
KK BURO

KK BURO

Агентство культурных коммуникаций

Продвижение культурного продукта.

Мы работаем с российскими и международными проектами в
культуре и креативных индустриях.

ОСНОВАТЕЛЬ



АНАСТАСИЯ ВОЛКОВА

Специалист по культурным коммуникациям

Выпускница факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, факультета истории искусств РГГУ.

Проводила PR-кампании для Агентства. Art Ru, Центра МАРС, проекта «ВЗЛЕТ» на ВДНХ, музея «Новый Иерусалим», Британской высшей школы дизайна и других культурных институций. В 2018 году основала агентство КК BURO. Сегодня выступает также как независимый PR-консультант и приглашенный лектор.

Преподавательская деятельность: [лекция](#) «Продвижение культурного продукта» в Британке. Модуль из 5 лекций «Культурные коммуникации» в Высшей школе «Среда обучения». Лекция «Продвижение проектов в креативных индустриях» для студентов бакалаврской программы «Управление в креативных индустриях» ФКИ НИУ ВШЭ. Лекция «Продвижение культурных проектов» для курсов «Мастера».

УСЛУГИ

Комплексное продвижение культурного мероприятия: PR-стратегия, работа с журналистами и блогерами, посевы в Telegram-каналах и VK-пабликах, аналитика кампании.

TELEGRAM

Подбор каналов для эффективного продвижения бренда

...

Разработка креативов (копирайтинг текстов, подбор визуалов)

...

Рекламные и органические интеграции у блогеров

...

Подача отчетности в ОРД

SMM

Посевы в тематических пабликах и группах ВКонтакте

...

Интеграции у лидеров мнений

...

Проведение конкурсов и кросс-промо

...

Таргетированная реклама

PR

Разработка коммуникационной стратегии

...

Привлечение медиа-партнёров

...

Пресс-офис 24/7

...

Организация мероприятий для журналистов: пресс-запуски, пресс-конференции, пресс-туры

...

Спецпроекты со СМИ

...

Аналитика и отчетность

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: Кристофф 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, глянцевых 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”

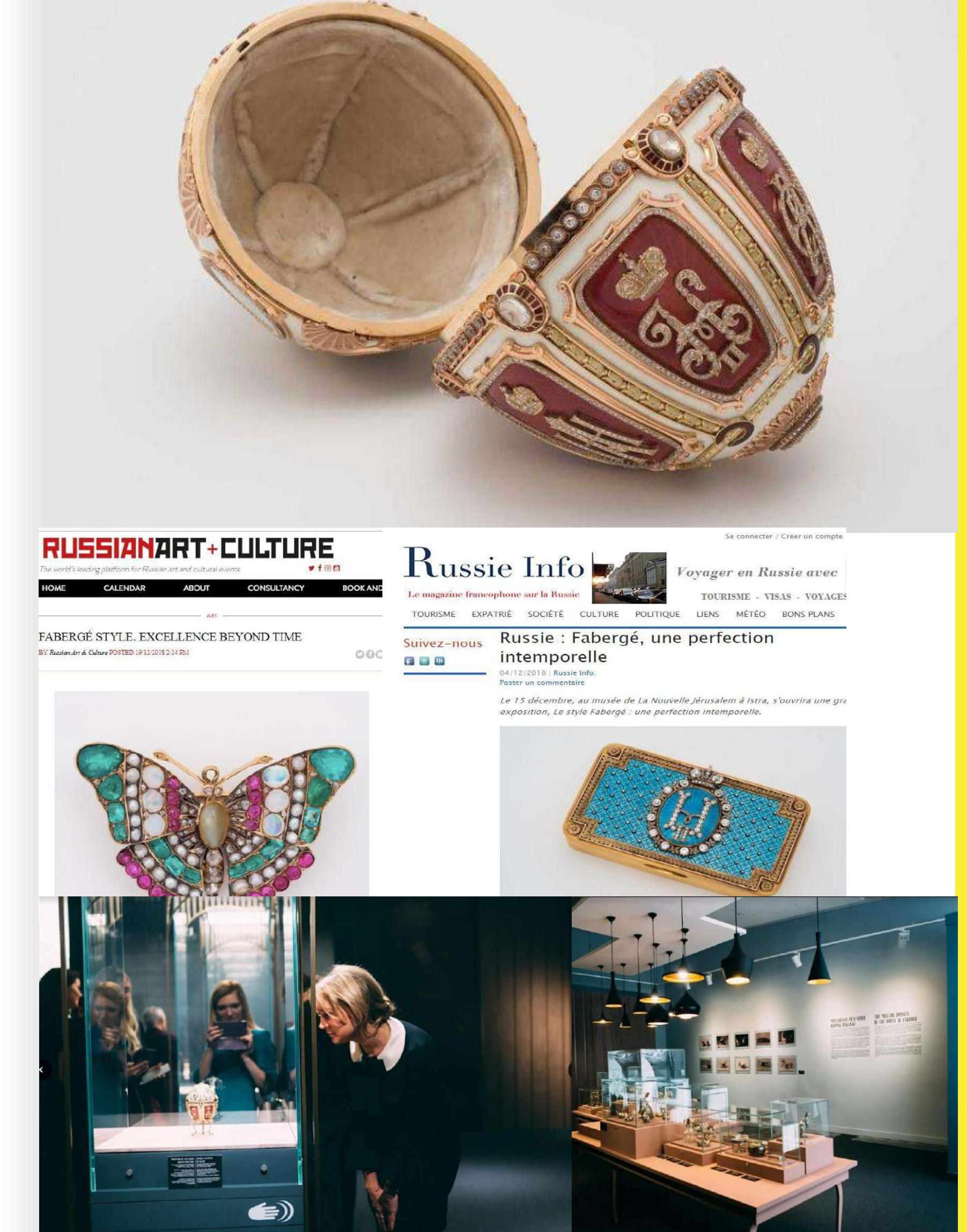
НОЯБРЬ 2018 – ЯНВАРЬ 2019

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 Харуэй



7 февраля – 10 февраля 2019
«Берег утопии: требуйте
невозможного». Итоговый марафон
Центра Практического Творчества



2 февраля – 5 февраля 2019
20-я Выставка британского
образования Study UK:
Discover You



Лучшие события предстоящей
недели в Санкт-Петербурге

ВЫСТАВКА БРИТАНСКОГО
ОБРАЗОВАНИЯ

STUDY UK
DISCOVER YOU

Мечтаете получить высшее образование в Великобритании или подыскиваете зарубежную школу для...

5 февраля 15:00–19:30
Коринтий Невский Палас
бесплатно



20-я выставка британского
образования Study UK: Discover you
Мечтаете получить высшее образование в Великобритании или подыскиваете зарубежную школу для...
5 февраля 20:00–23:30
шоу-пространство «Ленинград Центр»
от 900 до 1200 ₽

Опера «Кармен» в постановке
театра Opéra National de Paris на
экране «Ленинград Центра»
Спектакль испанского режиссёра
Каликсто Биэйто, вошедший в репертуар
Парикской оперы в 2017...
5 февраля 20:00–23:30
шоу-пространство «Ленинград Центр»
от 900 до 1200 ₽

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 радиопрограммы, 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.

Sustainable Shell Осознанная Оболочка

премия
взлёт

Автор Анна Халиулина
Куратор Андрей Якоби

Павильон № 34 «Космос»,
экспозиция проекта ВЗЛЁТ

21.06.2019 –
28.07.2019

0+



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!



The
Village

МОСКВА ▾

≡ НОВОСТИ ГОРОД ЛЮДИ БИЗНЕС РАЗВЛЕЧЕНИЯ ЕД

НОВОСТИ ЕЛИЗАВЕТА ЕЖЕРГИНА, 21 ИЮНЯ В 17:03 1357 └ 1

На ВДНХ открылась выставка об ответственном потреблении в моде

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-турков, работа с журналистами на мероприятиях, согласование брендинга Года на промо-материалах партнеров, итоговый пресс-клиплинг и отчет.

РЕЗУЛЬТАТЫ: Общее число упоминаний Года в СМИ - 2705*. Потенциальный охват - 828,4 млн *. 6 пресс-турков 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 Radio 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 радиопрограммы, 35 новостей было выпущено целевыми медиа, такими как Lenta.ru, Radio Sputnik РИА, Afisha Daily, BBC Россия, телеканал «Культура», Colta.ru, Forbes Style.



афиша *Daily*
20 ЛЕТ

#пробудущее Новости Города Кино Еда М

Познакомьтесь с квир-поэтом Джей Бернард – 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 Бернард, написавшая цикл стихов о лондонском пожаре 1981 года. Егор Михайлов рассказывает об истории, вдохновившей Бернард, и о том, почему ее стихи лучше не только читать, но и слушать.

ПРОЕКТЫ

ПРЕСС-ТУР И ПРОДЮСИРОВАНИЕ СЪЕМОК 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, договорились о показе фильма на российском федеральном канале.

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



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

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

ОКТЯБРЬ 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

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”), распространяли 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.

TASS

ПОСЛЕДНИЕ НОВОСТИ

Посол в РФ сообщила, что Великобритания продолжит развивать культурные связи с Россией

Дебора Броннерт подчеркнула, что сотрудничество в сфере культуры остается одним из основных в диалоге двух стран

Читайте ТАСС в [Яндекс.Новости](#) [Индекс](#) [Зен](#) [Google Новости](#)

МОСКВА, 10 марта. /ТАСС/. Великобритания заинтересована в поддержании и развитии культурного сотрудничества с Россией. Об этом заявила послол Соединенного Королевства в России Дебора Броннерт в своем трансляционном видеобращении к участникам британо-российского культурного онлайн-форума UK - Russia Creative Bridge, который пройдет 10-14 марта.

“Как мы видим, пандемия оказала серьезное влияние на средства, используемые для укрепления культурных связей между Великобританией и Россией, но это никак не испытывало на желание сторон их развивать, - сказала она. - Мы продолжаем работу по развитию и у становлению контактов между культурными институтами и их представителями, несмотря на значительное влияние пандемии на

Форум UK-Russia Creative Bridge (10-14 марта)
10 марта 2021 г. в 12:00 (по Москве), Онлайн

Участовать

BRITISH COUNCIL Cultural and Education Section British Embassy Moscow

UK-Russia Creative Bridge forum

10–14 March 2021

Одно из культурных и образовательных мероприятий, организованное Британским культурным и образовательным центром в Москве, которое пройдет в онлайн-формате с 10 по 14 марта 2021 года. Оно будет направлено на обмен опытом и знаниями в области культуры и образования между Великобританией и Россией. Целью мероприятия является поддержка и развитие культурного сотрудничества между двумя странами.

Посольство
Сообщество

Пол Клей (Paul Clay), Сьюзен Бэйли (Suzanne Bailey), Ани Бредор (Andy Bredor), Кейт Кейт (Kate Keay), Саймон Рейнольдс (Simon Reynolds), Александр Годебин, Ирина Попадимина (Irina Popadymina), Ката Насакина, Стефани Штобер (Stephanie Schröber), Дэвид Бриттон (David Britton), Акрам Хан (Akram Khan), Ирина Черногорова, Питер Ошер (Peter Osher), Альбина Манасова, Шабака Хатчингс (Shabaka Hutchings), Беттина Гюнтер (Bettina Günther).

Описание

COLTA

Юношество Искусство Современная музыка Академическая музыка Литература Театр Медиа Общество Наука

28.02.2021 10:00:00

НОВОСТИ

28.02.2021 10:00:00

Публичная дискуссия художественного директора BFI London Film Festival Триши Таттл и режиссера Сары Гаврон. Показ фильма «Рокс»

Когда: 09 марта 19:00-20:00

Регистрация

Сообщество Публичные дискуссии

В рамках британо-российского культурного онлайн-форума UK-Russia Creative Bridge пройдет встреча с Триши Таттл – художественным директором британского кинофестиваля BFI London Film Festival и режиссером Сарой Гаврон. Речь пойдет об актуальных тенденциях в британском кинематографе, практической стороне кинопроизводства и фильме Сары Гаврон «Рокс».

Готовится британо-российский культурный онлайн-форум

ДИСКУССИЯ С САЙМОНОМ РЕЙНОЛЬДСОМ И ВЫСТУПЛЕНИЕ ШАБАКИ ХАТЧИНГСА: СТАЛА ИЗВЕСТНА ПРОГРАММА ОНЛАЙН-ФОРУМА UK-RUSSIA CREATIVE BRIDGE 2021

Источник: пресс-служба UK-Russia Creative Bridge 2021

С 10 по 14 марта 2021 года пройдет британо-российский культурный онлайн-форум UK-Russia Creative Bridge. Об этом сообщается в пресс-релизе, поступившем к редакции «Ленты.ру».

Одним из центральных событий программы станет концерт молодого зондийского саксофониста-виртуоза Шабаки Хатчингса. Известный по проектам The Comet is Coming, Shabaka and the Ancestors и Sons of Kemet, Хатчингс лежит в центре Mercury Prize – одной из самых престижных музыкальных премий Великобритании. Концерт, по сообщению организаторов, состоится в онлайн-формате.

ПРОЕКТЫ

ЗАПУСК В INSTAGRAM И PR ГАЛЕРЕИ “ЭКСПЕРИМЕНТ”

АПРЕЛЬ 2021 – МАРТ 2022

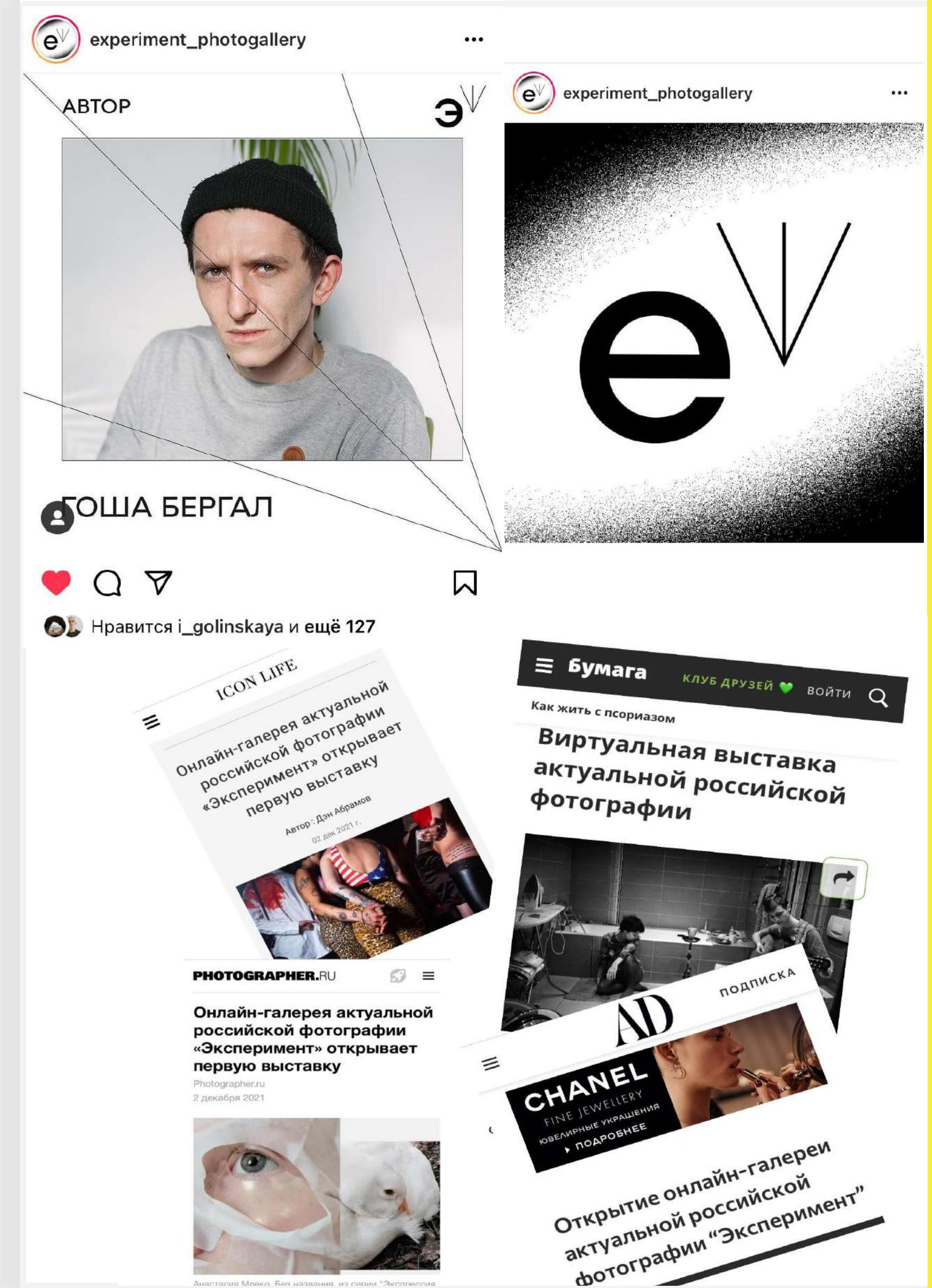
ЦЕЛИ: Запуск нового бренда в области современной фотографии в Instagram и медиа-пространство.

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, Sobaka NN. Интервью с директором галереи Ириной Голинской вышло на Photographer.ru. Playboу 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 25K.

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

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 вижуалов. 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](https://t.me/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](https://t.me/goethe_institut_moskau)

Чтобы начать учебу в июле или августе, успейте
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 – 21 800 рублей, в нее включены
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).
К ней 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](https://t.me/goethe_institut_moskau)

Чтобы начать учебу в июле или августе, успейте
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

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.



B&D ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА

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

Софт Культура ▾ 7 Apr, 17:00

IPQuorum 5 Apr, 15:58

Институт бизнеса и дизайна приглашает на День открытых дверей 9 апреля!

9 апреля Институт бизнеса и дизайна приглашает на День открытых дверей будущих студентов бакалавриата или подготовительных курсов.

В гости ждут всех, кому интересны креативные индустрии. Программы института позволяют получить востребованные сегодня профессии в сферах дизайна, бизнеса и менеджмента в творческом секторе, PR и медиакоммуникаций, IT и гейм-индустрий. 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». Их намного больше, посмотреть все можно на [странице](#).

9 апреля, воскресенье, с 14:00 и до 16:00
г. Москва, 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/33uAAN>

В B&D преподают практикующие специалисты, 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](#).

Практический подход в обучении позволяет со 2 курса совмещать учёбу и работу в проектах компаний-партнеров, работая над реальными кейсами. Неудивительно, что по итогам обучения около 80% выпускников становятся сотрудниками компаний-партнеров, а 18% открывают свой бизнес!

ПРОЕКТЫ

PR-ПОДДЕРЖКА ФЕСТИВАЛЯ НИУ ВШЭ TELLING STORIES

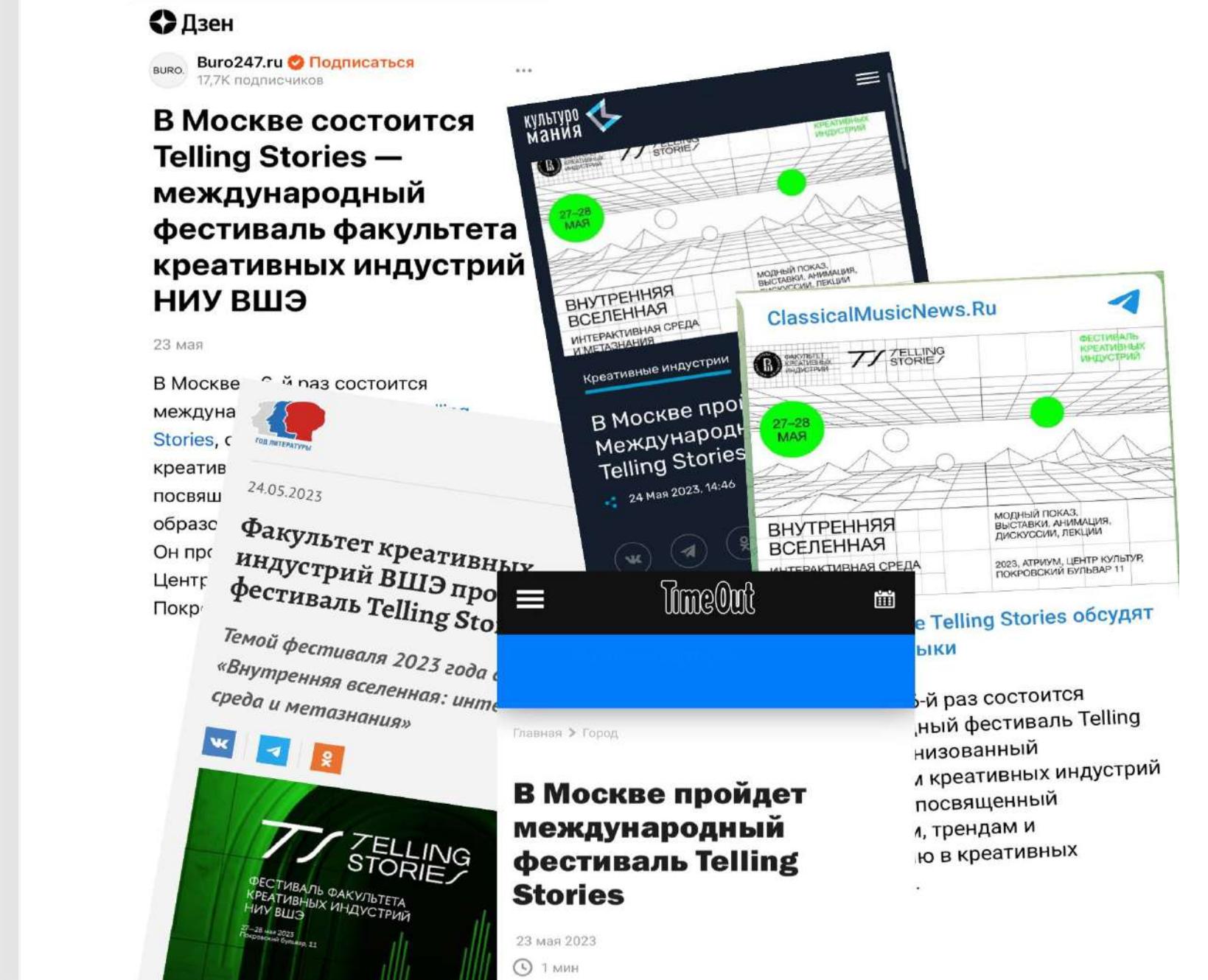
МАЙ 2023

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”

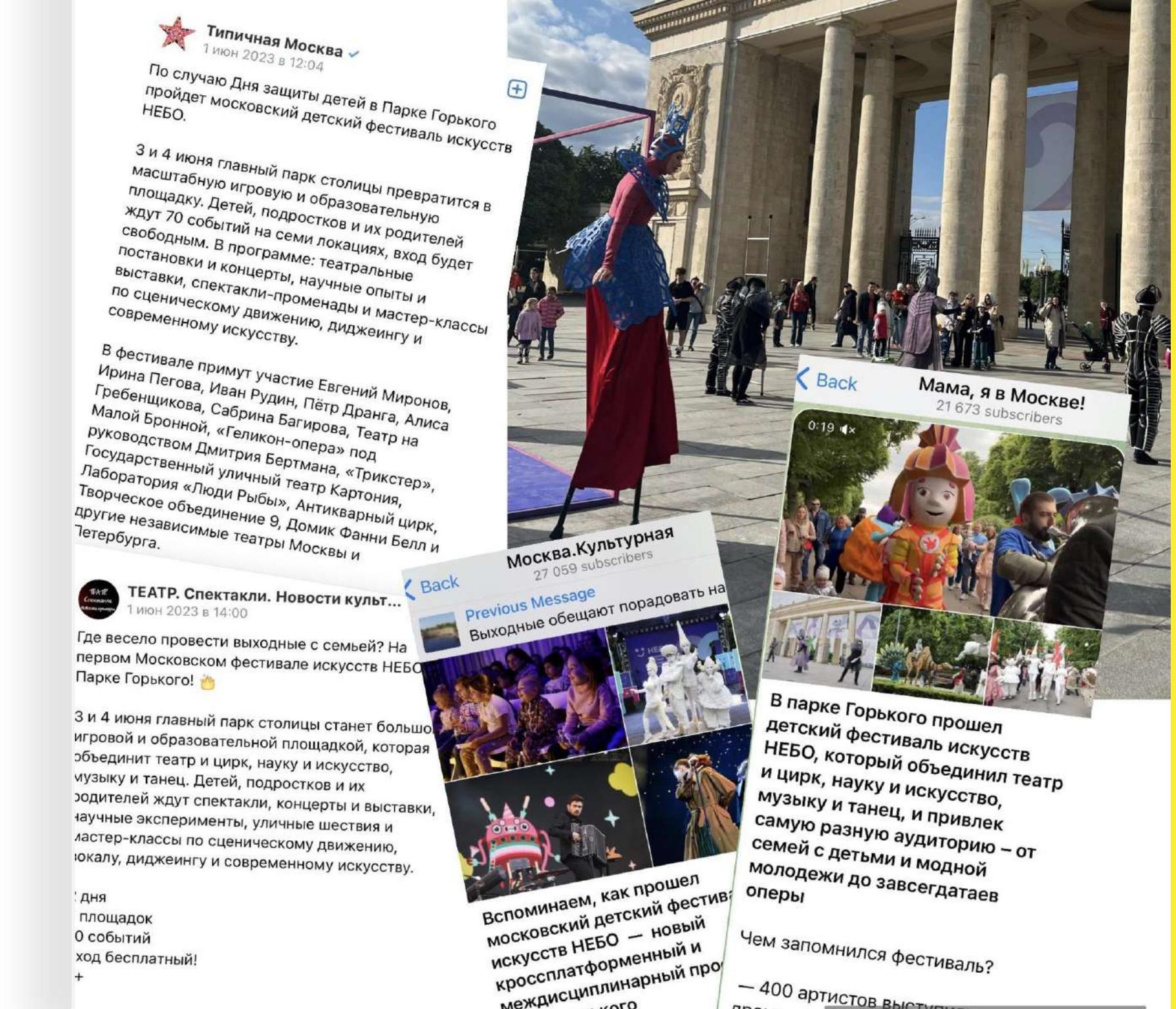
ИЮНЬ 2023/2024

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 2023/2024/2025

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”.



ПРОЕКТЫ

PR-ПОДДЕРЖКА ФЕСТИВАЛЯ “МЕЛИХОВСКАЯ ВЕСНА”

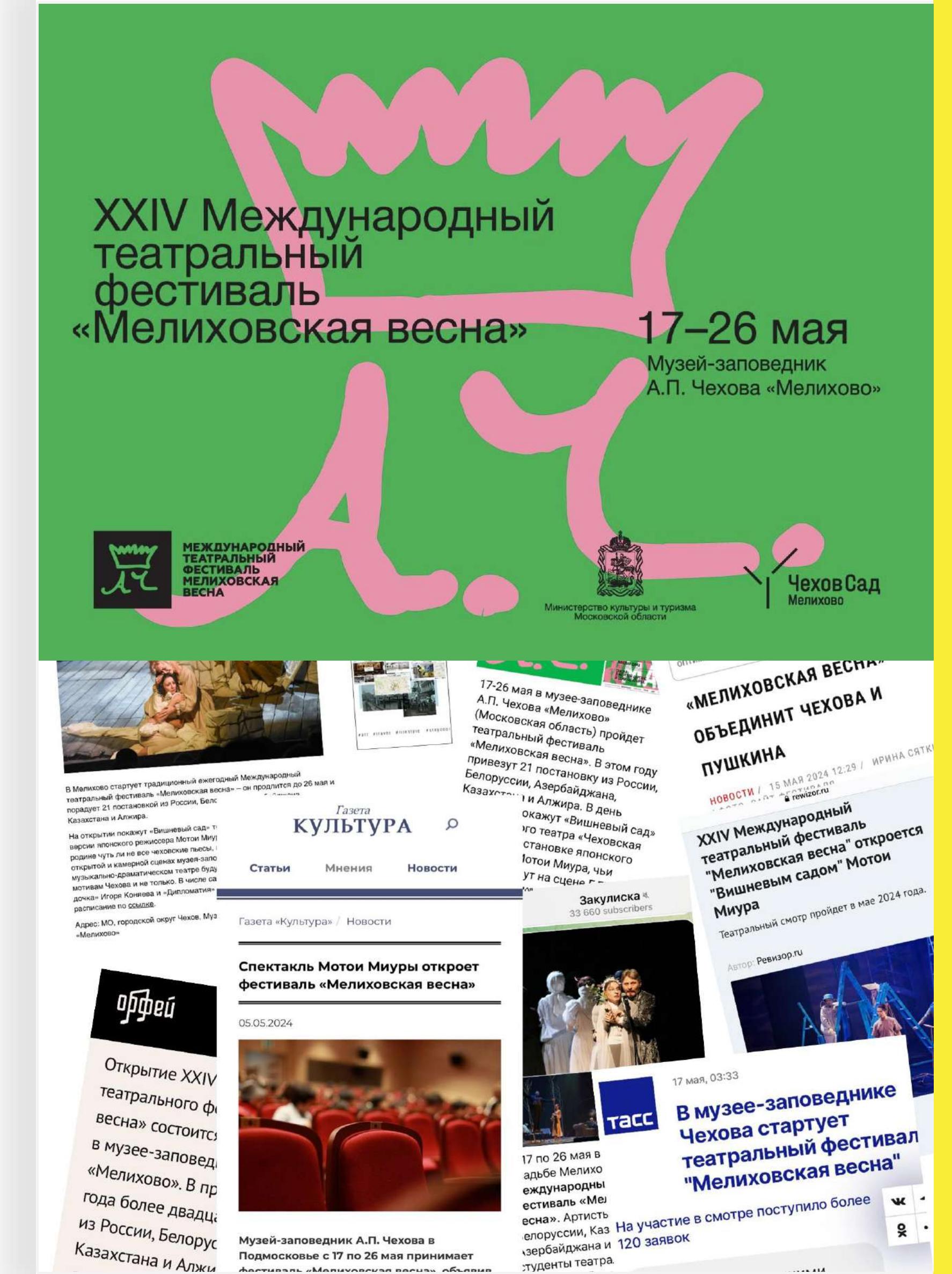
АПРЕЛЬ – МАЙ 2024

ЦЕЛИ: Повысить интерес целевой аудитории к фестивалю, увеличить количество посетителей и привлечь новую аудиторию, в т.ч. из Москвы.

КЛИЕНТ: Министерство культуры и туризма Московской области.

ИНСТРУМЕНТЫ: В качестве информационных партнеров фестиваль поддержали Афиша, Афиша КП, Сноб, радио Культура, телеканал 360 и Telegram-канал artoholic. Анонсирующая стадия включала в себя работу с профильными журналистами и с блогерами с целью анонсирования и выпуска специальных форматов: гидов, обзоров, подборок. Были организованы несколько интервью с режиссером спектакля-открытия, японцем Мотои Миура и алжирским режиссером Халедом Уануки. В день открытия фестиваля был организован пресс-тур с участием журналистов, театральных критиков и Telegram-блогеров. На площадке была скординирована пресс-конференция с участниками фестиваля и его организаторами.

РЕЗУЛЬТАТЫ: 6 информационных партнеров поддержали событие. 32 журналиста и 5 съемочных групп посетили фестиваль. Были инициированы 71 публикация в СМИ и 38 постов в Telegram и VK-пабликах. Более 36 млн. составил совокупный охват кампании.



ПРОЕКТЫ

PR-ЗАПУСК ФЕСТИВАЛЯ “ДОСТОЕВСКИЙ”

ИЮНЬ – ИЮЛЬ 2024

ЦЕЛИ: Запустить мультижанровый фестиваль искусств в Зарайске как новую точку притяжения на территории Московской области.

КЛИЕНТЫ: Организатор – Министерство культуры и туризма Московской области. Соорганизатор – компания “Культура потребления”.

ИНСТРУМЕНТЫ: До запуска было проведено исследование конкурентного поля и разработана PR-стратегия продвижения фестиваля. В качестве информационных партнеров были привлечены на бартерных условиях: радио “Культура”, Сноб, Культура.РФ, The Blueprint и 360. Они поддержали событие анонсами, репортажами и специальными форматами (интервью, гиды, статьи и рецензии). В день открытия фестиваля был организован пресс-тур в Зарайск с участием журналистов целевых СМИ и Telegram-блогеров. Был разработан сценарий однодневной поездки и реализован сопровождение группы из 15 человек. Важной частью кампании стала работа с Telegram-каналами, которая включала в себя подбор целевых каналов, создание креативов и коммуникацию с блогерами.

РЕЗУЛЬТАТЫ: Более 100 публикаций в СМИ и более 40 постов в Telegram-каналах и VK-пабликах. Совокупный охват составил не менее 50,6 млн.



ПРОЕКТЫ

ПРЕСС-ОФИС БОЛЬШОГО ДЕТСКОГО ФЕСТИВАЛЯ

ИЮЛЬ – НОЯБРЬ 2025

ЦЕЛИ: Обеспечить широкое освещение в традиционных и новых медиа мультижанрового фестиваля искусств для детей и подростков.

КЛИЕНТЫ: Фонд поддержки и развития социокультурных проектов Сергея Безрукова.

ИНСТРУМЕНТЫ: Агентство выполняло роль пресс-офиса фестиваля в Москве. Была разработана PR-стратегия, привлечены стратегические инфопартнеры (11 СМИ и 2 Telegram-канала), осуществлены посевы в тематических блогах VK и Telegram. PR-кампания решала задачу равноценного освещения мультижанровой программы фестиваля, а также упоминания поддержки смотра партнерами, в том числе Президентским фондом культурных инициатив и Министерством культуры Российской Федерации. Важной частью кампании стало проведение для журналистов и блогеров мероприятий открытия и закрытия фестиваля с участием худрука БДФ Сергея Безрукова. Репортажи о фестивале выпустили ведущие телеканалы страны: Первый канал, Россия-1, Россия-Культура, Москва 24, ТВЦ, ТНТ, ОТР и детско-юношеский канал “Карусель”.

РЕЗУЛЬТАТЫ: 90 качественных публикаций в СМИ разного формата: анонсы и интервью, гиды и обзоры спектаклей, подборки и рецензии критиков. 65 постов в Telegram-каналах и VK-пабликах, включая как органические, так и рекламные интеграции.



ПРОЕКТЫ

PR-ПОДДЕРЖКА ФЕСТИВАЛЯ VIVACELLO

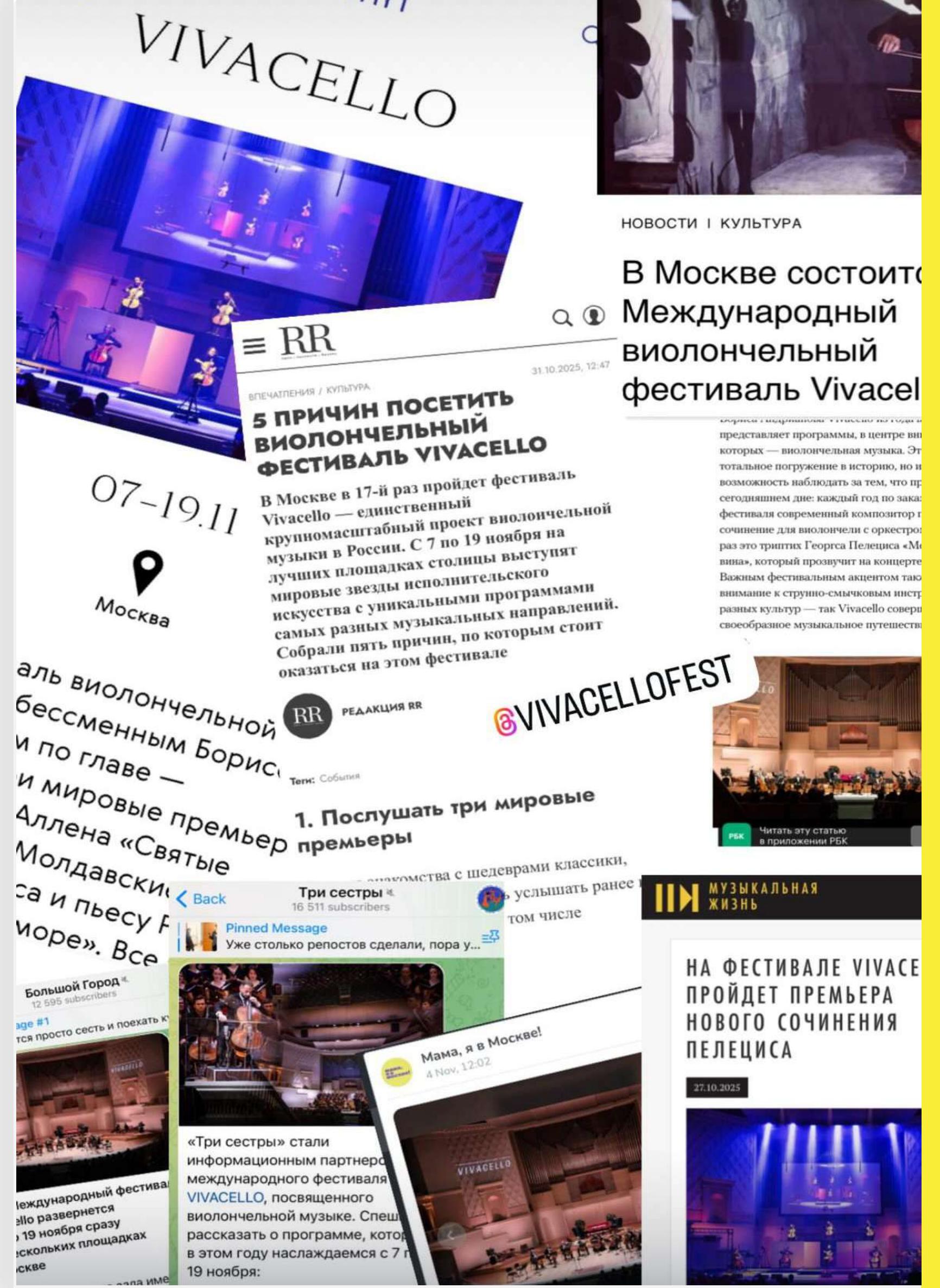
ОКТЯБРЬ – НОЯБРЬ 2025

ЦЕЛИ: Привлечь внимание к фестивалю среди целевой аудитории, раскрыть художественные смыслы программы для публики.

КЛИЕНТЫ: Фонд U-Art Иветы и Тамаза Манашеровых.

ИНСТРУМЕНТЫ: Международный фестиваль Vivacello – единственный крупномасштабный проект в России, посвященный виолончельной музыке. PR-кампания XVII Vivacello была направлена как на анонсирование концертов фестиваля, так и на раскрытие смыслов его программы через форматы лонгридов: интервью с худруком Борисом Андриановым, гидов по фестивалю и рецензий музыкальных критиков. Были привлечены 6 информационных партнеров СМИ (Коммерсантъ Weekend, Орфей, The Blueprint, Большой Город, Сноб, Robb Report) и 1 Telegram-канал “Три сестры”. По итогам посещения концертов музыкальными критиками вышло 8 положительных рецензий в профильных медиа. Репортажи с открытия и закрытия фестиваля транслировались на телеканале “Россия-Культура”.

РЕЗУЛЬТАТЫ: PR-кампания принесла более 48 материалов в СМИ с общим охватом не менее 12 млн. и более 40 органических постов в тематических Telegram-блогах.



В Москве состоится Международный виолончельный фестиваль Vivacello

5 причин посетить виолончельный фестиваль VIVACELLO

07-19.11

Москва

RR

РЕДАКЦИЯ RR

1. Послушать три мировые премьеры

Три сестры

Мама, я в Москве!

«Три сестры»

Музыкальная Жизнь

RBK

НА ФЕСТИВАЛЕ VIVACELLO ПРОЙДЕТ ПРЕМЬЕРА НОВОГО СОЧИНЕНИЯ ПЕЛЕЦИСА

27.10.2025

СВЯЖИТЕСЬ
С НАМИ:

anastasia.volkova@kkburo.com
