

ОГЛАВЛЕНИЕ

.....

10 советов, с чего начать PR для вас и вашего бизнеса.....	7
10 советов по PR в Интернете — Web 1.0 и Web 2.0.....	13
10 советов по противодействию черному пиару.....	19
10 советов по противодействию черному пиару в Интернете.....	25
10 советов по информационной поддержке ваших публичных выступлений.....	31
10 советов по персональному PR.....	37
10 советов, как сделать «PR с нуля».....	43
10 советов по работе с деловой прессой.....	49
10 советов по оценке эффективности PR.....	55
10 разных советов.....	61
Последний и главный совет.....	67

ORATORICA®

.....

ORATORICA

уверенные коммуникации для лидеров бизнеса

.....

УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ!

Мы рады представить вам новую серию книг для бизнеса и личного развития в формате покетбук. Название «101 совет» было придумано не случайно: нам захотелось в простой и доступной форме советов донести до вас максимум полезной информации, которой вы сможете воспользоваться прямо перед важными переговорами и любыми выступлениями в деловой и личной жизни. Особенность серии еще и в том, что мы выпускаем книги только российских экспертов и специалистов своего дела, которые знакомы со спецификой нашей страны и особенностями необъяснимой русской души и как никто могут опираться на богатейший опыт проведения тренингов и семинаров. Надеемся, что наши советы окажутся полезными, а маленькая книжечка будет надежной помощницей в вашей работе. Удачи и процветания!

Ирина Киреева, Генеральный директор
ОРАТОРИКА

ORATORICA®

.....

OratoricaTRAINING

тренинги и семинары в открытом и корпоративном формате

.....

**10 СОВЕТОВ,
С ЧЕГО НАЧАТЬ PR ДЛЯ ВАС
И ВАШЕГО БИЗНЕСА**

10 СОВЕТОВ, С ЧЕГО НАЧАТЬ PR ДЛЯ ВАС И ВАШЕГО БИЗНЕСА

1. Чтобы начать PR, вам необходимо научиться писать и говорить простым языком — для определенных целевых групп, журналистов и потенциальных клиентов. Обычно это называют умением переводить с русского (или птичьего, специализированного языка) на русский.
Упражнение: попробуйте ответить на вопрос ребенка «Чем вы занимаетесь?»
2. Учитесь писать в таких жанрах, как пресс-релиз (новость, как в деловой газете), статья (со специализированного языка на язык неспециалиста) и пост в блог (откровения в профессии, мысли по определенной теме)

10 СОВЕТОВ,

С ЧЕГО НАЧАТЬ PR ДЛЯ ВАС И ВАШЕГО БИЗНЕСА

3. Особый жанр — открытые письма. Очень важно научиться готовить небольшие по объему, но высокие по накалу эмоций отповеди, подкрепленные фактами и призывами к действию. Изучите примеры в открытом доступе (запрос в поисковике «открытое письмо») и потренируйтесь, например, в написании открытого письма коллегам об упорядочении хаоса на вашем рынке
4. Говорите, высказывайтесь при каждой имеющейся возможности — на конференции, круглом столе, в интервью или блиц-опросе. Старайтесь записывать свои слова, чтобы была возможность проанализировать их и обоснованно утвердить или опровергнуть публикацию

10 СОВЕТОВ, С ЧЕГО НАЧАТЬ PR ДЛЯ ВАС И ВАШЕГО БИЗНЕСА

5. Особый формат общения — телефонное интервью. Уточните все контактные данные интервьюера, название издания и дату публикации. После ответов на вопросы передайте все данные вашему PR-менеджеру для отслеживания судьбы материала
6. Учитесь читать как положительные, так и отрицательные отзывы о вашей работе. При каждом удобном случае просите писать в ваш адрес рекомендательные письма в формате «голая правда», т. е. как о достоинствах, так и о недостатках. Исключительно положительные мнения о вас насторожат, а уравновешенные — успокоят

10 СОВЕТОВ, С ЧЕГО НАЧАТЬ PR ДЛЯ ВАС И ВАШЕГО БИЗНЕСА

7. Изучайте вашу целевую аудиторию — настоящих и потенциальных клиентов, деловых партнеров, инвесторов: что они читают, смотрят и слушают, чему доверяют. Ваша задача — оказаться в поле их зрения в привычных для них источниках информации и СМИ
8. Особо ценное качество — готовность отвечать на запросы журналистов круглосуточно, а также в выходные и праздничные дни. Помните, что PR-специалист всегда на работе

10 СОВЕТОВ, С ЧЕГО НАЧАТЬ PR ДЛЯ ВАС И ВАШЕГО БИЗНЕСА

9. В каждом тексте от вашего имени и от имени вашей компании старайтесь постоянно употреблять ключевые слова (например, название компании), ключевые послания — месседжи (например, вы — лидер определенного сегмента рынка)
10. Не менее одного раза в неделю изобретайте информационные поводы и доносите их до целевых аудиторий: «миллионный клиент», «день профессии», «маркетинговые акции, скидки», «начало/завершение крупного проекта», «проведенное исследование» и т.п.

**10 СОВЕТОВ
ПО PR В ИНТЕРНЕТЕ —
WEB 1.0 И WEB 2.0**

10 СОВЕТОВ

ПО PR В ИНТЕРНЕТЕ — WEB 1.0 И WEB 2.0

1. Раньше говорили: «Если вас нет на телевидении, значит, вас вообще нет». Это не актуально. «Если вас нет в Интернете, вы или ваша организация не существуете» — вот новая действительность! Не иметь веб-представительства — сильный PR-ход. Но готовы ли вы так дорого за него заплатить потерянными заказами и недостаточным вниманием?
2. Освещаемые на сайте и в блоге аспекты могут быть одинаковыми по содержанию, но разными в деталях, а также по форме и стилю подачи. Новости официального сайта — это сознание организации (официально и по делу); сообщения корпоративного блога — подсознание и закулисы (редкие неформальные подробности, фотографии, мнения третьих лиц, предложения что-то обсудить или проголосовать)

10 СОВЕТОВ

ПО PR В ИНТЕРНЕТЕ — WEB 1.0 И WEB 2.0

3. Настройте мониторинг упоминаний в Интернете вашей организации и ее топ-менеджеров в реальном времени с помощью, например, таких сервисов, как «Яндекс.Лента» или Google Reader
4. Утверждение «Лучше быть в Википедии, чем ВКонтакте» не совсем верно; надо быть и там, и там. Будьте по крайней мере во всех популярных социальных сетях и открытых справочных ресурсах; поддерживайте актуальность информации
5. При регистрации компании в бесплатных каталогах («Желтые страницы», mbtg.ru, adindex.ru и др.), релизоприемниках (press-release.ru, openmarket.ru и др.) делайте ссылку на ваш официальный сайт

10 СОВЕТОВ

ПО PR В ИНТЕРНЕТЕ — WEB 1.0 И WEB 2.0

6. Изучайте интернет-маркетинг, контекстную рекламу и технологии SEO (search engines optimization — оптимизация под поисковые системы типа «Яндекс», «Рамблер», Google и др.). Данные технологии помогут быть «в топе» не только официальному сайту, но и отдельным публикациям о вашей организации, топ-менеджерах, товарах или услугах
7. Изучайте запросы о вашей компании с помощью сервиса <http://wordstat.yandex.ru/>. Старайтесь писать уникальные статьи для вашего сайта с упоминанием ключевых слов

10 СОВЕТОВ

ПО PR В ИНТЕРНЕТЕ — WEB 1.0 И WEB 2.0

8. Заводя сообщество или группу в социальной сети, учитывайте, что прийти в социальные сети за положительным имиджем и репутацией можно, а уйти, бросив все (или даже закрыв и уничтожив), и не потерять хорошее мнение о вас — нет
9. Читайте личные блоги и сообщества журналистов и PR-менеджеров (pararazzi, ru_opinion, ru_pr и др.), чтобы первыми узнавать новости и запросы на комментарии
10. Не можете найти журналиста или дозвониться редактору? Оставьте публичный комментарий с соответствующей просьбой к его материалу или поищите его на Facebook

ORATORICA®

.....

OratoricaMEDIA

разработка, создание и производство учебного
и корпоративного видео

.....

**10 СОВЕТОВ
ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ
ЧЕРНОМУ ПИАРУ**

10 СОВЕТОВ

ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ ЧЕРНОМУ ПИАРУ

1. Старайтесь устранять не последствия, а причину появления черного пиара: негативных публикаций, постов в блогах, записей в социальных сетях и отзывов
2. Черного пиара не существует. Есть административно и уголовно наказуемые деяния (клевета, ложь, порочащие достоинство сведения и др.), а также неадекватное отношение к объективным публикациям. Со всем этим надо бороться по мере поступления, не пуская ситуацию на самотек, — само не рассосется

10 СОВЕТОВ

ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ ЧЕРНОМУ ПИАРУ

3. На вашей стороне — преимущество: Вы всегда можете дать позитивную информацию в любом объеме. Наладьте постоянный поток положительных новостей на сайте компании, в корпоративном блоге и микроблоге, а также на дружественных вам ресурсах — новостных порталах, в газетах и электронных СМИ
4. Известный, но самый игнорируемый совет: «Не оправдывайтесь». Отрицая несуществующий или нежелательный факт, вы тем самым его подтверждаете
5. Когда работаете с негативной информацией в ваш адрес, устраняете ее или пишете опровержение, не принимайте ничего на личный счет, чтобы оставаться в хорошей психологической форме. Возможно, ваша психологическая дезорганизация и была целью черного пиара

10 СОВЕТОВ

ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ ЧЕРНОМУ ПИАРУ

6. Своевременно реагируя на свежий негативный отзыв, вы не только нивелируете его распространение (а возможно — и удаление в скором будущем), но и проявляете внимание к конкретному человеку
7. Проводите «PR-учения» для отработки кризисных ситуаций (наезда конкурентов, неожиданной налоговой проверки и др.). Распишите действия по ролям (кто что должен делать в каждом конкретном случае) и отработайте их как минимум один раз
8. Отражение удара по компании — дело не только PR, но и всех служб: административной, юридической, HR и др. Если привлекаются все, кроме PR-подразделения или пресс-службы («Не вашего ума дело!»), это также неправильно. Действуйте сообща

10 СОВЕТОВ

ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ ЧЕРНОМУ ПИАРУ

9. Не стесняйтесь писать открытые письма в высшие государственные инстанции, вашему депутату, премьер-министру, президенту. Сообщайте о фактах написания подобных обращений общественности и вашим целевым аудиториям
10. Никогда не старайтесь просто «перекричать» сильный поток негатива — продумывайте асимметричные ответы. Когда ничего не помогает — неожиданно уйдите в глухую оборону, замолчите, дайте «высказаться» конкурентам — пусть они себя проявят во всей красе и по полной программе. Обратный эффект сыграет вам на руку

ДЛЯ ЗАМЕТОК

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**10 СОВЕТОВ
ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ
ЧЕРНОМУ ПИАРУ
В ИНТЕРНЕТЕ**

10 СОВЕТОВ

ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ ЧЕРНОМУ ПИАРУ В ИНТЕРНЕТЕ

1. Находите в режиме реального времени негативные или ложные высказывания о вас и вашей компании с помощью сервисов «Яндекс.Лента» или Google Reader. Иногда достаточно просто обнаружить себя — быстро ответить автору, чтобы пресечь дальнейшее распространение негатива
2. Не платите за удаление информации с компроматных сайтов. Это их бизнес, не финансируйте его
3. Не добавляйте позитивных отзывов на страничку с негативом. Это будет способствовать повышению популярности данного веб-ресурса, а значит, он будет на виду

10 СОВЕТОВ

ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ ЧЕРНОМУ ПИАРУ В ИНТЕРНЕТЕ

4. Создайте несколько официальных сайтов, связанных с вашим товаром, услугами, топ-менеджерами. Ваша задача — с помощью SEO-технологий сделать так, чтобы в поисковой системе данные ресурсы оказались в топе выдачи поисковиков по запросу «название вашей организации»
5. Управляйте позитивом, делайте так, чтобы его было больше и он был «в топе», т. е. в повестке дня по запросу «название вашей организации»

10 СОВЕТОВ

ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ ЧЕРНОМУ ПИАРУ В ИНТЕРНЕТЕ

6. Для того чтобы «негатив» был не на виду, ушел вниз, на следующую страницу поисковика, создайте не меньше 10 веб-страниц (по числу позиций поисковиков выдачи большинству пользователей) и продвигайте их «наверх» с помощью SEO-технологий. В наиболее простых в использовании SEO-сервисах — Sape, Miralinks, SeoPult — можно попробовать разобраться и самому
7. Найдите положительные интернет-публикации и «держите» их на глазах у большинства пользователей не только SEO-методами, но и с помощью контекстной рекламы (Яндекс.Директ, Ad Words, Бегун)

10 СОВЕТОВ

ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ ЧЕРНОМУ ПИАРУ В ИНТЕРНЕТЕ

8. Создавайте позитивные странички с уникальным текстовым, графическим, аудио- и видеосодержанием на бесплатных и платных веб-ресурсах с управляемым контентом («Википедия», «Школа жизни», «Мой компас» и др.)
9. Правильно ведите поиск новых сотрудников (employment branding). Размещая вакансии на популярных «работных» сайтах, позаботьтесь о качественном уникальном тексте в разделе «О компании». Уникальные тексты — основа SEO-методики
10. Изучите выдачу поисковиков на вашу организацию по запросу «отзывы» и определите, устраивает ли вас результат. То же самое с именем торговой марки сделайте в рубриках «новости», «блоги», «картинки» (фото) и «видео»

ДЛЯ ЗАМЕТОК

.....

.....

.....

.....

.....

.....

«Альпина Паблишер» рекомендует



Новые правила маркетинга и PR

Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем

Дэвид Скотт, пер. с англ., 2011, 349 с.

Интернет в наше время стал основным источником информации. Как правильно в этом случае строить коммуникации компании? Как продвигать бизнес, когда роль традиционных СМИ неуклонно падает? Новые правила маркетинга и PR, предлагаемые автором, позволят при небольшом бюджете, используя преимущественно бесплатные интернет-каналы, обратиться к неограниченной аудитории покупателей. Автор рассказывает, как выявить целевую интернет-аудиторию вашего бизнеса, правильно использовать видео- и аудиоматериалы, дает пошаговые инструкции по созданию эффективного маркетингового плана, а также открывает секреты работы с инструментами интернет-маркетинга, в том числе с социальными сетями, такими как Facebook и Twitter.

Эти и другие книги вы можете заказать на сайте www.alpinabook.ru
и по телефону **(495) 980-8077**