

Стратегии связей с общественностью

Основные современные тенденции



Вопросы



1. Специалист по связям с общественностью и современные тренды.
2. Стратегии PR и технологии связей с общественностью

Специалист по СО отвечает за любые связи предприятия с общественностью, а именно – за PR-коммуникации, рекламные, медиакоммуникации, имиджевые и бренд-коммуникации.

С учетом этого, важнейший навык грамотного пиарщика – умение коммуницировать с людьми.

Дипломатичность и повышенная эмоциональная устойчивость важны в работе PR-менеджера.

Обязанности включают:

- организацию работы в области коммуникаций: решение любых вопросов, затрагивающих связи с общественностью и влияющих на имидж компании;
- организацию различных публикаций о компании, написание новостей и пресс-релизов и их распространение традиционных и новых медиа, проведение презентаций и пресс-конференций;
- организацию и проведение имиджевых мероприятий, в том числе благотворительных;

Обязанности включают:

- разрешение конфликтных ситуаций, угрожающих репутации компании, ответы на полученные жалобы от потребителей;
- организацию эффективной внутренней коммуникации: проведение встреч, собраний и корпоративных тренингов, выпуск корпоративной газеты и т.д.;
 - разработку плана проведения PR-кампаний предприятия и составление прогноза их влияния на имидж предприятия;
 - определение бюджета PR-кампаний;
 - анализ эффективности проведенных мероприятий и др

Специалист по связям с общественностью

Представление потенциального работодателя

- Новые принципы мотивации (не формат работы на достижения целей, а удовольствие от процесса)
- Комфорт в процессе деятельности
- Нетерпимость к любой критике
- Публичное признание каких-либо индивидуальных достижений
- Польза для сообщества (смыслы, ценности)

Специалист по связям с общественностью

Позитив и негатив в деятельности

- Стабильность в командной работе
- Быстро ориентируются в форматах новых медиа
- Клиповое мышление помогает анализировать
- Бэкграунд скорости

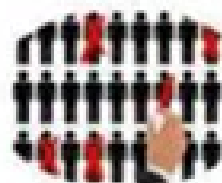
Негатив

- Не умеют писать грамотно тексты
- непонимание формата тайм-менеджмента
- База СМИ устаревает быстро — 2-3 м-ца

ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ В МЕДИАОТРАСЛИ



Кризис на рекламном рынке прессы



В медиаотрасли продолжается оптимизация



Медиа в поиске новых путей заработка



Рост числа новых технологий, которые активно могут использовать медиа



Увеличение роли соц. сетей во взаимодействии с аудиторией



Приложения становятся местом обитания лояльной аудитории



Мессенджеры – новая инфраструктура потребления



Платный контент – будущее осознанного медиапотребления

Источники: WAN-IFRA, Союз предприятий печатной Индустрии

Цифровизация

Какие digital-инструменты помогают в работе pr-специалисту?

Таких инструментов много!

По некоторым данным, их число близко к нескольким тысячам. В таком разнообразии можно подобрать удобный и эффективный для поставленных целей инструмент.

СВОИ МЕДИАКАНАЛЫ



- сайт
- блог первого лица
- рассылка



Современные тренды в отрасли

- Наращивание спикеров от трендов (ранее 2-3, сейчас чем больше, тем лучше. Больше новостная повестка)
- Визуализация контента (видеоформат)
- Основная задача пиарщиков с точки зрения копирайтинга — помогать редакциям готовить качественный уникальный контент
- Дать новым медиа то, что закрывает их потребности в информации, в той форме, которая позволит меньше времени тратить на поиски и подтверждение фактов.

Современные тренды в отрасли

- Новые форматы каналов коммуникации (telegram и др.)
- Возрождение медиамероприятий (пресс-тур, пресс-конференции и т.д)
- Модель работы в крупной компании — специалист по коммуникациям, разрабатывающий стратегии + аутсорсинг (привлечение агентства)
- Стратегический PR-консалтинг

- Стратегия общественных связей отличается тем, что ее цели направлены на создание положительного образа субъекта стратегических действий.
- Стратегия в деятельности по связям с общественностью сведена к анализу внешнего окружения, расчету рисков, конкурентного профиля организации, SWOT-анализу, определению первоначального имиджа организации.

Классификация стратегий СО:

- принцип типологизации - по состоянию внешнего окружения): конфликтные, конкурентные, кризисные (внутренний кризис), формирования бренда, развития, диверсификации, безопасности, немедленного реагирования, проникновения, удержания, позиционирования, полной "раскрутки", имитации.

Социальные сети и мессенджеры традиционно считаются основными площадками B2C-сектора, а также малого и микробизнеса, использующими группы и паблики как площадки продажи товаров и услуг.

Но! ВКонтakte или в Телеграме можно найти сообщества крупных промышленных предприятий, которые сосредоточены на B2B-направлении.

Стратегия в связях с общественностью:

- 1) генеральная идея, концепция целенаправленной деятельности определенного социального актора (субъекта), которая охватывает длительный период времени;
- 2) способ достижения главной перспективной цели социального субъекта.

- NB! Стратегическая деятельность связей с общественностью носит ценностный характер, строится на этических принципах и направлена на гармонизацию отношений в социуме.
- Стратегия - инструмент, концептуального плана деятельности в долгосрочной перспективе в виде документа, фиксирующего и регламентирующего имеющиеся стратегические интенции.

Стратегическое планирование коммуникаций призвано идентифицировать цели, выбрать пути их достижения и разработать тактический план действий по решению краткосрочных отдельных задач, в конечном итоге приводящих к реализации стратегии компании.

Стратегическое планирование коммуникаций имеет целью создание и оптимизацию коммуникаций компании, служащих ее развитию, укреплению ее деловой репутации, а также положения на рынке, продвижению бренда и, в конечном счете, увеличению прибыли.

Стратегическое планирование коммуникаций в области PR предусматривает задействование всего спектра способов связи с общественностью, целевыми аудиториями в тех пропорциях, которые соответствуют поставленным целям и задачам компании.

В его основе лежит опыт мировых компаний, научный подход и профессионализм специалистов, осуществляющих стратегическое планирование коммуникаций.

Система связей с общественностью – это особая область знаний, овладев тонкостями которой возможно достаточно эффективно выстроить продуктивные отношения не только на локальном уровне, например, внутри одной взятой компании, но и грамотно организовать любые коммуникативные процессы во всех сферах общественной жизнедеятельности.

Технологии связей с общественностью

включают в себя совокупность последовательных процедур, различных приемов и видов деятельности, которые направлены на оптимальное и максимально эффективное выполнение целей и задач организации в данное время в данном месте.

Объектом технологий связей с общественностью можно считать поведение, сознание и подсознание людей, которыми управляют посредством специально направленных коммуникаций.

Разработка технологий связей с

общественностью имеет следующие этапы:

этап теоретический - определяет цели и задачи, выявляет связи и закономерности;

этап методический - характерен разработкой и детализацией специальных мероприятий;

этап процедурный - включает в себя практическую деятельность по достижению поставленных задач.

Технологии связей с общественностью обладают следующими характерными признаками:

В первую очередь технологии связей с общественностью всегда предусматривают *осознанное управление информационными ресурсами*. При этом естественный коммуникативный процесс трансформируется в нужном русле и приобретает управляемый характер. В ходе управляемого процесса коммуникаций обязательно должна реализовываться какая-либо социально значимая цель.

Технологии связей с общественностью обязаны быть согласованной системой действий и мероприятий. Более того, деятельность PR обязана ***быть планомерной***. План мероприятий и процедур составляется заблаговременно. Все технологии связей с общественностью структурно похожи между собой, они обязательно являются четко спланированными и последовательными системами операций и процедур.

Любая из технологий связей с общественностью выполняет одну и ниже перечисленных задач или их комбинацию:

- получение необходимого результата при оптимальном использовании ресурсов;
- достижение максимального эффекта при использовании конкретных ресурсов;
- получение нужного эффекта в кратчайшие сроки, используя при этом заданные ресурсы.

Оптимизация процесса применения PR технологий подразумевает необходимость обратной связи и последующий анализ эффективности.

PR технологии характеризуются повышенной креативностью, гибкостью, способностью приспосабливаться к меняющимся условиям. При творческом подходе возможно воспроизведение любой PR технологии с учетом нюансов новой задачи.

PR в цифрах: самая важная статистика о пиарщиках в 2024 году

7 наиболее любопытных цифр из подборки Meltwater.

1. Ожидается, что к 2027 году мировой рынок PR превысит \$133 млрд.

С 2022 по 2023 год он увеличился на 6,6%.

2. 44% PR-специалистов планируют уделять больше времени внутренним коммуникациям. Перед пиарщиками стоит более широкий круг задач, чем когда-либо прежде.

Внутренние коммуникации — важное дополнение к списку.

3. Более половины специалистов по связям с общественностью, использующих ИИ, делают это для создания питчей.

Также нейросети применяют при написании текстов и проведении исследований.

PR в цифрах: самая важная статистика о пиарщиках в 2024 году

4. 51% пиарщиков считают, что social listening — один из наиболее эффективных способов измерения и оценки репутации.

Анализ того, что потребители говорят о продукте в соцсетях, специалисты ценят выше, чем независимые рейтинги брендов или анализ публикаций в СМИ.

5. Около 45% пиарщиков уверены, что их бюджеты останутся прежними в 2024 году. При этом 33% брендов и 39% агентств считают, что их бюджеты увеличатся.

6. Около 50% PR-специалистов тратят четверть своего времени на аналитику и отчетность.

Более половины считают получение измеримых результатов ключевым доказательством ценности проделанной работы.

7. Специалисты по связям с общественностью отслеживают в среднем по 8 метрик.

Из них ключевые — это охват и количество показов

PR- это про любовь, а не про торговлю...

<https://rusnewsday.ru/index.php/obshchestvo/item/10465-piar-eto-pro-lyubov>

