

Количественный результат кампании:

Ожидаемый результат 7-8 крупных публикаций в печатных СМИ, порядка 20 комментариев в СМИ, более 300 online публикаций.

Качественный результат кампании:

Преодоление негативного информационного вектора, увеличение позитивных публикаций о компании в разы по сравнению с периодом до проведения кампании.

Срок проведения PR-кампании – 47 дней

