

# PR-мероприятия

- это общественно значимые, целевые, планируемые акции, проводимые рекламодателями или по их заказу в целях достижения PR-результата.

Составляющие PR-мероприятия:

P – place/location - место

P – promotion – реклама и информирование

P – presentation – представление информации

P – personnel – персона

F – follow-up – действия после мероприятия

# Place/location

- помещение организации;
- выставочные центры/конференц центры;
- помещение в гостинице;
- на открытой местности;
- другие.

## Оформление помещения:

1. Зал (комната, арендуемая площадь), где проходит основная часть мероприятия;
2. Помещения, смежные с главным;
3. Подъезды, подходы к зданию, в котором проходит мероприятие

# Promotion

- подготовка и распространение приглашений;
- реклама в СМИ;
- PR-анонсирование: PR-освещение в прессе, пресс-релиз (press-release), пресс-конференция.

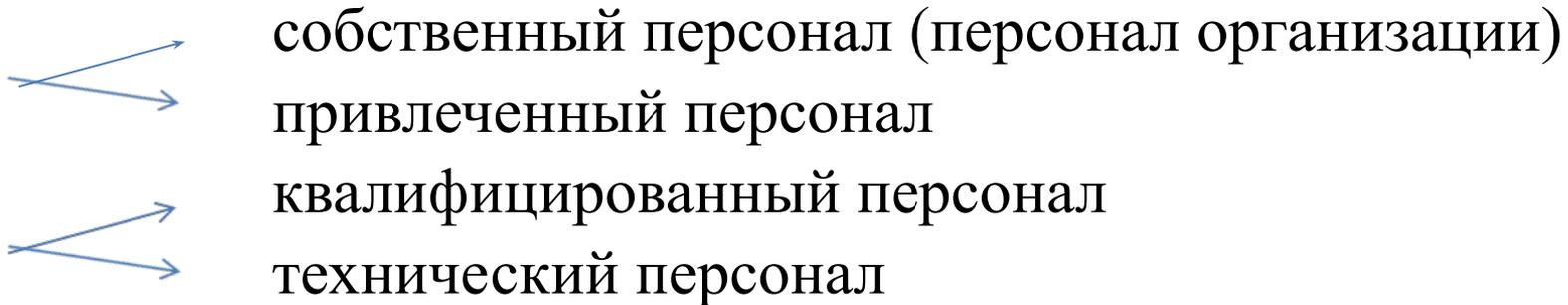
Пресс-конференция – организованная встреча журналистов с представителями учреждений, компаний, организаций или отдельными персонами.

Пресс-релиз – сообщение для прессы; информационное сообщение, содержащее в себе новость об организации (частном лице), выпустившей пресс-релиз, изложение её позиции по какому-либо вопросу и передаваемое для публикации в СМИ.

# Presentation

- выступающие;
- тексты выступлений;
- слушатели.

# Personnel



# Follow-up

Цель – оценка и выводы об успешных действиях, элементах PR-кампаний, мероприятий.

Метод – анкетирование всех участников мероприятия.

# Основные виды PR-мероприятий

- мероприятия для СМИ;
- презентация продуктов или услуг;
- открытие (презентация) места реализации товаров и услуг;
- официальные приёмы;
- выставки, экспозиции;
- конференции, семинары;
- мероприятия в сфере спонсорства и благотворительности;
- оригинальные, специальные мероприятия;
- акции с использованием базы данных;
- прочие мероприятия.

# Мероприятия для СМИ

- пресс-тур;
- пресс-релиз;
- личные контакты;
- пресс-конференции;
- бизнес-ланч;
- бизнес-ужин;
- интервью;
- брифинг;
- другие.

Брифинг – акция одной новости; короткая встреча официальных лиц, представляющих государственные или коммерческие структуры с представителями СМИ, на которой сообщается новость, излагаемая позиции по определенному вопросу.

- Please: собственные помещения фирмы-арендатора;  
помещения информагентств;  
арендуемые помещения;  
места на открытом воздухе.
- Promotion: рассылки информации о мероприятии по эл. почте, факсу;  
личные контакты;  
помещение рекламы в печати.
- Presentation: определяется время начала PR-мероприятия,  
продолжительность,  
порядок выступлений,  
время для ответов на вопросы,  
фуршет и др. мероприятия.
- Personnel: участники со стороны фирмы (руководители)  
выступающие
- Follow-up: формальные, неформальные контакты с журналистами  
благодарственные письма.



