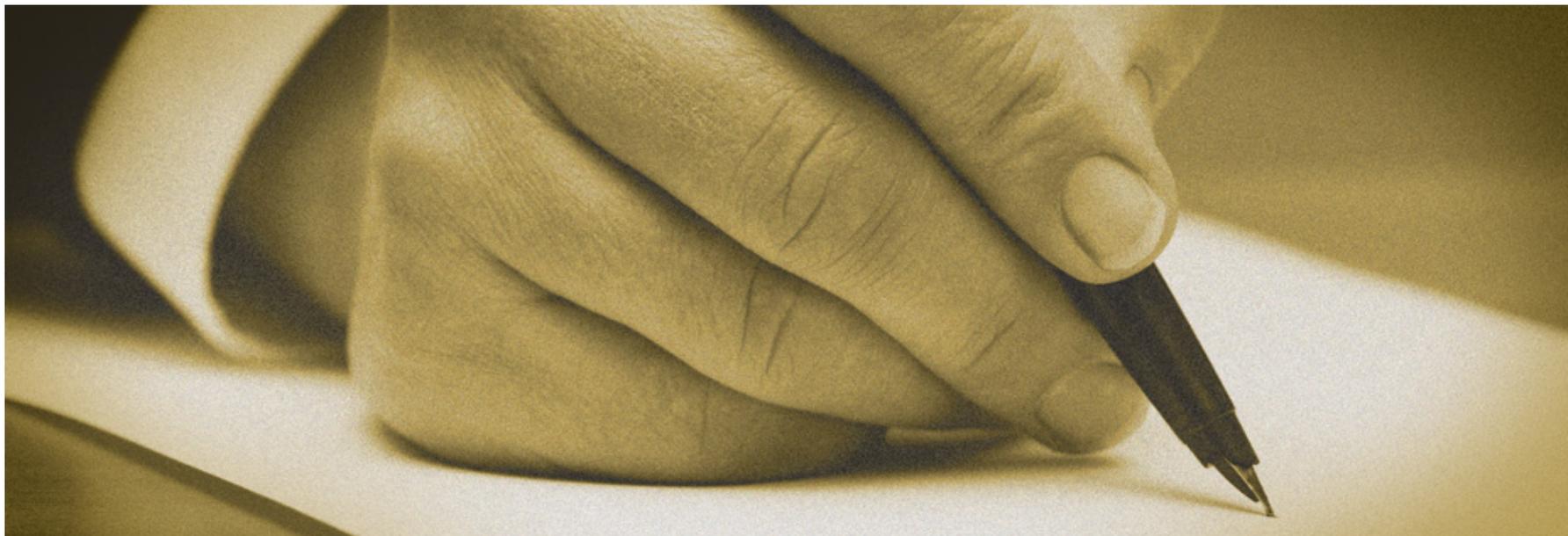


Коммуникационное агентство для бизнеса и некоммерческих организаций



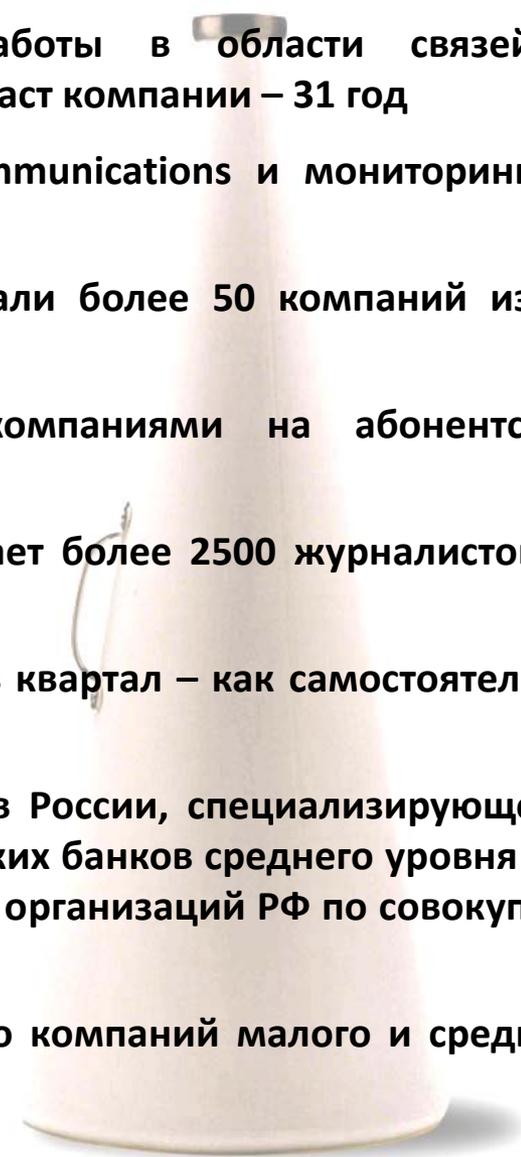


- **сентябрь 2005:** образовано агентство организации мероприятий **Artisan Group**
- **апрель 2006:** образовано коммуникационное агентство **Artisan Group Public Relations**
- **сентябрь 2006:** выделена отдельная практика **Corporate & Finance** (корпоративные и финансовые коммуникации для компаний финансового сектора)
- **февраль 2007:** выделена отдельная практика **Social Projects** (социальные и маркетинговые коммуникации)
- **апрель 2006 - ноябрь 2008:** агентством Artisan Group Public Relations реализовано **40** различных проектов для компаний **финансового сектора, IT, фармкомпаний, медицинских учреждений, некоммерческих организаций и девелоперов**
- **сентябрь 2010:** Artisan Group входит в Ассоциацию компаний-консультантов в области связей с общественностью (**АКОС**)
- **сентябрь 2013:** Александр Филимонов, партнер Artisan Group, входит в редакционный совет журнала **«Банковское дело»** и экспертный совет агентства **«Слияния и поглощения»**





- Команда профессионалов со стажем работы в области связей с общественностью от 2 до 16 лет. Средний возраст компании – 31 год
- Собственные внутренние службы digital communications и мониторинга и медиаисследований
- Клиентами Artisan Group Public Relations стали более 50 компаний из 12 индустрий и 10 некоммерческих организаций
- Средняя продолжительность работы с компаниями на абонентском обслуживании – 4 года
- Актуальная собственная база СМИ насчитывает более 2500 журналистов из более чем 700 российских изданий
- В среднем 2 социологических исследования в квартал – как самостоятельно, так и совместно с партнерами
- Единственное коммуникационное агентство в России, специализирующееся на комплексном PR-продвижении коммерческих банков среднего уровня (70-400 строчки регулярных рэнкингов кредитных организаций РФ по совокупной стоимости активов)
- Уникальная экспертиза по PR-сопровождению компаний малого и среднего бизнеса из разных секторов экономики



Преимущества кросс-отраслевого подхода агентства

Кросс-отраслевой подход – это метод работы, при котором в рабочую группу, осуществляющую коммуникационную поддержку клиента или реализацию проекта, входят менеджеры разных практик





Консалтинг

Стратегический консалтинг

Организация пресс-службы

Организация корпоративной структуры управления информацией

Дополнительные маркетинговые механизмы

Аудит PR-активности

Креативные PR-решения для маркетинга и корпоративного продвижения

Копирайтинг

Пресс-релизы и другие PR-документы

Тексты для сайтов

Авторские статьи

Корпоративные издания «под ключ»

Годовые отчеты

Интервью со спикерами «под ключ»

Media Relations

Подготовка пула наиболее оптимальных СМИ

Коммуникационная поддержка PR-проектов

Коммуникационный аудит/анализ

Мониторинг и исследования

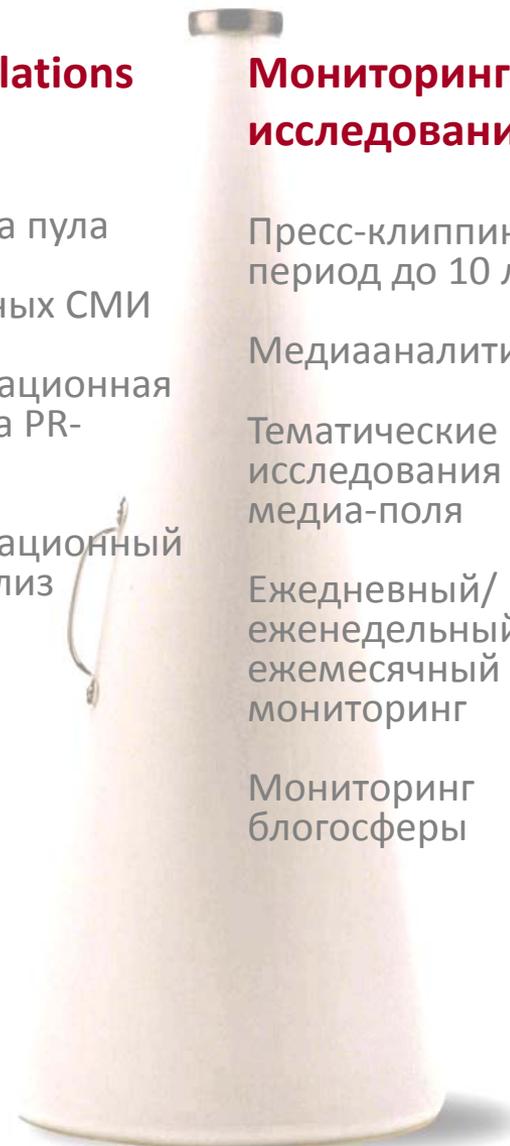
Пресс-клиппинг за период до 10 лет

Медиааналитика

Тематические исследования медиа-поля

Ежедневный/еженедельный/ежемесячный мониторинг

Мониторинг блогосферы





Общие услуги агентства

Работа в социальных сетях и блогах

Стратегический консалтинг

Адаптация и реализация контента

Подготовка уникального контента (включая дизайн, копирайтинг, подготовку аудио- и видео материалов)

Продвижение страниц в социальных сетях и собственных блогов (рост аудитории, оптимизация рекламных инструментов)

Работа с блоггерами

Организация мероприятий для СМИ

Сопровождение информационных поводов

Подготовка спикеров

Выбор площадки, консалтинг

Работа с прессой

Составление концепций мероприятий

Подготовка материалов для прессы

Разработка дополнительных маркетинговых инструментов

Сбор информации и предоставление готовых решений/их реализация

Вспомогательные средства маркетингового продвижения

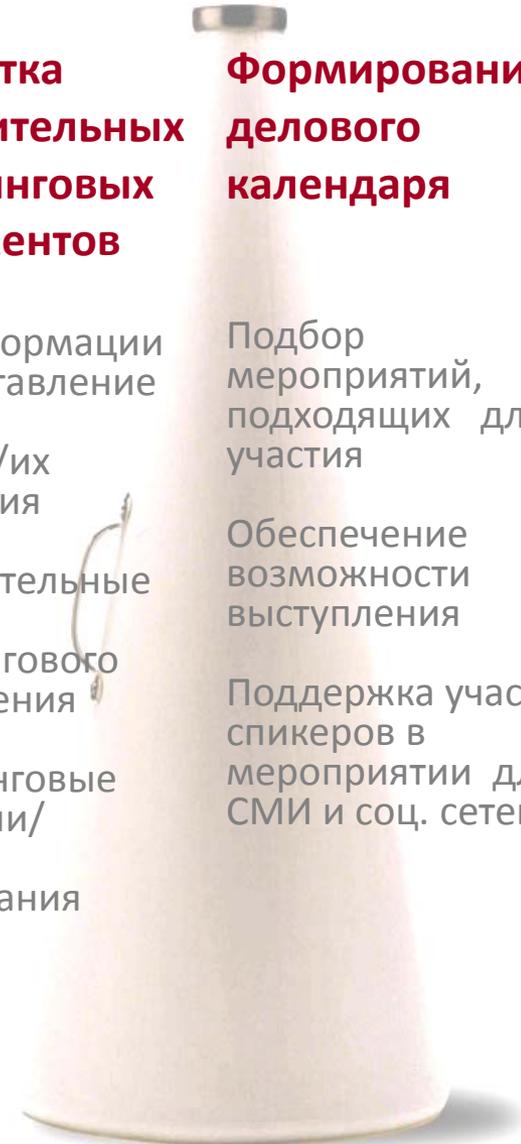
Маркетинговые бюллетени/целевые исследования

Формирование делового календаря

Подбор мероприятий, подходящих для участия

Обеспечение возможности выступления

Поддержка участия спикеров в мероприятии для СМИ и соц. сетей





Специальные услуги агентства: коммуникационные решения

Продвижение экспертов/ команды

Консалтинг
Media relations
Комментарии в
деловой прессе/
увеличение
цитируемости
Интервью в
деловой и
специальной
прессе
Собственные
статьи/колонки/
блоги/ микроблоги
в СМИ
Медиа тренинги
Поддержка в
социальных сетях

Антикризисный PR

Консалтинг по
управлению
информацией и
медиа-активности
Организация
антикризисных
мероприятий
Антикризисный
офис 24/7
Специальные
медиа тренинги
Полный спектр
стандартных PR-
инструментов

PR –поддержка мероприятий

Организация
информационного
спонсорства
ведущими СМИ
Создание
новостных
поводов и
написание пресс-
релизов/ рассылка
и follow-up
Работа со СМИ
(до, во время и
после
мероприятия)
Расширенные
пост-релизы
Срочный
медиаанализ по
теме мероприятия

PR-поддержка продуктов/услуг/ решений компании

Аудит PR-деятельности,
консалтинг
Пресс-релизы
Мероприятия для
прессы
Product Placement
Тест-драйвы/
специальные
мероприятия
Создание целевых
информационных
поводов
Интервью
Авторские статьи



Специальные услуги агентства: коммуникационные решения

Сопровождение сделок M&A

Консалтинг по управлению информацией

Комментарийная активность

Подготовка материалов для прессы

Взаимодействие с отделом по связям с инвесторами

Антикризисное реагирование

Связи с экспертным сообществом

Внутренние коммуникации

Адаптация инструментов коммуникации к целям и задачам HR-отделов

Консалтинг по увеличению эффективности интрасети компании

Разработка концепции/формата корпоративных СМИ

Тренинг публичных выступлений

Продвижение инновационных продуктов/новых продуктов для рынка

Создание коммуникационных стратегий / консалтинг

Связи с экспертным сообществом

Адаптация информационных поводов к текущим коммуникационным потребностям

PR-поддержка бренда компании

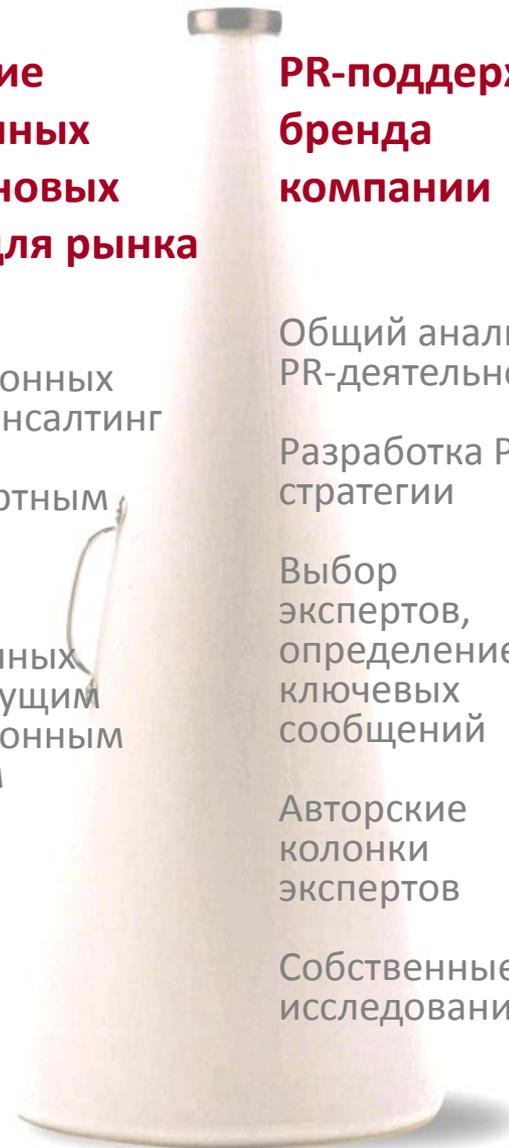
Общий анализ PR-деятельности

Разработка PR-стратегии

Выбор экспертов, определение ключевых сообщений

Авторские колонки экспертов

Собственные исследования



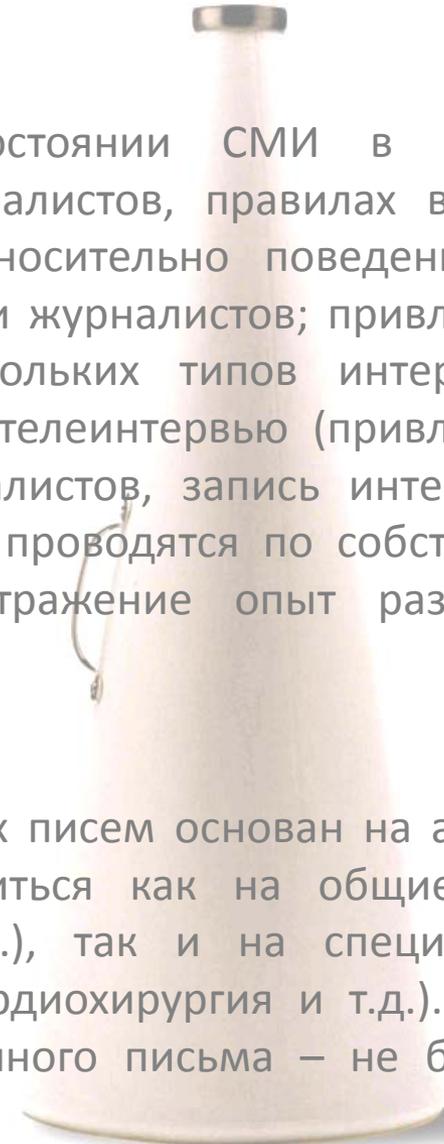


■ Медиа-тренинг

полная информация о современном состоянии СМИ в России; предоставление информации о типах журналистов, правилах ведения интервью; расширенные рекомендации относительно поведения при интервью с разными СМИ и разными типами журналистов; привлечение реальных журналистов и репетиции нескольких типов интервью с последующим разбором ошибок; обучение телеинтервью (привлечение профессиональных операторов и тележурналистов, запись интервью с последующим разбором ошибок). Тренинги проводятся по собственной методике агентства, в которой нашел отражение опыт различных профильных компаний

■ Информационные письма

выбор темы для написания информационных писем основан на анализе свежих новостей, который может проводиться как на общие темы (макроэкономика, банковская сфера и т.д.), так и на специальные (поддержка малого и среднего бизнеса, кардиохирургия и т.д.). Время написания и распространения информационного письма – не более 4 часов



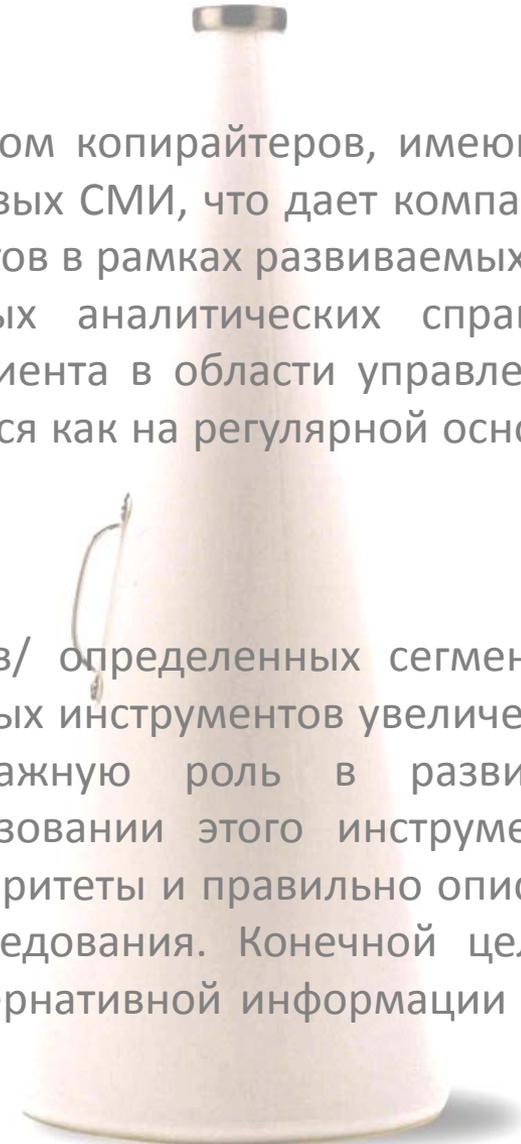


- **Аналитические материалы**

Artisan Group Public Relations обладает штатом копирайтеров, имеющих опыт работы в крупнейших российских деловых СМИ, что дает компании возможность подготовки аналитических текстов в рамках развиваемых ею практик, а также подготовки специальных аналитических справок, составляющихся исходя из потребностей клиента в области управления репутацией. Статьи и справки предоставляются как на регулярной основе, так и по специальному запросу

- **Краткосрочные нишевые исследования**

Исследования целевой аудитории/партнеров/ определенных сегментов бизнеса являются одним из самых эффективных инструментов увеличения публичности компании и выполняют важную роль в развитии корпоративных коммуникаций. При использовании этого инструмента критически важно правильно расставить приоритеты и правильно описать проведенные краткосрочные нишевые исследования. Конечной целью исследований является предоставление альтернативной информации для СМИ





Artisan Group Public Relations работает с клиентами как на проектной основе, так в рамках абонентского обслуживания

ВАЖНО:

- При составлении контракта на оказание PR-услуг всегда четко прописывается минимальный объем проводимых работ. Определенные превышения объемов, заложенных в контракте, основанием для изменения условий договора не являются.
- Для каждого из клиентов выделяется ведущий менеджер и формируется рабочая группа. При долгосрочных проектах изменения состава и функционала группы в обязательном порядке согласовываются с заказчиком.
- Все тексты внутренней или внешней коммуникации, предоставляемые клиентам, проходят не менее трех редакций.
- Пул СМИ, с которыми ведется работа по продвижению клиента, постоянно увеличивается, изменения в пуле СМИ обязательно проходят процедуру утверждения с заказчиком.
- Менеджеры компании работают в тесном сотрудничестве с медиааналитиками, входящими в рабочие группы и занимающимися постоянным наблюдением за медиаполем финансового сектора, медицины, IT и пр. При необходимости кардинального изменения внешнего позиционирования компании возможна быстрая смена коммуникационных приоритетов.



6 новых клиентов, в том числе



Один из крупнейших региональных банков России

Абонентское обслуживание

- Экспертное позиционирование руководства банка
- Копирайтинг
- Консалтинг



Ведущий российский поставщик товаров для дома в розничные торговые сети

Абонентское обслуживание

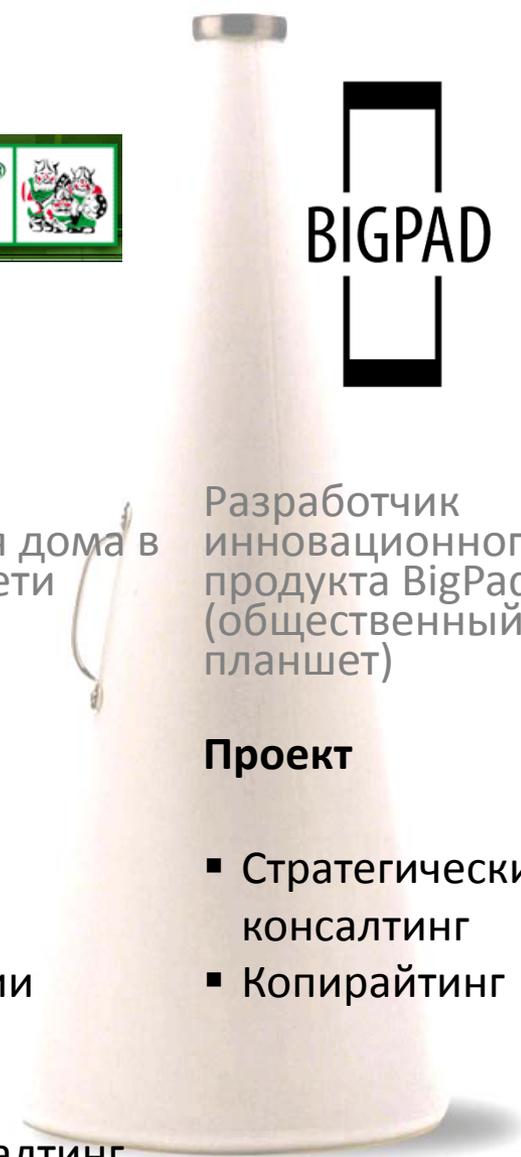
- Экспертное позиционирование руководства компании
- Маркетинговые коммуникации
- Стратегический консалтинг



Разработчик инновационного продукта BigPad (общественный планшет)

Проект

- Стратегический консалтинг
- Копирайтинг



- Более 200 пресс-релизов
- Более 200 статей для клиентов, опубликованных в СМИ
- Более 150 сюжетов на радио и телевидении
- Коммуникационная поддержка 14 мероприятий (без учета мероприятий для прессы)
- Благодаря деятельности агентства в СМИ появилось более 10 000 материалов о наших клиентах или с их комментариями

Интерактив/Мнение Нужно ли стране 1000 банков?

Вопрос продвигается укрупнения российской банковской системы не теряет своей актуальности (да, вернем, и сложность). Новый импульс ему придало решение ЦБ по очередному увеличению требований к капиталу в соответствии с условиями «Базеля III», уже выданные много раз. В своем отношении к консолидации и покупке активно поддерживают и государство, и рынок. В последние месяцы целый ряд достаточно успешных банков в регионах был поглощен более крупными. Первая мысль, которая приходит в голову в соответствии с теорией Алана Санта это должно привести к сокращению конкуренции между банками и соответственно к ухудшению условий и для заемщиков, и для вкладчиков.

В реальности же все совсем не так. Именно для банковской сферы в условиях определенной стоимости привлеченного капитала (который от количества банков в стране зависит весьма условно предельный диапазон маржи установлен регулятором, рынок определяет лишь необходимый ее доль. Маржинальность банковского бизнеса, вопреки распространяемому заблуждению, совсем невысока. Более того, в течение шестидесяти лет моей работы в отрасли она только снижалась: поддержка и содержание персонала, подготовка отчетности, а также требования к капиталу уменьшают чистую прибыль, а ставки по кредитам и комиссиям по операциям падают. В Европе, где у банков есть доступ к более дешевым и «длинно-финансовым» ресурсам, ставка по кредитам в среднем существенно ниже 10%. При этом маржа российских и европейских банков вполне сопоставима: рентабельность активов банка составляет порядка 2% (и в Москве, и в регионах, и в Европе, и в США).

Естественно, что больше шансов на успех в этих экономических условиях имеют универсальные банки, но не стоит забывать, что эта универсальность сама по себе еще не является гарантией равновесия. Если банк предлагает продукты на рынке, ника-



Алексей Девятко
главный экономист
управления аналитических
исследований ОАО «Аналитико-
Телевизионный банк»



Создание эффективного «конвейера» технологичных услуг требует серьезных инвестиций, которые окупятся не скоро

ко на «длинных» рекламных и маркетинговых кампаниях, а или поздно это случится. В Москве многочисленно государство может и так же процесс по локально быстрым своим системам, не убьет конкурентов, а выведет новые и проинновационные. В столицах, порядка 90%, субсидии, однако в 60% регионов и до зарплаты. При этом разный рост объемов в телекоммуникационной эффективного услуг требуют сразу окупаться по крупной базе.

Впрочем, и в секторе есть некая инерция (да и для рынка в целом), практика, может восприниматься весьма болезненно. В регионах, где доля малого бизнеса и тем же, покупка банков нередко акцентировались потерей существенной доли клиентского портфеля. Вопросы внутренней политики и собственной гибкости банка рынком напрямую не регулируются, ставы, малый бизнес, скорее всего, станет дальнейшим расширением кредитной организации, поглотившей более мелкую.



Алексей Девятко
Главный экономист управления аналитических исследований "Уралсиб капитал"

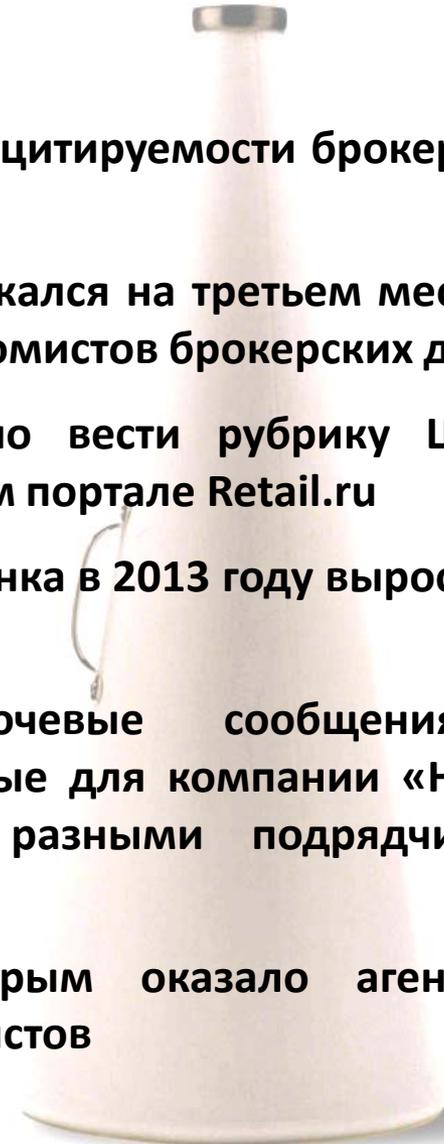
Лавров и Керри проведут 12 сентября встречу в Женеве

21:44	ММВБ	1454,12	0,04%
-------	------	---------	-------





- УРАЛСИБ Кэпитал стал вторым по уровню цитируемости брокерским домом после ВТБ Капитал
- Алексей Девятов, УРАЛСИБ Кэпитал, удержался на третьем месте по уровню цитируемости среди главных экономистов брокерских домов
- Руководство Ремилинг было приглашено вести рубрику Школа Поставщика на главном профессиональном портале Retail.ru
- Цитируемость Азиатско-Тихоокеанского Банка в 2013 году выросла на 70% по отношению к 2012
- Регламент для пресс-службы, ключевые сообщения и коммуникационная стратегия, прописанные для компании «Новые технологии» (BigPad), используются разными подрядчиками компании до сих пор
- На мероприятиях, PR-поддержку которым оказало агентство, побывало в общей сложности 237 журналистов





Некоторые клиенты: финансовый сектор

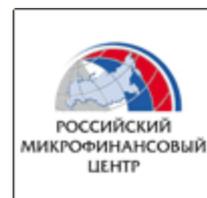
**Антикризисные
коммуникации**



**Корпоративные/
маркетинговые
коммуникации**



**Финансовые
коммуникации**



**Экспертное
позиционирование**

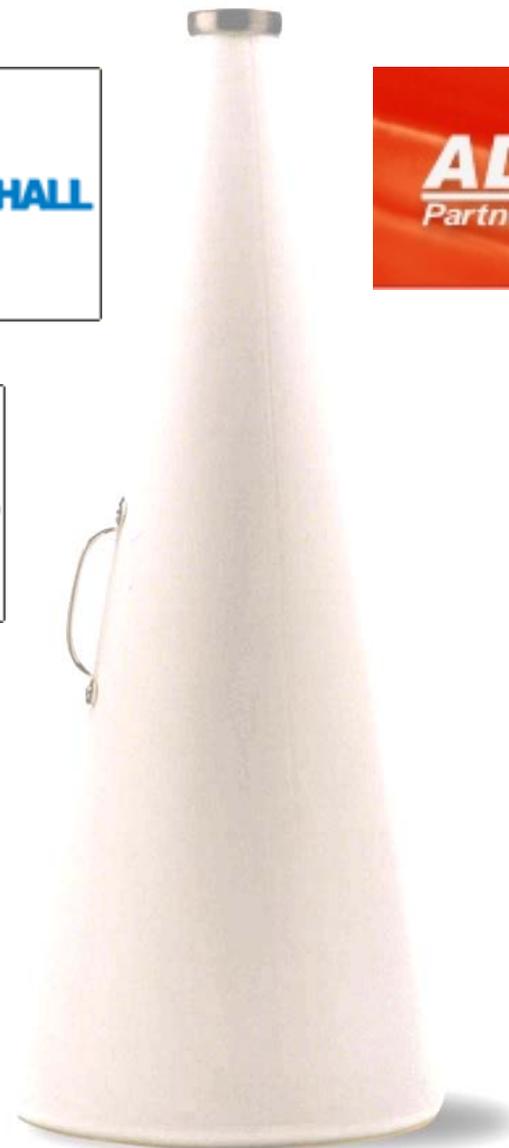


Экспертное позиционирование очень часто входит в общий пакет PR-поддержки. Клиенты разделены по степени проникновения того или иного направления в общем пакете предоставляемых услуг





Некоторые клиенты: коммерческие компании





Некоторые клиенты: некоммерческие организации

