

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.

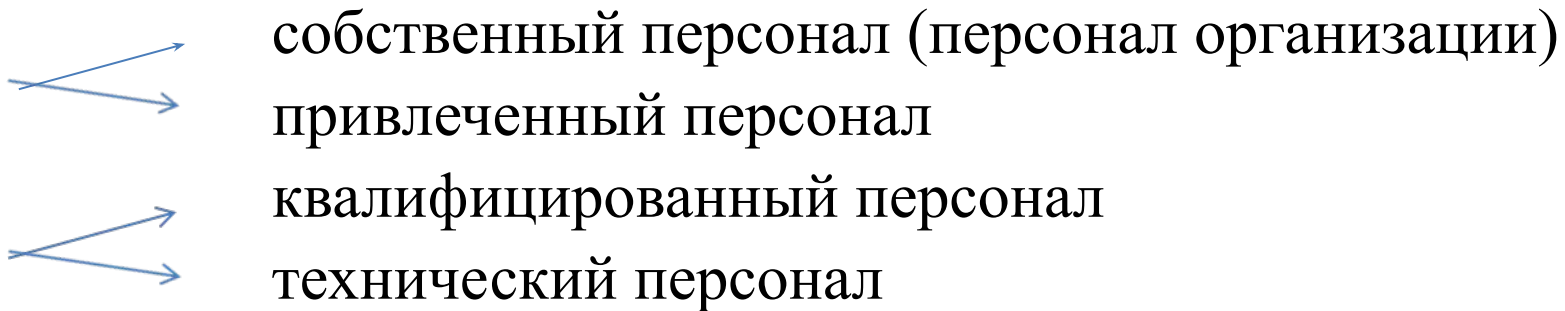
Пресс-конференция – организованная встреча журналистов с представителями учреждений, компаний, организаций или отдельными персонами.

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.

Официальные приёмы

- Please: дворцы, музеи в крупном центре (городе);
официальные резиденции, «гос.дачи»;
здания фирм;
помещения для приёмов в гостинице;
загородные резиденции или музей, соседствующие с парками.
- Promotion: индивидуальная рассылка по почте,
курьером,
по факсу;
личное вручение VIP персонам.
- Presentation: встреча гостей и их регистрация;
официальная часть приёма;
фуршет или другой вид угощения.
- Personnel: сотрудники организации, проводящие приём –
руководители и ведущие сотрудники,
технический персонал;
сотрудники других организаций – VIP выступающие,
технический персонал.
- Follow-up: благодарственные письма;
формальные, неформальные контакты со СМИ.

