

# 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.

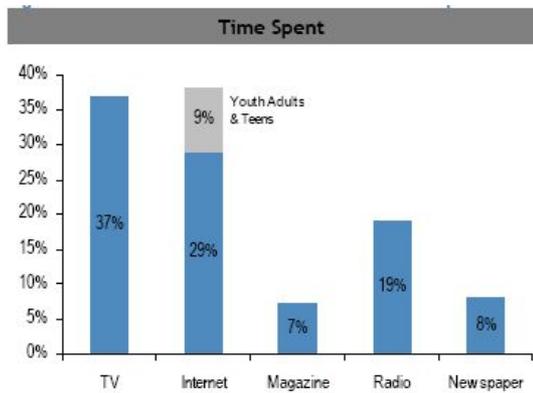


# Основные инструменты

- 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.