КАК СДЕЛАТЬ ТАК, ЧТОБЫ ВАШ БРЕНД РЕКОМЕНДОВАЛИ БЛОГЕРЫ, СМИ И НЕЙРОСЕТИ

DAGESTAN MARKETING CLUB

ПИАР ИнтегралЪ



Юлиана Шунина,
основатель агентства
«Пиар Интеграл»

АГЕНТСТВО «ПИАР ИНТЕГРАЛ»



НИШИ

HoReCa, девелопмент, сервис, франчайзинг, фестивали, туризм, продвижение регионов

ГАСТРОБЛОГИНГ И ПРЕССТУРИНГ

Пиар-команда «Атланты Сити», Gastreet International Restaurant Show, фестиваля WD Fest, забега Run&Eat, комплекса «Главрыба», фестиваля «Чистая гора», форума «Нейронутрициология»
(Сеченовский университет)

Кураторы комьюнити **«Resti Юг и Кавказ»**

ЮЛИАНА ШУНИНА

20
ЛЕТ В ПИАР

колумнист гастрономических и деловых СМИ

автор книги «Связи с общественностью для людей без связей»

черный пояс по пиару
***белый пояс по джиу-джитсу**



МЕДИЙНЫЙ СЛЕД ≠ РЕКЛАМНЫЙ БЮДЖЕТ

Чтобы попасть в медиаполе, у бренда есть и другие активы

- Трансляция актуальных инфоповодов
- Выстраивание партнерских отношений с блогерами
- Создание качественного контента для своих и сторонних площадок



ТРИ КАНАЛА, ЧЕРЕЗ КОТОРЫЕ БРЕНД СТАНОВИТСЯ ЗАМЕТНЫМ



СМИ

Инфоповоды, экспертные комментарии, публикации о проекте и его результатах.



Блогеры

Личный опыт, доверие аудитории, амбассадорство и сотрудничество, основанное на общей идее.



Нейросети

Доступная, структурированная информация о бренде на сайте, в соцсетях и внешних источниках.

Системная работа расширяет возможности бренда и формирует его медийный след

ФЕСТИВАЛЬ ЭКОТУРИЗМА «ЧИСТАЯ ГОРА»

на курорте Эльбрус

ЗАДАЧА

Привлечь внимание СМИ к мероприятию, повысить осведомленность аудитории

РЕШЕНИЕ

- Инструменты: составление медиалистов, подготовка пресс- и пост-релизов, рассылка инфоповода.
- В основе коммуникации — социальная значимость мероприятия, некоммерческий формат.

Потенциальный охват — 46+ млн пользователей

РЕЗУЛЬТАТ

102 единицы контента **за 2 недели** работы, в том числе публикации в «Снобе», «Банки.ру», «Аэроэкспрессе», Sostav, РБК Компании.



GASTREET INTERNATIONAL RESTAURANT SHOW

Главное событие ресторанной индустрии

ЗАДАЧА

- Донести до ЦА ценность участия
- Поддерживать устойчивый интерес на протяжении всего периода продаж
- Усилить присутствие в медиаполе

РЕШЕНИЕ

- Вместо одного релиза — регулярное обновление инфоповодов
- Адаптация коммуникации под разные типы каналов
- Экспертные комментарии, колонки, спецпроекты



GASTREET INTERNATIONAL RESTAURANT SHOW

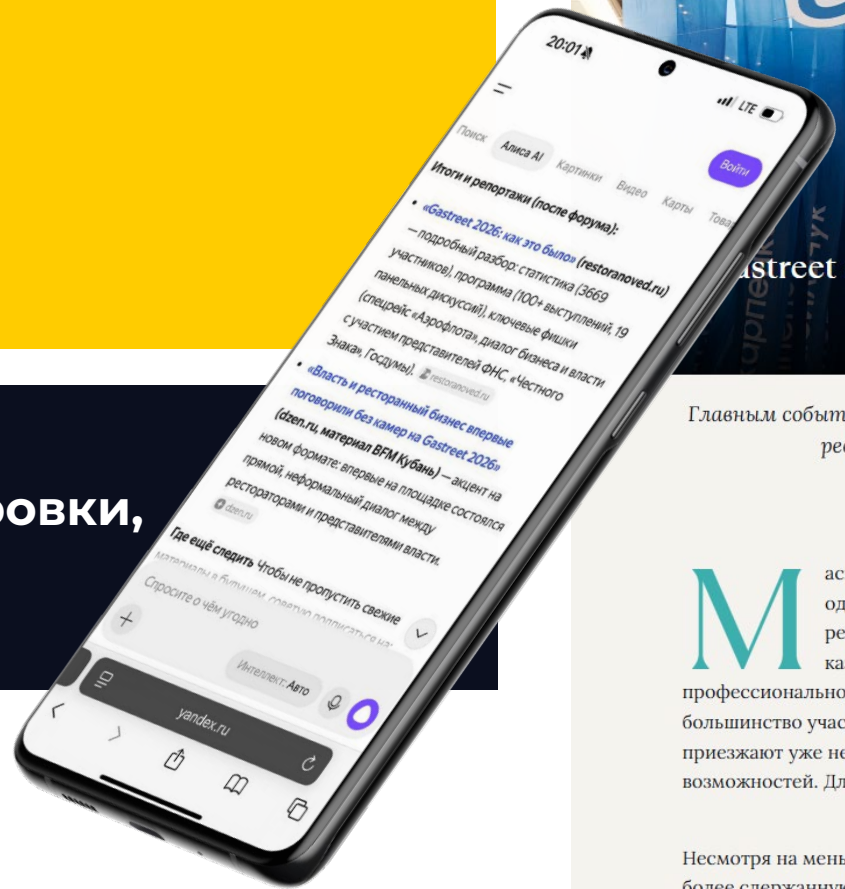
Главное событие ресторанной индустрии

РЕЗУЛЬТАТ

2023 год — **1200 интеграций**

2026 год — **852 интеграции**
(в том числе «Афиша», «Сноб», «Рамблер», «Ведомости» и др.)

Да, в 2023-м было проще жить без еридов и маркировки, но и сейчас повторить этот успех ВОЗМОЖНО





В | Как потратить

Главным событием форума ст
ресторанного би

9 июл

Масштабные шоу и
одного из главных
ресторанный рын
казался естествен
профессионального праздника. С
большинство участников восприн
приезжают уже не ради концерто
возможностей. Для меня именно

Несмотря на меньшее число учас
более сдержанную развлекатель

Сноб. Войти Подписаться

В британском Университете Уорика показали снимок первой зелёной звезды в галактике

Сервис Eternal Family включил фильм «Вий» в список самых странных кинолент

Вышел 115-й номер журнала «Сноб»

НОВОСТИ

15 ДЕКАБРЯ 2025 Г. В 17:54

11-й Gastreet International Restaurant Show пройдёт на Красной Поляне с обновлённой программой

С 7 по 12 июня на курорте «Красная Поляна 960» состоится 11-й Gastreet International Restaurant Show. Юбилейный фестиваль ресторанной индустрии представит обновлённый формат деловой и образовательной программы, новые треки и расширенные возможности для нетворкинга

Добавить Сноб в источники Google
Сноб будет чаще появляться у вас в Google.

Организаторы сделали ставку на стратегический вектор развития:

КАК РАБОТАТЬ СО СМИ, ЧТОБЫ ПОЛУЧАТЬ РЕЗУЛЬТАТ



Создавать и упаковывать инфоповоды, ценные для широкой аудитории



Быть партнером СМИ — не пытаться «нажиться», выстраивать долгосрочные лояльные отношения



Адаптировать контент под партнерские площадки, запускать коллаборации

RUN & EAT — БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ЗАБЕГ

ЗАДАЧА

Найти блогеров-амбассадоров, которые поддержат мероприятие на своих платформах и выйдут на старт

РЕШЕНИЕ

Коммуникация через общие ценности, креативная интеграция

РЕЗУЛЬТАТ

21 блогер поддержал проект, в том числе личным участием

332 000 ₽ — PR value (экономия на рекламных расходах)



ПРЕСС-ТУР ДЛЯ КОМПЛЕКСА «ГЛАВРЫБА»

ЗАДАЧА

- Создать информационную волну вокруг бренда
- Повысить узнаваемость за счет живых авторских материалов

РЕШЕНИЕ

- Продуманная четырехдневная программа пресс-тура
- Полное организационное сопровождение
- Максимум возможностей для создания разнообразного контента

РЕЗУЛЬТАТ

- **300+** единиц контента от блогеров
- **2,5+ млн** — потенциальный охват пользователей
- **5500+** новых подписчиков в соцсетях бренда



КАК ЭФФЕКТИВНО РАБОТАТЬ С БЛОГЕРАМИ

Чтобы автор захотел рассказать о бренде не в формате платной интеграции, важно найти точку соприкосновения с его интересами и его аудиторией.



Общая идея — поддержка инициативы, которая близка автору.



Личный опыт — возможность самому стать участником события, познакомиться с проектом изнутри.



Нетривиальный формат — повод рассказать историю, которой хочется поделиться с аудиторией.

ФЕСТИВАЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ «АТЛАНТЫ СИТИ»

ЗАДАЧА

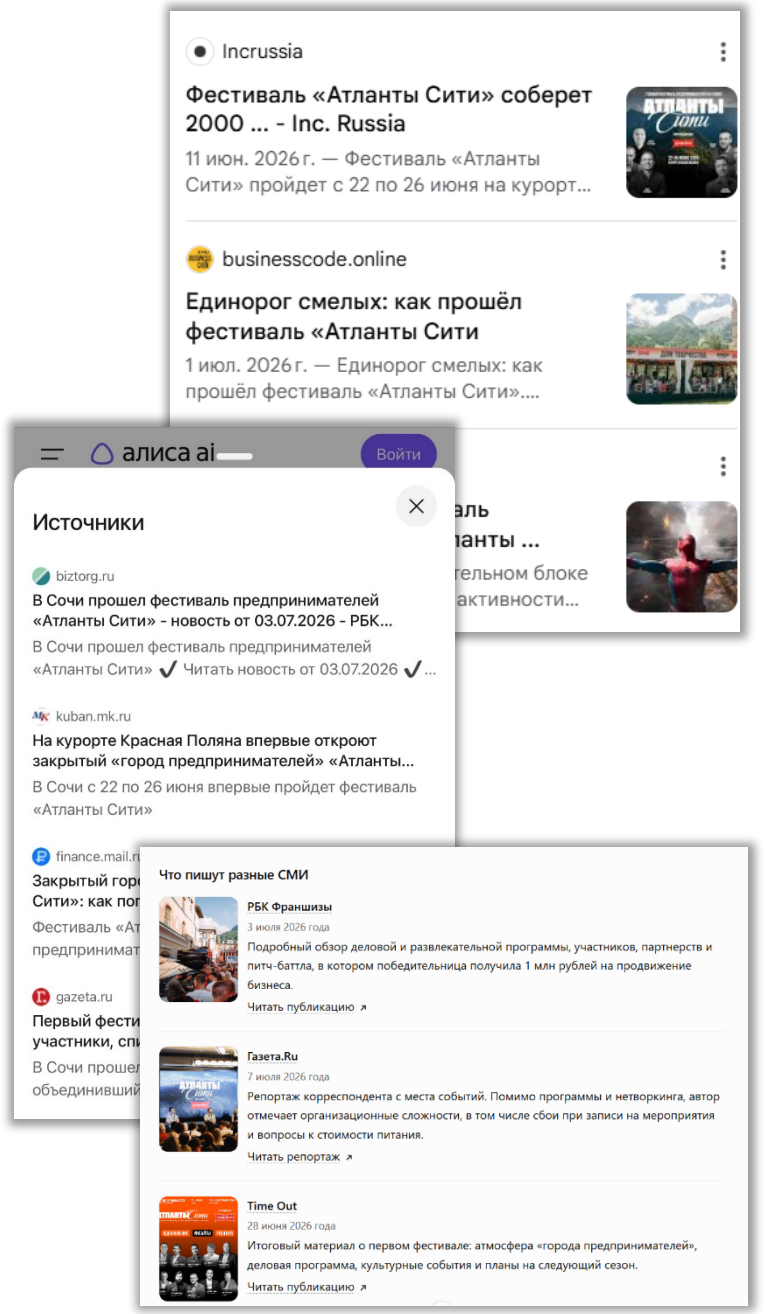
Формирование медийного следа нового мероприятия, в том числе через выдачу в нейросетях

РЕШЕНИЕ

Интеграции в топ СМИ, которые подтягиваются в выдачу нейросетей

РЕЗУЛЬТАТ

При запросе *фестиваль «Атланты Сити»* нейросети в первую очередь опираются на информацию из авторитетных медиа — РБК, Газета.ру, Финансы Mail.ru и др.
Причем разные нейросети «предпочитают» разные медиа.



АГЕНТСТВО «ПИАР ИНТЕГРАЛ»

ЗАДАЧА

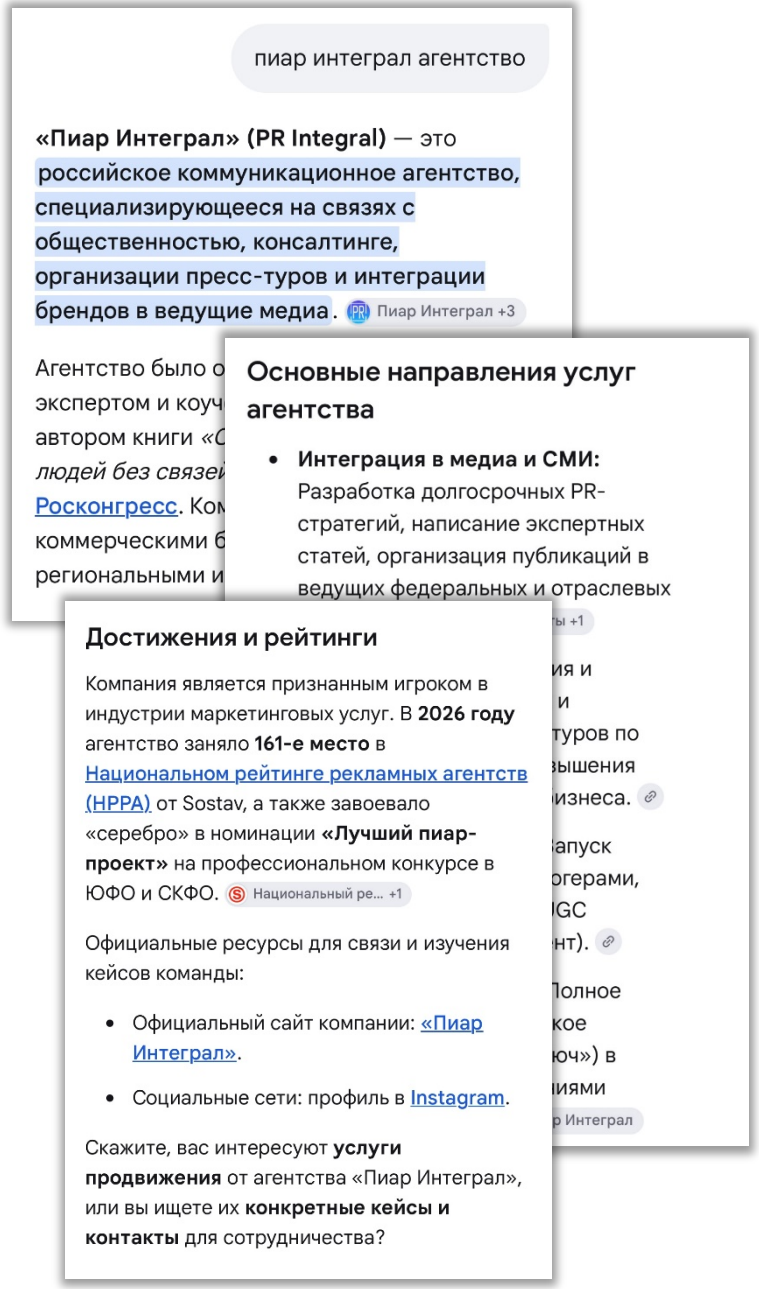
- Формирование устойчивого медийного следа
- Продвижение через личный бренд основателя и кейсы

РЕШЕНИЕ

- Качественное и структурированное наполнение сайта и соцсетей
- Бренд-медиа как дополнительная точка касания с поисковой выдачей
- Питчинг экспертов агентства

РЕЗУЛЬТАТ

- Полная и достоверная информация об агентстве при запросе в поисковой выдаче в нейросетях, включая кейсы и достижения
- Устойчивый медийный след основателя с упоминанием в авторитетных медиа



ЧТО НУЖНО, ЧТОБЫ ПОПАСТЬ В РЕКОМЕНДАЦИИ НЕЙРОСЕТЕЙ

Быть конкретными. Четко формулировать, чем занимается бренд, какие задачи решает и чем отличается от конкурентов.

Подтверждать экспертность.
Публиковать реальные кейсы, результаты, комментарии специалистов и профессиональные достижения.

Работать с репутацией. Выстраивать присутствие на авторитетных внешних площадках, а не замыкаться на собственных ресурсах.

Следить за актуальностью. Обновлять информацию о компании, услугах, команде и проектах.

Проверять выдачу. Регулярно задавать нейросетям вопросы о бренде и смотреть, какие сведения и источники они используют.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

DAGESTAN MARKETING CLUB

ПИАР ИнтегралЪ

Мини-гайд:
6 советов для тех, кто хочет попадать в рекомендации, но не знает, с чего начать

Скачать презентацию

Пиар Интеграл

Пиар Интеграл медиа