**ВИДЕОРОЛИК LG «ДЕНЬ ДОНОРА LG И ОНЛАЙН-КИНОТЕАТРА IVI» ПОБЕДИЛ В КОНКУРСЕ «ЛУЧШЕЕ КОРПОРАТИВНОЕ ВИДЕО РОССИИ-2020»**

**23 марта 2020, Москва.** LG стала победителем спецноминации «За диджитализацию коммуникаций как инструмент PhilTech» конкурса АКМР «Лучшее корпоративное видео России-2020». Церемония награждения прошла в рамках IX Московского международного Фестиваля «Корпоративное видео: успехи и достижения».

Визуальный формат очень нагляден для коммуникации, именно поэтому LG использовала такой инструмент для того, чтобы добиться эффекта сопричастности.

Видео было создано в рамках второго совместного Дня Донора LG и онлайн-кинотеатра ivi «Добро Широкого формата». Ролик отражает экспертизу компании в области социальной ответственности и переход на PhilTech платформу. LG ставит своей целью применять новые инструменты как для обучения и информирования тех, кто только начинает социальную активность, так и возможность делиться опытом, который накопился уже за 11 лет реализации донорского проекта, будучи первым из бизнес-сообщества партнером Министерства здравоохранения Российской Федерации и ФМБА России по Программе развития массового добровольного донорства крови и ее компонентов.

LG ставит своей целью применять новые инструменты для более точечной коммуникации по теме донорства и создавать новый уровень искренности - эмоциональной, вовлекающей не просто известных гостей мероприятия, а друзей бренда, каждый из которых делится своей личной историей. Только так вовлекается массовая аудитория, создавая чувство эмпатии. В видео вошли самые разные моменты акции: и сдача крови, и истории неравнодушных доноров, а также моменты паблик тока, в рамках которого друзья бренда LG - актриса Дарья Мороз, режиссер Егор Кончаловский, актриса Ольга Кабо, телеведущие Юлия Барановская и Алеся Шикун, основатель агентства PR TREND Екатерина Одинцова, дизайнеры Алиса Толкачева и Анна Русска делились своими добрыми историями о донорской помощи. Паблик ток позволяет апеллировать к персональной истории героя-лидера, создать новый уровень искренней коммуникации, создающий новые смыслы для всех присутствующих. Ролик стал важной частью инстаграм историй гостей мероприятия (инфлуенсеров) в том числе.

«Высокие технологии задействуются сейчас и в PR-инструментах. Тем не менее, личный опыт человека, его эмоции и чувства остаются по-прежнему важными элементами качественной коммуникации. Мы это понимаем и активно используем для того, чтобы вывести коммуникации по КСО на новый уровень, – прокомментировала Татьяна Шахнес, PR-директор LG Electronics. – Для нас важно не только привлекать к таким проектам бизнес-сообщество и массовую аудиторию, но и культивировать активную позицию в области социальной ответственности внутри компании. Мы надеемся, что смогли поделиться частичкой добра, вдохновить нашу аудиторию на новые добрые дела».

# # #

**О компании LG Electronics Inc.**

Компания LG Electronics Inc. — это мировой лидер в области использования инноваций в области технологий и производства. Компания работает в 140 странах, а на ее предприятиях занято свыше 70 000 человек. В 2018 году объем продаж компании LG во всем мире составил 54,4 миллиарда долларов США. В состав LG входит пять компаний, занимающихся производством бытовой техники и систем кондиционирования воздуха, оборудования для домашнего развлечения, устройств мобильной связи, решений для транспортных средств и решений для бизнеса. Компания LG является ведущим мировым производителем телевизоров, холодильников, кондиционеров, стиральных машин и мобильных устройств, в том числе премиум-продуктов LG SIGNATURE и LG ThinQ, использующих искусственный интеллект. Для получения последних новостей о компании LG перейдите по ссылке: www.LGnewsroom.com.

*Контакты для СМИ:*

LG Electronics, Russia LG Electronics, Russia

Анна Федотовских Роман Герасимов, Внешняя пресс-служба

[anna.fedotovskikh@lge.com](mailto:anna.fedotovskikh@lge.com) [r.gerasimov@agt-agency.ru](mailto:r.gerasimov@agt-agency.ru)

www.LGnewsroom.com www.LGnewsroom.com