

# Media Relations в Интернете

30 июля

Эффективный PR в  
Интернете



# Основные виды Media

- Интернет-издания
- Порталы, имеющие новостные разделы
- Блоги и форумы (и другие комьюнити)
- Собственный сайт (включая рассылки и RSS)
- Видео и аудио (подкасты, трансляция)



# Honda Motor

Открытие онлайн-представительства  
в России [honda.co.ru](http://honda.co.ru)

30 июля

Эффективный PR в  
Интернете



# Цель

- Информирование целевой аудитории о запуске сайта
- Информирование о сотрудничестве Red Keds (разработчиков) и Honda Motor

# Целевая аудитория

- Автолюбители, авто-дилеры и т.д.
- Рекламисты, маркетологи (ЦА Red Keds)
- Веб-студии, участники интернет-рынка (ЦА Red Keds)
- Широкая аудитория

# Media

- СМИ автомобильной тематики
- Креативные СМИ
- СМИ околоинтернетовской тематики
- Общетеμαатические СМИ

# Публикации

- Газета «Труд»
- Журнал «За рулем»
- Auto-Dealer.Ru
- Advertology.Ru
- DP.ru
- Всего около 30 публикаций

# Нарушенное правило

Под каждую аудиторию необходимо  
готовить свой вариант пресс-релиза



# Общие правила

- PR-планирование
- Своевременная подача новостей
- Классические правила написания пресс-релиза («что-где-когда», информативные заголовки и первый абзац, орфография и пунктуация)

# Правила хорошего тона

- Информативный и персонализированный заголовок электронного письма
- Пресс-релиз в тексте письма + отдельным файлом
- Не прикрепляйте фото полиграфического качества
- Отправляйте письма индивидуально

# Преимущества

- Быстрые коммуникации (электронная почта, интернет-мессенджер)
- Быстрая публикация
- Непривередливость интернет-СМИ
- Возможность формирования пула журналистов с помощью ICQ
- Публикация релизов «как есть» (зачастую)
- Мгновенная обратная связь

# Недостатки

- Мгновенное устаревание инфоповода
- Меньшая аудитория (в некоторых сегментах)
- Возможные ошибки в работе эл. почты
- Небольшое кол-во медиа-ресурсов в Рунете (в очень многих сегментах)



# Глянцевый журнал iVAN

Открытие портала

30 июля

Эффективный PR в  
Интернете



# Цель

- Информирование ЦА об открытии портала
- Привлечение максимального кол-ва пользователей на сайт
- Формирование узнаваемости бренда

# Целевая аудитория

Мужчины, интересующиеся дорогой техникой, автомобилями, аксессуарами

# Media

- Новостные издания
- Комьюнити



# Сообщение в ru\_foto

Добрый день!

Прочитал в журнале iVAN (ссылка на сайт) о девайсе (прим.: идет описание). Теперь хочу его купить. Посоветуйте, покупать или нет

# Результаты

- Топ блогов Яндекса
- Более 300 комментариев
- Узнаваемость бренда iVAN среди аудитории ru\_foto – фотографов
- Переходы на сайт Клиента



# Погружение на Титаник

Дайвинг-клуб Diskus

30 июля

Эффективный PR в  
Интернете



# История

Дайвинг-клуб Diskus предложил уникальный вип-тур с подводной экскурсией затонувшего Титаника. Стоимость тура – 36 тысяч дол. с человека

# Целевая аудитория

- Люди с высоким уровнем достатка, любящие путешествия и дайвинг

# Цель

- Информирование ЦА о путешествии
- Побуждение позвонить и заказать тур

# Media

- Туристические сайты
- Сайты о дайвинге
- Общетеμαатические СМИ

# Публикации

- Travel.Ru
- Путешествия@Mail.Ru
- В Отпуск.Ру
- Tours.Ru
- Дайвинг-Портал.Ру
- Всего более 100 публикаций, то есть 80-90 процентов порталов о туризме в Рунете



# Результат

- Звонки и заказы тура
- Приходы на сайт Клиента
- Повышение узнаваемости Клиента
- Формирование обсуждений тура на форумах

# Таким образом

- Интернет упрощает и ускоряет PR-коммуникации
- Интернет предоставляет новые инструменты PR
- Интернет упрощает обратную связь

# Копирайтер VS PR-агентство

- PR-агентство решит любую задачу качественнее
- У PR-агентства есть пул лояльных СМИ практически по любой тематике
- Возможности PR-агентства шире, а стоимость пресс-офиса может быть ненамного больше зарплаты штатного онлайн PR-менеджера
- Поручать всю работу по PR в Интернете одному человеку все равно что нанимать вебмастера для разработки корпоративного сайта

# eMarka

- Ежегодная конференция «PR в Интернете»
- Клиенты различного масштаба
- Собственные популярные интернет-проекты

# Контактная информация

Сергей Рудняев

Английский пр., д.3, офис 404

Тел.: +7 812 578 09 72

Моб.: +7 901 300 27 03

ICQ 7474333

Эл. почта: [sr@emarka.ru](mailto:sr@emarka.ru)

[www.emarka.ru](http://www.emarka.ru)