

PR тренди на 2010 рік

Підготовлено агентством

[Brandcom](#)



Віртуалізація та цифровізація



Комунікація стає все більш віртуальною та цифровою

Близько **10 000 000** українців користуються Інтернетом

60% з них "висять" в соц мережах та блогах

Корона.NET



Традиційні медіа зберігають вплив



Телебачення та преса залишаються наймасовішими та найвпливовішими каналами комунікації із **найдешевшою** вартістю контакту

Фрагментація аудиторій



Не зважаючи на стагнацію окремих ринків кількість комунікаційних каналів зростає

Аудиторія фрагментується по інтересам та уподобанням

Твіттероманія



Twitter.com – це
модно

20 000 українців в
Твіттері на початку
2010

Найдешевший спосіб
організувати
трансляцію

Співпраця з третім сектором



Фандрайзинг,
ендавмент,
корпоративне
партнерство

Компанії
залучатимуть третій
сектор до проектів
Це – **дешевше** та
ефективніше

Просто розігрій! Медійний напівфабрикат



Скорочення штатів в традиційних медіа та ріст он-лайн комунікації потребує від PR агентств ретельнішої підготовки майстер-матеріалів

Антиселебреті́з



Уборка в серверной
2 минуты до начала Апдейта. Улыбайся!

Криза примусила
переглянути цінності

Українці недовіряють
селебреті́з і
прислухаються до
досвіду таких же
простих людей, як і
вони самі, та вузьких
фахівців

КОСМОПОЛІТИЧНІСТЬ



Розвиток комунікацій призводить до знищення кордонів для спілкування

Внутрішній та міжнародний туризм як хоббі не змінюється навіть в часи кризи

З наближенням 2012 тренд "європейськості" набуватиме сили

Спасибі за увагу!

<http://twitter.com/brandcomtw>

