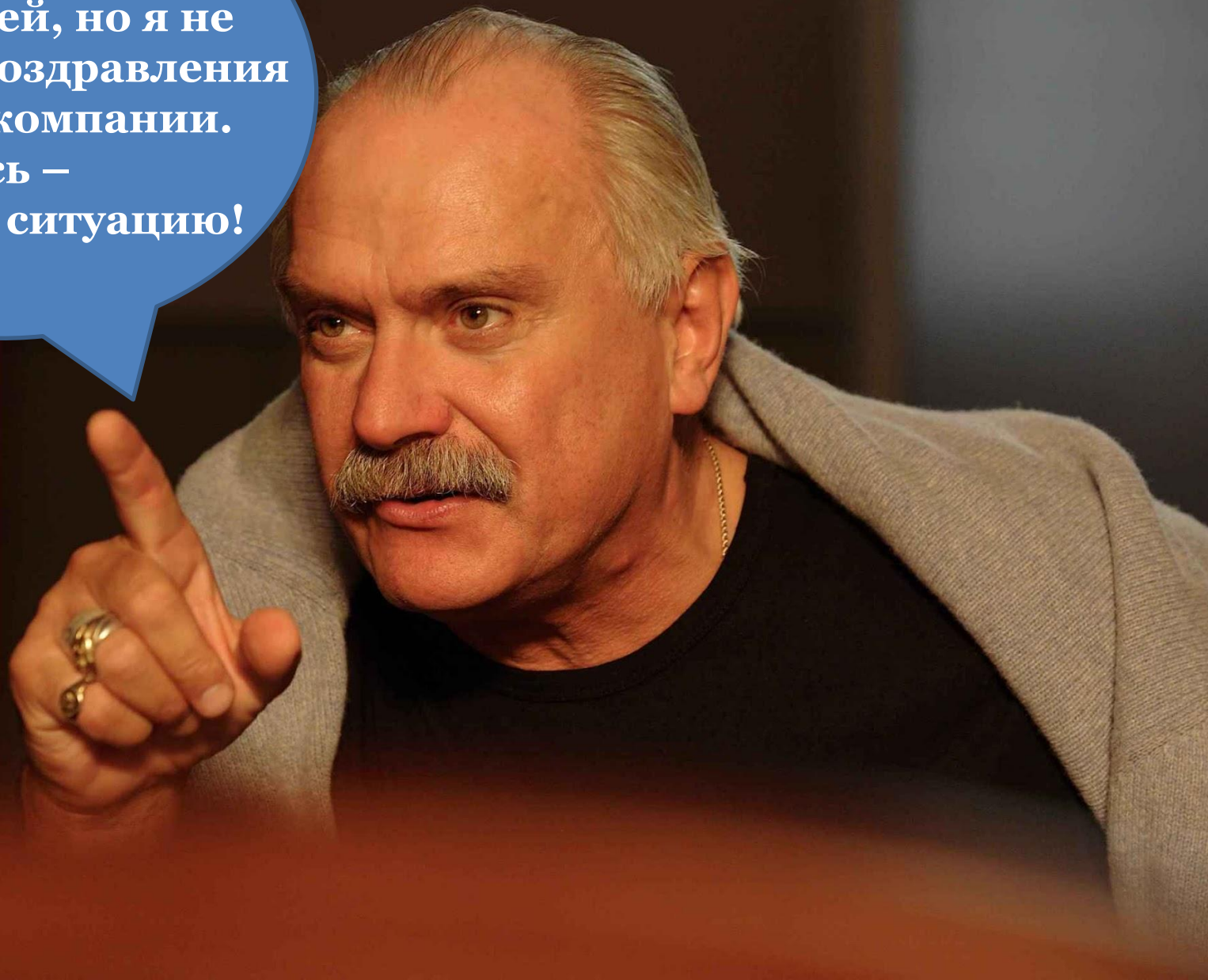


**В октябре у меня был
70-й юбилей, но я не
получил поздравления
от Вашей компании.
Одумайтесь –
исправьте ситуацию!**

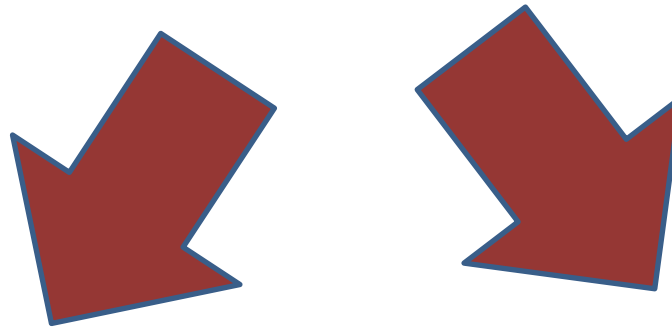


Копирайтинг

ТЕМА №8

1. Пресс-релиз как основной жанр PR-текста

Пресс-релиз содержит актуальную для прессы оперативную информацию о **СОБЫТИИ** (о том, что произошло), связанном с субъектом PR – персоной / компанией.



Релиз-анонс – появляется **ДО** специального события и дает предваряющую информацию о событии, лежащем в основе информационного повода.

Ньюс-релиз – появляется **ПОСЛЕ** освещаемого и может содержать информацию об итогах состоявшегося мероприятия.

Функции пресс-релиза:

1. Нарращивание паблисити субъекта PR (лица / компании):

Пресс-релиз рассылается СМИ (по списку для рассылки представителям медиа) с расчетом на их интерес к изложенной теме и появлению в медиа-пространстве публикаций о компании на основе пресс-релиза

СМИ не уделяют внимания пресс-релизам, имеющим ярко выраженный коммерческий характер – для информации такого рода существует рекламный отдел.

2. Информирование ключевых аудиторий о готовящемся / прошедшем событии

From: Ford Sollers Public Affairs <BulkMail@Ford.Com>

Sent: Вт 27.10.2015 11:56

To: Media

Cc:

Subject: Ford Sollers объявляет цену на новый Explorer и старт производства модели по технологии полного цикла в России

Message:  New Explorer_Price and Production Announcement.docx (169 KB)  New Explorer_Price and Production Announcement.pdf (123 KB)  New Explorer_1.jpg (552 KB)

 New Explorer_2.jpg (964 KB)

 New Explorer_3.jpg (306 KB)

Уважаемые коллеги,

Компания Ford Sollers запустила производство нового Ford Explorer по технологии полного цикла на своем модернизированном заводе в Елабуге, Республика Татарстан. Новая версия модели Ford Explorer, отмечающей в этом году 25-летний юбилей, стала более премиальной и является лидером по технологической оснащенности в своем сегменте.

Новый Explorer доступен российским клиентам по цене от 2 599 000 рублей, с учетом всех действующих маркетинговых программ. Модель предлагается в четырех комплектациях – XLT, Limited, Limited Plus и Sport – и оснащается двигателем Cyclone 3.5-V6 мощностью 249 л.с., а также 345-сильным двигателем 3.5 EcoBoost, в паре с 6-ступенчатой автоматической трансмиссией. Оба двигателя сертифицированы для эксплуатации на АИ-92.

Подробнее в пресс-релизе.

Отдел по связям с общественностью

Ford Sollers Холдинг
Телефон: +7 (495) 745 97 00
rusmedia@ford.com

FordSollers

Совместное предприятие
Ford Motor Company и Sollers

Исследование Ford показало, что европейские пешеходы не отрываются от экрана смартфона, переходя через дорогу

Ford Sollers Public Affairs <BulkMail@Ford.Com>

Sent: Чт 05.11.2015 11:52

To: Automotive

Message:  Pedestrian Detection.jpg (954 KB)

 PEDESTRIAN_SURVEY_RU.docx (285 KB)

 PEDESTRIAN_SURVEY_RU.pdf (158 KB)

 pedestrian-distraction.jpg (1 MB)

Уважаемые коллеги,

согласно опросу Ford, большинство европейских владельцев смартфонов продолжают пользоваться мобильными устройствами, переходя дорогу, и около половины из них ведёт телефонные разговоры или даже смотрит видео.

Согласно результатам опроса, проведенного Ford в РФ, российские пешеходы менее склонны отвлекаться на мобильные устройства, переходя дорогу.

Подробнее в пресс-релизе.

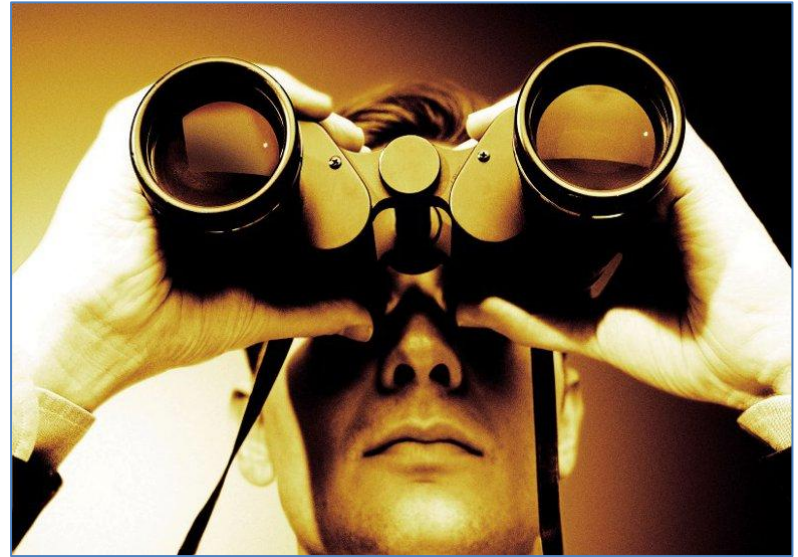
Отдел по связям с общественностью

Ford Sollers Холдинг
Телефон: +7 (495) 745 97 00
rusmedia@ford.com

FordSollers

Совместное предприятие
Ford Motor Company и Sollers

**Пресс-релиз
должен привлечь
внимание
журналистов к
компании!**



Проблема: тест-драйв по пресс-релизу



Возможные темы пресс-релизов:

- 1) Запуск нового продукта / новой модели
- 2) Проведение рекламной /
маркетинговой акции
- 3) Реструктуризация компании (слияния /
поглощения)

Требования к оформлению:

1. Пресс-релиз должен печататься *на специальном бланке*, содержащем:
 - Наименование организации
 - Наименование отдела, выпускающего данную информацию
 - Контактные данные (ФИО специалиста, отвечающего за контакты со СМИ по данному информационному поводу, телефон, email)
2. Пресс-релиз должен отражать элементы *фирменного стиля* (логотип)

О Компании	»
Корпоративное управление	»
Пресс-центр	»
Центр инвестора и акционера	»
Запасы и добыча	»
Переработка	»
Энергетика	»
Поставка и реализация продукции	»
Тендеры	»
Социальная политика	»
Окружающая среда	»
Реализация непрофильных активов	»
Интернет-проекты ЛУКОЙЛ	»
Контакты	



ПРЕСС-РЕЛИЗ

18.09.2015

ЛУКОЙЛ ЗАПУСТИЛ ЕДИНУЮ ГОРЯЧУЮ ЛИНИЮ

Состоялся запуск «Единой горячей линии ЛУКОЙЛ» (8-800-1000-911), объединившей диспетчерские службы 10 организаций Группы «ЛУКОЙЛ» в один контакт-центр численностью более 70 операторских мест. Сегодня это один из наиболее современных контакт-центров России, созданный на базе передовых технологических решений.

Работы по созданию Единой горячей линии были начаты в 2013 году. Проектирование и интеграция технологических систем осуществлялись компанией «ЛУКОЙЛ-Интер-Кард» совместно с генеральным подрядчиком ООО «ЛУКОЙЛ-ИНФОРМ» при активном участии и поддержке со стороны дочерних обществ Группы «ЛУКОЙЛ»: российских организаций нефтепродуктообеспечения (НПО) и ООО «ЛЛК-Интернешнл».

Проектные решения, использованные при создании контакт-центра, позволили интегрировать программное обеспечение для сетей АЗС с комплексом управления взаимоотношениями с клиентами Oracle Siebel CRM и платформой контакт-центра Resilient Contact Center.

Единый центр будет принимать и обрабатывать обращения клиентов по всей территории РФ, переадресовывая их при необходимости специалистам профильных организаций. Клиенты смогут в режиме реального времени получать справочную информацию по стоимости топлива и товаров на каждой российской АЗС ЛУКОЙЛа. Система также позволит эффективно контролировать качество обслуживания клиентов и обработки их обращений в организациях НПО и ООО «ЛЛК-Интернешнл», входящих в Группу «ЛУКОЙЛ».

Пресс-служба ПАО "ЛУКОЙЛ"
+7 (495) 627-16-77
E-mail: media@lukoil.com

<http://www.lukoil.ru>
<https://www.facebook.com/LUKOIL>
<http://twitter.com/lukoilrus>

Требования к оформлению:

3. После «шапки» указывается: «пресс-релиз»

4. Ставится дата

**Оптимальный объем пресс-релиза
— один лист А4.**

Структура:

1. Заголовок должен отражать **СУТЬ** информационного повода и содержать элементы жесткой новости – т.е. отвечать на вопросы *Кто? Что? Когда? Где?* (без почему)

В отличие от журналистского текста заголовок в пресс-релизе не является частью основного текста, поскольку может быть легко заменен журналистом или редактором:



THE
SPECIALIST
AT FORD



Дуэйн «Скала» Джонсон займется обслуживанием автомобилей Ford

ДИРБОРН, Мичиган, 13 октября 2015 – Ford Motor Company объявила о старте в США новой рекламной кампании под названием «Специалисты Ford» («The Specialists at Ford»), посвященной сервисному обслуживанию. Главным лицом кампании стал бывший рестлер, герой большого экрана, продюсер и предприниматель Дуэйн «Скала» Джонсон.

После завершения успешной карьеры рестлера в WWE в 2003 году Дуэйн начал актерскую карьеру и прославился ролями в таких фильмах, как «Царь скорпионов», «Сокровище Амазонки», «Анаболики», «Разлом Сан-Андреас» и др.

Героини рекламной кампании стали «специалисты Ford» — это высококлассная команда технического персонала Ford во главе с Джонсоном. У этой увлеченной команды есть все необходимое — подготовка, диагностическое оборудование и комплектующие от подразделения Ford Motorcraft, выпускающего запчасти и комплектующие.

Джонсон написал на своей странице в Facebook, что философия сервисного отдела Ford перекликается с его личными убеждениями — «Заботиться о людях», — и неважно, идет ли речь о качестве фильма или обслуживании автомобиля.

Дуэйн — владелец трех автомобилей Ford, первый из которых он купил, когда ему было всего 15: «Я купил классический синий Thunderbird 1977 года за 40 долларов. Денег не осталось даже на бензин, но он был мой, и с тех пор я стал фанатом Ford». Недавно за годы кропотливой работы Дуэйн решил подарить своей домохозяйке новый Ford Edge, о чем сделал пост у себя в Instagram: «10 лет она заботилась о наших домах с любовью мамы и зоркостью орлицы. Только что порадовал Эсперанзу новой машиной! Удивление на ее лице было бесценно #ОченьКрутойМомент». Сейчас любимец Дуэйна — пикап F-150, также известный как «Черная горилла». Ford F-150 выбирают такие мировые звезды, как Ченнинг Татум, Дэвид Бекхэм, Кен Блок, Шайа Лабаф.

Дуэйн с давних пор является фанатом всего, что связано с автомобилями. Он сыграл одного из главных героев в трех последних частях саги «Форсаж» и уже снимается в следующей. «Скала» также был исполнительным продюсером документального фильма о подростках, которые соревнуются в картинге, готовятся стать профессиональными пилотами гонок NASCAR. На американском кинофестивале «Трайбека» в 2009 году фильм был удостоен звания «Лучший документальный фильм».

Помимо всего вышесказанного

Многолетний контракт актера подразумевает постоянное обновление контента, поэтому клиенты Ford узнают еще много интересного о «Специалистах» под «предводительством» Дуэйна Джонсона.

Первое официальное видео кампании можно посмотреть по ссылке:

<https://youtu.be/JTxEOtEOgT0>



Sostav.ru

новости

аналитика

креатив

спец

бизнес и социум

компания

менеджмент

экономика

общество

меди

тв

радио

пр

рекламная отрасль

исследования

агентства

кадры

топ-менеджеры

маркетинг

законы

о

ПРОВЕДИ ТЕНДЕР

В

КРЕАТИВ > РЕКЛАМА

РЕКЛАМНЫЕ РОЛИКИ

Дуэйн «Скала» Джонсон стал лицом Ford

Актер и бывший рестлер заключил маркетинговый контракт с автомобильным брендом

поделиться:

f

B

1

9

TS

Подписаться

Ford Motor Company объявила о старте в США новой рекламной кампании под названием «Специалисты Ford» («The Specialists at Ford»), посвященной сервисному обслуживанию. Главным лицом кампании стал бывший рестлер, герой большого экрана, продюсер и предприниматель Дуэйн «Скала» Джонсон.

После завершения карьеры рестлера в WWE в 2003 году Скала начал актерскую карьеру и прославился ролями в таких фильмах, как «Царь скорпионов», «Сокровище Амазонки», «Анаболики», «Разлом Сан-Андреас» и др. Дуэйн фанат Ford, владеющий тремя автомобилями этой марки Ford, первый из которых он купил, когда ему было всего 15. Сейчас любимец Дуэйна — пикап F-150, также известный как «Черная горилла».

«Я купил классический синий Thunderbird 1977 года за 40 долларов. Денег не осталось даже на бензин, но он был мой, и с тех пор я стал фанатом Ford». Сейчас любимец Дуэйна — пикап F-150, также известный как «Черная горилла», говорит Скала. Дуэйн с давних пор является фанатом всего, что связано с автомобилями. Он сыграл одного из главных героев в трех последних частях саги «Форсаж» и уже снимается в следующей.

популярное

Как реконструировать старую машину

14:02 < 15

Катастрофа: фейк о трагедии крушения

10:23 < 15

Минусна динамика кевостала

10:24 < 22

Телеканал ребрендинг

10:28 < 34

«Одноклассники» улучшили интерфейс

10:28 < 34

Дуэйн «Скала» Джонсон стал лицом Ford (ВИДЕО)

Автор: Елена Алексеева Фото: Ford Видео: Ford

Издание: Интернет

Тег: видео, реклама, автосервис

Марка и модель: Ford

Новость Обсуждение Фото [СМОТРЕТЬ КОМПЛЕКТАЦИИ И ЦЕНЫ](#)

Ford объявил о начале нового проекта под названием «Специалисты Ford», посвященного сервисному обслуживанию своих автомобилей. Лицом кампании стал бывший рестлер, актер, продюсер и предприниматель Дуэйн «Скала» Джонсон.

После завершения карьеры рестлера в WWE в 2003 году Дуэйн «Скала» Джонсон стал актером и прославился ролями в таких фильмах, как «Царь скорпионов», «Сокровище Амазонки», «Анаболики», «Разлом Сан-Андреас», «Форсаж» и др.

Теперь он еще и герой рекламной кампании «Специалисты Ford». У команды технического персонала Ford во главе с Джонсоном есть все необходимое — отличная команда, специальное оборудование и качественные комплектующие. Джонсон написал на своей странице в Facebook, что философия сервисного отдела Ford — «заботиться о людях» — ему близка, и неважно, идет ли речь о фильме или обслуживании автомобиля.

В рамках кампании производитель обещает предоставить еще несколько роликов с участием любимого актера.

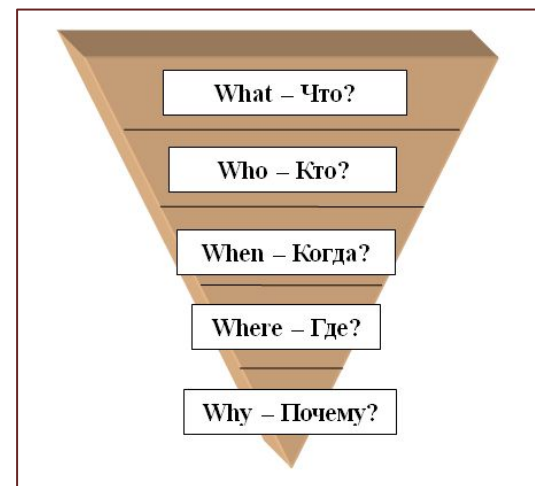
Сам Дуэйн владеет тремя автомобилями Ford, первый из которых он купил, когда ему было всего пятнадцать. Это классический синий Thunderbird 1977 года, который Джонсон приобрел за 40 долларов. Больших денег не было, но хватило даже на бензин, но с тех пор он считает себя фанатом Ford. Недавно Дуэйн решил подарить своей домохозяйке новый Ford Edge, чем растрогал ее до слез. А сам ездит на пикапе F-150, также известном как «Черная горилла».

Ford в последнее время любит удивлять своих клиентов. Так, недавно компания научила свою мультимедийную систему распознавать региональные акценты 17 языков. Система запоминает акцент водителя после нескольких произнесенных им слов. По мнению разработчиков, это сблизит автомобиль и водителя.

2. Первый абзац пресс-релиза – **ЛИД-АБЗАЦ** отражает элементы мягкой новости – т.е. отвечать на вопросы ***Кто? Что? Когда? Где? и Как? Каким образом?***

Лид-абзац выделяется жирным начертанием.

3. Релиз строится по принципу **ПЕРЕВЕРНУТОЙ ПИРАМИДЫ:**



4. В один из абзацев (во 2-ой половине релиза) рекомендуется вставить **ЦИТАТУ** из высказывания первого / должностного лица, что придаст информации бОльшую достоверность:

Желательно, чтобы цитата содержала элементы личностного отношения первого лица к событию / ситуации, которая легла в

ДИРБОРН, Мичиган, 13 октября 2015 – Ford Motor Company объявила о старте в США новой рекламной кампании под названием «Специалисты Ford» («The Specialists at Ford»), посвященной сервисному обслуживанию. Главным лицом кампании стал бывший рестлер, герой большого экрана, продюсер и предприниматель Дуэйн «Скала» Джонсон.

После завершения успешной карьеры рестлера в WWE в 2003 году Дуэйн начал актерскую карьеру и прославился ролями в таких фильмах, как «Царь скорпионов», «Сокровище Амазонки», «Анаболики», «Разлом Сан-Андреас» и др.

Героями рекламной кампании стали «специалисты Ford» – это высококлассная команда технического персонала Ford во главе с Джонсоном. У этой увлеченной команды есть все необходимое – подготовка, диагностическое оборудование и комплектующие от подразделения Ford Motorcraft, выпускающего запчасти и комплектующие.

Джонсон написал на своей странице в Facebook, что философия сервисного отдела Ford перекликается с его личными убеждениями – «Заботясь о людях», – и неважно, идет ли речь о качестве фильма или обслуживании автомобиля.

Дуэйн – владелец трех автомобилей Ford, первый из которых он купил, когда ему было всего 15: «Я купил классический синий Thunderbird 1977 года за 40 долларов. Денег не осталось даже на бензин, но он был мой, и с тех пор я стал фанатом Ford». Недавно за годы кропотливой работы Дуэйн решил подарить своей домохозяйке новый Ford Edge, о чем сделал пост у себя в [Instagram](#): «10 лет она заботилась о наших домах с любовью мамы и зоркостью орлицы. Только что порадовал Эсперанзу новой машиной! Удивление на её лице было бесценно #ОченьКрутойМомент»

Сейчас любимец Дуэйна – пикап F-150, также известный как «Черная горилла». Ford F-150 выбирают такие мировые звезды, как Ченнинг Татум, Дэвид Бекхэм, Кен Блок, Шайа Лабаф.

5. Последний абзац должен содержать **КРАТКУЮ ИНФОРМАЦИЮ О КОМПАНИИ:**

- ее видах деятельности,
- количестве лет на рынке (дата основания),
- основных этапах развития,
- достижениях, наградах

###

Информация о Форд Мотор Компани

Форд Мотор Компани – мировой лидер автомобильной индустрии, производит и продает автомобили на шести континентах. Штаб-квартира компании находится в городе Дирборн (США, штат Мичиган). 66 заводов расположено по всему миру. Количество сотрудников – около 195 000 человек. Компания представляет автомобильные марки Ford и Lincoln. Финансовые услуги реализуются через Форд Мотор Кредит Компани. Более подробная информация о компании размещена на сайте www.ford.com.

Ford of Europe производит, продает и обслуживает автомобили марки Ford на 50 рынках. Сотрудниками организации являются около 68 000 человек, включая 53 000, работающих на собственных предприятиях компании. Кроме Форд Мотор Кредит Компани в состав Ford of Europe входит подразделение Форд по обслуживанию клиентов и 24 производственных предприятия (16 из которых полностью принадлежат компании, а 8 являются собственностью совместных предприятий). Первые автомобили Ford появились в Европе в 1903 году – в год основания компании. Европейское производство началось в 1911 году.

Контакты: Отдел по связям с общественностью
Ford Sollers
+7 (495) 745 97 00
rusmedia@ford.com

ПРОБЛЕМА: как привлечь внимание СМИ малому бизнесу с помощью пресс-релиза?

- Рассказать о том, что:

- 1) Запускается специальная акция**
- 2) Продукт адаптирован под Россию (российские условия эксплуатации / российского покупателя)**
- 3) Подкрепление информации данными социсследования, проведенного по отрасли**
- 4) 1000-й покупатель, 10 000-й автомобиль – значимые для компании цифры**



10 ярких киноролей автомобилей Ford в Бондиане

МОСКВА, 29 октября 2015 г. – Выбор достойного автомобиля для киногероя, будь то брутальный мацо или элегантный джентльмен, – задача не из простых. Здесь нужен точный расчет: стильный и технологически переводовой автомобиль с отличной управляемостью, который одинаково хорош и для тонкого флирта, и для стремительных гонок на выживание. К российской премьере «007: Спектр» – двадцать четвертого фильма о приключениях британского агента Джеймса Бонда – Ford предлагает вспомнить десять ярких киноролей автомобилей Ford в Бондиане.

1. «Доктор Ноу» (1962)

[Ford Anglia 105E](#) стал первым автомобилем Ford, снявшимся в Бондиане, появившись в сюжете самого первого фильма из киносери о суперагенте 007. В первых сценах ка на сотрудника британской разведывательной службы по имени Стренгвейз нападаю тот садится в свой Ford Anglia 105E.

2. «Голдфингер» (1964)

[Lincoln Continental](#) (Lincoln является принадлежащим Ford брендом в США) стал мес последнего пристанища для несговорчивого гангстера Мистера Соло после того, как отказался присоединиться к дерзкой операции злодея Голдфингера. Машину вместе уничтожает на свалке лома Оддjobb, помощник Голдфингера.

В этой же картине в сцене преследования на живописном перевале Фурка в Швейцарии снялся кабриолет [1964 Ford Mustang](#). Управляла автомобилем героиня фильма Тилли Мастертон, которую после неудавшегося выстрела в Бонда суперагент заставляет уйти с дороги с помощью встроенного в колеса его автомобиля специального режущего «гаджета», который «устраняет» Mustang. Роль в «Голдфингер» стала дебютной для Ford Mustang, который за свою полувековую кинокарьеру снялся в более чем 500 фильмах.

3. «Шаровая молния» (1965)

[Ford Fairlane Skyliner](#), которым управлял агент террористической группировки «Спектр» граф Липпе, постигла незавидная участь – его взрывает Фиона Вольпе, используя встроенную в мотоцикл BSA ракетную установку. Сцена снималась на гоночном треке Сильверстоун в



Ford отмечает 21-летие в качестве официального партнёра Лиги чемпионов УЕФА Новый Kuga на Фестивале чемпионов в Лондоне

КЕЛЬН, Германия, 24 мая 2013 года – Ford of Europe отмечает 21-летие в качестве официального партнера Лиги чемпионов УЕФА, представляя крупнейший в истории стенд в рамках четырехдневных футбольных торжеств Фестиваля чемпионов УЕФА, где посетители увидят новый Ford Kuga, новую Ford Fiesta ST и специально приглашенного гостя – пилота Кена Блока.

На Фестивале чемпионов УЕФА, который проходит в Олимпийском парке в Лондоне до воскресенья 26 мая, фанаты могут познакомиться поближе с новым смарт-кроссовером Ford Kuga, пройти тест-драйв в сопровождении специалистов и узнать о передовых технологиях Ford.

Посетители также смогут увидеть новую Fiesta ST, которая примет участие в выступлениях, в ходе которых специально приглашенный пилот Кен Блок сегодня продемонстрирует 4 уникальных номера.

«Это наше крупнейшее за всю историю присутствие на Фестивале чемпионов, и оно совпадает с финальным этапом нашей акции, в рамках которой мы раздаем рекордное количество билетов на финал Лиги чемпионов УЕФА, – прокомментировал Розлант де Ваард, вице-президент по маркетингу, продажам и сервису, Ford of Europe. – Так же, как финал Лиги чемпионов демонстрирует лучший европейский футбол, на Фестивале чемпионов мы продемонстрируем лучшие технологии, представленные в нашей линейке автомобилей Ford».

Новый Ford Kuga предлагает первую в сегменте систему открывания багажника «hands-free», мультимедийную систему Ford SYNC с голосовым управлением на русском языке, а также оснащается новой интеллектуальной системой полного привода (AWD), обеспечивающей отличную управляемость и проходимость, и обладает одним из лучших в классе расходом топлива.

Информация о Форд Мотор Компани

Форд Мотор Компани – мировой лидер автомобильной индустрии, производит и продает автомобили на шести континентах. Штаб-квартира компании находится в городе Дирборн (США, штат Мичиган). 65 заводов расположено по всему миру. Количество сотрудников – около 175 000 человек. Компания представляет автомобильные марки Ford и Lincoln. Финансовые услуги реализуются через Ford Мотор Кредит Компани. Более подробная информация о компании размещена на сайте <http://corporate.ford.com>.

Ford of Europe производит, продает и обслуживает автомобили марки Ford на 50 рынках. Сотрудниками организации являются более 69 000 человек, включая 47 000, работающих на собственных предприятиях компании. Кроме Ford Мотор Кредит Компани в состав Ford of Europe входит подразделение Ford по обслуживанию клиентов и 24 производственных предприятия (15 из которых полностью принадлежат компании, а 9 являются собственностью совместных предприятий). Первые автомобили Ford появились в Европе в 1903 году – в год основания компании. Европейское производство началось в 1911 году.

Контакты: Отдел по связям с общественностью
Ford Sollers
+7 (495) 745 97 00
rusmedia@ford.com



Задание 7 ноября 2011:

Ваша компания объявляет СМИ о сотрудничестве **с любым другим производителем / дистрибьютером услуг / дизайнерским домом / государственной организацией** и т.д. по вопросу совместного вывода на рынок нового продукта / услуги

НАПРИМЕР: с 7 ноября 2015 года Вы вводите новую систему клубных скидок вместе с рестораном «Евразия»

Почему это интересно и Вам, и «Евразии», и Вашим клиентам?