



ProAct Media
communication strategies

Презентация возможностей агентства

Основные факты

- Агентство ProAct Media/Проект медиа основано в 2002 году
- Специализация – стратегические маркетинговые/корпоративные коммуникации, production
- Лауреат национальной премии в области связей с общественностью «Серебряный лучник» за 2008 год

Преимущества

- Стратегический подход к управлению коммуникациями
- Профессиональная команда с более чем 15-летним опытом работы в PR, рекламе и журналистике
- Креативность, использование нестандартных коммуникационных инструментов
- Фокус на долгосрочном сотрудничестве с клиентами и ориентация на успешность проектов
- Широкие возможности сотрудничества с федеральными и региональными печатными и электронными СМИ, персональные контакты с руководителями медиа-индустрии
- Обширный практический опыт по проведению рекламных и информационных кампаний в региональных СМИ

Ключевые компетенции

- Разработка и реализация комплексных коммуникационных стратегий (определение коммуникационных возможностей, ключевых сообщений для целевых аудиторий, инструментов коммуникации, планирование и т.д.)
- Консалтинг в области интегрированных маркетинговых коммуникаций
- Планирование и реализация рекламных и PR-кампаний любой продолжительности и сложности
- Интернет-коммуникации (работа с блогами и форумами, контекстная и баннерная реклама, интернет-вирусы)
- Специальные мероприятия (конференции, презентации, пресс-туры и др.)
- Собственная продакшн студия – корпоративные фильмы, мультимедиа презентации, 3D виртуальные туры, рекламные ролики, анимация, создание интернет-сайтов



ProAct Media
communication strategies



тел.: + 7 (495) 660-60-64\65
web: www.pro-act.ru

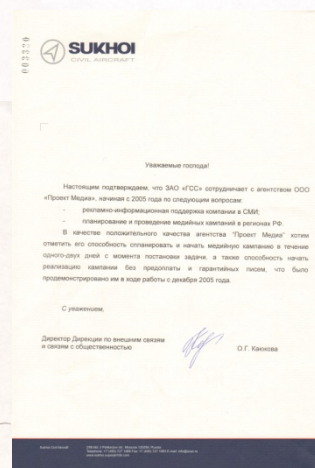
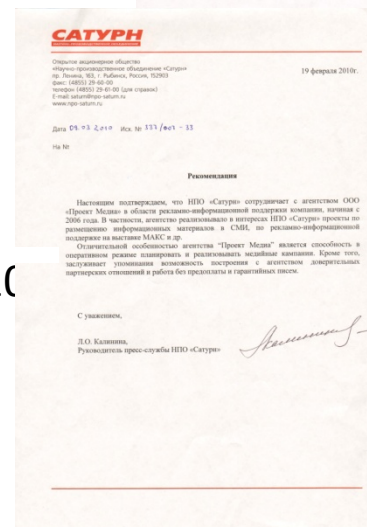
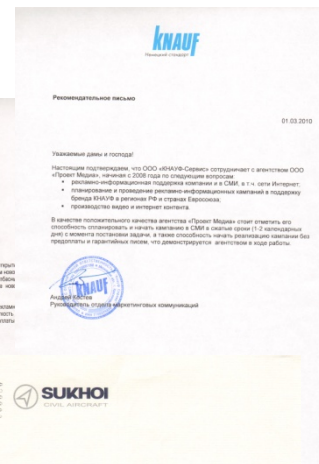
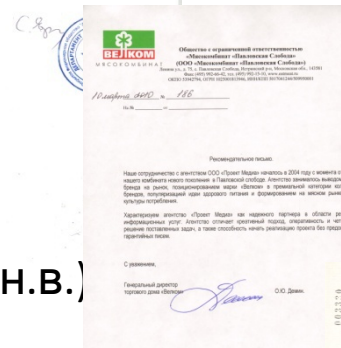
Основные клиенты

- Аэрофлот (с 2005 по н.в.)
- Гражданские самолеты Сухого (с 2006 по н.в.)
- Мясокомбинат ВЕЛКОМ (с 2006 по н.в.)
- НПО Сатурн (с 2007 по н.в.)
- KNAUF (с 2008 по н.в.)
- Мясокомбинат Украина (с февраля 2010)
- Coca-Cola (с марта 2010)



Настоящим подтверждаю, что ОАО «Аэрофлот» – российское авиационное предприятие сотрудничает с агентством «Проект Медиа» по вопросам рекламно-информационной поддержки компании в СМИ (печатные, ТВ, радио, интернет) начиная с 2004 года.

Директор департамента маркетинга
и рекламы



Награды

- Лауреат национальной премии в области связей с общественностью «Серебряный лучник» за проект «История в плакатах Аэрофлота» (2008 год)



Аэрофлот – российские авиалинии

- Компания «Аэрофлот – российские авиалинии» - стратегический клиент агентства ProAct Media, начиная с 2003 года. Апогеем нашей совместной работы стала выставка «История в плакатах Аэрофлота», с успехом экспонировавшаяся в Москве, Нью-Йорке, Праге, Санкт-Петербурге, Владивостоке и других городах России в 2008-2009 гг.
- Традиционно агентство оказывает Аэрофлоту услуги по следующим направлениям:
 - медийная поддержка коммерческой деятельности авиакомпании (планирование и реализация медиа- кампаний по продвижению тарифных предложений и новых направлений Аэрофлота);
 - проведение региональных медиа-кампаний (ТВ, радио, пресса, интернет). За годы работы с Аэрофлотом были проведены кампании в 20 регионах России;
 - проведение специальных акций и мероприятий, приуроченных к наиболее значимым датам в жизни авиакомпании (например, празднование 85-летия Аэрофлота – выставка «История в плакатах Аэрофлота», 40-летие создания первого подразделения бортпроводников и т.д.);
 - организация публикаций и выступлений в наиболее значимых федеральных СМИ (Первый канал, телеканал Россия, журнал Эксперт и др.)
- В настоящее время агентство ProAct Media осуществляет комплексное рекламно-медийное обслуживание Аэрофлота



ProAct Media
communication strategies



ОБЩЕСТВО

То взлет, то посадка

При слове «стюардесса» воображение наших сограждан унес 40 лет назад рисует девушку в сафовой форме, пилотке с крылышками и непринужденной улыбкой. Корреспонденты «Итого» попытались выяснить, чего стоит эта самая фирменная улыбка

Вот она, эта самая фирменная улыбка. Она была у всех стюардесс, от тех, кто работал в 1940-е годы, до тех, кто работает сейчас. Улыбка — это не просто эмоция, это часть профессии. Это то, что делает стюардессу человеком, а не просто сотрудником авиакомпании.

Рассказ о том, как это было, и как это сейчас, можно найти в архивах. Там, где хранятся фотографии и документы, которые рассказывают о жизни стюардесс в разные времена. Там, где можно увидеть, как они работали, как они выглядели, как они общались с пассажирами.

Космос

Полет до рейса

Вот она, эта самая фирменная улыбка. Она была у всех стюардесс, от тех, кто работал в 1940-е годы, до тех, кто работает сейчас. Улыбка — это не просто эмоция, это часть профессии. Это то, что делает стюардессу человеком, а не просто сотрудником авиакомпании.

Рассказ о том, как это было, и как это сейчас, можно найти в архивах. Там, где хранятся фотографии и документы, которые рассказывают о жизни стюардесс в разные времена. Там, где можно увидеть, как они работали, как они выглядели, как они общались с пассажирами.

Происхождение

Бывает и такое

Вот она, эта самая фирменная улыбка. Она была у всех стюардесс, от тех, кто работал в 1940-е годы, до тех, кто работает сейчас. Улыбка — это не просто эмоция, это часть профессии. Это то, что делает стюардессу человеком, а не просто сотрудником авиакомпании.

Рассказ о том, как это было, и как это сейчас, можно найти в архивах. Там, где хранятся фотографии и документы, которые рассказывают о жизни стюардесс в разные времена. Там, где можно увидеть, как они работали, как они выглядели, как они общались с пассажирами.

Лучшей авиакомпании России исполнилось 88 лет

АЭРОФЛОТ

88 лет истории авиации

КРЫЛЬЯ ОТЕЧЕСТВА

Вот она, эта самая фирменная улыбка. Она была у всех стюардесс, от тех, кто работал в 1940-е годы, до тех, кто работает сейчас. Улыбка — это не просто эмоция, это часть профессии. Это то, что делает стюардессу человеком, а не просто сотрудником авиакомпании.

Рассказ о том, как это было, и как это сейчас, можно найти в архивах. Там, где хранятся фотографии и документы, которые рассказывают о жизни стюардесс в разные времена. Там, где можно увидеть, как они работали, как они выглядели, как они общались с пассажирами.

ДАТА

ИСКРЕННЕ ВАШЕ

Грохотавшая авиация — 1

ДЕТАЙТЫ С ПИЛОТАМИ «АЭРОФЛОТА»!

ЖИЗНЬ ИЗ ОКНА САМОЛЕТА

Вот она, эта самая фирменная улыбка. Она была у всех стюардесс, от тех, кто работал в 1940-е годы, до тех, кто работает сейчас. Улыбка — это не просто эмоция, это часть профессии. Это то, что делает стюардессу человеком, а не просто сотрудником авиакомпании.

Рассказ о том, как это было, и как это сейчас, можно найти в архивах. Там, где хранятся фотографии и документы, которые рассказывают о жизни стюардесс в разные времена. Там, где можно увидеть, как они работали, как они выглядели, как они общались с пассажирами.

После всего

Заоблачная карьера

Вот она, эта самая фирменная улыбка. Она была у всех стюардесс, от тех, кто работал в 1940-е годы, до тех, кто работает сейчас. Улыбка — это не просто эмоция, это часть профессии. Это то, что делает стюардессу человеком, а не просто сотрудником авиакомпании.

Рассказ о том, как это было, и как это сейчас, можно найти в архивах. Там, где хранятся фотографии и документы, которые рассказывают о жизни стюардесс в разные времена. Там, где можно увидеть, как они работали, как они выглядели, как они общались с пассажирами.

Взгляд в прошлое

Выставка высокого полета

История в плакатах «Аэрофлота» в Музее современной истории России комментирует Майя Стравинская

Вот она, эта самая фирменная улыбка. Она была у всех стюардесс, от тех, кто работал в 1940-е годы, до тех, кто работает сейчас. Улыбка — это не просто эмоция, это часть профессии. Это то, что делает стюардессу человеком, а не просто сотрудником авиакомпании.

Рассказ о том, как это было, и как это сейчас, можно найти в архивах. Там, где хранятся фотографии и документы, которые рассказывают о жизни стюардесс в разные времена. Там, где можно увидеть, как они работали, как они выглядели, как они общались с пассажирами.

Взгляд в прошлое

Афиша выставок

Вот она, эта самая фирменная улыбка. Она была у всех стюардесс, от тех, кто работал в 1940-е годы, до тех, кто работает сейчас. Улыбка — это не просто эмоция, это часть профессии. Это то, что делает стюардессу человеком, а не просто сотрудником авиакомпании.

Рассказ о том, как это было, и как это сейчас, можно найти в архивах. Там, где хранятся фотографии и документы, которые рассказывают о жизни стюардесс в разные времена. Там, где можно увидеть, как они работали, как они выглядели, как они общались с пассажирами.

Взгляд в прошлое

Афиша выставок

Вот она, эта самая фирменная улыбка. Она была у всех стюардесс, от тех, кто работал в 1940-е годы, до тех, кто работает сейчас. Улыбка — это не просто эмоция, это часть профессии. Это то, что делает стюардессу человеком, а не просто сотрудником авиакомпании.

Рассказ о том, как это было, и как это сейчас, можно найти в архивах. Там, где хранятся фотографии и документы, которые рассказывают о жизни стюардесс в разные времена. Там, где можно увидеть, как они работали, как они выглядели, как они общались с пассажирами.

Гражданские самолеты Сухого (Суперджет-100)

- В начале 2000-х в журналисткой и экспертной среде отношение к попыткам сделать новый российский самолет было устойчиво негативным. Это стало серьезным препятствием для проекта RRJ - регионального реактивного лайнера Корпорации «Сухой», позже получившего имя SuperJet-100. Необходимо было сломить недоверие к проекту компании «Гражданские Самолеты Сухого». Позиционировать его как реальный прорыв в мировом авиастроении
- В течение 2006-2008 гг. практически еженедельно инициировались информповоды, ежемесячно проводились круглые столы, конференции, деловые ужины с руководителями СМИ, пресс-конференции и пресс-туры на авиазаводы и КБ. Накануне значимых авиационных событий (авиасалоны МАКС, Ле Бурже) в деловых и общественно-политических СМИ были инициированы обзоры по авиации, проводились встречи руководства ГСС с журналистами
- В 2007 году компания «Гражданские Самолеты Сухого» провела ребрендинг нового регионального самолета RRJ. Он стал называться SuperJet-100. Ребрендинг состоялся накануне выкатки самолета – премьерного показа публики. Для SuperJet-100 это важное событие, символизирующее завершение основных конструкторских работ и переход к испытательным полетам, а там и к серийному выпуску.
- В 2008-2009 гг. агентству ProAct Media было поручено разработать программу антикризисных коммуникаций, раскрыть нюансы возникшей ситуации с пересмотром сроков реализации проекта SuperJet-100, вызванной внешними факторами, общей ситуацией на мировом рынке. Удалось максимально нивелировать негатив, связанный с пересмотром сроков строительства самолета.
- Всего за 4 года работы в российской и зарубежной прессе было инициировано более 700 публикаций и 100 телерепортажей. Проект SuperJet-100, по праву, приобрел статус национального. О нем заговорили первые лица страны, причем они говорили о SuperJet-100, как о символе возрождения России, как авиационной державы

KNAUF

- Агентство ProAct Media сотрудничает с германским концерном KNAUF, лидером рынка строительных материалов, начиная с 2009 года. Компания, пришедшая на российский рынок в конце 80-х и, по сути, создавшая цивилизованный рынок товаров для ремонта, в настоящее время столкнулась с агрессивным напором своих конкурентов и производителей контрафакта. Продукты KNAUF, чьи торговые марки давно стали нарицательными для потребителей, активно подделываются. Доля контрафакта в некоторых регионах достигает 50% в зависимости от той или иной товарной группы. Все это крайне негативно сказывается на бренде KNAUF, отталкивает потребителей, снижает доходы
- Агентство разработало концепцию «Коммуникаций 360°», предусматривающее комплексное использование PR, рекламы, product placement и других инструментов маркетинговых коммуникаций. В ноябре-декабре была реализована крупномасштабная кампания в 17 регионах России и в Беларуси в поддержку локомотивного продукта «KNAUF-Ротбанд», охватившая более 10 млн. человек.
- В декабре 2009 г. по инициативе ProAct Media в сотрудничестве с УБЭП ГУВД г. Москвы была реализована крупномасштабная спецоперация по предотвращению производства и сбыта контрафактной штукатурки KNAUF, получившая название «Операция Ротбанд». В ходе операции были обнаружены несколько подпольных цехов, установлены каналы сбыта контрафактной продукции на московских строительных рынках, задержано несколько человек. «Операция Ротбанд» вызвала огромный резонанс и в течение недели широко освещалась всеми центральными ТВ-каналами, радиостанциями и многочисленными интернет-ресурсами. В результате проведения данной акции торговцы контрафактом практически исчезли на московском рынке – служба безопасности KNAUF не зафиксировала ни одной подпольной точки с января по апрель 2010 г.



ProAct Media

communication strategies

тел.: + 7 (495) 660-60-64/65
web: www.pro-act.ru

Новости
Преступников, в промышленных масштабах ссылавших поддельные строительные материалы, разоблачили в Москве

Вести МОСКВА
Вести | Московская область | Видео | Форум | Неделя в городе | Афиша | Новости | Происшествия | Репортажи | Ваш адрес на дороге

30.09.2009 10:00
На строительных рынках Москвы изъяты более 10 тыс. мешков поддельной штукатурки

Сотрудники милиции провели масштабную операцию на строительных рынках Московской области, изъяли более 10 тысяч мешков поддельной штукатурки. По словам представителей правоохранительных органов, это самый крупный seizure за последние несколько лет.

В ходе операции были обнаружены склады и отвалы точек на рынках, через которые осуществлялся оборот поддельных материалов. В результате были изъяты более 10 тысяч мешков поддельной штукатурки, а также около 5 тысяч мешков поддельной смеси для штукатурки. На складах и в отвалах были обнаружены также мешки с поддельной смесью для штукатурки, а также мешки с поддельной смесью для штукатурки.

В ходе операции были обнаружены склады и отвалы точек на рынках, через которые осуществлялся оборот поддельных материалов. В результате были изъяты более 10 тысяч мешков поддельной штукатурки, а также около 5 тысяч мешков поддельной смеси для штукатурки. На складах и в отвалах были обнаружены также мешки с поддельной смесью для штукатурки, а также мешки с поддельной смесью для штукатурки.

Встретьтесь в Варшаве
у нас

СРОЧНАЯ НОВОСТЬ
Путин: Блудности и коррупция в России — это то, что мешает

Информация к размышлению
Берегись подделок!

Летом на заседании президиума Высшего совета строительного рынка России было принято решение о проведении масштабной операции по выявлению и изъятию поддельных строительных материалов. В результате были изъяты более 10 тысяч мешков поддельной штукатурки, а также около 5 тысяч мешков поддельной смеси для штукатурки.

В ходе операции были обнаружены склады и отвалы точек на рынках, через которые осуществлялся оборот поддельных материалов. В результате были изъяты более 10 тысяч мешков поддельной штукатурки, а также около 5 тысяч мешков поддельной смеси для штукатурки. На складах и в отвалах были обнаружены также мешки с поддельной смесью для штукатурки, а также мешки с поддельной смесью для штукатурки.

В ходе операции были обнаружены склады и отвалы точек на рынках, через которые осуществлялся оборот поддельных материалов. В результате были изъяты более 10 тысяч мешков поддельной штукатурки, а также около 5 тысяч мешков поддельной смеси для штукатурки. На складах и в отвалах были обнаружены также мешки с поддельной смесью для штукатурки, а также мешки с поддельной смесью для штукатурки.

строительство НЕДВИЖИМОСТЬ

Техрегламент против подделок?

Рынок России переживает подпольный строительный материаловый бум. Многие компании, производящие строительные материалы, сталкиваются с проблемой подделок. В результате, качество строительства снижается, а затраты на материалы увеличиваются.

В ходе операции были обнаружены склады и отвалы точек на рынках, через которые осуществлялся оборот поддельных материалов. В результате были изъяты более 10 тысяч мешков поддельной штукатурки, а также около 5 тысяч мешков поддельной смеси для штукатурки. На складах и в отвалах были обнаружены также мешки с поддельной смесью для штукатурки, а также мешки с поддельной смесью для штукатурки.

Берегись подделок!

В ходе операции были обнаружены склады и отвалы точек на рынках, через которые осуществлялся оборот поддельных материалов. В результате были изъяты более 10 тысяч мешков поддельной штукатурки, а также около 5 тысяч мешков поддельной смеси для штукатурки. На складах и в отвалах были обнаружены также мешки с поддельной смесью для штукатурки, а также мешки с поддельной смесью для штукатурки.

НА ЧЕМ НЕЛЬЗЯ ЭКОНОМИТЬ ПРИ РЕМОНТЕ И СТРОИТЕЛЬСТВЕ

Сегодня строительные материалы — это основа любого строительства. Однако, многие компании пытаются сэкономить на материалах, что приводит к снижению качества строительства. В результате, затраты на ремонт и строительство увеличиваются, а сроки строительства увеличиваются.

В ходе операции были обнаружены склады и отвалы точек на рынках, через которые осуществлялся оборот поддельных материалов. В результате были изъяты более 10 тысяч мешков поддельной штукатурки, а также около 5 тысяч мешков поддельной смеси для штукатурки. На складах и в отвалах были обнаружены также мешки с поддельной смесью для штукатурки, а также мешки с поддельной смесью для штукатурки.

Берегись подделок!

В ходе операции были обнаружены склады и отвалы точек на рынках, через которые осуществлялся оборот поддельных материалов. В результате были изъяты более 10 тысяч мешков поддельной штукатурки, а также около 5 тысяч мешков поддельной смеси для штукатурки. На складах и в отвалах были обнаружены также мешки с поддельной смесью для штукатурки, а также мешки с поддельной смесью для штукатурки.

Велком

- Создание бренда «Велком» и «Без сои» - один из знаковых проектов агентства ProAct Media. Мы выводили бренд «Велком» на рынок, мы разрабатывали и реализовывали коммуникационную политику комбината на протяжении всего времени его существования, начиная с 2004 года. За это время «Велком» завоевал звание самого динамично развивающегося предприятия мясной отрасли в московском регионе, вошел в десятку предприятий по объемам производства и зарекомендовал себя как законодатель трендов в отрасли. В частности, сегодня большинство производителей мясной продукции клеят на свою продукцию стикеры «Без сои» и «Без ГМО», которые впервые появились на продукции «Велкома» пять лет назад и стали визитной карточкой этого мясокомбината
- По сути, вся коммуникационная политика «Велкома» была построена на том, что в СМИ и обществе была инициирована дискуссия о проблеме использования в «мясопереработке» консервантов, улучшителей вкуса, ГМО, и, в частности, о проблеме использования СОИ в качестве заменителя мяса. Основой PR-стратегии стало формирование у общественности озабоченности широко распространенной, но потенциально опасной практики использования в пищевых продуктах трансгенных компонентов. Эту позицию до общественности доносил привлеченный агентством пул экспертов рынка, поддерживающий стремление «Велкома» к борьбе за избавление отечественной продукции от трансгенов. Альтернативой трансгенным продуктам стала продукция "Велкома"
- Тема здорового питания (без трансгенов), которая в последнее время стала крайне актуальной и рейтинговой для многих СМИ, впервые была инициирована и озвучена именно «Велкомом». Это привело к парадоксальной ситуации – сейчас, когда говорят об использовании ГМО в продуктах питания, в первую очередь приводят в пример колбасу, хотя более остро эта тема стоит в других пищевых производствах.
- Менее чем за два года существования мясокомбинат «Велком» достиг производственных показателей почти в 40 тонн продукции в сутки, во флагманском магазине в Павловской слободе постоянно стояли очереди из покупателей. И это при том, что «Велком» практически не прибегал к традиционной в отрасли рекламе своей продукции



ProAct Media

communication strategies

Час мясника

Алексей Хазбиев

Владельцы свиного и мясного мясоперерабатывающих предприятий уже начали обходиться с отходами. После того как будут приняты нормативы мясного бизнеса, которые через несколько лет и позволят начать эту работу.

Владельцы свиного и мясного мясоперерабатывающих предприятий уже начали обходиться с отходами. После того как будут приняты нормативы мясного бизнеса, которые через несколько лет и позволят начать эту работу.

Свиное и мясное мясоперерабатывающие предприятия уже начали обходиться с отходами. После того как будут приняты нормативы мясного бизнеса, которые через несколько лет и позволят начать эту работу.

Свиное и мясное мясоперерабатывающие предприятия уже начали обходиться с отходами. После того как будут приняты нормативы мясного бизнеса, которые через несколько лет и позволят начать эту работу.

В ФОКУСЕ

24.85 +1.51% Банк ВТБ 0.0201 +4.29%
Тонка на 15 км. 1. К.Вильгельм (Германия); 2. Т.Грегори

Кредитный рынок Russia 30 9.619% +0.08%
миллионов на 1,1 млн человек (РИА РБК). Зампред

РАИСА ДЕМИНА
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР

Стойкий вкус детства

ЭКСПЕРТИЗА

4

Мясной поход

Средства борьбы с болезнетворными бактериями

ПЕРВОМАЙ - ПРАЗДНИК ШАШЛЫКА

Как не испортить его неправильным выбором мяса?

Сдача норм ГМО

В октябре в России начнется сдача норм ГМО

Сдача норм ГМО

В октябре в России начнется сдача норм ГМО

ПЕРВОМАЙ - ПРАЗДНИК ШАШЛЫКА

Как не испортить его неправильным выбором мяса?

Средства борьбы с болезнетворными бактериями

Сдача норм ГМО

В октябре в России начнется сдача норм ГМО



ProAct Media

communication strategies

Москва,
Трехпрудный переулок д.9 стр.2
БЦ «На Трехпрудном»
тел.\факс: +7 (495) 660-60-64\65
e-mail: info@pro-act.ru
web: www.pro-act.ru