



Рекомендации по информационному сопровождению инфраструктурных проектов

Защита инвестиций и репутации

Цель и аудитория

Настоящие рекомендации подготовлены [Стратегической группой «Гиперион»](#) при поддержке [Национальной ассоциации инвесторов и операторов инфраструктурных проектов «Инфраструктурный клуб»](#) на основании практического опыта информационного сопровождения социально значимых инфраструктурных проектов, реализуемых с применением инструментов ГЧП.

Дополнительно к настоящей презентации предлагаем обратить внимание на программу повышения квалификации [«Инвестиционный маркетинг и управление коммуникациями в инфраструктурных проектах»](#).

Цель – обеспечение благоприятных социально-экономических и общественно-политических условий для успешной реализации проектов и их постоянная информационная поддержка.

Целевые группы:

- будущие пользователи объекта инфраструктуры;
- местное население;
- коренные народы и общины, проживающие в месте реализации проекта;
- СМИ и блогеры;
- общественные организации, политические активисты, урбанисты;
- экологические организации и активисты, следящие за соблюдением природоохранного законодательства;
- профсоюзные движения, отраслевые организации и объединения;
- депутатский корпус;
- региональные органы исполнительной власти и органы местного самоуправления;
- контрольно-надзорные органы;
- федеральные министерства и ведомства;
- инвестиционное сообщество;
- финансово-банковские организации;
- советники и консультанты.

Эффекты от обеспечения доступности информации

Эффекты для частного партнёра/концессионера:

- увеличение шансов на привлечение финансирования;
- снижение уровня критики проекта;
- ускорение экспансии на другие территории;
- усиление позиций проектной команды в регионе реализации проекта;
- повышение капитализации проекта;
- повышение коммерческой эффективности проекта.

Эффекты для частного публичного партнёра/концедента:

- повышение инвестиционной привлекательности территории;
- повышение доверия населения к органам власти;
- повышение туристического потока;
- воспрепятствование распространению негативной или недостоверной информации;
- рост лояльности федерального центра.

Задачи информационного сопровождения на разных стадиях жизненного цикла проекта

Преинвестиционная фаза	Инвестиционная фаза	Эксплуатационная фаза
доказать целесообразность и подтвердить социально-экономическую эффективность проекта	обеспечить привлечение финансирования в проект	контролировать удовлетворённость пользователей предлагаемыми объектом инфраструктуры услугами
привлечь потенциальных инвесторов в проект	создать собственные источники и каналы достоверной информации о проекте	содействовать повышению коммерческой эффективности объекта инфраструктуры
подтвердить финансовые возможности и компетенции будущего инвестора	организовать постоянную демонстрацию динамики проведения строительно-монтажных и иных работ в рамках реализации проекта	обеспечить признание проекта на местном, региональном и федеральном уровне
обеспечить лояльность органов власти и органов местного самоуправления	выстроить систему работы с ожиданиями населения	организовать публикацию регулярной отчётности о ходе реализации и эксплуатации объекта инфраструктуры
заинтересовать местное население и будущих пользователей	создать лояльную группу сторонников проекта	

Матрица инструментов информационного сопровождения

№ п/п	Инструмент	Фаза жизненного цикла	Ответственная сторона
1.	Подготовка маркетингового исследования проекта	Преинвестиционная	Частная сторона
2.	Подготовка маркетингового обоснования целесообразности реализации проекта	Преинвестиционная	Частная сторона / публичная сторона
3.	Разработка маркетинговой стратегии проекта	Преинвестиционная / инвестиционная	Частная сторона
4.	Организация презентации проекта для инвестиционного сообщества (роуд-шоу)	Преинвестиционная / инвестиционная	Публичная сторона / частная сторона
5.	Формирование общественного совета проекта	Преинвестиционная / инвестиционная	Частная сторона / публичная сторона
6.	Проведение публичных слушаний (общественных обсуждений) проекта	Преинвестиционная / инвестиционная	Публичная сторона
7.	Информационное сопровождение проекта в СМИ	Преинвестиционная / инвестиционная / эксплуатационная	Частная сторона / публичная сторона
8.	Информационное сопровождение проекта в соцсетях и мессенджерах	Преинвестиционная / инвестиционная / эксплуатационная	Частная сторона / публичная сторона
9.	Разработка логотипа и фирменного стиля проекта	Инвестиционная	Частная сторона
10.	Создание официального сайта или страницы проекта	Инвестиционная	Частная сторона
11.	Подготовка годового отчёта о реализации проекта	Инвестиционная / эксплуатационная	Частная сторона
12.	Создание видеопрезентации о проекте	Преинвестиционная / инвестиционная / эксплуатационная	Частная сторона

1. Маркетинговое исследования проекта

Цель работы – привлечение бюджетного софинансирования и/или частных инвестиций в проект, выбор корректной локации для размещения объекта инфраструктуры, оценка коммерческого потенциала проекта.

Рекомендованный состав работ:

- ✓ анализ социально-экономической и демографической ситуации на территории реализации проекта;
- ✓ анализ локаций для размещения объекта инфраструктуры;
- ✓ анализ объектов инфраструктуры и состояния отрасли в регионе реализации проекта;
- ✓ анализ номенклатуры и характеристик государственных и коммерческих услуг и их стоимости;
- ✓ анализ потенциальной ёмкости рынка в регионе реализации проекта;
- ✓ анализ конкурентного окружения;
- ✓ анализ потребительского спроса и описание целевых групп;
- ✓ оценка эффектов от реализации проекта;
- ✓ формирование рекомендаций по формированию ценовой политики и продвижению.



Рекомендованный срок выполнения работ:

30 рабочих дней


NB! Проведение комплексного маркетингового исследования является первым рекомендованным действием при оценке инвестором своего участия в проекте.

2. Маркетинговое обоснование целесообразности реализации проекта

Цель работы – подтверждение необходимости и целесообразности реализации проекта в выбранном формате для различных целевых групп.

Рекомендованный состав работ:

- ✓ анализ социально-экономической и демографической ситуации на территории реализации проекта;
- ✓ выявление и описание предпосылок реализации проекта;
- ✓ оценка и описание прямых и косвенных социально-экономических эффектов от реализации проекта;
- ✓ формирование справки нетехнического характера о применяемых в проекте материалах, решениях, технологиях;
- ✓ подготовка независимого заключения об эффективности проекта;
- ✓ формирование подборки публичных материалов, подтверждающих востребованность проекта со стороны конечных пользователей.

 **Рекомендованный срок выполнения работ:**
30 рабочих дней


NB! Обоснование целесообразности может быть подготовлено в интересах разных целевых групп, в том числе федеральных органов власти, потребителей услуг, местного населения и пр.

3. Разработка маркетинговой стратегии проекта

Цель работы – внедрение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций в бизнес-процессы для усиления коммерческой и репутационной составляющей проекта.

Рекомендованный состав работ:

- ✓ анализ информационного окружения проекта и его участников;
- ✓ определение маркетинговой цели и задач для каждого этапа жизненного цикла проекта;
- ✓ идентификация и оценка информационно-коммуникационных рисков (ИКР) проекта;
- ✓ подбор коммуникационного инструментария для реализации поставленных задач, формирование медиаплана;
- ✓ разработка идеологии, смыслов и ключевых сообщений;
- ✓ формирование базы ключевых каналов, платформ и источников коммуникации;
- ✓ бюджетирование возможных расходных обязательств;
- ✓ определение контрольных точек и системы эффективности проектной и коммуникационной команды.

 **Рекомендованный срок выполнения работ:**
20 рабочих дней


NB! Маркетинговая стратегия является пошаговым планом выстраивания коммуникаций для взаимодействия как с внешней, так и с внутренней аудиторией проекта.

4. Организация презентации проекта для инвестиционного сообщества

Цель работы – организовать презентацию перспективного инфраструктурного проекта для привлечения внебюджетного финансирования и получения оперативной обратной связи от потенциальных инвесторов и операторов.

Рекомендованный состав работ:

- ✓ формирование концепции и подготовка деловой программы;
- ✓ подготовка спикеров к публичному выступлению;
- ✓ приглашение и обеспечение явки потенциальных инвесторов и иных участников;
- ✓ техническая организация мероприятия, включая подбор помещения, обеспечение питания, дизайн и печать полиграфических, сувенирных и иных рекламных материалов;
- ✓ маркетинговое структурирование инвестиционных проектов для публичной презентации;
- ✓ обеспечение публикаций в СМИ;
- ✓ проведение рекламной кампании по продвижению мероприятия;
- ✓ формирование базы потенциальных инвесторов с учётом их инвестиционного фокуса и приоритетов.

 **Рекомендованный срок выполнения работ:**
30 рабочих дней

NB! Роуд-шоу позволяет существенно сократить время на взаимодействие с различными группами инвесторов и определение их интереса к проекту.

5. Формирование общественного совета проекта

Цель работы – обеспечение поддержки Проекта со стороны населения, бизнеса, общественных организаций, в том числе формирование лояльной к проекту группы влияния для корректировки его восприятия со стороны негативно настроенных лиц.

Рекомендованный состав работ:

- ✓ анализ информации для выявления публичных, а также скрытых или ранее не идентифицированных сторонников и оппонентов проекта;
- ✓ анализ публичных персон на соответствие критериям лидеров общественного мнения;
- ✓ проведение физических встреч с лидерами общественного мнения, убеждение потенциальных сторонников проекта;
- ✓ подготовка положения и регламента работы общественного совета;
- ✓ формирование пула членов общественного совета из числа рекомендованных лидеров общественного мнения;
- ✓ разработка системы нематериальной мотивации со стороны проекта для членов общественного совета;
- ✓ подготовка плана работы общественного совета, в том числе подготовка материалов заседаний, обеспечение явки членов совета, документационное сопровождение (протоколы, резолюции, релизы и пр.), обеспечение публикаций на собственных и сторонних информационных ресурсах проекта по итогам заседаний.



Рекомендованный срок выполнения работ:

60 рабочих дней

NB! Создавая общественный совет, необходимо также предусмотреть ресурсы на поддержание его функционирования.

6. Проведение публичных слушаний (общественных обсуждений) проекта

Цель работы – принятие проекта, снятие возражений и согласование технико-экономического обоснования (ТЭО), проектно-сметной документации (ПСД), проекта планировки территории (ППТ) с населением, проживающим в зоне притяжения проекта, и иными заинтересованными сторонами.

Рекомендованный состав работ:

- ✓ разработка программы и сценария проведения публичных слушаний;
- ✓ подготовка презентационных и иных содержательных и визуальных материалов для их презентации в публичном пространстве;
- ✓ подготовка сценария вопросов и ответов в рамках проведения публичных слушаний;
- ✓ проведение брифинга руководителя проекта и представителей публичной стороны для выступления в рамках публичных слушаний;
- ✓ привлечение представителей СМИ и блогеров для информационного освещения хода проведения публичных слушаний;
- ✓ подготовка протокола и иных материалов по итогам публичных слушаний;
- ✓ обеспечение выхода публикаций в СМИ, социальных сетях и мессенджерах по итогам проведённых публичных слушаний.



Рекомендованный срок выполнения работ:

30 рабочих дней

NB! Проведение общественных обсуждений возможно как в рамках требований законодательства, так и в случае появления необходимости установления прямого диалога с заинтересованными сторонами.

7. Информационное сопровождение проекта в СМИ

Цель работы – создание эффективных каналов коммуникаций, оптимизация негативной поисковой выдачи, обеспечение непрерывного информационного сопровождения проекта.

Рекомендованный состав работ:

- ✓ формирование предложений по генерации информационных поводов о проекте;
- ✓ подготовка медиаплана в соответствии с планируемыми и стихийными новостными поводами;
- ✓ написание и редакторская правка статей, комментариев, сценариев и иных материалов, необходимых для обеспечения выхода публикаций и сюжетов о проекте в СМИ;
- ✓ подбор экспертов для получения комментариев, отражающих положительные особенности проекта;
- ✓ взаимодействие с журналистами и редакциями СМИ с целью получения информации о планируемых материалах и продвижения собственных материалов о проекте;
- ✓ ведение оперативного мониторинга упоминаний проекта в СМИ;
- ✓ обеспечение выхода публикаций в общественно-политических, бизнес- и отраслевых СМИ.



Регулярное освещение работ по проекту

NB! Рекомендуется учитывать в медиаплане как основные вехи реализации проекта, так и дополнительные информационно-просветительские направления материалов.

8. Информационное сопровождение проекта в социальных сетях и мессенджерах (SMM)

Цель работы – укрепление репутации проекта и минимизация негатива в социальных сетях путём создания собственных источников достоверной информации и работы с альтернативными сообществами.

Рекомендованный состав работ:

- ✓ создание и оформление аккаунтов проекта в социальных сетях;
- ✓ разработка контент-плана для каждого аккаунта объёмом не менее 12 постов в месяц;
- ✓ написание текстов для постов;
- ✓ графический дизайн постов;
- ✓ работа с обратной связью в соцсетях;
- ✓ отработка комментариев и негатива под постами;
- ✓ аналитика, своевременная корректировка контента и рекламных объявлений с целью получения максимального результата;
- ✓ формирование пула сообществ близкой тематики с целью организации перспективного сотрудничества, кросс-постинга информации и т. п.
- ✓ поиск и анализ негативных комментариев в формате «инцидент-менеджмент»;
- ✓ комментирование постов, исправление негативных реакций со сторонних аккаунтов, не аффилированных с проектом.



Регулярное освещение работ по проекту


NB! Рекомендуется предусматривать разные виды контента, например: имиджевый, вовлекающий, обучающий, развлекательный, информационный, продающий.

9. Разработка логотипа и фирменного стиля проекта

Цель работы – разработка уникальной системы визуальной идентификации проекта и проектной компании.

Рекомендованный состав работ:

- ✓ разработка идеологии бренда проекта. Создание платформы бренда: видение, миссия, ценности;
- ✓ формирование архитектуры бренда. Характер бренда. Каналы коммуникации с целевой аудиторией. Ключевые идентификаторы бренда. Сообщения бренда, передаваемые потребителю. Каналы и методы подачи сообщений;
- ✓ разработка логотипа и фирменного знака. Генерация идей, проработка концепций. Рекомендуется отрисовка не менее трёх предварительных вариантов с последующей доработкой выбранного варианта;
- ✓ создание руководства по использованию логотипа. Основное и дополнительные начертания логотипа и фирменного знака. Пропорции, правила воспроизведения, масштабирования и расположения логотипа. Воспроизведение логотипа и знака в различных цветовых системах. Применение фирменных шрифтов и цветовой палитры;
- ✓ подготовка макетов элементов фирменного стиля. Правила оформления деловой документации, рекламной полиграфии, презентации, сувенирной продукции, отдельных элементов оформления объекта инфраструктуры.

 **Рекомендованный срок выполнения работ:**
30 рабочих дней


NB! Возможно вовлечение населения в процесс голосования за выбор логотипа или отдельных элементов фирменного стиля.

10. Создание официального сайта проекта

Цель работы – создание официального источника актуальной информации о ходе реализации проекта и канала связи с заинтересованными сторонами проекта.

Рекомендованный состав работ:

- ✓ проектирование и подготовка технического задания. Проработка позиционирования. Разработка интерактивного прототипа сайта. Разработка схемы размещения элементов с точки зрения удобства пользователей и маркетинга;
- ✓ разработка концепций дизайна сайта;
- ✓ формирование контента сайта. Подготовка содержательной части сайта, при необходимости – адаптация документации для её корректного использования в публичном пространстве;
- ✓ разработка дизайна страниц сайта. Проработка адаптивного дизайна главной и внутренних страниц сайта на основе выбранной концепции. Проработка цветовой схемы, шрифтов, графических элементов (иконки, кнопки, меню и т. д.), модулей;
- ✓ вёрстка дизайн-макетов. HTML-вёрстка дизайн-макетов главной и внутренних страниц сайта, адаптация вёрстки главной страницы и внутренних под планшет и мобильные устройства;
- ✓ установка CMS. Установка свёрстанных страниц на систему управления;
- ✓ программирование дополнительных модулей. Реализация форм обратной связи. Реализация эффектов. Первичная оптимизация. Интеграция с дополнительными необходимыми модулями;
- ✓ тестирование и базовое наполнение сайта. Перенос на основной домен и хостинг, тестирование сайта, базовое наполнение контентом.

 **Рекомендованный срок выполнения работ:**
30 рабочих дней

hyperion-sg.ru


NB! Структура и содержание официального сайта или страницы проекта может различаться на инвестиционной и эксплуатационной стадии. Новости на сайте должны регулярно обновляться.

11. Подготовка годового отчёта о реализации проекта

Цель работы – предоставление обязательной и добровольной информации о ходе реализации и эксплуатации проекта для заинтересованных сторон.

Рекомендованный состав работ:

- ✓ формирование главной темы, фокуса, вокруг которого строятся концепция, содержание и дизайн отчёта;
- ✓ разработка концепции и структуры отчёта;
- ✓ создание шаблона годового отчёта;
- ✓ формирование план-графика, устанавливающего этапы подготовки отчёта, сроки и ответственных за представление материалов;
- ✓ получение, структурирование, обработка материалов и их адаптация;
- ✓ перевод на иностранные языки при необходимости;
- ✓ разработка дизайна и вёрстка отчёта с учётом современных медийных форматов;
- ✓ обеспечение участия в конкурсах годовых отчётов;
- ✓ распространение годового отчёта среди заинтересованных сторон проекта.

 **Рекомендованный срок выполнения работ:**
30 рабочих дней


NB! В настоящее время лишь немногие концессионеры / частные партнёры занимаются добровольным раскрытием информации о реализации проектов. Подобный дефицит информации открывает уникальные возможности для позиционирования инвесторов и их проектов.

12. Создание видеопрезентации о проекте

Цель работы – подготовка технологичной видеопрезентации о проекте, раскрывающей его основные характеристики и выгоды от его реализации.

Рекомендованный состав работ:

- ✓ сбор и интерпретация исходной информации о проекте;
- ✓ разработка сценария видеопрезентации;
- ✓ подготовка технического задания для видеооператора, видеомонтажёра и графического редактора;
- ✓ видеосъёмка (рекомендованная общая продолжительность - три съёмочных дня);
- ✓ создание анимационных и 3D-элементов для визуализации;
- ✓ организация озвучки видеоматериала;
- ✓ монтаж полученного материала для создания видеоролика о проекте (рекомендованная общая продолжительность - не более трёх минут).

 **Рекомендованный срок выполнения работ:**
14 рабочих дней

NB! Тенденции развития видеоконтента продолжают расти, видеопрезентации являются наиболее эффективным видом демонстрации процесса планирования и реализации проекта.

Стратегическая группа «Гиперион»

Защита инвестиций и репутации

О нас

Стратегическая группа «Гиперион» – единственное в России коммуникационное агентство, специализирующееся на информационном сопровождении, инвестиционном маркетинге и подборе персонала для инфраструктурных проектов, реализуемых в том числе с применением инструментов государственно-частного партнёрства (ГЧП).

Наши преимущества:

- ✓ Уникальный опыт информационного сопровождения концессионных и ГЧП-проектов на разных стадиях жизненного цикла.
- ✓ Собственная методика раскрытия информации об инфраструктурных проектах.
- ✓ Опыт структурирования концессионных проектов в различных отраслях экономики.
- ✓ Наличие собственных информационных ресурсов и площадок.
- ✓ Понимание принципов взаимодействия с населением, пользователями объектов инфраструктуры, общественными организациями, экологическими фондами и контрольно-надзорными органами.
- ✓ Наиболее квалифицированная команда по управлению информационно-коммуникационными рисками проектов ГЧП.

История компании насчитывает более 10 лет.

Показатели 2022 года



167 млрд руб.

Совокупная стоимость сопровождаемых проектов



1 953 публикации

В российских и зарубежных СМИ о наших проектах



342,5 миллионов человек

Суммарный охват аудитории проектов в СМИ



8 970 сообщений

С упоминанием проектов в различных социальных медиа



74,3 миллионов человек

Суммарный охват аудитории проектов в социальных сетях



25 аккаунтов

Сопроводили в социальных сетях для наших проектов



24 позиции

Закрыли на рынке инфраструктуры и ГЧП



125 дизайн-макетов

Разработаны для визуализации проектов



5 сайтов

Созданы с нуля или модернизированы



20 видеоматериалов

Для сопровождаемых проектов созданы с нуля



Стратегическая группа «Гиперион»

Артур Щеглов

+7 (964) 140-31-00
scheglov@hyperion-sg.ru
г. Москва, Страстной бульвар, 8А

hyperion-sg.ru