

NEURON AGENCJA PUBLIC RELATIONS
PREZENTACJA AGENCJI

Neuron Agencja PR pomaga zarządzać komunikacją klienta, a przez to **budować, utrzymywać i wykorzystywać** jego **przewagę rynkową**. Oferujemy doradztwo, planowanie strategiczne i prowadzenie działań z dziedziny komunikacji.

Od 2001 roku pracowaliśmy dla **kilkudziesięciu klientów** - międzynarodowych koncernów, firm z sektora MŚP i organizacji non-profit. Nasze doświadczenie obejmuje między innymi **teleinformatykę**, e-biznes, finanse, nieruchomości, handel, motoryzację, FMCG i organizacje społeczne.

Posługujemy się **wszystkimi technikami i taktykami** komunikacyjnymi – od klasycznego media relations przez komunikację z kanałami dystrybucyjnymi, po budowanie społeczności internetowych.

Jesteśmy członkiem **Związku Firm Public Relations**, organizacji 34 renomowanych polskich agencji PR.



Impactor 2011: „Niestandardowy marketingowy projekt roku”





Marek Wróbel – prezes

Ponad 16 lat doświadczenia w public relations (m. in. w agencjach United Public Relations, ComPress i Mmd) i 5 lat w dziennikarstwie prasowym i telewizyjnym. W latach 2006-2007 był szefem gabinetu politycznego Ministra Gospodarki. Prowadzi szkolenia, wykłady i warsztaty, współpracownik pism specjalistycznych. Fundator i prezes zarządu fundacji internetPR.pl. Sygnatariusz i były członek Rady Etyki Public Relations, członek Rady Nadzorczej PSPR (2003-2005 i od 2009).



Lidia Marcinkowska – partner, dyrektor zarządzająca

Ukończyła Szkołę Główną Handlową w Warszawie i Gerhard-Mercator-Universität w Duisburgu. Public relations zajmuje się od 1998 roku, doświadczenie zdobywała m.in. w agencjach ComPress i Mmd. Jako jednoosobowa firma PR obsługiwała polski oddział 3Com. Prowadzi szkolenia z dziedziny public relations. Członek Rady ZFPR



Paweł Soproniuk – partner

Absolwent Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, w Neuronie odpowiada za pozyskiwanie nowych klientów i rozwój biznesu. Specjalizuje się w public relations dla przedsiębiorstw z sektora IT oraz firm internetowych. Opracowywał i wdrażał strategię komunikacji dla polskich i międzynarodowych marek. Członek Polskiego Stowarzyszenia Public Relations



▼ **Online:**



hoopla.pl, smyk.com, empik.com, grono.net, jobpilot.pl

▼ **Nieruchomości:**



Dor Development, Ronson Development, Venessa-Westmark, Marvipol

Inne:



Reebok, Rainbow Tours, LCL, Hurtimex, restauracja Sketch, Ogrodownia, Szpital Mazovia, Belgian Business Chamber, iTagma, 500Solutions

▼ **Finanse:**



Investkredit Bank AG, Inter TUR, Easy Forex, DFP Doradztwo Finansowe

▼ **Edukacja i kultura:**



▼ **Motoryzacja:**



Castrol

▼ **IT/ telekom:**



3Com, Betacom SA, D-Link, Intel, Western Digital, Telefonia Dialog, MediaRecovery, Trend Micro, G DATA Software



Warszawa, 14 października 2009

REFERENCJE

Firmę NETIA SA współpracuje z Neuron Agencją Public Relations Sp. z o.o. od stycznia 2008 roku. Zakres usług świadczonych przez firmę Neuron obejmuje pełen zakres działań public relations w zakresie PR korporacyjnego, PR produktowego oraz obsługi wydarzeń specjalnych.

Agencja konsekwentnie realizuje zaproponowaną strategię komunikacji. Neuron wspiera Netię w złożonym procesie zmiany wizerunku: z firmy świadczącej usługi dla biznesu na głównego alternatywnego operatora telekomunikacyjnego, oferującego powszechny szerokopasmowy dostęp do Internetu.

Efekty prac agencji znajdują odzwierciedlenie zarówno w dużej liczbie publikacji o wydziwku pożądanym przez firmę Netia jak i zmianie wizerunku, potwierdzonej niezależnymi badaniami opinii publicznej.

Netia SA wysoko ocenia jakość współpracy z firmą Neuron, czego dowodem jest decyzja o przedłużeniu współpracy z agencją na kolejny okres. Polecam współpracę z Neuron Agencją Public Relations jako solidnym partnerem biznesowym, kompetentnym doradcą oraz skutecznym wykonawcą zleconych działań.

Mateusz
da N...

Małgorzata Babik
Dyrektor departamentu public relations



Referencje

2010-08-31

Acronis is a leading provider of easy-to-use backup, recovery and security solutions for physical, virtual and cloud environments. Its patented disk imaging technology enables corporations, SMBs and consumers to protect their digital assets. With Acronis' disaster recovery, deployment and migration software, users protect their digital information, maintain business continuity and reduce downtime. Acronis software is sold in more than 180 countries and available in 13 languages.

The cooperation with Neuron Public Relations was one of our most important steps when Acronis entered the Polish market. The agency has understood completely and very quickly the needs and standing of the brand Acronis. From the first day Neuron was an important partner for us and helped to implement the right steps in order to make our brand visible and understandable for our different levels of target groups. In both strategic and operational way the agency is a recommendable partner and is able to address our business needs perfectly.

Matthias Hüpf

Public Relations Manager CEE, Acronis Germany GmbH

Warsaw, 12-10-2009

REFERENCES

Cooperation with Neuron PR brings to Monsterpolska.pl long term value. We appreciate personal effort, engagement, flexibility and absolute professionalism of the all employees who are working on joint project. Projects are every time delivered on time in high standard quality. Our cooperation doesn't cover pure PR activities only, but due to good work experience we've extended service about event project management and 3rd party management. I can recommend Neuron PR as trustworthy business partner which is able effectively support business goals.



Bartośz Struzik
Finance Director Eastern Europe

Monster Worldwide Polska Sp. z o.o.
Ul. Postępu 15B
02-676 Warszawa
Tel.(022) 323 89 00 fax (022) 323 89 99
NIP: 527-22-29-937



Warszawa, dnia 16 października 2009

REFERENCJE

Instytut kultury British Council współpracował z agencją Neuron Public Relations od stycznia 2008 do czerwca 2009. Agencja została wyłoniona w ramach przetargu na obsługę 70tej rocznicy naszej obecności w Polsce (rok 2007) po czym rozszerzona o kolejne pół roku.

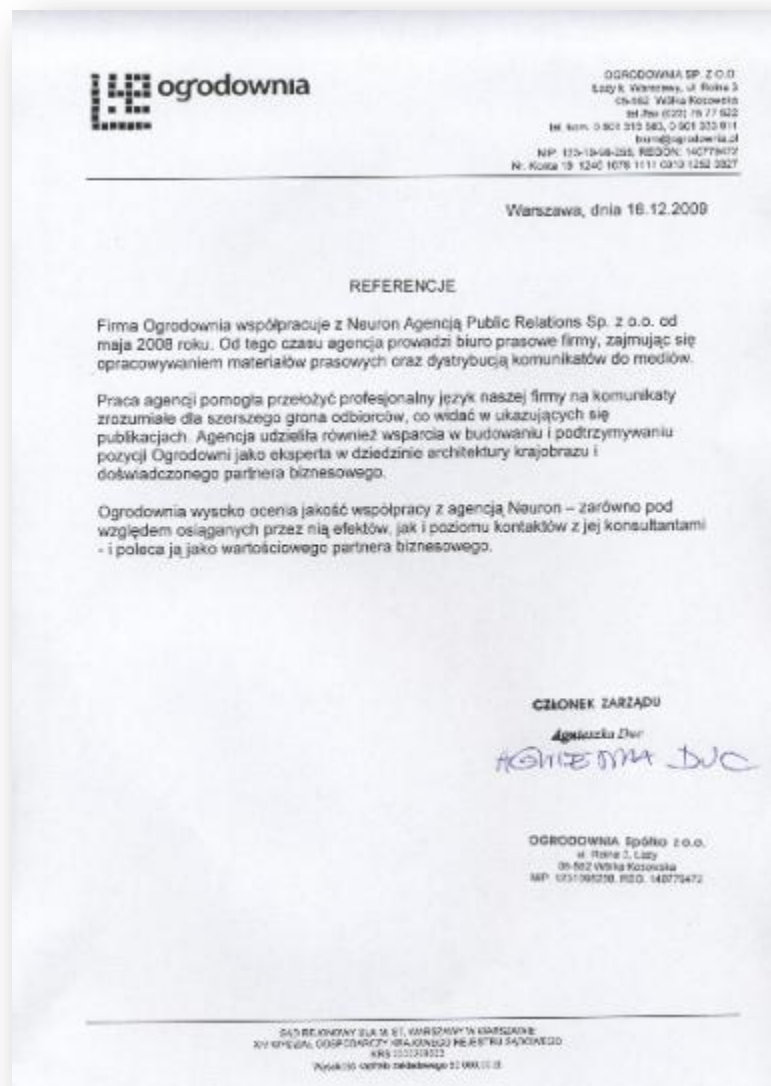
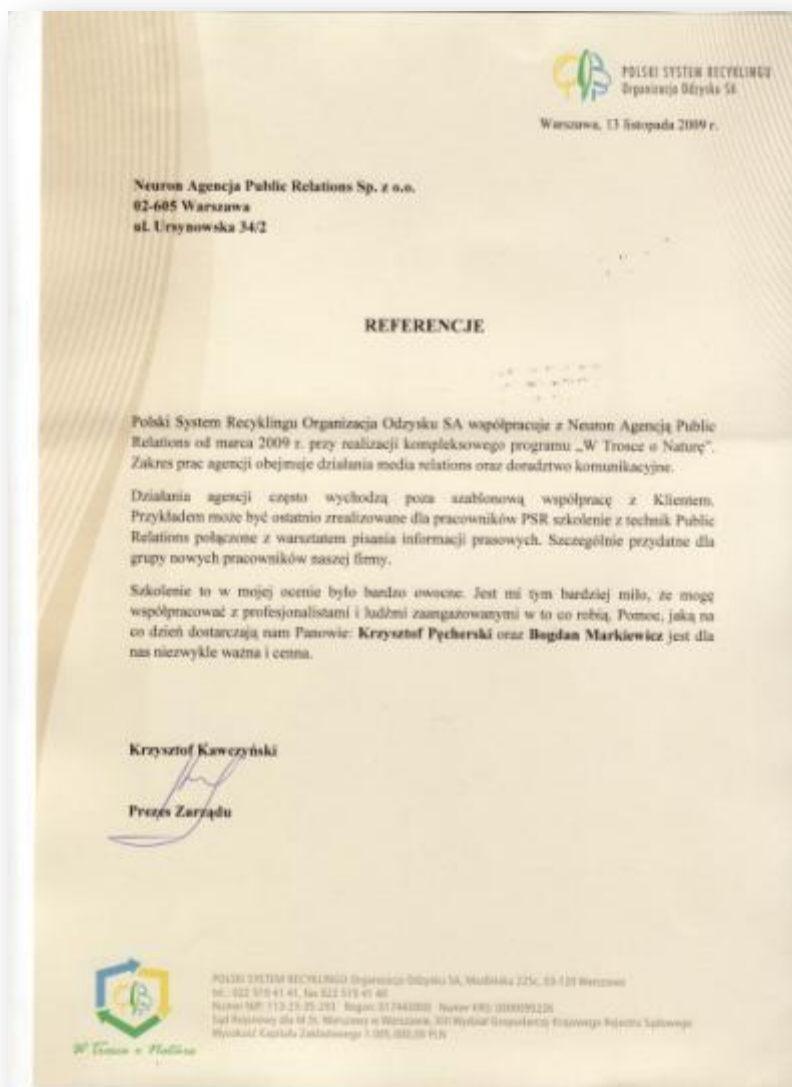
Współpraca pomiędzy naszymi organizacjami była dobrze zaplanowana i efektywna. Dzięki Neuron PR przeprowadziliśmy kilka dużych projektów – między innymi nawiązaliśmy długofalową współpracę z wydawcą Polska The Times czego owocem były dwa kilkumiesięczne projekty medialne.

Jesteśmy szczególnie zadowoleni ze współpracy z Panem Pawłem Soproniukiem, który ma rzadko spotykany w obecnych czasach dar słuchania klientów i reagowania adekwatnie do ich potrzeb – również wtedy kiedy zgłaszaliśmy uwagi do działań agencji.

Sytuacje problematyczne – nieuniknione podczas długiej współpracy - były szybko adresowane i rozwiązywane.



Magdalena Kwiecńska
Head, Partnerships & Projects





OPIS SYTUACJI

W 2010 roku ENERGA SA przeprowadziła konkurs i plebiscyt dla Internautów, który miał na celu podkreślić innowacyjność firmy i wpłynąć na wzrost świadomości marki. Celem działań było doprowadzenie do wzrostu rozpoznawalności marki ENERGA i pozycjonowanie jej jako eksperta w dziedzinie energooszczędnych rozwiązań.

ZADANIE DLA AGENCJI

Neuron Agencja PR odpowiadała za wsparcie projektu „Świeć Się” w następujących obszarach:

- komunikacja projektu do 123 urzędów miast biorących udział w plebiscycie:
 - przekazywanie bieżących informacji o konkursie i jego etapach
 - zaangażowanie miast w autopromocję swoich kandydatów
 - pozyskiwanie zdjęć iluminacji miejskich
 - współpraca z UM Szczecin w celu uroczystego przekazania nagród
- media relations (szczególnie media lokalne i regionalne):
 - przygotowanie 5 komunikatów prasowych o poszczególnych etapach konkursu z wersjami wojewódzkimi i lokalnymi
 - dystrybucja informacji i bieżące kontakty
 - odpowiadanie na zapytania dziennikarzy – funkcja rzecznika projektu
- inne obszary (social media, www.swiecsie.pl):
 - publikowanie informacji o konkursie na forach miejskich – jako eRzecznik Świeć Się
 - doradztwo i bieżące wsparcie działań na Facebooku i oficjalnej stronie projektu



DZIAŁANIA MEDIA RELATIONS

- Baza mediów do komunikacji lokalnej w 123 miastach (**ponad 800 kontaktów**)
- Informacja prasowa o rozpoczęciu konkursu w trzech wariantach (publikacja 14.12):
 - ogólnopolskim
 - regionalnym (16 wersji wojewódzkich)
 - lokalnym (123 wersje)
- Komunikat prasowy o trwaniu konkursu – 16 wersji wojewódzkich (dystrybucja 23.12)
- Informacja o wynikach etapu wojewódzkiego - dwie wersje ogólnopolska i 16 wojewódzkich (publikacja 29.12)
- Komunikat o trwaniu finału – w 16 wersjach regionalnych (dystrybucja 5.01)
- Informacja prasowa o wynikach finału z pozyskaną wypowiedzią z UM Szczecin - wersja ogólnopolska i 15 regionalnych (publikacja 14.01)
- Podczas trwania konkursu agencja na bieżąco odpowiadała na zapytania dziennikarzy, udzielała szczegółowych informacji o konkursie i aktualnych zajmowanych miejscach przez poszczególne miasta. Poza tym udzielano krótkich wywiadów telefonicznych dot. konkursu jako rzecznik projektu

Strona główna | Mapa serwisu | 0 energia.pl

Energa internetowe biuro prasowe

Grupa ENERGA | Rzecznik prasowy

Strona główna » Biuro Prasowe » Komunikaty prasowe » "Świeć się" – rusza ogólnopolski konkurs na najpiękniejsze iluminacje świąteczne miast i domów

Komunikat prasowy

14.12.2010 | Grupa Energa
"Świeć się" – rusza ogólnopolski konkurs na najpiękniejsze iluminacje świąteczne miast i domów
 Wersja do druku | Wersja txt

14 grudnia startuje "Świeć Sie" – druga edycja konkursu na najpiękniejsze iluminacje świąteczne w Polsce. W organizowanym przez Grupę ENERGA współzawodnictwie wykonawców zostaną miasta oraz domy świecące w święta najjaśniej.

W "Świeć Sie" w szranki o tytuły i nagrody w dwóch kategoriach stanąć mogą osoby indywidualne oraz miasta. Swoje pięknie przystrojone drzewko, dom i ogród w konkursie fotograficznym może pokazać światu każdy – wystarczy przesłać zdjęcie na www.SwiecSie.pl. Natomiast w plebiscyfie miast internauci na podstawie zdjęć choinek, przystrojonych ulic i rynków zadecydują o przyznaniu tytułu najładniej oświetlonej przestrzeni miejskiej w Polsce. Na uczestników zabawy czekają atrakcyjne prezenty – 46-calowy telewizor 3D LED, iPad 3G/WiFi, konsola PS3, trzy laptopy i 60 innych cennych nagród.

- Pierwsza edycja konkursu i tysiące uczestniczących w nim osób pokazały, że Polacy chętnie dzielą się dobrą energią na święta. Tej zimy ponownie zachęcamy do udziału w Świeć Sie oraz przystrojenia swoich mieszkań, domów, ogrodów i ulic świątecznymi iluminacjami, szczególnie energooszczędnymi. Grupa ENERGA dostarczając produkty i usługi w standardzie Smart Eco zachęca do racjonalnego korzystania z energii elektrycznej i stosowania nowoczesnych technologii. Dzięki nim święta mogą być pełne blasku i światła, a jednocześnie przyjazne dla środowiska.

- mówi Ireneusz Kulka, dyrektor Centrum Marketingu i Komunikacji spółki ENERGA.

Konkurs fotograficzny – dodaj zdjęcie i wygraj

Rzecznik prasowy
Beata Ostrowska
 rzecznik prasowy Grupy ENERGA
beata.ostrowska@energia.pl
 ENERGA SA
 ul. Reja 29
 80-870 Gdańsk
<http://www.energia.pl>
 tel.:
 ☎ + (058) 347 39 54
 ☎ + 0603 649 057

Krzysztof Pęcherski
 komunikacja konkursu "Świeć Sie"
k.pecherski@neuron.pl
 Neuron APR dla Grupy ENERGA
<http://www.energa.pl>
 tel.:
 ☎ + 48 22 844 77 87

Dla dziennikarzy
 e-mail
 ***** ok
 • [Zapomnijmy hasła?](#)
 • [Zaloguj się](#)

Szukaj | Archiwum | RSS

Znajdź interesujący Cię komunikat...
 wpisz frazę ok

Informacje lokalne
 Wybierz region
 Wszystkie ok

Zobacz także

typ: wideo
 15.5 MB
 pobierz

Marka ENERGA – cechy, aspiracje i wartości wspólne marko grupy kapitałowej (Ireneusz Kulka, dyrektor marketingu i komunikacji Grupy ENERGA)
[poczet materiałów »](#)

Ponad 1200 wejść na stronę z tą informacją w biurze prasowym

140 wersji komunikatu: ogólnopolska, regionalne i lokalne

Dystrybucja obejmowała ponad 1000 kontaktów

KONKURS DLA MIAST I MIESZKAŃCÓW
Gdzie piękniejsze ozdoby na święta



Przed radomskim magistratem gotowe są już świąteczne iluminacje. Czy mają szansę w konkursie „Świeć się” - załóż od internautów.

Które miasto świeci się najpiękniej?



Najładziej w Bydgoszczy świąteczną iluminacją rozbiła w tym roku ul. Długa

== Rozsyłał Internetowy konkurs == także inne miasta w naszym regionie. W tym roku zmierzono o czołowe dekoracje i zastąpiono nimi Monika Dobrowolska, rzeczniczka Urzędu Miasta, ma nadzieję pomieścić w swoim tytule najpiękniejszego miasta na świecie. W tym roku mamy trochę iluminacji. Jest zaprzęg reniferów, szopki i inne. W kosturkach lub kostiumach. Zwiększyliśmy ilość oświeczonych miejsc. Najbardziej jednak, że możemy pokazać miasto innym, właśnie poprzez konkurs - opowiada. Był

głoszą także zmienił nieco swój tożsamości. Oprócz aniołów na ul. Mostowej mamy choinkę przy zbiegu ul. Gólskiej i Dworcowej. Pojawili się też kolorytowi lampki na słupach latarni na bulwarach nad Biełą. Plac Kurok, rzeźbny przepiękny i dyskretny. Z pewnością jest to świetna okazja do promocji miasta. Mamy nadzieję, że pobierzemy komentarze tak do końca. Za staro i nagła Miasto

Głoszą na nasze miasta

Niech nam świeci



Iluminacja sferowa ul. Żelazny Szczeciński powitana Szczecinianami. Liczba głosów w konkursie.

GŁOSUJĄ NA SZCZECINIE I INNE MIASTA NASZEGO REGIONU W OGÓLNOPOLSKIM KONKURŚCIE NA NAJPIĘKNIEJSZĄ ILLUMINACJĘ ŚWIĄTECZNĄ. Oczywiście, jeśli uważacie, że światła w nich nie to załadunek.

To już druga edycja „Świeć się”

naście światła oraz indywidualnego na najbardziej przystojną choinkę, ogród czy domek. Kolejna edycja konkursu składa się z dwóch etapów. Najpierw w plebiscycie trwającym do 29 grudnia wybieramy najpiękniejszą świąteczną iluminację regionu, która następnie będzie

fundatorem nagrody jest spółka Energa Oświetlenie. Głosować może każdy na specjalnej stronie konkursu pod adresem www.SwiecSie.pl. Kandydatury w plebiscycie głosowania na nagrody. W poprzedniej edycji konkursu najpiękniejszą iluminacją województwa

REGION Żeby wygrać w tym konkursie trzeba mieć tylko trochę umiejętności
Telewizor, laptop za zdjęcie świerku

Rodzina i bliscy zachwycają się udekorowaną przez Ciebie choinką? A może ozdabiać pięknie cały dom lub ogród? Zrób zdjęcie przystrojonego

stycznia 2011 roku. Imunę wybiorną najlepsze zdjęcia. Na autorów nagrodzonych prac czeka telewizor 3D, iPad, konsola PS3, lustrzanka cyfrowa oraz 40 sparatów fotograficznych.

Do finału ogólnopolskiego przejdzie 16 miast (po jednym z każdego województwa). Internauci od 29 grudnia do 9 stycznia - w głosowaniu na www.SwiecSie.pl oceniają, które

głoszą także zmienił nieco swój tożsamości. Oprócz aniołów na ul. Mostowej mamy choinkę przy zbiegu ul. Gólskiej i Dworcowej. Pojawili się też kolorytowi lampki na słupach latarni na bulwarach nad Biełą. Plac Kurok, rzeźbny przepiękny i dyskretny. Z pewnością jest to świetna okazja do promocji miasta. Mamy nadzieję, że pobierzemy komentarze tak do końca. Za staro i nagła Miasto

Pokaż swoją choinkę i wygraj nagrody

KONKURS. Rozsyła drugą edycję ogólnopolskiej rywalizacji na najpiękniejszą iluminację świąteczną - „Świeć się”

Konkurs organizowany przez Grupę ENERGA podzielony jest na dwie kategorie: miasto i najbliższej przystrojona choinka, domek czy ogród.

Kolejna edycja rywalizacji składa się z dwóch etapów. Do 29 grudnia zostanie wybrana najpiękniejsza iluminacja regionu, która później stanie do rywalizacji z pozostałymi 15-oma. W etapie wojewódzkim można głosować na Nowy Sącz, Kraków, Nowy Targ, Chrościan, Turów i Zakopane. W głosowaniu może wziąć udział każdy, postępując tym zwycięzcy swojego miasta. Na specjalnej stronie internetowej www.SwiecSie.pl umieszczono zostanie zaliczenia, przystrojonych ulic oraz symboli, a internauci mogą oddawać głosy na swoich komputerach do 9 stycznia 2011 r. Dodatkowo wśród głosujących rozdzwoniła została trzy laptopy i dwa aparaty fotograficzne.

== Pierwszym zdobywcą konkursu i najlepszym uczestnikiem w tym roku pokazały, że Północny klimat może być dowódem na to, że miasto jest piękne. Tożsamość zachęcają do udziału w „Świeć się” oraz przygotowania swoich mieszkań, domów, ogrodów i ulic świątecznymi iluminacjami - mówi Ireneusz Kufka, dyrektor Centrum Marketingu i Komunikacji spółki ENERGA.



Świąteczne dekoracje oświetlają nocą nowoczesną starówkę TUT. ED

oszczędności sprzątnięcia AGD, który będzie mógł przetrzymać na cel społeczny. Fundatorem nagrody jest spółka ENERGA Oświetlenie. Do konkursu mogą zgłaszać się także osoby indywidualnie.

Wystarczy przesłać zdjęcia swojej przystrojonej choinki, ogrodu czy domu na specjalną stronę konkursu. Do wygrania telewizor 3D, iPad, konsola PS3, trzy laptopy i 40 innych nagród. (ALP)

Konkurs Najlepsze iluminacje

== Przypominamy, że trwa ogólnopolski konkurs grupy Energa.pl „Świeć się” na najpiękniejszą iluminację świąteczną. Wśród zgłoszonych miast jest również Olsztyn. Aby oddać głos na stolicę regionu lub innego z kandydatów wystarczy wejść na stronę www.swiecisie.pl. Pierwszy etap zakończy się 29 grudnia, potem zwycięzca wojewódzki rywalizować będzie z 15 finalistami z innych części kraju. Zabawa potrwa do 9 stycznia. W poprzedniej edycji



Najpiękniejsze iluminacje

KONKURS Konin zmierza się z innymi miastami Wielkopolski w konkursie świątecznych iluminacji „Świeć się” organizowanym przez grupę ENERGA. Głosować można na stronie www.SwiecSie.pl.

Internauci mogą również wysłać tam fotki swoich rozświetlonych choinek, ogrodów i domów. Głosowanie zakończy się 29 grudnia, a finał 9 stycznia. Dla zwycięzców przewidziano nagrody. AK

- 11 publikacji prasowych o starcie konkursu m.in. w:
- Dzienniku Elbląskim
 - Kurierze Szczecińskim
 - Gazecie Pomorskiej
 - Radomskim Echu Dnia
 - Życiu Konina
 - wydaniach regionalnych Gazety Wyborczej

Niech się miasto świeci...

- Patriotyzm lokalny został rozbudzony - mówią organizatorzy konkursu. Jak daleko zajdzie Bydgoszcz?

Katarzyna Olejka
i koleżanki zespołu Agencji public relations

Do 9 stycznia trwa głosowanie w konkursie „Świeć się” na najładniej oświetlone miasteczko. Bydgoszcz, która zwyciężyła w etapie wojewódzkim, czeka na głosy internautów!

W finale - oprócz gruda nad Biegą - zaskoczy się, między innymi, Gdańsk, Poznań, Szczecin, Kłobuck, Nowy Sącz, Włoszczyca. Kto sądzi, że to miasteczko widzieliśmy w Internecie, ten jest w błędzie.

Do tej pory w drugim etapie udział wzięło 71 miasteczek. To miasteczko, bawem Szczecin zdobył najwięcej głosów. Patriotyzm lokalny został bardzo rozbudzony. Tak samo było już w pierwszym etapie - powołała nam wczoraj grand podiumem Marta Sojka i Norbert AFR. Erny która pracuje dla grupy ENERGA, organizatora konkursu. W naszym Bydgoszcz miało ponad 500 głosów.

Zagłosować w konkursie może każdy. Wystarczy wejść na stronę www.SwiecSie.pl, gdzie przedstawić swoje miasteczko. W tym celu trzeba przygotować kartę produktową, zdjęcia krajobrazu, powiększenia ulicy, Mostowa, a także oświetlenia i zdjęcia z konkursu. W tym celu trzeba przygotować kartę produktową, zdjęcia krajobrazu, powiększenia ulicy, Mostowa, a także oświetlenia i zdjęcia z konkursu.

Szczecin w finale

Niech się świeci

SZCZECIN został zwycięzcą wojewódzkiego etapu konkursu „Świeć się” i awansował do finału. Ma szansę zostać najładniej oświetlonym miastem w Polsce. Zwycięzca wygra energooszczędny sprzęt AGD, który będzie mógł przetrwać na cel społeczny.

Rozpoczyna się II etap organizowanego przez Grupę Energa konkursu „Świeć się”.

o tym, która z 16 zakwalifikowanych do finału miejscowości zdobędzie tytuł najładniej oświetlonej przestrzeni miejskiej w Polsce. Głosować można na stronie konkursu: www.SwiecSie.pl. Każdy uczestnik zabawy, który uzasadni swój wybór w oryginalny sposób, ma szansę na nagrody. W finale oprócz Szczecina są Lubin,

Wszystko pięknie, ale Bydgoszcz to nie tylko Wyspa Miłykła, to także inne dzielnice i ulice, które często w ogóle są niewidoczne. Zamiast dekoracji, które po kilku tygodniach i tak się usuną, można byłoby zająć się ulicami, na których parują ciężkie ciężarówki. Jedną z takich ulic w mojej okolicy to Kościół, który swoją drogą świeci tak mocno, że widzi go chyba nawet w Iranie - mówiła przed kilkoma dniami pani Grazyna, Czytelniczka „Expressu” z Forthema.

Czy takie ulice rozbudzą tak samo jak antyki na ulicy Mostowej? - Zaskadzają oświetlenie ulic tam, gdzie prowadzimy modernizację ulic, przesuwając się przodem lub nawracając. Nie ma możliwości wprowadzania oświetlenia na ulicy, na której nie prowadzi się żadnych prac - wyjaśnia Krzysztof Kowalewski z Zarządu Drog Miejskich i Komunikacji Publicznej.

Tymczasem internauci zwracają uwagę, że światło w mieście to nie tylko świeczka dekoracyjna. - Jest przecież pięknie oświetlona opera, której sceny widok jest prawdziwą wspaniałą Bydgoszcz. Widok wygląda jak katedra na placu Piastowskim i Bydgoska ścieżka. W oczy rzuca się ustronie oświetlenia dawnego technikum kolejowego, obecnie budynek UW - pisze jeden z internautów, który



Świeczą antyki na ulicy Mostowej to prawdziwa atrakcja Bydgoszczy

teoretycznie świeczki przed laty na walczących budynkach w mieście; możemy iżymy na ulicy Komarni „Wpółnocna” oraz nad oklepami muzycznymi.

Planuje miasto po stronie docelowej już wczoraj - na początku 2010 roku nagrodziła nam firma Philips Lighting, ceniony producent oświetlenia ulicznego. Bydgoszcz przyszanę ogłosiła za oświetlenie parku Jana Kochanowskiego i ulic

Warto wiedzieć

W finale konkursu „Świeć się”, organizowanego przez grupę ENERGA, można głosować do 9 stycznia, korzystając z serwisu internetowego www.SwiecSie.pl. Zwycięzca miasto otrzyma energooszczędny sprzęt AGD, który będzie mógł przetrwać na cele społeczne.

Wąglińskim konkursie „Świeć się” internauci, na podstawie zdjęć udokumentowanych świętymi i rynkami, wybierają najładniejszą świeczkę miasteczka.

W etapie wojewódzkim konkursu okazał się bezkonkurencyjny. Teraz właśnie udział w finale i powołanie o tytuł z 16 innymi

Nasze miasto czaruje lampkami!

KLUCZBORK. Wygraliśmy wojewódzki etap konkursu, teraz czas na zmagania krajowe.



Oświetlenie Kluczborkiego rynku docenił Internauci.

Wąglińskim konkursie „Świeć się” internauci, na podstawie zdjęć udokumentowanych świętymi i rynkami, wybierają najładniejszą świeczkę miasteczka.

W etapie wojewódzkim konkursu okazał się bezkonkurencyjny. Teraz właśnie udział w finale i powołanie o tytuł z 16 innymi



Rzeszów najlepszy w województwie

W Świętym dekoracja Rzeszowa została doceniona przez internautów. Świąteczna dekoracja Rzeszowa została doceniona przez internautów. Świąteczna dekoracja Rzeszowa została doceniona przez internautów.



Tychy mają największą liczbę głosów w wojewódzkim konkursie „Świeć się”. W tym, czy Tychy zdobędą tytuł najładniej oświetlonej ulicy i Katowicami. Teraz do pokonania mają 15 wybranych z innych województw. W tej grupie są m.in. Warszawa, Gdańsk, Poznań, Szczecin, Łódź, Lublin. Zwycięzca miasto otrzyma energooszczędny sprzęt AGD, który będzie mógł przetrwać na cel społeczny i wygrać laptopa i aparaty fotograficzne.

- 17 publikacji prasowych z podsumowaniem pierwszego etapu plebiscytu miejskiego m.in. w:
- Polsce Gazecie Krakowskiej
 - Polsce Dzienniku Zachodnim
 - Kurierze Szczecińskim
 - Nowej Trybunie Opolskiej
 - Panoramic Legnickiej
 - Dzienniku Polskim
 - Expressie Bydgoskim
 - wydaniach regionalnych Gazety Wyborczej

Najpiękniej oświetlone w Małopolsce

Województwa Małopolskiego Nowy Sącz

Na stronie internetowej www.swiecSie.pl można głosować na Nowy Sącz, rywalizujący w plebiscywie na najładniejszą iluminację świąteczną polskich miast. W wojewódzkim etapie konkursu stolica świąteczny polskoma nawiąże Kraków. Teraz reprezentuje Małopolskę w drugim etapie, walcząc o prymat z 15 innymi miastami i tym razem prymat w głosowaniu.



Tak świecą w święta i Nowy Rok nowosądeckie Plac

W Warszawie ma ledwie jeden procent oddanych głosów. Internauci będą decydować o wyniku plebiscytu do 9 stycznia. Przy okazji głosowania można samemu wziąć udział w konkursie adresowanym do wszystkich. Aby powołać o cenę nagrody, wystarczy pochwalić się fotografiami swojej oświetlonej chacieki, balkonów, ogrodu. Ponadto każdy uczestnik zabawy, który chwyci i uzasadni swój wybór, ma szansę na wygraną: jednego z trzech laptopów oraz czterdziestu aparatów fotograficznych. Zwycięzkie miasto otrzyma prezent w postaci energooszczędnej sprzętu AGD.

Ponad 40 publikacji internetowych w okresie kilku dni po ogłoszeniu wyników plebiscytu

The collage consists of numerous screenshots from Polish news and media websites, all dated around December 11-12, 2011. The websites include:

- energetyka.pl**: Articles about the 'Świeć się' competition winners and ENERGA's role.
- RZESZOW4U.PL**: News about Rzeszów winning the competition.
- Polskie Radio Białystok**: A radio broadcast snippet about the competition.
- GS 24**: A news outlet reporting on the competition results.
- wawcity.pl**: A local news site reporting on the competition.
- dziennik turystryczny**: A travel magazine reporting on the competition.
- elubin.pl**: A local news site reporting on the competition.
- TVS Informacje**: A news outlet reporting on the competition.
- EVENT MAPA.pl**: A website listing the competition as an event.
- neuron.pl**: The agency's own website, showing a list of publications.

The articles generally follow a similar structure, reporting on the winners of the 'Świeć się' competition in various cities. For example, Rzeszów is mentioned as the 6th place winner, Bielsk Podlaski as the 7th, and Szczecin as the 1st place winner. The text often mentions the 'Złóż im serdecznie powitanie' campaign and the involvement of ENERGA.

EFEKTY

Ponad **2300 wyświetleń** komunikatów prasowych w biurze prasowym

Komunikacja z mediami regionalnymi i lokalnymi z całej Polski (ponad **1000 kontaktów**)

W CIĄGU 40 DNI PROJEKTU UKAZAŁO SIĘ:

- **55 publikacji prasowych** z czego 36 to czysty efekt działań PR
- **ponad 200 publikacji internetowych**

127 000 osób oddało głosy w konkursie

168 000 unikalnych użytkowników, **753 962** odsłony serwisu internetowego swiecsie.pl

PROJEKT UHONOROWANY NAGRODĄ IMPACTOR ZA NIESTANDARDOWY MARKETINGOWY PROJEKT ROKU



NA PŁYTCIE PC-cillin Internet Security 14 – jak używać

CD 12/2006

Pecet bezpieczny jak twierdza

Pełna licencja na pół roku!

Proponujemy Trend Micro PC-cillin Internet Security. Jest to połączenie programu antywirusowego oraz zapory ogniowej zapewniającej wszechstronną ochronę przed zagrożeniami z internetu. Oprócz zwalczania wirusów, robaków czy trojanów program wykrywa i usuwa moduły szpiegowskie i blokuje spam pocztowy. PC-cillin zapobiega też phishingowi i pharmingowi, czyli próbom wykradania osobistych danych używanych podczas korzystania z bankowości elektronicznej. Dodatkowo chroni sieć bezprzewodową, wykrywa intruzów w sieci Wi-Fi.

Instalacja i rejestracja programu

Instalujesz nowy program antywirusowy?

Grupa: PEŁNE WERSJE
PC-cillin Internet Security 14
pakiet chroniący komputer
Wersja: Final Rejestracja: 12/11
Język: POLSKI
System: Win 98/ME/NT/2000/XP
Internet: http://pl.trendmicro-europe.com



„Zaoczne” public relations

PROBLEM

Trend Micro nie posiadała polskiego przedstawicielstwa. Oprogramowanie sprzedawane było wyłącznie poprzez dystrybutorów. W efekcie, będąc światowym liderem w branży zabezpieczeń, w Polsce firma była bardzo słabo postrzegana i uwzględniana np. w testach produktów w mediach.

STRATEGIA, TAKTYKA, DZIAŁANIE

Stworzenie w pełni funkcjonalnego biura prasowego. Przeszkolenie agencji, by mogła pełnić rolę rzecznika firmy w Polsce (także ustalenie kanałów szybkiej komunikacji z przedstawicielstwem w Niemczech). Odrebne listy mediów dla czterech kategorii informacji.

EFEKTY

Nawiązanie solidnych relacji z dziennikarzami mediów IT i biznesowych, regularna obecność informacji w mediach (ponad 200 publikacji prasowych rocznie), obecność specjalistów z zagranicy jako ekspertów.

O KLIENCIE

Trend Micro to międzynarodowa firma produkująca oprogramowanie zabezpieczające sieci komputerowe i treści przesyłane drogą elektroniczną. Firma jako pierwsza przeniosła ochronę antywirusową z poziomu stacji roboczej na poziom serwera i bram internetowych.

Ochrona w przełącznikach

Dostępne dzisiaj systemy wykrywania i zapobiegania wtrąceniom (IDS – Intrusion Detection and Prevention) opierają się głównie na sprzętowaniu specjalizowanym



KONTROLA DOSTĘPU DO SIECI

Trend Micro oferuje bogaty wybór Network VirusWall Enforcer do kontroli komputerów PC i notebooków łączących się do sieci. Urządzenia obsługują technologię NAC, mogą też analizować pakety przesyłane przez sieć, przechwytywać ruch wirusów, robaków i innych szkodliwych kodów. Trend Micro oferuje dwa modele VirusWall Enforcer 2500 (mały kontrolowany 4000 użytkowników) i VirusWall Enforcer 1200 (kontrola 250 użytkowników).

Trend Micro chroni komunikację biznesową

InterScan Messaging Security to nowa instalacja wprowadzona na rynek przez firmę Trend Micro. Została ona opracowana w celu zapewnienia ochrony systemów korporacyjnym przed zagrożeniami: wirusami i złośliwymi oprogramowaniami, takimi jak spam, phishing, boty, trojany i inne. Zapewnia możliwość sprawdzania zawartości przesyłanych dokumentów za pośrednictwem poczty elektronicznej i polityki informacyjnej firmy. Ochrona jest realizowana już na poziomie bramy internetowej. Model wirtualizacyjny przystosowany jest do technologii Intel/VM umożliwiając również integrację z środowiskami VMware i zawartości wiadomości e-mail. Za pomocą systemu odpowiadający jest system Spam Prevention Solution, który łączy się z silnikiem skanującego oraz usług Network Reputation Services, kontrolując każdy IP z którego pochodzi e-mail i sprawdzając ten adres na listę czarnej i białej. Wszystkie funkcje obsługiwane są przy użyciu centralnego systemu zarządzania i poziomu zarządzania i poziomu zarządzania interwencji.

www.trendmicro.pl



W stronę licencji

Dla CRN Polska mówi Dariusz Jarecki, szef Trend Micro w Polsce



Polski rynek oprogramowania do ochrony komputerów jest największy w tej części Europy. Jego wartość rośnie rocznie o około 30 proc. Największe szczylenie panuje w segmencie małych i średnich przedsiębiorstw. Stalnie zwiększa się sprzedaż programów dla korporacji. Ciar bardziej zauważalne staje się wycofywanie z oferty producentów rozwiązań sprzedawanych w pudełkach. Należy na ich produkcję staje się bowiem coraz wyższe, dystrybucja płyt ma się z czasem. W chwili zakupu wersja staje się już nieaktualna. Ten sposób sprzedaży zastępuje dystrybucja elektronicznych licencji. Być może wkrótce popularne staną się licencje na pamięci flash. Klient po podłączeniu swojego urządzenia do komputera będzie mógł odczytać, czy chce zainstalować pełną wersję oprogramowania, czy nie.

ZA DARMO I BEZ KABLI!

Pięć stołecznych instytucji kulturalnych – Galeria Zachęta, Centrum Sztuki Współczesnej, Fabryka Trzciny, Cafe Kulturalna i Biblioteka Uniwersytetu Warszawskiego ma już bezprzewodowy dostęp do Internetu!

O pomysł „Kulturalnie bez kabli” Mariusza Piasecznego z D-Link pisaliśmy już w czerwcowym „Echu”. – Zasada tego szalenie nowatorskiego projektu jest prosta. My dostarczamy sprzęt, montujemy go, a konkretna instytucja robi resztę – mówi Piaseczny. Już się plują z bezprzewodowego dostępu do sieci najwięcej wyznała Beata Faliszewska z BiUW. – Internet stał się jedynym z podstawowych źródeł uzyskiwania informacji. Każdego dnia do naszej bezprzewodowej sieci loguje się około 50 studentów, lecz ta liczba rośnie. Dzięki pomocy firmy D-Link jesteśmy w stanie zapewnić dostęp do sieci, a tym samym do wiedzy i nauki, rosnącym rzeszom studentów UW. Czy jednak bezprzewodowy Internet jest potrzebny w

zestwi? Zdecydowanie tak! przedstawiła przedstawicielka Zachęty – Strzaka staje się cica

we Wrocławiu, w Krakowie, w Gdańsku i w Poznaniu. W naszym śledztwie zamierzają pojechać mowa



raz bardziej multimedialna. Bezprzewodowa sieć to środowisko dla artystów i twórców – Teraz przyspieszamy się do rozszerzenia programu „Kulturalnie bez kabli” także

oddziały naszej firmy w Europie Centralnej i Wschodniej – inżynier dyrektora D-Link Polska Roman Napierała – Warszawa jest prekursorem. Swetlana Zambrzycka

Internetom coraz łatwiej jest się uwolnić od pętli kabli, które umożliwiają im łączność z siecią. Mobilność, która do tej pory kojarzyła się głównie z telefonami, jest teraz dostępna także dla posiadaczy komputerów. Zwłaszcza, gdy są to kulturalni internauci. To dla nich firma D-Link stworzyła akcję: Kulturalnie bez kabli.

Kulturalnie przecięcie kabla

Od połowy października, w Warszawie, w kilku centrach sztuki, kawiarniach i klubach można korzystać z dostępu do internetu. Jest to efekt wspólnej akcji producenta urządzeń sieciowych – firmy D-Link oraz Galerii Zachęta, Centrum Sztuki Współczesnej, Fabryki Trzciny, Cafe Kulturalnej oraz Biblioteki Uniwersyteckiej (BiUW). Internet jest tam dostępny dla wszystkich posiadaczy laptopów wyposażonych w czynniki popularne karty korzystają z sieci z technologią WiFi. Jest to głównie dla twórców i forma rozrywki dla zapracowanych ludzi, a w galeriach może także służyć artystom do budowania nowoczesnych instalacji. – Idea jest prosta. Zależy nam na tym, by dostęp do internetu miało jak najwięcej Polaków.

Przekłada to się na poziom rozwoju społeczeństwa, edukacji i świadomości obywatelskiej. Chyba nikt nie ma wątpliwości, że internet jest przede wszystkim narzędziem umożliwiającym nieskończony dostęp do wiedzy i informacji – wyznała Roman Napierała, dyrektor D-Link Polska. Kolejne kulturalne miejsca bez kabli pojawią się niedługo na mapie Warszawy, a także w innych miastach Polski. Za kilka dni warszawscy będą mogli serfować w kinie Muranów i kawiarni Czuję Barbarzyńca. Niewykluczone także, że cała akcja rozprzestrzeni się na inne kraje europejskie. – Akcja polskiego oddziału D-Linka została uzana przez europejską centralę, jako je-

den z najlepszych tegorocznych projektów marketingowych firmy – tłumaczy Mariusz Piaseczny z D-Link Polska. – Spodobała się jego prosta idea i atrakcyjny sposób docierania do rozległego odbiorcy kultury. Mamy nadzieję, że w związku z tym już za kilka miesięcy projekt obejmie inne miasta Unii Europejskiej, szczególnie w krajach nowej Unii. My ze swojej strony zapewniamy dalszy rozwój akcji społecznej w innych dużych miastach Polski – dodaje Piaseczny. Wrócić pojawi się także strona internetowa, na której zostanie ogłoszony konkurs dla artystów wykorzystujących najnowsze technologie. (E)



INTERNET • Dostęp bez ograniczeń

Koniec z kablami

„KULTURALNIE BEZ KABLI” – tak nazywa się najnowszy projekt, dzięki któremu w miastach Kraków, Gdańsk i Bibliotekach będzie można bezpłatnie korzystać z bezprzewodowego dostępu do Internetu. Transmisja danych jest możliwa za pomocą 80 radiowych. Pomysłodawcą przedsięwzięcia jest Roman Napierała, dyrektor D-Link w Polsce – Usługiwi on indywidualnym poszerzenie zakresu swoich usług. Każdy, kto przyjdzie z laptopem wyposażonym w kartę bezprzewodową, będzie mógł bez ograniczeń posłużyć się siecią – stwierdził Roman Napierała. Do projektu przystąpiły m.in. Narodowa Galeria Sztuki Zachęta, Centrum Sztuki Współczesnej Zamku Ujazdowskiego, Cafe Kulturalna przy Teatrze Dramatycznym, Centrum Artystyczne Fabryka Trzciny i Biblioteka Uniwersytecka Warszawa. – Dzięki pilotowej akcji nasz student korzystający z Internetu bez kabli od listopada 2003 r. Obecnie mamy 10 stanowisk, przy których loguje się ok. 50 osób dziennie – poinformowała Beata Faliszewska, specjalista ds. promocji BiUW. W Zamku Ujazdowskim ma być do celowo 10 punktów – Instalacje zapewne kłopoty natury technicznej, ale postawiliśmy wyzwanie już w tym tygodniu. Łatwiej dostęp do Internetu osiągnąć zainstalowanie przede wszystkim podłoga konferencji prasowych – zapewnił Andrzej Ostasz, informatyk CSWZ (PAS)

Jazda bez kabli

Mamy w stolicy dwa kolejne miejsca, w których można korzystać z bezprzewodowego Internetu. W ramach akcji Kulturalnie bez kabli firma D-Link zaopatrzyła placówki kulturalne Warszawy w niezbędny do tego sprzęt. W sieci znalazły się: Centrum Sztuki Współczesnej, Zachęta, Biblioteka Uniwersytecka i Cafe Kulturalna. W grudniu dołączyły do nich Cafe Carmy przy pl. Zbawiciela oraz Czuję Barbarzyńca przy ul. Dobrej, 107

Zwiedzanie z laptopem Galeria w Internecie, Internet w galerii

Akcja społeczna Kulturalnie bez kabli objęła już 5 stołecznych placówek kultury. Można w nich bezpłatnie korzystać z bezprzewodowego podłączenia do Internetu. Właśnie uruchomiono usługę w Zachęcie. – To doskonałe rozwiązanie – mówi Zofia Koszowska z Zachęty. – Internet przyszedł się już dziś podzielać wystawy. Współczesne wizerunki artystów, która wykorzystuje m.in. wideoinstalacje – dodaje. Niedawno instalacje do korzystania z bezprzewodowego Internetu uruchomiono w Centrum Sztuki Współczesnej.

– Z nowego menu korzystają zarówno zwiedzający Zamek Ujazdowski artystyki i pracownicy naszego centrum – mówi Andrzej Ostasz z CSW. Z bezprzewodowego podłączenia do sieci korzystać mogą dzieki urządzeniom, które w pełni obsługują firma D-Link. W ramach akcji Kulturalnie bez kabli zainstalowano ponad 50 stanowisk. Pierwszymi z nich były do czytelników Biblioteki Uniwersyteckiej Warszawskiego już 2 lata temu. Chac działa tam 50 stanowisk z stacjonarnym podłączeniem do Internetu, to studenci



Projekt lifestyle'owy dla IT

PROBLEM

Firma D-Link, która rozpoczęła działalność w Polsce w 2002 r. borykała się z problemem uwolnienia się od wizerunku tajwańskiego producenta. Na wzmocnienie tego niekorzystnego postrzegania marki D-Link wpływał dodatkowo fakt, że bezpośrednimi konkurentami firmy były duże, międzynarodowe korporacje (3Com, Netgear, Linksys), o ustabilizowanym wizerunku (tzw. A-brandy), co utrudniało proces budowania marki w Polsce

STRATEGIA, TAKTYKA, DZIAŁANIE

Realizacja projektu polegała na stworzeniu w Warszawie sieci punktów, w których korzystanie z Internetu będzie bezpłatne i powszechnie dostępne. Powstały one w instytucjach kulturalnych: Bibliotece Uniwersytetu Warszawskiego, Zachęcie, Zamku Ujazdowskim, Cafe Kulturalnej Teatrze Dramatycznym, Centrum Artystycznym Fabryka Trzciny, Cafe Karma i Czuję Barbarzyńca. D-Link nieodpłatnie przekazał sprzęt, a placówki we własnym zakresie zainstalowały urządzenia i sfinansowały łącza internetowe. Akcją zainaugurowała konferencja prasowa w Cafe Kulturalnej

EFEKTY

Około 400 publikacji w najważniejszych mediach w ciągu roku, ponad 100 publikacji w pierwszym miesiącu po inauguracji akcji. Zmiana postrzegania marki D-Link w Polsce, znaczne wzmocnienie pozycji firmy na polskim rynku



Roadshow Intel Pentium 4 Grand Prix 2

ZADANIE

Zademonstrowanie możliwości nowych procesorów Pentium 4. Zorganizowanie wirtualnego rajdu samochodowego w oparciu o grę komputerową, w 20 centrach handlowych z wykorzystaniem odpowiednio przygotowanych samochodów Subaru. Utrzymanie wysokiego poziomu realizacji w stosunku do edycji z roku poprzedniego, przy jednoczesnym rozszerzeniu skali i zasięgu akcji oraz znacznym zwiększeniu efektów medialnych

STRATEGIA, TAKTYKA, DZIAŁANIE

W 20 centrach handlowych ustawione zostały zestawy rajdowe składające się z samochodu rajdowego Subaru Impreza WRX STI i komputera z procesorem Pentium 4 2.4 GHz. 7 imprez dla dziennikarzy oraz impreza finałowa w warszawskim centrum Promenada, z udziałem publiczności i mediów. Patronaty medialne w magazynach CHIP, Motor, CD Action oraz telewizji TVN Automaniak. Zaangażowanie Macieja Wiślawskiego i Magdy Lukas oraz Martyny Wojciechowskiej do prowadzenia finału

EFEKTY

W eliminacjach wzięto udział prawie 5 tys. uczestników. W mediach ukazało się **138** informacji o projekcie, w tym **72** relacje w **8** programach TV

BRITISH COUNCIL Learnenglish 6

„Polska” wspólnie z British Council przygotowała kurs językowy dla Czytelników. W każdej kolumnie w naszej gazecie znajdzie Państwo stronę z kolejną lekcją zawierającą raporty opisujące realia życia Brytyjczyków, słówka i ćwiczenia. Jednocześnie mogą Państwo ćwiczyć rozumienie tekstu i angielski akcent, słuchając nagrania na stronie: www.polskatimes.pl/angielski

Reading article www.polskatimes.pl/angielski

Mobile phones by Craig Duncan

When Scotsman Alexander Graham Bell invented the telephone in 1876, it was a revolution in communication. For the first time, people could talk to each other over great distances almost as clearly as if they were in the same room. Nowadays, though, we increasingly use Bell's invention for taking photographs, accessing the internet, or watching video clips, rather than talking. Over the last two decades a new means of spoken communication has emerged: the mobile phone.

enormous bases, which had to be transported by car. The first real mobile telephone call was made in 1973 by Dr Martin Cooper, the scientist who invented the modern mobile handset. As soon as his invention was complete, he tested it by calling a rival scientist to announce his success. Within a decade, mobile phones became available to the public. The streets of modern cities began to feature sharp-suited characters showing into giant plastic bricks. In Britain

Cities suddenly had a new, postmodern kind of... Moreover, people's timekeeping changed. Younger readers will be amazed to know that, not long ago, people made arrangements to meet at a certain place at a certain time. Once a time and place had been agreed, people met as agreed. Somewhere around the new millennium, this practice started to die out. Meeting times became approximate, subject to change at any moment under the new order

Vocabulary

- Five words/phrases from the text:
- **range:** the distance or limit to which an action is possible
 - **rival:** a person who is competing for the same goal as another
 - **status symbol:** an object that is used to measure a person's economic or social status
 - **awkward:** badly designed for effective use
 - **late:** lacking precision or exactness

Exercise 1

Vocabulary gap fill. Now use the five words/phrases to fill the gaps in the sentences below:

The president was ahead of his [1] in all of the opinion polls.

His new sports car was more of a [2] than a practical necessity.

I don't like this bag; it's an [3] shape and is too big to use every

Poradnik www.polskatimes.pl #5555 704911

Znajomość języka warto potwierdzić egzaminem

IELTS, międzynarodowy sprawdzian znajomości języka angielskiego, uznawany jest przez większość uczelni i firm na całym świecie



Go to page IELTS

Strona ta jest...

Link do strony...

Haiku na Wilanowskiej



BRITISH COUNCIL Learnenglish 1

Reading article www.polskatimes.pl/angielski

How to play with words by Keith Sands

Keith Sands is a well-known author of children's books. He has written many books for children and young adults. His books are full of fun and interesting stories. He also writes about how to use words in a creative way. In this article, he shares some tips on how to play with words and make your writing more enjoyable.

Efektywne wykorzystanie wewnętrznych zasobów

PROBLEM

British Council dysponuje ogromnym zapleczem merytorycznym w zakresie nauczania języka angielskiego. Jednak przy rosnącej liczbie szkół językowych i centrów egzaminacyjnych musi działać, aby utrzymać wiodącą pozycję na rynku. Aby atrakcyjnie komunikować swoje doświadczenie oraz wykorzystać zasoby, potrzebował współpracy z partnerami medialnymi

STRATEGIA, TAKTYKA, DZIAŁANIE

Umocnienie wizerunku British Council jako niekwestionowanego eksperta w nauczaniu języka angielskiego. Cykl artykułów i ćwiczeń pojawiających się w ogólnopolskim i lokalnych wydaniach Polska The Times oraz na stronie internetowej. Konkursy i serie artykułów we współpracy z Grono.net, Studentnews.pl, Gazetaedukacja.pl, Monsterpolska.pl. Każdy z projektów trwał od tygodnia do kilku miesięcy

EFEKTY

Projekt z PTT cieszył się tak dużym zainteresowaniem ze strony czytelników, że redakcja zaproponowała dalszą współpracę – w efekcie ukazał się cykl o uczeniu angielskiego dzieci. W sumie ukazało się ponad 200 wycinków związanych z BC. W konkursach z partnerami internetowymi wzięło udział kilka tysięcy użytkowników

PAMIĘCI MASOWE

Pamięć NSA-220 Plus

ZyXEL NSA-220 Plus to sieciowa pamięć masowa zaprojektowana przede wszystkim jako urządzenie do przechowywania i rozpowszechniania multimediów, które jest w stanie pobierać i udostępnić dane niezależnie od komputera, a także automatycznie wysyłać zdjęcia lub wideo do serwisów Flickr lub YouTube. Pamięć pozwala na instalację jednego lub dwóch (system RAID 1) dysków o łącznej pojemności do 3 TB,

obsługuje protokół UPnP i ma certyfikat DLNA 1.5, który zapewnia możliwość jej współpracy z odtwarzaczami zgodnymi ze standardem DLNA, takimi jak cyfrowy telewizor, telefon komórkowy lub PDA. NSA-220 Plus obsługuje też protokoły BT, HTTP(S) oraz FTP(S), jest wyposażone w funkcje filtrowania adresów IP, a dołączone oprogramowanie Memento Instant Backup pozwala na automatyczne



tworzenie kopii zapasowych danych zgromadzonych na komputerze PC.

Kompleksowa obsługa komunikacyjna

PROBLEM

Marka ZyXEL w Polsce kojarzona była w latach 90-tych z dobrymi jakościowo modemami analogowymi. Później jednak marka została nieco zapomniana, z czym borykał się nowoootwarty polski oddział firmy

STRATEGIA, TAKTYKA, DZIAŁANIE

Zwiększenie świadomości marki i jakości urządzeń, odbudowanie relacji z mediami, obsługa testów sprzętu, wzmocnienie relacji z kanałami dystrybucji, budowa pozycji eksperta w mediach. Przekazy b2b i b2c. Zbudowanie bardzo mocnej pozycji w komunikacji internetowej

EFEKTY

Skuteczne przypomnienie o marce ZyXEL w Polsce. Nawiązanie pozytywnych relacji i aktywnej współpracy z mediami IT, lifestyle, resellerskimi; dotychczas ponad 1000 publikacji ponad 300 w mediach tradycyjnych

O KLIENCIE

Firma ZyXEL powstała w roku 1989 na Tajwanie. Swoje działania dostosowuje do potrzeb dynamicznie rozwijającej się branży sieciowej. Na portfolio firmy składają się produkty od rozwiązań do cyfrowego domu, aż po sprzęt sieciowy klasy operatorskiej



- Rodzina alpha coraz większa
- Czy Nokia podda połączeniu kłopotliwej z ekranem dotykowym?
- Koloryt, elastyczny wyświetlacz OLED? coraz bliżej
- Wykorzystanie nawigacji samochodowej

Alternatywa dla skrętki i Wi-Fi
Sieć bezprzewodowa czy tradycyjna skrętka nie zawsze sprawdzają się do łączenia komputerów. Szczególnie, gdy pezet jest znacznie oddalony od routera – w miejscu, gdzie trudno jest poprowadzić przewód oraz poza zasięgiem Wi-Fi. Wówczas pomocna może okazać się mało znana w Polsce technologia PowerLine, czyli sieć przez istniejącą instalację elektryczną.

Dzięki niej do routera podłączymy każde urządzenie sieciowe w domu. Wystarczy dwa specjalne adaptery, które wkładamy do zwykłego gniazda sieci elektrycznej. Więcej na temat tej technologii przeczytamy w ekspercie 2/2009 na stronie 40.





Launch nowego serwisu

PROBLEM

Monsterpolska.pl pojawił się w polskim Internecie w podstawowej wersji na początku 2008 r., bez wsparcia komunikacyjnego. Właściwą premierę na 24 rynkach zaplanowano na 10 stycznia 2009 r. Wcześniej – w grudniu 2008 r. – nowe możliwości serwisu oraz jego odmienny charakter miały zostać zaprezentowane klientom

STRATEGIA, TAKTYKA, DZIAŁANIE

Komunikacja oparta o korzyści wynikające z zastosowania narzędzi Monstera, podzielenie Klientów na dwie grupy (pod kątem celów biznesowych – na klientów końcowych i headhunterów), stopniowanie napięcia (odliczanie do premiery), eventy jako teaser premiery, atrakcje dla gości (wyjątkowe lokalizacje, koncerty Johna Portera i Anity Lipnickiej, kasyno, konkursy)

EFEKTY

Oba wydarzenia wzbudziły zgromadziły po 150-200 osób, w tym także spoza Warszawy. Zdecydowana większość uczestników pozostała klientami nowego portalu rekrutacyjnego monsterpolska.pl

O KLIENCIE

Monster powstał w 1994 roku. Od tego czasu stał się czołowym internetowym serwisem kariery i światowym numerem jeden w zatrudnianiu kadry kierowniczej. Posiada serwisy w ponad 50 krajach





„Odpocznij z Chopinem ...” – cykl koncertów plenerowych

ZADANIE

Bank został sponsorem cyku koncertów chopinowskich, bezpłatnych dla widzów, organizowanych w plenerze. Miały one wesprzeć budowanie wizerunku w miastach, gdzie Bank jest obecny od niedawna oraz podkreślić takie cechy jak stabilność i wiarygodność, szczególnie w kontekście kryzysu gospodarczego

STRATEGIA, TAKTYKA, DZIAŁANIE

Komunikacja została dopasowana do niecodziennego charakteru koncertu; zachęcała do odpoczynku przy muzyce nie przemijającej, dającej odprężenie jako alternatywa do typowego wakacyjnego odpoczynku na głośnych imprezach. Wybrano narzędzia bezpośrednio docierające do grupy docelowej: plakaty, radiowe spoty promocyjne (ATL), media relations w tym video release (PR) oraz komunikację z mediami internetowymi (e-PR oraz web 2.0).



EFEKTY

W 5 koncertach udział wzięło ponad 3000 słuchaczy. Nawet ulewny deszcz (w Krakowie) czy upał nie przeszkodził w zgromadzeniu licznych rzesz melomanów. O cyklu pisano i mówiono ponad **145** razy (w prasie, radiu, TV i internecie).

Badanie i strategia: audyt wewnętrzny i zewnętrzny, badanie otoczenia rynkowego, strategia, taktyka/ plan działań

Media: listy mediów, zestaw prasowy, spotkania prasowe, wywiady, materiały pisane, nieformalne kontakty z mediami

Komunikacja wewnętrzna: biuletyny firmowe, strona intranetowa wraz z biuletynem, programy motywacyjne, imprezy firmowe

Komunikacja bezpośrednia: listy liderów opinii, spotkania, seminaria, zestawy argumentów

Kryzys: badanie zagrożeń, podręcznik kryzysowy, sztab kryzysowy

Internet: www – koncepcja i prowadzenie, biuro prasowe, biuletyn elektroniczny, monitoring, komunikacja bezpośrednia do internautów, e-PR, **wideokonferencje prasowe**

Szkolenia: warsztaty strategiczne, komunikacja kryzysowa, warsztaty z zakresu media relations i przygotowania tekstów prasowych, **szkolenia kamerowe**

KONTAKT

Paweł Soproniuk

Neuron Agencja Public Relations

+48 602 110 274 | 22 848 46 12

- <http://www.neuron.pl>
- <http://www.facebook.com/NeuronAgencjaPR>
- <http://neuron.blip.pl>