

Копирайтинг

ТЕМА №11

1. УСПЕШНЫЕ пресс-релизы

**Пивоваренная
компания «Балтика»**

Volvo

Русское радио

**Филипп Моррис
Интернешнл**

Тинькофф Банк

X5 Retail Group

Аэрофлот

**Более 1000 тульских фанатов
встретились с футболистами
«Арсенала» на площадке бренда
«Арсенальное»**

Опубликован 03.11.2015 14:53 Просмотров всего: 149; сегодня: 1.

Более 1000 тульских фанатов встретились с футболистами "Арсенала" на площадке бренда "Арсенальное"

Подошла к завершению осенняя серия встреч канониров с поклонниками футбола и бренда «Арсенальное» - официального спонсора ПФК «Арсенал». Одиннадцать игроков основного состава «Арсенала» увиделись с фанатами в неформальной обстановке футбольной зоны самого тульского пивного бренда.

Весь октябрь по пятницам благодаря бренду «Арсенальное» туляки могли пообщаться с игроками «Арсенала». Суммарно встречи посетили более 1000 фанатов, и каждый смог увидеть своих кумиров, получить автографы и сделать памятные фото. Для памятных надписей болельщики припасли самые разнообразные предметы, помимо традиционных постеров клуба, флажков «Арсенальное» и фанатских шарфов в ход пошли банковские карты, бейсболки, кейсы для мобильных и даже чехол для запасного колеса от любимого авто.

Капитан «Арсенала» Младен Кашчелан: «Я думаю, что это мероприятие несёт только позитивные эмоции для нас и болельщиков. У меня такие встречи вызывают сильные положительные переживания, удивительно сколько людей приходит нас увидеть. Когда я смотрю в глаза туляков, которые поддерживают меня и «Арсенал», то чувствую желание играть для них».

Ожидать своей очереди для общения с канонирами было совсем не скучно. Все желающие смогли сыграть в настольный футбол и показать своё мастерство, играя за «Арсенал» на PlayStation. За весь период работы площадку «Арсенальное» посетили почти 4 000 туляков.

Встречи с футболистами состоялись в рамках спонсорского соглашения между ПФК «Арсенал» и брендом «Арсенальное». Поддержка тульского клуба «Арсенальным» - это, прежде всего, инвестиции в развитие спорта высоких достижений в нашей стране и работу с болельщиками, которые вдохновляют своих кумиров на новые победы.



Ньюсмейкер: Пивоваренная компания Балтика
Сайт: www.baltika.ru



**Volvo Cars формирует свое видение
роскоши**

VOLVO CARS ФОРМИРУЕТ СВОЕ ВИДЕНИЕ РОСКОШИ

История показывает, что мировым премиальным брендам приходится решать непростые задачи – им необходимо реагировать на стремительно меняющиеся предпочтения клиентов и их восприятие роскоши. К таким выводам пришли эксперты, которые изучали эволюцию этой ниши рынка по заказу Volvo Cars.

Лидирующее в области изучения мировых трендов агентство Kjaer Global исследовало эволюцию восприятия роскоши, а результаты проведенной работы будут использоваться компанией Volvo Cars, которая реализует стратегию трансформации бренда.

В Volvo Cars уверены, что за прошедшее десятилетие понимание роскоши претерпело изменения, и сегодня люди воспринимают роскошь не только как материальную ценность, но и как возможность распоряжаться своим временем и получать позитивные, жизнеутверждающие эмоции. Отчет по результатам исследования, который должен быть опубликован в начале следующего года, свидетельствует о том, что известные бренды премиум-класса ощущают необходимость трансформации, которая позволит им олицетворять современное понимание роскоши, не основанное на логотипах. За последнее время отмечается заметное снижение продаж товаров массовых брендов, и на первый план выходят компании, способные предложить свое уникальное видение бренда и качества товаров, причем оценить это могут лишь понимающие и разбирающиеся клиенты.

Новое понимание роскоши – сбалансированное восприятие жизни

«Мы видим, что концепция "новой роскоши" сказывается на определенных направлениях и отраслях, в том числе на автомобильной промышленности. Это также очевидно в мире моды, путешествий и в других сферах, где предлагаются товары и услуги высокого класса. Исходя из данных отчета, мы понимаем, что многим зарекомендовавшим себя брендам придется быстро адаптироваться и предлагать более персонализированный, эксклюзивный подход, ориентируясь на ожидания клиентов. Если они этого не сделают, они рискуют оказаться на обочине», - считает Бьёрн Аннвалль (Björn Annwall), старший вице-президент по продажам, маркетингу и обслуживанию клиентов Volvo Car Group.

В отчете приведен ряд ключевых направлений, включая своевременно внедряемые инновации, средства подключения и устойчивого доступа, растущий спрос на высокий уровень компетенции и высококачественное изготовление, аутентичность и творческий подход. Все эти аспекты связаны со стремлением покупателей к более полному ощущению жизни. Особого внимания в отчете заслуживают набирающие популярность тенденции, которые эксперты охарактеризовали как "женский фактор" и "фактор качества жизни", - в них отражена растущая потребность в осознанном выборе образа жизни, а также желание достичь баланса в отношении к ней.

«Мы планируем в скором времени вывести на рынок наш новый седан премиум-класса – Volvo S90, - отметил Бьёрн Аннвалль. – Мы считаем, что нам удалось понять концепцию новой роскоши, однако окончательное решение - за нашими клиентами. У Volvo Cars всегда есть собственное видение. Мы всегда подходили к разработке дизайна и восприятию автомобиля в целом с позиции человека, и я думаю, именно благодаря такому подходу наши автомобили соответствуют ожиданиям наших клиентов.»

Недавно Volvo Cars представила миру новый XC90, подтвердив свои уверенные позиции в премиальном сегменте автомобильного рынка. Новый внедорожник получил много высоких оценок за инновационный подход в таких сферах, как комфорт, дизайн и взаимодействие водителя с системами автомобиля.

Полный отчет об эволюции роскоши будет опубликован в начале 2016 года, вместе с видением современной роскоши в автомобильной отрасли, которое разделяют в Volvo Cars.

**В ЭФИРЕ ХИТ-ПАРАДА «ЗОЛОТОЙ ГРАММОФОН»
ПРОЗВУЧАТ ЛУЧШИЕ ХИТЫ ЗА ДВА
ДЕСЯТИЛЕТИЯ**

Этой осенью в хит-параде «Золотой Граммофон» на «Русском Радио» мы вспоминаем самые яркие музыкальные хиты за последние двадцать лет. Экскурс в историю посвящен 20-летию хит-парада.

В честь приближающегося юбилея радиостанция «Русское Радио» представляет специальный цикл программ «Золотой Граммофон. Лучшее за 20 лет». Вы не просто услышите хиты, под которые выросли, учились, влюблялись, выходили на свою первую работу и так далее, а окунетесь в прошедшие эпохи. Каждая программа будет наполнена воспоминаниями о том, как мы жили, на чем ездили, во что играли в то время, когда на радио звучала та или иная песня. Старт специальных выпусков – с 11 сентября.

В эфире прозвучат подборки из песен-победителей «Золотого Граммофона» разных лет, а также исторические справки и комментарии тех, кто принимал непосредственное участие в создании этих хитов. Кроме того, вас ждут интервью с ведущими прошлых лет еженедельного хит-парада «Золотой Граммофон», музыкантами, продюсерами, и архивные записи радиопрограмм.

Проводником в историю хит-парада станет ведущий Иван Суворов.

Включайте «Русское Радио» и вспоминайте с нами все лучшее, что было на российской эстраде за последние 20 лет! Оживить в памяти самые яркие моменты прошлого и поностальгировать всегда приятно, так что не пропустите: специальные выпуски программы «Золотой Граммофон», каждую пятницу с 17.00 до 19.00. повтор – по воскресеньям с 11.00 до 13.00.

**АФФИЛИРОВАННЫЕ
КОМПАНИИ «ФИЛИП MORRIS
ИНТЕРНЭШНЛ»
ПРИЗНАНЫ ОДНИМ ИЗ
ЛУЧШИХ РАБОТОДАТЕЛЕЙ
РОССИИ 2015**



АФФИЛИРОВАННЫЕ КОМПАНИИ «ФИЛИП MORRIS ИНТЕРНЭШНЛ» ПРИЗНАНЫ ОДНИМ ИЗ ЛУЧШИХ РАБОТОДАТЕЛЕЙ РОССИИ 2015

МОСКВА, 11 февраля 2015 года. – Аффiliated компании «Филип Моррис Интернэшнл» (ФМИ) были признаны одним из лучших работодателей России в 2015 году по оценке Института Лучших Работодателей (Top Employer Institute). Институт занимается сертификацией крупнейших компаний-работодателей по всему миру, оценивая условия труда, которые те предоставляют своим сотрудникам. Получение такого сертификата означает, что в компании созданы отличные условия для работы и широкие возможности для профессионального развития.

Сертификация Top Employer проводится ежегодно на базе независимого исследования. Следуя авторской методике, Институт анализирует практики управления людьми в компаниях, после чего результаты проходят аудиторскую проверку в консалтинговой фирме Grant Thornton. Чтобы получить сертификат, работодатели должны доказать свое соответствие международным стандартам по ряду критериев: стратегия управления талантами, планирование кадровых ресурсов, программы адаптации новичков, обучение и развитие, оценка эффективности труда, программы развития лидерства, компенсации и льготы, корпоративная культура.

Фредерик Пателлуччи, Вице-президент по работе с персоналом аффiliated компаний ФМИ в России: *«Наши сотрудники – залог успеха всей организации, и мы верим, что, инвестируя в их знания и навыки, мы инвестируем в свое будущее. Стремимся привлечь и удержать самых талантливых сотрудников, мы предлагаем уникальные и захватывающие возможности для обучения и работы, где каждый способен внести весомый вклад в общее дело, а также конкурентные программы признания и вознаграждения. Мы гордимся, что эти усилия были оценены по достоинству и удостоены сертификата лучшего работодателя. Мы продолжим поддерживать в компании такую рабочую среду, которая позволяет нашим профессионалам эффективно расти и развиваться в динамичной международной организации».*

В аффiliated компаниях ФМИ в России трудятся 4500 сотрудников. Являясь частью международного бизнеса, организация позволяет им получать деловой опыт в мульти-культурной среде, где работа за рубежом и кросс-функциональные перемещения являются неотъемлемым элементом профессионального развития. Комплексный подход к корпоративному обучению, эффективные процессы управления талантами, дружелюбная и открытая корпоративная культура делают аффiliated компании ФМИ в России прекрасным местом для построения карьеры.

Юдита Оудр Согтоен, Директор по развитию международного бизнеса Института Лучших Работодателей: *«Наше масштабное исследование показало, что аффiliated компании ФМИ в России входят в число избранных работодателей, которые создают наилучшие условия труда и действительно заботятся о своих сотрудниках. Получив наш сертификат, организация может по праву считать себя одним из лучших работодателей в мире».*

Отметим, что в прошлом году ФМИ получили сертификат Top Employer в более чем 10 странах Европы, включая Францию, Германию, Италию, Швейцарию и Великобританию.

«Филип Моррис Интернэшнл Инк.» (ФМИ): ведущая международная табачная компания, владеющая 7 из 15 популярнейших международных табачных брендов в мире во главе с Marlboro, самой продаваемой маркой сигарет. Производство ФМИ реализуется в более чем 180 странах мира. В 2014 году компания приносила около 15,6% мирового рынка сигарет за пределами США, или 28,6% без учета ЮР и США. Подробнее о компании можно узнать на официальном сайте www.pmi.com.

Аффiliated компании ФМИ в России: ФМИ в России представлена тремя аффiliated компаниями – фабрикой ЗАО «Филип Моррис Инк.» в Ленинградской области и ОАО «Филип Моррис Кубань» в Краснодаре, а также организацией ООО «Филип Моррис Сайтс энд Меркетинг» с филиалами в порядка 100 городах страны. На сегодняшний день, объем инвестиций ФМИ в Россию составляет около 1,5 млрд. долл. США. В общей сложности, в аффiliated компаниях работает более 4 500 высококвалифицированных профессионалов.

Институт Лучших Работодателей (Top Employer Institute): узнать подробнее можно на сайте www.top-employers.com.

**С октября по декабрь 2015 года
клиентам Тинькофф Банка
вернут 5% расходов при оплате
дебетовой картой товаров и
услуг в категориях «аптеки»,
«кино» и «штрафы ГИБДД»**



Тинькофф
Банк

С октября по декабрь 2015 года клиентам Тинькофф Банка вернут 5% расходов при оплате дебетовой картой товаров и услуг в категориях «аптеки», «кино» и «штрафы ГИБДД»

1 октября 2015, 17:29

Тинькофф Банк объявляет новые категории 5%-го cashback для рублевых и валютных дебетовых карт Tinkoff Black с 1 октября по 31 декабря 2015 г. включительно.

В четвертом квартале 2015 года Тинькофф Банк возвращает своим клиентам на дебетовую карту Tinkoff Black 5% расходов при оплате товаров и услуг по категориям «аптеки» и «кино», а также при оплате штрафов ГИБДД через интернет-банк Тинькофф Банка:

- категорию «аптеки» включает в себя аптеки, лекарства, дистрибьюторов лекарственных препаратов и онлайн-аптеки (коды 5122, 5292, 5295, 5912);
- категория «кино» включает в себя посещение кинотеатров, услуги кинопроката, а также услуги по производству и дистрибуции видеоматериалов (коды 7829, 7832, 7841);
- категория «штрафы ГИБДД» включает в себя погашение штрафов ГИБДД через интернет-банк Тинькофф Банка.

Тип расходов при оплате картой определяется автоматически по универсальному международному коду MCC (Merchant Category Code) банками, обслуживающими торгово-сервисные предприятия. Средства по программе cashback начисляются клиентам раз в месяц по окончании расчетного периода.

Лимит возврата денег на счет клиента составляет 3000 рублей / 100 долларов США / 100 евро в месяц соответственно. По остальным покупкам, не относящимся к установленным категориям, cashback составляет 1%. Для клиентов Тинькофф Банка также действует программа cashback для рублевых и валютных дебетовых карт «Тинькофф Таргет».

Тинькофф Банк выпускает дебетовые карты с доходностью 8% годовых на остаток средств до 500 000 рублей (для рублевых) / с доходностью 0,5% годовых на остаток средств до 10 000 USD / 10 000 EUR (для долларов США / евро) при наличии операции покупки за расчетный период. Карту можно использовать для хранения денежных средств, доступных в любой момент, для снятия наличных и оплаты покупок. Снятие в любых банкоматах суммы свыше 3000 рублей / 100 USD / 100 EUR согласно соответствующим тарифам — без комиссий. Услуги интернет-банка и мобильного банка — бесплатно.

**«ПЯТЕРОЧКА» И «ЕВРОСЕТЬ»
ЗАКЛЮЧИЛИ СОГЛАШЕНИЕ О
СОТРУДНИЧЕСТВЕ**

«ПЯТЕРОЧКА» И «ЕВРОСЕТЬ» ЗАКЛЮЧИЛИ СОГЛАШЕНИЕ О СОТРУДНИЧЕСТВЕ

Москва, 29 октября 2015 г. – X5 Retail Group, одна из ведущих мультиформатных розничных российских компаний, объявляет о заключении соглашения о сотрудничестве торговой сети «Пятерочка» и сети салонов связи «Евросеть». Партнерство предусматривает открытие 150 компактных центра платежей «Евросеть» в магазинах «Пятерочка» до конца 2015 года. 40 из них будут расположены в универсамах Москвы и Московской области, 20 – в Санкт-Петербурге, остальные разместятся в других регионах присутствия торговой сети.

Салоны «Евросеть», площадью до 10 кв. м, будут расположены в прикассовой зоне магазинов «Пятерочка». В рамках соглашения предусмотрено размещение точек продаж «Евросеть» по единой ставке арендной платы, не зависящей от площади салона и от региона.

В соответствии с потребностями покупателей магазинов «Пятерочка» был разработан новый имиджевый проект салона с оптимизированным ассортиментом и акцентом на информацию об услугах. Ключевые услуги платежного магазина – это продажа sim-карт, денежные переводы, оплата ЖКХ, телевидения, интернета, погашение кредитов, авиа-, железнодорожные и автобусные билеты.

Сотрудничество с «Пятерочкой» обеспечит «Евросеть» широкой сетью дистрибуции в целевой аудитории, а также откроет новые возможности масштабирования бизнеса пропорционально росту федеральной сети. Это партнерство за счет комплементарности ценностного предложения торговой сети и сети салонов связи будет способствовать увеличению трафика за счет предоставления покупателям дополнительных услуг и сервисов.

Подобные формы сотрудничества являются частью стратегии торговой сети «Пятерочка» по развитию партнерских отношений в приоритетных категориях «дополнительных сервисов», к которым, помимо салонов мобильной связи, также относятся аптеки, предприятия бытовых услуг, магазины детских товаров, отделы кулинарии и другие. Главная цель партнерств в области субаренды – формирование комплексного предложения товаров и услуг, востребованных в конкретной локации. В рамках этого торговая сеть «Пятерочка» формирует пул крупных партнеров, специализирующихся на предоставлении определенной услуги или производстве и реализации товара, а также готовых обеспечить их отличное качество.

Справочная информация:

X5 Retail Group (тикер на Лондонской фондовой бирже — FIVE, рейтинг Moody's — Ba3, рейтинг S&P — BB-, рейтинг Fitch — BB) - одна из ведущих российских продуктовых розничных компаний. Компания управляет магазинами нескольких торговых сетей: магазинами у дома под брендом «Пятерочка», супермаркетами под брендом «Перекресток», гипермаркетами под брендом «Карусель», магазинами «Экспресс-Ритейл» под различными брендами.

**Аэрофлот отменяет рейсы в/из
Каира с 14 ноября 2015 года**

📅 13 ноября 2015

Аэрофлот отменяет рейсы в/из Каира с 14 ноября 2015 года

13 ноября 2015 года, Москва. – Аэрофлот принял решение о приостановлении полетов на линии Москва-Каир и отмене рейса SU 401 с 00ч. 14.11.2015 в связи с низкой коммерческой загрузкой.

С 6 ноября 2015 года Аэрофлот в соответствии с требованием Росавиации осуществлял перевозку пассажиров на линии Москва-Каир только в одну сторону – в Москву. В столицу Египта лайнеры Аэрофлота вылетали без пассажиров. Продажа билетов в/из Египта была остановлена, пассажиропоток практически иссяк.

В связи с коммерческой нецелесообразностью продолжения выполнения полетов принято решение приостановить выполнение рейсов, начиная с 14 ноября 2015 года. Пассажиры с билетами Аэрофлота на рейсы из Каира в Москву будут переоформлены на рейсы компаний-партнеров по альянсу SkyTeam и перевезены в Москву стыковочными маршрутами.

Все пассажиры отмененных рейсов могут сдать билеты и получить оплаченную стоимость перевозки без штрафных санкций.

Подробная информация о правилах возврата и переоформления билетов доступна круглосуточно в колл-центре Аэрофлота по телефону 8-800-444-5555.

***АЭРОФЛОТ** — лидер воздушного транспорта России, член глобального авиационного альянса SkyTeam. Совокупная маршрутная сеть альянса насчитывает 1057 пунктов в 179 странах. В 2014 году Аэрофлот перевез 23,6 млн человек, а с учетом авиакомпаний Группы «Аэрофлот» — 34,7 млн.*

***Аэрофлот** в 2015 году в четвертый раз стал обладателем престижной международной премии SkyTrax World Airline Awards в категории «Лучшая авиакомпания Восточной Европы».*

***Аэрофлот** располагает одним из самых молодых самолетных парков в мире, который насчитывает 165 воздушных судов. Аэрофлот базируется в Москве, в международном аэропорту Шереметьево.*

***Аэрофлот** входит в число мировых лидеров по обеспечению безопасности полетов. Коэффициент программы Европейской комиссии SAFA у Аэрофлота соответствует уровню ведущих мировых авиакомпаний.*

***Аэрофлот** первым из российских перевозчиков вошел в реестр операторов IOSA и постоянно подтверждает этот сертификат. Авиакомпания успешно прошла аудит безопасности наземного обслуживания ISAGO. Интегрированная система менеджмента ПАО «Аэрофлот — российские авиалинии» сертифицирована по стандартам ISO 9001:2008 и ISO 14001:2004.*

Пресс-релиз:
ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА НАПИСАНИЯ

1. Информация не должна носить открытого рекламного характера =

событие, которое освещается в пресс-релизе, должно быть **значимым для тех или иных слоев общества**, событие может быть направлено на решение социально значимых проблем.

«Хватит терять деньги!» - с этим лозунгом Скидка.ру вернёт покупателям в 2016 году более 2 500 000 000 рублей.

Москва, 09 сентября 2015 – В российском сегменте интернета начал работу сервис, позволяющий покупать в известных интернет-магазинах дешевле. Знакомьтесь: Скидка.ру.

Главным инструментом получения выгодной цены является кэшбэк — это новая система, экономящая покупателю до 30%.

Компания Скидка.ру образована в 2011 году командой топ-менеджеров сети мобильной электроники Цифровой центр ИОН.

На сегодняшний день Скидка.ру объединяет более 300 интернет-магазинов и сервисов, оборот которых составляет порядка 80% розничных покупок россиян в интернете. Среди партнеров сервиса такие гиганты электронной коммерции, как китайский онлайн-маркет AliExpress, сервис бронирования отелей Booking.com, интернет-магазины программного обеспечения корпораций Apple и Microsoft, а также веб-бутики модной одежды и аксессуаров laModa.ru и ASOS.

«Скидка.ру – один из простейших способов покупать дешевле в лучших интернет-магазинах. Механизм работы сервиса максимально прост: перед тем, как что-то купить, зайдите на Скидка.ру, выберите нужный магазин, перейдите на него и покупайте, как обычно.

Интернет-магазины платят нам комиссию за состоявшуюся сделку, и 80% от этой комиссии мы возвращаем вам в личный кабинет на Скидка.ру. Это называется кэшбэк.

Из личного кабинета кэшбэк можно вывести через 2-4 недели на мобильный телефон, банковскую карту или Яндекс.Деньги», - рассказывает о новом сервисе Дмитрий Кузьмицкий, директор по маркетингу Скидка.ру.

По нашим данным, объём онлайн-ритейла в рунете растёт ежегодно на 20%. Согласно существующим прогнозам, в 2015-м он составит порядка 800 миллиардов рублей. Скидка.ру предполагает, что к концу этого года привлечёт до 5% интернет-покупателей, которым в 2016-м году планирует вернуть с их покупок более 2,5 миллиардов рублей.

«Бизнес-модель Скидка.ру является наиболее приемлемой для компаний, сосредоточенных на онлайн-продажах. Интернет-магазин, в который приходят зарегистрированные пользователи нашего сервиса, получает реальных покупателей, а не низкий CTR с высоким CPC. Механизм прозрачен и выгоден для всех участников процесса», - продолжает Дмитрий.

По прогнозу основателей сервиса Скидка.ру, предложенная компанией модель привлечения клиентов станет основной на российском рынке интернет-продаж уже к середине 2016-го года.

2. В пресс-релизе должна присутствовать информация, которая **заинтересует журналистов** и пробудит в них желание посетить мероприятие, чтобы впоследствии осветить его в своих СМИ.



3. Ценность лида определяет ценность всей последующей информации.

Задание 14.11.2015:

Ваша компания объявляет о крупнейшей предновогодней распродаже товаров / услуг **Black Friday**

- ООО «Бургер Кинг» объявляет о 50%-ной скидке на гамбургер, которая будет действовать в течение декабря
- Петербуржцы смогут месяц экономить на гамбургерах