

Методы оценки эффективности PR-деятельности Ключевые показатели эффективности (KPI)

Ассоциация компаний-консультантов в области связей с
общественностью (АКОС)

Выполнили: Агеева Ю., Сулейман-Оглы Н., Ходова Ю.

ОБ АКООС

- АКООС – первая российская профессиональная ассоциация компаний-консультантов, работающих в сфере Public Relations, созданная 16 марта 1999 года.
- АКООС – российская организация Международной ассоциации консультантов в области связей с общественностью, созданной в 1986 году и состоящей из 29 национальных организаций.
- На сегодняшний день в состав АКООС входит 27 наиболее крупных и профессиональных компаний, которые совокупно занимают более 50% российского рынка PR услуг. В российских компаниях-членах АКООС работает более 1500 сотрудников.
- Среди основных задач АКООС:
 - развитие высокопрофессиональной прозрачной и эффективной индустрии PR услуг в России,
 - формирование стандартов PR-индустрии в России
 - установление высоких этических стандартов,
 - развитие PR образования,
 - представление общественных интересов PR индустрии.

ОБ ИССО



- Международная ассоциация консультантов в области связей с общественностью (ICCO) объединяет самые известные и профессиональные организации по всему миру.
- Члены ICCO - это национальные ассоциации, в которые входят независимые компании, работающие в сфере PR в тридцати странах мира: из Европы, Ближнего Востока, Африки, Азии, Северной и Южной Америки и Австралии. ICCO объединяет более чем 1000 профессиональных агентств, в которых работает около 25 000 сотрудников.
- ICCO дает руководителям агентств уникальную возможность обмениваться международным опытом, обсуждать волнующие их вопросы, обозначать основные тенденции мирового рынка PR услуг. Сотрудничество с организацией позволяет повышать стандарты качества работы, устанавливать этические нормы, согласовать профессиональную практику консультирования в области связей с общественностью.

Члены АККОС

3.14R COMMUNICATIONS AGENCY

AGT
COMMUNICATIONS GROUP

FD

FLEISHMAN-HILLARD
INTERNATIONAL COMMUNICATIONS
VANGUARD

ICCG
Integrating communications i

lmh consulting

insiders
коммуникационная группа

maslov
pr

Ketchum

Mmd
Corporate, Public Affairs
& Public Relations Consultants

passat

PR
Inc.

PRIMUM
MOBILE

ПРОПАГАНДА

PRO-VISION

Ogilvy

МИХАЙЛОВ И ПАРТНЕРЫ
УПРАВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИМИ КОММУНИКАЦИЯМИ!

НЬЮТОН
PR & COMMUNICATIONS

SPN Ogilvy

IMAGELAND
PUBLIC RELATIONS



КРОС КОМПАНИЯ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ



НИККОЛО М
ГРУППА КОМПАНИЙ

СОКУР
& партнеры
pr агентство

ТАЙНЫЙ СОВЕТНИК
PR АГЕНТСТВО

Ассоциированные члены

eventum prem
event management & PR company

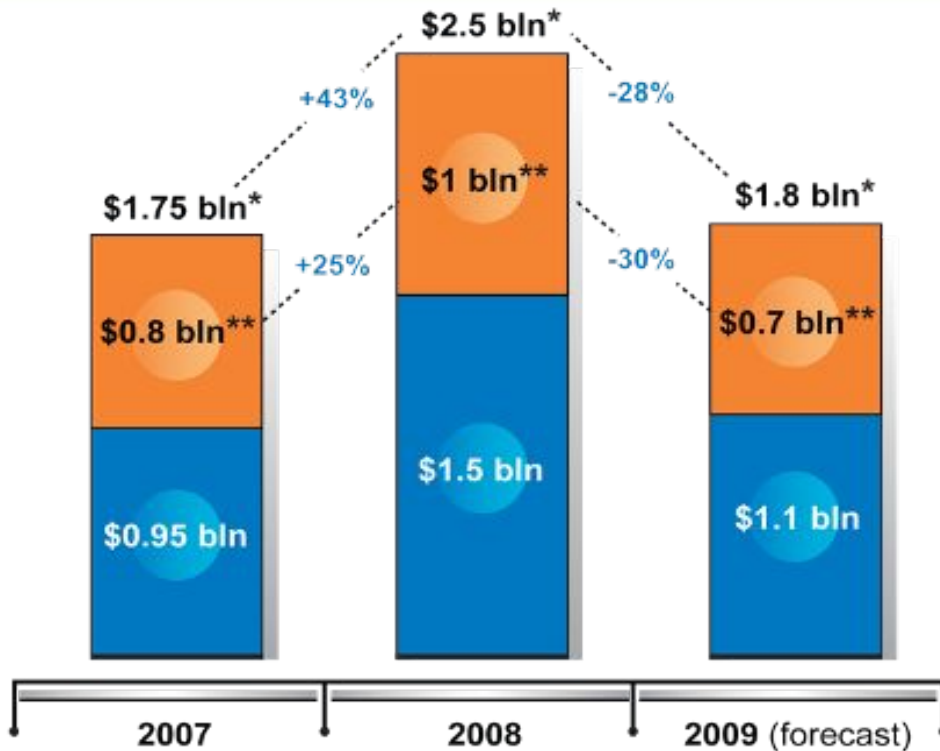
communications
Бюро коммуникаций

R&I GROUP

ГУРОВ И ПАРТНЕРЫ
коммуникационное агентство

КАЙБАНОВ И ПАРТНЕРЫ
КОММУНИКАЦИОННАЯ ГРУППА

Оценка объема рынка PR



Первое публичное исследование российского PR рынка

Несмотря на то, что PR в России существует более 15 лет, ранее рынок оценивался исключительно на базе экспертных мнений отдельных игроков и экспертов

Впервые АКООС подготовил отчет о состоянии рынка на основе исследования, которое включало в себя кабинетное исследование опрос экспертный опрос руководителей PR-агентств и руководителей PR отделов компаний в ноябре 2008 – марте 2009 года

Объем рынка PR – совокупные бюджеты компаний на PR в России, включая реализацию кампаний как с использованием PR агентств, так и силами PR служб/пресс-служб корпораций. В этом показателе включены все расходы на PR, в том числе на работу PR специалистов и расходы третьих лиц.

Объем рынка PR услуг – рынок услуг, оказываемых агентствами, включая гонорары агентств и накладные расходы третьих сторон.

Методы оценки эффективности PR

Выходы в СМИ

Количественные показатели

- Количество публикаций
- Охват потенциальной аудитории (Impressions/AIR)
- Доля публикаций с донесением ключевых сообщений
- Рекламный эквивалент (PR value/Ad value)

Качественные показатели

- Тональность публикаций
- Донесение ключевых сообщений
- Наличие экспертных мнений/цитат третьих сторон и аналитиков
- Наличие в публикации изображения

Методы оценки эффективности PR

Другие возможности

Уровень узнаваемости
бренда/компании

Уровень лояльности к
бренду/компании

Влияние на курс акций
компании

Посещаемости веб-
сайта/кликов/
поисковых запросов

Использование веб-
сайта пользователями

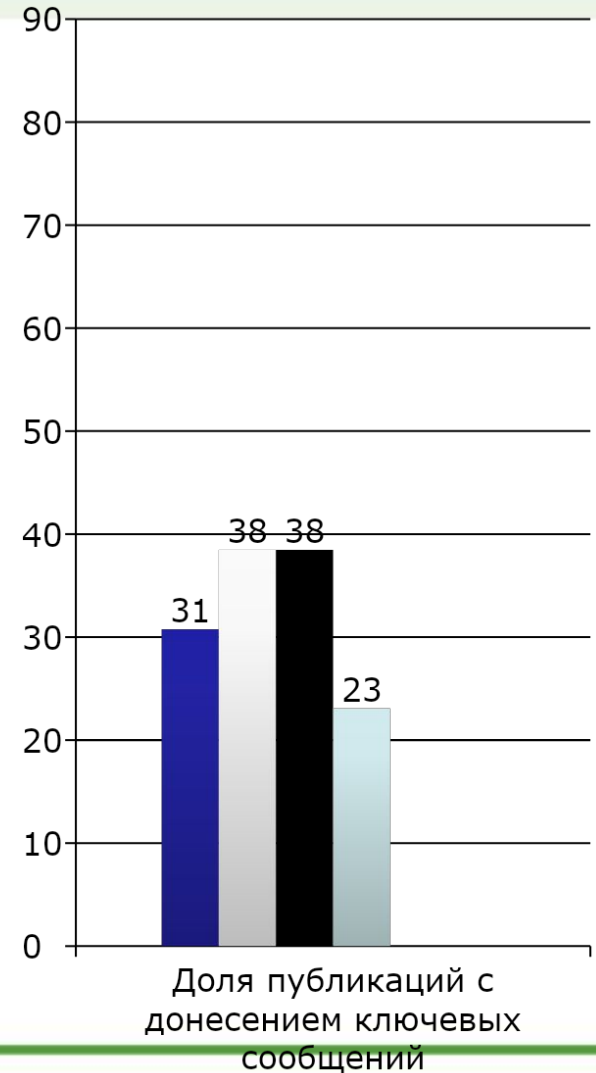
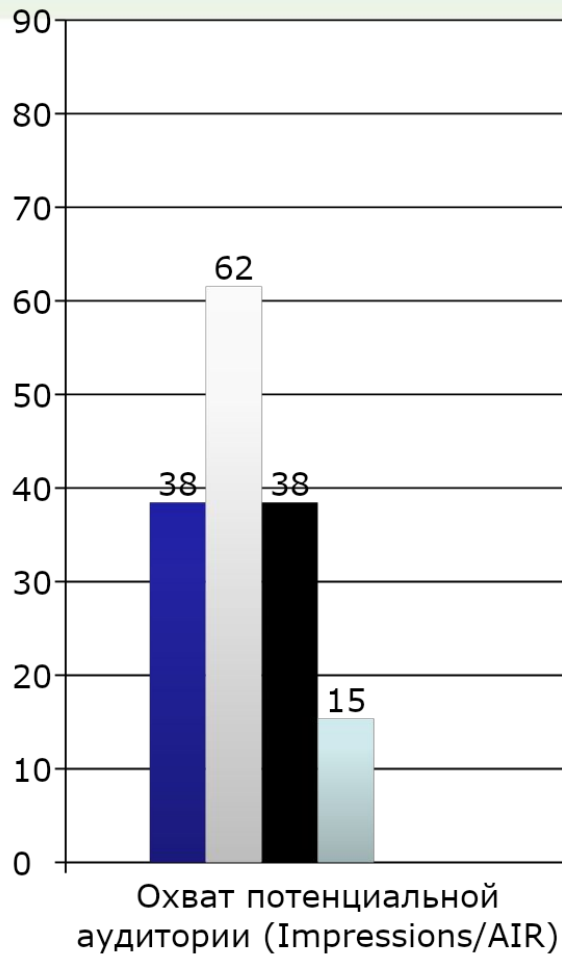
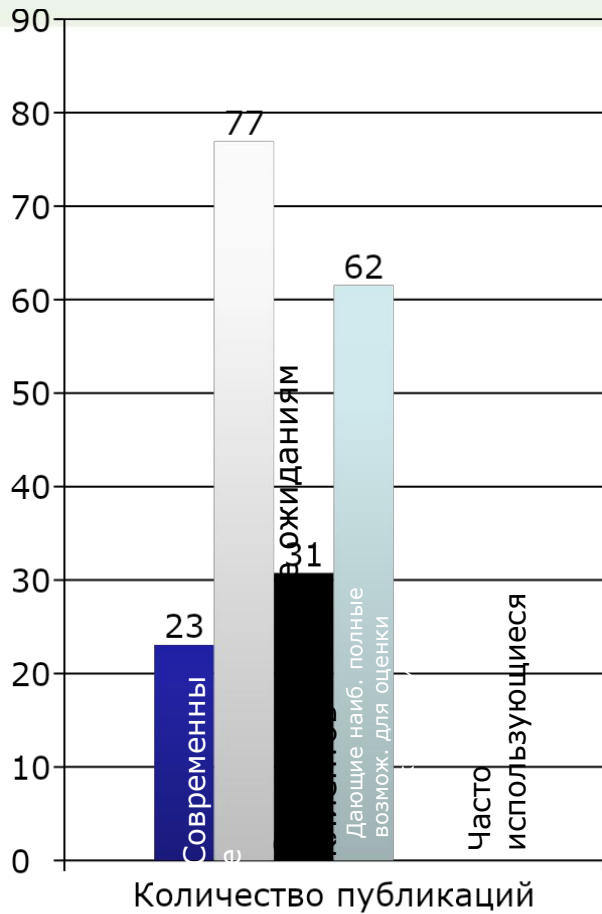
Обеспечение заданного
количества участников
мероприятия

Инициирование
заданного числа
тестирований продукта

Влияние на объем
продаж

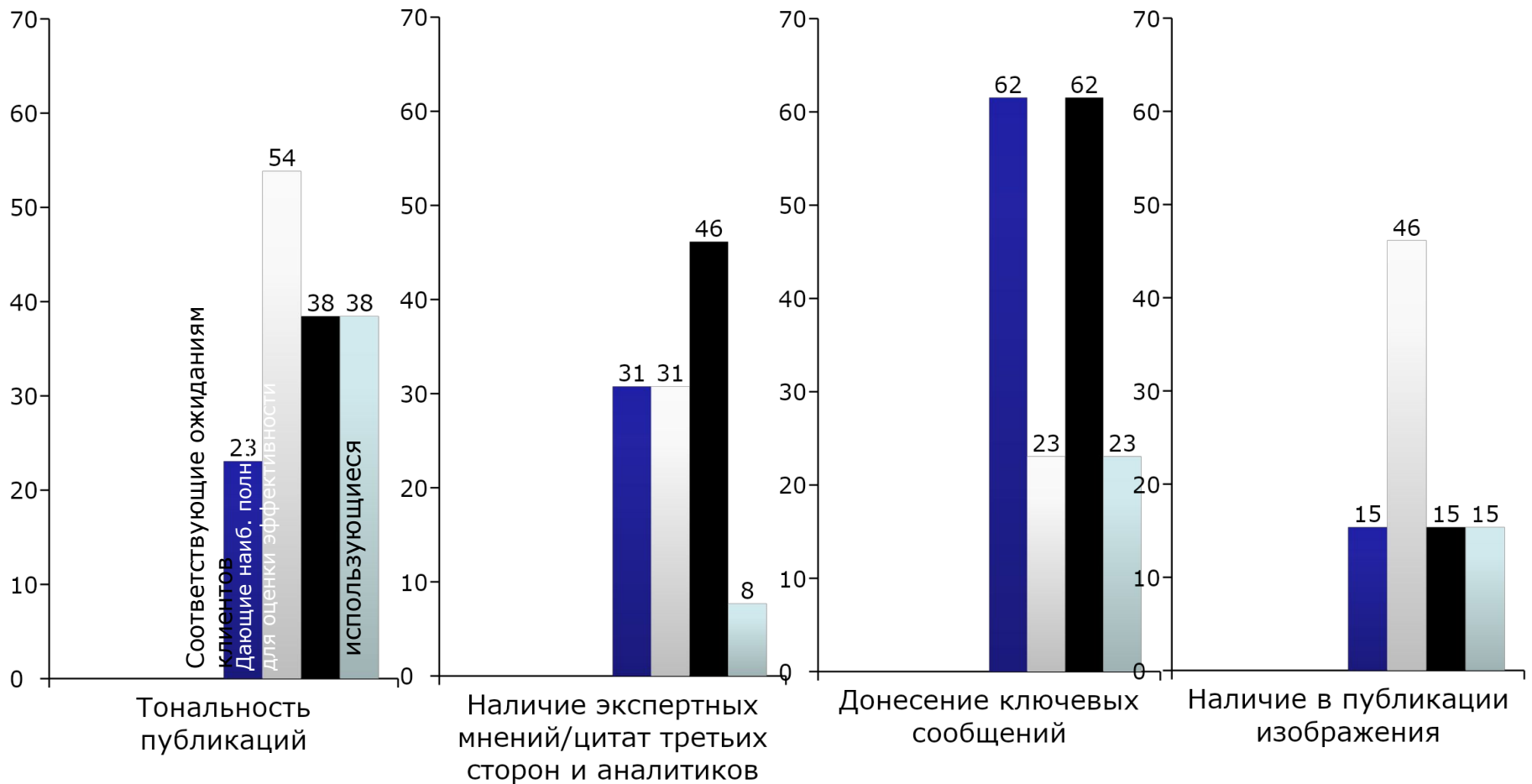
Соотношение фин. затрат
на проведение кампании и
фин. результата (напр., в
рекламном эквиваленте)

Актуальность критериев*



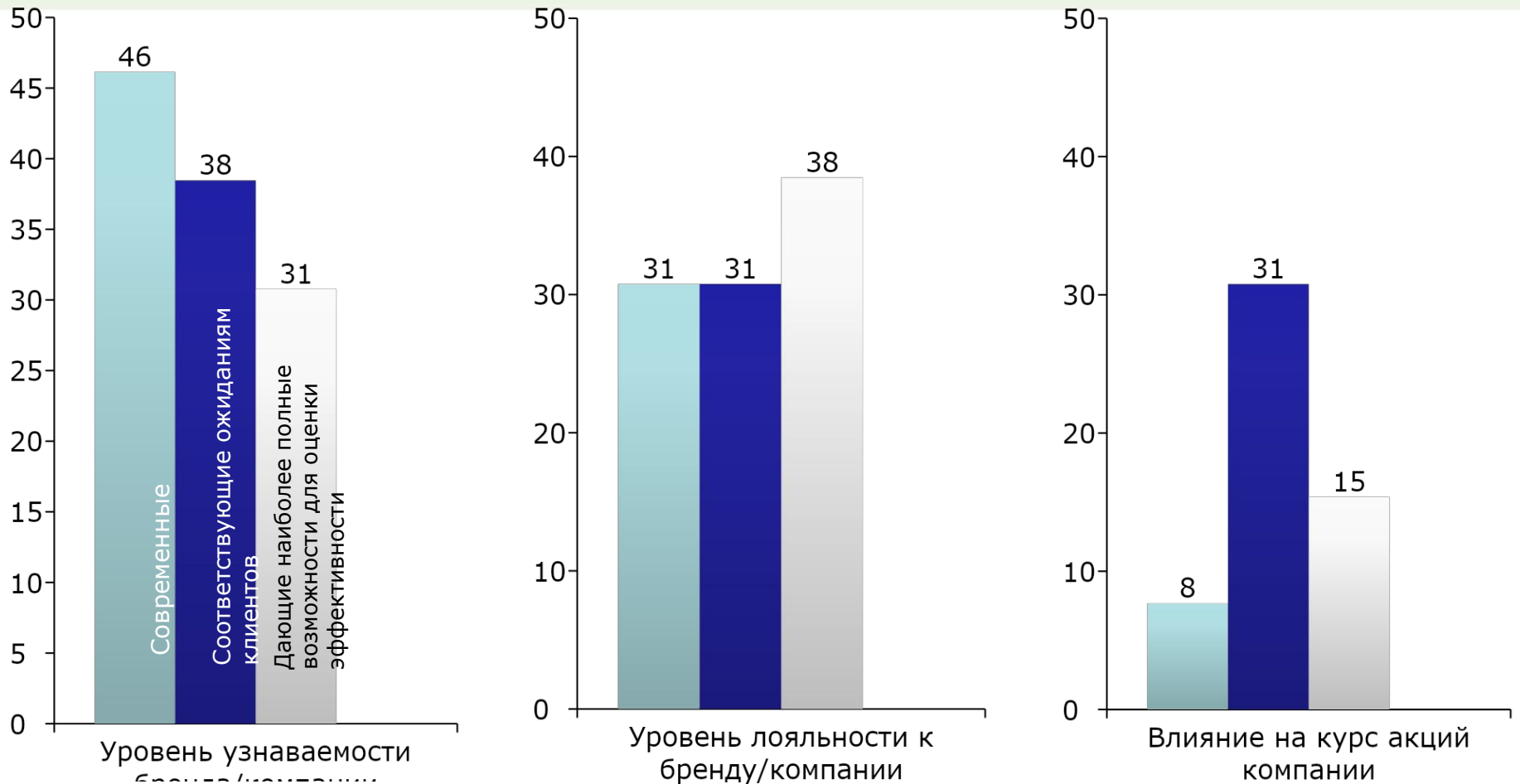
*Экспертное мнение членов АКООС, %

Актуальность критериев*



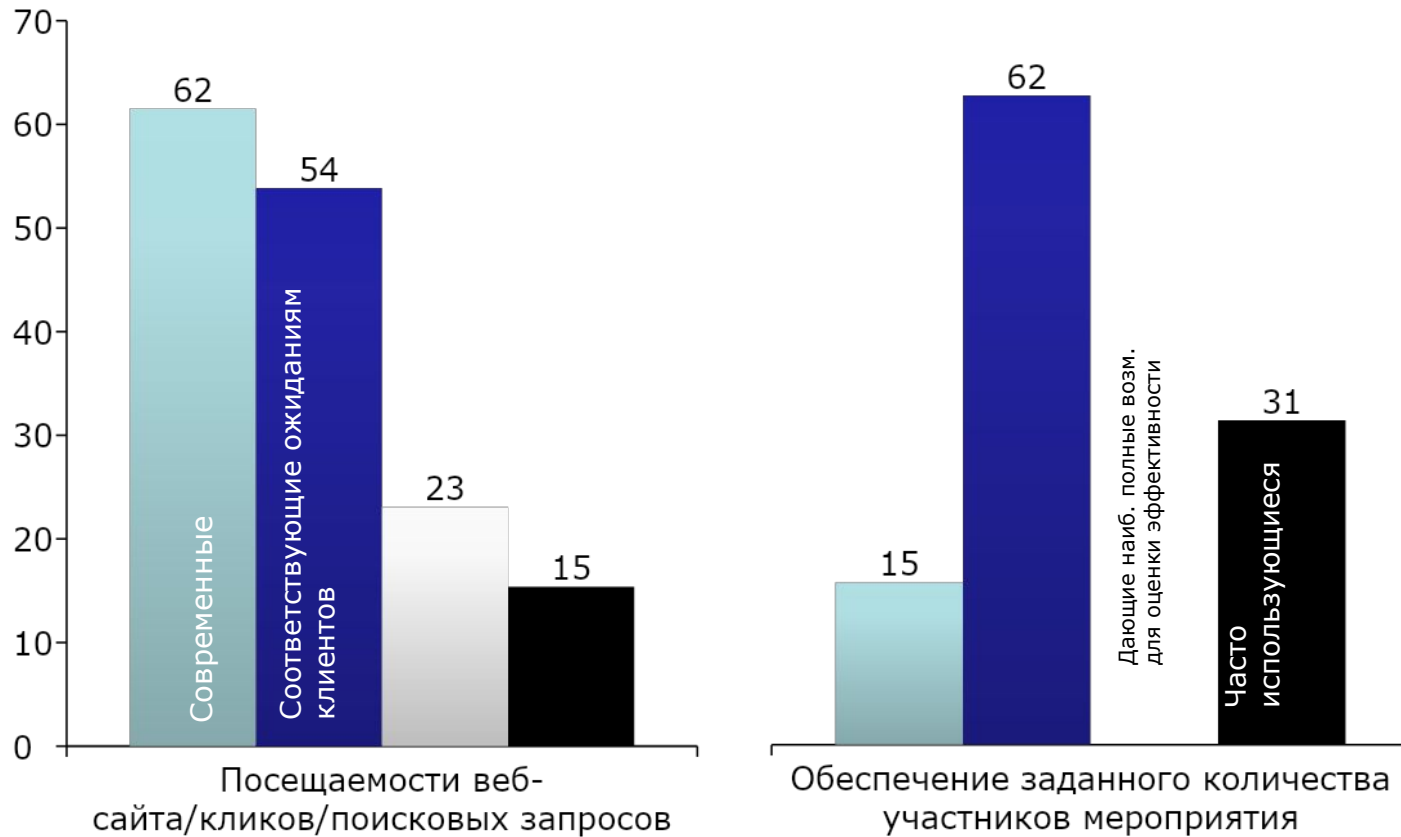
*Экспертное мнение членов АКООС, %

Актуальность критериев*



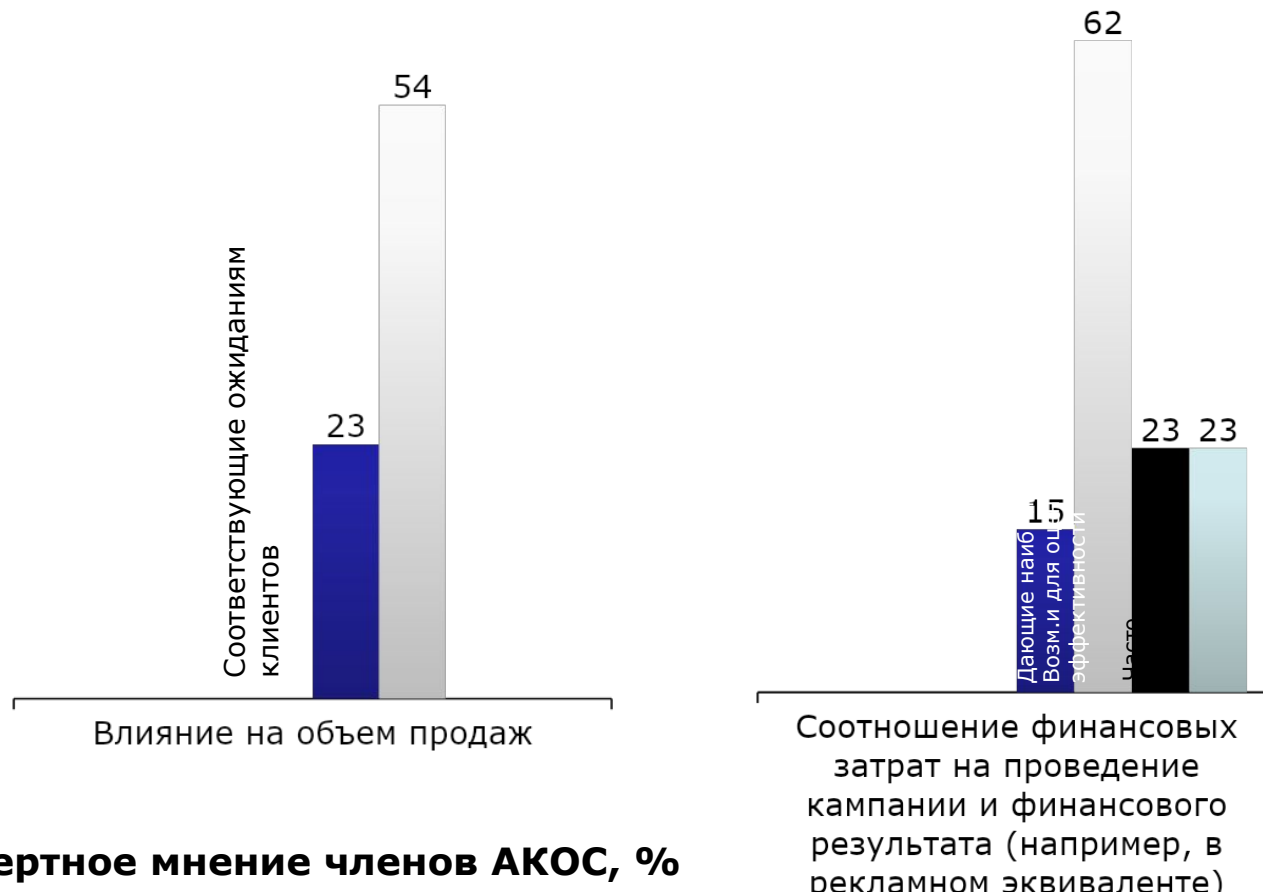
***Экспертное мнение членов АКООС**

Актуальность критериев*



*Экспертное мнение членов АКООС

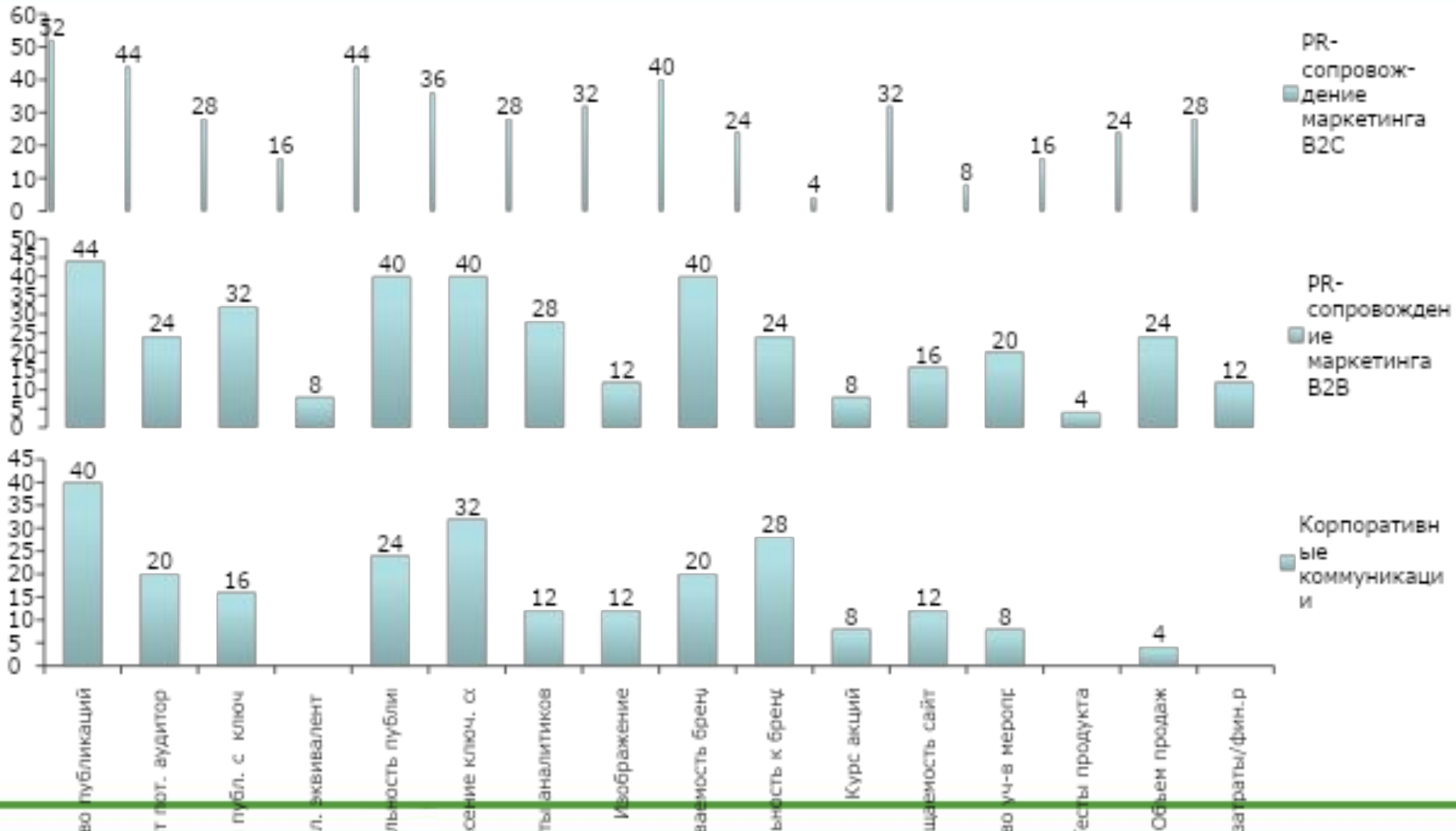
Актуальность критериев*



*Экспертное мнение членов АКООС, %

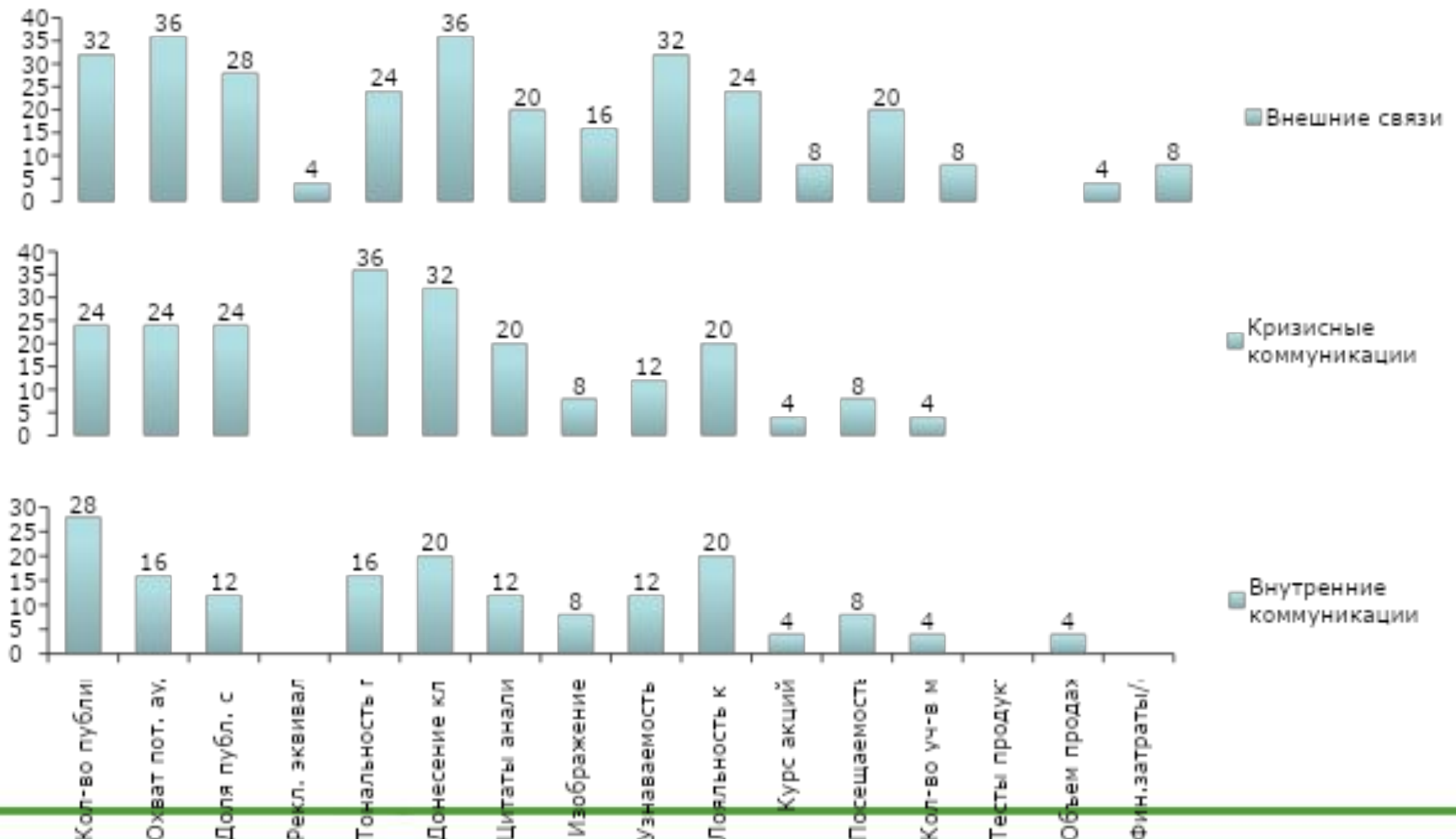
Исследование BPRW по видам PR

(методы оценки, используемые в различных видах PR, %)



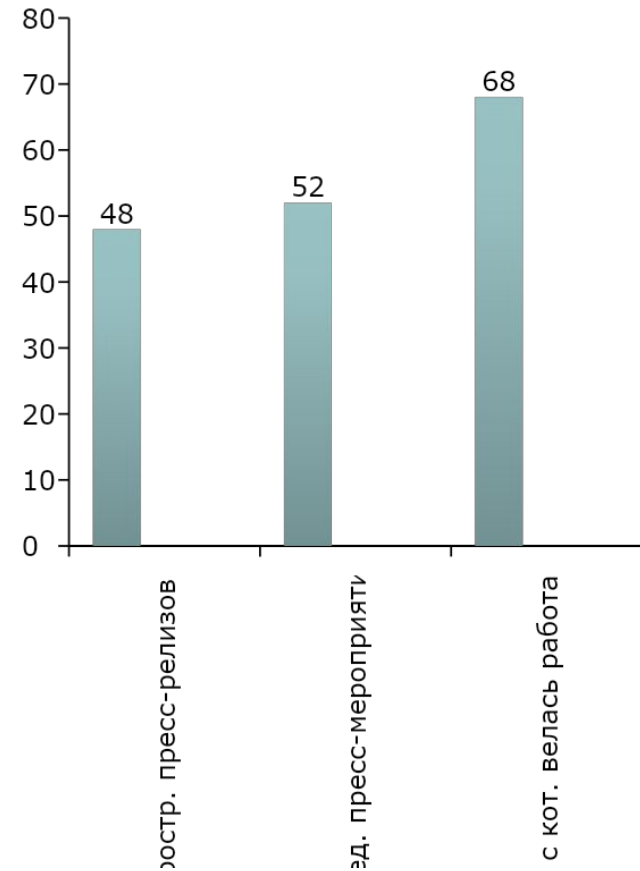
Исследование BPRW по видам PR

(методы оценки, используемые в различных видах PR, %)

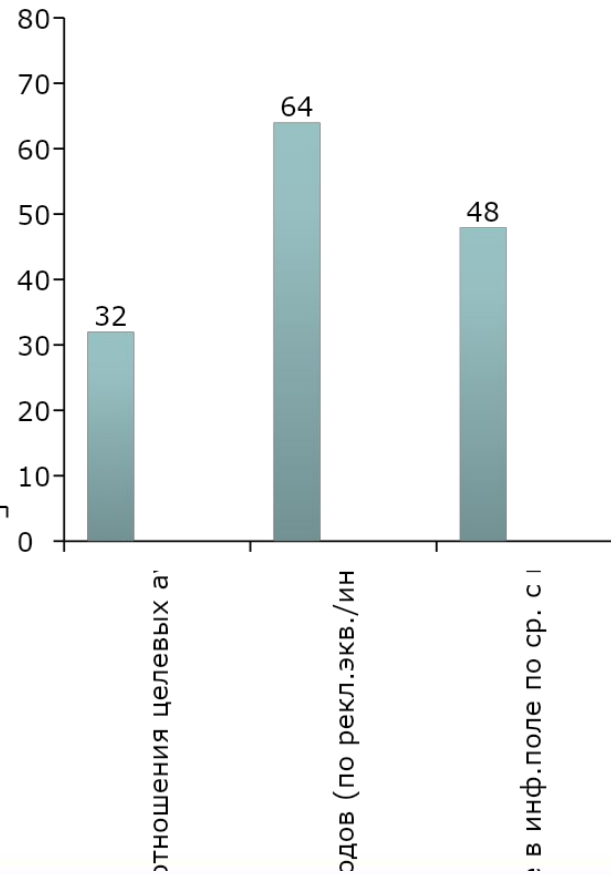


Использование методик (используемые методы и периодичность оценки, %)

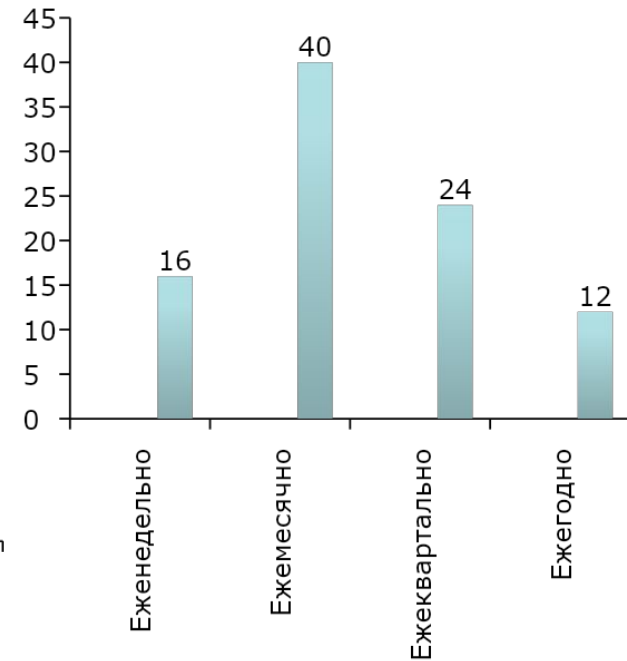
По действиям



По результату



Периодичность оценки



Круглый стол АКОО «Оценка качества и эффективности PR- деятельности (KPI)»

ABBYU®

 **Communications**
Бюро коммуникаций

 **Disney**

 **FD**

FLEISHMAN-HILLARD™
INTERNATIONAL COMMUNICATIONS
VANGUARD

Johnson & Johnson

maslov
pr



Ogilvy

SPN Ogilvy

 **ГУРОВ и ПАРТНЕРЫ**
коммуникационное агентство