

# PR-«КУХНЯ» ПО-ГРУЗИНСКИ

Пенетрон в Республике Грузия хорошо знаком специалистам и широко применяется в строительстве. Тем не менее, действий для поддержки авторитета марки, пополнения наработанного багажа много не бывает. Заступив на пост директора ООО «Гидроизоляционные технологии», Джимшер Шенгелия принял решение по кардинальным изменениям в политике продвижения. Точно так же, как делаются секретами мастера всемирно известной грузинской кухни, дилер ГК «Пенетрон-Россия» делится практикой PR-«кухня» по-грузински.



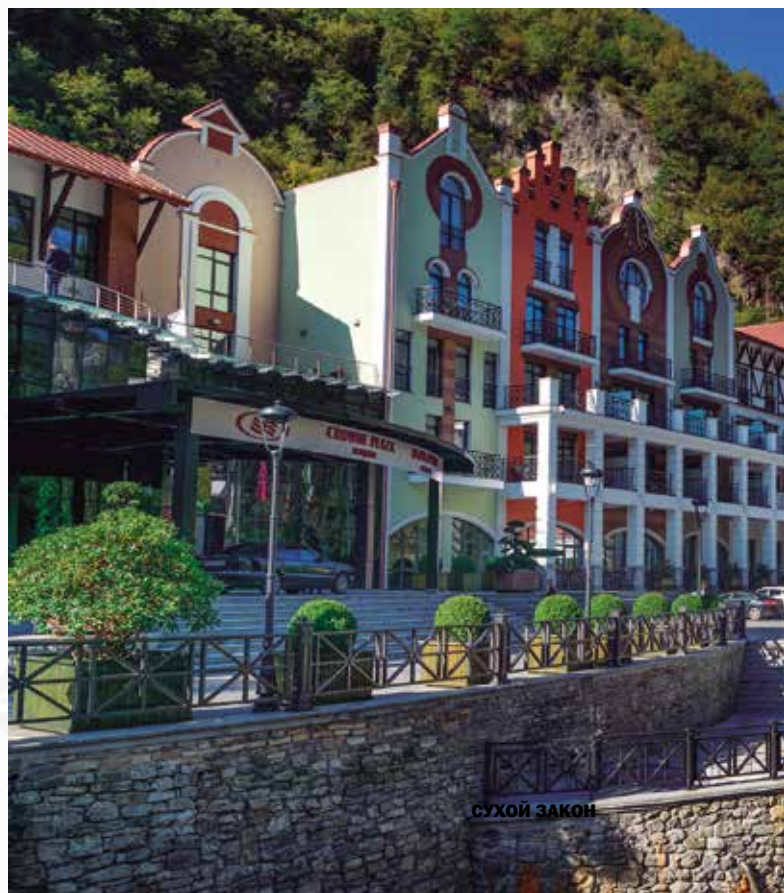
туру, заметно расширили контент, страница стала интересной.

Активизировали взаимодействие с творческими союзами. Помогли с финансированием ряда проектов, стали номинантами награждения меценатов. Церемониал освещался ведущими телеканалами.

Впрочем, телевидение в нашем плане рекламы и продвижения заняло самый обширный блок. В целом, ставка была сделана именно на электронные СМИ и ведущие соц-сети. А комплексный подход позволил сформировать как платные, так и бесплатные

Прежде всего, было ясно, что в дальнейшем продвижении марки Пенетрон требовалась систематизация. Была необходима целостная и комплексная программа, которая бы вобрала в себя наиболее эффективные средства и была при этом оптимальной в разрезе: затраты и результаты. И мы такую программу выработали с привлечением специалистов, зарекомендовавших себя на рынке. Весь план подразделили на несколько блоков, которые включали в себя использование рекламы в СМИ, активные PR-акции и «ненавязчивые» формы, такие как, например, плейсмент.

Для начала был преобразован сайт компании – [www.penetron.ge](http://www.penetron.ge). Надо признаться, что прежний вариант оформления выглядел бледненько и бедненько. Поменяли струк-





Реклама Пенетрона на бортах автобусов в Батуми

формы участия в программах и передачах.

Уже буквально после моих первых выступлений в передачах деловой хроники, а они были запланированы сразу на трех телеканалах, образовалась живая обратная связь: не заставили себя ждать звонки коллег и бизнес-партнеров, завязались новые знакомства.

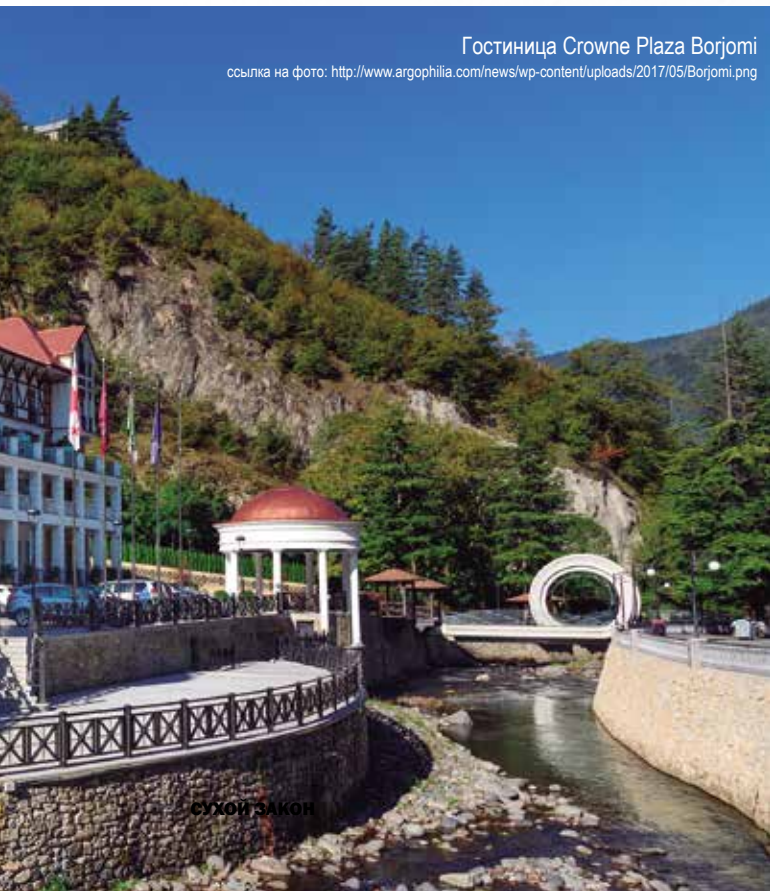
Подготовили рекламные ролики – как аудио, так и телевизионные. Пошла реклама сразу на трех радиостанциях и параллельно на Первом телеканале Грузии, на популярном канале «Рустави 2» и других. К примеру, на канале «Маэстро» мы стали спонсора-



На передаче «Реновация» популярного телеканала «Рустави 2»

Гостиница Crowne Plaza Borjomi

ссылка на фото: <http://www.argophilia.com/news/wp-content/uploads/2017/05/Borjomi.png>



ми передачи «Бизнес-контакт», выступили спонсорами на ТВ «Винил», куда приглашают популярных музыкантов и исполнителей.

Но основное внимание, конечно же, стремимся уделить деловой и профессиональной аудитории. В рамках рамочного договора с телеканалом «Рустави 2» за нами – награждение фаворитов в рейтинговом мега-шоу X-Factor, на этом же канале выступаем в популярной передаче «Реновация», которая посвящается ремонтам и инновациям.

Не остались без внимания и другие формы и форматы рекламы и PR. Подготовлены и напечатаны имиджевые презентационные буклеты на достаточно высоком уровне художественного и полиграфического исполнения. В Батуми пошли пассажирские



Планирование работ на новом объекте

автобусы с рекламой Пенетрона на борту. На стройплощадках по этажам размещены наши флайеры: призываем будущих жильцов заблаговременно провести качественную гидроизоляцию, в том числе, ванных комнат в новых квартирах.

Но направлением главного удара, как уже отметил выше, стало «электронное поле». Разработана электронная версия презентации, разослана строительным компаниям, конструкторам, архитекторам. Особо отмечу нашу активность в Фейсбуке. Здесь продвижение доверили специальной компании. Затраты на Фейсбук достигают порядка \$ 2000, и коллеги как в Грузии, так и в других странах уже успели отдать должное – в виде лайков и комментариев – нашим видео-постам, анонсам, рекламным заставкам.

В итоге затраты на пиар и рекламу на текущий период составили около \$37 000, до конца года намечено потратить еще \$15 000.

### **Что получилось?**

Повысилась узнаваемость продукта. Если на сайт компании прежде заходили по 2-3 посетителя в день, то сейчас сайт посеща-



ют 200 уникальных визитеров. Повысился интерес от частных, и мы смогли полноценно охватить этот сегмент. Повысился интерес от застройщиков. Характерно, что мы не рассчитывали на высокий эффект в этой категории, к которой требуется индивидуальный, точечный подход, но реклама поработала и здесь.





Дом оперы в Тбилиси

ссылка на фото: <http://thealoof.com/wp-content/uploads/2013/05/operahouse.jpg>

До середины марта испытывали штиль продаж и изрядно волновались. Потом началось: за следующие три месяца реализовали, по сути, годовой объем, исходя из прошлых периодов. Если пойдет такими темпами... впрочем, рекламная кампания продолжается, и я пока воздержусь от прогнозов. Тем более, что мы сейчас делаем



Piazza Batumi

ссылка на фото: [https://i.onthe.ic/pogudx1m1akvpk034g\\_fa08cc45.jpg](https://i.onthe.ic/pogudx1m1akvpk034g_fa08cc45.jpg)

СУХОЙ ЗАКОН



Пенетрон на строительстве лаборатории фармацевтической фабрики «Аверс»

серьезную ставку на крупные проекты государственного уровня значимости. Провели презентацию уникальных возможностей Пенетрона, материалов «Скрепа» на строительстве нового международного глубоководного порта Анаклия. Также провели презентацию в строящемся порту Супса. Это грузино-иранский проект, в рамках которого создается мощное нефтеперерабатывающее и химическое производство. Это проекты с бюджетом до \$ 5 миллиардов долларов. Сделана презентация для руководящего состава инженерных служб компаний Georgian global utility, которая занимается водоснабжением крупных городов Грузии. Направлены предложения компаниям, которые работают в сфере ирригации и систем орошения. Интенсивно взаимодействуем со строителями гидроэлектростанций: до 2025 года в Грузии намечено строительство около 100 ГЭС. Везде к материалам системы Пенетрон проявляется живой интерес.