

# Ivy Lee PR-agency

---

*Кризис как начало роста*

Евдокимова Мария Сергеевна

Зуев Роман Игоревич

Чеканов Александр Дмитриевич

## Оглавление

Обоснование актуальности .....	2
Тактика .....	3
Целевые группы клиентов .....	3
Айдентика агентства .....	4
Цель и задачи проекта .....	5
Бизнес-модель и дорожная карта реализации проекта .....	5
Финансовая модель .....	8
Результаты проекта .....	10

## Обоснование актуальности

### Проблематика

Клиенты обрушивают **шквал негатива**? Конкуренты методично **"топят"** в медийном пространстве? **Неприятные факты** стали общеизвестными? Начинаящие компании и бренды часто оказываются неготовыми к таким ситуациям. Они теряют репутацию и, как следствие, клиентов и деньги. При этом *крупные PR-агентства предлагают дорогие решения*, которые многим просто не по карману. Вот тут-то мы и приходим на помощь.

### Что мы предлагаем?

Ivy Lee PR-agency поможет построить или обновить репутацию бренда:

- **Провести PR-аудит** – выявить сильные и слабые стороны медиа-продвижения как компании клиента, так и его конкурентов;
- **Сделать клиентов узнаваемыми** - найти подход к авторитетным газетам и журналам, заинтересовать их в публикации статей и комментариев;
- **Продемонстрировать устойчивость бизнеса** – свести к минимуму эффект от нанесенного урона по репутации: «кризис – очередная задача»;
- **Прокачать навыки команды клиента** – PR-работа ведётся преимущественно с ЛПР, но не менее важно научить и рядовых сотрудников правильно работать с негативом.

### Как возникла идея?

Мы решили сосредоточиться на антикризисном PR, потому что это сейчас одна из самых востребованных ниш связей с общественностью. Но много ли в ней специалистов? Поэтому именно мы хотим предложить свои *услуги по лояльным ценам для начинающих предпринимателей* на этом нелёгком поприще - сохранить деловую репутацию.

## Тактика

Концепция антикризисной PR-кампании направлена на восстановление доверия к компании после кризиса:

- Анализ ситуации — определение источника кризиса и целевой аудитории.
- Цели — восстановление репутации, обеспечение прозрачности и демонстрация устойчивости.
- Ключевые сообщения — признание проблем, ответственность за действия и информация о принятых мерах для предотвращения повторения кризиса.
- Каналы коммуникации — активное использование социальных сетей и пресс-мероприятий для общения с аудиторией.
- Мониторинг и оценка — анализ реакции аудитории и корректировка стратегии на основе полученных данных.
- Долгосрочные планы — разработка устойчивых изменений в бизнес-процессах и поддержание постоянного общения с клиентами.

## Целевые группы клиентов

Общая черта целевой аудитории клиентов – молодость. Гипотеза состоит в том, что чем моложе клиент, тем отчетливей он понимает, что на долгосрочной дистанции налаживание связей его бренда с общественностью может принести больший эффект, чем покупка рекламы. Предприниматели преимущественно нашего поколения, для которых связи с общественностью – это важная и осознанная составляющая укрепления собственного бренда, а именно:

- Малый и средний бизнес, который зависит от лояльности потребителей (B2C) и/или от деловой репутации для сотрудничества с крупными корпоративными заказчиками (B2B);
- Стартапы (в т.ч. и технологические), которые только выходят на рынок. Стартаперы могут быть гениальными разработчиками и профессионалами своей ниши, но так никогда и не стать корпорацией, если не умеют презентовать себя и свой продукт;
- Некоммерческие организации, которые напрямую зависят от отношения к ним волонтеров и спонсоров, наслышанности об их деятельности и прозрачности для общественности.

## Айдентика агентства



Рисунок 1. Проект логотипа

Визуальная айдентика вашего PR-агентства строится на гармоничном сочетании винтажной эстетики и современных трендов. Логотип отражает дух начала прошлого века через шрифт, имитирующий печатную машинку, изящную каллиграфию и общую ретроспективную стилистику, что подчеркивает традиции и глубокие корни агентства. При этом актуальные дизайнерские решения добавляют динамики и свежести, создавая баланс между классикой и новаторством.

Такой подход символизирует синтез проверенных временем ценностей и современного, решительного подхода к работе. Сочетание разных шрифтов и стилей визуально передает идею переплетения прошлого и настоящего, подчеркивая уникальность агентства: умение чтить традиции, оставаясь на волне актуальных коммуникаций. Это делает айдентика запоминающейся и эмоционально насыщенной, привлекая внимание как ценителей классики, так и сторонников прогрессивных решений.



Рисунок 2. 3D-визуализация

## **Цель и задачи проекта**

**Цель:** создать PR-агентство, которое займет нишу в области антикризисного PR для малого и среднего бизнеса, стартапов и личных брендов, предлагая доступные и эффективные решения для управления репутацией в кризисных ситуациях.

### **Задачи:**

1. Сформировать команду, распределить роли;
2. Разработать собственный бренд (логотип, стиль, правила художественного оформления);
3. Подготовить информацию об агентстве, об услугах, о команде, о «гипотетических кейсах» к размещению;
4. Запустить собственные медиаресурсы;
5. Найти клиентов;
6. Официально зарегистрировать агентство;
7. Выполнить первые кейсы;
8. Установить устойчивое сотрудничество с первыми клиентами;
9. Наладить регулярное привлечение новых клиентов.

## **Бизнес-модель и дорожная карта реализации проекта**

### **Бизнес-модель**

Потребительские сегменты:

- Малый и средний бизнес;
- Стартапы;
- Некоммерческие организации.

Ценностное предложение:

- Антикризисное сопровождение в коммуникациях с целевой аудиторией клиентов, предотвращение и отработка негативной реакции со стороны целевой аудитории и общественности по доступным ценам.

Каналы привлечения клиентов:

- Сайт-презентация с информацией об агентстве, команде, услугах, кейсах с возможностью оставить заявку на сотрудничество;
- Публикация теоретических статей на форумах об антикризисном пиаре с ссылками на сайт;
- Реферальная программа скидок для приведших и приведенных клиентов;

- Участие в форумах-конференциях, сарафанное радио;
- Реклама в Telegram;
- «Холодный» поиск клиентов.

#### Взаимодействие с клиентами:

- Заполнение клиентом брифа;
- Постоянная связь с командой агентства через социальные сети, почту или по мобильному телефону;
- Предоставление отчетов на почту клиента о проделанной работе.

#### Каналы поступления доходов:

- Проектная PR-работа. Выполнение заказов на:
  - Проведение PR-аудита;
  - Увеличение упоминаний и обсуждений бренда в традиционных СМИ и соцмедиа;
  - Отработку всплеска негатива в традиционных СМИ и соцмедиа;
  - Проведение семинаров для работников клиента по предотвращению публичных скандалов.
- Постоянное антикризисное PR-сопровождение: комплексное бессрочное оказание услуг агентства с регулярным мониторингом и поддержанием репутации клиента.

#### Ключевые ресурсы:

- Название, логотип, художественное оформление, сайт, программное обеспечение.

#### Ключевые виды деятельности:

- Антикризисное PR-сопровождение;
- PR-аудит;
- Создание сайтов;
- Создание дискуссий и работа с ЛОМами;
- Подготовка статей клиента к публикации и продвижение в СМИ;
- Организация пресс-мероприятий;
- Минимизация урона по репутации в медиапространстве;
- Антикризисные тренинги.

#### Ключевые партнеры:

- Ассоциации по связям с общественностью;
- Рекламодатели;
- Разработчик сайтов;
- Администраторы программного обеспечения.

## Ключевые расходы:

- Маркетинг, реклама агентства;
- Оплата использования программного обеспечения.

## Дорожная карта

<i>Процесс</i>	<i>Очередь</i>	<i>Сроки</i>	<i>KPI</i>
Разработка бренда (логотип, цветовая гамма, шрифты, бланк документов, фон презентаций, правила художественного оформления)	1	месяц	Готовый брендбук
Подготовка информации (о компании, об услугах, о команде, о кейсах, контактные данные) к размещению на сайте	1	2 недели	Готовый текстовый документ с соответствующими блоками
Изготовление визиток	2	1 неделя	400 визиток
Разработка сайта с применением брендбука и текстового документа с информацией о компании	2	1 месяц	Готовый сайт
Участие в форумах, конференциях, ассоциациях нашей тематики	3	2 месяца	Налаженные связи с потенциальными клиентами
Поиск клиентов (реклама, сео-продвижение сайта, холодный поиск, сарафанное радио)	3	Ежемесячно	10 откликов
Регистрация ИП, заключение договора о партнёрстве	4	2 недели	Созданное ИП, заключенный договор
Проработка первых кейсов (составление КП, создание PR-стратегии, оказание услуг)	5	Ежемесячно	1 кейс
Увеличение числа клиентов	6	Ежемесячно	Количество новых клиентов увеличивается на 1

## Финансовая модель

<b>Расходы</b>		
<i>№</i>	<i>Статья</i>	<i>Стоимость, руб.</i>
1	Изготовление визиток (400 шт)	4 500 разово
2	Создание, редактурa и поддержка сайта (самостоятельно)	269 в месяц
3	Госпошлина на регистрацию ИП	800 разово
4	Взнос в ПФР по ИП	49 200 в год
5	Взнос в ФОМС по ИП	10 700 в год
6	Обслуживание расчетного счета для ИП	До 1500 в месяц
7	Реклама агентства	От 16 000 в месяц
8	Использование КвибрумПРО	35000 в месяц
	<b>Ежемесячные расходы (с разделением ежегодных по месяцам)</b>	<b>От 57 760</b>
	<b>Итого ежегодно</b>	<b>От 693 127</b>

Расходы не зависят от числа заказов услуг. В зависимости от увеличения числа заказов услуг могут изменяться тарифы на программное обеспечение, рекламу. Возможны найм сотрудников, подписки на дополнительные ПО.

Необходимые средства для запуска агентства в соответствии с дорожной картой (ежемесячные расходы (ст.2 трижды, ст.7 дважды) + разовые расходы): **74 607 рублей.**

<b>Стоимость услуг</b>		
<i>№</i>	<i>Услуга</i>	<i>Стоимость, руб.</i>
1	Комплексное антикризисное PR-сопровождение (контракт от 6 месяцев)	80 000 в месяц
2	PR-аудит (контракт от 3 месяцев)	58 000 в месяц

3	Продвижение статей и комментариев к публикации в СМИ	25 000 за статью/комментарий
4	Антикризисные тренинги	29 000 за курс
5	Создание дискуссий и работа с ЛОМами	Договорная
6	Создание сайтов	Договорная
7	Организация пресс-мероприятий	Договорная

Цены указаны без НДС. Форма организации агентства – ИП. До достижения годового дохода в 60 млн рублей ставка НДС равняется 0%. Затем будет использоваться упрощенная система налогообложения по специальной ставке 5-7%.

Маркетинговая стратегия предполагает привлечение ежемесячно хотя 1 клиента, заключившего договор на оказание услуг «Комплексное антикризисное PR-сопровождение» и «PR-аудит».

В договоре должны быть прописаны все обязательства сторон, включая конкретные задачи агентства и клиента. С целью избежать конфликтов с клиентами, агентство в договоре с клиентом прописывает четкое KPI, за которые несет ответственность. Все решения, стратегии и действия должны быть задокументированы. Агентство не гарантирует полное устранение негатива или достижение конкретных результатов (выполнения KPI), так как это зависит от множества внешних факторов. Стратегии коммуникационной работы, списки тем, публичный образ и действия согласовываются с клиентом заранее. Агентство не несет ответственности за действия клиента, которые выходят за рамки согласованной стратегии. Материалы к публикации предоставляет клиент и несет за них полную ответственность. Агентство оказывает исключительно консультационную и организационную поддержку (подбор СМИ, согласование форматов, медиапланирование), но не занимается созданием контента, если иное не предусмотрено отдельным соглашением. Агентство обязуется не разглашать информацию, полученную от клиента, за исключением случаев, предусмотренных законодательством. Агентство имеет право отказать в одностороннем порядке в оказании услуг или прекратить оказывать услуги, если работа с клиентом или с материалами клиента несет репутационные риски для самого агентства. Агентство обязуется не разглашать информацию, полученную от клиента, за исключением случаев, предусмотренных законодательством.

## **Результаты проекта**

### **Финансовые показатели:**

- Срок окупаемости: от 2 месяцев;
- Точка безубыточности: от 1 обслуживаемого клиента ежемесячно.

### **Репутация агентства:**

- Получение от клиентов отзывов, публикация обратной связи на сайте;
- Публикация на сайте списка клиентов агентства;
- Вступление в PR-ассоциации;
- Участие в рейтингах PR-агентств;
- Публикация экспертных статей от имени агентства в социальных сетях и на форумах.

### **Перспективы агентства:**

- Расширение спектра услуг;
- Расширение географии деятельности.