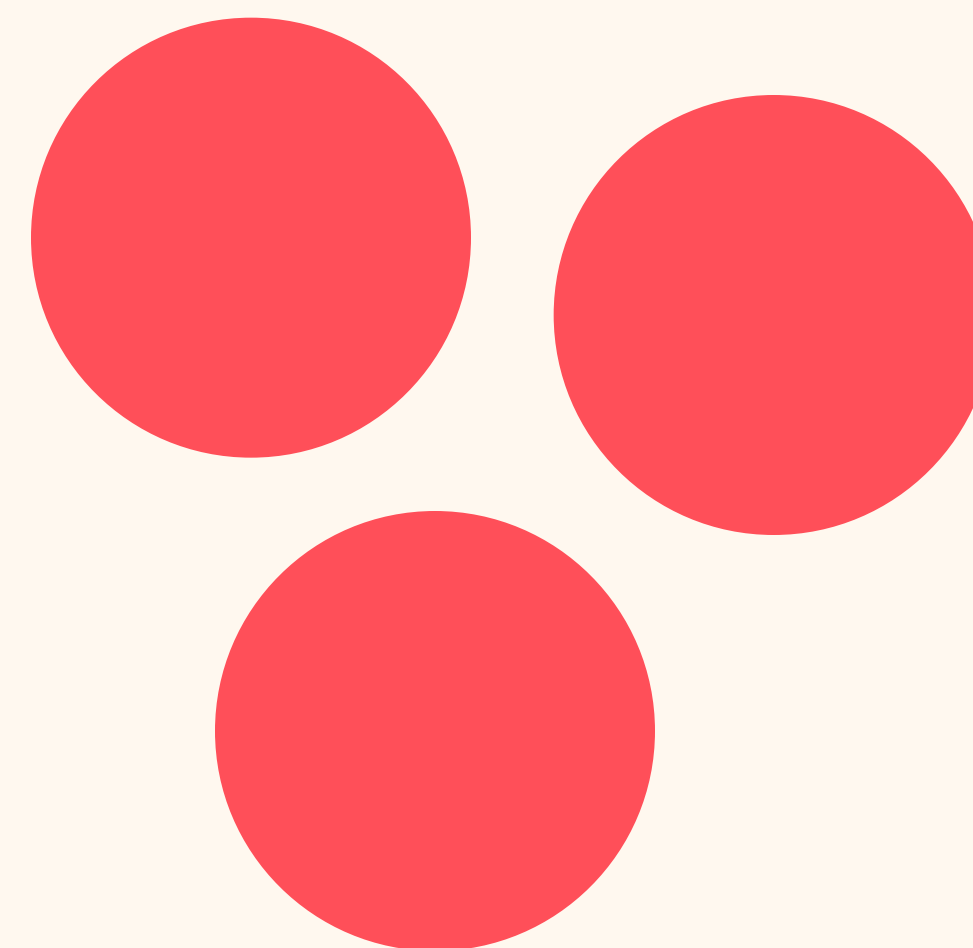




Профиль агентства





Мы выводим бренды в публичное поле,
повышаем узнаваемость, выстраиваем
доверие, формируем общественное
мнение, управляем репутацией и помогаем
нашим клиентам попадать в рейтинги
Forbes, Коммерсанта, Медиалогии
и профильные ТОП-листы

13+
лет

на рынке PR
и маркетинга

500+
проектов

в 14 отраслях

87%
клиентов

приходят к нам по
рекомендациям

ТОП-60

В индустриальном рейтинге
PR-агентств HP2K (2025)

ТОП-5

В рейтинге коммуникационных
агентств рынка недвижимости
REPA (2024)

Почему мы?

Индивидуальный подход

Мы – бутиковое агентство, поэтому ценим каждого клиента и предлагаем индивидуальное эффективное решение.

Бизнес-подход

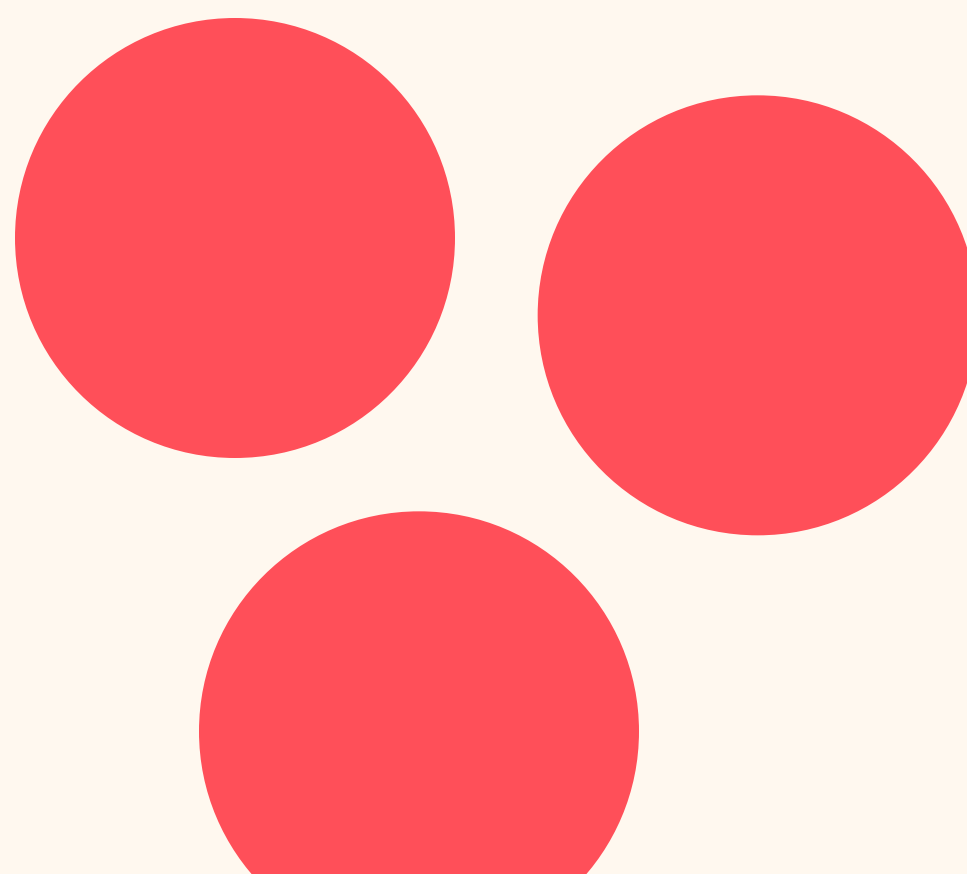
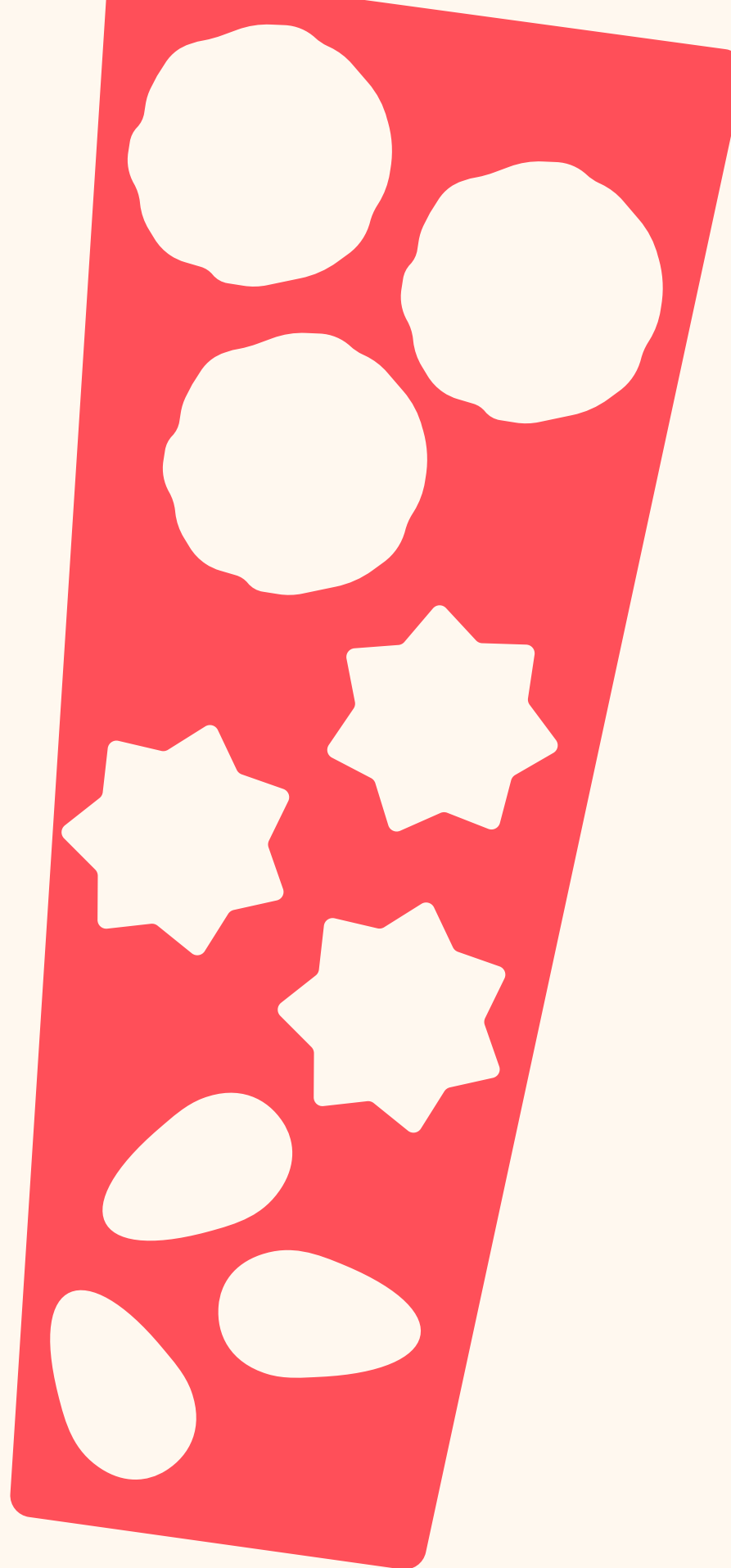
Мы не только хорошие пиарщики – у нас отличная экономическая база, которая позволяет нам глубже понимать бизнес.

Честность

Если мы видим, что вы впустую потратите деньги, заказывая ту или иную услугу, – мы вам прямо скажем об этом.

Прозрачные KPI

Мы ориентируемся на результат и разрабатываем понятные KPI.

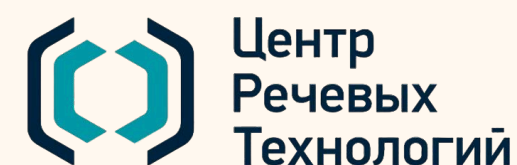
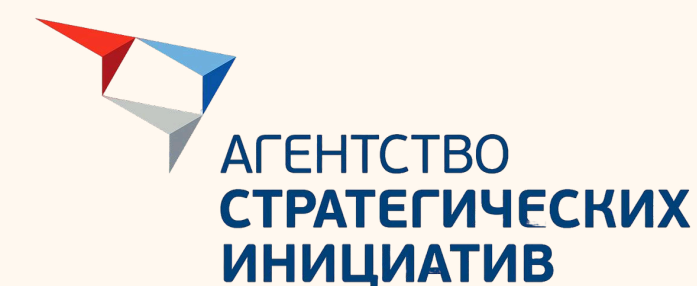
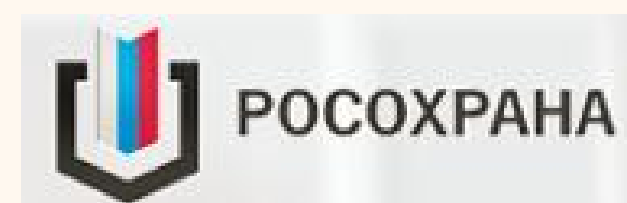


Генеральный директор

Виктория Кулибанова

- **Более 25 лет** в стратегических коммуникациях и PR
- **Более 13 лет** – основатель и руководитель коммуникационного агентства Spice Media. Клиенты агентства – крупные российские и международные компании, а также государственные и некоммерческие организации.
- Спикер по управлению репутацией, личному бренду, брендингу территорий
- Окончила СПбГЭУ, Университет Paris Dauphine (магистр), курс «Независимый директор» в АНД
- Кандидат экономических наук
- Автор двух книг («Кукловоды», «Бренд города, района, территории: лучшие практики и рекомендации»)
- Автор Телеграм-канала «Пиарщица все поняла»

Портфолио



Направления

1 Стратегическое планирование коммуникаций

- коммуникационный аудит
- разработка коммуникационной стратегии и плана коммуникаций

2 PR-сопровождение

- формирование пула лояльных журналистов
- разработка пресс-материалов
- подготовка комментариев и экспертных колонок
- нативные интеграции
- спецпроекты со СМИ
- пресс-мероприятия

3 Управление репутацией

- аудит информационного поля
- формирование позитивно-нейтральной поисковой выдачи
- нейтрализация негатива
- медиация в чатах дольщиков
- управление рейтингами на геосервисах и отзывах
- антикризисные коммуникации

4 SMM

- разработка SMM-стратегии
- создание и ведение сообществ и каналов
- формирование контент-плана
- подготовка текстового, фото и видео-контента
- комьюнити-менеджмент
- продвижение сообществ (таргетированная реклама, посевы)
- лидогенерация
- конкурсы, игры, коллаборации

5 Брендинг и дизайн

- разработка фирменного стиля
- разработка гайдлайна и бренд-бука
- оформление маркетинговых и информационных материалов
- оформление печатных материалов

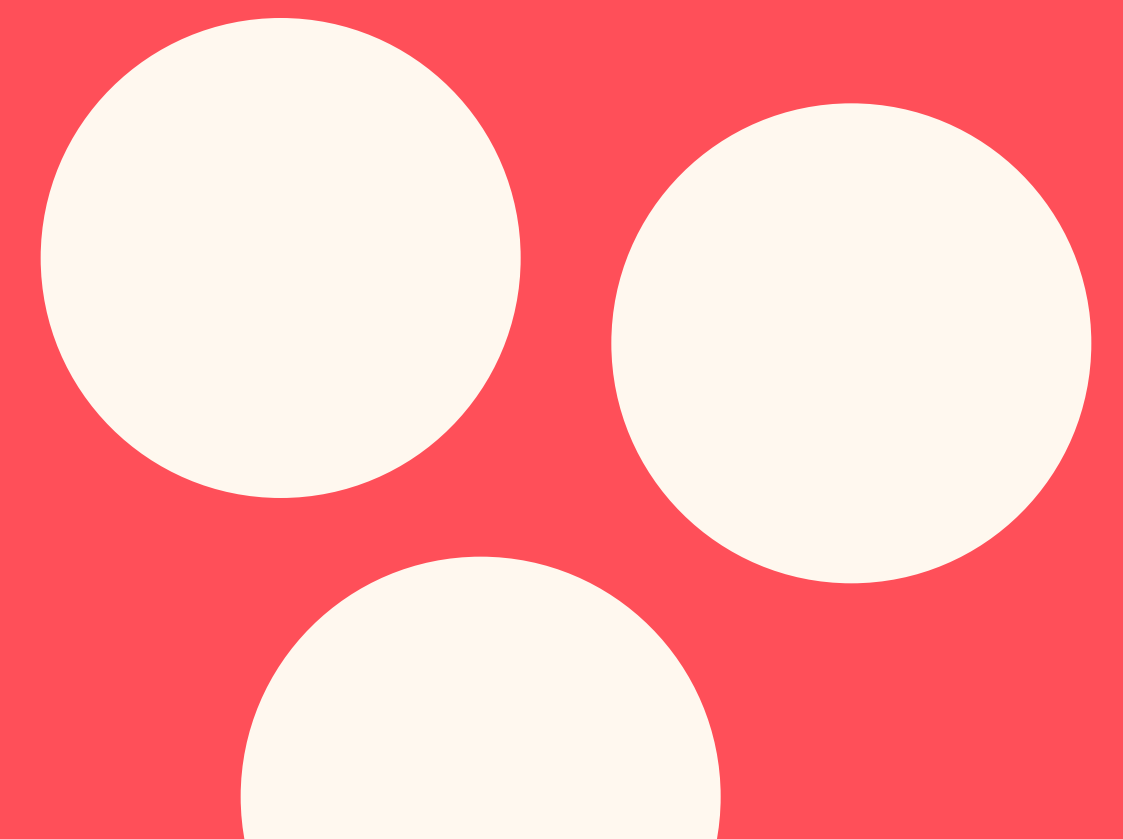
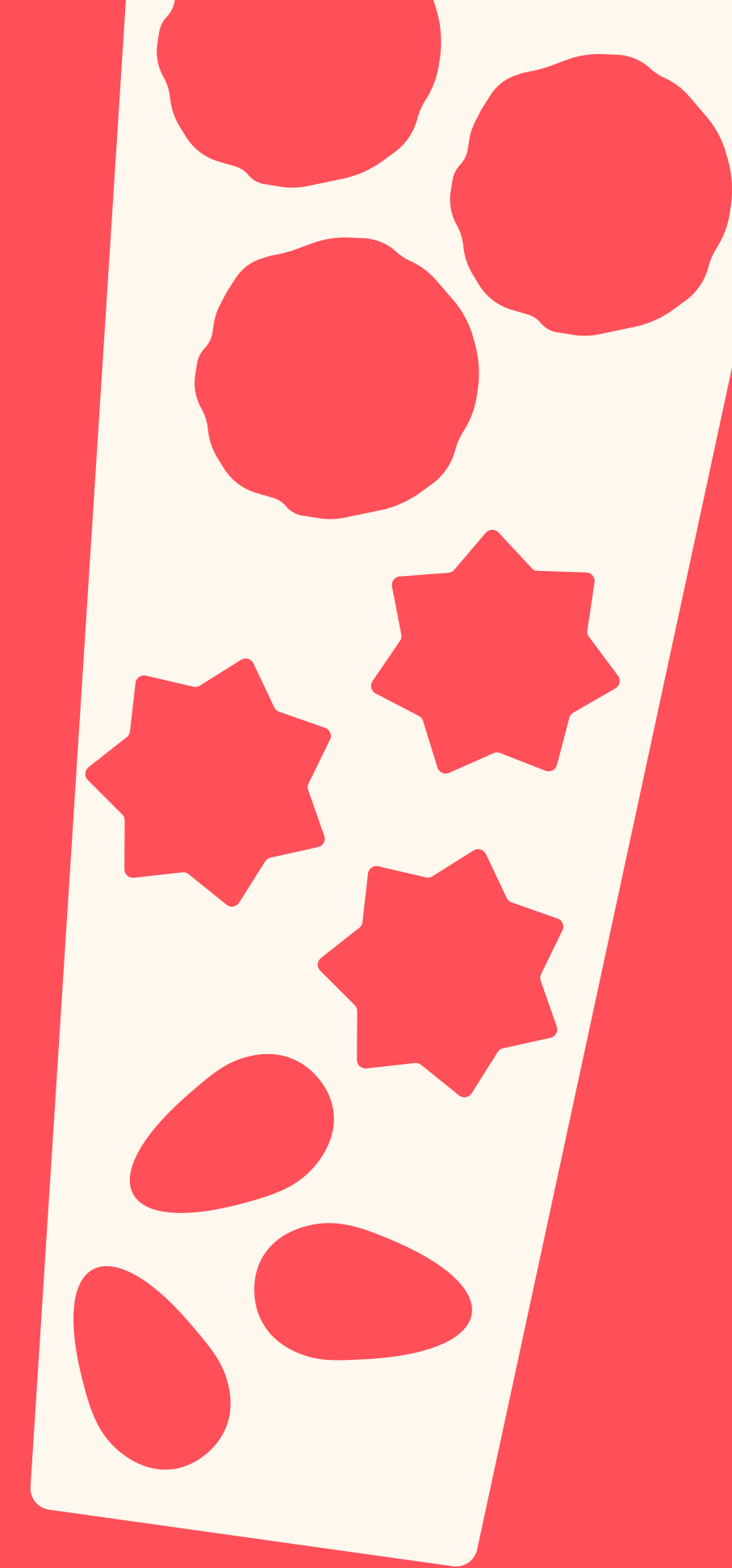
6 Event marketing

- организация деловых мероприятий (круглые столы, конференции, пресс-мероприятия, онлайн-мероприятия)
- PR-сопровождение мероприятий
- коллаборации и партнерские мероприятия

7 Influencer marketing

- разработка стратегии influencer marketing
- формирование перечня релевантных инфлюенсеров
- разработка формата сотрудничества с блогерами (нативные интеграции, обзоры, рекламные вставки, интерактивы и пр.)
- анализ эффективности

Некоторые кейсы



Улыбка радуги

Улыбка радуги (ООО «Дрогери ритейл») – российская сеть дрогери по продаже косметики, парфюмерии и бытовой химии.

<https://www.r-ulybka.ru/>

Задачи

- продвижение СТМ (собственных торговых марок)
- продвижение бренда «Улыбка радуги» в СМИ



Что сделано

- медиапланирование
- помощь пресс-службе Заказчика в PR-сопровождении в СМИ (подготовка и рассылка пресс-релизов, подготовка PR-текстов)
- интеграция СТМ в тематические рейтинги
- организация нативных публикаций в популярных СМИ

Результаты

>10 интеграций в ТОП-3 рейтингов лучших товаров (порошки, профессиональные шампуни, сухие шампуни)

9 нативных статей с интеграцией СТМ на сайтах MarieClaire, Eva.ru, Woman.ru, ecowiki.ru, recyclemag.ru и др.

Создание и размещение страницы о бренде «Улыбка радуги» в Википедии

Public Relations

SMM

Вирусный маркетинг

Улыбка радуги

Улыбка радуги (ООО «Дрогери ритейл») — российская сеть дрогери по продаже косметики, парфюмерии и бытовой химии.

<https://www.r-ulybka.ru/>

Задача

повышение узнаваемости сети «Улыбка радуги» среди жителей Москвы и Московской области

**SP!CE
MEDIA**

Что сделано

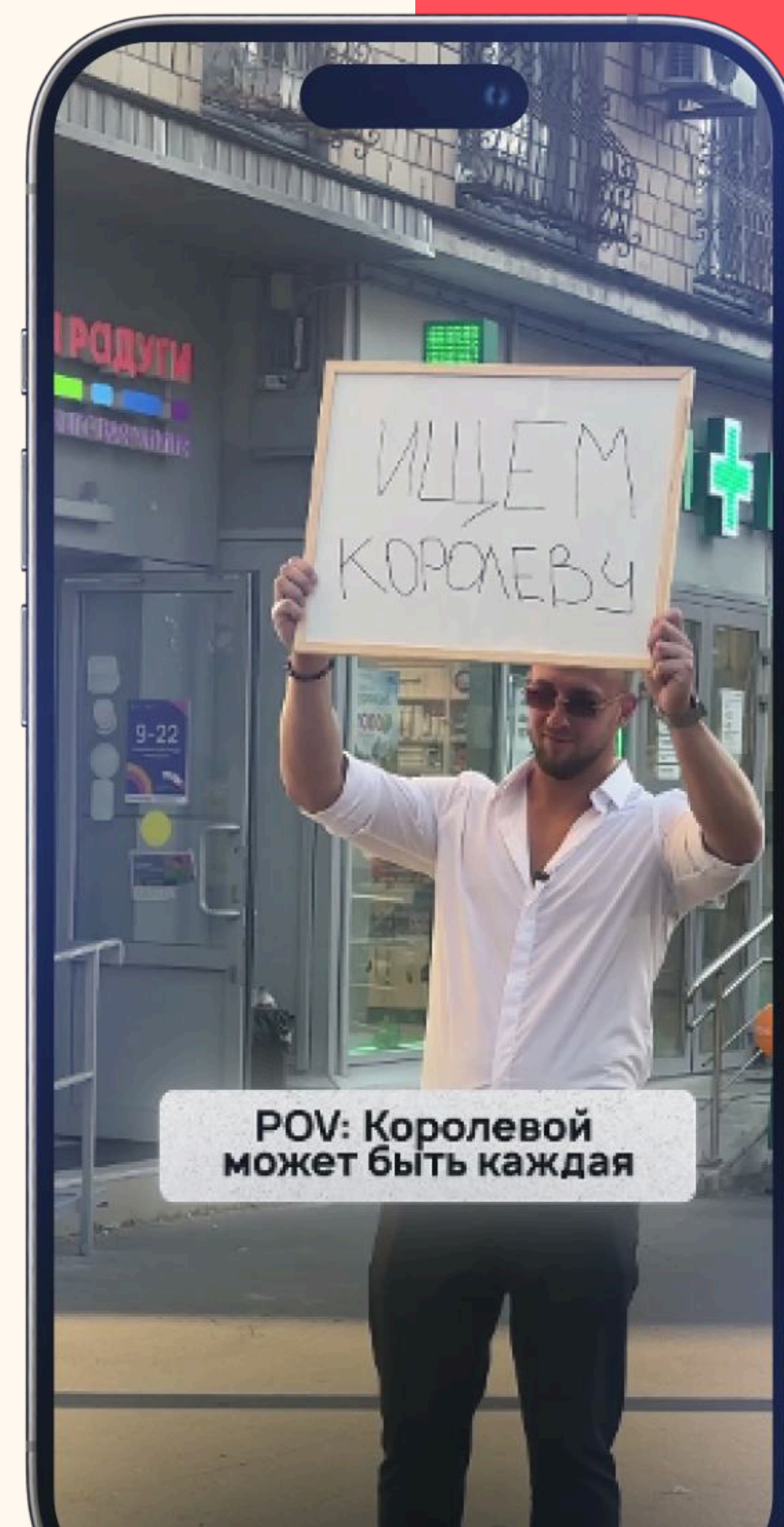
- разработка концепции вирусного маркетинга
- разработка идеи для 2 вирусных промо-акций
- полный цикл видеопродакшена

Результаты

ролики размещены в аккаунтах "Улыбки радуги" ВКонтакте и Телеграм, а также в некоторых телеграм-каналах

первый ролик набрал более **130 тыс. просмотров** и **1 750 реакций** в социальных сетях (без учета сторис прохожих)

второй ролик набрал более **111 тыс. просмотров** и **1340 реакций** (без учета сторис прохожих)



POV: Королевой
может быть каждая

Public Relations

Event marketing

Influencer marketing

Ладога

LADOGA – крупный российский производитель, импортер и дистрибьютор алкогольной продукции. Наиболее известная производимая продукция: водка «Царская», джин Barrister, виски Fowler's.

<https://ladoga.com/>

Задача

организация PR-сопровождения торжественной церемонии регистрации международного рекорда джина Barrister

**SP!CE
MEDIA**



Что сделано

- организована пригласительная кампания блогеров и селебрити
- организовано приглашение деловых и lifestyle журналистов и редакторов ТГ-каналов
- организована работа с журналистами, редакторами ТГ-каналов и блогерами

Результаты

13 журналистов посетили мероприятие

34 публикации в СМИ, ТГ-каналах и других соцсетях

3,9 млн – охват публикаций в СМИ, ТГ-каналах и других соцсетях

18 блогеров с общим охватом 5,4 млн подписчиков посетили мероприятие

0,5 млн – охват публикаций сторис у блогеров

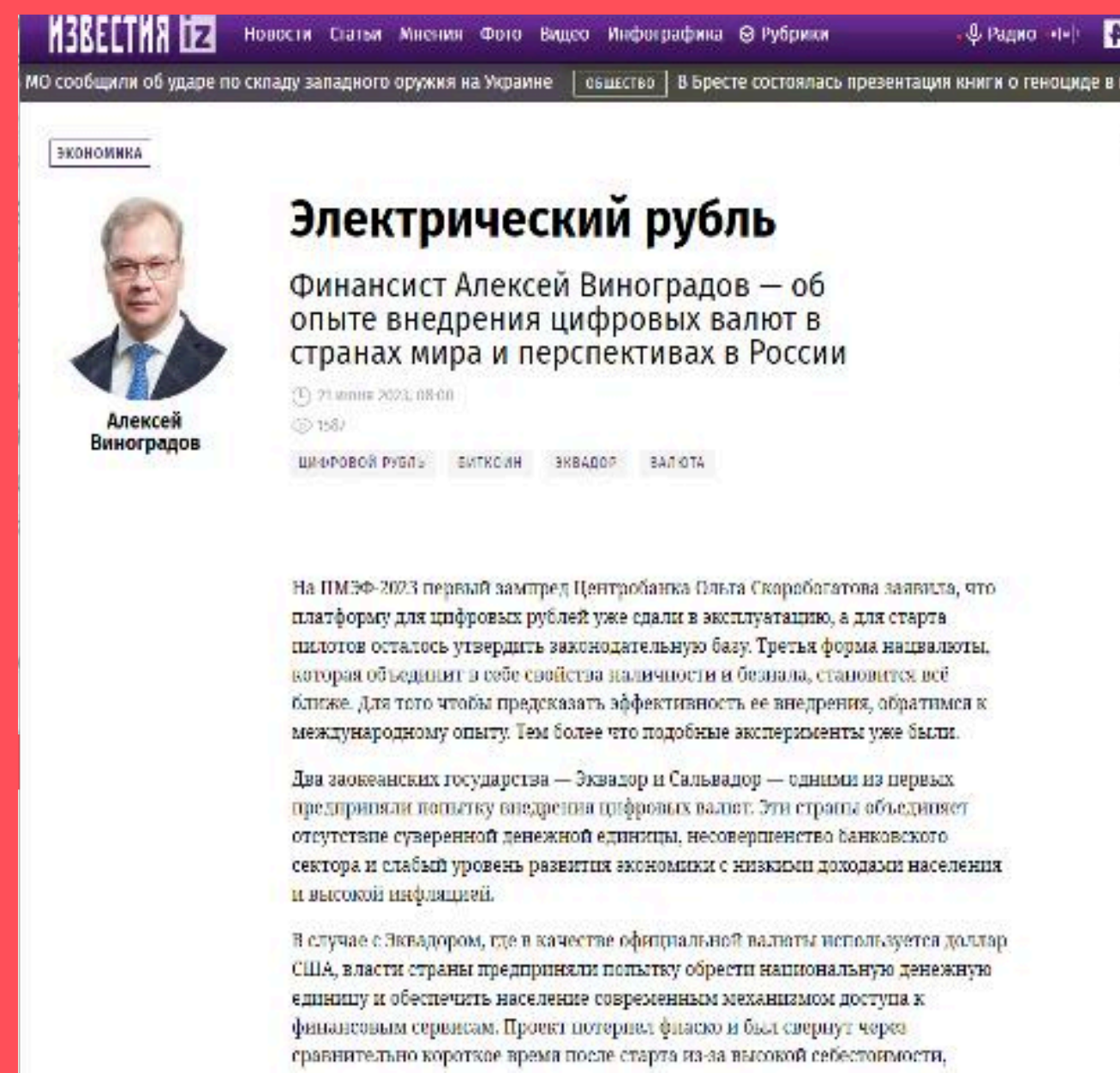
РосДорБанк

РосДорБанк – один из первых в стране частных отраслевых банков, оказывает финансовые услуги предприятиям дорожной отрасли, сельского хозяйства, транспорта, промышленного и жилищного строительства, торговли, предприятиям военно-промышленного комплекса. Банк является участником Государственной системы страхования вкладов.

<https://www.rdb.ru/>

Задача

увеличение индекса цитируемости и повышение доверия целевой аудитории



Что сделано

- разработка коммуникационной стратегии
- PR-сопровождение в СМИ с середины 2022 г. по н.в. (комментарийная активность, экспертные колонки)

Результаты

выведен в **ТОП-50** Медиалогии

>1000 Медиаиндекс

СМИ: Коммерсантъ, РБК, Известия, Российская газета, ПРАЙМ, РИА-Новости, РИАМО, Деловой Петербург и др.

ГК Арасар

ГК Арасар – специализированная демонтажная компания с географией работ по всей России, а также в странах СНГ и ЕС. Компания реализовала тысячи проектов по демонтажу зданий и сооружений, используя инновационные технологии и современное оборудование.

<https://arasar.ru/>

Задачи

- B2B: привлечение внимания к услугам и формирование имиджа технологичного лидера рынка.
- B2P: создание образа современного работодателя с акцентом на охрану труда.



Что сделано

- анализ информационного поля
- разработка коммуникационной стратегии
- PR-сопровождение в СМИ

Результаты

в 6 раз вырос МедиаИндекс за 5 месяцев

в 13 раз выросло количество публикаций

СМИ: Коммерсантъ, РБК, Московский комсомолец, Деловой Петербург, Экономика и жизнь и др.

МТС

МТС – российская компания, предоставляющая телекоммуникационные услуги, цифровые и медийные сервисы.

<https://spb.mts.ru>

Задача

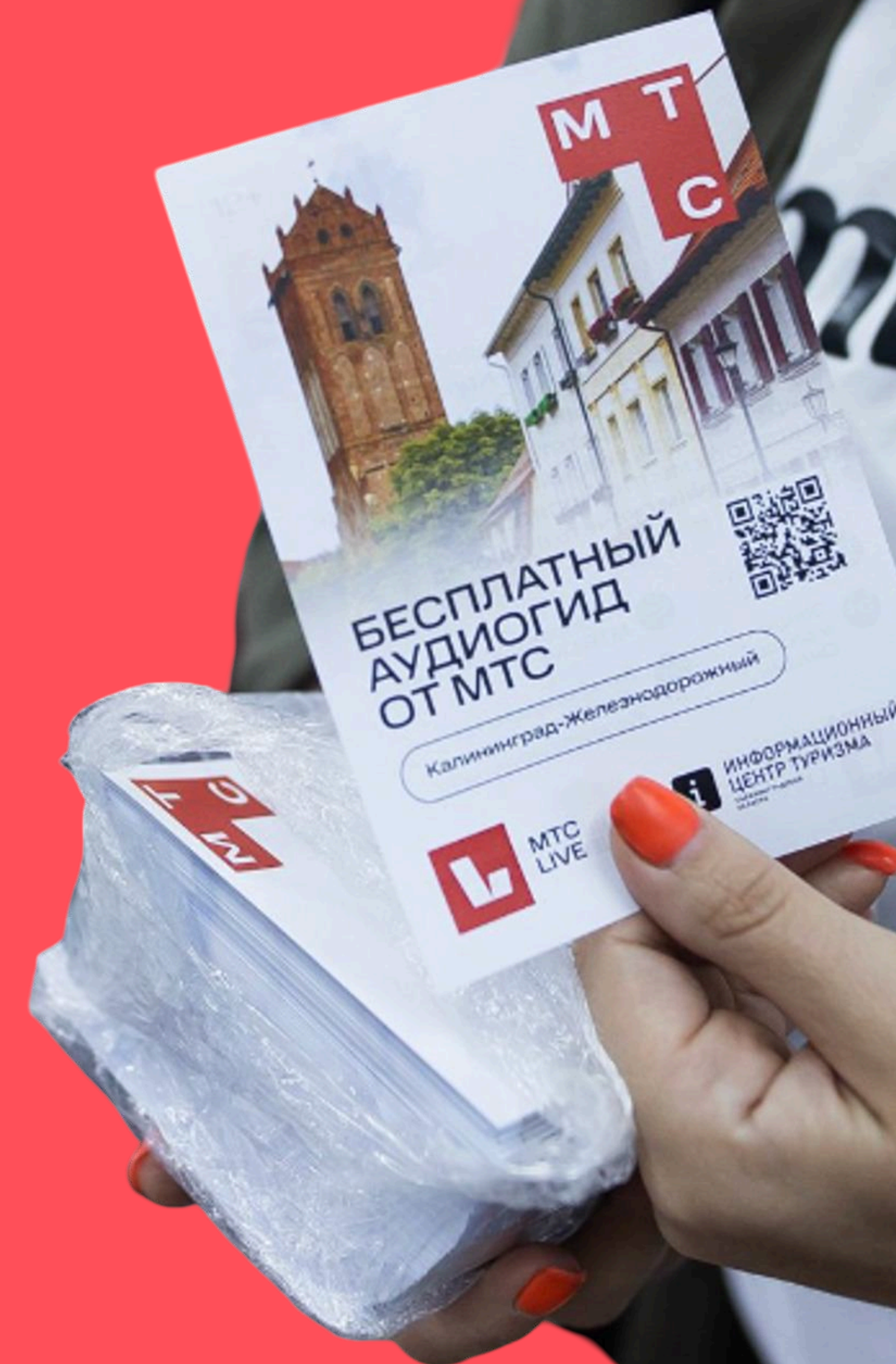
организация PR-мероприятий
для Северо-Западного отделения МТС

Что сделано

- разработка плана и сметы мероприятий
- поиск и организация работы подрядчиков: фотографов, видеографов, охраны и т. д.
- рекламное сопровождение мероприятий
- подготовка сувенирной и промо (дизайн, изготовление)
- подготовка площадки для проведения мероприятия (монтаж, демонтаж, подключение оборудования)
- коммуникация с участниками мероприятий

Результаты

организовано **5 мероприятий**:
региональный этап проекта «Поколения М»,
«Презентация аудиогида Калининград-
Железнодорожный» и др.



Public Relations

SMM

Influencer marketing

STIHL

STIHL – лидер мирового рынка мототехники.

<https://www.stihl.ru/>

Задачи

- поддержание благоприятного имиджа компании STIHL
- повышение узнаваемости и привлекательности бренда в глазах целевой аудитории

**SP!CE
MEDIA**



Что сделано

- разработка коммуникационной стратегии
- инициирование публикаций в СМИ
- работа с блогерами
- информационная поддержка мероприятий, в которых компания принимала участие в качестве партнера
- организация кросс-промо активностей
- создан и ведется канал в Яндекс.Дзен

Результаты

>30 успешных **коллабораций** с блогерами по темам садоводство, DIY, автомобили

>100 публикаций в год в региональных и профильных СМИ

4,5% – CTR в Яндекс.Дзен

10-15% – процент внешних переходов на сайт из канала в Яндекс.Дзен

Public Relations

Influencer marketing

БИЗМОЛЛ

Bizmall – онлайн-платформа для инвестиций в реальный бизнес с юридическим закреплением сделок.

<https://bizmall.ru/>

Задачи

- рассказать целевой аудитории (бизнес и частные инвесторы) о новой инвестиционной площадке
- повысить осведомленность целевой аудитории об инструментах краудфандинга

**SP!CE
MEDIA**



Что сделано

- разработка и реализация коммуникационной стратегии
- PR-сопровождение в СМИ с марта 2023 г. по март 2024 г. (подготовка и рассылка пресс-релизов, комментарийная активность, подготовка и публикация экспертных колонок)
- интеграция представителей платформы в профильные мероприятия в качестве спикеров и партнеров
- проведение рекламных кампаний в СМИ и новых медиа

Результаты

>60 публикаций с комментариями, колонками и новостями платформы

СМИ: Прайм, RB.ru, «Деловой Петербург», РИАМО, Finversia, Bankiros, Финтолк и др.

>100 рекламных публикаций в СМИ и новых медиа
5 мероприятий в 2023 г: ФИНМАРКЕТ, Investment Leaders – 2023, bizmall invest day и др.

Public Relations

Influencer marketing

Event marketing

Gorki Golf&Resort

Gorki Golf&Resort – всесезонный гольф-курорт в Ленинградской области с 18-луночным полем.

<https://www.gorkigolf.ru/>

Задачи

- расширение аудитории гольф-курорта
- формирование имиджа гольфа как захватывающего и энергичного вида спорта, который может быть привлекателен для молодой аудитории до 35 лет

**SP!CE
MEDIA**



Что сделано

- разработка коммуникационной стратегии на летне-осенний сезон
- организация пресс-конференции, приуроченной к запуску нового формата гольф-курорта
- инициирование публикаций в деловых и массовых СМИ
- работа с блогерами и лидерами мнений
- организация нативных публикаций о гольфе и гольф-курорте в социальных сетях
- организация кросс-промо активностей

Результаты

>50 публикаций о гольф-курорте в течение летне-осеннего сезона

СМИ: «Коммерсант», «Деловой Петербург», Gazeta.spb, Санкт-Петербург.ру, Where St Petersburg, WomanDaily и др.

>1,7 млн человек – охват аудитории при организации коллабораций с блогерами

2 кросс-промо мероприятия

Public Relations

Event marketing

Ramsay Diagnostics

Рэмси Диагностика — сеть высокотехнологичных диагностических центров в Москве и Санкт-Петербурге, основанная под эгидой Пола Рэмси.

<https://msk.ramsaydiagnostics.ru/>

<https://spb.ramsaydiagnostics.ru/>

Задачи

- повышение медийной известности «Рэмси Диагностика» в B2B и B2C сегментах
- продвижение услуги «Полный чекап организма за 3 часа»

SP!CE
MEDIA



Что сделано

- организация серии деловых завтраков в Москве и Санкт-Петербурге на тему превентивной диагностики здоровья и здорового образа жизни
- приглашение гостей (лидеры мнений, СМИ, блогеры)

Результаты

Около 50 публикаций в деловых, городских и медицинских СМИ, а также у блогеров, в том числе интервью с основателем сети Сэмом Савченко.

СМИ: Российская газета, НТВ, Деловой Петербург, Компания, Коммерсант, Office Magazine, RB, Собака и др.

Public Relations

Event marketing

IQOS

«Филип Моррис Ижора» – крупнейшая фабрика по производству сигарет «Филип Моррис Интернэшнл» в Восточной Европе.

<https://www.iqos.ru/>

Задача

организация презентации электрической системы нагревания табака IQOS для СМИ и блогеров в Санкт-Петербурге, а затем дня рождения флагманского магазина в ТРК «Галерея»

SPICE
MEDIA



Что сделано

- разработка концепции мероприятий и их организация
- приглашение представителей деловых, lifestyle и ретейл СМИ и блогеров
- подготовка информационных материалов для мероприятия

Результаты

>20 публикаций в СМИ по итогам каждого из мероприятий

СМИ: РБК, Time Out, NevaToday, Petersburg2, Арендатор.ру, Retailer и др.

>800 тыс. человек – охват аудитории публикаций у блогеров

Public Relations

SMM

VIMANA

VIMANA Global – компания аэрокосмической отрасли, проектом которой является создание беспилотных летающих такси.

www.vimana.global

Задача

развитие стратегических коммуникаций в ОАЭ,
выведение бренда в деловое информационное поле

SP!CE
MEDIA



Что сделано

- организация присутствия в ключевых деловых и HiTech СМИ Ближнего Востока и увеличение цитируемости бренда
- инициирование публикаций в СМИ: статьи, интервью, комментарии
- организация участия компании в ключевых международных бизнес-событиях по блокчейн-технологиям, HiTech и развитию городов
- создание и ведение аккаунтов бренда в социальных сетях

Результаты (за 9 месяцев работы)

СМИ: Forbes Middle East, BBC, PMV Middle East, Khaleej Times, Comms MEA, Arabian Gazette и др.

\$348 тыс. – медиа-ценность публикаций в СМИ

11 интервью в ключевых СМИ Ближнего Востока

Подписчики в соцсетях бренда: Facebook – **26 000**,
Twitter – **4 000**

Средняя конверсия в подписчиков в соцсетях бренда – **20%**

Федерация лыжных гонок

Задача

организация информационной поддержки мероприятий Федерации (международные соревнования «Лыжный спринт на Дворцовой», мастер-класс олимпийских чемпионов Дмитрия Малышко и Александра Легкова для молодых спортсменов Федерации по биатлону СПб, ФЛГ СПб и курсантов ВИФК)



Что сделано

- привлечены информационные партнеры из числа lifestyle и городских СМИ
- организован ряд пресс-конференций, приуроченных к мероприятиям
- разработаны информационные материалы для журналистов
- организована работа с целевыми журналистами как на самом мероприятии, так и вне мероприятия (анонсы, материалы пост-фактум)

Результаты

>100 публикаций по каждому из мероприятий

СМИ: Телеканал Санкт-Петербург, телеканал Россия, телеканал НТВ, Радио Зенит, «Спорт день за днем», «Петербургский дневник», «Комсомольская правда», газета «Метро», «Аргументы и факты», KudaGo и др.

Public Relations

Event marketing

Hyundai

Хендэ Мотор СНГ – эксклюзивный импортер и дистрибьютор автомобилей марки Hyundai на территории РФ, обладает одной из крупнейших дилерских сетей в России.

<https://www.hyundai.ru/>

Задача

разработка программы корпоративной социальной ответственности

**SP!CE
MEDIA**



Что сделано

- разработана и реализована программа КСО «Изменим мир вместе!»
- в рамках программы реализовано несколько важных проектов. В частности был организован субботник «Сохраним зеленую планету!» в Приокско-Тerrasном заповеднике (Московская область) и усыновление зубренка в рамках программы заповедника и Фонда дикой природы WWF «Усынови зубра»
- организована информационная поддержка программы КСО в СМИ и социальных сетях

Результаты

СМИ: «Вечерняя Москва», «Московский комсомолец», «Московская правда», «100 дорог», AutoDealer, MotorPage и др.

40 млн. человек – охват аудитории публикаций в СМИ

>300 тыс. человек – охват аудитории сообщений в социальных сетях

SMM

Группа ЛСР

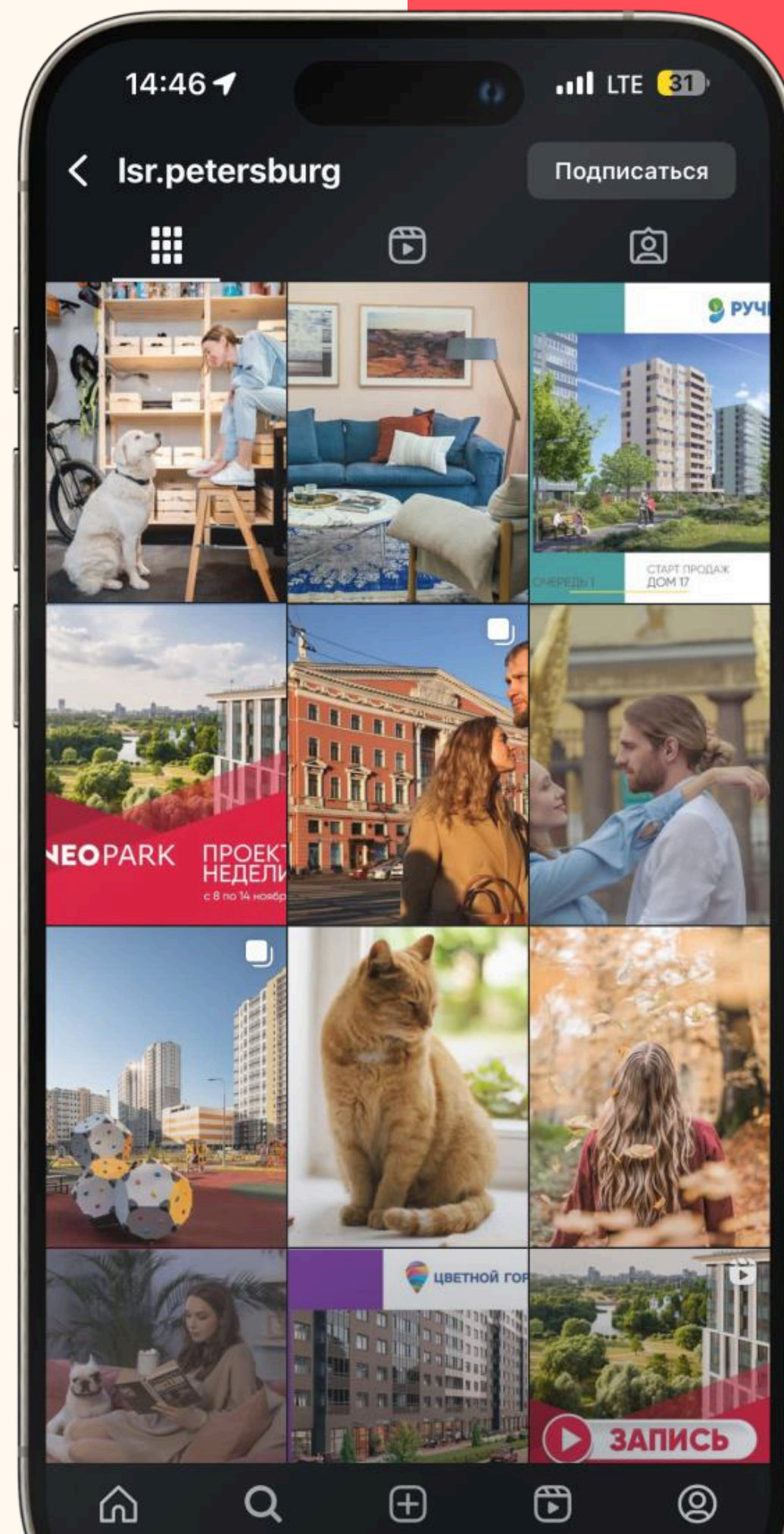
Группа ЛСР – одна из крупнейших девелоперских компаний России, №2 по объемам строительства в Санкт-Петербурге.

<https://www.lsrgroup.ru/>

Задачи

- сопровождение в социальных сетях
- достижение поставленных KPI

SP!CE
MEDIA



Что сделано

- разработка SMM-стратегии
- разработка контент-плана
- разработка и реализация вовлекающих активностей
- подготовка текстового и визуального контента
- реализация рекламной кампании, направленной на повышение количества подписчиков и их вовлеченности

Результаты

перевыполнение поставленных KPI на **15%**

CB Partnership

CB Partnership — консалтинговая компания, объединяющая независимых аналитиков и экспертов в области фондового рынка, недвижимости и банковского сектора.

<https://cbpartnership.ru/>

Задачи

- разработка позиционирования
- переупаковка сайта

Что сделано

- исследование рынка инвестиционных услуг
- разработка позиционирования, УТП, Tone of voice и ключевых сообщений компании CB Partnership
- переупаковка сайта (подготовка текстов, рекомендаций для программистов по улучшению юзабилити сайта)



Результаты

Проведено репозиционирование компании из «Ваш бутик инвестиционных решений» в «Агрегатор персональных решений для инвестиций, бизнеса и личных финансов».

- слово «бутик» ассоциируется с покупками, но клиенты CB Partnership, получают бесплатные консультационные услуги и сопровождение
- делая акцент только на «инвестиционных решениях» мы теряем клиентов в лице бизнеса, которому требуется несколько другие услуги: займы, лизинг, юридическое сопровождение и т.д.
- бутик — это небольшой магазин с дорогими товарами. CB Partnership же стоит делать акцент на большом выборе финансовых и нефинансовых инструментов, так как компания стремится стать агрегатором с широкой базой партнеров
- переупаковка сайта компании так, чтобы потенциальный клиент с первых секунд понимал, какие задачи он может решить, обратиться в компанию

Фонд поддержки регионального кинематографа

Фонд поддержки регионального кинематографа (ФПРК) учрежден Общероссийской общественной организацией «Союз кинематографистов Российской Федерации». Основная цель Фонда — поддержка и развитие регионального кинематографа.

Задачи

- обновление логотипа и фирменного стиля
- разработка айдентики, отражающей миссию Фонда

Что сделано

- исследование похожих компаний
- определили направление для обновления фирменного стиля
- подготовили концепцию обновленной айдентики, которая ориентирована на простоту и открытость
- выбрали новый фирменный шрифт, собрали цветовую палитру, придумали фирменный паттерн и оформили гайдлайн
- собрали шаблоны носителей нового фирменного стиля — от бланков до презентаций и карточек в социальные сети



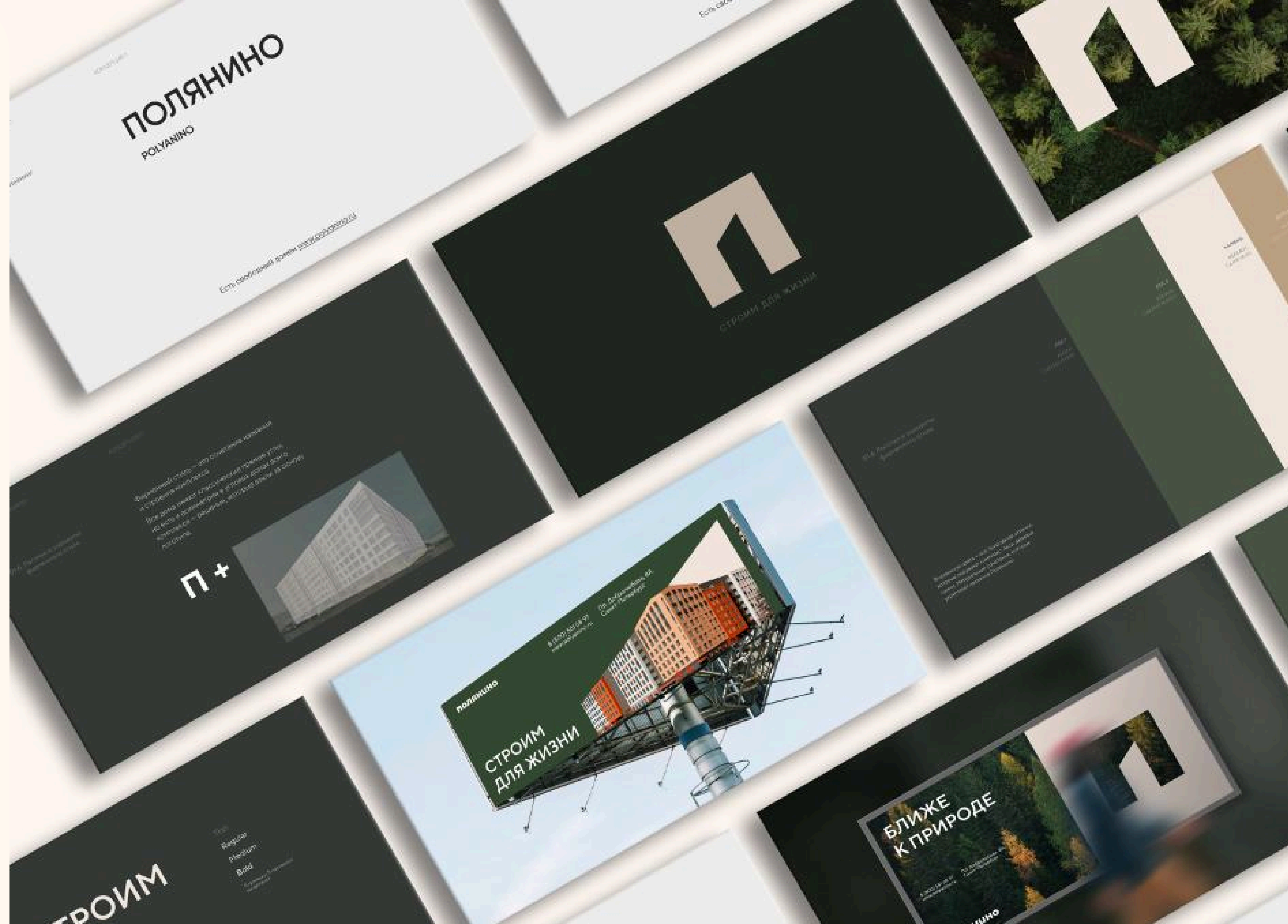
Брендинг

Полянино ЖК ЦДС в Янино

айдентика

Что сделано

- нейминг
- разработка логотипа
- подбор шрифтов и цветовой схемы бренда
- создание носителей визуальной идентичности бренда
- создание гайдлайна



Брендинг

Центр Оцифровки Товаров (ЦОТ)

айдентика

Что сделано

- разработка логотипа
- подбор шрифтов и цветовой схемы бренда
- создание носителей визуальной идентичности бренда
- создание гайдлайна



Контакты

Виктория Кулибанова

Генеральный директор
Агентства «Spice Media»

Моб. + 7921-914-37-20
Тел. (812) 337-15-38 (СПб)
Тел. (495) 640-31-56 (Москва)
E-mail:
v.kulibanova@spice-media.ru
www.spice-media.ru