю спікерів, написання промов, підготовка до інтерв'ю та прямих трансляцій, організація інтерв'ю
- Організація прес-заходів
- Консультація щодо стратегій та антикризи



CEO ETG.UA Владимир Шведкий: рынок форвардных контрактов на поставку газа будет продолжать структурироваться, потребитель в конечном итоге придет к пониманию выгоды фиксирования цены

13 дек 2019 13:08:11

нефтегаз



На рынке газа сложилась ситуация, когда его выгодно покупать на зиму впрок

Олеся Олена
опубликовано 29/03/2019

0 89 Просмотров 0 0

0 Поделиться в Facebook 0 Твитнуть 0 0+ 0

Минус на плюс: итоги первого месяца суточной балансировки газа

Возмещение небалансов в наштабах всего рынка может достигать 100 млн гривен

Этот материал также доступен на сайте

СВЕТЛНА ДОЛІНЧУК, 17 АПРЕЛЯ 2019, 07:30

137777 Просмотров



Конфигурация цен на природный газ на рынке частных поставок делает потенциально выгодным приобретение голубого топлива по форвардным контрактам. Об этом говорится в сообщении энергопровайдера ETG.UA.

По данным поставщика природного газа, весенняя цена июня 2019 года по сравнению с ценой октября

РЕЗУЛЬТАТИ

- Більше **500 безкоштовних матеріалів** опубліковано в бізнес- та інших медіа, в тому числі – безкоштовне інтерв'ю на сайті Reform.Energy (проекті Interfax) CEO компанії Володимира Шведкого
- **108 публікацій** на базі експертних коментарів в ключових бізнес- і соціальних медіа
- **28 авторських колонок**
- **CEO** компанії Володимира Шведкого у провідних ділових медіа країни
- **3 прес-заходи: два заходи у форматі off the record та офіційна прес-конференція з нагоди виходу на ринок газу для населення, яку відвідало 19 журналістів провідних ділових та соціальних медіа**



УНИАН
Інформаційне агентство

Головна
Коронавірус
Погода
Вибори 2020
Політика
Економіка
Війна
Спецпроекти
Регіони
Суспільство
Спорт
Світ

Зробити стартовою Київ +13° USD 28.44 EUR 33.37 Послуги Соцмережі Укр.

Фінанси Енергетика Транспорт Агро Зв'язок Різне

этот материал доступен на русском >

Ціна газу в Україні впала до десятирічного мінімуму

16:56, 13.02.20 ЕНЕРГЕТИКА 2 хв. 1142

Share icons: WhatsApp, Telegram, Facebook, Twitter, OK, VK

За прогнозами голови енергокомпанії ETG.UA, ціна на газ у 2020 році триматиметься на рівні 120-150 дол. за тис. кубометрів.

РЕЗУЛЬТАТИ

- Компанію ETG.UA внесли в рейтинг ТОП-50 найбільш інноваційних компаній України в номінації «Енергетика і нафтогаз» від видавничого дому «Економіка+»
- В жовтні 2019 року головний український телеканал 1+1 провів трансляцію щодо ситуації на ринку газу з коментарями й позицією ETG
- 9 хвилин висвітлення в «ТСН Тиждень» в прайм тайм – 19:00 у неділю
- Більш ніж 18000 переглядів на Youtube
- В лютому 2020 року прес-реліз з коментарем СЕО компанії і позицією ETG було опубліковано на 90+ онлайн-ресурсах та було перекладено на 9 мов.
- Загальне AVE по цьому релізу склало 484,5 тис. грн.

100 БОГАТІШІХ РЕЙТИНГ

17#

**Алексей
Вадатурский**

\$560 МЛН

Компанія «Нібулон» Алексея Вадатурського повторила рекорди, які вона встановила в 2018 році, поставивши агропромисловий комплекс України.

Обсяги сільськогосподарської продукції від компанії - підприємств на 20% становили 335 тис. т., чище кажучи, установив рекорд у структурі підприємства в своїх підфіліях, скільки 50 тис. т. і досяг максимальної прозрачності кукурудзи – 87,6 т/га. Чим більше ефективність своєї промисловості, тим більшими можуть стати обсяги зборів. У 2017 році доход «Нібулону», за даними СМІ, становив 19 млрд грн при чистому прибутку 562 млн, що на 30% більше по співставленні з 2016 роком. Фінансові результати за 2018 рік компанія не розташувала.

По итогам прошлого маркетингового года «Нібулон» скерував згадування позиції в рейтингах експортерів зерна, отримавши перше місце з компанією «Кернін».

18#

**Віталій
Антонов**

\$520 МЛН

Взагусті в офіси «Концерну Газифікації» надійшли СБУ. Следівники компанії, як іменують її, запізок ОККО, в роботі на окупованій території Донбаса. На слідчої лінії бенефіціар власника Віталія Антонова - «негре обвинувачено в злочині». Через неподалік від Генпрокуратури він зупинився, щоб зустрітися з працівниками відомства в зв'язку з отсутствієм складу.

«Нафтогаз» – основна компанія холдингу Газспир, що складається з понад 10 дочірніх компаній. Согласно фінансової отчетності, у 2017 році обсяги продажів склали \$1,4 млрд при чистому прибутку \$562 млн, що на 30% більше по співставленні з 2016 роком. В прошлом году компанія здобула кредити і практично разобрачку залежності. Крім того, Антонову привідчили земельні землі та страхову компанію.

На сайті електронний кабінет пільговителя, в котором можно заключить договор в онлайн режиме, распространяться за газ оплаты, и ввести весь документооборот в электронном виде с помощью электронной цифровой подписи (ЦП).

Благодаря инновационному подходу, мы планируем перейти в полную автоматизацию бизнеса с точки зрения рекомендаций, как можно склонить к тому, чтобы клиенты могли пользоваться нашими сервисами. Подключив уведомления что, например, может произойти в следующий неделе, поэтому рекомендуем скорректировать ваши пакеты в связи с изменениями погоды и увеличением потребления ресурсов. В связи с переходом на сугубую балансировку газа с 1 марта 2019 года это станет еще более актуальным, поскольку позволит правильно рассчитывать свою потребность и не переплачивать.

Такое же внимание к ИТ создает аптечные сети что вы интернет-предавдер, а не энергетический. Вы думаете, что традиционный способ ведения бизнеса в этой сфере менее эффективен?

В этом году ETG.UA завершит построение всекарпатской сети своих представительств. Таким образом, потребители смогут иметь доступ к покупкам газа у лицензированного частного поставщика уже по всей территории Украины. Это заняло у нас всего три года. В июне 2016 года у нас было 10 клиентов, сейчас же наша клиентская база составляет около 2500 предприятий. Внимание к ИТ продиктовано двумя факторами: экономия времени клиентов, при этом традиционная сеть представительств мы строим очень активно.

Но хочу отметить ваше удивительное существо ETG.UA с интернет-предавдером. На Западе часто энергетические провайдеры являются и интернет-предавдерами, чтобы закрыть все потребности клиента. Мы идем этим путем и уже с марта начали продавать помимо газа еще и электроэнергию.

То есть газ, и электричество можно теперь покупать у одной частной компании?

Идеология такова: что такое «энергетический провайдер»? Это когда нет разделения ресурса на «газ» и «электроэнергию». Мы предоставляем возможность через нас, как единому поставщику энергии, оплачивать один счет за два ресурса. В этом основная идея.

Насколько легко сейчас сменить поставщика? Вот если появится желание покупать газ и электричество у вас, что надо делать?

Хорошо, чем тогда частный поставщик отличается от государственного. Газ то одинаковый что у тех – что у тех?

Вы правы, поскольку качественные характеристики товара у нас не существует, есть другие очень важные факторы, такие как надежность поставщика, гібкість умов, і, конечно же, дополнительные сервисы. Наші клієнти можуть особо оцінити стремлення ETG.UA к підвищенню рівня послуг, не відповідаючи для цього ринку.

Компанія серйозно относиться до IT-розвитку та диджиталізації.

РЕЗУЛЬТАТИ

- Зміна позиціонування з негативного до компанії №1 на ринку в комерційному секторі.
- **Володимир Шведкий став провідним експертом з продажу газу та електроенергії**
- **ETG згадують у матеріалах, запрошують на заходи разом з такими гігантами як Нафтогаз та інші.**
- **Колонки Володимира Шведкого регулярно потрапляли у підбірки найкращих на версію редакцій ділових видань, а цитати та експертні коментарі – у популярні телеграм-канали на енергетичному ринку**
- **Дві колонки авторства Володимира Шведкого потрапили у підбірку 15 головних текстів про те, що впливає на майбутнє газової торгівлі на telegram-каналі GAS United**

✓ Коронавірус и рынок энергетики

Из-за коронавируса, в "интересном" положении оказалась и украинская энергетика. Карантин повлиял на снижение потребления электроэнергии на 8-10% в и так профицитной системе. Но роль карантина не ключевая. Главная проблема – в самой системе, которая досталась действующей команде по наследству, ее критическая разбалансированность как в финансовом, так и в техническом аспектах. Есть ли выход из ситуации и как помочь игрокам рынка не стать банкротами? Ответы - в колонке CEO компании ETG.UA Владимира Шведского.

<https://cutt.ly/NtWTOg>

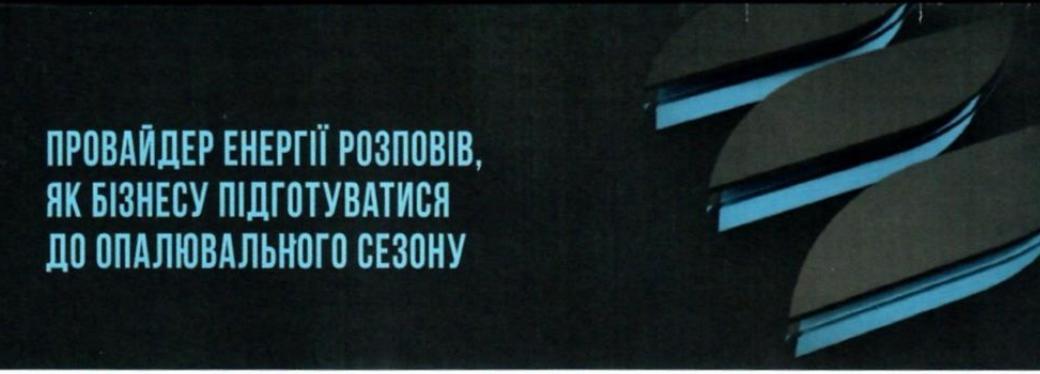
Gas United October 2

Свободный рынок газа в Украине работает, на поверхность всплывают новые риски

«Сейчас в Украине более 800 лицензированных поставщиков газа. 300-400 из них будут выходить на рынок населения уже в текущем отопительном сезоне. Есть большая вероятность того, что кто-то из них получит деньги от потребителей, но не будет в состоянии обеспечить их природным газом», - предупреждает Владимир Шведкий, CEO ETG.UA.

Будут ребята из ETG (к слову общалась о них на рынке - только добрые отзывы, говорят, что благонадежные трейдеры с хорошей репутацией) или будут и другие компании/представители госорганов?





ПРОВАЙДЕР ЕНЕРГІЇ РОЗПОВІВ, ЯК БІЗНЕСУ ПІДГОТУВАТИСЯ ДО ОПАЛЮВАЛЬНОГО СЕЗОНУ

ОПАЛЮВАЛЬНИЙ СЕЗОН ОСЬ-ОСЬ РОЗПОЧНЄТЬСЯ. ЯК ЗЕКОНОМИТИ НА ЗАКУПІВЛІ БЛАКІТНОГО ПАЛИВА, У ЧОМУ ПЕРЕВАГИ ЗАКУПІВЛІ ЕНЕРГОРЕСурсів ОНЛАЙН ТА ЯК ПІДГОТУВАТИСЯ ДО ОСІННЬО-ЗИМОВОГО ПЕРІОДУ — ЖУРНАЛУ PANORAMA РОЗПОВІВ СЕО Енергетичного ПРОВАЙДЕРА ETG.UA ВОЛОДИМІР ШВЕДКІЙ

**ЩО ВІДРІЗНЯє
ETG.UA від інших
постачальників
ENERGORESURSIV в
УКРАЇНІ?**

Наши висока ефективність. На сьогодні ми найпершінніший і найдієрітальніший провайдер України. Показники надійності постачальника — це тривалість його роботи на ринку, динаміка та напрямок розвитку, а також відкритість. І ми намагаємося відрізнятися цим вимогам.

Компанія була заснована у 2009 році, ток у 2019-му нам виповнилося 10 років, що дуже символічно. Наш бізнес розпочинався з 12 клієнтів, а сьогодні й у нас понад три тисячі по всій Україні. Ми точно знаємо, що якісно обслугуєти такий великий портфель

споживачів можна і не «роздуваючи» штат співробітників; для оптимізації процесу закупівлі енергоресурсів на нашому сайті давно успішно працює електронний кабінет користувача. З початком опалювального сезону ми запустимо ще й мобільний додаток, який даст змогу управліти закупівліми газу та електроенергії з будь-якої точки планети за допомогою смартфона. Ми розуміємо потреби наших споживачів і підверні, що такі функції як замовлення обсягів природного газу, корегування споживання з метою оптимізації тарифів. Завдяки нашим рекомендаціям підприємства починають ефективно коригувати своє споживання ресурсів, відповідно, істотно економити.

Ми обрали стратегію клієнторентованості та впровадження новацій. Так

буває до уваги побажання наших клієнтів, ми докладали всі зусилля, щоб удрожжати роботу наших сервісів і служб для зручності співпраці з нами.

Насправді, це постійна робота в контакті зі споживачами і регіональними представниками офісів ETG.UA. Ми постійно проводимо опитування для поповнення наших онлайн-сервісів і зручності роботи з ними. Для промислових споживачів ми запропонували підписувати документи за допомогою ЕЦП. Це оперативно, чітко і комфортно. Таким чином, ми залишаємо більше часу, власне, на ведення бізнесу, а не на документообіг.



Весь минулій рік і перед півріччям 2019 року ми активно готувались до відкриття ринку електроенергії, вивчаючи всі нюанси для запуску нашої діджітал-розповіді. І ось ринок відкритий — і кількість наших лояльних клієнтів збільшується.

За результатами нашої роботи, наприклад, вже сьогодні споживач може скоригувати заявку на купівлі електроенергії за два дні (у більшості

постачальників — мінімум за п'ять). Зрештою, ми дамо тонеранс відхилення від старту до 20% — показник, який можуть похвалитися далеко не всі постачальники. А також для зниження рівня небалансів наша компанія входить до балансуючої групи з генеруючою та іншими компаніями.

Ми надаємо допомогу в плануванні використання електричної енергії та у складанні нашими клієнтами заявок на обсяги споживання, та пропонуємо нашим рекомендаціям підприємства починають ефективно коригувати своє споживання ресурсів, відповідно, істотно економити.

Крім того, нам організована диспетчерська служба, відповідальна за прийом корегувань від клієнтів. Отже, наші споживачі можуть обрати для себе найбільш зручний спосіб комунікації з нами.

ЯК ПРЕВАГИ ДЛЯ БІЗНЕСУ ВІД ВІКОРИСТАННЯ ОСОБИСТОГО КАБІНЕТУ МОБІЛЬНОГО ДОДАТКА ДЛЯ ПРИДБАННЯ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ?

Купівля газу та електроенергії онлайн підвищує ефективність бізнес-процесів за рахунок економії часу та скорочення помилок під час планування.



Таким чином, ви зменшуєте витрати на небаланс. Наш електронний кабінет — це спрощений must have, особливо для підприємств середнього та великого бізнесу. Як мінімум тому, що він включає індивідуальний чинник. Ваш міст із завіюючи точкою не потрапляє до сламу, і ніхто іншої не забуде. На нашому сайті онлайн ви можете: укладати договори, оплачувати рахунки, регулювати обсяги споживання, вести електронний документообіг, перевідпати історію споживання газу за конкретним об'єктом для подальшої аналітики та прогнозування. Це як використання інтернет-банку — потрібно лише спробувати і зрозуміти, як нові технології здатні полегшити ваше життя. Незабаром наші клієнти зможуть отримувати рекомендації щодо обсягів газу для закупівлі онлайн в особистому кабінеті, які згруповані за попередній історії споживання. Там також будуть відображені графики динаміки споживання енергоресурсу та формування його цін.

<> КУПІВЛЯ ГАЗУ ТА ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ ОНЛАЙН ПІДВИШУЄ ЕФЕКТИВНІСТЬ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЗА РАХУНОК ЕКОНОМІЇ ЧАСУ І СКОРОЧЕННЯ ПОМИЛОК ПРИ ПЛАНУВАННІ. ТАКИМ ЧИНОМ, ВИ ЗМЕНШУЄТЕ ВИТРАТИ НА НЕБАЛАНС.

Звичайно, ви можете працювати з нами не тільки онлайн. У регіональному представництві ETG.UA додаткові про роботу з сервісом вам зможе розповісти персональний менеджер.

ЯКУ УНІКАЛЬНУ ПОСЛУГУ ETG.UA МОЖЕ ЗАПРОПОНУВАТИ ПІДПРИЄМСТВАМ ПЕРЕД ОПАЛЮВАЛЬНИМ СЕЗОНОМ?

Для наших споживачів ми розробили декілька продуктів з використанням енергоресурсів для бізнесу. Цього року ми почали більш активно працювати за форвардними контрактами, тому продукт «Газ про запас для бізнесу» став зручним способом зробити запас на весь опалювальний сезон разом з ETG.

Ми пропонуємо підприємствам закуповувати газ за фіксованою цільною, отже ви не лише прибдаєте газ вигідно, а й застрахуєте свій бізнес від будь-яких негативних змін на енергоринку.

Саме зараз з сенсомубезпечити себе від коливань і прогнозованих стрибків цін у межах 15%—25%, як це завжди буде з початком опалювального сезону. Крім стандартного сезонного подорожчання, бізнес може стикнутися з додатковими викинками. Вперше осінньо-зимовий період підприємці зустрінуть у режимі добового балансування. До того ж ще й досі не підписано контракти на транзит російського газу через територію України, що зумовлює невизначеність та підвищенні ризики зростання цін.

Ми також обрали для себе зимовий вид спорту, але про це відзначається пізніше.

м. Київ, Рильський провулок, 4,
тел.: 7779, www.etg.ua



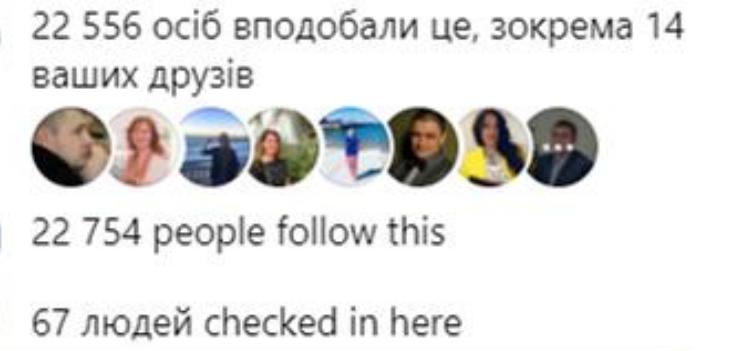
ДОДАТКОВІ ПРОЄКТИ

- **Більше 50 контролюваних розміщень новин (підір майданчиків, створення контенту, написання, менеджмент розміщень і т.д.)**
- **Управління 18-ма локаціями у google maps: керування точками на мапі, внесення актуальних даних, додавання фото та текстових матеріалів, збільшення залученості аудиторії та кількості переглядів точок**
- **Реалізація SERM-проекту: розміщення більше 65 матеріалів для посунення некоректної інформації у пошуковику google**
- **Контент підтримка сторінки Facebook**
- **Нативне збільшення аудиторії з 3000 підписників до 12000**



ETG.UA

@energytradegroup · Енергетична компанія



Pointer
AGENCY

ПАРТНЕР



**МІНІСТЕРСТВО
СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ
УКРАЇНИ**



WORLD BANK GROUP

2016 - 2017

ПРОЄКТ

**КОМУНІКАЦІЙНА
СТРАТЕГІЯ
ПРЕС-ОФІС
СПЕЦПРОЕКТИ
МОНІТОРИНГ ТА
АНАЛІТИКА**

СУБСИДІЯ – ЦЕ ПРОСТО!

Урядова гаряча лінія
0 800 507 309
Сайт Міністерства соціальної політики України
misp.gov.ua

Житлова субсидія
СОЦІАЛЬНИЙ БАЛАНС
ЗБАЛАНСУЙ СІМЕЙНИЙ БЮДЖЕТ –
ЗВЕРНИСЬ ТА ОТРИМАЙ СУБСИДІЮ!

ЯК ЗВЕРНУТИСЬ

ПОДЗАГОЛОВОК №1
ПОДЗАГОЛОВОК №2
ПОДЗАГОЛОВОК №3

ПОДЗАГОЛОВОК №1
Призначення і надання житлових субсидій здійснюється структурними підрозділами з питань соціального захисту населення районних держадміністрацій, виконавчих органів міських, районних у містах (у разі їх створення) рад.
Отже, для призначення житлової субсидії громадянам необхідно звернутися до зазначених органів за місцем проживання і надати два документи: заяву про призначення житлової субсидії і декларацію про доходи і витрати встановленого зразка.
Зазначені документи можуть бути надіслані поштою.
У сільській місцевості приймання документів для призначення субсидій та передачу їх відповідним структурним підрозділам з питань соціального захисту населення здійснюють уповноважені особи, які визначаються виконавчими органами сільських і селищних рад.
Громадяни, які обслуговуються територіальними центрами соціального обслуговування пенсіонерів та одиноких непрацездатних громадян, можуть подати заяву на призначення субсидії за допомогою соціальних працівників цих центрів.

ПОДЗАГОЛОВОК № 2
Зазначені документи можуть бути надіслані поштою.
У сільській місцевості приймання документів для призначення субсидій та передачу їх відповідним структурним підрозділам з питань соціального захисту населення здійснюють уповноважені особи, які визначаються виконавчими органами сільських і селищних рад.
Громадяни, які обслуговуються територіальними центрами соціального обслуговування пенсіонерів та одиноких непрацездатних громадян, можуть подати заяву на призначення субсидії за допомогою соціальних працівників цих центрів.

ПОДЗАГОЛОВОК № 3
Отже, для призначення житлової субсидії громадянам необхідно звернутися до зазначених органів за місцем проживання і надати два документи: заяву про призначення житлової субсидії і декларацію про доходи і витрати встановленого зразка. Зазначені документи можуть бути надіслані поштою. У сільській місцевості приймання документів для призначення субсидій та передачу їх відповідним структурним підрозділам з питань соціального захисту населення здійснюють уповноважені особи, які визначаються виконавчими органами сільських і селищних рад.

ПРОЄКТ «ПРОГРАМА ЖИТЛОВИХ СУБСИДІЙ»

МЕТА ПРОЕКТУ

Інформування громадян про нові можливості програми житлових субсидій, взаємодія зі ЗМІ для роз'яснення особливостей програми

PR ІНСТРУМЕНТИ

- Прес-офіс (формування лояльного пулу журналістів)
- Проведення онлайн-заходу
- Робота у соцмережах
- Реалізація спецпроектів
- Моніторинг ЗМІ та соцмереж

МАРКЕТИНГ ІНСТРУМЕНТИ

- Реклама на радіо та ТБ
- Аудіореклама у мережах супермаркетів
- Контекстна реклама

Субсидия – это просто!

Одна из основных статей бюджета каждой украинской семьи – это оплата коммунальных услуг. Сбалансировать семейный бюджет, можно не только сократив расходы, но и обратившись за помощью к государству.

В 2015 году Министерство социальной политики Украины (МСПУ) внедрило упрощенную процедуру оформления субсидий.

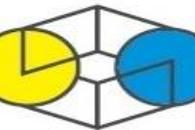
Для того чтобы обратиться за назначением жилищной субсидии на общих основаниях, необходимо предоставить всего лишь два основных документа в органы социальной защиты населения:

1. Заявление на назначение субсидии установленного образца;
2. Декларацию о доходах и расходах лиц, которые обратились за назначением жилищной субсидии.

Всю остальную информацию органы социальной защиты населения получают самостоятельно от соответствующих служб. Субсидия на оплату жилищно-коммунальных услуг предоставляется на 12 месяцев, начиная с месяца подачи заявления. Заявление можно отправлять по почте.

После завершения рассмотрения документов на назначение субсидии органы социальной защиты населения уведомляют получателя о принятом решении, размере субсидии и о том, сколько он должен платить ежемесячно.

С октября 2015 года была введена услуга предварительной электронной регистрации документов. Теперь заявление и декларацию на назначение субсидии можно заполнить и подать в электронном виде на сайте <https://subsidii.mlsp.gov.ua/>, не выходя из дома. Для предварительной регистрации документов на сайте достаточно указать адрес электронной почты. После обработки документов (заявления и декларации), специалисты управления пригласят Вас для их подписания либо попросят выслать подписанный вариант заполненных документов по почте.



ЖИТЛОВА
СУБСИДІЯ
СОЦІАЛЬНИЙ
БАЛАНС

Все дополнительные
вопросы можно задать
консультанту
горячей линии
по телефону 0-800-507-309.

Может быть именно
Вам стоит обратиться
за государственной
помощью и получить
возможность сбаланси-
ровать свой семейный
бюджет, чтобы своев-
ременно оплачивать
жилищно-коммунальные
услуги и не иметь
задолженности?

РБК-УКРАЇНА

ПОДРОБНОСТИ LIVE ▶

ЛИЦА КАНАЛА

МЫ ПОМОГАЕМ

NEWS DAILY LITE STYLER TRAVEL

ГЛАВНАЯ ВЫПУСКИ СЮЖЕТЫ АНАЛИТИКА ВЛАСТЬ ОБЩЕСТВО ДЕНЬГИ СОБЫТИЯ ТЕХНОЛОГИИ

Виталий Музыченко: субсидии – это возможность сбалансировать семейный бюджет

СРЕДА 10 ФЕВРАЛЯ 2016 16:36

НОВИНА УКРАЇНСЬКОЮ →

Упрощенный порядок назначения и предоставления субсидий позволил получать реальную помощь от государства не только пенсионерам и многодетным семьям. Об этом сегодня в заявил директор департамента государственной социальной помощи Министерства социальной политики Виталий Музыченко.



Субсидия предоставляется тем, кто в ней нуждается

05 ФЕВРАЛЯ 2016 18:23 по материалам: Подробности



В 2015 году Правительство реформировало программу жилищных субсидий, сделав ее доступной. Обращение стало простым и удобным: достаточно заполнить и подать только два простых документа - заявление и декларацию о доходах и расходах. Уже более 5 миллионов домовладений получают этот вид помощи, пользуясь скидкой на оплату за жилищно-коммунальные услуги, которая зависит от уровня их доходов.



ЖИТЛОВА
СУБСИДІЯ
СОЦІАЛЬНИЙ
БАЛАНС

По официальным данным Госстата, за этот год коммуналка подорожала больше чем в два раза. Единственный способ существенно сэкономить на оплате жилищно-коммунальных услуг - получить субсидию. Тем более что Министерство социальной политики Украины внедрило упрощенную процедуру оформления субсидий.

По словам министра Павла Розенко, к началу декабря уже 4,8 млн украинских семей оформили и получают субсидии. Еще около 200 тысяч поданных гражданами заявлений рассматриваются. Благодаря зна-

ФАКТ Спасаем семейный бюджет: оформляем субсидию

Эксперты рассказали, как это можно сделать просто и быстро

Читательному упрощению в сравнении с прошлым годом количество обращений выросло в 5 раз.

Для того чтобы подать заявление на назначение жилищной субсидии, украинцам больше не нужно проводить время в очередях, получая справки из разных государственных учреждений или коммунальных организаций. Необходимо подать всего лишь два основных документа в органы социальной защиты населения:

✓ Заявление на назначение субсидии установленного образца;

✓ Декларацию о доходах и расходах лиц, которые обратились за назначением жилищной субсидии.

Всю остальную необходимую информацию органы социальной защиты населения получают самостоятельно от соответствующих организаций и служб, предоставляющих коммунальные услуги.

- Субсидия на оплату жилищно-коммунальных услуг предоставляется на 12 месяцев начиная с месяца подачи заявления, и чем раньше вы обратитесь за помощью, тем скорее ее получите, - пояснил



Сергей ТИХОНОВ.

Член Национального союза журналистов Украины, кандидат юридических наук, доцент кафедры уголовного права и криминологии Национального юридического университета им. Ярослава Мудрого.

Все дополнительные вопросы можно задать консультанту горячей линии по телефону 0-800-507-309.

Кроме этого, все адреса и телефоны городских и районных органов социальной защиты населения можно найти на сайте Министерства социальной политики Украины. www.mlsp.gov.ua

РЕЗУЛЬТАТИ

- Отримано більше 80 публікацій у різноманітних форматах (половина з яких – в рамках роботи прес-офісу) загальним охопленням понад 3 000 000
- Реалізовано спецпроект на сторінках одного з найрейтинговіших онлайн-видань України segodnya.ua
- Трансляцію подивилось біля 6 000 користувачів
- Близько 1 000 000 появів за період реалізації кампанії у мережах супермаркетів Фуршет, Велмарт, Велика Кишеня, Сільпо, Novus, Фора
- Реалізовано 44 прояви на радіо та 700 на телебаченні



ПАРТНЕР

AVEllum
INTERNATIONALLY
UKRAINIAN

2019

ПРОЄКТ

КОМУНІКАЦІЙНА
СТРАТЕГІЯ
PR ПІДТРИМКА



ЦІЛІ ТА РІШЕННЯ

ЦІЛІ

Зміцнення позиції AVELLUM, як юридичної фірми з потужною експертною командою

PR супровід з акцентом на ключові практики фірми
Побудова стабільної присутності в медіа-просторі

PR ІНСТРУМЕНТИ

PR стратегія

Прес-офіс

Організація прес-заходів

Партнер юридической
фирмы AVELLUM **ВАДИМ МЕДВЕДЕВ** о том,
почему цифровизация судебной системы поможет нам всем



Кто имел дело с украинскими судами, тот знает, какой толщины тома нужно собрать к очередному заседанию. А если бы судебное делопроизводство можно было

через «Электронный суд», мотивируя это переходными положениями процессуальных кодексов: мол, до официального запуска ЕСИТС судопроизводство осуществляется

mind

укр рус eng

Бізнес Енергетика Страхування Банки Освіта Нерухомість LifeSt

Не банком єдиним: чим цікаві для бізнесу фонди прямих інвестицій

I як залучати їхні гроші

[Цей матеріал також доступний російською](#)



МИКОЛА СТЕЦЕНКО,
співкеруючий партнер AVELLUM, голова корпоративної практики і практики M&A

2 жовтня 2019, 13:30

5769

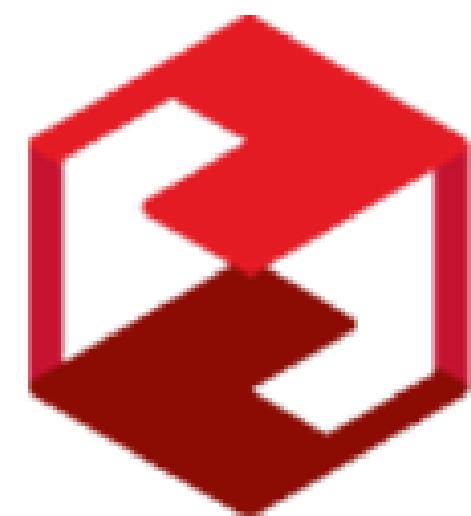
Згідно зі статистикою, у 2018 році весь загальний світовий обсяг інвестицій фондів прямих інвестицій (private equity, або ФПІ) перевищив \$825 млрд, а кількість угод перевалило за 3000. І у цих фондів станом на кінець 2018 року ще залишалося близько \$2 трлн вільних для інвестування коштів.

РЕЗУЛЬТАТИ

- **57 безкоштовних матеріалів** в ділових та інших медіа
- **23 новини** та експертних коментаря в ключових ділових медіа
- **10 прес-релізів** (написання, розповсюдження і т.д.)
- **1 прес-захід** в форматі **off the record**
- **1 відеокоментар** для ТБ: пряме включення для випуску новин
- **24 авторських колонок** та **4 статті**, що вийшли в провідних бізнес-виданнях
- За 6 місяців співпраці – **перевищення KPI на 60%**
- **AVE** більше **510 тыс. грн.**



ПАРТНЕР



INTEGRITES
INTERNATIONAL LAW FIRM

2017

ПРОЄКТ

КОМУНІКАЦІЙНА
СТРАТЕГІЯ
PR ПІДТРИМКА



ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ

ЦІЛЬ ПРОЕКТУ

Підсилення позиціонування INTEGRITES як експерта та лідера серед юридичних компаній України.

PR ІНСТРУМЕНТИ

Прес-офіс: щоденна комунікація із ЗМІ

Системна робота із спікерами (підготовка профайлів, спічрайтинг, організація інтерв'ю)

Організація прес-заходів

Стратегічний консалтинг



РЕЗУЛЬТАТИ

- 54 інфоприводів, згенерованих агенцією
- 34 матеріали в медіа
- 15 профайлів головних спікерів

ЗАГАЛЬНИЙ РЕЗУЛЬТАТ:

- INTEGRITES **зайняли третю позицію** серед юридичних компаній **по кількості та якості публікацій** в медіа.
- Бренд **піднявся на 2 позиції** серед лідерів на ринку.

ТОП МАТЕРІАЛИ:

- двоє спікерів увійшли **в 10-ку найпопулярніших на сайті «Новое время»**

(Source: news website "Novoye Vremya")

Source: Contextmedia monitoring in May, 2017



ПАРТНЕР



2018 - 2019

ПРОЄКТ

КОМУНІКАЦІЙНА
СТРАТЕГІЯ
ПРЕС-ОФІС
ПРЕС-ЗАХОДИ
СПЕЦПРОЕКТИ
РОБОТА З ЛІДЕРАМИ
ДУМОК



ЦІЛІ ТА ІНСТРУМЕНТИ

ЦІЛІ

Формувати знання про продукт Royal Canin, якість продукції та нутрієнтний підхід;

Робота з негативом щодо якості продукції, через системну комунікацію зі ЗМІ.

PR ІНСТРУМЕНТИ

Прес-офіс (робота зі ЗМІ на постійній основі)

Робота з внутрішніми та зовнішніми амбасадорами бренду

Прес-заходи та спецпроекти з медіа



Опубліковано
22 Серпень, 2018

Перегляди
274

Автор
Дацюк Ольга

Чотирилапий спорт: раціон та вправи, що вбережуть вашого улюбленця від ожиріння

Навіть коти та собаки можуть бути фітоняшками

РЕЗУЛЬТАТИ

- **2 прес-заходи:** прес-конференція “Cat Show” (Вистава котів) в Одесі; прес-клуб “Pets Lunch” (Бранч з другом) у Києві
- Прес-релізи та статті: **медіа-база складає** більш ніж **75** суспільно-політичних та lifestyle видань
- **65 онлайн публікацій** за 5 місяців
- **Загальне охоплення:** більш ніж **1,120,000**
- **1 прес-тур** на фабрику Royal Canin у Польщі



ROYAL CANIN CUP

Виставка котів, Одеса

ЦІЛЬ

Проінформувати ЦА щодо заходу Royal Canin Cat Show (Виставка котів) в Одесі.

ІДЕЯ

Організація прес-конференції з регіональними ЗМІ
Інтеграція інофприводу у виставку: Книга рекордів України і
вибір найдовшого в країні кота

РЕЗУЛЬТАТИ

- 13 регіональних онлайн ЗМІ та ТВ відвідали прес-конференцію
- Більш ніж 40 публікацій в регіональних та загальнонаціональних ЗМІ



ПРЕС-ТУР ПОЛЬЩА

ЦІЛІ

Організація прес-туру "RC Quality Tour" на заводі поблизу Krakова

Формування лояльного ставлення до продуктів польської фабрики серед українських споживачів

Інформування про єдині стандарти та принципи виробництва продукції РС

РЕЗУЛЬТАТИ

- 8 журналістів з топових загальнонаціональних видань взяли участь у прес-турі
 - Загальні охоплення ЦА: 906K
 - Очікувані матеріали: пости в FB, публікації статей в пресі та онлайн

ПАРТНЕР



BOSCH

Винайдено для життя

2017 - 2019

ПРОЄКТ

КОМУНІКАЦІЙНА
СТРАТЕГІЯ
ПРЕС-ОФІС
СПЕЦПРОЕКТИ
ПРОЕКТИ



ЦІЛІ ТА ІНСТРУМЕНТИ

ЦІЛЬ ПРОЕКТУ

Формувати знання про напрямок Bosch Automotive Aftermarket та донесення ключових переваг продуктів Bosch до цільової аудиторії.

Інформування ЦА про інновації від Bosch.

PR ІНСТРУМЕНТИ

Прес-офіс (формування лояльного пулу журналістів)

Лідери думок

Заходи та спецпроекти з медіа

Робота з партнерами (mailchimp розсилки)

Звітність

МАРКЕТИНГ ІНСТРУМЕНТИ

E-mail Marketing



РЕЗУЛЬТАТИ

- **5 заходів:** щорічна прес-конференція; День рівності; Old Car Land; 100 років ОНПУ; конкурс для майстрів-приймальників
- Розіслано **14 листів** партнерам; **охват листів: 26 505**
- Розіслано **31 реліз\статью**
- Медіа-база складається із **408 видань**
- **1219 публікацій (загальне охоплення: понад 21 000 000)**
- **4 спецпроекти** (Автомобільні видання: АвтоЕксперт, Автомир, Автоцентр)
- TV: **24 канал**



Качество фильтрации угольного фильтра достигается за счет наличия дополнительного слоя активированного угля. Он изготавливается из обугленной и измельчённой скорлупы кокосовых орехов, и обладает очень высокими абсорбирующими свойствами. Площадь пор всего 1 г активированного угля составляет более 1000 м². А уже чайная ложка имеет такую же площадь пор, как целое футбольное поле. Таким образом, угольные фильтры Bosch превосходно очищают воздух в салоне от неприятных запахов и вредных газов. Также установить такой фильтр самостоятельно может любой автолюбитель без заезда на сервис: к каждому комплекту приложена простая иллюстрированная пошаговая инструкция.

СПЕЦПРОЕКТИ

ЦІЛЬ

Донести переваги салонних фільтрів Bosch Filter+

ІДЕЯ

Редакційна стаття: «Відпрацьовані гази більше труять водіїв, ніж пішоходів»

ПЛАТФОРМА

autocentre.ua

РЕЗУЛЬТАТ

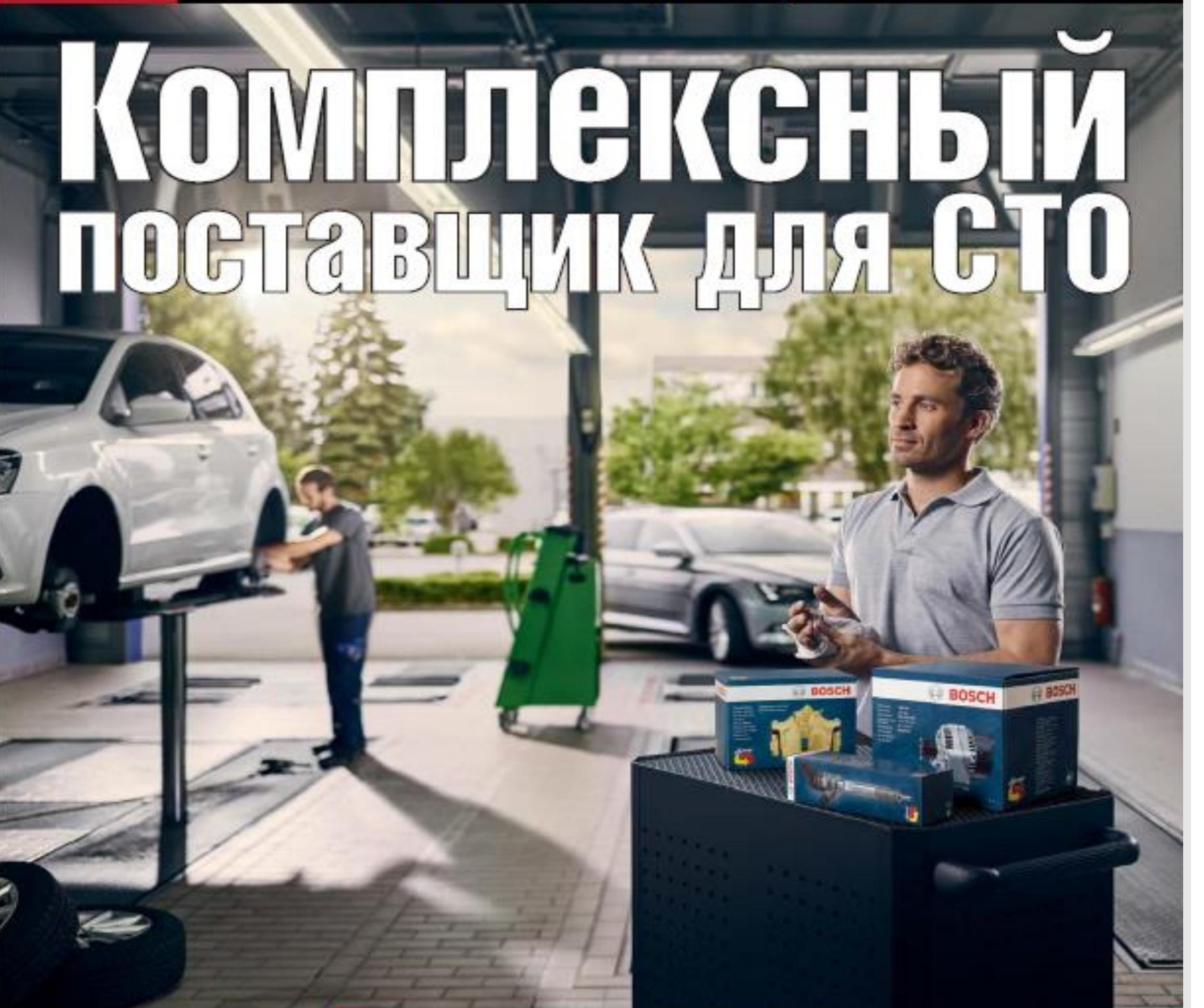
400 читачів

2018
Спецвыпуск

autoExpert

Рынок автосервиса

Комплексный поставщик для СТО



СПЕЦПРОЕКТИ

ЦІЛЬ

Розказати про продукти компанії та донести основні переваги продуктів серед співробітників, магазинів та партнерів.

ІДЕЯ

Виготовити власний журнал в редакційному стилі

ПЛАТФОРМА

autoexpert-consulting.com

РЕЗУЛЬТАТ

36 редакційних статей

Корпоративний журнал з накладом 1000 шт.

ПАРТНЕР

dentsu
AEGIS
network

2010 - 2018

ПРОЄКТ

КОМУНІКАЦІЙНА
СТРАТЕГІЯ
ПРЕС-ОФІС
ЩОРІЧНА
МАРКЕТИНГОВА
КОНФЕРЕНЦІЯ
КОРПОРАТИВНИЙ PR



ЦІЛІ

- Відбудова лідерства холдингу на ринку комунікацій;
- Побудова репутації групи, як найбільш інноваційної та соціально орієнтованої серед гравців галузі;
- Сформувати імідж акціонерів та керівників агенцій, як лідерів думок та експертів галузі;
- Донесення цінностей компанії до працівників холдингу.



РІШЕННЯ

PR ІНСТРУМЕНТИ

- Зовнішні

Прес-офіс (формування лояльного пулу журналістів)

Комунікація зі ЗМІ та галузевими організаціями

Організація заходів та спецпроектів

Співпраця з галузевими організаціями

Організація щорічної маркетингової конференції FUTURE LAB

- Внутрішні

Створення інtrasайту компанії та внутрішнього дайджесту

Проекти: DAN Sport Challenge, DAN Football Cup, Well DAN Ecology та ін.

Організація щорічної внутрішньої конференції In-house Future Lab

Корпоративні заходи

МАРКЕТИНГ ІНСТРУМЕНТИ

SMM



МАРКЕТИНГОВА КОНФЕРЕНЦІЯ FUTURE LAB

ЦІЛІ

Організація щорічного бізнес-заходу для підсилення іміджу інноваційної медіа-групи України.

РЕАЛІЗАЦІЯ

Розробка концепції івенту

Організація заходу

Логістика

Production

Технічна підтримка

Залучення спікерів

Комплексний PR

Залучення партнерів



МАРКЕТИНГОВА КОНФЕРЕНЦІЯ FUTURE LAB

- 8 заходів (з 2010 по 2018)
- Кількість учасників: 400-800 людей
- Більш ніж 200 публікацій на релевантних бізнес та маркетинг платформах
- Future Lab став #1 захід на українському ринку



КОРПОРАТИВНІ ЗАХОДИ

- Повна організація під ключ: щорічні корпоративні заходи для співробітників холдингу
- Кількість учасників: **400-800** людей
- Кількість проведених заходів з 2010 року: **16**





GIPSY NIGHT



ПАРТНЕР



2017 - 2018

ПРОЄКТ

**РЕГУЛЯРНА ІВЕНТ
ПІДТРИМКА**



ЦІЛІ ТА ЗАДАЧІ

ЦІЛІ:

Збільшення рівня обізнаності та лояльності ЦА, залучення нових відвідувачів ТРЦ

РІШЕННЯ:

Розробка та втілення івент кампаній

ФОРМАТИ ЗАХОДІВ

Майстер-класи

Автограф-сесії з популярними блогерами та селебріті

Великі івенти, концерти, фестивалі, шоу



РЕЗУЛЬТАТИ

- **BIG EVENTS - 6**
- **SMALL EVENTS – більш ніж 90**
- Кількість відвідувачів збільшилась вдвічі
- Будні дні: від 15 000 до 40 000
- Вихідні дні: від 30 000 до 60 000
- Рекордна кількість відвідувачів:
понад 80 000 (ONUKA на концепті 24.12)

ПАРТНЕР



WARGAMING.NET

LET'S BATTLE

2016

ПРОЕКТ

БІЗНЕС-КОНФЕРЕНЦІЯ



ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ

ЦІЛІ

Організація міжнародної конференції для 1500 учасників

ЗАВДАННЯ

Повна організація заходу в Мистецькому Арсеналі

РЕАЛІЗАЦІЯ

Дизайн та продакшн візуальних матеріалів

Технічна підтримка

Безперервний кейтерінг

Організація пре-паті та афтепаті з селебріті

Забезпечення повної логістики



РЕЗУЛЬТАТИ

- Період: **2 дні**
- Учасники: **понад 1 500 людей**
- Event photos: <https://bit.ly/37jeFhi>

ПАРТНЕР



SUBARU®

2012 - 2017

ПРОЕКТ

ПРЕС-ОФІС
ІВЕНТИ
КОРПОРАТИВНЕ
ВИДАННЯ



ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ

ЦІЛІ

Сформувати імідж Subaru - сімейний автомобіль

РІШЕННЯ

Розробка та реалізації стратегії для досягнення поставлених цілей

ІНСТРУМЕНТИ

Прес-офіс

Корпоративний журнал “Subaru Family Magazine”

Сімейні конкурси та поїздки

Сімейний фестиваль “Subaru Family Party”

Розробка та підтримка сторінки заходу
<http://sf.subaru.ua/>



РЕЗУЛЬТАТИ

- **3 заходи**
- **20 партнерів**
- Більш ніж **3 000 відвідувачів** кожного заходу
- **10 медіа** партнерів
- **3 публікації** з анонсом
- **65 публікацій** на релевантних ресурсах
- **10 пост-релізів** в друкованих виданнях
- **4 виходів на TV**
- Відео №1
<https://www.youtube.com/watch?v=lsbsisG2iSk>
- Відео №2
<https://www.youtube.com/watch?v=zyXZM7n9Ehg>

ПАРТНЕР



2019 - 2020

ПРОЄКТ

ІНТЕГРОВАНИЙ
СПЕЦПРОЕКТ:
РЕАЛІЗАЦІЯ ТА PR-
ПІДТРИМКА

SOCAR ШУКАЄ СУПЕРГЕРОЯ

1 Заповніть анкету на сайті socar.family



2 Додайте лінки на п'ять світлин своєї дитини із різними героями з власного акаунту



3 Отримайте можливість виграти сімейну фотозйомку та участь дитини в ролі актора рекламної кампанії Socar SuperKids

*з детальними умовами проведення акції можна ознайомитись на сайті socar.family
**офіційні сторінки Socar у соцмережах: [facebook @SOCAR.Energy.Ukraine](#), [Instagram @socar_ukraine](#)

SOCAR
ENERGY

ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ

ЦІЛІ

Збільшення відвідуваності АЗК SOCAR ЦА з дітьми

Формування іміджу місця для проведення часу з сім'єю

ІДЕЯ

Комунікація бренду з аудиторією через персонажі дитячих супергероїв

Проведення всеукраїнського конкурсу



ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ

РЕАЛІЗАЦІЯ

Розробка візуальної концепції бренду «з нуля»

Конкурсна механіка залучення цільової аудиторії

BTL-активності

Колаборація з лідерами думок, анонсування у ЗМІ та профільних спільнотах у соцмережах

РЕЗУЛЬТАТИ

- 5 персонажів-супергероїв
- Лендінг Socar Family
- Охоплення понад 500 000 людей
- 10 лідерів думок, близько 30 публікацій у ЗМІ, ротація ролика на радіо ЛюксФМ

ПАРТНЕР



2017

ПРОЄКТ

**ВТЛ
РОБОТА З ЛІДЕРАМИ
ДУМОК**



ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ

ЦІЛІ

Підвищити лояльність до бренду серед ЦА
Акцентувати увагу ЦА на якості продукції
Стимулювати WoM-effect

РЕАЛІЗАЦІЯ

Організація турів на завод
Дегустація та фотосесія

SOLUTION

10 турів за 6 місяців
Понад 100 незалежних відгуків



КАМПАНІЯ З ЛІДЕРАМИ ДУМОК

ЦІЛІ

Підвищити лояльність до бренду кору ЦА.

РЕАЛІЗАЦІЯ

Нативні пости лідерів думок + product placement

РЕЗУЛЬТАТИ

- Загальне охоплення: 905 080
- Середнє місячне охоплення: 100 564
- Загальне залучення: 47 469
- Середнє місячне залучення: 5 274

ПАРТНЕР



BRITISH AMERICAN
ТОВАССО



2019 - 2021

ПРОЄКТ

PR-ПІДТРИМКА
РОБОТА З ЛІДЕРАМИ
ДУМОК

КУРЦЯМ НА ЗАМІТКУ

ЛІТАТИРАЗОМІЗ НІКОТИНОВИМИ ПОДУШЕЧКАМИ VELO ЗАМІСТЬ СИГАРЕТ ЛЕГКО. НОВИНКА ДЛЯ КУРЦІВ — КОМПАНІЯ BRITISH AMERICAN TOBACCO РОЗПОЧИНАЄ ПРОДАЖ В УКРАЇНІ НІКОТИНОВИХ ПОДУШЕЧКОВ VELO БЕЗ ТЮТЮНУ. НІКОТИНОВІ ПОДУШЕЧКИ VELO ІДЕАЛЬНО ПІДХОДЯТЬ ДЛЯ ПЕРЕЛОТІВ.

VELO — АМБАСАДОР ШВЕЦІЇ В УКРАЇНІ, ЩО ПРОПОНУЄ НАСТУПНИЙ КРОК У СПОЖИВАННІ НІКОТИНУ.

КОМПАНІЯ BRITISH AMERICAN TOBACCO (BAT) ПІД МАРКОЮ VELO РОЗПОЧИНАЄ В УКРАЇНІ ПРОДАЖ НІКОТИНОВИХ ПОДУШЕЧКОВ БЕЗ ТЮТЮНУ, ЯКІ ВИРОБЛЯЮТЬ У ШВЕЦІЇ. УКРАЇНА СТАЛА ВЖЕ 14 РИНКОМ, НА ЯКОМУ BAT ЗАПУСТИЛА СВІЙ ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ ДЛЯ ПЕРОРАЛЬНОГО СПОЖИВАННЯ.

«
ДЕДАЛІ БІЛЬША КІЛЬКІСТЬ УКРАЇНЦІВ ВІДКРИВАЄ ДЛЯ СЕБЕ СВІТ ПОДОРОЖЕЙ. ОДНАК, ЗАБОРОНА НА КУРІННЯ В ГРОМАДСЬКИХ МІСЦЯХ І ТРАНСПОРТІ ДУЖЕ ОБМЕЖУЄ ПОВНОЛІТНІХ СПОЖИВАЧІВ НІКОТИНОВОЇ ПРОДУКЦІЇ»
»

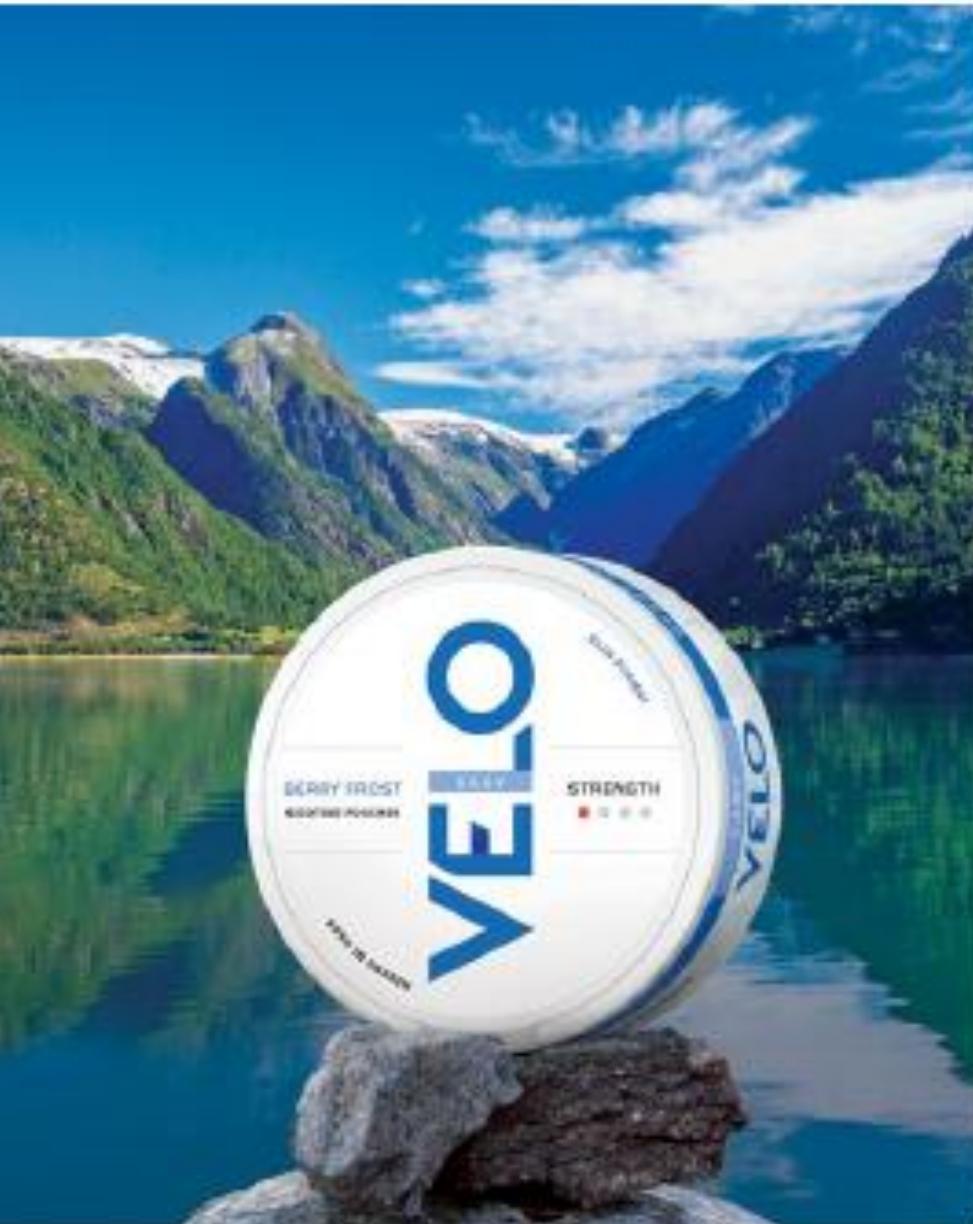
Дедалі більша кількість українців відкриває для себе світ подорожей. Однак заборона на куріння в громадських місцях і транспорті дуже обмежує повнолітніх споживачів нікотинової продукції. Але що ж робити курцям? Відповідь знайшли винахідливі шведи, згадавши свої традиції. На батьківщині вікінгів давно користуються так званим сносом без диму та попелу. У скандинавських країнах цей продукт століттями залишався номером один. Але світ змінюється, і прогрес не стоїть на місці.

ШВЕДСЬКИЙ ПРАГМАТИЗМ, МІНІМАЛІЗМ І ТЕХНОЛОГІЧНІСТЬ В ДІЇ

У Швеції звички мислити на крок уперед ю орієнтуватися на майбутнє. Тому не дивно, що Velo з'явився саме тут. Нікотинові подушечки Velo — унікальний продукт, який абсолютно відрізняється своїм наповненням від класичного снусу. Головне — він абсолютно не містить тютюну! Подушечки Velo містять мікрокристали целюлози, нікотин, воду, ароматизатори та підсолоджувачі.

Як і все шведське, Velo простий у використанні. Потрібно тільки розмістити подушечку між яснами та щокою і тримати до 30 хвилин. Під час споживання руки залишаються вільними, а в упаковці навіть є спеціальне відділення для використаної продукції. Таким чином у Velo був втілений шведський підхід до життя — філософія гармонії лагом, яка поєднує в собі практичність, комфорт і якість.

Родом із нордичних просторів, подушечки Velo своїм біlosnijkim кольором нагадують верхівки скандинавських гір. Казкова й різноманітна краса місцевої природи, величні фіорди і справді надихають на винаходи й творчість, а розвинена мережа аеропортів робить максимально комфортно подорож навіть у найвіддаленіші куточки.



Тільки для повнолітніх споживачів тютюну або нікотину.
Цей продукт містить нікотин і викликає залежність.

«
У Velo був втілений шведський ПІДХІД ДО ЖИТТЯ — ФІЛОСОФІЯ ГАРМОНІЇ ЛАГОМ, ЯКА ПОЄДНУЄ В СОБІ ПРАКТИЧНІСТЬ, КОМФОРТ І ЯКІСТЬ.»
»

ВІДКРИВАЄМО ЗАГАДКОВУ СКАНДИНАВІЮ РАЗОМ ІЗ VELO

І головне: потрапити до однієї зі скандинавських країн із Києва можна завдяки прямим авіарейсам. Якісьє дві з половиною години в повітрі — і ви вже в чарівному Стокгольмі або в острівному Копенгагені. Швеція чи Данія? Навіщо обирати? Адже можна відвідати обидві країни одночасно, лише перетнувши Ересуннський міст, який з'єднує шведське місто Мальме зі столицею Данії.

У Скандинавії не буває нецікавих міст, кожне — особливе. Наприклад, у Стокгольмі дивні футурystичні будинки разом зі старовинними вежами створюють неповторну атмосферу. Тут ви знайдете й купу інтерактивних музеїв, які привчають шведів із малих літ мислити нестандартно. Туристам особливо радять завітати до музею Середньовіччя та музею

ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ

ЦІЛІ

Підвищити лояльність ЦА до бренду Glo

Привернути увагу ЦА до нових продуктів компанії, а також вивести на ринок нікотинові подушечки Velo

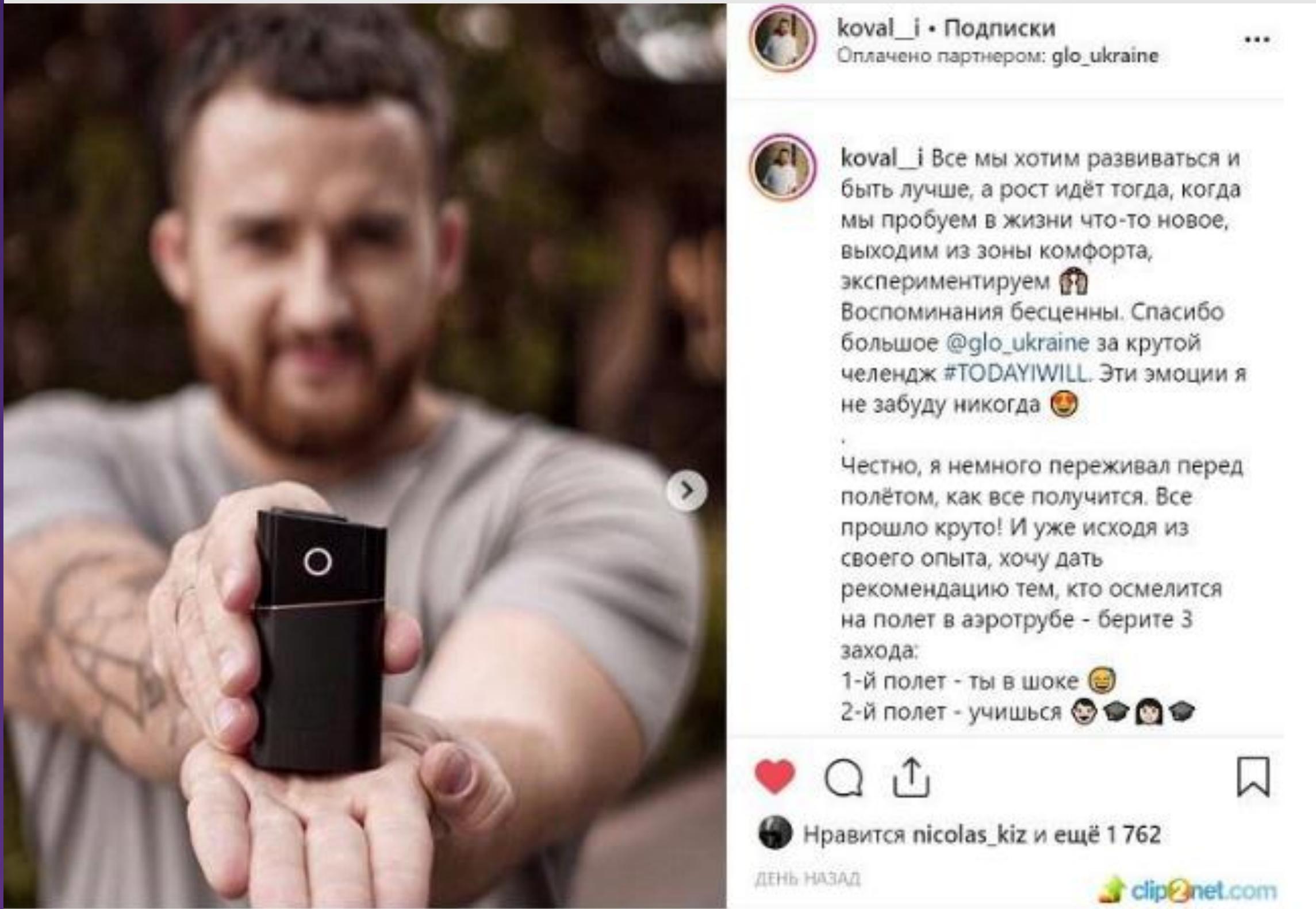
РЕАЛІЗАЦІЯ

Розміщення PR-матеріалів в друкованих та онлайн ЗМІ

Робота з лідерами думок та селебритіз

Нативні пости, product placement та конкурсні активації з лідерами думок

Супроводження ЛОМів на заходах та в рамках престурів



Результати

- Більше **50 контролюваних розміщень матеріалів** в рамках лончу нових продуктів/девайсів
- Понад **40 ЛОМів**, залучених до колаборації з брендом, у тому числі селебритіз
- **Прес-тур в Абу-Дабі** на перегони Formula 1 за участю блогерів-мільйонників **загальним охопленням** понад **1 300 000**
- Активація в рамках проекту G-Shock із залученням серебритіз **загальним охопленням** понад **1 300 000** та **залученістю** більше **90 000**
- **Загальне охоплення: 143 000 000**
- **Загальне залучення: 13 000 000**



ПАРТНЕР



2013 - 2018

ПРОЄКТ

ПРЕС-ОФІС
СПЕЦПРОЕКТИ
РОБОТА З ЛІДЕРАМИ
ДУМОК



ЦІЛІ ТА РІШЕННЯ

ЦІЛЬ

PR підтримка брендів та нових лінійок

NIVEA, NIVEA MEN, EUCEPIN

РІШЕННЯ

Креативні розсилки медіа та лідерами думок

Підтримка в форматі пресофісу

Спецпроекти зі ЗМІ та ділерами думок

Організація тематичних заходів для ЦА

РЕЗУЛЬТАТ

Понад 5 років співпраці з клієнтом у форматі повного супроводу



РОБОТА З МЕДІА

ЦЛЬ

Презентація нової продуктової лінійки NIVEA MAKE-UP EXPERT.

ІДЕЯ

Несподівані візити знімальної групи у найбільші редакції – мейк та фотосесія

РЕЗУЛЬТАТ

- Більше 20 публікацій у популярних жіночих виданнях



КРАСИВЫЙ ГОЛ

Футбол способен заставить сердца бояться в битве в узком за протяжении 90 минут матча, а красивый гол доставляет чистое восхищение фанам, никогда оставаясь в их памяти.

Спецпроект Спорт bigmir.net & NIVEA MEN — семь историй известных людей объединенных футболом о красивых головах, любви к игре и работе над собой.

СПЕЦПРОЕКТ

ЦІЛЬ

Підтримати футбольну платформу NIVEA MEN

Підсилити чоловічність бренду

ІДЕЯ

Контент проект (longread) за участі лідерів думок на bigmir.net

РЕЗУЛЬТАТИ

- Загальна кількість переглядів: 52 526
- Охоплення ЦА: 2 286 932
- Link: <https://bit.ly/2tGSsv0>

Николай Матросов
Шоуман, радіо- та телеведучий, а також офіційний голос НСК «Одинадцять»

Читати інтервю

М.С. Рыбик
Гастроблогер та волонтер, герой клубової життя

Читати інтервю

Новинки MAC, Lancome, Collistar, Clarins, Tiziana Terenz...
Liza Krasnova ▾
14 441 просмотр • 2 дня назад

Как ПЕРЕЖИТЬ ЗИМУ? ♡ Мой уход за лицом + РОЗЫГРЫШ
Liza Krasnova ▾
15 693 просмотра • 6 дней назад

I'm loving it | Фавориты

I'm loving it - это всё, что я люблю, мои фавориты из всех сфер!

Фавориты iHerb | Фавориты января | January iHerb...
Liza Krasnova ▾
20 230 просмотров • 2 недели назад

I'm loving it ❤ 5 фаворитов декабря | December Favourites
Liza Krasnova ▾
12 975 просмотров • 1 месяц назад

СПЕЦПРОЕКТ

ЦЛЬ

Нестандартна підтримка лончу NIVEA: гелі для душу із запахом какао, кокос та карамболь.

ІДЕЯ

Креативні міні-серії відео з Liza Krasnova, популярним beauty-blogger

РЕЗУЛЬТАТИ

Перегляди: понад 1 100 000
Охоплення: 3 000 000



NIVEA CARE CAMPAIGN

ЗАВДАННЯ

Підсилити імідж NIVEA як бренда, який піклується. Підкреслити цінності бренду та донести їх до ЦА.

РІШЕННЯ

Інтеграція з активністю в фестивалі протягом зимових свят в найбільших містах України (Київ, Львів, Одеса, Дніпро)

РЕАЛІЗАЦІЯ

Розробка концепції будинку NIVEA

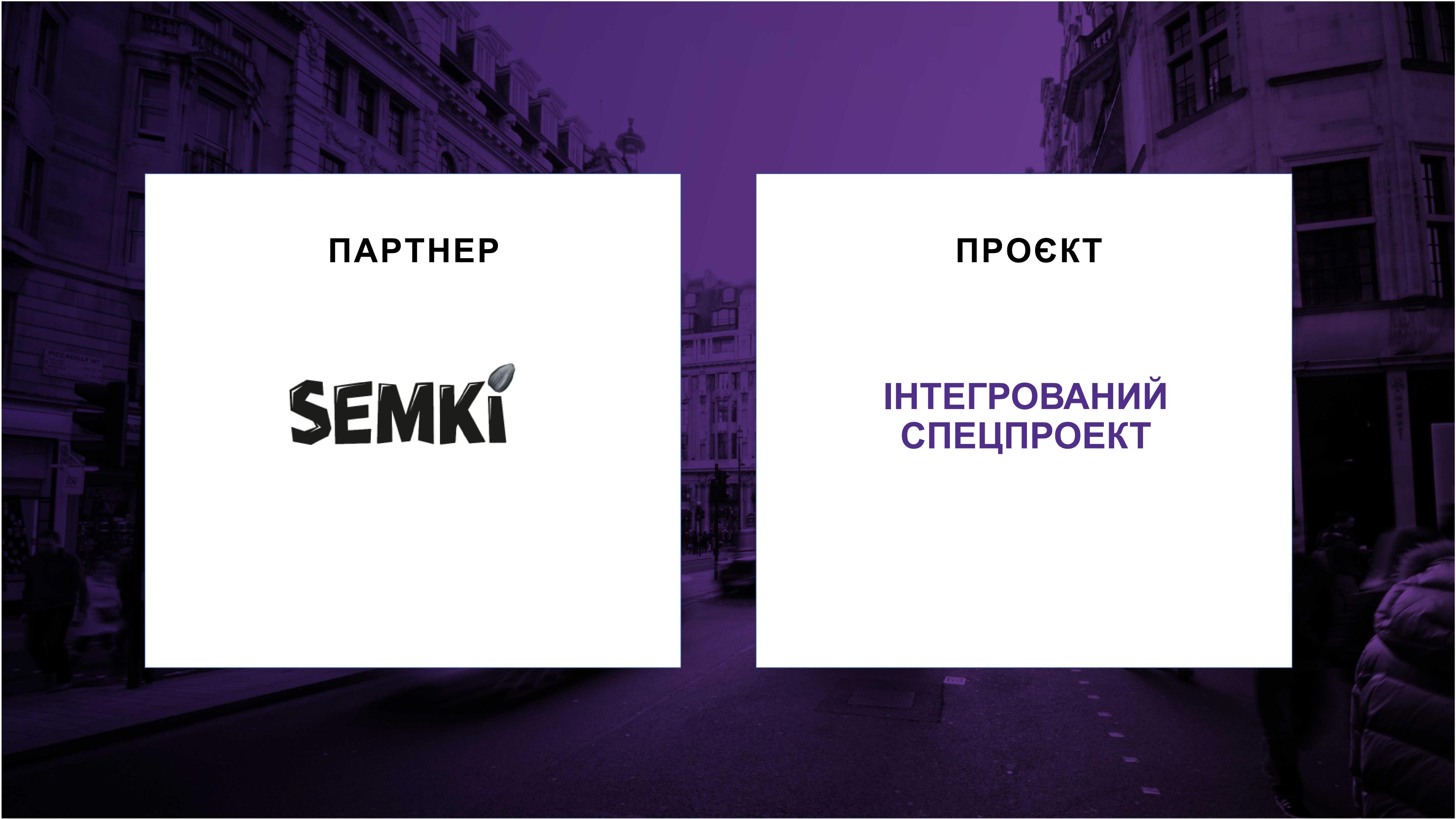
Організація під ключ

PR супровід

Залучення селебріті до активності

РЕЗУЛЬТАТИ

- Період кампанії: **14 днів**
- Загальна кількість **відвідувачів**: понад **120 000**
- **ПРЕС-ОФІС: 30 безкоштовних новин** (print, online, TV)



ПАРТНЕР

SEMKi

ПРОЕКТ

ІНТЕГРОВАНИЙ
СПЕЦПРОЕКТ



An advertisement for SEMKI sunflower seeds. The background is a bright yellow sunflower field. In the top left corner, there is a small white box containing the text "Лиза SEMKI". The main text on the left side reads "САМЫЕ ПОЛЕЗНЫЕ СЕМКИ: удивительные факты" (The most useful seeds: amazing facts). A large sunflower is prominently featured in the foreground on the right side of the ad.

ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ

ЦІЛЬ

Підтримати імідж бренда та категорії як здорової та природної.

РІШЕННЯ

Longread на liza.ua

PR-статті на релевантних веб-сайтах

PR-статті в жіночих журналах (друк)

РЕЗУЛЬТАТИ

- Охоплення (онлайн PR): 45 920
- Охоплення (друк): 703 700
- Охоплення (Longread): 770 492
- Загальна кількість переглядів: 13 880



ПАРТНЕР

SAMSUNG

2017 - 2018

ПРОЕКТ

ПІДТРИМКА БРЕНДУ
В МЕДІА



ЦІЛІ ТА РІШЕННЯ

ЦІЛІ

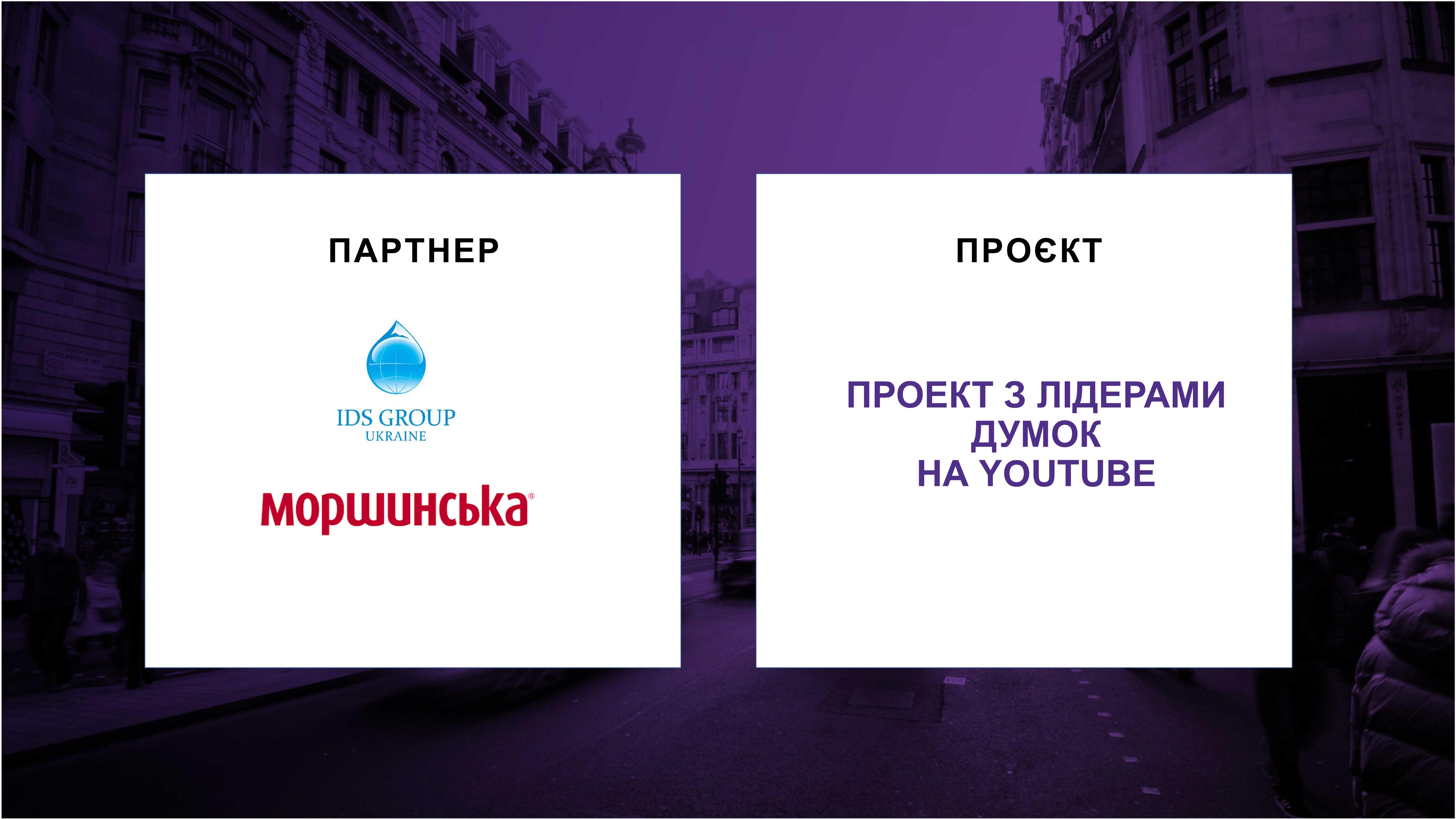
PR підтримка ключових позицій продуктової лінійки

РІШЕННЯ

Медіа розміщення в провідних українських ЗМІ

RESULTS

- Статті у Сьогодні, НВ, Кореспондент, Фокус та інших медіа
- Total coverage 1,200,000



ПАРТНЕР



моршинська®

ПРОЄКТ

**ПРОЄКТ З ЛІДЕРАМИ
ДУМОК
НА YOUTUBE**



ЗАБОЛЕЛА / ВЫСОКАЯ ТЕМПЕРАТУРА / СТРАШНЫЙ ВИРУС / ВЫЗВАЛИ СКОРУЮ ПОМОЩЬ
480 155 просмотров

16 ТЫС. 471 ПОДЕЛИТЬСЯ ...



ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ

ЦІЛІ

Креативна підтримка дитячої лінійки бренду Моршинська.

РЕАЛІЗАЦІЯ

Кооперація з ютуб блогерами – дітьми
Нативна комунікація бренду та його повідомлень

РЕЗУЛЬТАТИ

- 4 відео
- 4 948 233 переглядів загалом
- 806 399 переглядів в Україні

ПАРТНЕР



Медичний центр Святої Параскеви
St. Paraskeva Medical Center

ПРОЄКТ

ЗАХІД ДЛЯ ЗМІ



ПРЕС-ЗАХІД

ЦІЛЬ

Організація прес-конференції з нагоди запуску клініки Святого Параклеси у Києві
PR підтримка заходу

РЕАЛІЗАЦІЯ

Організація подій
Комунікація з журналістами
Підготовка доповідачів та фахівців клініки для спілкування з пресою

РЕЗУЛЬТАТИ

- 16 журналістів
- 12 матеріалів про відкриття клініки (новини з коментарями керівництва та провідних спеціалістів)

ПАРТНЕР



ПРОЄКТ

КОМУНІКАЦІЙНА
СТРАТЕГІЯ
ПРЕС-ОФІС



ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ

ЗАДАЧА

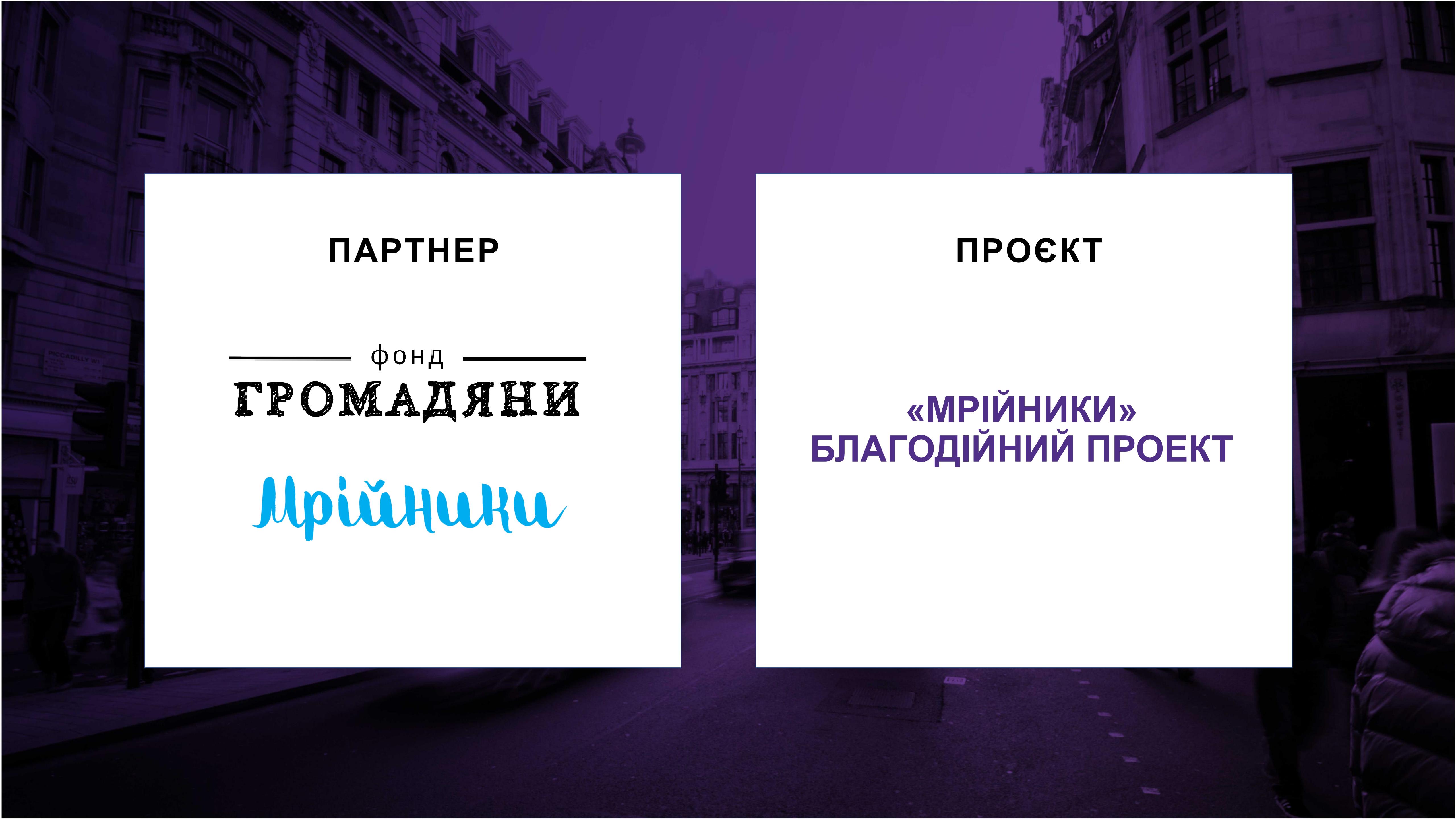
Презентація оновленої концепції ресторану OLIVA для ЗМІ та лідерів думок.

РЕАЛІЗАЦІЯ

Презентація та дегустація для 20 гостей

РЕЗУЛЬТАТИ

- 24 гостя
- 20 публікація за результатами заходу



ПАРТНЕР

— фонд —
ГРОМАДЯНИ
Мрійники

ПРОЄКТ

«МРІЙНИКИ»
БЛАГОДІЙНИЙ ПРОЕКТ

Дорогий Дедуничка Мороз!!!
Пишаєм тебе малюк Ярослав!
Миє зіора, я в цьому році був осіннім
последнім і коротким. Я почав
ходити в дитячий садок і у мене
появилось чимого дружати і погру-
жати. У мене єдина любимиша гор-
ицька Катя, я з неї дамся все-
чиштати з папкою книжки, а з ма-
юю собирати пазли.
За все місі коротки поступки
я хочу щоб ти принес місі
бажану новорічну машину со
міланом сак я наривал.



ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ

ІДЕЯ

Реалізувати 254 мрії дітей із сірої зони АТО
напередодні нового року.

ЗАВДАННЯ

Розробка механіки фандрайзингу
Донесення проблематики

РЕАЛІЗАЦІЯ

Створення та організація сайту для збору коштів
<http://dream.gromadyany.org/>

Організація благодійного аукціону та збір лотів від
українських зірок

Повна інформаційна підтримка проекту



ВТІЛИМО 254 МРІЇ

РЕЗУЛЬТАТИ

- Більше ніж **160 000 грн зібрано** на аукціоні
- **30 844,80 грн** зібрано через лендинг
- Більше ніж **260 мрій реалізовано**
- **8 публікацій** про проект на релевантних ресурсах
- **3647 відвідувачів** лендингу



ПАРТНЕР



Афлубин®

ПРОЄКТ

АНТИКРИЗОВА
КАМПАНІЯ



ДЖУДІ ДЕМПСІ
Російська армія
тролів



ОЛЕКСАНДР ГОЛЬЦ
Обама vs Трамп: хто
кого



ДМИТРО
Що відб
курсом

В Україні заборонили популярний протизастудний засіб, імпортер заперечує

12 Грудня, 2016,

12:24

03



Ви можете також прочитати цей матеріал російською мовою

ФАКТЫ
и комментарии

GBP 32.84

ВХОД

ФотоФакты | ВидеоФакты | Гороскоп | Архив

f | t | g+ | v | o

главная | Украина | мир | политика | деньги | происшествия | **ЗДОРОВЬЕ** | культура | наука | спорт | жи

ПРЯМАЯ ЛИНИЯ | ПОЛЕЗНЫЕ СОВЕТЫ | ШКОЛА ПОХУДЕНИЯ



дожили

В Украине запретили продажу
"Афлубина" из-за факта
фальсификации конкретной
серии лекарства (обновлено)

АНТИКРИЗОВА КАМПАНІЯ

ЦІЛІ

Усунути негативний вплив публікацій, що з'явились на підставі неперевіrenoї та неточної інформації про «заборону Афлубіну в Україні».

Повідомити офіційну позицію виробника та надати пояснення компанії про ситуацію.

РІШЕННЯ

Підготовка прес-релізу на підставі офіційного листа виробника

Контроль негативних новин, розміщення правильної інформації на основних медіа ресурсах

Ведення переговорів з медіа задля скасування / оновлення неправильних публікацій



ІМПОРТЕР СПРОСТОВУЄ ЗАБОРОНУ АФЛУБІНУ В УКРАЇНІ

АНТИКРИЗОВА КАМПАНІЯ

РЕЗУЛЬТАТИ

- Оновлено публікацій: 4
- Зняті публікацій: 5
- Коректні публікацій: 8

Gazeta.ua

☰ Головна Блоги Відео Фото Економіка+Фінанси Люди Донбас Крим

Здоров'я

П'ятниця, 16 грудня 2016 11:16

Імпортер спростовує заборону Афлубіну в Україні

Коментувати Роздрукувати



Компанія ТОВ "ОМЕГА ФАРМА УКРАЇНА", що є імпортером препарату Афлубін і офіційним представником компанії-виробника "Rixarx Biittner AG" (Австрія) в

ПАРТНЕР



XLS MEDICAL

ПРОЕКТ

МУЛЬТИМЕДИЙНЫЙ
ПРОЕКТ

Руслана Писанка собирается публично похудеть на 20 килограмм

Корреспондентлиг, 10 июля 2014, 14:09



44 034



Руслана Писанка
10 шагов навстречу себе

новости эксперты участницы галерея контакты

Каждая из нас хочет видеть в зеркале красивую и счастливую женщину. Любимница миллионов Руслана Писанка решилась на серьезный шаг, аврелье, на 10 шагов, чтобы сбросить вес и никогда не набрать его снова. Пройдите этот путь вместе с Русланой и наслаждайтесь своим новым отражением!

[посмотреть интервью Русланы](#)

Приглашаем Вас присоединиться к проекту и пройти путь к стройности вместе с Русланой. Вы сможете обращаться за индивидуальными консультациями к нашим экспертам: диетологу, психологу, фитнес-тренеру и стилисту, которые помогут Вам составить программу похудения и добиться поставленной цели. Проведите лето с пользой! Следите за успехами Русланы, повторите или превзоидите ее результат, чтобы гордо показать миру новую себя!

[присоединяться к проекту](#)

Социальные сети:

ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ

ЦІЛЬ

Підтримка запуску нового продукту - препарату (БАД) для схуднення XLS

Усунення стереотипу про те, що БАДи для схуднення не працюють, нівелювати негатив

РЕАЛІЗАЦІЯ

Створення контент-проекту та сайту про схуднення «10 кроків назустріч собі»

Залучаємо до проекту селебріті, яка «ніколи не худне» - Руслана Писанка

Залучення експертів до роботи над контентом сайту

Контент у форматі відеоблогу на сайті і каналі проекту на YouTube

Створення buzz-ефекту

Відбрано 10 учасниць з числа глядачок, під керівництвом Руслани і експертів

Проведення прес-конференції, на якій Руслана оголосила про використання БАДа XLS



10 ШАГОВ
НАВСТРЕЧУ СЕБЕ

Руслана Писанка

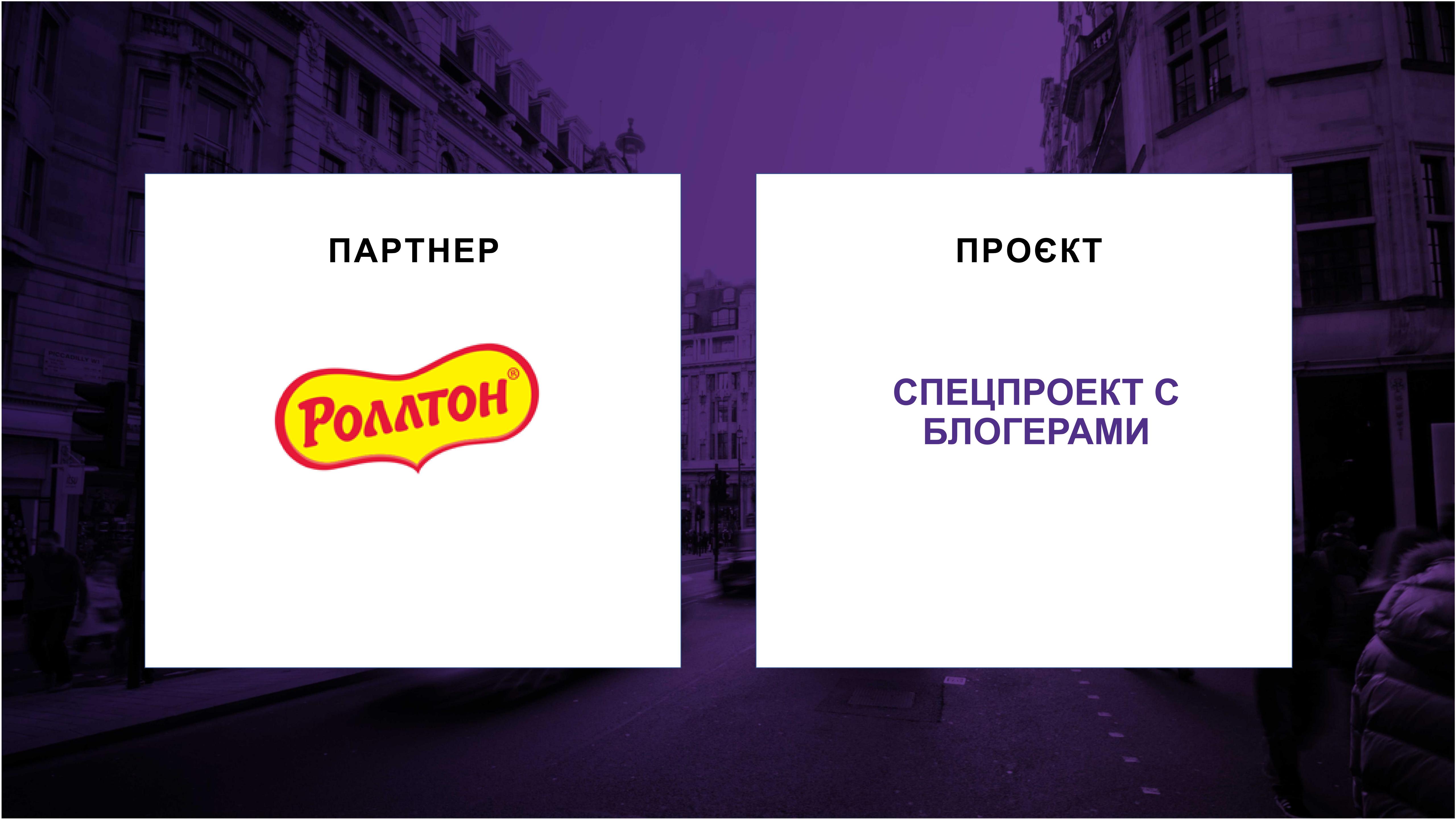
ШАГ 6.
ЗАРЯДКА

1:07 / 9:09

A screenshot of a video player. The video title is "10 ШАГОВ НАВСТРЕЧУ СЕБЕ" and the name of the creator is "Руслана Писанка". The video is currently at 1:07 of a 9:09 total duration. In the frame, a woman is holding a white board with a black border. The board has the text "ШАГ 6." and "ЗАРЯДКА" written on it. The video player interface includes standard controls like play/pause, volume, and a progress bar.

РЕЗУЛЬТАТИ

- 180 безкоштовних публікацій (включаючи сюжет на 1+1)
- 1 900 учасників online-проєкта
- 58 000 переглядів відеоблога

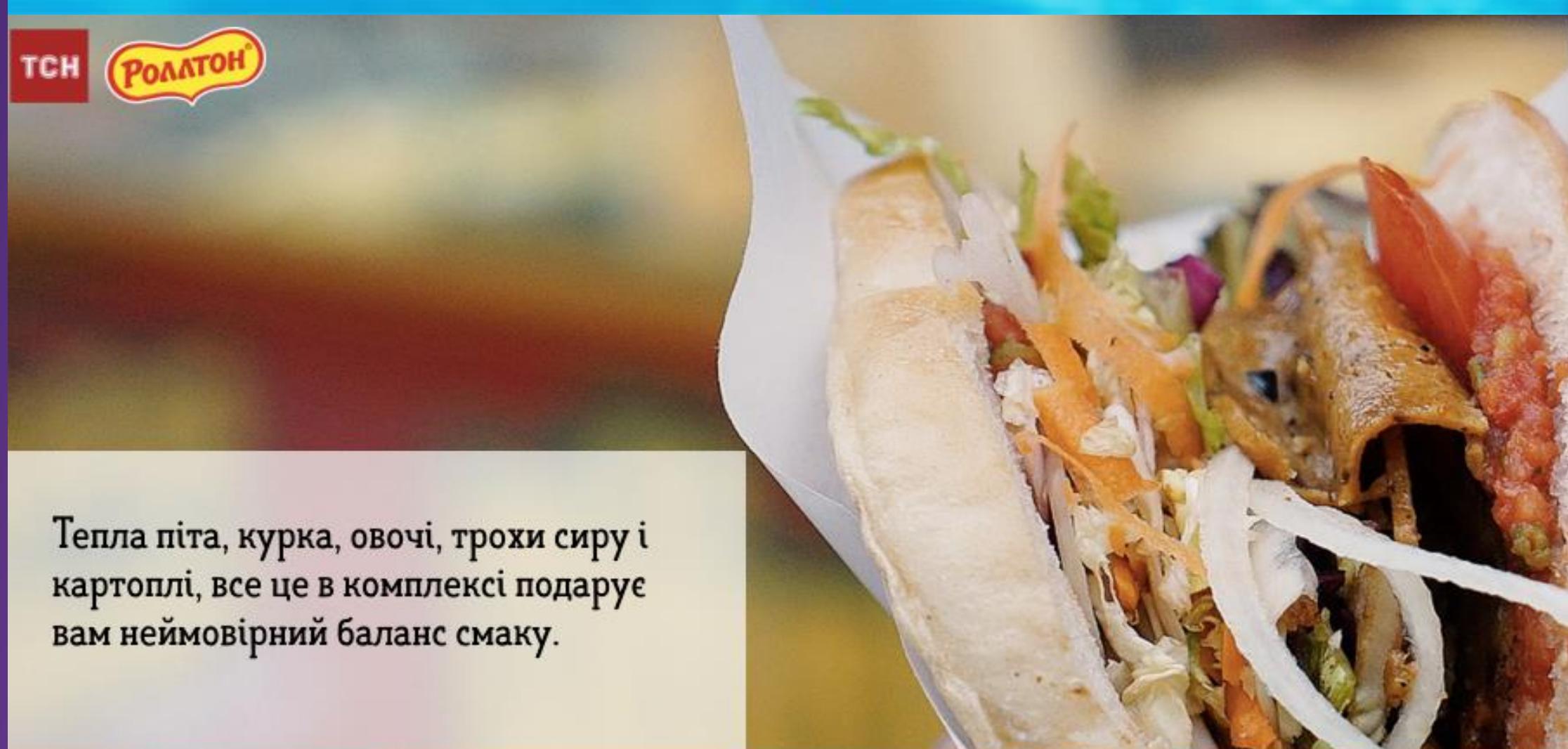


ПАРТНЕР



ПРОЕКТ

СПЕЦПРОЕКТ С
БЛОГЕРАМИ



Тепла піта, курка, овочі, трохи сиру і картоплі, все це в комплексі подарує вам неймовірний баланс смаку.

Гемюзе - це овочі, кебаб - це зрозуміло що, Мустафа - ім'я власника. І все начебто очевидно, але і в зливу, і сніг, і в холоднечу, і під палючим сонцем - черга тут коротшою не стає. Люди стоять, щоб покуштувати найсмачніший курячий донер ever! Тепла піта,

ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ

ІДЕЯ

Контент-проект за участю travel і food-блогерів на платформі tsn.ua

ЗАВДАННЯ

Розробка і реалізація PR кампанії в підтримку національного промо «Прямуй за Виделкою!»

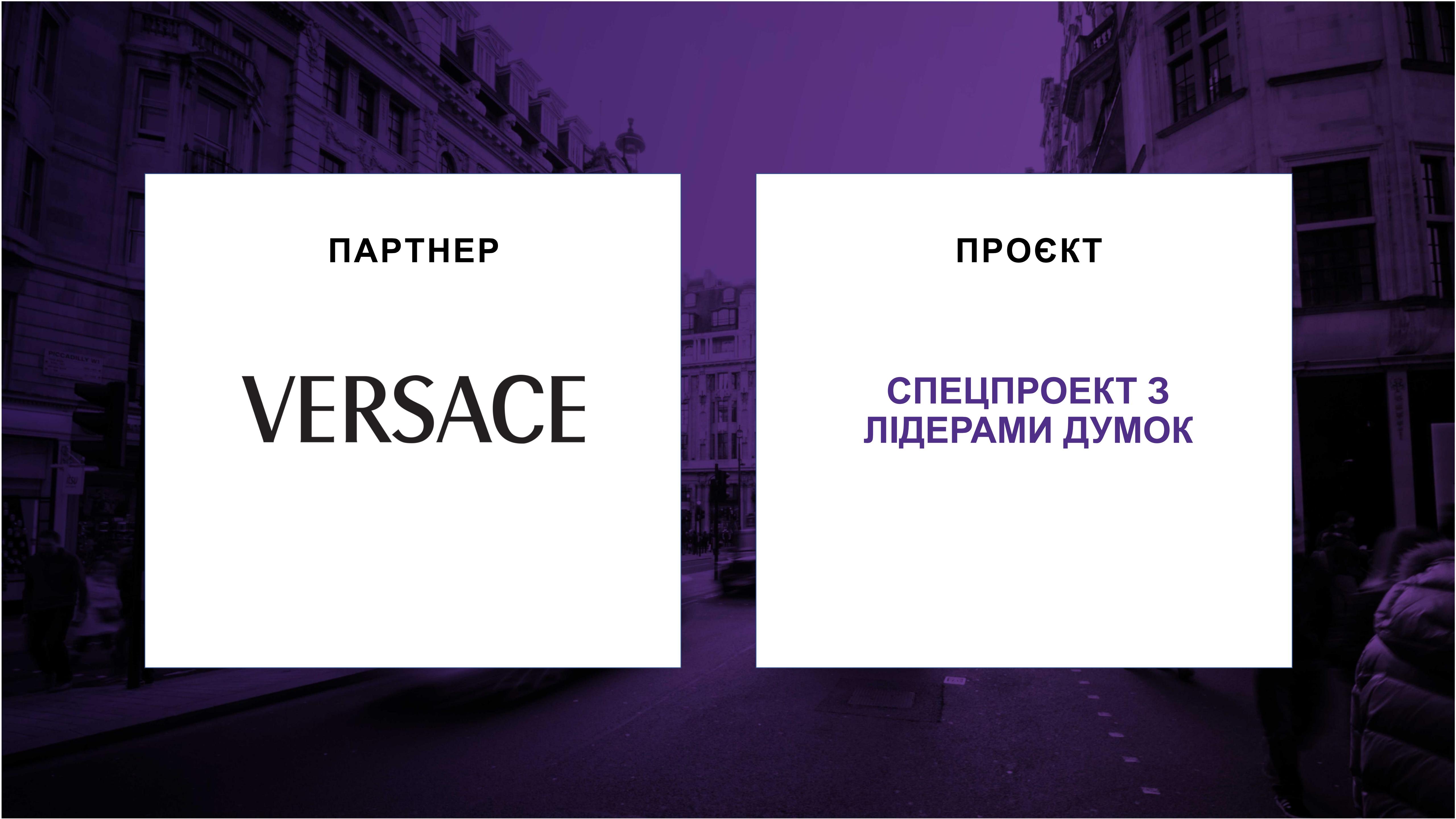
Анонсування акції

Залучення додаткової уваги ЦА

Підтримка і закріплення іміджевої зв'язку бренду Rollton і теми гастрономії

РЕЗУЛЬТАТИ

- Охоплення ЦА: 607 374
- Всього контактів (спецпроект): не менше 5 022 006
- Кількість відвідувань сторінки спецпроекту 31 107
- Посилання на проект:
- http://tsn.ua/special-projects/gastro_tour

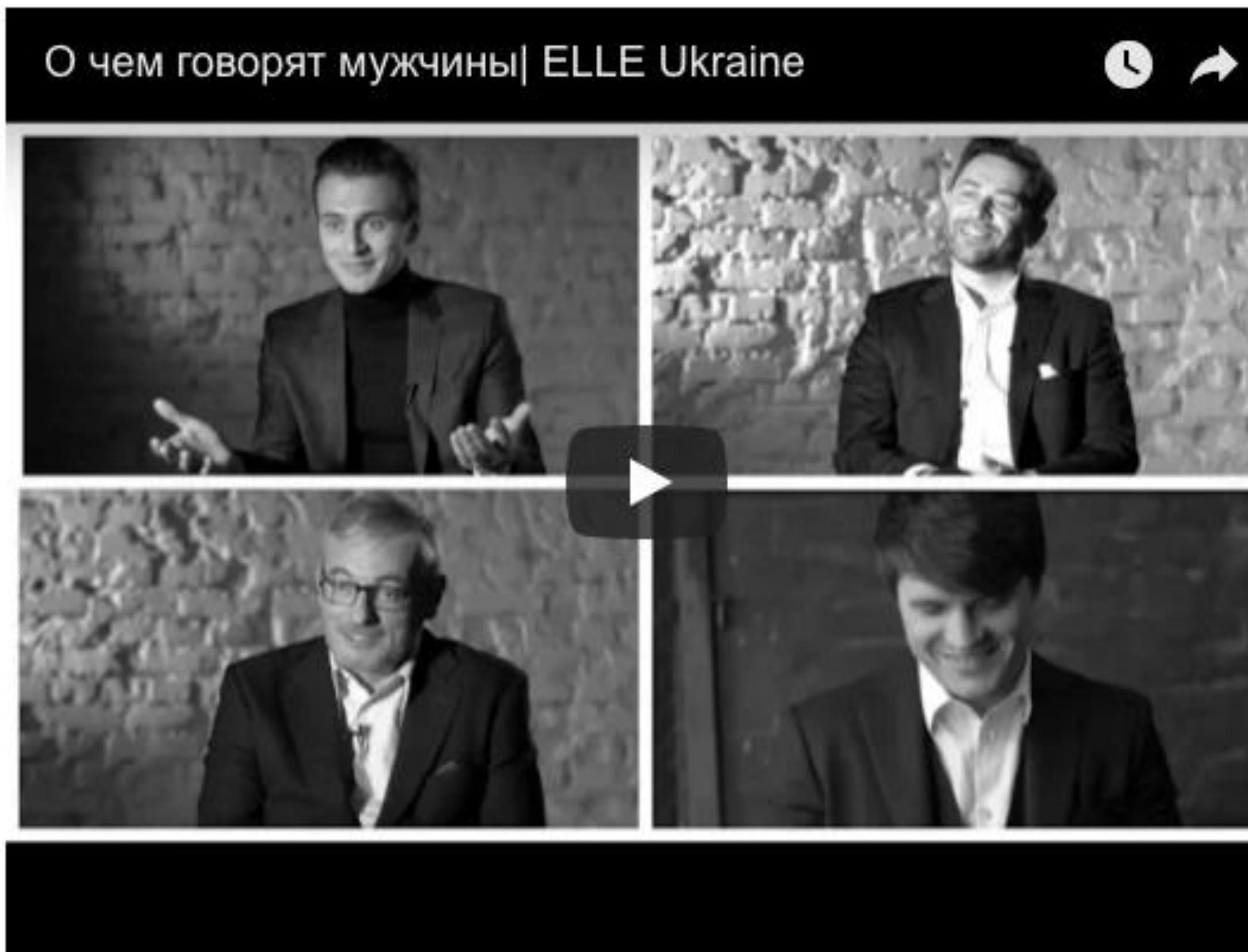


ПАРТНЕР

VERSACE

ПРОЄКТ

СПЕЦПРОЕКТ з
ЛІДЕРАМИ ДУМОК



ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ

ІДЕЯ

Нестандартна підтримка запуску аромату
Versace Dylan Blue pour femme

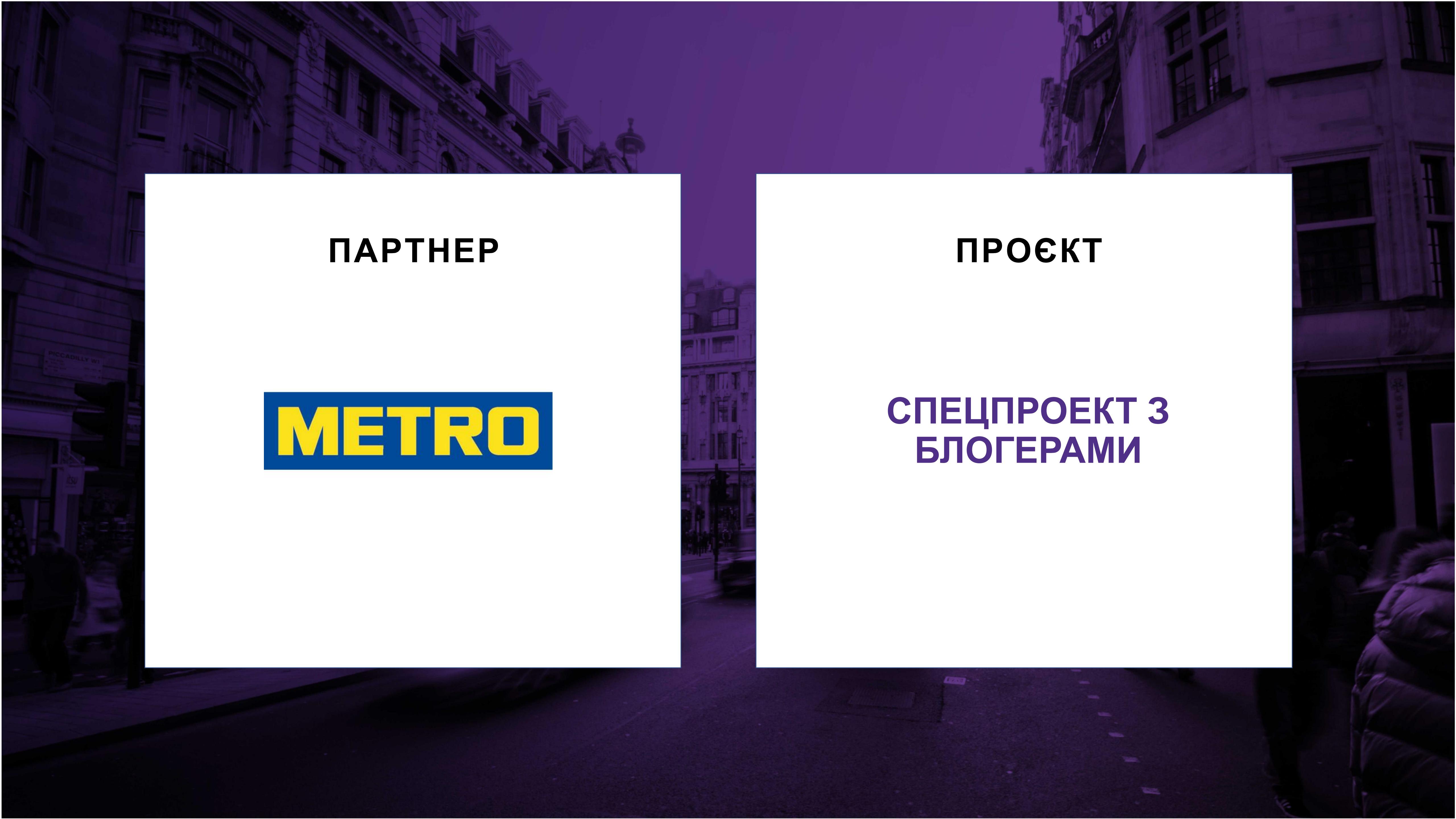
РІШЕННЯ

Відео проект на сайті і YouTube каналі elle.ua
Залучення до проекту: ведучий телеканалу «Україна»
Олександр Скічко, автор програми «Зе інтерв'юер» Анатолій
Анатоліч, гастрономічний експерт Сергій Калінін і
генеральний продюсер UFW Володимир Нечипорук

РЕЗУЛЬТАТИ

Посилання на проект:

- <https://elle.ua/ludi/interview/izvestnie-muzhchini-ukraini-rasskazivayut-o-svoih-glavnih-zhenshchinah/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=UoxE5IOE8Lw>



ПАРТНЕР

METRO

ПРОЕКТ

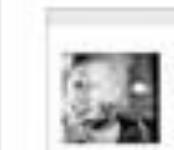
СПЕЦПРОЕКТ З
БЛОГЕРАМИ



Павел Уваров добавил 3 новых фото.

3 Июнь в 16:03 · отредактировано · 0

Если вы успешный украинский блоггер, трендсеттер и Лидер Мнений, вы просто обязаны написать о том как купили бутылку вина в Metro. Ну, за неподкупность и репутацию!



Сергей Дидковский added 4 new photos.

[Follow](#)

Дорогое вино не пью. Не вижу в нем ценности. В дорогих виски, пиве, парфюмах и оправах вижу ценность. В вине не вижу.

Пью белое сухое. Предпочитаю молодой кислый рислинг и его папу — траминер. Говорю "мне нра" крепленным винам — порто и мадере, хересу и мальвазии. Если уж хочется красного, то рву душу за регион Рьоха.

В контексте цены мне понравился новый отдел "Вино" в огромном Metro на Позняках. Там очень много хороших вин по той денюшке, которую я готов без слезок и жадности-говядиности вынимать из кармана.

Ассортимент (тут четыреста пятьдесят наименований) подбирал Алексей Барбаканов — мастер виноделия Ukraine 2014 года, а на открытии

Фабиен
цузского вина,
кстати того, что

в выборе вина.
Хес, а маме

**РАНЬШЕ Я ТАМ ПОКУПАЛ
ЖЕТОНЫ, А ТЕПЕРЬ У НИХ
В МЕТРО СОМЕЛЬЕ**



Volodymyr Ostapchuk

0))

3 Июнь

Лайк Тоня Вдовиченко, Танюха Сорока, Юлиана Руденко и 56 другим это нравится.

6 публикаций

Альбом: Фото Хроники

Опубликовано для:
 Доступно всем

Открыть программу для просмотра

фотографий

Скачать

Вставить публикацию

ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ

ІДЕЯ

Побудова знання про відкриття винного відділу в магазині METRO

Донесення ключових повідомлень METRO потенційним споживачам

Підвищення лояльності споживачів

РІШЕННЯ

Співпраця з lifestyle лідерами думок на їх платформах в FB

РЕЗУЛЬТАТИ

- 11 постів лідерів думок (охоплення понад 56 000)
- Вірусний ефект - понад 50 безкоштовних публікацій (UGC)
- «Бронза» на Effie Awards 2015
- <http://sostav.ua/publication/effie-awards-ukraine-2015-obyavil-pobeditelej-69370.html>

ПАРТНЕР



ПРОЕКТ

AFTERPARTY



ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ

ЗАВДАННЯ

Організація розваг на закритій вечірці після конференції для 700 чоловік.

ВИКЛИК

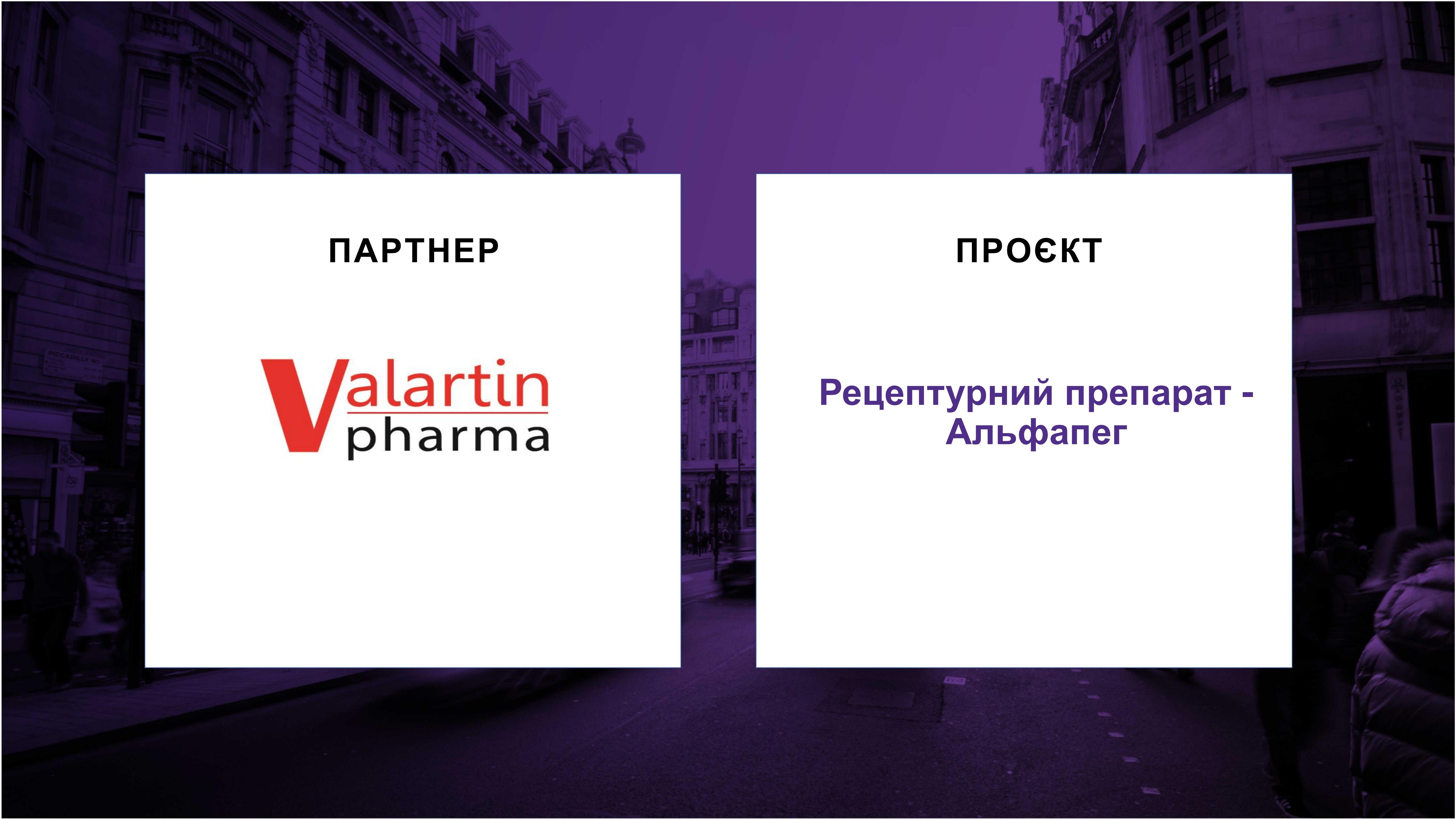
1 тиждень на підготовку

РЕАЛІЗАЦІЯ

Організація фото-зони

Виготовлення декоративних елементів та брендування
Підбір персоналу





ПАРТНЕР

Valartin
pharma

ПРОЕКТ

Рецептурний препарат -
Альфапег



ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ

ЗАВДАННЯ

Наповнення інформаційного поля у вузькоспеціалізований сфері,
Непряме просування компанії-виробника,
Просування стійкого словосполучення – «головна складова препарату»

ОБМЕЖЕННЯ:

Згадування препарату може бути розцінено як рекламне повідомлення

[f](#) [v](#) [Twitter](#) [g+](#) [RSS](#)

ОБОЗРЕВАТЕЛЬ

Поиск по сайту

ГЛАВНОЕ СПОРТ ЭКОНОМИКА ШОУ АВТО ЗДОРОВЬЕ ДЛЯ НЕЁ КИЯНИ ЖИЗНЬ КИНО

Здоровье Новости медицины Болезни и лечение Здоровый рацион Народные Рецепты Просьбы о помощи Мир здорового сна

СПЕЦТЕМА Последствия Майдана: парад криминальных дел +

РАДИО ONLINE ▶

БОЛЕЗНИ И ЛЕЧЕНИЕ

Проблему вирусного гепатита в Украине можно решить

об 1 декабря 2013, 09:00

Нравится 0 В Мне нравится +1 Твит 0 g+ 0

7 декабря 2013 года в Днепропетровске состоится заседание Общественной организации "Украинская ассоциация по изучению заболеваний печени" при участии известных украинских деятелей науки и врачей со всех регионов страны.

Особое внимание будет уделено обсуждению вопроса распространения гепатита в Украине. Хронический вирусный гепатит сейчас является серьезной проблемой для страны: согласно официальной статистики Всемирной организации здравоохранения, на сегодняшний день гепатитом С инфицировано 1,4 миллиона человек, что составляет 3% всего населения Украины. С каждым годом эта цифра растет. Одна из основных задач Ассоциации – донести до населения, что гепатит С можно вылечить.

"При правильно спланированном лечении вирусного гепатита С, комплексной терапией препаратами пегилированного интерферона Альфа и рибавирина, можно достичь выздоровления более чем у 80% пациентов", – подтверждает Ольга Анатольевна Голубовская, доктор медицинских наук, главный инфекционист МОЗ Украины, заведующая кафедрой инфекционных болезней НМУ им. Богомольца.




РЕЗУЛЬТАТИ

РІШЕННЯ

Створення інфоприводу через проведення галузевої конференції

Інтерв'ю представника компанії на телебаченні

Розміщення статей, прес-релізів та новин на Інтернет-платформах

РЕЗУЛЬТАТИ

- 3 300 000 охоплення телеперегляду
- 20 000 переглядів новин у мережі Інтернет

ПАРТНЕР



Pernod Ricard

ПРОЄКТ

ПІДТРИМКА БРЕНДУ
MARTELL
В ГЛЯНЦЕВИХ ТА
БІЗНЕС-ЗМ



Цілі та задачі

ЦІЛІ

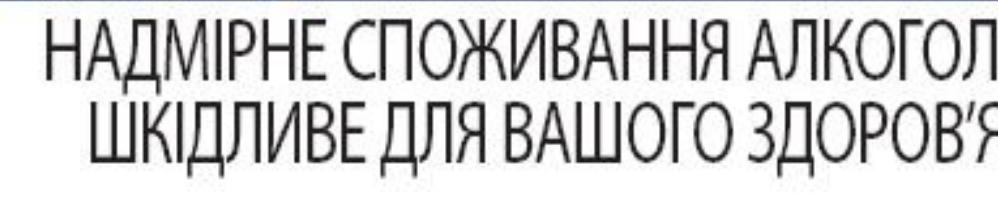
Підвищення загальної обізнаності та уваги до бренду
Створення заклику до дії через споживання чистого
напою

ЗАДАЧІ

Нативна інтеграція бренду в статті, нерекламний
формат

РІШЕННЯ

Розробка індивідуальних тез дляожної категорії
видань, виходячи з потреб їхньої цільової аудиторії



Результати

- Відсутність аналогічних тем просування у конкурентів
- **12 видань** створили тематичні статті у своєму власному унікальному стилі
- **4 категорії видань** із найбільшим охопленням цільової аудиторії - бізнес, чоловічі та жіночі, подорожі та розваги
- Опубліковано **20 матеріалів**

ПАРТНЕР



ПРОЄКТ

PR ПІДТРИМКА
АНТИКРИЗОВІ
ПРОЕКТИ



Pr-підтримка

ЦІЛЬ

Формувати знання про бренд та донесення ключових переваг продукції до аудиторії

PR ІНСТРУМЕНТИ

Прес-офіс

Заходи та спецпроекти з медіа

РЕЗУЛЬТАТИ

- Супровід клієнта протягом 3 років

63.04.1% 5/12-29053 На № _____ від _____
Прим.№ /

Голові ТзОВ ТВК «Перша приватна броварня
«Для людей - як для себе!» Мацолі А.М.

Шановний Андрію Миколайовичу!

У Службі безпеки України опрацьовано в межах компетенції Ваше звернення від 11 липня 2014 року з приводу звинувачень ТзОВ ТВК «Перша приватна броварня «Для людей - як для себе!» у фінансуванні сепаратизму і тероризму на Сході України.

Повідомляємо, що на даний час інформація, яка б свідчила про причетність компанії до протиправної діяльності на шкоду національним інтересам і безпеці України, в органах державної безпеки відсутня.

Водночас, як вібачається із Вашого звернення, до поширення неправдивих відомостей щодо ТзОВ ТВК «Перша приватна броварня «Для людей - як для себе!» і неправомірного використання, при цьому, знаку для товарів і послуг, зареєстрованого в установленому законом порядку, можуть бути причетні конкуренти або інші невстановлені особи чи організації, в діях яких містяться ознаки злочину, передбаченого ч. 1 ст 229 КК України (незаконне використання знака для товарів і послуг, фірмового найменування, кваліфікованого зазначення походження товару, або інше умисне порушення права на ці об'єкти). Розслідування вказаних злочинів відноситься до підслідності органів внутрішніх справ.

Також повідомляємо, що захист честі, гідності та ділової репутації знаходиться у площині цивільно-правових відносин і вирішується в судовому порядку за ініціативи зацікавленої особи.

З повагою,
Заступник Голови

В.Циганок



РАССЛЕДОВАНИЯ

СБУ не нашла доказательств причастности "Першої приватної броварні" к финансированию террористов

24 июля 2014, 14:47

0 Нравится 0 Нравится 1 Tweet 1 G+1 0



АНТИКРИЗОВА КАМПАНІЯ

ЦІЛІ

Усунути всі спроби звинувачення компанії в причетності до сепаратизму

Повідомити офіційну позицію виробника та надати пояснення компанії про ситуацію

РІШЕННЯ

Звернення від компанії до Служби безпеки України з проханням перевірити її на причетність до сепаратизму

Ведення переговорів з медіа для виправлення недостовірної інформації

Широке висвітлення результатів перевірки (ТБ та онлайн)

ПАРТНЕР



ПРОЄКТ

Проєкти з лідерами
думок



Цілі та задачі

ЗАВДАННЯ

Підтримати кампанію щодо лочну нової пляшки Finlandia

ІДЕЯ

Підкреслити привабливість та преміальність нового дизайну через лідерів думок

Розробка із кожним інфлюенсером окремого креативного проекту: запис треку, створення колажів та ін



РЕЗУЛЬТАТИ

РЕАЛІЗАЦІЯ

Залучення 4-х лідерів думок, з реалізацією окремого креативного концептуального проекту: музичний мікс, авторський відео та фотоконтент, storytelling

РЕЗУЛЬТАТИ

- Загальна кількість нативної взаємодії ЦА з постами більше 230 300
- Загальна середня вартість однієї взаємодії – 0,7 грн.

NB@POINTER.AGENCY

ГОТОВІ ТВОРИТИ!