

ВИДЫ ПИАРА

ВЫПОЛНИЛ:
СТУДЕНТ 3 КУРСА
ГРУППЫ 962
ИВАНОВ ЕВГЕНИЙ

- ▶ Всего видов пиара насчитывается порядка 11. Выделяются они в основном по «цветовым характеристикам»:
- ▶ черный;
- ▶ белый;
- ▶ серый;
- ▶ желтый;
- ▶ зеленый;
- ▶ розовый;
- ▶ коричневый;
- ▶ самопиар;
- ▶ вирусный пиар.



Чёрный Пиар

- ▶ Закрытая самореклама и реклама конкурента, направленная на очернение и уничтожение фирмы. На свет извлекаются все возможные «жареные» факты, которые могут подрывать авторитет оппонента и скомпрометировать его:
- ▶ подробности личной жизни;
- ▶ ошибки молодости;
- ▶ пикантные подробности, связанные с продвижением по карьерной лестнице.



Белый пиар

- ▶ Информация несет исключительно положительный характер, и достоянием общественности становятся только достоверные сведения. Классический пример белого пиара – запуск в массовое производство Ford Mustang в 1964-65 гг. Тогда владелец корпорации Д. Форд в качестве пиар-акции устроил серию вечеринок для потенциальных покупателей, куда ди-джеи приезжали на новеньких Мустангах, чем подогревали интерес к новому авто.



Серый пиар

- ▶ Серый пиар используется как способ распространения правдивой информации. При этом обращение к конкретному лицу или компании бывает не всегда. Причиной, послужившей появлению серого PR, является отсутствие достоверной информации по различным вопросам жизни. Среди целей его применения выделяют:
 - ▶ восстановление справедливости;
 - ▶ соблюдение прав и свобод;
 - ▶ нанести вред конкуренту без нарушения закона.



Коричневый пиар

- ▶ Что касается коричневого пиара, то его соотносят с пропагандой фашистской и неонацистской идеологии. Считается, что коричневый пиар – это элемент пропаганды фашизма и человеконенавистничества. Но такое определение этого вида PR является крайним. Маркетологи считают возможным его частичное применение для придания рекламируемому продукту направленности милитари. Для этого используют форму военнослужащих, кадры военных учений, воинские команды и т.д.



Желтый пиар

- ▶ Желтый пиар – это комплекс приемов подтасовки фактов, когда придуманные или фальсифицированные сведения выдаются за действительные. PR с оттенком желтизны использует широкий арсенал приемов:
 - ▶ громкие скандалы;
 - ▶ факты интимной жизни;
 - ▶ надругательство над духовными и моральными ценностями;
 - ▶ показ эпатажных фото- и видео изображений.



Зеленый пиар

- ▶ Что касается зеленого пиара, цвета жизни, то его взяли на вооружение организации, пропагандирующие использование натуральных, экологически чистых товаров и продуктов. Здесь же можно рассматривать как зеленый эффективный пиар популяризацию здорового образа жизни, сохранение окружающей среды.



Розовый пиар

- ▶ Розовый PR строится не на обмане, а на недоговоренности. Этот вид призван выдавать желаемое за действительное, но не посредством лжи или подтасовки фактов, а освещением только положительных сторон деятельности компании. Ее имидж формируется за счет придуманной истории, которая шаг за шагом шла к успеху, заботясь о благополучии клиентов. Реклама предлагаемых маршрутов путешествий - наглядный пример из жизни розового пиара



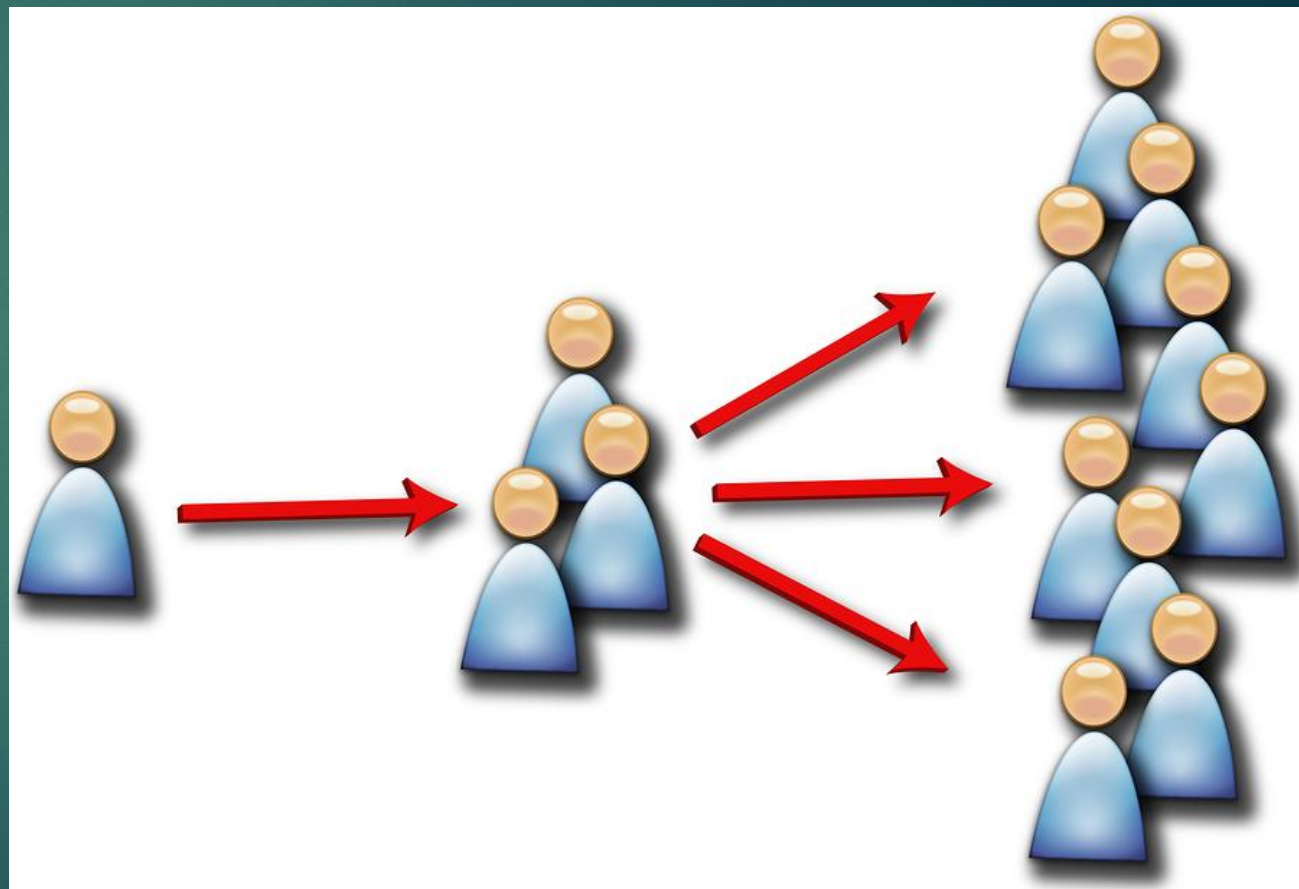
Самопиар

- ▶ Умение преподнести свои достоинства и достижения в самом выгодном свете называют еще саморекламой или самопиаром. Чтобы понять, что значит самопиар, можно рассмотреть его основные приемы:
- ▶ частое появление на телеэкранах и в радиоэфире с оценками каких-либо событий;
- ▶ написание книг по актуальным вопросам жизни или мемуаров;
- ▶ встречи с общественностью с обсуждением различных вопросов, волнующих граждан;
- ▶ проведение собственных благотворительных акций;
- ▶ участие в спортивных и развлекательных мероприятиях;
- ▶ фото- и видеосъемки в стиле «ню».



Вирусный пиар

- ▶ Что касается вирусного пиара, он широко используется в интернете и основывается на потребности людей делиться нужной или интересной информацией. Хотя считается, что активно развиваться он начал лет десять назад, в жизни он использовался с давних пор под названием «сарафанное радио».
- ▶ смешные видео и фотографии;
- ▶ необычные комментарии;
- ▶ интернет и SMS рассылки;
- ▶ флеш-игры;
- ▶ короткие информационные сообщения.



Кровавый PR

- ▶ PR, нацеленный на летальный исход объекта или на принятие на себя ответственность за чужое громкое злодеяние.



Скрытый PR

- ▶ Технология рекламы, при которой информация подаётся не как реклама, а как просто частные советы, мнения и рекомендации. Распространяется такая информация не массово, а точно, на определённую аудиторию. Исполнители – те, кто реализует рекламную кампанию – регистрируются на форумах и блогах по определённой тематике, схожей с рекламируемым товаром и просто общаются, попутно прославляя сайт, продукцию или марку компании. Используется скрытый маркетинг для продвижения сайта, укрепления имиджа компании или для рекламирования товаров и услуг компании.



*Спасибо за
внимание!*