

PRCSBGroup

издательский дом
корпоративных
медиа



**Собственные информационные инструменты
позволяют максимально контролировать
и эффективно доносить политику компании
до целевых аудиторий!**



О нас

Издательский дом PRCB Group создает и выпускает корпоративные журналы и газеты, начиная с 2003 года.

Наш творческий коллектив – команда профессионалов. Все специалисты – редакторы, аналитики и дизайнеры – имеют большой опыт и необходимые компетенции для работы в изданиях различной периодичности и направленности.

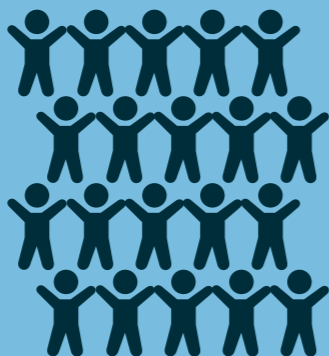
На протяжении 14 лет, мы создаем корпоративные СМИ для лидеров ведущих отраслей: ТЭК, промышленность, FMCG, ритейл, финансовые институты, аудиторская и оценочная деятельность, недвижимость, федеральные и региональные органы власти, общественные организации.



более

40

профессиональных
наград



130

счастливых клиентов



ЛЕТ РАБОТЫ НА РЫНКЕ КОРПОРАТИВНЫХ СМИ



Корпоративные медиа



инструмент,


направленный
на выстраивание социальных
связей внутри корпораций,
а также между корпорациями
и между корпорациями
и общественностью

проводник,

корпоративной культуры

канал адресных КОММУНИКАЦИЙ

компании с персоналом,
бизнес-партнерами
и клиентами.



Какие задачи решают?

Информационная:

- Разъяснение целей, задач, стратегии, миссии, новаций и др.
- Информирование о мероприятиях социальной ответственности и др.
- Транслирование передового опыта
- Предупреждение кризисных ситуаций (в частности, при проведении слияний и поглощений)

Идеологическая:

- Укрепление мотивации к труду, формирование корпоративного духа
- Повышение уровня лояльности персонала, клиентов, партнеров
- Помощь в социализации нового персонала

Организационная:

- Формирование оптимальной коммуникационной среды для клиентов, акционеров, персонала, потенциальной аудитории
- Обеспечение обратной связи
- Соединение удаленных региональных отделений, филиалов, дочерних компаний с головным офисом

Имиджевая:

- Формирование и поддержка имиджа компании
- Обеспечение эффективной рекламы (т. к. на 90 % корпоративные медиа попадают в целевую аудиторию)



**Каждое
предложение
индивидуально
и уникально
мы умеем создавать
шедевры из деталей
и мелочей!**



Целевые аудитории корпоративной прессы

B2P

Business-to-Personal

Персонал компании, семьи сотрудников. Основной задачей является укрепление доверия к руководству, разъяснение политики организации, пробуждение интереса к делам администрации, создание дружелюбной атмосферы на работе.

Внутреннее

B2B

Business-to-Business

Партнеры, потребители товаров и услуг в бизнес-среде. Основной задачей является формирование имиджа компании в деловой среде, укрепление бизнес-контактов.

Внешнее

B2C

Business-to-Customers

Клиенты, конечные потребители. Основной задачей является повышение лояльности клиентов к бренду, увеличение объемов продаж.

Внешнее

B2G

Business-to-Government

Представители органов государственного управления. Основной задачей является лоббирование интересов компании на государственном уровне.

Внешнее

B2E

Business-to-Everybody

И персонал, и клиенты, и бизнес-партнеры. Объединяет все вышеперечисленные задачи.

Смешанное



ТИПОЛОГИЯ

корпоративных изданий

PR-издание

Развитие имиджа компании

HR-издание

Повышение лояльности
сотрудников, повышение
мотивации

GR-издание

Лоббирование интересов
определенной отрасли
или сегмента рынка во властных
структурах

Маркетинговое издание

Повышение продаж, увеличение
оборотов компании, ускорение роста
компании

Самостоятельный прибыльный бизнес

Получение максимальной прибыли
от размещения рекламы, а также
использование издания для PR
и маркетинга

Популярные форматы корпоративных изданий



Газеты

Формат А3

4–8–12 полос

Один раз в месяц

(реже – один раз
в 2 или 3 месяца)

Полноцвет



Журналы

Формат А4

32–48–64–80 полос

Один раз в квартал

(реже – один раз в месяц)

Полноцвет

Формула расчета тиража корпоративных изданий:

• Для внутренней аудитории: тираж = штат сотрудников x 1,5

• Для внешней аудитории: тираж от 1000 экз.

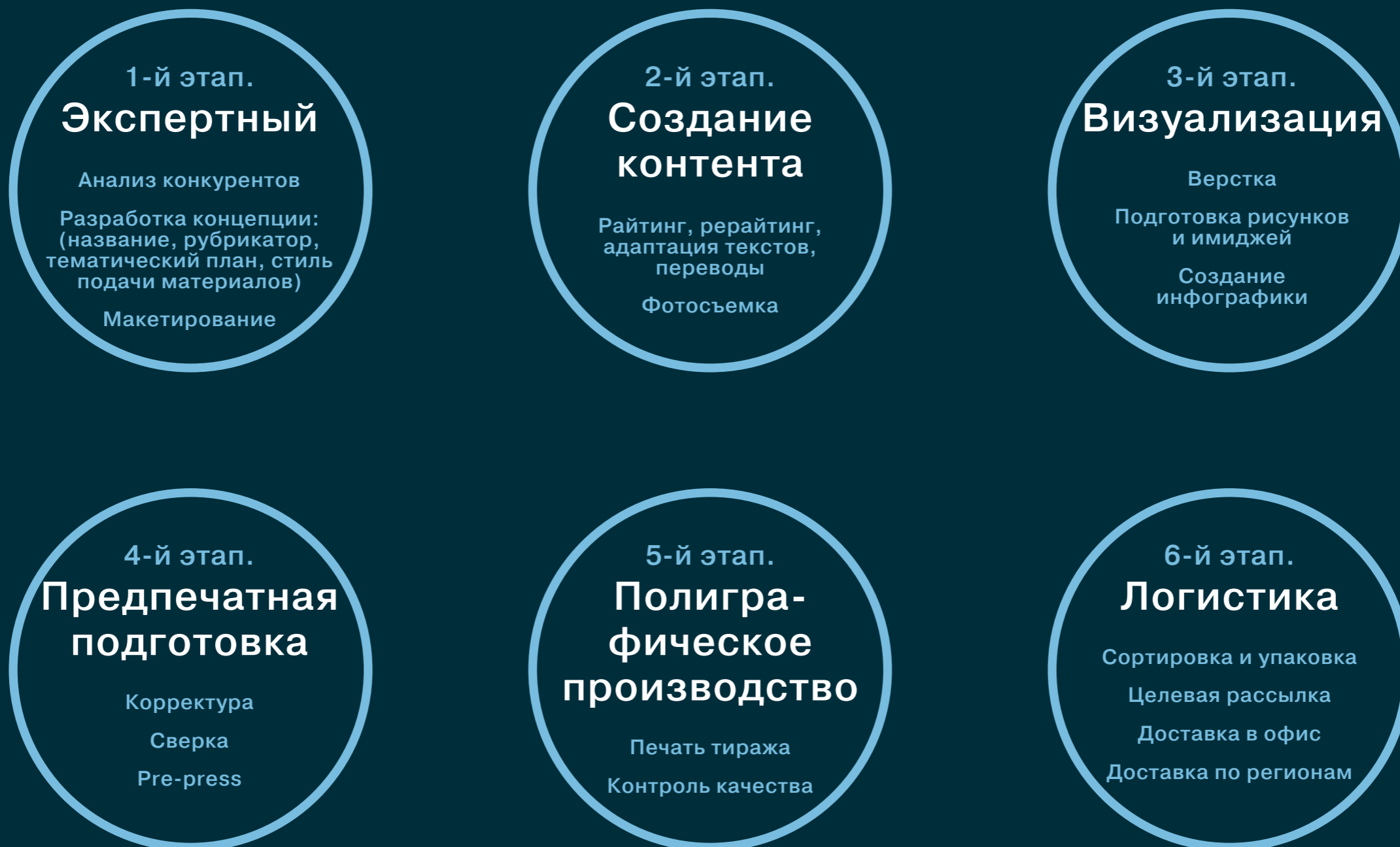


мы предлагаем
нашим клиентам

удобный
творческий
понятный
рабочий
процесс



Технологический процесс





Какие бывают? Корпоративные медийные ресурсы:



Корпора-
тивные
сайты



Корпора-
тивные
издания



Электрон-
ные
рассылки



Электрон-
ные
журналы



Блоги,
социаль-
ные сети



Корпора-
тивное ТВ
и радио



WEB



Печатная
периодика



i-СМИ



Электронные
СМИ



Альтернативные корпоративные СМИ

i-СМИ

Корпоративное издание, выполненное в электронном формате, с возможностью просмотра на экране компьютера, планшета, коммуникатора

(интернет-версии печатных СМИ, электронные бюллетени, e-mail рассылки, web 2.0)

Корпоративные WEB-ресурсы

Совокупность web-страниц, объединенных общим содержанием, размещенных на web-сервере под определенным доменным именем и реализующих виртуальное представительство компании

(корпоративные сайты, intranet и extranet порталы)

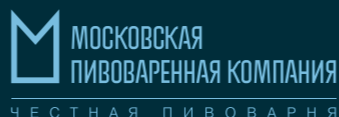
Электронные СМИ

Видеофильмы, промо-ролики, новостные или информационные сюжеты, рассказывающие о компании, ее буднях, происшествиях, планах, достижениях, услугах или продукции. Позволяет эффективно объединять разветвленную сеть региональных подразделений

(корпоративное ТВ, корпоративное радио)



Наши клиенты



Наши проекты



Наши награды





Клиенты о нас



наших клиентов отметили:

Клиентоориентированность в проектной коммуникации

Контроль сроков и опережение графика

Профессионализм команды

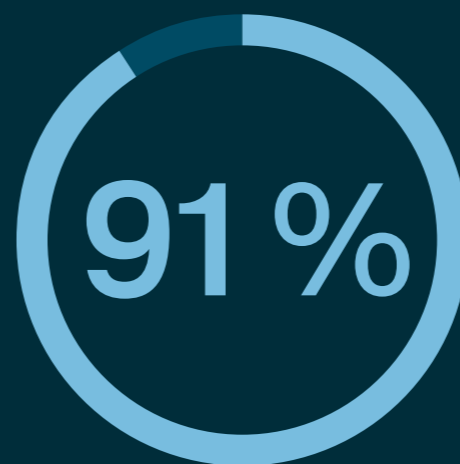


наших клиентов подтвердили:

Творческий подход в дизайне

Оперативность верстки

Соответствие цены и качества оказываемых услуг



наших клиентов видят в нас:

Качественного поставщика коммуникационных услуг



наших клиентов готовы:

Рекомендовать PRCB Group партнерам по бизнесу



Наши контакты



г. Москва, Земляной Вал
д. 52, стр. 5

+7 495 915 54 73

www.prcb.ru

call@prcb.ru