

Public Relations, как бюджетное продвижение для стартапов

Startup Weekend SPb
Декабрь 2011

PR

PR как искусство

Всемирная ассамблея ассоциации PR: «Связи с общественностью - это искусство и социальная наука по анализу тенденций, прогнозированию последствий, консультированию руководителей организации и внедрению программ, которые должны одинаково служить интересам организации и общественности»

PR как сфера деятельности (коммуникации)

«PR- это усилия, направленные на то, чтобы убедить общественность изменить свой подход или свои действия, а также на гармонизацию деятельности организации в соответствии с интересами общественности и наоборот». Э. Бернейз

PR как функция управления коммуникациями

«PR – является функцией менеджмента, которая устанавливает и поддерживает взаимовыгодные отношения между организацией и публикой, от которых зависит успех и неудача». С. Катлип

PR как стратегия управления коммуникациями

«PR – это эффективная стратегия в области управления общественным мнением». Г. Г. Почепцов

PR как система

«PR» представляет собой целостную систему, включающую в себя различные направления и специализации: связи со СМИ, связи с местным сообществом, связи с инвесторами, корпоративные коммуникации, лоббистская деятельность и связи с госструктурами, избирательные технологии, финансовый, кризисный «публик рилейшнз» и др.» Э. В. Кондратьев и Р. Н. Абрамов

Цели PR

- Позиционирование объекта, товара и/или услуги
- Повышение репутации
- Антиреклама (или снижение имиджа)
- Отстройка от конкурентов
- Контрреклама (или отмыв)

Исследования

как основа проведения интегрированных
маркетинговых коммуникаций

Мониторинг СМИ

Изучение Social media network

Анализ деятельности конкурентов

Планирование PR деятельности

“Важно знать, что планирование подхода и выбор из набора возможных видов деятельности, по крайней мере, так же важны, как и проведение в жизнь”.

Питер Грин

Долгосрочное планирование

Оперативное планирование

Тактика PR активности

- Работа со СМИ (база СМИ, технология взаимодействия, инициирование публикаций)
- PR-тексты (статьи, пресс-релизы)
- Мероприятия для прессы (пресс-конференции, пресс-тур, пресс-завтрак, круглый стол)
- Коммуникации в интернете (новостные сайты, social media)
- Сайт компании
- Корпоративные медиа и внутренний PR
- PR и благотворительность, социальная политика компании
- PR-проекты (организация выхода книги, фильма, презентации, открытия и пр.)
- PR на выставках

Анализ работы со СМИ

- Качество базы средств массовой информации.
- Количество релизов, подготовленных и распространенных в СМИ
- Качество составления сообщений для СМИ.
- Количество проведенных мероприятий для СМИ/с участием СМИ.
- Уровень информационных поводов.
- Спектр контактов со СМИ.
- Планирование в сфере связей со СМИ
- Качество архива и отчетности.
- Методы оценки эффективности связей со СМИ.

Анализ работы с соцсетями

- Эффективность аккаунтов
 - Количественные показатели – люди, посты, комменты
 - Качественные – позитив/негатив, комменты
- Анализ эффективности SMM-мероприятий
- Анализ SMM-деятельности конкурентов
- Изучение траффика
- Анализ развития сетей

А что дальше?

См. слайд №6

Спасибо!

Алексей Сулимов

www.sulimoff.ru