

PR в digital среде Web 2.0

Тренинг подготовил:

Назарий Мазур

[facebook.com/nazariy.mazur](https://www.facebook.com/nazariy.mazur)

skype: m.nazar77

063 20 66 147



Что это такое?



Web 2.0 (определение Тима О'Рейли) — методика проектирования систем, которые путем учета сетевых взаимодействий, становятся тем лучше, чем больше людей ими пользуются.

Public Relations (PR, связи с общественностью) — технологии создания и внедрения при системах конкуренции образа объекта (товара, услуги, фирмы, бренда, личности) в ценностный ряд социальной группы, с целью закрепления этого образа как идеального и необходимого в жизни.

Принципы web 2.0

Веб-синдикация

Одновременное распространение информации в том числе аудио- и видео- на различные страницы или web-сайты, как правило, с использованием технологий **RSS** информации в том числе аудио- и видео- на различные страницы или web-сайты, как правило, с использованием технологий RSS или **Atom**.

RSS (Really Simple Syndication)

Это простая и эффективная технология экспорта гипертекста, используемая для создания новостных лент.

Технология FOAF (Friend Of A Friend)

Дает пользователю возможность подписаться на новости и материалы тех пользователей, которые находятся в так называемом «списке друзей».

Википедия

Плеяда интернет-сервисов, позиционируемых как справочники и энциклопедии.

Блоги

Интерактивные сетевые дневники. Значительная часть Web-контента создается пользователями, а не владельцами ресурса.

Принципы web 2.0

Сервисы обмена

Ресурсы наполняются за счет пользователей, предоставляя им место для различных файлов – музыки, фильмов, документации и т.п.

Сайты совместного документопользования

Подобные сервисы дают пользователям возможность одновременного и совместного использования документов – можно создавать, изменять, удалять информацию, доступную для общего пользования.

Метки (теги)

Ключевые слова, описывающие рассматриваемый объект, либо относящие его к какой-либо категории. Это своего рода метки, которые присваиваются объекту, чтобы определить его место среди других объектов.

Социализация

Использование разработок, которые позволяют создавать сообщество. При формировании сообщества большое значение имеет соревновательный элемент. Доверие коллективному разуму.

Смысл PR

*Связи с общественностью предполагают отношения,
построенные на правде и полной информированности...*

С. В. Бебия

Репрезентативные системы:

1-аудиальная

2-визуальная

3-кинестетическая

4-дигитальная (Digital – цифровой)

– мышление, понятия;

не ощущение тепла, а понятие

– тепло; описание тепла.

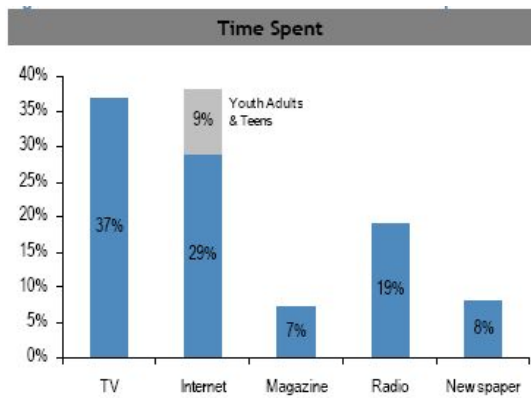


Основные инструменты

- пресс-конференции, выступления с заявлениями;
- пресс-релизы, анонсы;
- статьи, ТВ- и радиосюжеты;
- презентации;
- конкурсы, премии;
- опросы;
- поездки, дни открытых дверей, клубы;
- создание общественных и профессиональных организаций;
- обращения к органам власти;
- обращения к экспертам;
- каналы обратной связи («горячие линии», веб-сайты)



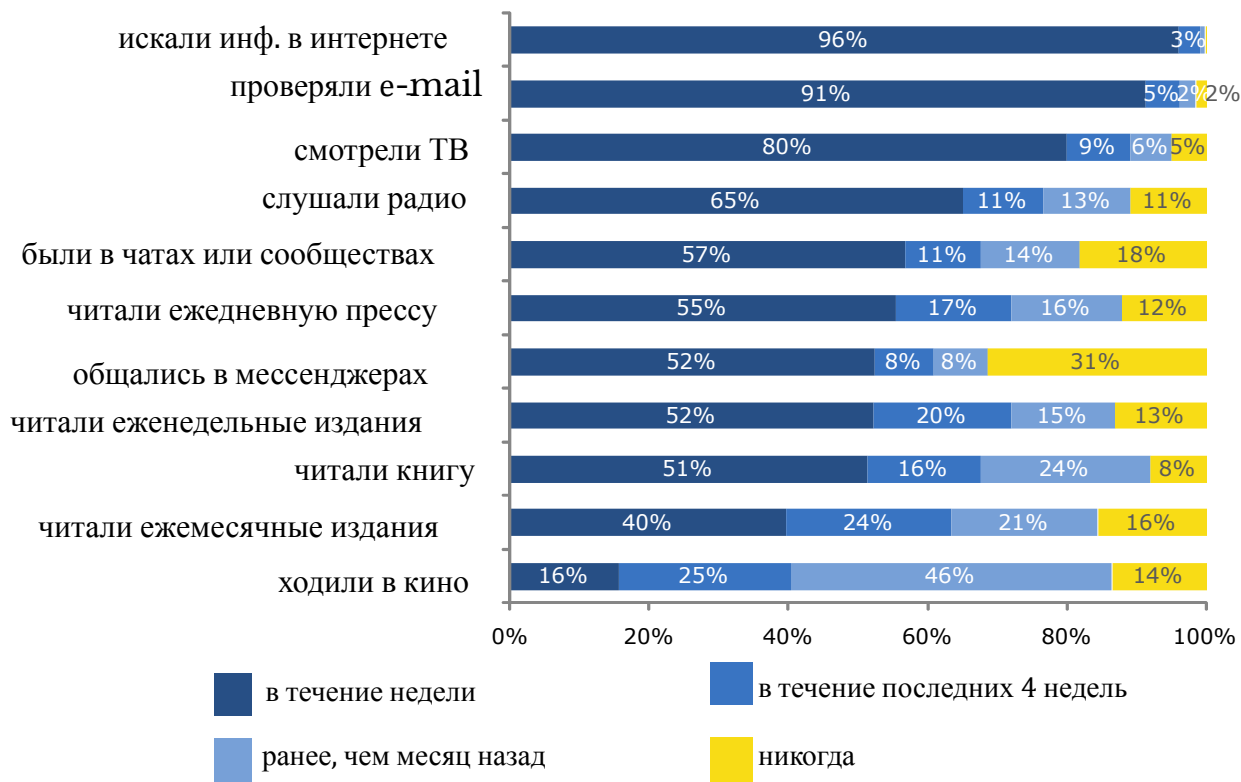
Как тратим время?



Source: After TV: Nielsen Media Research Custom Survey 2008 and Samir Arora Glam Media

Медиапотребление

Когда в последний раз Вы... ?



Почти все украинские пользователи искали информацию в интернете и проверяли электронную почту в течение недели, предшествовавшей опросу.

Для просмотра ТВ результат ниже на 16%, чем для «онлайн-серфинга».

2 из 3 пользователей слушали радио в течение недели, предшествовавшей опросу.

Менее популярными видами активности является чтение ежемесячных изданий и поход в кинотеатр.

N=1500 – all respondents

Source: gemiusReport, April 2009

Простые возможности web



- **Баннер**
(от англ. banner – флажок) - яркая ссылка
- **Контекстная реклама**
Главный принцип контекстной рекламы - реклама должна идеально вписываться в содержание веб-страницы.
- **Корпоративный ресурс**
От визитной карточки до аккумуляции всей информации о деятельности компании
- **Специализированные порталы**
Формирование и подтверждение экспертности в конкурентной среде
- **Социальные сети, форумы**
Общение с целевой аудиторией
- **Подкастинг**
технология записи и трансляции аудиофайлов

Принципы успешного PR

Ориентиры:

1. Бизнес-функции
2. Коммуникативные функции
3. Сервисные функции

Критерии:

1. Информативность.
2. Функциональность.
3. Художественный дизайн.
4. Актуальность данных, постоянное обновление.
5. Использование интерактивных компонент и обратная связь.
5. Оригинальность.
7. Работа с заголовками.
3. Этичность.



Что дают интернет технологии в PR?

PR в интернет среде открывает уникальные возможности

- **безграничность** — эффективные коммуникации с аудиторией любого масштаба и удаленности;
- **охват** – грамотная кампания обеспечивает максимально широкое и активное распространение информации вплоть до «вирусного» эффекта;
- **точность** — попадание в ЦА благодаря возможности подробного изучения среды;
- **оперативность** — снижение временных затрат на организацию PR кампаний в интернете, быстрая реакция ЦА, высокая скорость сбора данных и корректировки PR-кампании;
- **интерактивность** — постоянная прямая обратная связь с ЦА;
- **персонализация** — индивидуальное взаимодействие с любым представителем ЦА в сети.

Когда и кому нужен пиар в сети?

Грамотный PR в сети интернет способен помочь практически всем организациям, которые планируют длительное пребывание на рынке и чья целевая аудитория присутствует во всемирной паутине:

- позиционировать и продвинуть новый продукт, организацию, личность, идею;
- увеличить число клиентов, партнеров, поклонников бренда и лояльных лидеров мнений;
- создать нужный имидж или скорректировать его;
- отстроиться от конкурентов;
- нивелировать негатив.