

ФОРМА СВЕДЕНИЙ ОБ УЧАСТНИКЕ КОНКУРСА

Название организации	Публичное акционерное общество «Квадра – Генерирующая компания» (ПАО «Квадра»).
Сфера деятельности	Основными видами деятельности ПАО «Квадра» являются производство электрической и тепловой энергии, транспорт, реализация тепловой энергии на розничном рынке и реализация электроэнергии на оптовом рынке электроэнергии и мощности. Производственные активы компании «Квадра» расположены в 11 регионах Центрального Федерального округа РФ: Белгородская, Брянская, воронежская, Калужская, Курская, Липецкая, Орловская, Рязанская, Смоленская, Тульская.
Регион, в котором реализован конкурсный проект	Во всех регионах присутствия компании
Почтовый адрес	Российская Федерация, 300012, Тульская обл., г.Тула, ул.Тимирязева, д.99в.
Юридический адрес	Тульская обл., г. Тула, ул. Тимирязева, д. 99в
ФИО руководителя (главного редактора) компании и должность	Александрович Владлен Лазаревич – генеральный директор ПАО «Квадра».
Телефон (с указанием кода), e-mail, web-сайт организации	Тел.: (4872) 25-44-59, 25-43-59 (Тула) Тел.: +7 (495) 739-73-33, +7 (495) 308-93-33 (МО)
Контактное лицо по участию в конкурсе (ФИО, должность и e-mail)	Бобрякова Э.И. , директор по информационной политике и связям с общественностью, bobryakova_ei@quadra.ru

ФОРМА СВЕДЕНИЙ О ПРОЕКТЕ

Название проекта	«Квадра.Диалог с потребителем»
Категория номинации конкурса, на которую подается проект	Пресс-службы/службы по связям с общественностью федеральных компаний ТЭК
Номинация конкурса, на которую подается проект	«Профессиональный PR»

ПАСПОРТ ПРОЕКТА: описание проекта и его результатов

1. Наименование конкурсного проекта

«Квадра. Диалог с потребителем»

2. Период реализации конкурсного проекта

Проект был запущен 1 июля 2013 года, активная стадия реализации проекта 2015 год

3. Задача информационной кампании в рамках конкурсного проекта

Проект по антикризисному реагированию и взаимодействию с конечными потребителями «Квадра. Диалог с потребителем» направлен на формирование информационной системы управления антикризисными ситуациями через интернет в сфере теплоснабжения потребителей, создание коммуникационной модели, снижающей порог социальной напряженности, не допускающей развития конфликтного сценария, а также проведение конкурса для поощрения добросовестных потребителей энергокомпании и повышение их платежной дисциплины. Кроме того, проект нацелен на возможность выстраивания диалога с потребителем, разъяснение позиции энергокомпании по проблемным вопросам через социальные медиа, корректировку дискуссий в интернет-пространстве, а также возможность решать назревшие проблемы с репутационной составляющей компании в регионах.

С начала реализации проекта в социальной сети «ВКонтакте» было создано 4 сообщества ПАО «Квадра» в наиболее проблемных по работе с потребителями регионах: ООО «Смоленская ТСК», ООО «Курская ТСК», ООО «ОТСК», ООО «Воронежская ТСК», что позволило установить диалог с потребителями и способствовало конструктивному обсуждению существующих проблем в энергетическом обеспечении каждого региона.

Наполнение и сопровождение сообществ в соцмедиа, взаимодействие с участниками сети, позволило скорректировать негативные обсуждения деятельности компании в интернет-пространстве в регионах, была сформирована антикризисная модель коммуникационного взаимодействия с потребителями. Анализ поступавших от населения обращений продемонстрировал переход их характера от стадии информированности в стадию разъяснения конкретных ситуаций. Проект положил начало формированию традиции обращений потребителей за помощью и консультациями к представителям энергокомпании, с уверенностью в получении исчерпывающей информации. Оперативное реагирование на все обращения потребителей, позволило привлечь в сообщества «Квадра» большое количество пользователей, так как данные площадки стали для них возможностью получения необходимой оперативной, официальной информации, изложенной доступным языком.

Кроме того, компания «Квадра» организовала и стала проводить во всех регионах своего присутствия конкурс «Лучший потребитель» среди своих потребителей тепловой энергии, добросовестно и в полном объеме оплачивающих коммунальные услуги «отопление» и «горячее водоснабжение». В рамках конкурса специальная компьютерная программа, методом случайной выборки определяет 10 лицевых счетов лучших потребителей энергокомпании в каждом регионе. Награждение проходит в Центрах обслуживания клиентов ПАО «Квадра», где победителям вручают ценные призы – бытовую технику, а также памятные дипломы. Победителем может стать абсолютно любой клиент энергокомпании, своевременно и в полном объеме оплачивающий тепловую энергию. Акция «Лучший потребитель» активно освещается в региональных СМИ.

Стратегия:

Проект «Квадра. Диалог с потребителем» представляет собой комплексную информационную кампанию в Интернет-пространстве, а также конкурс для потребителей тепловой энергии в регионах присутствия компании «Лучший потребитель» (5 пилотных регионов), включающую в себя целый ряд современных инструментов:

- Система мониторинга интернет-СМИ, форумов и социальных медиа, выявление тенденций развития упоминания и активности участников на данных площадках.

- Создание в социальной сети «ВКонтакте» групп теплосетевых ДЗО компании «Квадра» в наиболее проблемных регионах (Смоленск, Курск, Орел), связанных с официальными региональными сайтами ДЗО. Сеть «ВКонтакте» была выбрана как наиболее популярный ресурс в регионах.

- Размещение в соцмедиа специальных опросов, инфографики и схем.

- Включение в дискуссии в социальных медиа, представление позиции компании, корректировка обсуждения с изменением негативной тональности в нейтральную или позитивную.

- Разработка, организация и проведение конкурса среди клиентов энергокомпании своевременно и в полном объеме оплачивающих тепловую энергию (физических лиц) «Лучший потребитель». Конкурс и розыгрыш призов (бытовой техники) проводится 2 раза в год, по итогам работы в полугодии.

- Организация блог-туров на энергообъекты компании «Квадра».

4. Количество материалов, опубликованных (вышедших в эфир) в СМИ за 2015 год в рамках конкурсного проекта: общее количество материалов и количество по каждому виду СМИ

За 8 месяцев 2015 года сообщества компании «Квадра» посетило 8100 человек. Количество постоянных подписчиков в группах около 3,9 тысяч человек.

С начала 2015 года вышло 3210 статей в СМИ с упоминанием ОАО «Квадра». Из них 2600 - Интернет СМИ, 210 - газеты, 12 - журналы, 273 - информагентства, 66- ТВ, 1 радио, 48 - блоги.

5. Партнеры информационной кампании (предприятия ТЭК, госорганы, экологические организации)

Интернет-агентство «Агентство1»

6. Основные направления публикаций (сюжетов, передач) по теме номинации

- Разъяснения по расчетам с потребителями за тепловую энергию.
- Информирование о проведении ремонтной кампании генерирующего и теплосетевого оборудования, ее значения и необходимости проведения.
- Работа с должниками (рост\снижение дебиторской задолженности, претензионно-исковая работа).
- Поощрение добросовестных потребителей.

7. На какую аудиторию направлены материалы, предоставленные в рамках конкурсного проекта

Основной целевой аудиторией являются конечные потребители, получающие тепловую энергию от компании «Квадра» и ее дочерних обществ.

Также опосредовано проект направлен на повышение грамотности по теме «Работа с потребителями» на региональные СМИ и местные власти.

8. Примеры информационных материалов, опубликованных (вышедших в эфир) в СМИ в 2015 году.

Ссылки на видео сюжеты:

http://lipetsktime.ru/news/society/kompaniya_kvadra_nagrдила_luchshikh_potrebiteley/

<http://belgorodtv.ru/?p=75074#more-75074>

<http://belnovosti.ru/news/house/2015/05/28/k-zlostnym-neplatelshchikam-za-teplo-i-goryachuyu-vodu-prihodyat-sudebnye>

<http://mirbelogorya.ru/video-archive/category/659-24.html> **Конкурс.avi**

http://gtrkkursk.ru/lenta-novostei/20150710121213_1.html



Директор по информационной политике и связям с общественностью ПАО «Квадра»

[Handwritten signature]
Бобрякова Э.И.

(оставьте подпись, печать организации)

Дата отправки заявки на конкурс: _____