

# Эффективное управление общественными связями

Николай Доронин, PR-менеджмент для участников #МЫВМЕСТЕ

# ДАВАЙТЕ ПОЗНАКОМИМСЯ

Первый заместитель председателя комиссии Общественной палаты РФ по экологии и устойчивому развитию, председатель правления Проектного офиса развития Арктики (ПОРА), специалист по связям с общественностью с 25+ стажем.



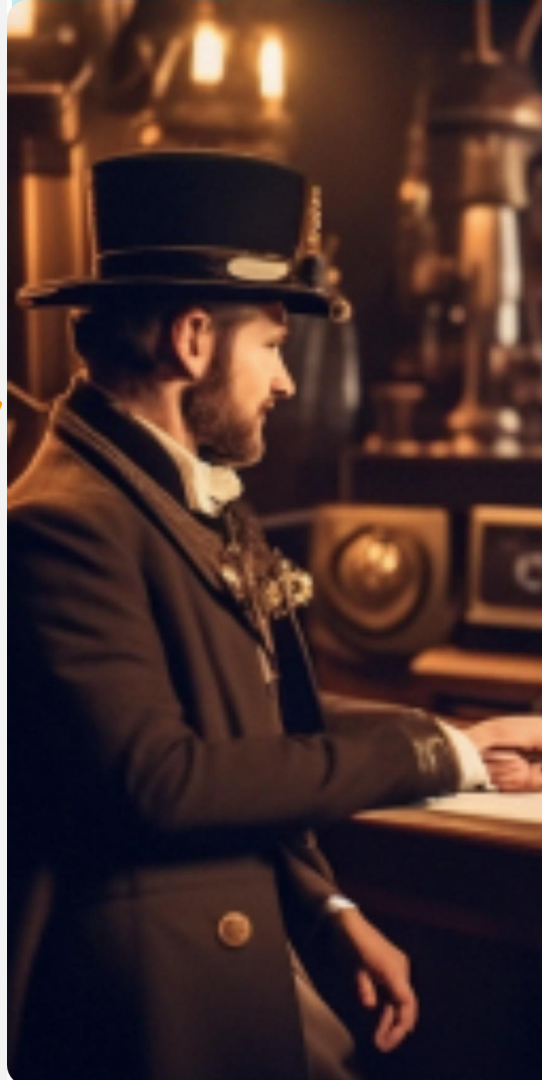
# ПЛАН ВЕБИНАРА

PR-менеджмент как процесс выстраивания коммуникаций с внешними аудиториями. Как это делать эффективно, с наименьшими ресурсами и максимальной отдачей?

- PR это не искусство, а ремесло.
- Правила придуманы для оптимизации.
- Креатив - это зло, но он также необходим.
- Планирование и верный выбор инструментов как гарантия успеха.

Погружение в отдельную тему, развенчивание мифов, снабжение практическими знаниями.

## ВОПРОСЫ-ОТВЕТЫ





# ЧТО ТАКОЕ PR?

В PR нет ничего таинственного. Это неотъемлемая часть эффективного управления любой организованной формой деятельности. Но они требуют подготовки и опыта, здравого смысла и умения применять теорию на практике.

Институт общественных отношений (IPR), созданный в Великобритании в феврале 1948 года, принял все еще действующее (хотя и с некоторыми дополнениями) определение PR. Public Relations – это планируемые продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и ее общественностью.

Июль 1989 г.

# РАЗНИЦА МЕЖДУ PR И РЕКЛАМОЙ

ОЧЕНЬ ПРОСТОЕ РАЗЛИЧИЕ





# ПОЧЕМУ PR - ЭТО НЕ ИСКУССТВО?

Здравый смысл, любознательность, объективность, логика и ясность мышления — все, чему нельзя научиться, пожалуй, является наиболее важными чертами профессионала по PR. Однако, в дополнение к этим качествам необходимы знание методов и средств PR, а этому обучить можно, если теория подкрепляется данными практики.

# PR-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ОН ЕСТЬ

PR во многом напоминают игру в шахматы: 10% интуиции, 25% опыта и 65% упорного труда.



# СОВРЕМЕННАЯ СФЕРА КОММУНИКАЦИЙ

Грани стерты, инструменты перемешаны





# ИДЕИ+ТЕХНОЛОГИИ=ИСТОРИЯ

История должна быть монолитной, убедительной и выделяться среди остальных. Любой пример успеха из бизнеса, политики или общественной инициативы содержит историю. Важно грамотно сформулировать историю, упаковать ее и управлять нужными смыслами





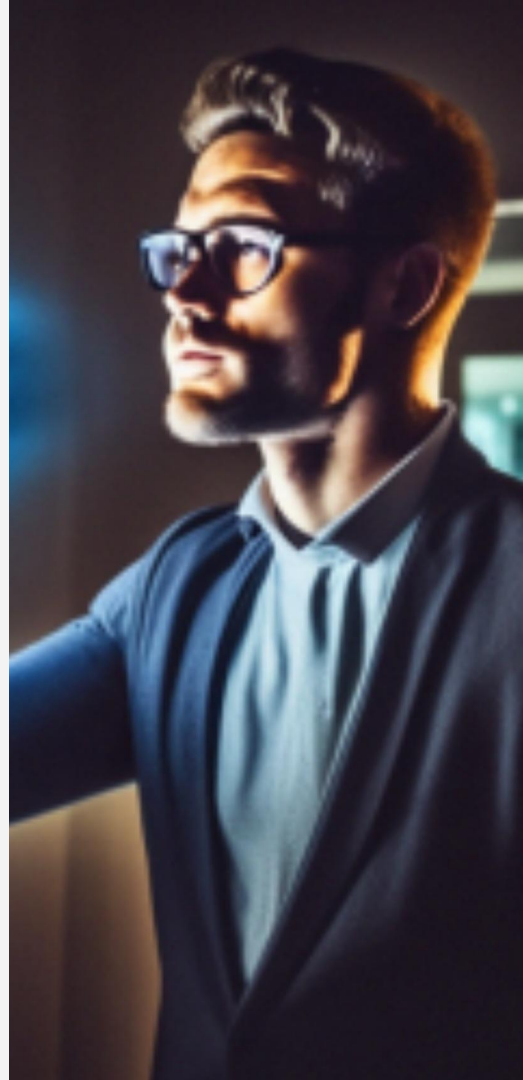
# ХОРОШАЯ ИДЕЯ

- Ускорить появление экологически чистого транспорта, как можно скорее выведя на рынок привлекательные электромобили массового спроса.
- Удобно организовать всю информацию в мире и сделать ее доступной и полезной каждому.
- Создать пространство, в котором каждый может купить онлайн все, что пожелает.

# ТЕХНОЛОГИЙ МНОГО, ВЫБРАТЬ НУЖНЫЕ

## ПРИМЕР. МУЛЬТИКАНАЛЬНОСТЬ

При использовании нескольких каналов коммуникации результат был лучше, чем при простом сложении степени понимания по отдельным каналам. Это подтверждает известную опытным специалистам по PR истину, что наилучшие результаты достигаются, когда информация по избранному вопросу распространяется одновременно по нескольким каналам.





# ТЕХНОЛОГИИ

- Распространение пресс-релизов.
- Организация мероприятий для СМИ.
  - Проведение экскурсий.
  - Работа с ЛОМами.
- Публикация исследований.
  - и пр.

# ПРИМЕР ИСТОРИИ

Грандиозный оратор.

Пьяница.

Остроумец.

Патриот.

Империалист.

Визионер.

Конструктор танков.

Неудачник.

Фанфарон.

Аристократ.

Военнопленный.

Герой войны.

Военный преступник.

Завоеватель.

Предмет насмешек.

Каменщик.

Солдат.

Художник.

Политик.

Безработный журналист.

Писатель.

Нобелевский лауреат.





# КАКИЕ ПРАВИЛА ВАЖНО СОБЛЮДАТЬ?

- Быть логичным.
- Быть искренним.
- Быть интересным.
- Быть грамотным.
- Быть компетентным.

# ЗАЧЕМ НУЖЕН КРЕАТИВ?

!!! Креатив как самоцель никому не нужен.

Без креатива сложно выделиться, но его переизбыток все разрушает.



Титанические усилия  
Почты России  
позволили свести к  
нулю остатки  
международной почты

В этом мире каждому  
необходимо чем-то  
болеть, иначе не из-за  
чего будет умереть

**А оживающие на стильных  
детских футболках  
электрогитары, пианино и  
скрипки помогут детям  
терпеливо нести свой крест —  
продолжать ходить в  
музыкальную школу**



# ПЛАНИРОВАНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. ИЗУЧЕНИЕ СИТУАЦИИ;
2. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕЙ;
3. ВЫРАБОТКА СТРАТЕГИИ;
4. ПОДБОР ИНСТРУМЕНТОВ;
5. ПОДГОТОВКА СООБЩЕНИЙ;
6. РЕАЛИЗАЦИЯ И КОНТРОЛЬ НАД ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ.





# МИФЫ

- Нативная реклама и партизанский маркетинг - это пиар.
  - SMM - это пиар.
  - PR - это дорого.
- PR - это не для всех.

# ПРАВИЛА И ОСОБЕННОСТИ СОСТАВЛЕНИЯ ПРЕСС- РЕЛИЗОВ

Что такое новости?

Перевернутая пирамида

Правила Флеша

Универсальные правила



A decorative orange line graphic on the left side of the slide, starting from the top left, going down to a vertex, then up to another vertex, then down to a third vertex, and finally up to the bottom left corner.

# ДАВАЙТЕ ОБСУДИМ!

Николай Доронин  
[doronin@porarctic.ru](mailto:doronin@porarctic.ru)