
KKK BURO

KK BURO

Агентство культурных коммуникаций

Продвижение культурного продукта.

Мы работаем с российскими и международными проектами в сфере культуры и креативных индустрий.

ОСНОВАТЕЛЬ



АНАСТАСИЯ ВОЛКОВА

Эксперт по культурным коммуникациям

Выпускница факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, факультета истории искусств РГГУ. Обладательница дипломов International School of Communication, PwC Academy, Execut business training. Публиковалась в Артгид, Colta, Harper's Bazaar Art, Art and You, Rusbase. Разработала и провела курс по культурным коммуникациям в Высшей школе “Среда Обучения”. Выступала с лекцией [“Продвижение культурного продукта”](#) в Британке. В 2020 году вошла в экспертный совет премии “Серебряный лучник”.

Имеет большой опыт работы в индустрии. Проводила PR-кампании для Агентства. Art Ru, Frolov Gallery, Театра Стаса Намина, Еврейского музея, Veresov Gallery, Центра МАРС. В команде Британского Совета реализовала PR-кампании Года языка и литературы Великобритании и России 2016 и Года науки и образования 2017. В 2018 году основала КК BURO.

УСЛУГИ

Комплексное продвижение культурного продукта: работа со СМИ и Telegram, SMM и digital-поддержка.

TELEGRAM

Подбор каналов для эффективного продвижения бренда

...

Разработка креативов (тексты, визуалы)

...

Посевы и нативные интеграции у блогеров

...

Отчетность с аналитикой

SMM И DIGITAL

Ведение социальных сетей для бренда под ключ

...

Настройка таргетированной рекламы Яндекс Директ, ВКонтакте

...

Работа с тематическими пабликами, посевы в группах

...

E-mail рассылки

РАБОТА СО СМИ

Разработка стратегии

...

Привлечение медиа-партнёров

...

Пресс-офис 24/7

...

Мероприятия для журналистов: пресс-запуски, пресс-конференции, пресс-туры

...

Спецпроекты

...

Мониторинг и аналитика

УСЛУГИ

Продвижение культурного продукта: работа с блогерами и лидерами мнений, производство контента.

Внешняя экспертиза и консультирование.

КОНСАЛТИНГ

Анализ конкурентов

...

Оценка информационного присутствия

...

Разработка коммуникационной стратегии:
подбор каналов и инструментов

...

План PR-активностей

...

SMM-стратегия

КОНТЕНТ

Копирайтинг и перевод
текстов носителем языка
(RU/EN)

...

Дизайн рекламных
материалов

...

Фото, видео и мультимедиа
контент для бренда

РАБОТА С БЛОГЕРАМИ, ЛИДЕРАМИ МНЕНИЙ

Подбор блогеров и инфлюэнсеров

...

Разработка кампаний

...

Подбор каналов размещения и
форматов интеграции

...

Контрактование

КЛИЕНТЫ



Cultural and Education Section
British Embassy Moscow



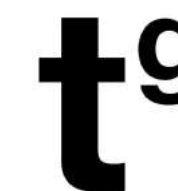
британская
высшая школа
дизайна



Музей
Новый
Иерусалим



Благотворительный Фонд
М.И. Дунаевского



ПРИЗНАНИЕ



SMALL AGENCIES HUB

Мы являемся членом сообщества маленьких независимых агентств России и СНГ.

SMALL PRIZE

Премия SMALL 2020 в номинации PR-проект Года: B2C за PR-поддержку Года музыки Великобритании и России.

ПРОЕКТЫ ПРЕСС-ОФИС “Т ФЕСТИВАЛЯ”

СЕНТЯБРЬ – ДЕКАБРЬ 2018

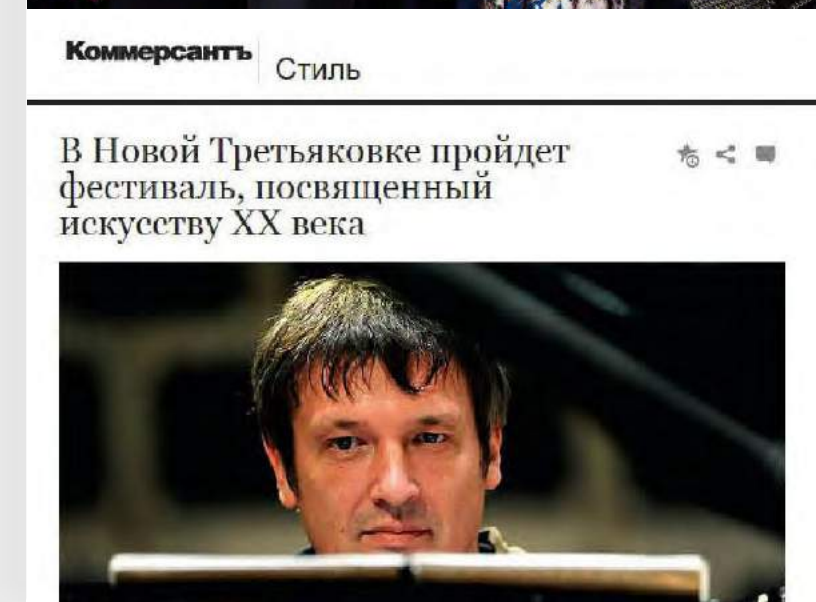
“Т Фестиваль” - это международный мультидисциплинарный фестиваль, объединивший классическую музыку, визуальное искусство, поэзию и перформанс. Местом проведения фестиваля стали залы искусства XX века в Новой Третьяковке. Проект был реализован при поддержке галереи “Триумф”, одной из ведущих галерей современного искусства в Москве, и благотворительного фонда “Мангазея”. Музыкальную программу фестиваля представили звезды мирового уровня: Кристоф Барати, Юрий Башмет и “Солисты Москвы”, Квартет Бородина, Борис Березовский, Александр Князев.

КЛИЕНТ: Галерея “Триумф”.

ЦЕЛЬ: Привлечения внимания публики и формирования позитивного имиджа бренда.

ИНСТРУМЕНТЫ: Привлечение медиа-партнеров; копирайтинг и распространение пресс-релизов; инициирование анонсирующих публикаций разного формата; предоставление комментариев спикеров; координация интервью.

РЕЗУЛЬТАТЫ: 50+ публикаций в ведущих бизнес, гляцевых и новостных российских СМИ, включая Forbes Life, Forbes.ru, Kommersant.ru, Коммерсантъ Стиль, Ведомости, Бизнес FM радио, Культура радио, Hello, Vogue, Tatler, Русский Пионер, Сапсан и др.



ПРОЕКТЫ ПРЕСС-ОФИС ВЫСТАВКИ “СТИЛЬ ФАБЕРЖЕ”

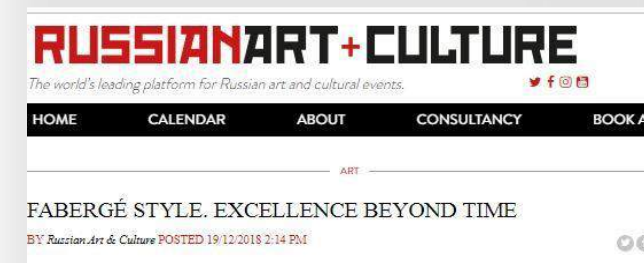
НОЯБРЬ 2018 – ЯНВАРЬ 2019

ЦЕЛИ: Продвижение выставки и музея “Новый Иерусалим” в международных СМИ, включая немецкие, французские, итальянские и англоязычные издания. На экспозиции «Стиль Фаберже. Превосходство вне времени» было представлено более 400 произведений искусства из Музея Фаберже в Баден-Бадене (Германия), а также из Государственного Эрмитажа в Санкт-Петербурге (Россия) и из частных коллекций.

КЛИЕНТ: Музей “Новый Иерусалим”.

ИНСТРУМЕНТЫ: С нуля было собрано более 100 контактов целевых медиа-ресурсов. Для освещения мероприятия в международных СМИ был подготовлен медиа-кит на трёх языках (французском, итальянском, английском), который получили ряд зарубежных изданий. Благодаря организации небольших интервью и подборке высказываний ключевых спикеров удалось привлечь большее количество изданий.

РЕЗУЛЬТАТЫ: Проект получил огласку в ряде изданий и блогов, включая Russian Art + Culture (Англия), Royal Russia (Англия), Russia Beyond (Франция), Russie Info (Франция), Preziosa Magazine (Италия), Gioiellis (Германия). Итальянская команда Euronews сделала анонс выставки. Более 20 упоминаний в СМИ, специализирующихся на lifestyle тематике и российской культуре. В результате эффективной коммуникации с зарубежными изданиями возник интерес и запросы от ведущих газет и журналов, включая L’Echo (Бельгия) and Marie Claire (Италия), на организацию пресс-тура в музей «Новый Иерусалим».



ПРОЕКТЫ

PR-ПОДДЕРЖКА ВЫСТАВКИ ОБРАЗОВАНИЯ STUDY UK

НОЯБРЬ 2018 – ФЕВРАЛЬ 2019

ЦЕЛЬ: Продвижение выставки британского образования в Москве с акцентом на то, что британское образование является самым лучшим в мире.

КЛИЕНТ: Education Consultancy Management.

ИНСТРУМЕНТЫ: Проект поддержало большое количество медиа-партнёров, включая Lenta.ru, Afisha Daily, T&P, Mel, Mixmag and KudaGo, использовались баннеры, публикации в СМИ и социальных сетях. В качестве материалов для статей были собраны комментарии знаменитостей и лидеров мнений. Команда подготовила 3 пресс-релиза, которые были распространены среди релевантной аудитории для повышения интереса к теме. Для журналистов разработали и предоставили список тем для публикаций. Несколько статей были написаны с нуля. Специально для проекта было организовано интервью со звездой – музыкантом Lokiboi для Afisha Daily.

РЕЗУЛЬТАТЫ: Более 30 публикаций в СМИ, включая 10 статей и 5 интервью. Среди селебрити и лидеров мнения были музыкант Lokiboi, фэшн-дизайнер Леонид Алексеев, нутрициолог Маша Будрите, директор по маркетингу Airbnb Jonathan Mildenhall, Максим Буев – декан Факультета Экономики Европейского Университета в Санкт-Петербурге.

Согласно данным, предоставленным компанией PR News, которая занимается исследованием коммуникаций, PR Value всей кампании составило 11 млн. руб. с охватом (Media Outreach) в 17 млн.



THEORY & PRACTICE События Курсы Гранты Статьи Видео [+](#) Создать анонс [Моя лента](#)

Циклы событий

- 9 января – 30 января 2019
Цикл лекций «Философия XX века»
- 25 января – 6 марта 2019
Ридинг-группа по текстам Донны Харауэй
- 7 февраля – 10 февраля 2019
«Берег утопии: требуйте невозможного». Интеллектуальный марафон
- 2 февраля – 5 февраля 2019
20-я Выставка британского образования Study UK: Discover You

KudaGo Лучшие события предстоящей недели в Санкт-Петербурге

Здравствуй, Антон Агарков!

Весь январь в сети активно обсуждали возможное столкновение Земли с астероидом 2002 NT7, которое должно было произойти 1 февраля. Как вы успели заметить, конец света в очередной отложился, так что можно спокойно строить планы на будущее. KudaGo прогнозирует несколько отличных концертов, выставок и спектаклей, не пропустите!

20-я выставка британского образования Study UK: Discover you
Мечтаете получить высшее образование в Великобритании или подыскиваете зарубежную школу для...
5 февраля 15:00–19:30
Коринтия Невский Палас
бесплатно

Опера «Кармен» в постановке театра Opera National de Paris на экране «Ленинград Центра»
Спектакль испанского режиссёра Каликто Биейто, вошедший в репертуар Парижской оперы в 2017...
5 февраля 20:00–23:30
шоу-пространство «Ленинград Центр»
от 900 до 1200 р

ПРОЕКТЫ

ПРЕСС-ТУР ДЛЯ ТЕЛЕКАНАЛА “РОССИЯ-КУЛЬТУРА” В ЛОНДОН, ОКСФОРД И НОТТИНГЕМ

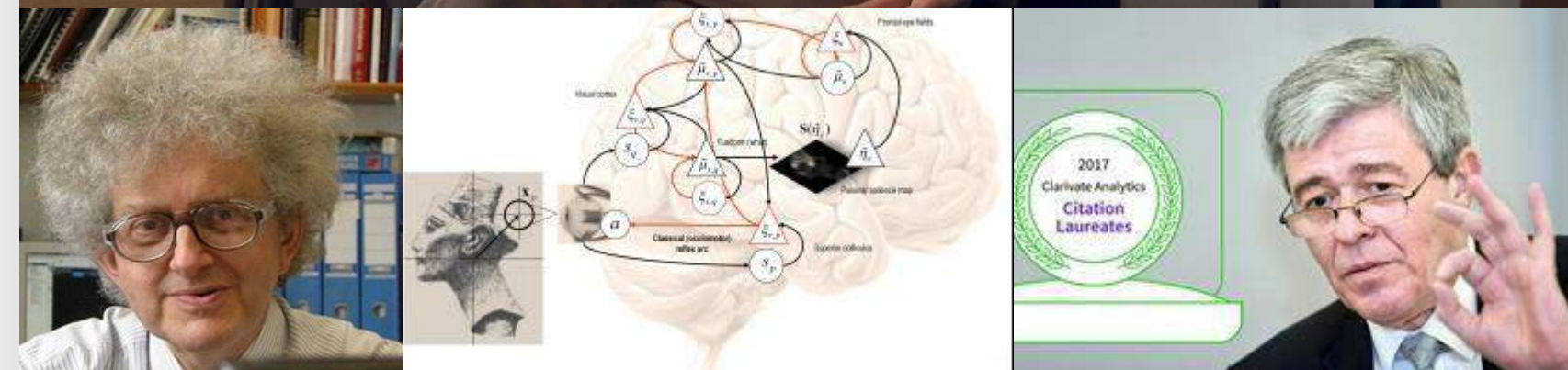
НОЯБРЬ 2018 – ЯНВАРЬ 2019

ЦЕЛЬ: Продвижение науки и образования Великобритании для российской аудитории.

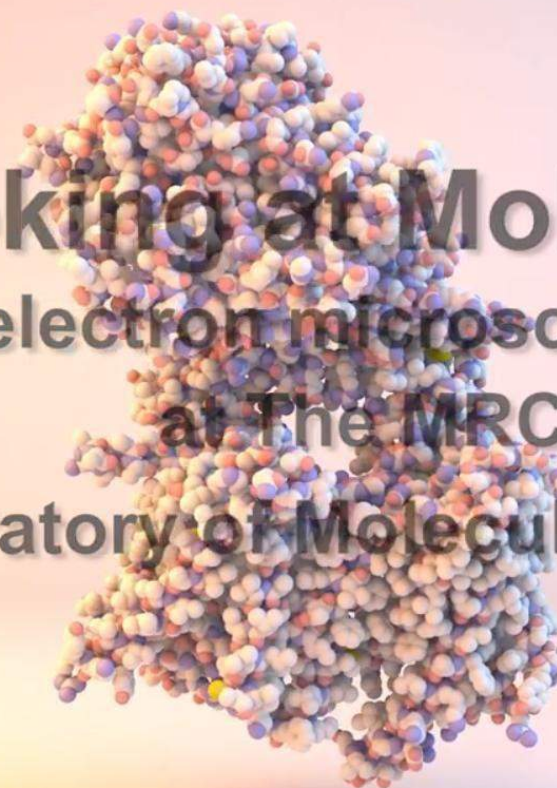
КЛИЕНТ: Отдел культуры и образования Посольства Великобритании в Москве.

ИНСТРУМЕНТЫ: Для съёмочной группы телеканала «Россия – Культура» был организован пресс-тур. Мы разработали план поездки, договорились об интервью с учёными (Нобелевским лауреатом и молекулярным биологом Ричардом Хендерсоном, химиком Марином Полякофф, нейробиологом Карлом Фристоном), согласовали и скоординировали съёмки в Лондоне, Ноттингеме и Оксфорде. Также мы организовали короткие интервью с российскими студентами британских университетов, таких как Университетский колледж Лондона, Ноттингемский университет, университет Оксфорд Брукс. Команда КК ВURO полностью организовала поездку и занималась решением всех сопутствующих вопросов, включая визовую поддержку, бронирование перелетов и проживания, организацию трансферов в Великобритании.

РЕЗУЛЬТАТЫ: Эпизод вышел в эфир в марте 2019 года на телеканале «Россия – Культура» в программе “Чёрные дыры, белые пятна” и доступен для просмотра [онлайн](#).



Looking at Molecules
The cryo-electron microscopy revolution
at The MRC
Laboratory of Molecular Biology



ПРОЕКТЫ

PR-ПОДДЕРЖКА ВЫСТАВКИ “ОСОЗНАННАЯ ОБОЛОЧКА” НА ВДНХ

МАЙ 2019 – ИЮЛЬ 2019

ЦЕЛЬ: Продвижение выставки в российских СМИ, повышение интереса к образовательной программе в социальных сетях.

КЛИЕНТ: “ВЗЛЁТ” на ВДНХ.

ИНСТРУМЕНТЫ: Мы подготовили пресс-релизы по выставке и образовательной программе, которые разослали более 150 представителям СМИ. 12 журналистов и фэшн-экспертов посетили закрытый показ выставки. Телеканал «Москва 24» выпустил эпизод с обзором мероприятия. Выставка и образовательная программа получили анонсы в социальных сетях (трижды в неделю посты в Instagram и Facebook, создание мероприятий в Facebook, прямые эфиры и т.д.)

РЕЗУЛЬТАТЫ: Проект получил свыше 55 упоминаний в СМИ, среди которых 2 ТВ и 4 радиoprogramмы, 10 статей и 4 интервью. Новости и статьи опубликовали ведущие фэшн и lifestyle-издания, включая SNC.ru, Коммерсант Стиль, Elle.ru, Cosmo.ru, Saltmag, Modmod.ru и т.д. Медиа-партнёрами выставки и образовательной программы выступили Artuzel.ru, Saltmag.ru, The City, Говорит Москва (94,8 FM), TimeOut.ru.



Чаты Журнал «Искусство»
1030 подписчиков



С 21 июня по 28 июля в павильоне «Космос» на ВДНХ пройдёт выставка "Sustainable Shell" («Осознанная оболочка»), посвящённая ответственному потреблению в моде. 🌿
Анна Халиулина, победительница проекта ВЗЛЁТ на ВДНХ, представит коллекцию мужской и женской одежды, которая отвечает на один из наиболее острых вопросов времени: «Что делать с перепроизводством одежды?». 🌿
Приезжайте и вдохновляйтесь осознанной модой!



ПРОЕКТЫ

ПРЕСС-ОФИС ГОДА МУЗЫКИ ВЕЛИКОБРИТАНИИ И РОССИИ 2019

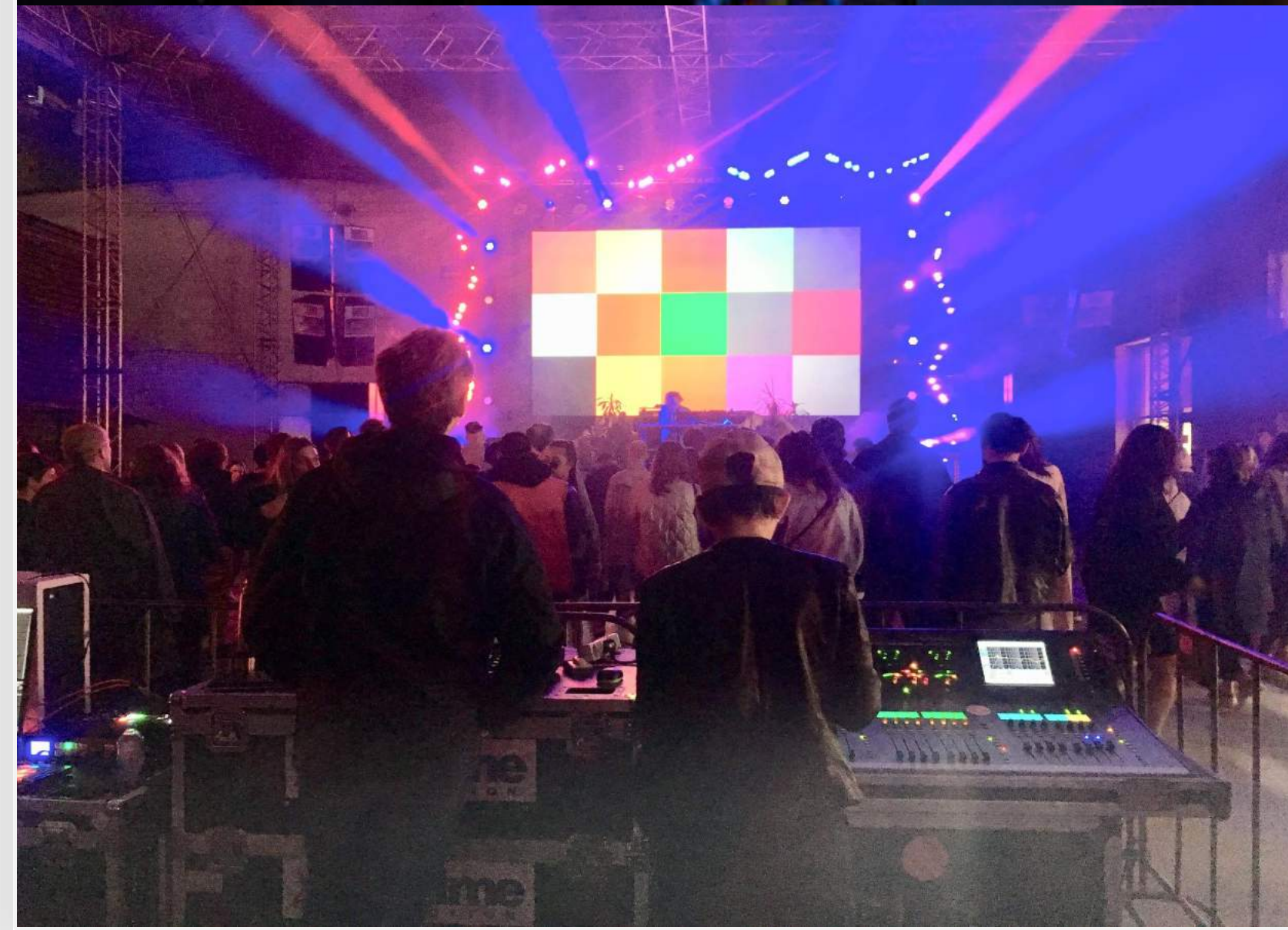
МАРТ 2019 – МАРТ 2020

ЦЕЛИ: Создание и поддержание интереса целевой аудитории к программе Года музыки Великобритании и России 2019. Продвижение основной идеи проекта с помощью PR-инструментов. Обеспечение высокого уровня узнаваемости бренда Года музыки Великобритании и России.

КЛИЕНТ: Отдел культуры и образования Посольства Великобритании в Москве.

ИНСТРУМЕНТЫ: 24/7 пресс-поддержка для 234 мероприятий по всей России. Разработка PR-стратегии и экшн-плана, привлечение и работа с медиа-партнерами, оперативная работа с запросами журналистов на интервью и комментарии, инициирование публикаций в СМИ, проведение ряда пресс-запусков и пресс-туров, работа с журналистами на мероприятиях, согласование брендинга Года на промо-материалах партнеров, итоговый пресс-клиппинг и отчет.

РЕЗУЛЬТАТЫ: Общее число упоминаний Года в СМИ - 2705*. Потенциальный охват - 828,4 млн *. 6 пресс-туров организовано для российских журналистов. 3 пресс-запуска. 14 медиа-партнеров привлечены для поддержки событий по всей России. 30+ раз мероприятия Года становились выбором редакции ведущих медиа страны.



ПРОЕКТЫ

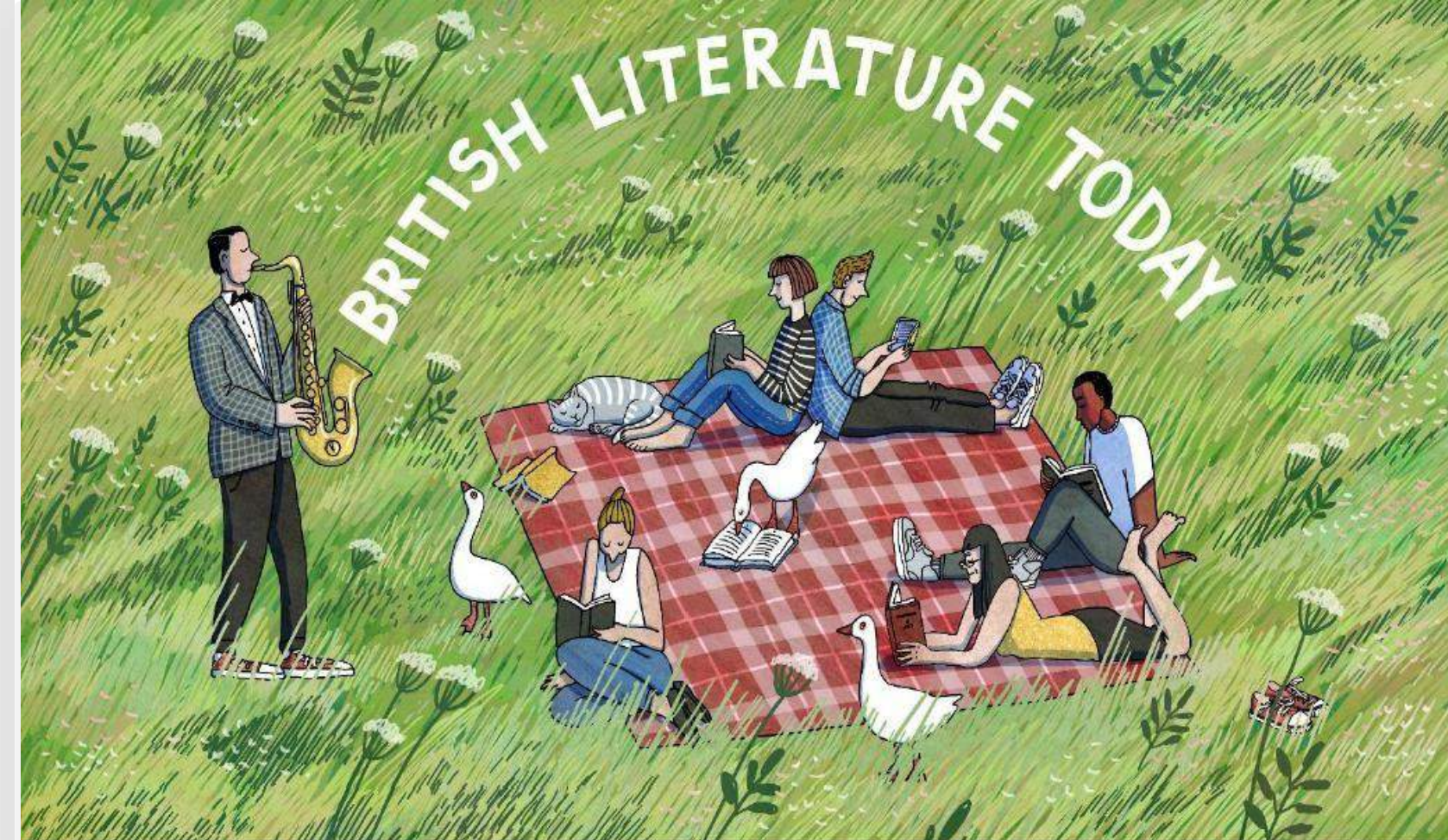
ПРЕСС-ТУР НА ЛИТЕРАТУРНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ В МУЗЕЙ “ЯСНАЯ ПОЛЯНА”

ИЮЛЬ 2019

КЛИЕНТ: Отдел культуры и образования Посольства Великобритании в Москве.

ИНСТРУМЕНТЫ: В рамках программы Года музыки Великобритании и России 2019 наша команда организовала и провела пресс-тур на семинар «Британская литература сегодня» в Ясной Поляне. Пресс-тур объединил литературных критиков и журналистов ведущих российских изданий. В нем приняли участие Егор Михайлов (Afisha Daily), Наталья Ломыкина (Forbes Style и Радио Sputnik РИА), а также Марк Марченко (Telegram-канал @vamchtetsam). Частью кампании стала подготовка эксклюзивного интервью для медиа-партнёра Lenta.ru и специального материала с русской службой BBC.

РЕЗУЛЬТАТЫ: Благодаря пресс-туру и PR-кампании мероприятие получило широкий и положительный отклик в СМИ. 6 интервью, 2 ТВ-анонса, 4 радиoproграммы, 35 новостей было выпущено целевыми медиа, такими как Lenta.ru, Радио Sputnik РИА, Afisha Daily, BBC Россия, телеканал «Культура», Colta.ru, Forbes Style.



афишаDaily
20 ЛЕТ

#пробудущее Новости Города Кино Еда M

Познакомьтесь с квир-поэтом Джей Бернад — рок-звездой лондонской поэзии



Фотография: Света Мишина

В рамках Года музыки Великобритании и России в Ясной Поляне прошел семинар «Британская литература сегодня», куда, среди прочих, приехала квир-поэт Джей Бернад, написавшая цикл стихов о лондонском пожаре 1981 года. Егор Михайлов рассказывает об истории, вдохновившей Бернад, и о том, почему ее стихи лучше не только читать, но и слушать.

ПРОЕКТЫ

ПРОДЮСИРОВАНИЕ И ПРОИЗВОДСТВО ФИЛЬМА “НОВАЯ КЛАССИКА”

МАРТ 2019 – СЕНТЯБРЬ 2019

ЦЕЛИ: Рассказать о новаторах в классической музыке на примере известных британских и российских представителей. Показать, что современная классика разнообразна и может быть интересна самой широкой публике.

КЛИЕНТ: Отдел культуры и образования Посольства Великобритании в Москве.

ИНСТРУМЕНТЫ: Мы разработали сценарий фильма, согласовали с заказчиком выбор спикеров (композитор Габриэль Прокофьев, руководитель Chineke! Orchestra Чи-чи Нваноку, скрипач Чарли Сием, музыкальный консультант Ник Винтер, руководитель театра “Геликон-Опера” Дмитрий Бертман), договорились с ними об интервью. Полностью организовали и провели съемочный процесс в Москве и Лондоне, осуществили производство фильма и договорились о его показе на российском федеральном канале.

РЕЗУЛЬТАТЫ: [Фильм](#) вышел на канале ОТР в декабре 2019 года.

НОВАЯ КЛАССИКА



ПРОЕКТЫ PR-ПОДДЕРЖКА ГАЛА-ВЕЧЕРА ФОНДА GIFT OF LIFE

ЯНВАРЬ 2020

ЦЕЛЬ: Обеспечить публикации о вечере с упоминанием фонда Gift of Life в медиа.

КЛИЕНТ: Благотворительный фонд Gift of Life - сестринский фонд "Подари Жизнь".

ИНСТРУМЕНТЫ: Мы обновили медиалист, собрали цитаты селебрити-спикеров, подготовили и разослали пресс-релиз и инициировали публикации в целевых медиа, среди которых lifestyle издания и русскоязычные медиа, базирующиеся в Великобритании.

РЕЗУЛЬТАТЫ: 20+ публикаций фотохроники, анонсов и репортажей в целевых СМИ, включая RIA Novosti UK, Kommersant UK, Zima Magazine, Afisha London, New Style Magazine, Russian Roulette, OK, Hello, Sobaka.ru.



ПРОЕКТЫ

КОНСАЛТИНГ ПО SMM ДЛЯ МУЗЕЯ «НОВЫЙ ИЕРУСАЛИМ»

ИЮНЬ 2020

ЦЕЛИ: Предложить решение по увеличению числа подписчиков музея в социальных сетях и повышению их вовлеченности.

КЛИЕНТ: Музей «Новый Иерусалим».

ИНСТРУМЕНТЫ: Предложение разрабатывалось для аккаунтов музея в Facebook и Instagram. Была проведена аналитика аккаунтов музея, а также аналитика его конкурентов - ведущих московских музеев. По итогам анализа были разработаны и описаны: оптимальная модель настройки таргетинга, рубрикатор контент-плана, потенциальные конкурсы и викторины среди подписчиков. Были предложены блогеры и лидеры мнения для сотрудничества и паблики для кросс-постинга и размещения информации о событиях музея.

РЕЗУЛЬТАТЫ: Стратегия продвижения музея в социальных сетях Facebook, Instagram с аналитикой, описанием инструментов, бюджетированием и прогнозом по росту числа подписчиков в формате PDF-документа.



SMM-СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ В FACEBOOK И INSTAGRAM

Музей «Новый Иерусалим»



Цели и задачи:

Цели – увеличение числа подписчиков социальных сетей Музея и повышение их вовлеченности в коммуникацию с Музеем. Рост числа посетителей, узнающих о музее из социальных сетей.

Задачи, необходимые для достижения цели:

- Формирование и поддержка уникального имиджа музея в социальных сетях, отличного от конкурентов (контент-позиционирование);
- Стимулирование обратной связи и генерация пользовательского контента (UGC);
- Рост органического охвата и количества участников групп;
- Увеличение трафика из социальных сетей на сайт.

Инструменты:

- Разработка контент-плана для Instagram и Facebook (контент предоставляет Музей)
- Ежедневный постинг контента, взаимодействие с подписчиками
- Настройка таргетинга по сегментам ЦА и продвижение органически популярного контента в Instagram, Facebook
- Разработка и проведение конкурсов/викторин в Instagram
- Прямые эфиры в Instagram и Facebook Музея
- Промо у релевантных блоггеров (микроинфлюэнсеров) и размещение в тематических пабликах на бартерной основе

ПРОЕКТЫ

РАБОТА С ЖУРНАЛИСТАМИ И БЛОГЕРАМИ ДЛЯ АРТ-ВЕДОМСТВА “ЛИКБЕЗ”

ОКТАБРЬ 2020 – ДЕКАБРЬ 2020

ЦЕЛИ: Укрепление позиционирования бренда как интерактивного, образовательно-развлекательного проекта в области классической музыки.

КЛИЕНТ: Арт-ведомство “Ликбез” - организатор интерактивных концертов классической музыки.

ИНСТРУМЕНТЫ: Работа со СМИ и работа с Instagram блоггерами. Для анонсирования концерта были подобраны целевые СМИ и телеграм-каналы. Главным спикером проекта стала Полина Осетинская, через интервью с которой строилась кампания. Также спикерами выступили соавторы проекта Инна Смирнова и Анна Паклина. На концерт были приглашены релевантные Instagram-блогеры, которые затем поделились впечатлениями в постах и сториз с тэгом @avlikbez.

РЕЗУЛЬТАТЫ: 20 анонсов, 5 интервью, 2 ТВ-сюжета, 1 прямая трансляция (Культура РФ). Медиа: ТАСС, Forbes Woman, Belcanto, Classical Music News, Colta, The City, ТВ “Россия-Культура”, радио “Орфей”, “Вера”, “Культура”; Сайт Мэра Москвы. 8 постов блогеров в Instagram, собравших совокупно 1,5K likes.

ЛИКБЕЗ Интерактивный концерт в Зарядье ПО КЛАССИКЕ

20 ноября

фортепиано
ПОЛИНА
ОСЕТИНСКАЯ
специальный гость

ЗАЛ ЗАРЯДЬЕ **ЛИКБЕЗ**
АРТ ВЕДОМСТВО



ПРОЕКТЫ

PR-ПОДДЕРЖКА ФОРУМА

UK-RUSSIA CREATIVE BRIDGE

2021

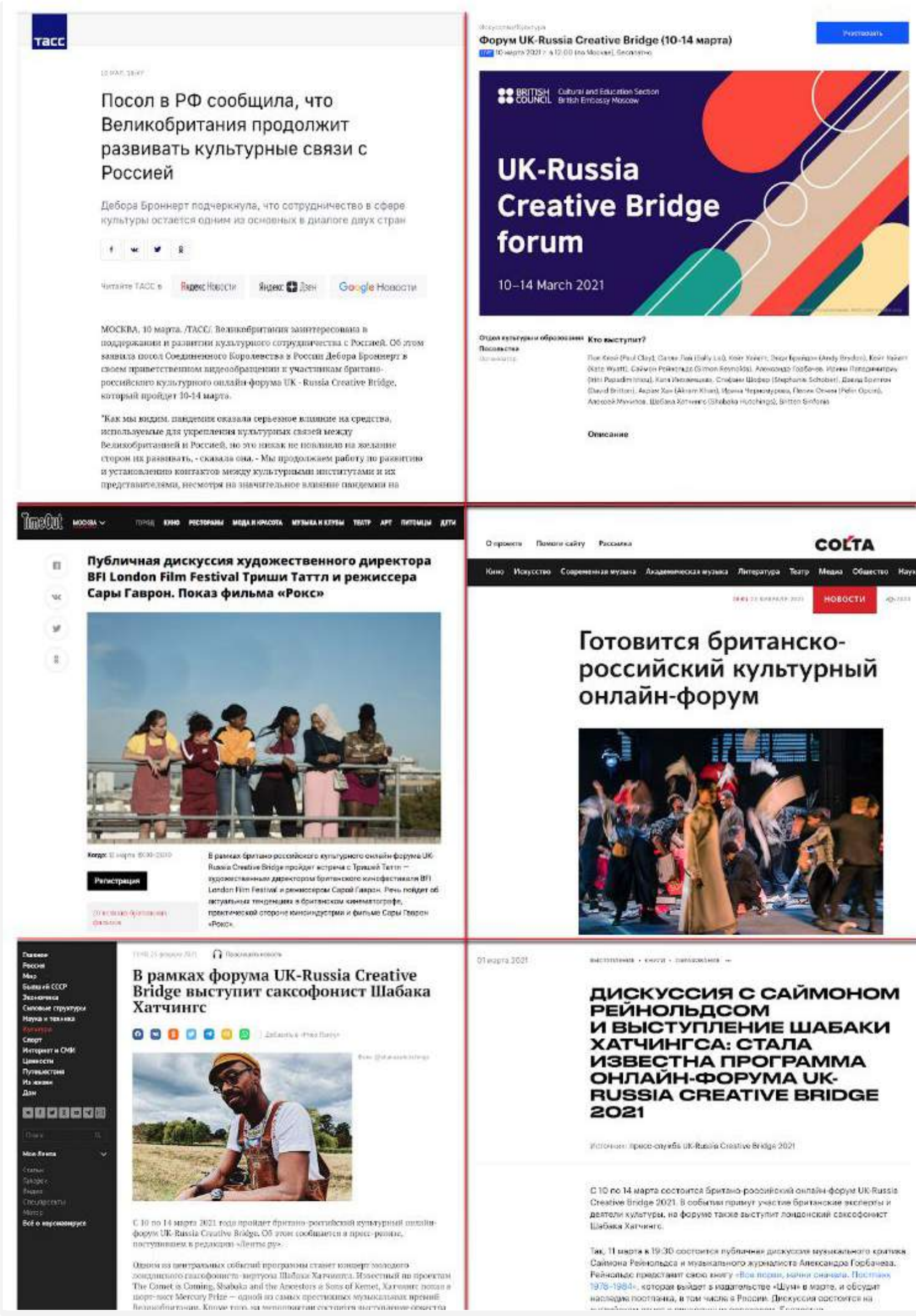
ФЕВРАЛЬ 2021 – МАРТ 2021

ЦЕЛИ: Привлечение внимания целевой аудитории (культурные профессионалы и широкая публика, заинтересованная в дополнительном образовании) к событиям Форума.

КЛИЕНТ: Отдел культуры и образования Посольства Великобритании в Москве.

ИНСТРУМЕНТЫ: Нашим приоритетом в работе стало взаимодействие с онлайн СМИ и Telegram. Мы привлекли 3 медиа-партнера (Afisha Daily, "Культура РФ", "Люди в культуре"), распространили пресс-релиз с программой Форума по целевым медиа, инициировали анонсы с прямыми ссылками на события, редакционные подборки и интервью с британскими спикерами и российскими кураторами форума. Избранные события транслировались на портале "Культура РФ", что помогло получить дополнительный охват. Высокую эффективность (конверсия по переходам) дали анонсы в тематических Telegram-каналах, как платные, так и органические.

РЕЗУЛЬТАТЫ: 32 анонса, 7 интервью, 2 прямые трансляции, 52 поста в Telegram. Совокупный охват кампании в медиа составил 5,6 млн., в Telegram - 85 тыс. человек.



ПРОЕКТЫ

ЗАПУСК В INSTAGRAM И PR ГАЛЕРЕИ «ЭКСПЕРИМЕНТ»

АПРЕЛЬ 2021 – н.в.

ЦЕЛИ: Запуск нового бренда в области современной фотографии в Instagram и медиа-пространство.

КЛИЕНТ: «Эксперимент» - онлайн-галерея современной российской фотографии.

ИНСТРУМЕНТЫ: Создание и развитие Instagram-аккаунта галереи, дизайн страницы, контент-менеджмент, комьюнити-менеджмент, настройка таргетированной рекламы, кросс-промо, 24/7 поддержка активностей галереи.

В рамках PR-запуска проекта были инициированы публикации в целевых медиа и Telegram-каналах. О проекте написали Artguide, Colta.ru, AD, Design-Mate, Tatlin, Бумага, Собака NN. Интервью с директором галереи Ириной Голинской вышло на Photographer.ru. Playboy выпустил лонгрид с подборкой фотографий из портфолио галереи. Анонсы разместили ведущие тематические Telegram-каналы об искусстве и фотографии, дизайне, городском досуге и развлечениях, их охват составил 25К.

РЕЗУЛЬТАТЫ: 21 публикация в СМИ, 15 в Telegram. Instagram [@experiment_photogallery](https://www.instagram.com/experiment_photogallery).



ПРОЕКТЫ

РАБОТА С МЕДИА И TELEGRAM ДЛЯ БРИТАНКИ

ИЮЛЬ – АВГУСТ 2021

ЦЕЛИ: Привлечение внимания к выставке Britanka Degree Show 2021. Укрепление имиджа Британки как лидера в сфере образования в креативных индустриях.

КЛИЕНТ: Британская высшая школа дизайна (Universal University).

ИНСТРУМЕНТЫ: В качестве информационного партнера было привлечено специализированное медиа Design Mate, которое выпустило 11 публикаций. Выставку посетили 15 журналистов и авторов Telegram-каналов, в их числе редакторы InStyle, The Blueprint, Design Mate, “Типичной Москвы”, радио “Культуры”, Photographer.ru, каналов “I hate Fashion”, “Две в Москве” и др. На открытии побывала съемочная группа телеканала “Пятница”, которая затем выпустила сюжет в программе “Пятница News”. Ко Дню фотографа был подготовлен и выпущен обзор лучших работ по направлению “Фотография” на портале Photographer.ru. Для Rusbase был собран лонгрид с комментариями выпускников и преподавателей БВШД о стартапах в креативных индустриях.

РЕЗУЛЬТАТЫ: 40 публикаций в СМИ о проекте, 30 анонсов в Телеграм-каналах (платные и инициированные). 1,3М - совокупный охват выходов в СМИ, включая ТВ-эфир. 68К - совокупный охват постов в Telegram.



ПРОЕКТЫ

INSTAGRAM-КОНКУРС

#МОИЭКОПРАВИЛА

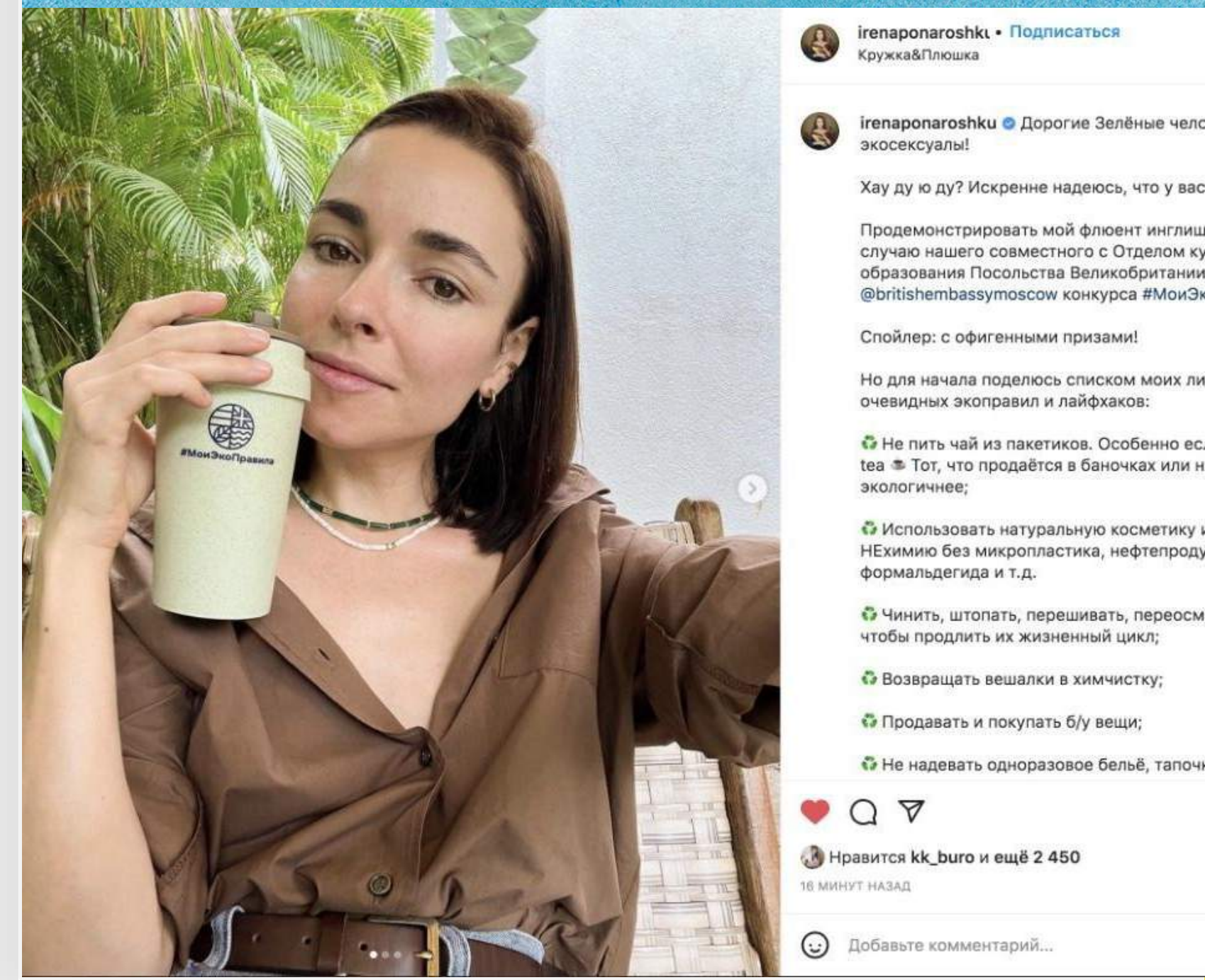
НОЯБРЬ – ДЕКАБРЬ 2021

ЦЕЛИ: Привлечь внимание к проблемам изменения климата и побудить каждого человека бережнее относиться к окружающей среде.

ОРГАНИЗАТОРЫ и ПАРТНЕРЫ: Посольство Великобритании в Москве, Greenpeace в России, +1 Город, Skillbox, 7x7 Горизонтальная Россия.

ИНСТРУМЕНТЫ: Мы разработали концепцию проекта, придумали механику, привлекли к сотрудничеству 15 эко-блогеров из разных городов России, а в качестве Амбассадора проекта - журналистку и эко-активистку Ирену Понарошку (2,4М подписчиков). Договорились с партнерами и медиа-партнерами. Собрали экспертное жюри. Реализовали менеджмент проекта от запуска до финала и награждения победителей. Подробнее о проекте [здесь](#).

РЕЗУЛЬТАТЫ: В конкурсе участвовали люди из всех федеральных округов России. Экспертное жюри выбирало победителей из 565 креативных постов. Общий охват постов блогеров и партнеров составил 500К. 330 человек подписались на Instagram @britishembassymoscow за 2 недели проекта. В поддержку конкурса 7x7 выпустили вдохновляющий [материал](#) о региональных эко-блогерах и их правилах.



ПРОЕКТЫ

TELEGRAM-КАМПАНИЯ ДЛЯ ГЁТЕ-ИНСТИТУТА


ИЮНЬ 2022

ЦЕЛИ: Повысить интерес к курсам немецкого языка для взрослых и подростков в Москве.

КЛИЕНТ: Гёте-Институт в Москве.

ИНСТРУМЕНТЫ: Для продвижения языковых курсов использовался метод посева в тематических пабликах Telegram, посвященных немецкому языку и образованию. Широкая выборка составила 35 каналов. Агентством были разработаны тексты рекламных постов и дизайн визуалов. Целью посева была генерация лидов на сайт Гёте-Института в Москве, продвижение велось для двух онлайн-продуктов: языковых курсов для взрослых и языковых курсов для подростков.

РЕЗУЛЬТАТЫ: Общее число публикаций составило 18 с охватом 80К просмотров. 264 подписчика пришло в канал @goethe_institut_moskau за период рекламной кампании - прирост более чем на 25%. Благодаря кампании клиенту удалось реализовать свои KPI по числу набранных в группы учеников. Анализ результатов также позволил выделить топ-5 самых эффективных каналов по индексу вовлеченности ERR для будущих посевов.



ЛЕТНИЕ КУРСЫ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ

ИЮЛЬ, АВГУСТ 2022

УТРЕННИЕ И ВЕЧЕРНИЕ ГРУППЫ

УРОВНИ ОБУЧЕНИЯ ОТ A1.1 ДО B2.3

ОНЛАЙН ИЛИ СМЕШАННЫЙ ФОРМАТ

4 недели € 35 850 запись с 14 июня

Work-in-Germany Работа. Германия
23 Jun, 11:45

Нужны знания немецкого языка для работы или учебы? Пройдите интенсив немецкого языка от Гёте-Института! @goethe_institut_moskau

Чтобы начать учебу в июле или августе, успеете забронировать место на сайте <https://www.goethe.de/ins/ru/ru/m/sta/mos/kur/tup.cfm>

Курс для взрослых (от 17 лет):

- уровни от A1.1 (нет знаний немецкого языка) до B2.3
- утренние и вечерние группы;
- онлайн в Zoom;
- 4 недели в июле (4–29 июля) или в августе (1–26 августа)

Стоимость курса – 35 850 рублей (включает в себя электронные учебники и доступ к учебной платформе).

В чем уникальность курсов немецкого языка Гёте-Института:

- преподавателей готовят по специально разработанной в Германии программе «Зеленый диплом» (Grünes Diplom) и допускаются только кандидаты с высшим образованием в области немецкого языка и германистики, а также большим опытом преподавания.
- курсы Гёте-Института в Москве ежегодно выбирают 5000 человек, а экзамены на подтверждение владения немецким языком (Goethe Zertifikat) сдают 3000 человек

StudyQA — стажировки, стипендии, обучение и ...
21 Jun, 17:01

Как провести лето с пользой? Пройти интенсив немецкого языка от Гёте-Института! @goethe_institut_moskau

Чтобы начать учебу в июле или августе, успеете забронировать место на <https://www.goethe.de/ins/ru/ru/m/sta/mos/kur/tup.cfm>.

Курс для подростков (14–16 лет):

- уровни от A1.1 (нет знаний немецкого языка) до B2.4;
- вечерние группы;
- онлайн в Zoom;
- 4 недели в июле (4–29 июля) или в августе (1–26 августа)

Стоимость курса – 21 800 рублей, в нее включены электронные учебники и доступ к учебной платформе.

Курсы Гёте-Института для подростков это:

- удобный формат виртуальных уроков для тех, кто проводит лето не в Москве;
- обучение у высококвалифицированных преподавателей, прошедших подготовку по специально разработанной в Германии программе «Зеленый диплом» (Grünes Diplom). К ней допускаются только кандидаты с высшим образованием в области немецкого языка и германистики, а также большим опытом преподавания;
- нескучная учеба с акцентом на игровых и творческих заданиях

ПРОЕКТЫ

TELEGRAM-КАМПАНИЯ ДЛЯ

ИНСТИТУТА БИЗНЕСА И

ДИЗАЙНА B&D

АПРЕЛЬ 2023

ЦЕЛИ: Повысить интерес к программам бакалавриата среди потенциальных абитуриентов, а также привлечь посетителей на День открытых дверей.

КЛИЕНТ: Институт бизнеса и дизайна B&D.

ИНСТРУМЕНТЫ: Для продвижения использовался метод посева в специально отобранных тематических Telegram-каналах, посвященных трендам образования и перспективным IT-профессиям. Были разработаны тексты рекламных постов и дизайн визуалов. Целью посева была генерация лидов на сайт института.

РЕЗУЛЬТАТЫ: Общее число публикаций составило 23 с охватом 56К просмотров. По ссылке на сайт перешло 262 посетителя. В результате кампании были выделены наиболее эффективные целевые каналы, с которыми клиент продолжил сотрудничество.



Grantium | Бесплатное образование | Стажиров
7 Apr, 16:30

☑️ День открытых дверей в Институте бизнеса и дизайна 9 апреля!

Как можно получить востребованные сегодня профессии в сферах дизайна, бизнеса и менеджмента в творческом секторе, PR и медиакоммуникаций, IT и гейм-индустрии? День открытых дверей — это отличная возможность оценить творческую атмосферу института и узнать про процесс поступления и обучения на программах бакалавриата. Будущие студенты смогут выбрать из 16 программ по разным направлениям, включая 11 программ по профилю «Дизайн».

9 апреля, воскресенье, с 14:00 и до 16:00
📍 м. Проспект Мира, Протопоповский переулок, 9с1

✅ Институт бизнеса и дизайна B&D – ведущий вуз в области дизайна и управления. Практико-ориентированный подход позволяет студентам развить бизнес-навыки, творческий потенциал, лидерство и умение работать в команде. Все программы имеют государственную аккредитацию, а по окончании выдается диплом государственного образца.
Регистрация: <https://click.ru/33uAAH>

В B&D преподают практикующие спецы, все программы имеют государственную аккредитацию, а по окончании обучения выдают диплом государственного образца — короче, советуем присмотреться, если думаете, куда поступать в следующем году (магистерские программы тоже есть).

Когда: 9 апреля, воскресенье, с 14:00 до 16:00.
Где: Москва, метро «Проспект Мира», Протопоповский переулок, 9с1.

☑️ Для посещения нужна [регистрация](#).

1.9k 0 2

ПРОЕКТЫ

PR-ПОДДЕРЖКА ФЕСТИВАЛЯ НИУ ВШЭ TELLING STORIES

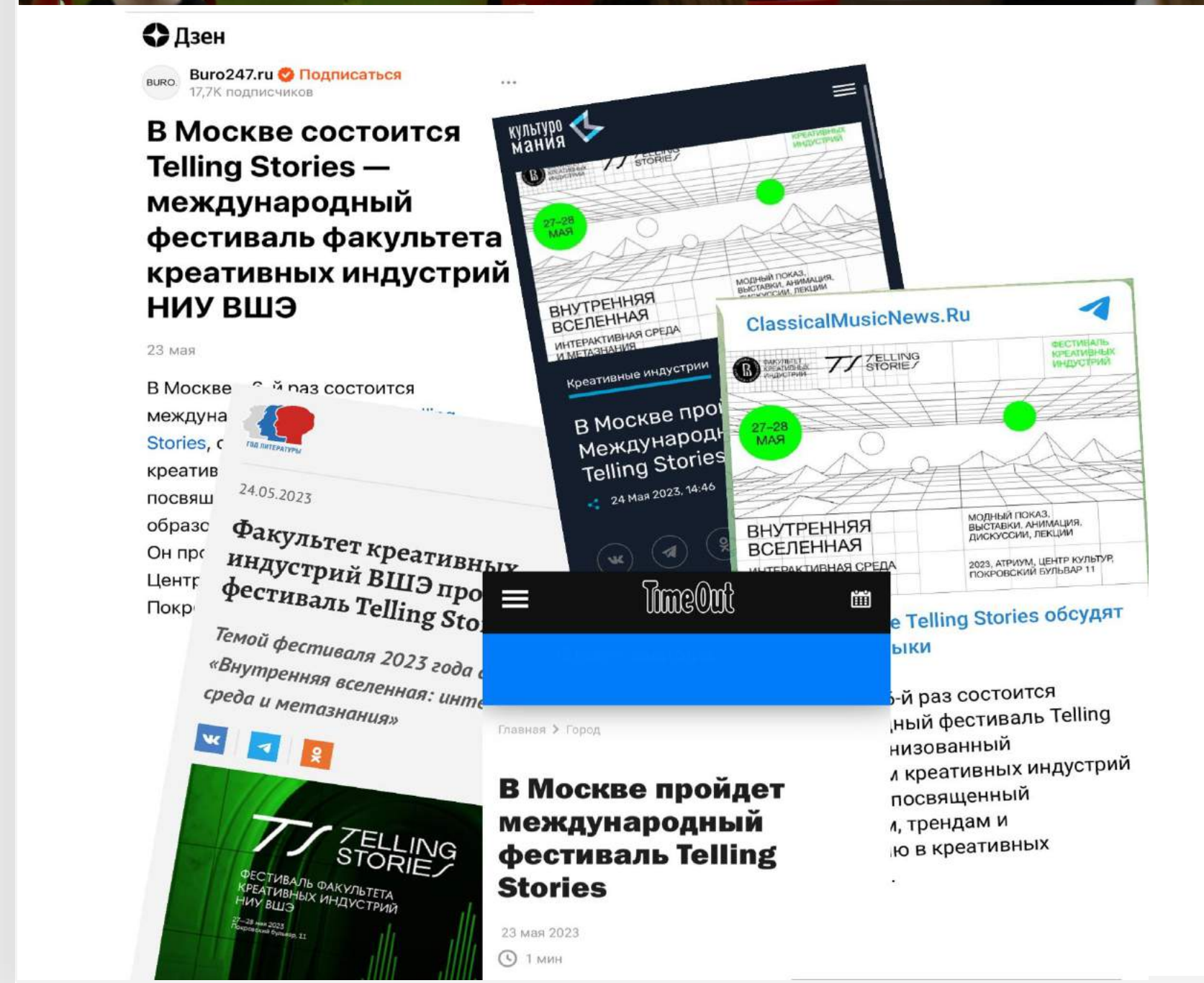
МАЙ 2023

ЦЕЛИ: Привлечь внимание к фестивалю и повысить интерес к программам магистратуры факультета креативных индустрий Высшей школы экономики.

КЛИЕНТ: “Культура потребления” - генеральный продюсер фестиваля.

ИНСТРУМЕНТЫ: PR-кампания была направлена на анонсирование фестиваля в специализированных медиа и Telegram-каналах. Основными форматами присутствия были выбраны новости, гиды по фестивалю и упоминания у спикеров и блогеров. Поскольку программа фестиваля строилась на многообразии сессий, то под каждое событие были подобраны каналы и паблики с соответствующей тематикой и целевой аудиторией. Основу медиа-листа составили профильные СМИ по направлениям креативных индустрий, а также городские афиши и ИА.

РЕЗУЛЬТАТЫ: 30 публикаций в СМИ о проекте, 22 анонса в Telegram (платные и инициированные). 1М - совокупный охват выходов в СМИ. 58К - совокупный охват постов в Telegram.



ПРОЕКТЫ

ПРОДВИЖЕНИЕ В TELEGRAM И ВКОНТАКТЕ ФЕСТИВАЛЯ

“НЕБО”

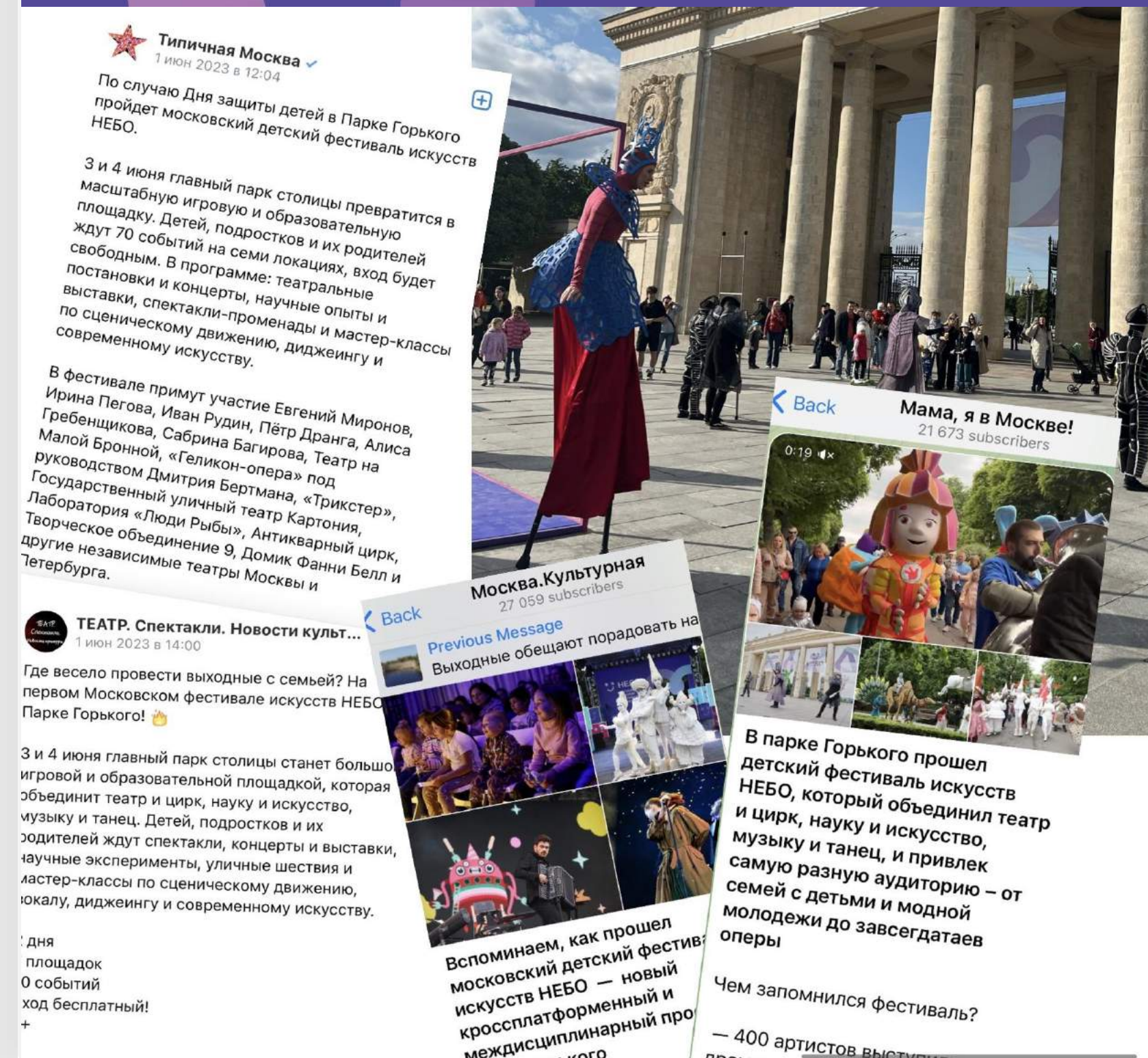
ИЮНЬ 2023

ЦЕЛИ: Привлечь внимание к фестивалю среди целевой аудитории.

КЛИЕНТ: “Культура потребления” - генеральный продюсер фестиваля.

ИНСТРУМЕНТЫ: Для продвижения фестиваля была разработана кампания по информационному освещению события в Telegram-каналах и пабликах ВКонтакте. Задачей первого этапа было анонсирование, второго - пост-публикации в формате отзывов и рецензий. Отбор был произведен среди популярных каналов и пабликов по основным тематикам: семья и дети; городские афиши; городские новости; стиль жизни. Избранные блогеры были приглашены на фестиваль, а по итогам поделились своими впечатлениями. Обзоры вышли у авторитетных лайфстайл-блогеров Ксении Китаевой и Елены Зименковой, а также в популярных новостных каналах и городских афишах, среди которых “Артохолик”, “Мама, я в Москве”, “Москва. Культурная” и “Театральные люди”.

РЕЗУЛЬТАТЫ: Информация о фестивале с активной ссылкой была опубликована в 11 целевых пабликах ВКонтакте и 28 каналах в Telegram. Общий охват кампании во ВКонтакте и Telegram составил более 400 тыс. просмотров.



ПРОЕКТЫ

PR-ПОДДЕРЖКА ФЕСТИВАЛЯ “ЛЕТО. МУЗЫКА. МУЗЕЙ”

МАЙ – ИЮЛЬ 2023

ЦЕЛИ: Повысить интерес столичной публики к фестивалю, усилить продажи билетов.

КЛИЕНТ: Благотворительный фонд М. И. Дунаевского.

ИНСТРУМЕНТЫ: В качестве информационных партнеров были привлечены на бартерных условиях 8 медиа: Афиша, Мослента, KudaMoscow, радио Культура, радио Relax FM, Сноб, Культура РФ и телеканал 360. Они поддержали событие анонсами, репортажами и специальными форматами. В день открытия фестиваля был организован пресс-тур с участием журналистов профильных СМИ, блогеров и музыкальных критиков - всего в Истру на трансфере с сопровождением отправились 23 журналиста. На площадке были скоординированы пресс-подходы с участием президента фестиваля Максима Дунаевского, художественного руководителя Дмитрия Юровского и министра культуры и спорта Московской области Василия Кузнецова.

РЕЗУЛЬТАТЫ: 8 информационных партнеров поддержали событие. 42 журналиста и 6 съемочных групп посетили фестиваль за 5 дней. Вышло не менее 300 публикаций в СМИ (41% федеральные и 59% региональные медиа). Более 70 млн. составил совокупный охват этих публикаций по данным “Медиалогии”.



СВЯЖИТЕСЬ
С НАМИ:

anastasia.volkova@kkburo.com
