



Почему PR Partner?

Event



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

Ключевые цифры

17 лет

на рынке PR
и маркетинга и 10 лет
на рынке SMM

30%

наших клиентов
с нами более
6 лет

64%

наших клиентов
рекомендуют нас
коллегам

>300

довольных
клиентов из
25 отраслей

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



pr
smm
event
design
marketing

#prpartner.event.pr.marketing.smm.design



01

PR

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

02

Маркетинг и консалтинг

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

03

Event

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

04

Тренинги

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

05

Design

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

06

SMM

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

07

ORM&SERM

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



Наши достижения



Топ-40

в России, по данным
Национального рейтинга
коммуникационных
компаний, 2022 г.

Резидент

бизнес-клуба «Эквиум»
с 2021 г.

Провайдер

маркетинговых услуг,
аккредитованный
«Сколково», 2023 г.

Топ-3

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

1

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

2

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

3

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

4

Победитель
в номинации Video
Project of the Year
IPRN, 2018 г.

5

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

Генеральный директор PR Partner



Инна Анисимова

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

Руководит проектами



Никита Моисеев

Event-менеджер PR Partner

Отвечает в агентстве за реализацию event-проектов.

5 лет в организации мероприятий.

За последний год организовал международный форум «Мы вместе. Спорт», приуроченный к 100-летию Министерства спорта РФ, и деловые мероприятия по заказу Торгово-промышленной палаты РФ, Министерства образования и науки РФ в рамках программы «Приоритет-2030» и «Передовые инженерные школы».

Имел опыт в создании креативной концепции для стенда Самарской области на ПМЭФ-2023, стенда ФГАНУ «Социоцентр» на форуме Технопром-2023 и стенда OliviaCloth на выставке ИнтерТкань-2022. Отмечен наградами за самый креативный дизайн и самый популярный стенд.

Образование: РЭУ им. Г.В. Плеханова «Реклама и связи с общественностью», Exeter University Business and Management Foundation Year Stirling University Marketing and Social Science.

Клиенты



ORACLE®



opentext™



CANDY



cofix
fresh coffee. fixed price.



ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ



СИЛЬВИА ЛОРЕНА НАРЕНЬО ДИАЗ

генеральный директор
Marketing Q Strategies&Communications

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

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



СТЕФАНИ СМИТ

менеджер
по коммуникациям Avast

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

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

Event с PR Partner

Наши принципы



Никаких шаблонов

Мы слышим клиента и создаём его событие. Не бывает одинаковых компаний, ситуаций, участников — так же, как и событий, поэтому каждое создается индивидуально.



Все будет хорошо

Менеджмент и ответственность — такие же составляющие успешного события, как опыт и креативность. Секрет мероприятия не только в идее, а в ее точном воплощении, и это мы знаем на 100%.



Быстро и эффективно

Мы уверены, всему своё время, поэтому закладываем максимально короткий срок от идеи до реализации.



В яблочко

Мы нацелены на достижение результата. Событие — часть бизнес-процесса, и к нему мы предъявляем такие же требования эффективности, как и к PR.



prpartner

Event



ПРЕСС-ЗАВТРАК

1753 cosmetics

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

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



20

журналистов ведущих СМИ

СМИ

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

>30

публикаций по итогам мероприятия.

ONLINE-КОНФЕРЕНЦИЯ ПОСВЯЩЕННАЯ РЕБРЕНДИНГУ

Avast

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



17

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

СМИ

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

70

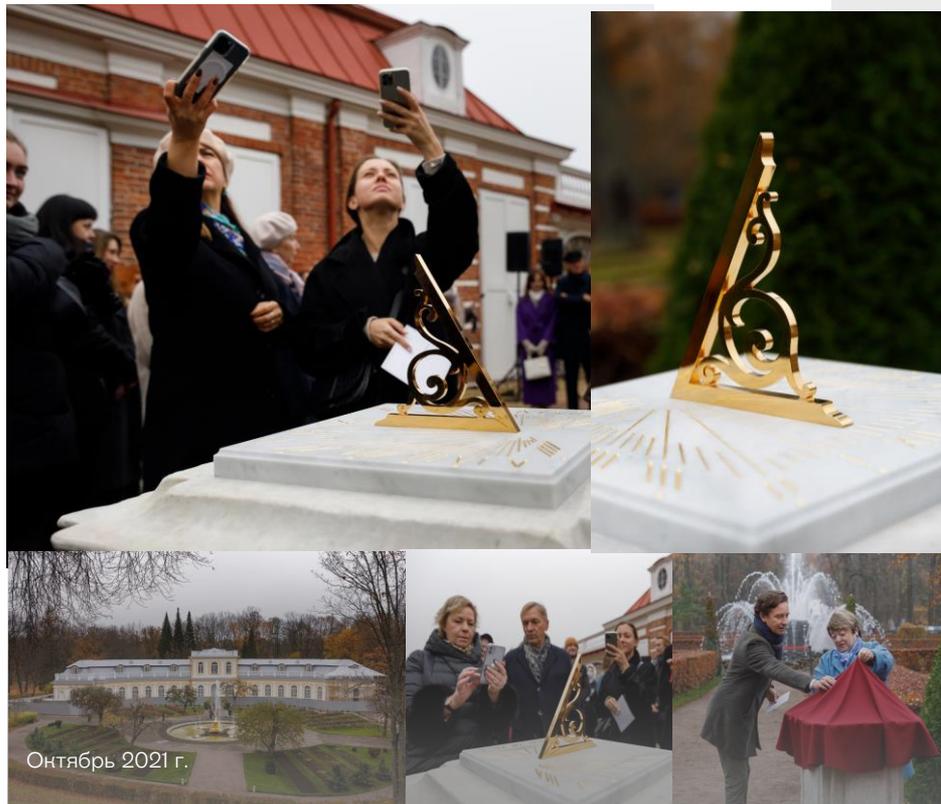
публикаций по итогам мероприятия.

«Ракета»

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



17

журналистов из ведущих глянцевого СМИ.

.....

СМИ

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

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРЕМИУМ-НОВИНКИ MOTOROLA EDGE 20 PRO

Motorola

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



Сентябрь 2021 г.

30

журналистов ведущих IT, lifestyle и бизнес СМИ.

СМИ

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

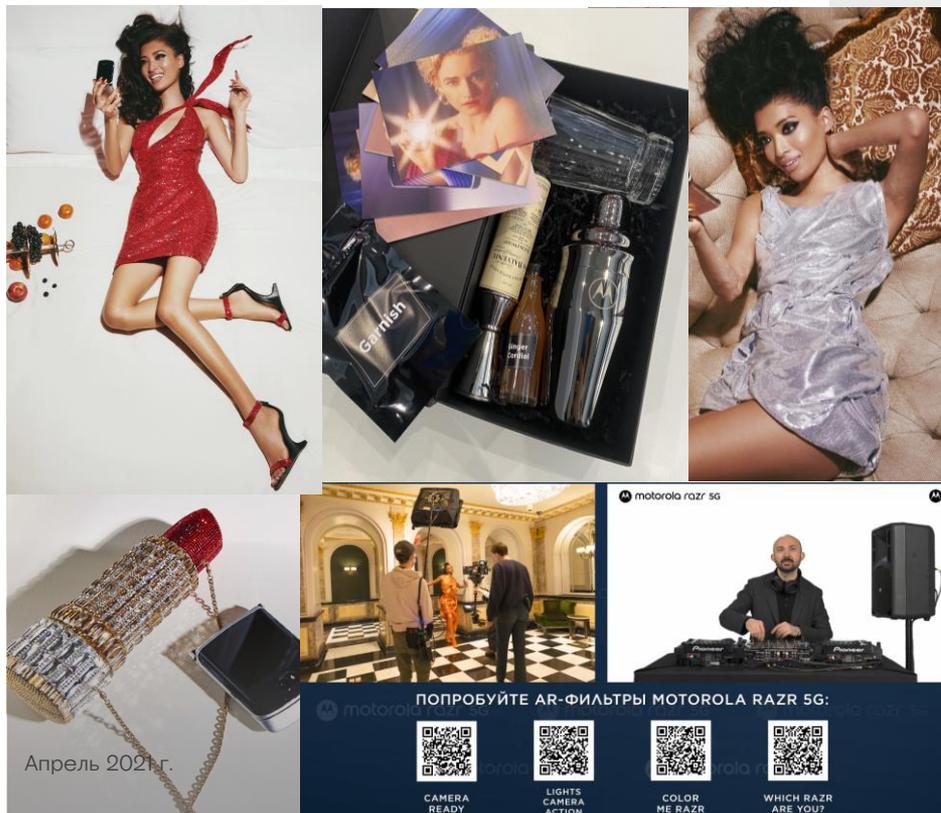
ONLINE ПРЕЗЕНТАЦИЯ НОВОГО ПРОДУНКТА MOTOROLA RAZR 5G
ДЛЯ ЖУРНАЛИСТОВ

Motorola

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



20

отраслевых и Lifestyle журналистов.

СМИ

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

55

публикаций пресс-релиза в российских СМИ.

6

обзоров в топ-СМИ.

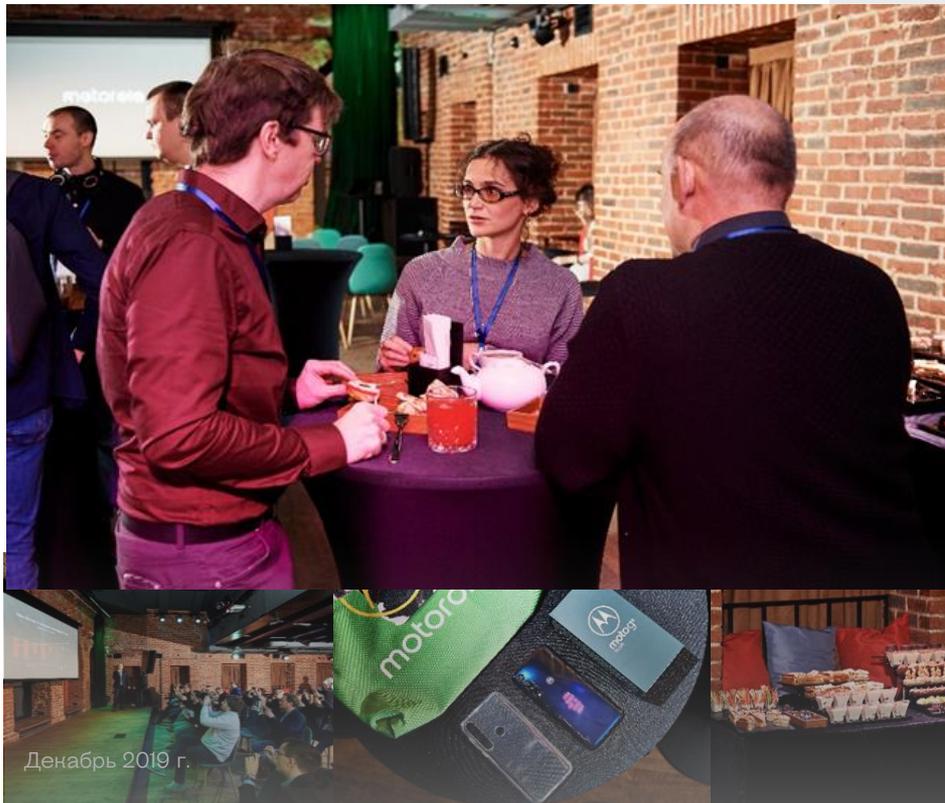
МОТО-ЗАВТРАК

Motorola

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



>25

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

61

публикация в СМИ.

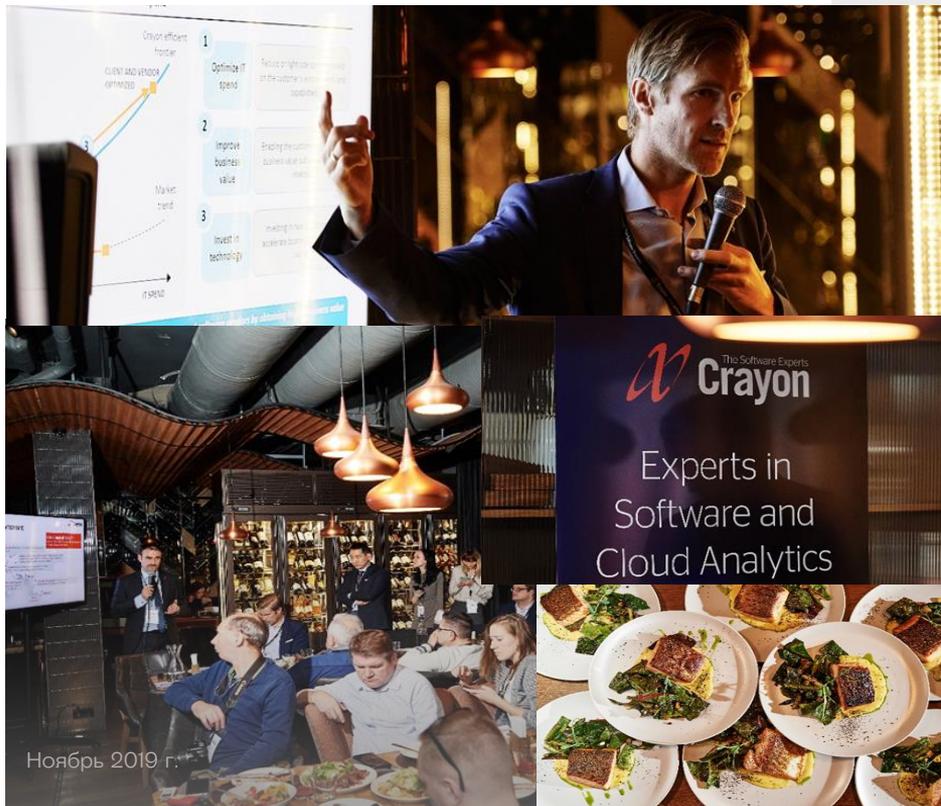
ПРЕСС-УЖИН В СКАНДИНАВСКОМ СТИЛЕ ДЛЯ

Crayon

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



23

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

43

публикации в СМИ.

ПРЕСС-ТУР TABASCO® НА ФЕСТИВАЛЬ GASTREET

TABASCO®

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



>15

СМИ и блогеров.

СМИ

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

43

публикации по итогам мероприятия.

ПУТЕШЕСТВИЕ В ИТАЛИЮ СО SMEG В КУЛИНАРНОЙ СТУДИИ
«МУКА»

SMEG

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



25

журналистов lifestyle СМИ.

СМИ

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

ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЯ MITEL: ТРАНСФОРМАЦИЯ
В РОССИИ И МИРЕ

Mitel

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



21

журналист из деловых и
отраслевых медиа .

СМИ

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

150-ЛЕТИЕ БРЕНДА

TABASCO®

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



prpartner

>80

гостей

СМИ

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

25

публикаций в СМИ и у блогеров.

ЗАЩИТА УМНОГО ДОМА ОТ

Avast

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



17

журналистов из ИТ и бизнес-изданий.

СМИ

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

50

Публикаций в медиа.

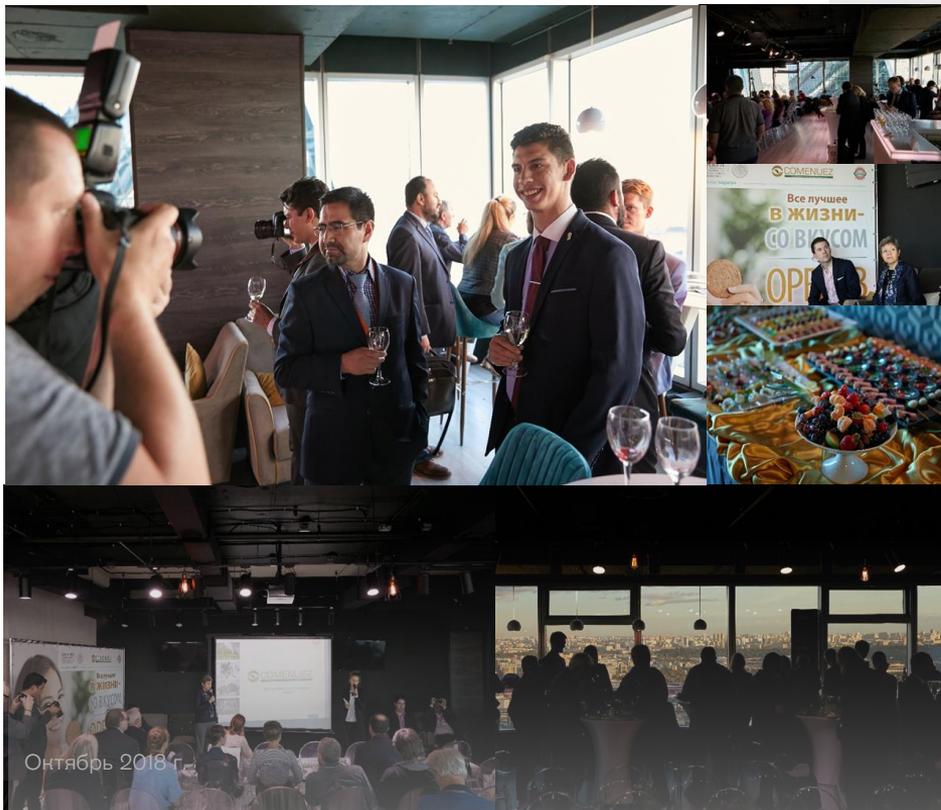
ПРАЗДНИК МЕКСИКАНСКОГО ОРЕХА ПЕНАН В РАМНАХ WORLDFOOD

COMENUEZ

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



>50

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

20

публикаций в СМИ.

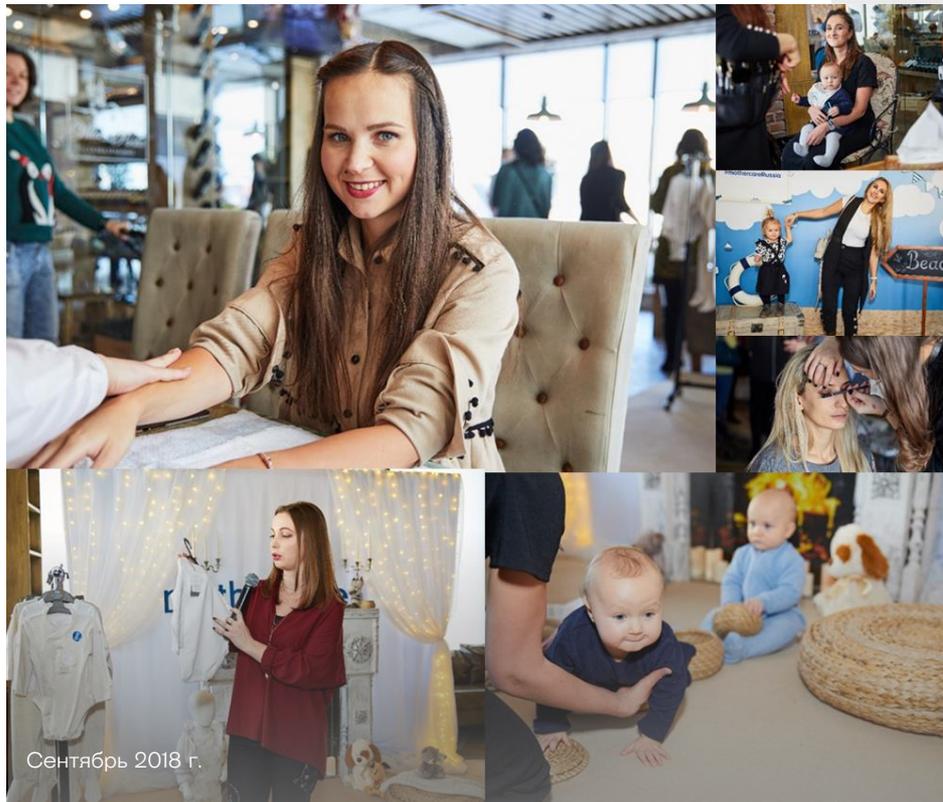
НЕОБЫЧНАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ НОВЫХ ЛИНЕЕК КОЛЛЕКЦИИ ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ ДЛЯ

Mothercare

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Мы решили использовать три тематические фотозоны для демонстрации детской одежды и построили декорации: для линейки «Ягнёнок» — семейная гостиная; для Mothercareb1 (streetstyle) — уличная фотозона в монохроме + красном; для линейки «Морские приключения» — пляжный уголок.
- На фоне каждой зоны стилисты бренда рассказывали о линейке (о тканях, задумке, тематике и др.).
- Для гостей были организованы различные активности: для мам — станции макияжа и ухода за кожей рук, для детей — мастер-классы по лепке, рисованию и сбору конструкторов.



>50

журналистов и блогеров на ивенте, включая 12 детей.

СМИ

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

ТЕХНОЛОГИЧНОСТЬ И СМИ НА ВЫСТАВКЕ ДЛЯ

Rittal

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



Сентябрь 2018 г.

17

журналистов.

СМИ

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

>20

публикации в медиа.

«БОРОДА-PARTY»: КРЕАТИВНАЯ ПРЕСС-ПРЕЗЕНТАЦИЯ

WAHL

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



Апрель 2018 г.

>30

- журналистов из Lifestyle изданий и блогеров на ивенте.

.....

>30

- публикаций в СМИ и у блогеров по итогам.

ПРЕДПРЕМЬЕРНЫЙ ПОКАЗ ДЕТЕКТИВНОГО СЕРИАЛА ОТ

Sony Pictures

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



>60
гостей.

СМИ

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

НОВЫЙ ГОД С MOTHERCARE ДЛЯ СМИ И БЛОГЕРОВ

Mothercare

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

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



prpartner

>50

журналистов и блогеров на ивенте, включая 12 детей

>50

публикаций в СМИ.

BEAUTY-НВЕСТ ДЛЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ САЛОНА КРАСОТЫ

«ВМЕСТЕ»

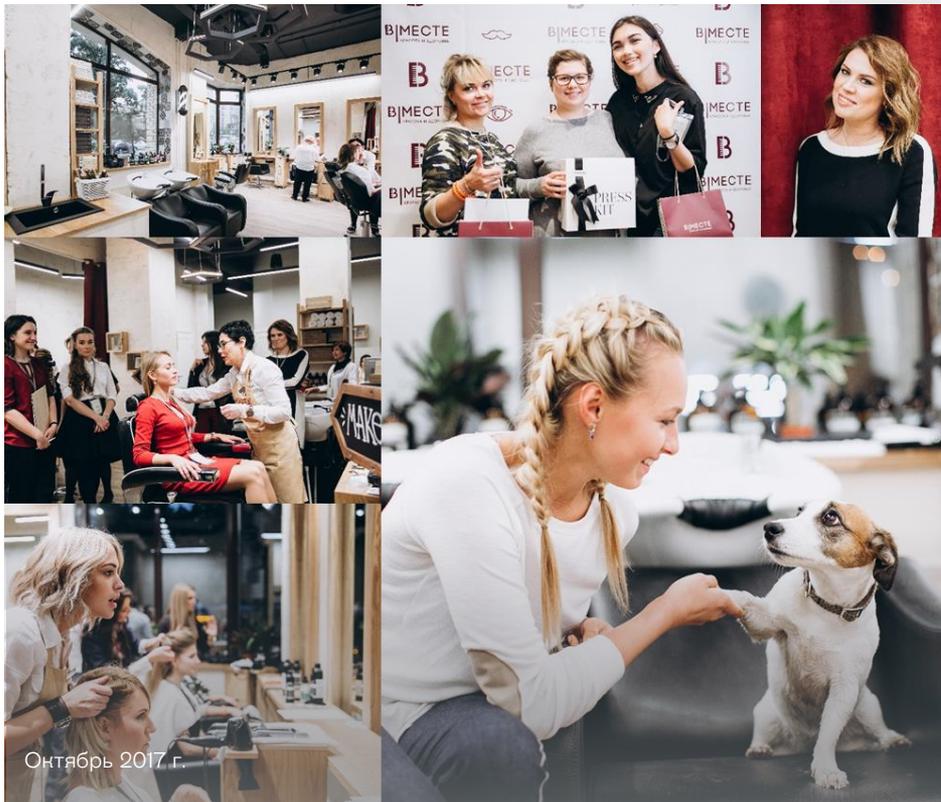
Креативное пресс-мероприятие в формате beauty-квеста для презентации услуг в салоне красоты «ВМЕСТЕ».

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

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



>30

журналистов из Lifestyle изданий и блогеров на ивенте

>30

публикаций в СМИ и у блогеров по итогам.

БЕЗОПАСНЫЙ ИНТЕРНЕТ ВЕЩЕЙ С

Avast

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



Октябрь 2017 г.



17

журналистов

СМИ

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

>20

публикаций в СМИ по
итогу мероприятия.

КЛАССИЧЕСКАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ И ПРЕСС-ТУР ДЛЯ

Candy Hoover Group

Классическая презентация и пресс-тур для Candy Hoover Group.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



>50

журналистов и блогеров

СМИ

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

>70

публикаций в СМИ по итогам мероприятия.

ПОЛЕЗНЫЙ ЗАВТРАК С

Инфлюнет

Пресс-мероприятие, посвящённое презентации продукции Инфлюнет.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



17

журналистов и блогеров

СМИ

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

Ciena

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



Сентябрь 2017 г.



13

журналистов

СМИ

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

>25

публикаций в СМИ.

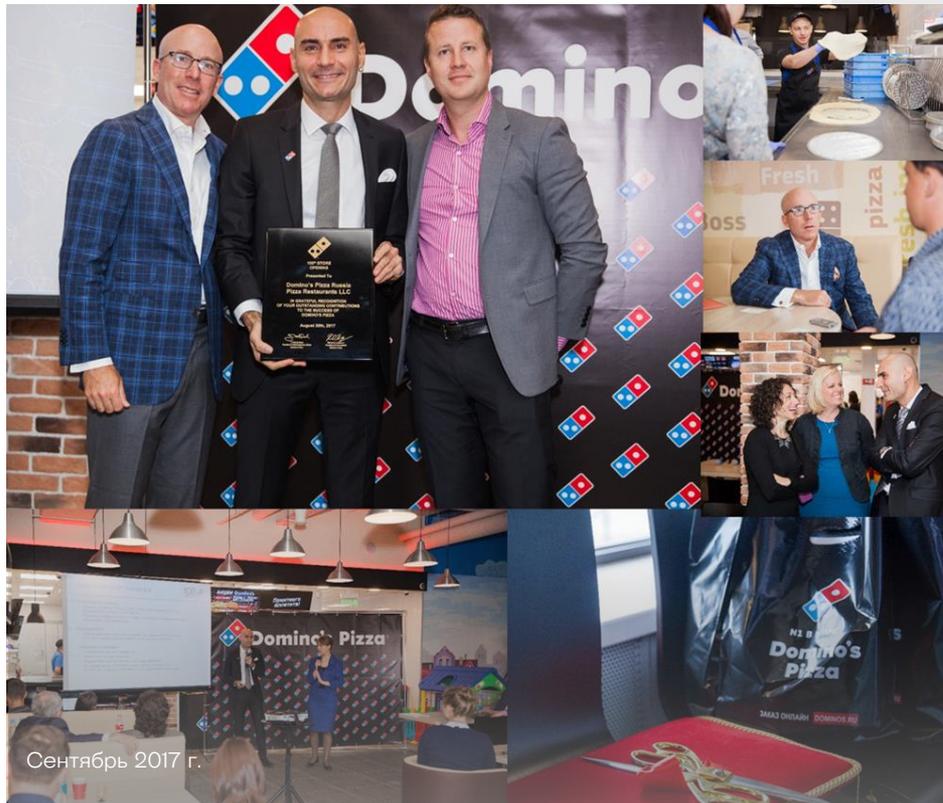
ОТКРЫТИЕ 100-ГО РЕСТОРАНА DOMINO'S PIZZA В РОССИИ

Domino's Pizza

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



Сентябрь 2017 г.



13

журналистов

СМИ

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

>30

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

СТРОИМ СТЕНЫ ВМЕСТЕ С

Selena

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



Март 2017 г.



24

журналиста

СМИ

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

>30

публикаций в СМИ

ПРЕЗЕНТАЦИЯ СТИРАЛЬНЫХ МАШИН HOOVER В ОКЕАНАРИУМЕ

Hoover

Пресс-мероприятие для презентации новых стиральных машин бренда Hoover.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



Апрель 2017 г.

50

журналистов и блогеров

.....

СМИ

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

.....

>20

публикаций в СМИ

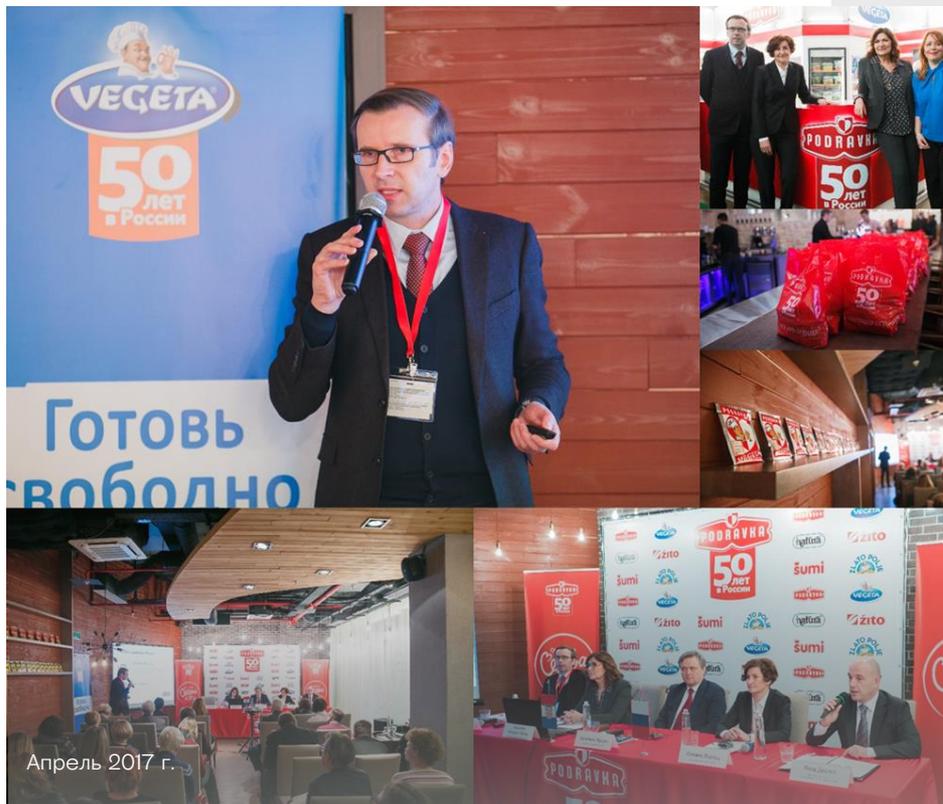
ПРАЗДНИК 50 ЛЕТ PODRAVKA ДЛЯ СМИ

Podravka

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



>30

журналистов

СМИ

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

ЛЕТНИЙ НОВЫЙ ГОД ОТ «ЛЕТО БАНК»

«Лето Банк»

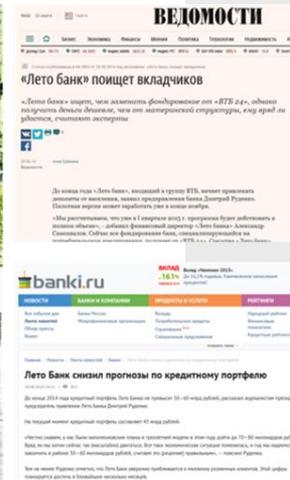
Традиционное летнее пресс-мероприятие «Лето Банка» под названием «Летний Новый год №2» в честь двухлетия Банка.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



Апрель 2017 г.



33

журналиста

СМИ

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

>70

публикаций в СМИ

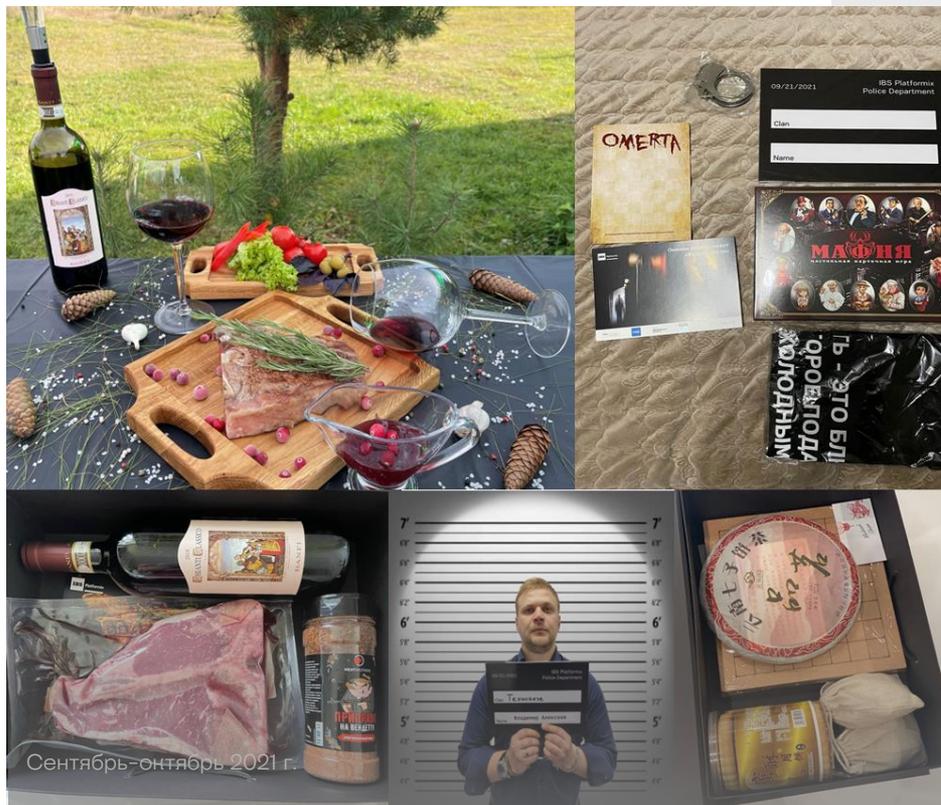
ОНЛАЙН БИЗНЕС-КВЕСТ «ВОЙНА КЛАНОВ. НОДЕНС ЧЕСТИ» ДЛЯ

IBS Platformix

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



237

участников

45

городов России

9

недель

4

креативные рассылки с подарочными наборами для участников

КОРПОРАТИВНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ ДЛЯ КОМПАНИИ

«Брок- Инвест- Сервис»

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

В обязанности команды PR Partner входил полный комплекс услуг по организации мероприятия таких как:

- подбор и оформление площадки,
- трансфер,
- подбор в отеля и заселение,
- проработка сценария,
- приглашение артистов,
- кейтеринг,
- менеджмент проекта,
- логистика.



>200

гостей из разных городов
России

6

станций аттракционов

3

тимбилдинга

>5

приглашенных актёров

НЕФОРМАЛЬНАЯ ВСТРЕЧА

Ассоциация разработчиков программного обеспечения Руссофт

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

В обязанности команды PR Partner входил полный комплекс услуг по организации мероприятия таких как:

- подбор и оформление площадки,
- проработка сценария,
- приглашение ведущего мастер-класса,
- кейтеринг,
- менеджмент проекта,
- логистика.



>50
гостей

КОРПОРАТИВНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ ДЛЯ КОРПОРАЦИИ

АТОС

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



100%
вовлеченных

6

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

>30

участников — сотрудников
Atos

ОНЛАЙН БИЗНЕС-КВЕСТ «ЗАГАДОЧНОЕ ЗНАКОМСТВО» ДЛЯ ПАРТНЕРОВ КОМПАНИИ

IBS Platformix

Уникальный квест от PR Partner, объединивший 179 партнеров IBS Platformix в борьбе за главные призы.

Итог — 100% результат: рост лояльности партнеров к IBS Platformix и максимальная вовлеченность.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



179
участников

25
городов России

18
заданий

КВЕСТ «ПУТЕШЕСТВИЕ С MADANES» ДЛЯ ПАРТНЕРОВ КОМПАНИИ

Madanes

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

Результат: рост лояльности к компании и высокая вовлеченность.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



>150
участников

35
ведущих страховых
компаний

3
месяца

ЛЕКТОРИУМ ДЛЯ ПАРТНЕРОВ SONY PICTURES

Sony Pictures

Встреча партнёров Sony Pictures Club.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



ЛЕТНИЙ ПРАЗДНИК ДЛЯ ПАРТНЕРОВ

Sony Pictures

Летнее мероприятие для партнёров и сотрудников компании Sony Pictures.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



>50
гостей

ОТКРЫТИЕ МАГАЗИНА

Reserved

Открытие магазина Reserved в ТЦ «Белая дача».

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



КОНФЕРЕНЦИЯ «МАСТЕРСТВО В ДЕТАЛЯХ» ДЛЯ ПАРТНЕРОВ MADANES И GENRE

Madanes и GenRe

Ежегодная конференция для специалистов страхового рынка.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



>100
гостей

БИЗНЕС-ИММИГРАЦИЯ В США ИНВЕСТИЦИИ В НЕДВИЖИМОСТЬ ОТ

LCP Group

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



Ноябрь 2019



>15
гостей

>100
лидов

Riverbed

Ежегодная конференция компании Riverbed, на которой клиенты и партнеры компании знакомятся с последними трендами в индустрии.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



Май 2019 г.

>180
гостей

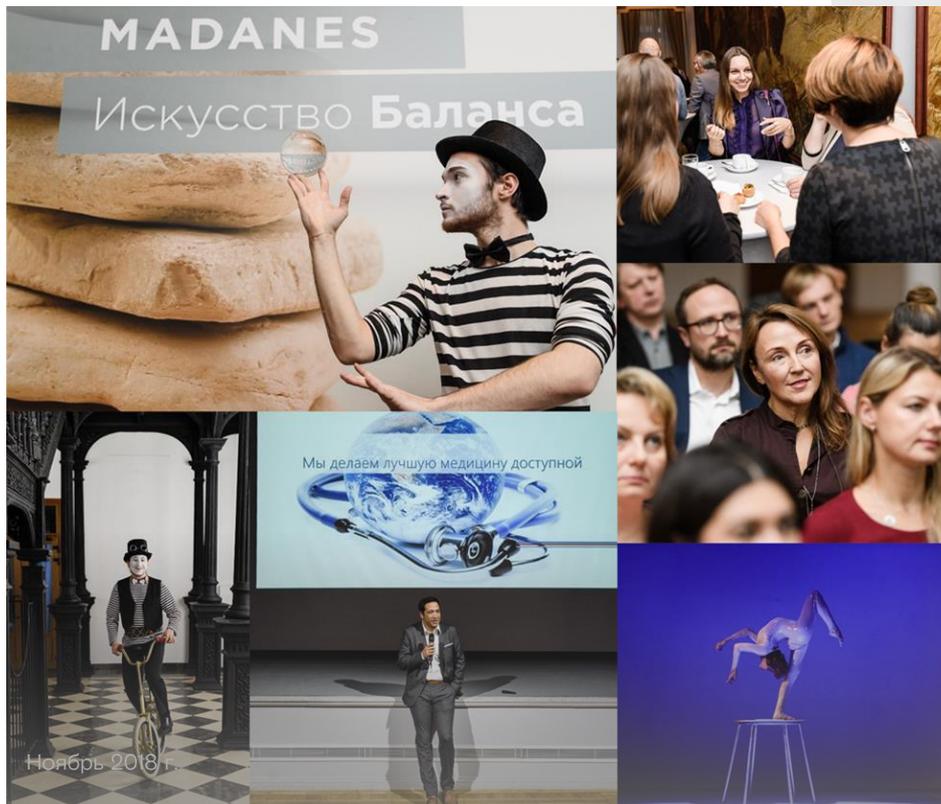
НОНФЕРЕНЦИЯ «ИСКУССТВО БАЛАНСА» ДЛЯ

Madanes

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



>65
гостей

OpenText

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



>230
гостей

Ноябрь 2018 г.

КОНФЕРЕНЦИЯ ДЛЯ КЛИЕНТОВ И ПАРТНЕРОВ

Riverbed

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



>150
гостей

КОНФЕРЕНЦИЯ XCHANGE SUMMIT ДЛЯ

Teleperformance

Ежегодная конференция компании Teleperformance для клиентов и партнеров XChange Summit.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



OpenText

Предновогоднее мероприятие для клиентов и партнёров OpenText.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



>150
гостей

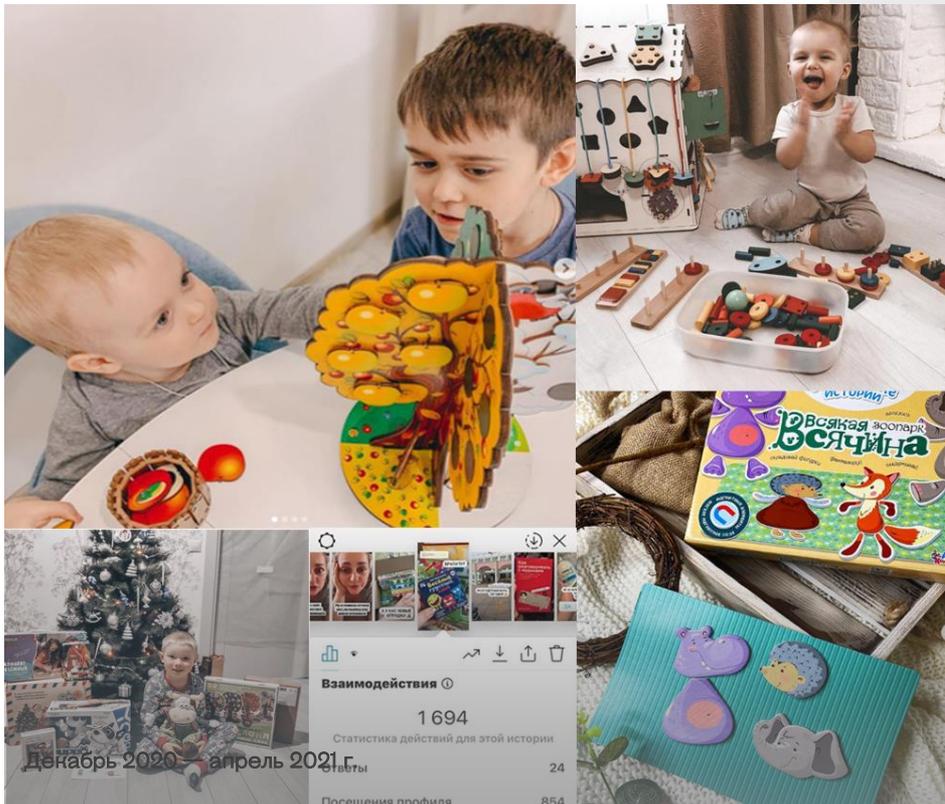
КРЕАТИВНАЯ РАССЫЛКА ДЛЯ КОМПАНИИ

«Умный Ёжик»

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



60

блогеров от 10 000
до 250 000 подписчиков

50

упоминаний
в сторис

20

публикаций
в профиле

НОВОГОДНЯЯ РАССЫЛКА ПОДАРКОВ ОТ КОМПАНИИ

WaveAccess

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



>300
подарков

.....

24
города доставки в
7 странах мира

НОВОГОДНЯЯ РАССЫЛКА ПОДАРКОВ ДЛЯ КОМПАНИИ

Lenovo

Компания PR Partner организовала рассылку новогодних подарков для журналистов от компании Lenovo.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



20

журналистов
ведущих СМИ

СМИ

Forbes, CRN «ИТ-Бизнес»,
Comnews, Tadviser.ru,
IT Manager, Servernews
и др.

НОВОГОДНЯЯ РАССЫЛКА ПОДАРКОВ ДЛЯ КОМПАНИИ

AKFA GROUP

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



15

журналистов
ведущих СМИ

СМИ

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

ВСЁ ПО 50: ВЫВОД БРЕНДА COFIX НА РЫНОК

Cofix

Вывод бренда Cofix на российский рынок.

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



39

журналистов
ведущих СМИ

СМИ

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

>100

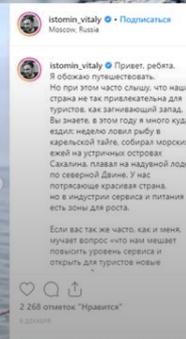
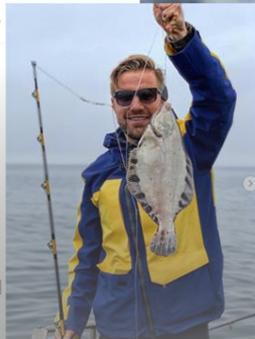
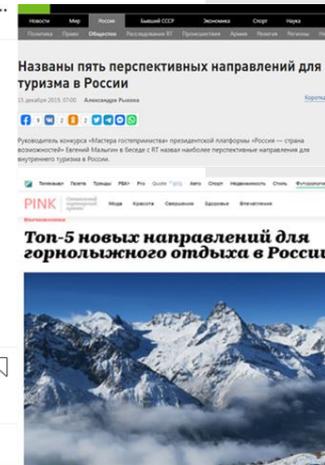
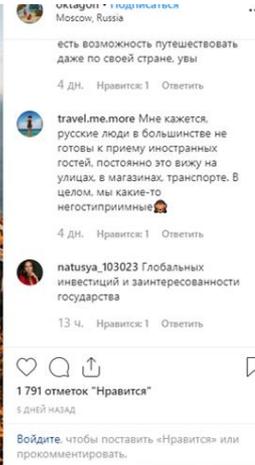
публикаций в СМИ

«Мастера гостеприимства»

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



1
месяца

>4 000

• упоминаний в СМИ

>30
публикаций у блогеров

10
партнеров

ФИНАЛ КОНКУРСА ОТ АНО «РОССИЯ — СТРАНА ВОЗМОЖНОСТЕЙ»



«Цифровой прорыв»

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



Рекорд Гиннеса

Самый большой в мире хакатон

>6 000

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

20

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

«Цифровой прорыв»

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



>66 000

заявок на участие

11

информационных партнеров:

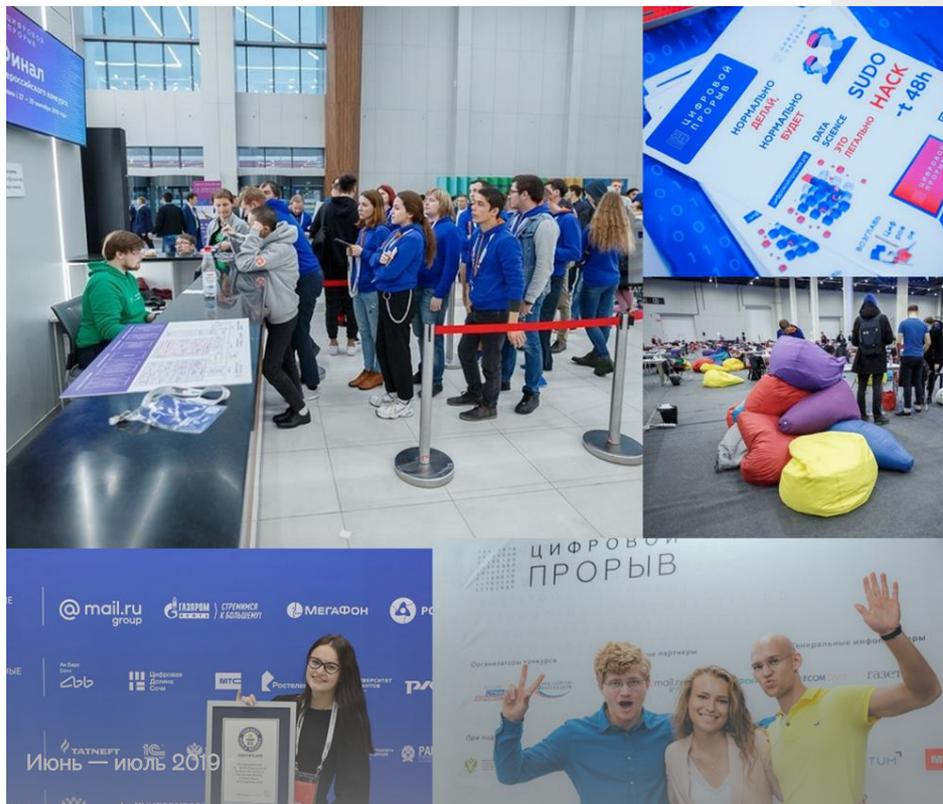
Lenta.ru, Газета.ру, ФедералПресс, Regnum, Tdaily, ComNews и т.д.

ПОЛУФИНАЛ КОНКУРСА ОТ АНО «РОССИЯ — СТРАНА ВОЗМОЖНОСТЕЙ»

«Цифровой прорыв»

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



40

хакатонов

50

историй успеха

80

видеоинтервью

ИНФОПОДДЕРЖКА «ПУШКИН-ФЕСТ» В ЧЕСТЬ 220-ЛЕТИЯ А.С. ПУШКИНА

«Пушкин-Фест»

Нашей целью было привлечение аудитории к юбилейному фестивалю.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



6

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

80

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

METRO

ФИЛОСОФИЯ METRO EXPO

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



5

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

131

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

14

пресс-релизов

1 000

публикаций

Oracle

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



>900

участников конференции

8

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

>90

публикаций в СМИ

ПРЕСС-ТУР И ИНФОПОДДЕРЖКА FASHION SHOW MEGUSTRO

Fashion show MEGUSTRO

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



prpartner

12

публикаций
в Fashion СМИ

СМИ

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

Sony Pictures

Поддержка международного фестиваля короткометражного кино Picture This от Sony Pictures.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



39

журналистов

.....

30

работ на конкурсе от
России

«ЖЕНСКИЕ ШТУЧКИ», ИЛИ КАК ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ К БРЕНДУ ПЕРЕД 8 МАРТА

The Body Shop

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



298 423

просмотра (к 8 марта)

22 122

лайков

>600

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

НАН ОФИЦИАЛЬНЫЙ ЭНИПИРОВЩИН ВДОХНОВЛЯЛ ОЛИМПИЙСКУЮ КОМАНДУ РОССИИ



ZASPORT

PR-поддержка мероприятий в преддверии Олимпиады (с октября 2017 по март 2018):

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



>300

аккредитованных СМИ

СМИ

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

>600

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

Oracle

Информационная поддержка Oracle Modern Business Forum — делового форума по стратегиям управления и бизнес-сервисам.

Организация пресс-конференции в рамках форума.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



>300

участников форума

12

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

>80

публикаций в СМИ

ИНФОПОДДЕРЖКА ON/OHTA FORUM ДЛЯ

SRV Development

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



prpartner

>150

участников

5

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

>30

публикаций в СМИ

ИНФОПОДДЕРЖКА МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ

Yadro

Информационная поддержка мероприятия «YADRO Импульс».

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



23

журналиста

СМИ

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

>30

публикаций в СМИ

ИНФОПОДДЕРЖКА 25-ЛЕТИЯ КОМПАНИИ КРОК

КРОК

Приглашение журналистов на празднование 25-летия компании КРОК.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



prpartner

>40

журналистов

СМИ

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

IQ Option

Информационная поддержка первого хакатона компании IQ Option — Fintech Hackathon.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



300

участников хакатона

4

интервью основателя IQ Option

17

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

ОТКРЫТИЕ ЗАВОДА WILO RUS

Wilo Rus

Информационная поддержка открытия завода Wilo Rus.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



>300
гостей

18
журналистов

СМИ

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

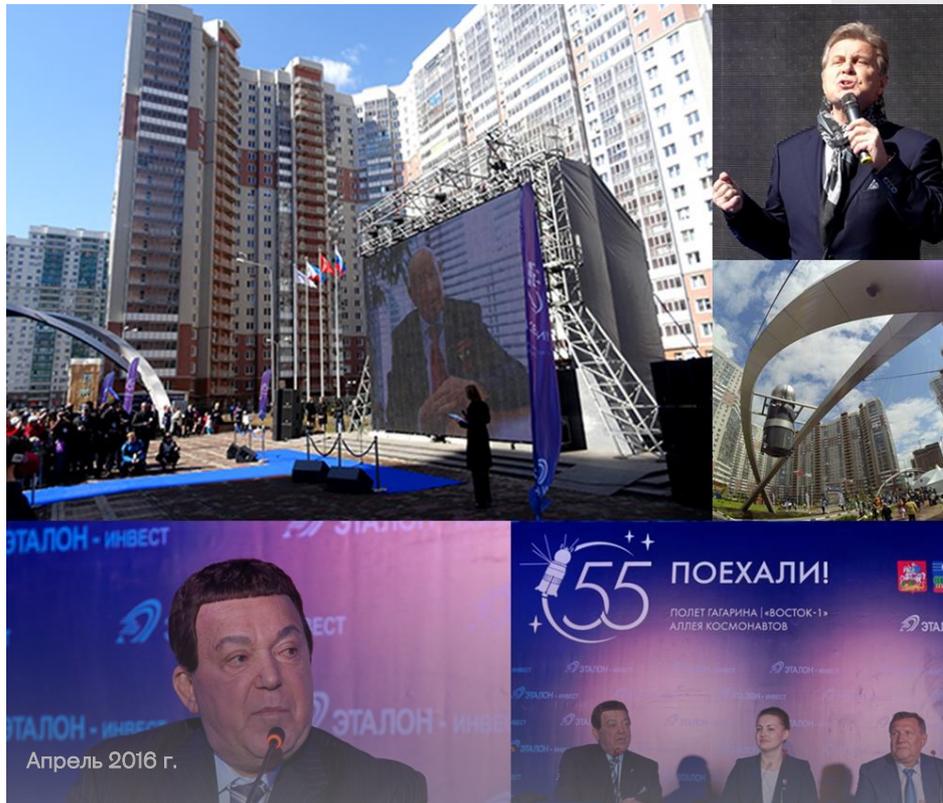
55-Я ГОДОВЩИНА ПОЛЕТА ГАГАРИНА В НОСМОС С «ЭТАЛОН-ИНВЕСТ»

«Эталон-Инвест»

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



63

журналиста

>60

публикаций в медиа

СМИ

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

ПОДДЕРЖКА УЧАСТИЯ АВТОКОМПАНИИ DONGFENG В ВЫСТАВКАХ

DongFeng

Организация двух пресс-конференций для DongFeng в рамках отраслевых мероприятий.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Пресс-конференции прошли в рамках выставок в сентябре 2015 года (Международный грузовой автосалон COMTRANS-2015) и августе 2016 года (Московский международный автомобильный салон — ММАС-2016).
- В 2015 году мероприятие посетили более 27 журналистов, среди которых были представители: «Грузовой транспорт и Спецтехника», Worldrusnews.ru, «Московская жизнь», «Транспорт России», РИА «РОССБИЗНЕС», «Автоспецтехника», «Автомобили мира» и др.
- По итогам мероприятия вышло более 80 публикаций в СМИ («АвтоРынок», «АвтоДела», «АвтоТрансИнфо» «АВТОСТАТ», Autonet.ru, Logistics.ru, Logirus.ru, Logistic.ru, ТАСС, и др.).



130

журналистов

300

публикаций в медиа

СМИ

BLOOMBERG, «НТВ», «Рен-ТВ», «Газета.Ru», «РИА Новости», «Российская газета», «Коммерсантъ-autopilot», «Московский комсомолец», «Комсомольская правда», TopGearRussia.ru, «Спорт FM» и др.

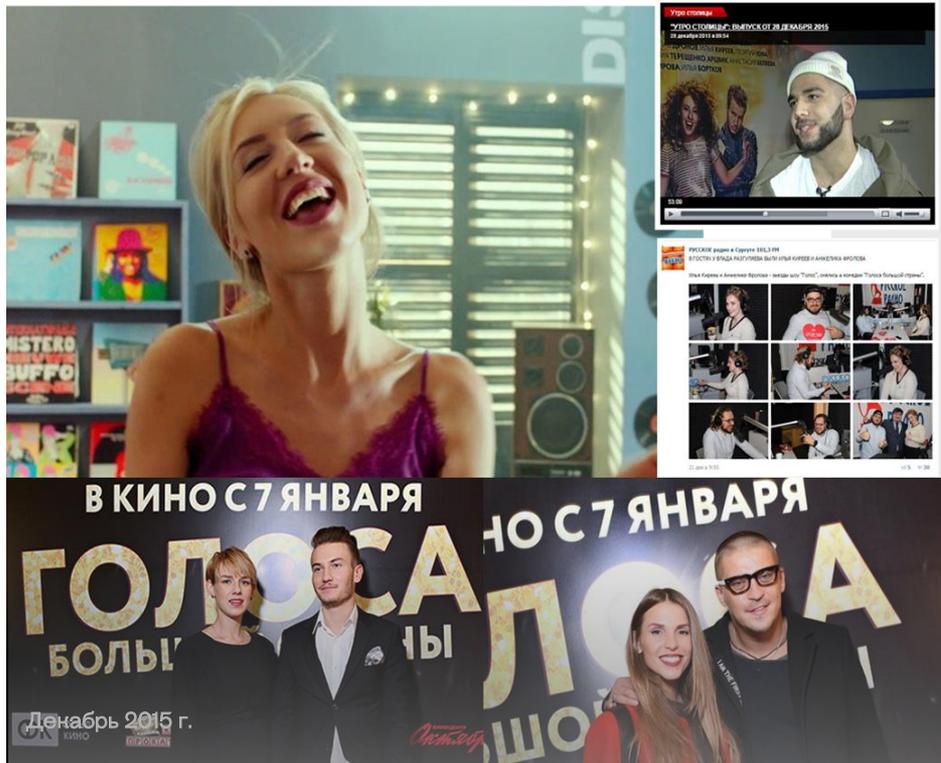
ПОДДЕРЖКА ФИЛЬМА «ГОЛОСА БОЛЬШОЙ СТРАНЫ»

КАРО-фильм

PR-поддержка выхода фильма «Голоса большой страны» в Казани, Екатеринбурге и Сургуте для КАРО-фильм.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Мероприятия посетили более 25 журналистов.
- Организовано 16 конкурсов, 11 интервью, 9 баннерных поддержек.
- По итогам PR-поддержки вышло более 90 публикаций, 15 радиоэфиров и 2 телеэфира.
- Охват — более 3 млн человек.



3 000 000

охваты

>25

журналистов

>90

публикаций в медиа

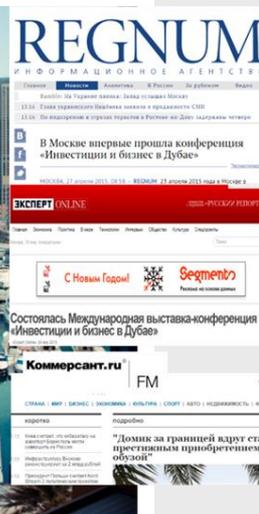
РАБОТА СО СМИ НА КОНФЕРЕНЦИИ-ВЫСТАВКЕ «ИНВЕСТИЦИИ И БИЗНЕС В ДУБАЕ»

«Инвестиции и бизнес в Дубае»

Информационная поддержка выставки-конференции «Инвестиции и бизнес в Дубае».

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Привлечены инфоспонсоры: ИА Regnum, «Эксперт», Business Excellence, «Дайджест недвижимости» и др.
- Иницированы интервью со спикерами в день мероприятия в следующих СМИ: «Известия», Business FM, «Коммерсантъ FM».
- Приглашение и аккредитация журналистов на мероприятии.



Апрель 2015 г.



3
интервью в топ СМИ

>25
публикаций в медиа:
«Эксперт», ИА Regnum,
Business FM, Коммерсантъ
FM, «Национальный
банковский журнал»,
«Дайджест Недвижимости»
и др.)

8
информационных
партнеров

ОТКРЫТИЕ ТРК VEGAS CROCUS CITY

Vegas CROCUS CITY

Информационное сопровождение мероприятий, посвященных открытию ТРК Vegas CROCUS CITY.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Привлечено 8 инфоспонсоров: ИА Regnum, «Эксперт», Business Excellence, «Дайджест недвижимости» и др.
- Инициированы 3 интервью со спикерами в день мероприятия в следующих СМИ: «Известия», Business FM, «Коммерсантъ FM».
- Конференцию посетило 12 журналистов (МИА «Россия сегодня», «Известия», «Экономика и жизнь», Moscow Investment Magazine и др.).



>60
журналистов

>90
публикаций в медиа

СМИ

Forbes.ru, «Коммерсант. Деньги», «Ведомости. Недвижимость», РБК Daily, «Эксперт», Afisha.ru, Geometria.ru, «7 Дней», Tatler, Eva.ru, ТВЦ, RU TV и др.

ИННОПРОМ 2014

Организация работы пресс-центра крупнейшей промышленной выставки на территории России ИННОПРОМ-2014.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Организован пресс-тур для 15 представителей федеральных СМИ (ИТАР-ТАСС, «Российская газета. Урал», «Эксперт» и др.)
- Организовано информационное спонсорство выставки («Российская газета», ИТАР-ТАСС, «Известия», «Интерфакс», «Эксперт»).
- Аккредитованы представители более чем 300 региональных и федеральных СМИ («Эксперт», «Коммерсантъ. Урал», «Вечерний Екатеринбург», «РБК-ТВ» в Екатеринбурге и др.)
- Составлены ежедневные программы для пресс-мероприятий на пять дней.
- Организовано участие СМИ более чем в 100 пресс-мероприятиях. Более 11 000 выходов в СМИ.



>11 000
Публикаций в СМИ

100
мероприятий

AVE
Бюджет 50 000 \$,
AVE 15 000 000 \$

ИНФОПОДДЕРЖКА КОНФЕРЕНЦИИ С УЧАСТИЕМ МИНИСТРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛИ РФ

ИННОПРОМ 2014

Организация приглашения СМИ на Международную конференцию «Новая индустриальная среда: новые отрасли промышленности, новые векторы развития», предваряющую ИННОПРОМ, с участием Министра промышленности и торговли РФ Денисом Мантуровым.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Конференция «Новая индустриальная среда» стала совместным мероприятием Минпромторга РФ и группы компаний «Формика», которая является оператором ИННОПРОМа с 2010 г.
- В рамках конференции обсуждались перспективы развития новых отраслей промышленности: робототехники, автоматизации, новых материалов, а также международная кооперация в этих сферах.



>60
журналистов

88
публикаций

СМИ
Россия 1, «Эксперт»,
Forbes, ИТАР-ТАСС, BFM.ru
и др.

КОНФЕРЕНЦИЯ IPRN AGM 2017

IPRN

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



27

иностранных участников
из 19 стран

3

публикации в медиа

FORBES USA

вышла статья про
русский PR

КОНФЕРЕНЦИЯ PR В IT 2017

PR в IT

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



10

спикеров

50

офлайн-участников

80

человек смотрели
онлайн-трансляцию

КОНФЕРЕНЦИЯ «КРЕАТИВ И ЭМОЦИИ В PR 2016»



«Креатив и ЭМОЦИИ в PR»

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

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

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



26

спикеров

200

участников



Спасибо

Коммуникационное агентство PR Partner

+7 (499) 647 47 17

115035, Москва, Садовническая
набережная, д. 7, помещение 6

www.prpartner.ru