

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Проект

PR-сопровождение ребрендинга HUMO

1. Цель проекта

Обеспечить эффективное коммуникационное сопровождение ребрендинга HUMO, сформировать положительное восприятие обновленного бренда среди ключевых аудиторий, обеспечить широкое информационное присутствие и минимизировать репутационные риски в период трансформации бренда.

2. Основные задачи

PR-агентство по сопровождению ребрендинга HUMO должно оказывать полный цикл работ, включая следующие направления:

2.1. Разработка коммуникационной стратегии

- единая архитектура ключевых сообщений для различных аудиторий;
- коммуникационный план до запуска, во время запуска и после запуска;
- карту информационных поводов;
- рекомендации по каналам коммуникации;
- план действий при возникновении репутационных рисков.

2.2. Подготовка коммуникационных материалов

- основной пресс-релиз о ребрендинге;
- серия тематических пресс-релизов;
- медиаакт;
- вопросы-ответы для СМИ, клиентов, партнеров;
- цитаты руководства;

2.3. Работа со СМИ

Агентство обеспечивает:

- формирование и актуализацию базы СМИ;
- подготовку медиаплана;
- подготовку и распространение пресс-материалов;
- организацию интервью и комментариев;
- взаимодействие с журналистами;
- организацию пресс-активностей;
- сопровождение пресс-подходов и съемок;
- подготовку эксклюзивных материалов для ведущих СМИ, в т.ч. в ведущих офлайн изданиях.

Работа со СМИ осуществляется в тесном взаимодействии с командой HUMO.

2.4. Работа с блогерами и лидерами мнений

Агентство обеспечивает полный цикл работы:

- разработку influencer-стратегии;
- подбор релевантных блогеров и лидеров мнений;
- проведение переговоров;
- подготовку брифов;
- координацию размещений;
- контроль сроков публикаций;

- контроль соответствия контента согласованным сообщениям;
- взаимодействие с блогерами в период запуска.

Бюджет на размещение блогеров и инфлюенсеров оплачивается отдельно Заказчиком.

2.5. PR-сопровождение мероприятий

Агентство обеспечивает коммуникационное сопровождение мероприятий, связанных с ребрендингом:

- официальный запуск бренда;
- пресс-мероприятия.

В обязанности агентства входит исключительно PR-сопровождение мероприятий.

Организация мероприятий осуществляется Заказчиком и/или отдельным подрядчиком.

2.6. Международные коммуникации

Подготовка международного пакета материалов:

- англоязычный пресс-релиз;
- материалы для международных партнеров;
- коммуникационные материалы для международных мероприятий и форумов;
- рекомендации по работе с международными отраслевыми и деловыми СМИ.

2.7. Антикризисные коммуникации

Разработка системы антикризисного реагирования:

- Вопрос-ответ (скрипты) по потенциальным негативным сценариям;
- алгоритмы реагирования;
- рекомендации по работе с негативом в СМИ и социальных сетях.

3. Каналы коммуникации и форматы размещения

Подрядчик должен работать со следующими каналами и форматами:

- национальные и отраслевые СМИ;
- новостные и информационные порталы;
- Telegram-каналы;
- Instagram;
- YouTube;
- офлайн-мероприятия;
- инфлюенсеры и блогеры;
- спецпроекты и нативные интеграции.

4. Требования к качеству работ

Подрядчик обязан обеспечить:

- высокое качество текстов, визуалов и сценариев;
- соответствие материалов имиджу и коммуникационным задачам HUMO;
- корректность терминологии и соблюдение стандартов бренда;
- отсутствие фактических, стилистических и смысловых ошибок;
- релевантность материалов конкретной целевой аудитории и площадке;
- своевременную подготовку и согласование материалов;
- соблюдение сроков на всех этапах работ;
- готовность оперативно вносить правки по замечаниям Заказчика.

5. Ключевые показатели эффективности

При оценке работы агентства будут учитываться:

Медиа

- количество публикаций;
- качество публикаций;
- количество интервью и комментариев;
- наличие публикаций в ключевых национальных и деловых СМИ.

Репутация

- корректная трансляция ключевых сообщений;
- позитивная или нейтральная тональность публикаций;
- отсутствие значительных репутационных кризисов.

Информационная кампания

- качество реализации коммуникационной стратегии;
- эффективность работы с блогерами и лидерами мнений;
- охват ключевых аудиторий;
- уровень вовлеченности аудитории.

6. Сроки исполнения

Подрядчик должен обеспечить:

- оперативную подготовку медиапланов и бюджетов;
- своевременное согласование материалов;
- быстрое реагирование на срочные инфоповоды;
- соблюдение согласованных сроков размещений, съемок и публикаций.

Сроки по каждому проекту определяются отдельно и фиксируются в рабочем плане.

7. Ожидаемый результат

По итогам проекта HUMO должно получить комплексное коммуникационное сопровождение ребрендинга, обеспечивающее:

- понимание целей и сути ребрендинга ключевыми аудиториями;
- высокий уровень информационного присутствия бренда;
- положительное восприятие обновленного бренда;
- эффективную работу со СМИ и лидерами мнений;
- успешное сопровождение запуска бренда;
- минимизацию репутационных рисков в период трансформации;
- формирование устойчивого позитивного информационного фона вокруг нового бренда HUMO.

21.07.2026 г.
Д. Тулямова
(подпись)