



COMMUNICATION
S E R V I C E
рекламное агентство

МЕДИАРИЛЕЙШНЗ И РР ПРОДВИЖЕНИЕ





➤ Миссия Communication Service - создание надежного фундамента для бизнеса и его сопровождение на пути капитализации. Рекламное агентство Communication Service было основано в 2002 году. За годы успешной работы на рынке рекламы Communication Service развилось из медийного агентства до агентства полного цикла.

Мы предлагаем полный спектр обслуживания по продвижению компании, ее продукции и услуг на рынке:

- проведение комплексных рекламных акций, в том числе промо-акций на всей территории РФ;
- медиапланирование и реализация рекламных кампаний на любых носителях;
- создание креативных концепций по заказу клиента;
- полное PR сопровождение в прессе и Social Media;
- организация пресс-мероприятий и многое другое.

Портфель клиентов



➤ Для каждого из наших клиентов Communication Service предлагает эффективные решения по основным направлениям нашей работы или комплексный подход. Благодаря этому наш клиент получает именно тот уникальный набор рекламных услуг, который ему необходим.



Услуги в сфере PR и медиарилейшнз

➤ Работа по информационному сопровождению — это всегда творческий процесс, индивидуальный при взаимодействии с каждым клиентом. Он напрямую зависит от сферы деятельности компании, задач и целей, которые необходимо достичь с помощью PR, и многих других параметров.

Ниже представлены основные виды деятельности, которые мы осуществляем в этой области:

- Разработка PR-программ, PR-консалтинг;
- Абонентское PR-обслуживание;
- Event-management, реализация спонсорских проектов, обеспечение пресс-поддержки;
- Пресс-клиппинг и мониторинг материалов в печатных, интернет и электронных СМИ

Разработка PR - программ, PR - консалтинг

➤ Когда компания выходит на рынок или выводит новый проект, она нуждается в формировании стратегии «с нуля». В этом случае мы готовы разработать развернутую программу информационного сопровождения вашей компании (Коммуникационную программу) на необходимый период времени (минимум 6 месяцев). Данная программа определяет информационную политику заказчика, его стратегию и тактику в сфере общественных связей.

Состав работ:

- Анализ информационной активности Заказчика и конкурентов на основе мониторинга открытых источников за несколько месяцев
- Разработка позиционирования объекта продвижения и ключевых сообщений
- Определение целевых СМИ
- Определение оптимальных методов и инструментов продвижения объекта
- Разработка креативных идей продвижения объекта
- Разработка плана-графика PR-активности на оговоренный период времени

Разработка PR - программ, PR – консалтинг. Наши кейсы



➤ РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ДЛЯ ВЫВОДА НА РЫНОК СКУТЕРОВ МАРКИ PEUGEOT.

Цели:

- анализ информационной активности и конкурентов на основе мониторинга открытых источников за несколько месяцев;
- разработка позиционирования объекта продвижения и ключевых сообщений;
- формирование стратегии продвижения;
- проведение исследования, для определения аудитории потребления;
- вывод техники на рынок;
- стимулирование продаж пилотной партии.

Период кампании: декабрь 2009 года – март 2010 года;
Территория кампании: Москва;

Разработка PR - программ, PR – консалтинг. Наши кейсы

➤ РЕЗУЛЬТАТЫ:

- по итогам исследования, было определено ядро целевой аудитории потребителей;
- исходя из предпочтений целевой аудитории, была разработана маркетинговая стратегия продвижения;
- определены конкурентные преимущества и слабые стороны, связанные с восприятием нового продукта потребителем.



Абонентское PR-обслуживание

➤ Настоящий пакет включает в себя реализацию всех возможных видов деятельности по информационному сопровождению продукта на рынке. PR Communication Service берет на себя роль полноценного пресс - офиса, представляющего интересы заказчика в СМИ.

СОСТАВ РАБОТ:

- Инициирование информационных поводов и публикаций
- Формирование пула лояльных журналистов
- Подготовка комментариев и интервью с представителями компании
- Подготовка и реализация пресс-мероприятий — пресс-конференции, пресс-завтраки, брифинги, развлекательные мероприятия для журналистов.
- Взаимодействие со СМИ по вопросам тестирования продукции – например, тестирование техники и электроники для высокотехнологичных компаний в специализированных hi-tech журналах или тестирования средств по уходу в глянцевого изданиях

Абонентское PR-обслуживание. Наши кейсы

▶ ГОДОВОЕ PR СОПРОВОЖДЕНИЕ КЛИЕНТА



ЦЕЛИ:

- популяризация бренда R.O.C.S.;
- организация информационного поля для потребителей;
- поддержание благоприятного имиджа компании производителя в бизнес-сообществе;
- поддержание благоприятного имиджа бренда R.O.C.S.;
- повышение лояльности потенциальных потребителей к продукции;
- информирование потребителей по вопросам ухода за полостью рта;
- продвижение первых лиц компании производителя, как лидеров мнений в сегменте Oral Care.

Период кампании: 2010 год

Территория кампании: Россия и страны СНГ;

ИНСТРУМЕНТЫ:

- работа с печатной прессой, направленной на конечного потребителя и информационное поле;
- размещение материалов на информационных интернет ресурсах;
- увеличение базы распространения информационных материалов;
- привлечение внимания к продуктам, как к продукции субпремиум класса сегмента Oral Care;
- инициирование информационных поводов, распространение новостных материалов;
- рассылка образцов продукции по печатным и интернет изданиям;
- участие продуктов бренда в благотворительных акциях, обзорах, конкурсах и т.д.;
- размещение в СМИ комментариев и цитат первых лиц компании.

Абонентское PR-обслуживание. Наши кейсы

РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 2010 ГОД:

- бренд занял одну из лидирующих позиций по упоминаниям в СМИ, относительно других марок рынка Oral Care;
- публикации PR активности бренда составили 530;
- в течение года также были размещены 52 публикации в печатных и интернет СМИ, от лица руководителя компании, как лидера общественного мнения в сегменте Oral Care.



Журнал: Vogue
Дата выхода: апрель 2010г.
Формат: обзор в рубрике beauty



Интернет портал: Nanya.ru
Дата выхода: 18.06.2010 г.
Формат: участие
в благотворительной акции



Интернет портал: Forbes.ru
Дата выхода: 15.12.2010 г.
Формат: интервью
с руководителем компании

Event-management, реализация спонсорских проектов, обеспечение пресс-поддержки

➤ Одним из эффективных каналов PR сопровождения является проведение мероприятий. Это хороший повод не только рассказать о новом продукте или этапе развития компании, но и отличная возможность познакомиться с представителями СМИ, увеличив их лояльность к продукту. Спонсорское участие в проектах партнеров в свою очередь позволяет поддерживать имидж компании в деловых кругах и положительно влияет на репутацию.

СОСТАВ РАБОТ:

- Разработка идеи, темы и названия мероприятия
- Выбор места проведения
- Разработка детального сценарного плана
- Помощь заказчику в подготовке содержательной части мероприятия (доклады, выступления)
- Полное информационное сопровождение мероприятия – от анонсирования до оповещения об итогах: подготовка и рассылка пресс-релиза в СМИ, подготовка комментарийной программы, организация интервью и т.д.
- Приглашение журналистов, гостей, аккредитация по телефону
- Встреча и сопровождение на мероприятии участников и гостей
- При необходимости - организация фуршета/ банкета, фото- и видео-съемки мероприятия и пр.
- Подготовка Отчета о мероприятии

Event-management, реализация спонсорских проектов, обеспечение пресс-поддержки

Наши кейсы



ЦЕЛИ:

- представление новой марки GA.MA Italy Professional luxury аудитории.

Период кампании – 19 ноября 2011 г.

Территория кампании – Москва;



ИНСТРУМЕНТЫ:

- анонсирование участия клиента в показе мод И. Чапурина в прессе;
- создание и размещение POSM материалов на территории проведения мероприятия;
- полное информационное сопровождение мероприятия – от анонсирования до оповещения об итогах: подготовка и рассылка пресс-релиза в СМИ, подготовка комментарийной программы;
- приглашение журналистов, гостей, аккредитация по телефону;
- встреча и сопровождение на мероприятии участников и гостей;
- организация фото - и видео - съемки мероприятия.

Event-management, реализация спонсорских проектов, обеспечение пресс-поддержки. Наши кейсы

➤ РЕЗУЛЬТАТЫ:

- присутствовали более 40 celebrities;
- журналисты от 25 ведущих изданий;
- 20 публикаций, включая фотосъемку со знаменитой персоной.



Event-management, реализация спонсорских проектов, обеспечение пресс-поддержки.

➤ Нестандартные подходы могут естественным образом привлечь внимание СМИ и общественности. Креативные предложения и информационные поводы привлекательны, заметны, запоминающиеся, легко воспринимаемы, с эмоциональным «крючком интереса» для целевой аудитории. Выделение определенного товара, его качества, степени полезности в обществе должно быть убедительным и оригинальным.

Event-management, реализация спонсорских проектов, обеспечение пресс-поддержки. Наши кейсы



ПРОДВИЖЕНИЕ ПИЛОТНОГО НОМЕРА ЖУРНАЛА AUTONEWS

Цели:

- яркое представление нового журнала AUTONEWS;
- определение позиционирования журнала;
- привлечение внимания мужской аудитории;
- распространение пилотного номера журнала среди целевой аудитории.

Инструменты:

- проведение конкурса на радио «Энерджи» - демонстрация главного приза, автомобиля Honda Civic была организована в виде «путешествия» авто на эвакуаторе по улицам Москвы;
- распространение журнала на загруженных улицах Москвы в час пик;
- презентация журнала на выставке «ИнтерАвто» с интерактивной программой для посетителей;
- для привлечения внимания аудитории к новому изданию специалистами Communication Service также были проведены флешмобы:
 - во время бесплатного распространения журнала AUTONEWS в пробках неожиданно появился эвакуатор с автомобилем Honda Civic, украшенный огромным бантом с логотипом AUTONEWS. В тот же момент модели, только что раздававшие журнал, вспорхнули на эвакуатор и под музыку исполнили topless-dance, завоевав тем самым все внимание скучающих в пробке водителей и пассажиров.
 - была организована съемка, где девушки модельной внешности topless моют машину с логотипом AUTONEWS. Отснятый ролик был опубликован на многих сайтах в сети интернет.

Event-management, реализация спонсорских проектов, обеспечение пресс-поддержки. Наши кейсы

РЕЗУЛЬТАТЫ:

- запуск журнала стал ярким событием для целевой аудитории;
- отснятые ролики и фотографии получили широкое вирусное распространение в сети Интернет;
- первый номер журнала был раскуплен без остатка.



Пресс-клиппинг и мониторинг материалов в печатных, интернет и электронных (ТВ, радио) СМИ

➤ Любая компания — это постоянно меняющийся организм. В ходе деятельности на рынке необходимо регулярно осуществлять корректировку стратегии и тактики позиционирования, опираясь на мнения потребителей и настроения целевых групп общественности. Мониторинг СМИ позволяет отслеживать как подачу информации о компании, так и информационную активность конкурентов.

Состав работ:

- Мониторинг печатных, электронных и интернет СМИ по заранее утвержденным информационным запросам
- Проведение анализа информационного поля и разработка рекомендаций по дальнейшему информационному сопровождению
- Подготовка пресс-клиппинга и отчета.