НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРЕМИЯ В ОБЛАСТИ МЕДИАБИЗНЕСА

«МЕДИА-МЕНЕДЖЕР РОССИИ – 2013»

АНКЕТА НОМИНАНТА

Данные лица, рекомендующего претендента на Премию

|  |  |
| --- | --- |
| \*ФИО: Каржонкова Екатерина  | Должность: Исполнительный директор |
| \*Название компании: Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью |

**ПРЕТЕНДЕНТ**

|  |  |
| --- | --- |
| \*ФИО: **Дашевская Ольга Аркадьевна** | \*Должность: **Старший партнер**  |
| \*Название компании: **Агентство Бизнес Коммуникаций PR Inc.** | \*Индекс, адрес: 123995, ул. Бережковская наб., д. 20, стр. 8 |
| \*Издание/Телеканал/Радио/Интернет-ресурс/другое:  | Тираж:  |

**Номинация,**

**в которой выдвигается Претендент:**

**Печатные СМИ:**

🞎 Газеты;

🞎 Журналы;

🞎 Другое (указать)

**Электронные СМИ:**

🞎 Радио:

* Эфирное радио
* Интернет-радио

🞎 Телевидение:

* + Эфирные каналы
	+ Кабельное, спутниковое ТВ
	+ Интернет ТВ

🞎 Интернет СМИ;

🞎 Информационные агентства;

🞎 Продакшн

* Производство
* Продюсирование

🞎 Другое (указать)

**B2B**-**Медиа:**

🞎 Отраслевые Печатные медиа;

🞎 Отраслевые Электронные медиа;

🞎 Другое (указать)

**Медиахолдинги:**

🞎 Печатные медиахолдинги;

🞎Электронные медиахолдинги;

🞎Мультимедийные медиахолдинги;

**Отраслевые партнёры:**

🞎 Типографии;

🞎 Распространители;

🞎 Технологии;

🞎 Другое (указать)

**\*Присуждается по мере развития отрасли**

**Реклама:**

🞎 Медиапланинг / Медиабаинг;

🞎 Интернет-баинг;

🞎 Директора по рекламе СМИ (сейлз-СМИ);

🞎 Рекламодатель;

🞎 Рекламное агентство;

🞎 Другое (указать)

**Коммуникации / Связи с общественностью:**

🗷 Агентства;

🞎 Департаменты по коммуникациям;

🞎 Службы общественных организаций;

🞎 Другое (указать)

**Корпоративные коммуникации**

**и корпоративные СМИ**

🞎 Службы корпораций (внутренние и внешние корпоративные коммуникации);

🞎 Издательские агентства (производители корпоративных / клиентских СМИ);

🞎 Другое (указать)

**Инновации:**

🞎 Инновации в медиа

🞎 Инновации в рекламе;

🞎 Инновации в коммуникациях;

🞎 Инновации в маркетинге;

**За социальную ответственность медиабизнеса:**

🞎

**ДОСТИЖЕНИЕ ПРЕТЕНДЕНТА,**

**за которое он выдвигается на Премию**

\****Отметьте, к какой области относится достижение, идея, способствовавшая развитию бизнеса:***

🞎 продажа рекламы 🞎содержание (контент) 🞎 менеджмент (управление) концепция

🞎 продажа тиража 🞎 дизайн, макет 🞎 технологии

🗷продвижение, PR 🞎 маркетинг 🞎 финансы

## \**Опишите, пожалуйста, в чем заключается достижение, идея (не более одного предложения)*

|  |
| --- |
| ***«За разработку и успешную реализацию кампании по формированию у представителей власти, принимающих решение на федеральном уровне, понимания необходимости сохранения существующей пенсионной системы России»*** |

## \**Опишите результат (укажите финансовые или другие показатели). Например, если выросли доходы, отразите их рост в цифрах*

|  |
| --- |
| Результатом кампании в поддержку закона «О порядке финансирования выплат за счет средств пенсионных накоплений» стало принятие закона в редакции, способствующей развитию деятельности негосударственных пенсионных фондов. **География:** Россия**Период**: 1,5 года**В ходе кампании были проведены следующие работы:*** Формирование единой информационной политики для 72 НПФ и сторонников проекта
* Формирование пула лояльных независимых экспертов
* Разработка и организация ряда деловых мероприятий
* Работа на мероприятиях оппонентов
* Работа со СМИ и блогерами
* Работа в социальных сетях

**Результаты:*** Реализован очередной этап комплексной коммуникационной стратегии
* Сформирован общественный резонанс в пользу сохранения накопительного компонента и существующей базовой конструкции пенсионной системы.
* Инициировано более **4000** публикаций в СМИ
* **89** первых полос в ведущих деловых и общественно-массовых СМИ
* **57** сюжетов на ТВ и **38** эфиров на ведущих радиостанциях
* Проведено **40** тематических мероприятий с участием СМИ и блогеров
* Привлечено более **10** влиятельных сторонних спикеров, поддержавших позицию членов НАПФ
* Публичное признание оппонентами лидерства в информационном пространстве руководителя НАПФ Константина Семеновича Угрюмова
* **4 млн 794 тыс.** чел - средний охват аудитории одной публикации кампании PR Inc. в интересах НАПФ (по данным TNS Gallup Media)

**Об Агентстве Бизнес Коммуникаций PR Inc.**Агентство Бизнес Коммуникаций **PR Inc.** работает на рынке консалтинга с 2003 года. **PR Inc.** предоставляет широкий спектр услуг по разработке и реализации стратегий и программ в области связей с общественностью.В настоящее время клиентами Агентства являются компании из различных отраслей экономики. Среди них компании Reebok, JT International, Корпорация «Баркли», KR Properties, НПФ «Газфонд», «СИБУР», НП НАПФ, Avia Solutions Group, НИПК «Электрон», ГК «Интегра», АПХ «Мираторг» и другие.Также в разное время клиентами Агентства были компании: PepsiCo , Мегафон, Ростелеком, Hevel, ГК «Синтез», медиахолдинг «Пронто-Москва», ФК «Открытие», Philips, Постоянный комитет союзного государства, Сумма Капитал, Интеркоммерц Банк, УК «Лидер», Philip Morris Sales Marketing, Johnson&Johsnon Diageo, BBDO Moscow, «Банк Москвы», «Русская Инвестиционная группа», «Импэксбанк», «Росгосстрах», ГК «Русагро», «Русский Банк Развития», «Альфа-директ», , ОХК «УРАЛХИМ», «Негосударственный пенсионный фонд электроэнергетики», Бизнес-школа Wharton, Бизнес-школа Rotman, Выставка русского искусства «Russia!», ФК «Спартак», ROMS (Российское общество по мультимедиа и цифровым сетям), Avon, Kia Motors, МГИ имени Дашковой**,** и другие.**Ключевые компетенции Агентства:** **Стратегический консалтинг*** Организация эффективных коммуникаций внешними и внутренними аудиториями: партнерами, инвесторами, органами власти, потребителями, СМИ, сотрудниками
* Формирование корпоративной репутации и имиджа первых лиц
* Управление кризисными ситуациями
* Организация креативных мероприятий

**В своей работе Агентство придерживается:*** Международных стандартов ведения бизнеса. Поэтому среди клиентов **PR Inc.** много ведущих международных и российских компаний
* Профессионального подхода к работе. Предлагаемые решения ориентированы на реальные потребности клиентов и максимально нацелены на достижение результата в сжатые сроки
* Высокой эффективности организации работ
* Креативных технологий, которые часто становится основным критерием выбора Агентства в качестве PR-партнера

Специалисты Агентства имеют большой опыт решения коммуникационных задач в следующих областях:* потребительский рынок
* финансы и страхование
* промышленность и машиностроение
* телекоммуникации
* образование
* культура и спорт
* проекты в области связи с органами государственной власти
* проведение тренингов
* организация корпоративных мероприятий

Команду **PR Inc.** объединяет высокий профессионализм, творческий подход, умение нестандартно решать поставленные задачи и нацеленность на достижение целей клиента. |