

PR *like!*

PR-продвижение проекта



Существует множество определений PR:

«Public Relation» — это планируемые, продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и ее общественностью».

Институт общественных отношений (IPR)

1

КАКОВА ЦЕЛЬ ПРОЕКТА?

КАКУЮ ПРОБЛЕМУ ОН РЕШАЕТ?



- Успешный некоммерческий проект должен решать общественно значимую проблему.
- Без реальной работы по решению этой проблемы ваш пиар будет напоминать мыльный пузырь.
- Чем четче вы понимаете, какую проблему и как вы решаете, тем легче вам будет объяснить ее журналистам, донорам, чиновникам и всем, до кого вы хотите достучаться.

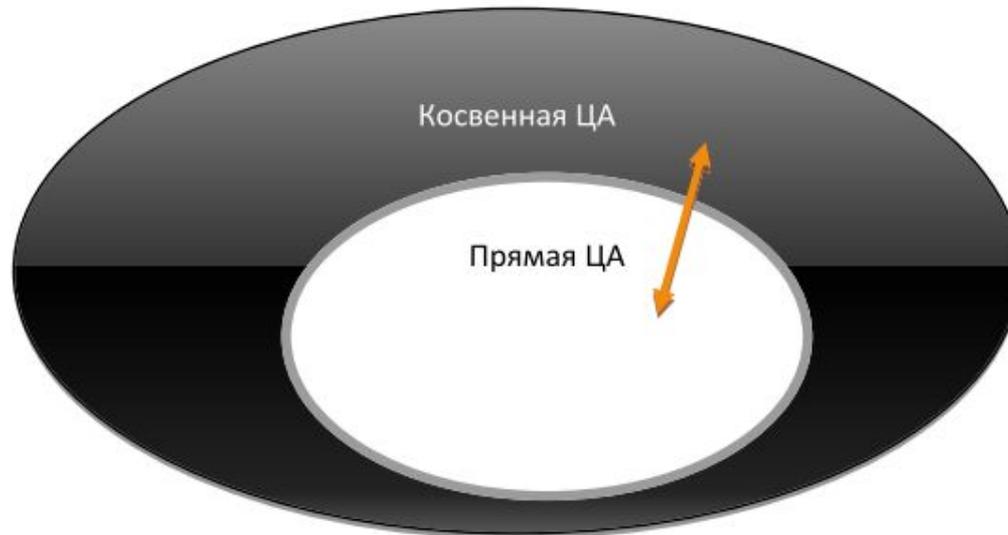


2

ОПРЕДЕЛЯЕМ ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ



1. Ваша целевая аудитория (ЦА) – это всегда **желаемая** аудитория. Она не зря называется целевой: с ней связаны цели проекта.



2. Ваш проект не может нравиться всем одинаково. Каждого он заинтересует чем-то своим. Обращаясь сразу ко всем, вы не обращаетесь ни к кому.

Задачи определения аудитории

Важно не только четкое определение ЦГ, но и знание её идеалов, интересов, каналов коммуникации.

Public relations сориентирован как на внешнюю, так и на внутреннюю аудиторию

Каковы её идеалы?

Какая это часть общей публики?

Каковы каналы коммуникации?

Аудитория – центральный элемент любой PR-программы.

- При конфликте действительной и желаемой аудитории всегда выбирайте желаемую.
- Определяйте аудиторию по объединяющему признаку.
- Не забывайте о косвенной аудитории.
- Пишите подробный портрет человека, к котор



Займемся продвижением!!!



Будний день:

7.00 – просыпается

8.00 – завтракает и одновременно сидит в социальных сетях (Facebook, ВКонтакте, Twitter) и проверяет почту (e-mail-маркетинг). В это время телевизор может играть как фон.

8.30 – выезжает на работу на машине. В машине слушает радио (реклама в СМИ). Смотрит по сторонам (наружная реклама). Едет в центр.

10.00 – начинает работать. Сидит в интернете (сайты с деловыми новостями, сайты знакомств, социальные сети).

14.00-15.00 – обед. Если ест бизнес-ланч в кафе, то в кафе может смотреть бумажки на столе (флаеры), смотреть телевизор (музыкальные каналы), слушать радио (реклама в СМИ).

15.00-18.00 – работает. Сидит в интернете (сайты с деловыми новостями, сайты знакомств, социальные сети).

18.00-19.00 – едет на машине до спортклуба. В машине слушает радио (реклама в СМИ). Смотрит по сторонам (наружная реклама).

19.00-21.00 – занимается. Видит бумажки на стойке регистрации (флаеры), плакаты на стенах (реклама на вещах).

21.00-22.00 – едет на машине домой. В машине слушает радио (реклама в СМИ). Смотрит по сторонам (наружная реклама).

22.00-23.00 – пьет чай, либо смотрит телевизор (реклама в СМИ), либо общается с друзьями через социальные сети (социальные сети).

Способы продвижения

Онлайн			Оффлайн		
	Создание	Использование		Создание	Использование
Сайт	t, &, \$	t	Мероприятия	\$, t	t
SEO (поисковая оптимизация)	(\$), t, &	t, &	Флаеры/ буклеты	&, \$, t	t
Социальные сети (ВКонтакте, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn)	t, &	t (\$)	Реклама наружная	\$, t	\$, t
Контекстная и баннерная реклама	t, &, \$	t, &, \$	Реклама на вещах, сувенирка	t, &, \$	t, \$
Email-маркетинг	\$, t, &	t			
СМИ (печатные и онлайн)	Создание		Использование		
	t, &		t		

Сайт vs соцсети

Плюсы сайта	Плюсы социальных сетей
<ol style="list-style-type: none">1) Сайт организации выглядит более респектабельно, чем группа в социальной сети.2) На сайте можно собирать пожертвования.3) На сайте можно более полно представить свою деятельность, а также собирать информацию, хранить базы, создать подписку.	<ol style="list-style-type: none">1) Социальные сети более интерактивны: вы видите профили пользователей, с которыми общаетесь.2) Подписчики видят ваши новости, а иногда даже делятся ими с друзьями.3) Вы видите живую реакцию людей и понимаете, нравится им то, что вы делаете, или нет.
Минусы сайта	Минусы социальных сетей
<ol style="list-style-type: none">1) Работа с сайтом часто требует привлечения специалистов. Таким специалистом можете быть и вы, но для этого необходимо небольшое обучение.2) Создание хорошего сайта требует денег и знаний.	<ol style="list-style-type: none">1) Имидж организации очень сильно портится, если группы в социальных сетях кажутся покинутыми: не обновляется лента новостей, нет ответа на вопросы и комментарии.2) Качественная работа в социальных сетях требует много времени.

СОЦСети

- 1) **Группа.** Достоинства: в группу можно приглашать 40 пользователей в день.
- 2) **Паблик.** Достоинства: паблик висит в разделе «интересные страницы» и виден на странице пользователя.
- 3) **Событие.** Достоинства: событие находится в календаре и появляется в напоминаниях за сутки до начала. Если группа или паблик являются организаторами события, то /ппы ежедневно можно пригласить 40 человек.



- Единое стилистическое оформление аккаунтов: выбор лексики, визуального ряда
 - Всегда старайтесь вызвать людей на диалог: больше опросов, больше острых обсуждений по вашей теме.
 - Используйте конкурсы для привлечения интереса к вашей группе. Призы не должны быть дорогими. Чем проще конкурс, тем больше человек участвует.
 - Просите другие паблики репостить ваши новости. Это работает только в случае, если у вас интересные, хорошо оформленные посты.
 - Интегрируйтесь с оффлайн: например, встречи подписчиков. Чаще просите подписчиков сделать что-то в реальной жизни.
 - Для модерации разного рода спама и информирования взаимодействия в группе необходимо составить список правил общения в сообществе и оформить их в обсуждении, а в описании сообщества дать ссылку на них.
 - Нужно четко оформить контакты: к кому, куда и по какому вопросу обращаться.
- Главное – постоянно информировать участников группы о ходе проекта.**

<http://share.pluso.ru/> – генерация кнопок «поделиться»

<http://www.screencast-o-matic.com/watch/c2erQMnrKe> – Видеоурок «Как поставить виджеты ВКонтакте и Facebook на сайт»

<https://developers.facebook.com/docs/plugins/like-box-for-pages/> – Генератор кода виджетов для фейсбук;

<https://vk.com/dev/Community> – Генератор кода виджетов для ВКонтакте

Бесплатные платформы

<http://google.sites.com> – Google сайты

<http://ru.wix.com/> – Wix

<http://www.ucoz.ru/> – ucoz

<http://umi.ru/> – umi

<https://ru.wordpress.com/> – WordPress

<https://help.yandex.ru/metrika/quick-start/log-in.xml> – Инструкция по установке Яндекс.Метрики

<http://te-st.ru/2014/05/14/screencast-yandex-metrika/> – Видеоурок «Как установить Яндекс.Метрику»

<http://te-st.ru/2014/01/23/google-analytics-setup/> – Инструкция, как установить Google Analytics

12 инструментов для мониторинга и аналитики социальных медиа | Теплица социальных технологий

Universal Analytics – веб-аналитика нового поколения | Habrahabr

12 обучающих видео по веб-аналитике | Habrahabr

<http://pr-cy.ru/> – инструмент для проверки ТИЦ и PR своего сайта

<http://wordstat.yandex.ru/> – подбор ключевых слов от Яндекс

<http://advego.ru/plagiatus/> – программа для проверки текстов на уникальность

ОФФЛАЙН PR

Тип мероприятия	Результаты для участников	Результаты для организаторов	Какой получить доп. PR?
Деловые (профессиональные конференции, форумы)	Обмен идеями	Повышение лояльности партнеров Привлечение новых партнеров Поиск новых идей (возможно, прибыль)	<ol style="list-style-type: none">1. Пригласите журналистов и блогеров посетить ваш форум.2. Сделайте для них специальный круглый стол, на котором они смогут обсудить, например, «Как писать журналисту об этой проблеме».3. Выдайте им все материалы конференции.4. Если кто-то не пришел, вышлите им все материалы.
Учебные (тренинги, семинары)	Обучение новым навыкам и повышение квалификации	Повышение эффективности работы PR для экспертов (возможно, прибыль)	<ol style="list-style-type: none">1. Если на семинар приезжает известный тренер, предложите журналистам сделать с ним интервью.2. Пригласите журналистов на сам тренинг.

<p>Развлекательные (корпоративы, тимбилдинг)</p>	<p>Развлечение, общение, налаживание связей</p>	<p>Внутренний PR</p>	<p>1. Если вы давно сотрудничаете с кем-то лично, пригласите его на вечеринку. 2. В любом случае напишите о вечеринке в корпоративных соцсетях. Выложите фотографии. Это добавит вам человечности. А также повысит интерес к вам у будущих работников</p>
<p>Торжественные (банкеты, приемы, фуршеты)</p>	<p>Общение, поддержка статуса</p>	<p>Повышения общественного статуса, возможность, познакомиться лично с влиятельными людьми</p>	<p>1. Позовите на подобное мероприятие журналиста, к которым вы уже давно сотрудничаете, не с помощью стандартного пресс-релиза, а с помощью именного приглашения как VIP-гостя. От такого предложения он точно не откажется</p>
<p>Массовые (городские праздники, фестивали)</p>	<p>Развлечение, общение</p>	<p>Привлечение спонсоров, повышение узнаваемости бренда</p>	<p>1. Устройте круглый стол для журналистов в рамках фестиваля. 2. Попросите журналистов сделать рейтинг наиболее интересных мероприятий во время фестиваля. 3. Если вы знаете, что у журналиста есть дети, вышлите ему приглашение прийти на детский праздник вместе с ними. Если он любит искусство, пригласите его лично на кинопоказ. Пользуйтесь социальными сетями, чтобы узнать больше о журналистах</p>



1. Напишите список мероприятий, который предполагается у вас в проекте.
2. Рядом с каждым мероприятием напишите, есть ли у вас какая-то составляющая для журналистов/блогеров.
3. Напишите рядом с каждым мероприятием имя человека, который будет присутствовать на мероприятии, брать комментарии и писать впоследствии пост-релиз.
4. Напишите рядом с каждым мероприятием имя фотографа, который сможет сделать хотя бы несколько хороших фотографий для пост-релиза

Флаеры, буклеты, открытки

1. Полезность информации

Как найти свою работу?

РАБОТА — это деятельность, очень важная часть жизни взрослого человека. Работа позволяет жить самостоятельно, материально обеспечивать себя и своих близких, раскрыть себя как личность, обрести новых друзей, повысить применение своих талантов.

Каждому нужна работа, но не у всех она есть. Особенно часто с проблемой поиска работы сталкиваются молодые люди и девушки, которым только предстоит начать карьеру.

Те мечта и поклон звезды!



Те очень хочешь найти работу, но просто не знаешь, как сделать первый шаг? Тебе кажется, что достойных рабочих мест не так уж много, и найти подходящий практически невозможно? Такие проблемы возникают у большинства парней и девушек.

Прежде всего не стоит опускать руки. Всегда старайся искать. Это может быть работа. Если ты по-настоящему хочешь работать, тебе придется обязательно осваиваться, можно просто приспосабливаться для этого случая.

«ЗЕЛЁНЫЙ» ОБРАЗ ЖИЗНИ

● БУМАГА

ЧТО ПОДАЁТСЯ ПОВТОРНОЙ ПЕРЕРАБОТКЕ?

ДА	НЕТ
▶ газеты, журналы, книги	▶ поддоны от яиц
▶ картон	▶ деньги, кассовые чеки, проездные билеты
▶ белая бумага, бумага из шредеров	▶ салфетки, бумажные полотенца
▶ бумажная упаковка разных видов	▶ пачки от сигарет
▶ иная печатная продукция (календари, проспекты, рекламные листовки и пр.)	▶ ламинированная бумага

СОВЕТЫ ПО УТИЛИЗАЦИИ МАКУЛАТУРЫ

- Бумагу лучше всего сложить ровной стопкой и перевязать.
- Бумага должна быть сухой, без следов красок или масел.
- По возможности отдельно следует собирать картон, офисную бумагу и глянец.
- Цены на макулатуру в г. Перми — от 50 копеек до 6 рублей за килограмм, в зависимости от качества и типа бумаги. Бесплатный самовывоз принимающей макулатуру организации начинается от 300–500 килограмм.

2. Общение на языке ЦА

Каковы признаки передозировки героином и другими опиатами?

- Сужение зрачков;
- Посинение кожи;
- Слабость, редкий пульс;
- Редкое или отсутствующее дыхание;
- Судороги, рвота;
- Заторможенность, сонливость.

Смерть наступает от остановки дыхания. Состояние передозировки может возникнуть уже в момент введения наркотика.



Дыхание можно проверить с помощью зеркала: если человек дышит - оно запотевает.

3. Интерактивность

Mailer Unravels A Truth



Brief

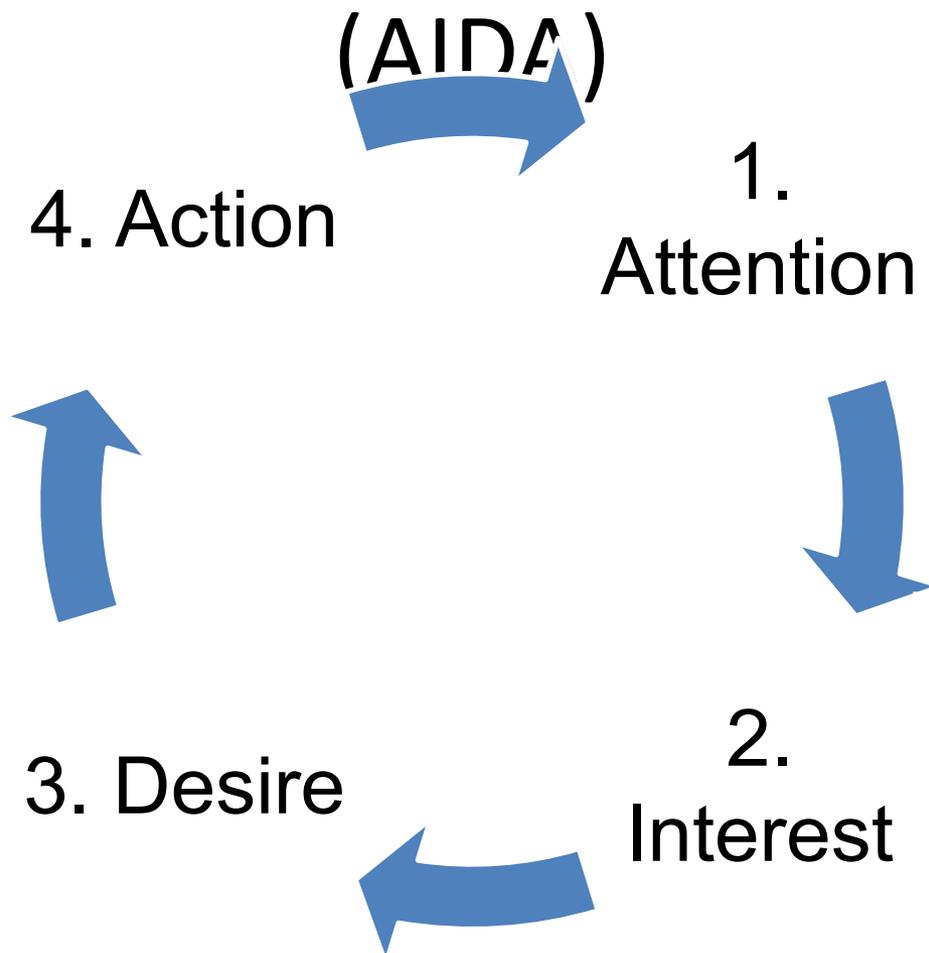
CrisisLine wanted to dispel the misconception that it takes a lot of effort, and training, to become volunteers and to save lives.

Solution

The idea, using "string and button" envelopes, addressed the brief with a clear and powerful demonstration.

By untying the string, recipients freed the "nooder" from a possible suicide victim, driving home the point that saving lives is easy. And that everyone has the ability to do so.

Цепочка восприятия информации



Стандартная схема PR- ВОЗДЕЙСТВИЯ

проблема



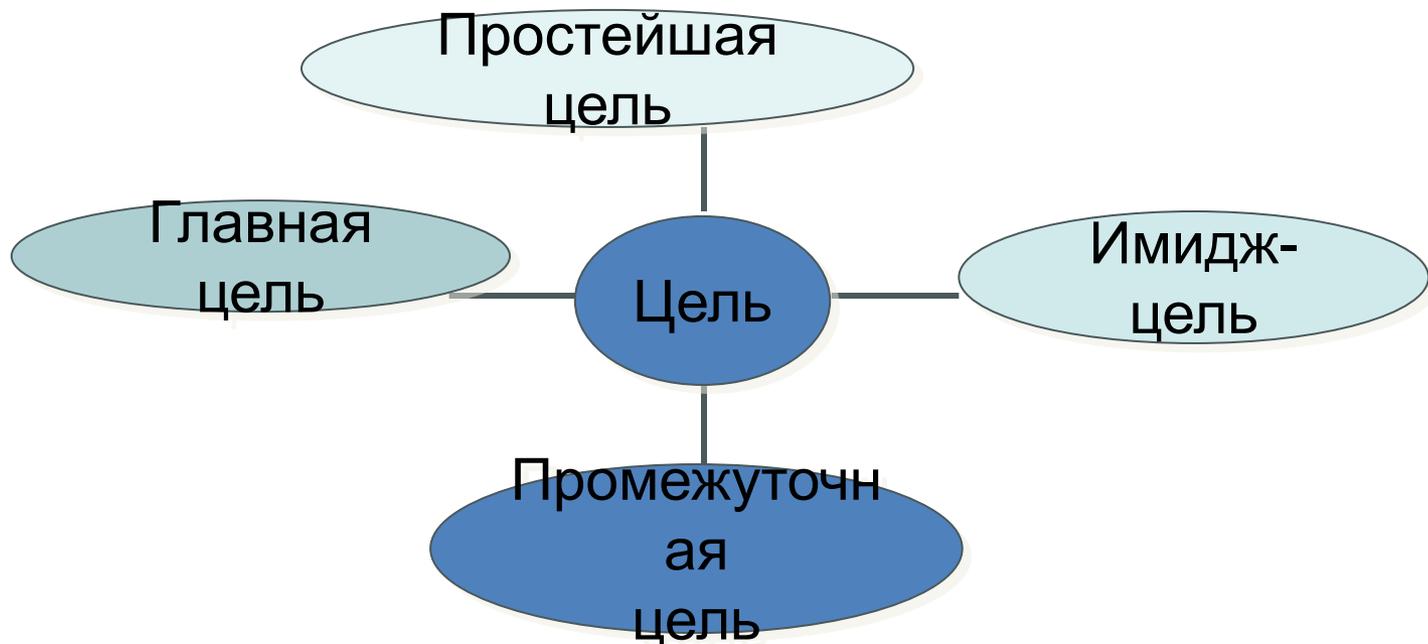
Ключевое
сообщение

Целевая
аудитория

Проблема

Второй уровень –
ЦА и целевое сообщение)

Классификация целей кампании



Укрепить доверие к PR-обращению, инициаторам PR-кампании, официальным представителям фирмы и организации.

Классификация целей кампании

В случае с Public Relations основные задачи PR-кампании могут быть:

воздействие на обсуждаемые вопросы;
решение проблемы;
улучшение ситуации.

Методы решения задач в PR-кампании

1. Изменение поведения

2. Модификация законов
или мнений

3. Сохранение оспариваемых
другими желательных
типов поведения, законов
и мнений

Модель PR-кампании

1. Идентификация –
задача сделать узнаваемым
объект (слоганы)
2. Легитимизация –
признание объекта как
достойного
3. Участие –
вовлечение ЛОМов и др.
в программу
4. Проникновение –
появление на первых местах в рейтингах
5. Распространение –
кампания достигает успеха и
институциализируется

Информационные действия должны предшествовать любым иным, если есть необходимость достичь эффективного результата.

Типология PR-кампании

- Уведомление общественности («Начинается новый учебный год – на дорогах дети»).
- Повышение общественной информированности (информация + осведомленность).
- Общественное обучение (применение человеком усвоенного материала на практике).
- Усиление позиций (напоминание о разделяемых в конкретном социуме ценностях).
- Изменение мнения не разделяющих позицию.
- Изменение поведения.

Каждый тип кампании мотивирует разные уровни поведения. Следовательно, результат, к которому стремятся

PR-технологии – изменение поведения целевых аудиторий.

Азбука трендов. Что такое Agile?

<https://www.youtube.com/watch?v=AoGiGSpLTas>

Сбербанк. Система работы Agile.

<https://vimeo.com/223671955>

SCRUM — метод управления проектами. Обучающий мультик для вас и ваших сотрудников!

https://www.youtube.com/watch?time_continue=309&v=BHhr1aMgKPk

Канбан в МТС

<https://www.youtube.com/watch?v=Pll33p9TxY0>

Agile, scrum, kanban: в чем разница и для чего использовать?

<https://rb.ru/story/agile-scrum-kanban/>