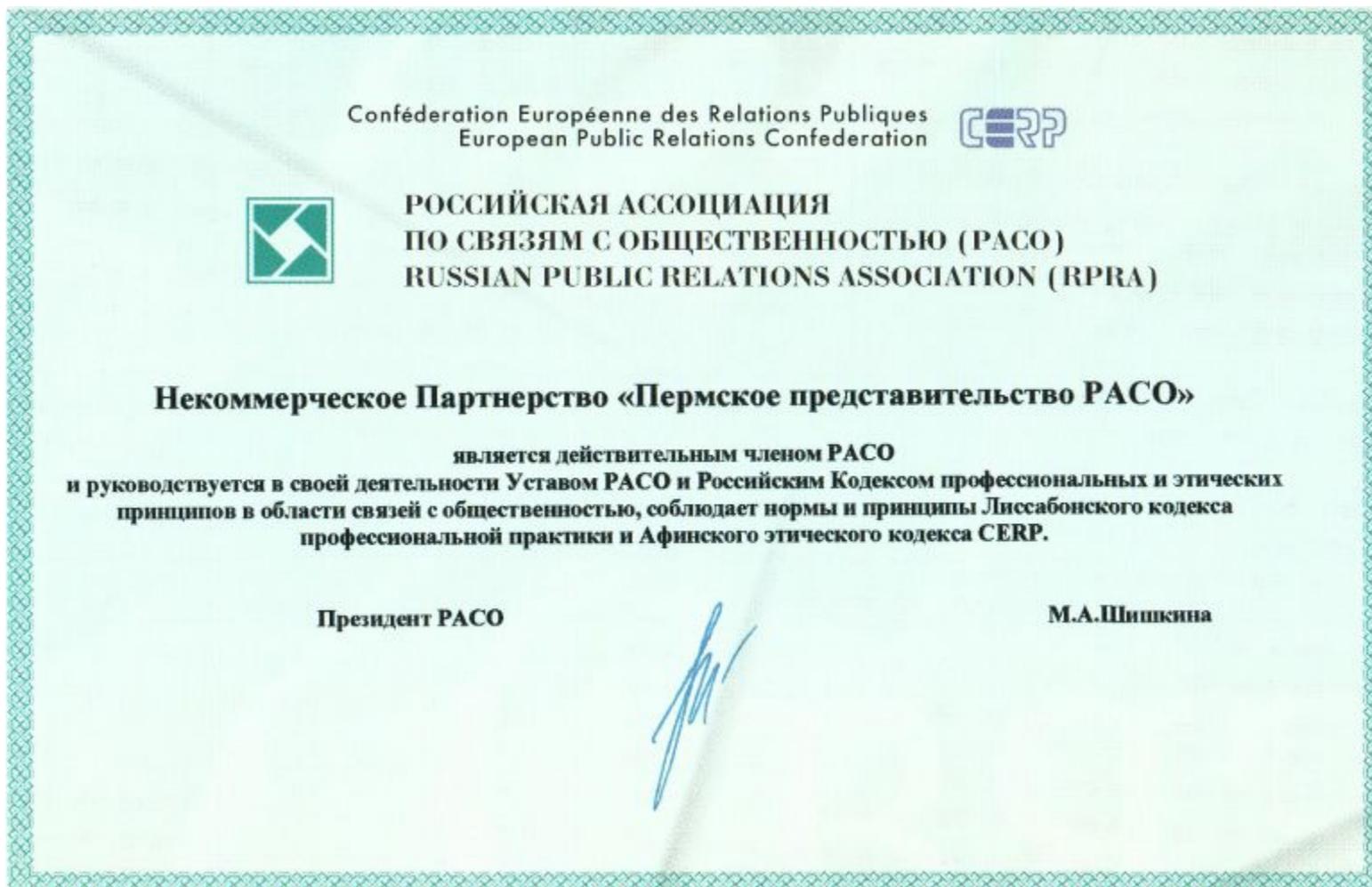




Пермское Представительство
Российской Ассоциации
по связям с общественностью

Отчет о деятельности за 2005 – 2008 г.г.

25 октября 2005г. на Собрании РАСО (г. Москва) принято решение об открытии Пермского представительства РАСО.



Корпоративные члены ПП РАСО



«Минеральные удобрения»

открытое акционерное общество, г. Пермь



НОВОГОР
ПРИКАМЬЕ



ПРОЕКТ

коммуникационная группа

Рекламно-политическое агентство

КУЧЕР



ДЕЛОВОЕ ПРИКАМЬЕ

ФОРУМ - ГАЗЕТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ ПЕРМСКОГО КРАЯ

ЛУКОЙЛ
ПЕРМЬ

Реализованные проекты

- Межрегиональная конференция «Ломая стереотипы»
- Всероссийский конкурс «Корпоративный календарь»
- Выпуск «PR-Газеты»
- Проведение круглых столов и семинаров
- Участие в конференциях
- Празднование Дня PR-специалиста
- Запуск информационно-аналитической рассылки «PR&AD»

Организация межрегиональной конференции «Ломая стереотипы: эволюционные технологии продвижения»



Организация межрегиональной конференции «Российский PR: ломая стереотипы»



Ежегодный Всероссийского конкурс «Корпоративный календарь»

21 декабря 2008 г. в Перми прошёл первый и единственный в России конкурс «Корпоративный календарь- 2008».



10 февраля 2009 г. состоится церемония награждения победителей II ежегодного, ставшего Всероссийским, конкурса «Корпоративный календарь-2009».

Выпуск «PR-Газеты»

Пермское представительство РАСО – инструмент для развития коммуникационных технологий в регионе

ПРЯМАЯ РЕЧЬ



Наталья НЕЧАЕВА,
президент Пермского представительства Российской Ассоциации по связям с общественностью, директор коммуникационной группы «PR-Проект»

Ведь специалист – это человек...

Принят план работы Пермского представительства РАСО на 2008-2009 гг. Произошли изменения в организационной структуре деятельности.

В феврале, мы стали официальными представителями Пермского тура Всероссийского студенческого конкурса «Хрустальный альянс». Наше партнерство по организации проекта выбрали консультанты центра «ПлюсДрайв Групп». Главная цель – повысить качество оказания работ и привлечь внимание к профессиональным стандартам в Пермском крае.

Важным моментом корпоративных мероприятий, прошедших впервые в прошлом году, является участие в России. По заданию коллег из других городов, удалось поменять статус конкурса на международный.

Впервые, участие в профессиональном конкурсе «Хрустальный альянс» стало традиционным проектом в течение ряда лет. Основные мероприятия конференции стали РТА «Обучалка». Тему конференции взял журналистский конкурс на лучшую статью – «Результат. Миф и реальность».

В заключение... Возвращаются

СОБЫТИЕ

Обращение Алексея Глазырина



Алексей ГЛАЗЫРИН,
президент РАСО

Функции двух лет. Очень хорошо понимаю, что это не только честь, но и огромная ответственность за реализацию заявленных планов. Думаю, что выбор был сделан на основании признательного мнения жителей нашего региона. РАСО расширяет базу организации, привлекает неформальных партнеров, расширяет спектр деятельности. Мы должны сделать все, чтобы привлечь внимание к нашей организации и привлечь к ней внимание партнеров и клиентов. Мы должны сделать все, чтобы привлечь внимание к нашей организации и привлечь к ней внимание партнеров и клиентов.

Можно благодарить обаяние организатора, ведь доверием мне удостоили Ассоциацию в Чехии

еще развелся анализ тех, кто был на встрече в моем офисе для развития РАСО.

Хочу поблагодарить Владимира Роговского Мидного – за инициативу президентского назначения, личный вклад в развитие ассоциаций, а также за то, что он обеспечил частную и демократичную атмосферу на общем собрании РАСО. Для меня было большой честью участвовать в голосовании наряду с Игорем Евгеньевичем Митусовым и Станиславом Александровичем Мухомовым. Ястылыккино мне очень понравилось и уважаю Мухомова, членом я продолжил активную деятельность в составе исполнительного совета РАСО и статус вице-президента. Уверен, в совместной работе – залог успеха нашего общего дела.

Очень важно, кто высказал свою поддержку лично мне и критику, именно выборы, – дело не само ответственность лично, когда знаешь, что вместе с тобой неординарные коллеги соберутся по делу.

Поддержка всех людей, набравших участие в голосовании, была и является основой нашего успеха. Мы должны сделать все, чтобы привлечь внимание к нашей организации и привлечь к ней внимание партнеров и клиентов.

Можно благодарить обаяние организатора, ведь доверием мне удостоили Ассоциацию в Чехии

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ

Оценки в Пермском филиале ГУ-ВШЭ говорят о новой стабильности «Импэджив» и маркетинге в СММ. В ней активно участвуют представители «Импэджив» и маркетинга в СММ. Светлана Зоболетова.

Делать что-то общее без личных связей – это сложная задача. Особенно ужасно это происходит в условиях кризиса. В нем выживает только те, кто умеет работать с клиентами. В нем выживает только те, кто умеет работать с клиентами. В нем выживает только те, кто умеет работать с клиентами.

Журналистика развивается, в ней постоянно меняется. С той задачей, что выживает на рынке не пять лет, а два года назад, выживаемость увеличивается, как если бы это были другие публикации. Новые журналы, новые методы сбора информации, новые методы подачи информации даже коллегам в редак-

Пермской журналистике не хватает профессионализма



Валерий МУЗЫКАНТ,
Кандидат филологических наук, профессор Академии АНХ при Правительстве РФ, доктор социологических наук



Алексей Глазырин,
президент РАСО

Валерий МУЗЫКАНТ, Кандидат филологических наук, профессор Академии АНХ при Правительстве РФ, доктор социологических наук

Как работать с рекламным агентством? Не избегайте недопонимания при работе с агентством обратив внимание на советы, которые оказывают минимальное влияние на затраты. Главное, постараться уловить атмосферу агентства, протекает ли в нем целе-

вые сотрудничества профессионалов по мере разработки и реализации, присутствует ли в нем творческое начало. Рекомендуются получить ответы на вопросы:

• Когда основано агентство? Является ли оно частью какой-то группы? Сколько в нем директоров? Являются ли они дипломированными специалистами, обладающими соответствующими знаниями? Когда и где они получили свои дипломы? Сколько в агентстве служащих и каковы их обязанности? Кто главный специалист агентства? Есть ли у этих специалистов товары или услуги, прямо или косвенно конкурирующие с вашими?

• Чем логично из руководителем агентства в недавнем прошлом опыт работы на рынке рекламы? Если да, с какими марочными товарами или с какими фирмами? Можно ли познакомиться с образцами продукции агентства? Сделано ли агентство подгоняет – безразличия заказчика с вашей стороны – отчет рекламодателям своего порядка? Потребуется ли агентству оплатить эту работу?

• Какие услуги предлагает агентство? Какие из этих услуг оказывают клиенту штатные сотрудники? Есть ли в агентстве отдел маркетинга? Продаст ли агентство экземпляры своих

наше поколение относительно методологии развития?»

• Предоставит ли агентство адреса, имена, телефоны клиентов, у которых можно было бы получить отзывы о нем? Можете ли вы посылить агентство, чтобы познакомиться с его сотрудниками и их услугами?

• Основные термины современного брендинга
Brand equity – капитал торговой марки.
Важный компонент бренда – эйдентика (Brand identity).
Точно позиционировать марку – значит выстроить весь визуальный ассоциативный ряд в соответствии с видением марки (Brand vision).
Формальные попытки использования поддельной копии бренда (Brand Imitation), как в свое время произошло с первым российским элитным брендом «Благодать Дагальна», могут погубить сам «орлиный».

Трудно себе представить бренд, не содержащий выгоды (Benefit).
Важно позиционировать продаваемый марку на соответствующую целевую аудиторию (User Segments), которая ожидает от бренда/бренда ярлык и эмоциональный характер (Attributes) торговой марки/бренда. Если бренд/бренда не будет брендом. Если

выгодно отличает бренд от конкурирующих с ним марок, то за ценность бренда (Value) и его персонализацию (Personality) покупатель готов заплатить немалые деньги, чтобы восстановить свое нарушенное стратегическое, психологическое равновесие.

Практически все исследования по брендингу выявляют корреляцию бренда с определенным типом культуры (Culture), которая отражается на нем, как в капле воды.
Способная к такой политике в области брендинга приводит к размытию бренда и, в конечном итоге, к его краху.

Формулирование бизнес-задачи (брифа)
Точная формулировка задачи и открытость в общении помогают снять периодически возникающую напряженность в отношениях между производителями коллективов и творческими коллективами. Запрос клиента и получение от него задания, полученный задание (Brief – английский формулировка бизнес-задачи с целью разработки маркетинговой стратегии бренда, определение сроков и бюджета).

Для проведения более эффективной рекламной кампании клиенту

• сформулировать свое видение продвижения товара;
• «обработать» работу (услугу), о которой коллегам бы сообщать потенциальной аудитории, а не просто о существовании, чем он отличается от существующих на рынке, чем привлекает для покупателей. Обычно предлагаются несколько конкурентных преимуществ товара, на которые может быть построена рекламная кампания;

• дать социологический портрет аудитории, на которую рассчитан товар (род занятий, социальное положение, доход, возраст, пол, увлечения и т.д.);
• ответить на вопрос, какое неудовлетворенный спрос на данный товар (услугу);
• «обозначить» оригинальную рекламную кампанию (Product Launch);

• определить те, какие средства рекламы (газеты, журналы, телевидение, наружная реклама, прямая рассылка) могут быть использованы при продвижении данного продукта (услуги);

• выказать пожелания относительно механизма оценки эффективности рекламной кампании;
• «предоставить» обязательный текст, который должен присутствовать в



Информационно-аналитическая рассылка «PR&AD.»»

- Представляет новости коммуникационной отрасли Перми и России, посредством интернет-рассылки с сайта proekt.perm.ru. На данный момент выпущено 8 номеров.



Пермское Представительство
Российской Ассоциации
по связям с общественностью



Ассоциация
Коммуникационных
Агентств
России

Информационно-
аналитическая рассылка
«PR & AD» #4



ПРОЕКТ
коммуникационная группа



perm.ru

Наши опросы
[Менять нельзя оставлять](#)
[Хотим знать, где и что купить дешевле](#)

СМИ о СМИ
[Где и как провести кризис](#)
[Кризис добрался до СМИ: до 20 процентов уральских журналистов будет уволено](#)

Наши новости
[Определен экспертный совет II конкурса «Корпоративный календарь 2009»](#)
[Пермские кандидаты на премию «Белое крыло»](#)
[PR: и пугает, и спасет](#)



ПЕРМСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО РАСО

Информационно-аналитическая рассылка «PR & AD»
Дата рассылки: 15 января 2009 г.

- **Наши новости**
 - > [Здравствуй, дружи!](#)
 - > [Корпоративный календарь снова в моде](#)
- **Новости Перми**
 - > [Возле чайных павильонов](#)
 - > [Пара протестов](#)
 - > [У нас появится детский сад Пермского периода](#)
 - > [Местородители культурного бренда](#)
 - > [Кандидаты Пермского «Нового года» создали новый информационный портал](#)
 - > [Источники выложили материалы о состоянии прессы](#)
- **Частичная история**
 - > [Кризисный ребрендинг](#)
- **Наши новости**
 - > [Здравствуй, дружи!](#)
- **Почему переимен**

... В то же самое время, когда все мы чихали иу и готовили планы, в Корее неизвестный добровольец по прозвищу ковровая Санта шел по городу и отставлял в богатых районах коробки, доверху наполненные долларом. За 8 лет он генерировал аж 82 тыс. долларов! В этом году деньги сопровождались запиской «Спасибо, трудись!».

А другой корейский же гражданин (без прозвища) по прозвищу Менер, которого уже прозвали «генерал» — пострадавшим за то, что с его аккаунта абсолютно четко предсказывал все главные события кризиса, включая ивент Lehman Brothers, свел за коммуной и рассказывал Буддизм 40 миллиардам посетителей его сайта. В Великобритании конкурс США лично делала мастер — южная Фильма «Голливуд», только что признанного крупнейшим достоянием страны. За 15 долларов на улицах Оклае одели в бары и клещи друг друга в юж. Это выиграл дилетант размером в 207 миллионов долларов не позволял им продолжать вести эфир. А также делались планы на вытрав: большинство обидных почке. Своим родителем познакомил, впервые в жизни купил новый автомобиль или отправился в путешествие, которое раньше было не по карману...



Пермское Представительство
Российской Ассоциации
по связям с общественностью

- [Корона о главном в ПТРАСО](#)
[подробнее...](#)
- [Победа на Всероссийском конкурсе "Уральский календарь за достижения в сфере связей с общественностью Белое крыло"](#)
[подробнее...](#)
- ["Хрустальный эликсир" сопер для новых побед](#)
[подробнее...](#)
- [Возрожденный конкурс "Уральский корпоративный календарь-2009"](#)
[подробнее...](#)
- [Состоялось заседание исполнительного комитета Пермского представительства РАСО](#)
[подробнее...](#)
- [24-25 июля состоится семинар Валерия Мухоморова "Маркетинговые основы управления конкурентными рынками"](#)
[подробнее...](#)
- [TR-Галерея Пермский край"](#)
[подробнее...](#)

Круглые столы

- Круглый стол **«Магия PR»** с директором студенческого конкурса **«Хрустальный Апельсин»** Некрашевич А.С.



- Круглый стол на тему: **«Профессиональная сертификация работников PR-отрасли»**.
- Участие в Конференции **«Стратегия коммуникационного развития России: диалог столицы и региона»**, прошедшей в Москве.

Круглые столы



- Круглый стол **"Коммуникационная стратегия формирования имиджа Пермского края"**.
- Участие в круглом столе **«Бренд региона и его роль в развитии территории»**, прошедшего в Екатеринбурге
- Проведение круглого стола **«СМИ и бизнес: без рекламы?»**

Семинары



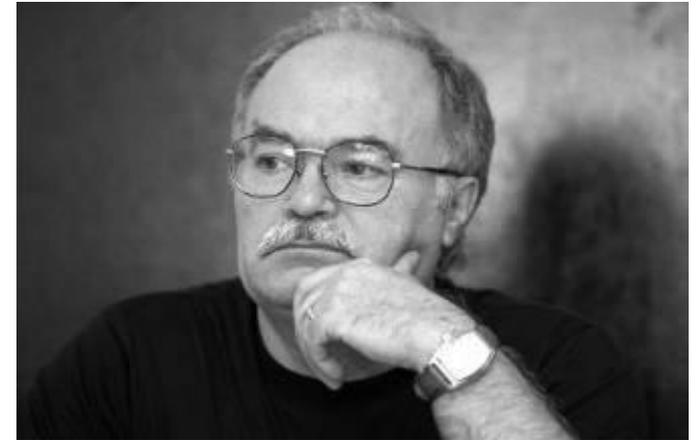
- Семинар **«Эффективный PR-текст»**, ведущий - профессор Санкт-Петербургского университета Кривоносов А.Д.

- Семинар-тренинг **«Маркетинговые основы управления коммуникациями»** автор и ведущий Валерий Музыкант.



Семинары

- Семинар **«Управление коммуникациями в кризисных и экстремальных условиях. Проблемы эффективности»**, ведущий - профессор ГУ ВШЭ Дзялошинский И.М.
- Семинар-тренинг **«Стратегические корпоративные коммуникации: гуманитарный подход»** (автор Дзялошинский И.М.)
- Проведение консультационного семинара **«Принятие новой редакции Федерального закона «О рекламе»**, ведущий - управляющий партнер Московского бюро Коллегии юристов Федор Кравченко.
- Семинар-тренинг **«Искусство побеждать в конкурсах. Краткое руководство для профессионалов рекламы и PR»**. Автор и ведущий семинара – Алексей Глазырин.



День PR-специалиста

**Профессиональный
праздник 28 июля**



Обращение президента РАСО

От лица Российской Ассоциации по связям с общественностью рад приветствовать участников отчетно-выборного годового собрания Пермского представительства РАСО. Я не первый год работаю с Пермским представительством, хорошо знаю людей, которые его создавали и работают здесь, и потому особо ценю ту активную позицию, которую занимает ПП РАСО.

Выпуск «PR-Газеты – Пермский край», создание и реализация электронной рассылки сообщества, проведение пермского тура Всероссийского студенческого конкурса «Хрустальный апельсин», единственный в России конкурс «Лучший корпоративный календарь», ставшая ежегодной межрегиональная конференция «Российский PR: ломая стереотипы», круглые столы, семинары и многие, многие другие проекты вашего представительства хорошо известны не только в Пермском крае, но и за его пределами.

Характерно, что именно пермские специалисты стали первыми, подавшими заявки на профессиональную сертификацию, начатую РАСО в этом году.

Не могу не отметить также тот высочайший уровень профессионализма и заинтересованности Пермского представительства, которые позволили за столь короткое время создать цивилизованное и профессиональное PR-сообщество в Пермском регионе.

Особо хотел бы отметить работу Натальи Нечаевой, президента Пермского представительства РАСО, на протяжении трех лет, с самого основания, возглавляющей ПП РАСО. Ее энергия и энтузиазм во многом определили успех работы Пермского РАСО.

Благодарю Пермское отделение и лично Наталью Нечаеву за огромный объем проделанной работы и профессиональную честность. Уверен, что следующие годы станут для вас новой ступенькой в развитии и все ваши проекты будут успешны.

Президент
Российской Ассоциации
по связям с общественностью



Алексей Глазырин