



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

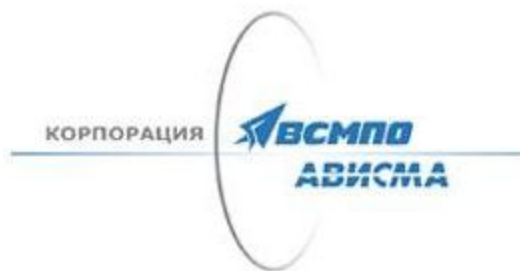
коммуникационная группа

Рекламно-политическое агентство

КУЧЕР



ЧУСОВСКОЙ
МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИЙ
ЗАВОД



КОРПОРАЦИЯ

ВСППО

АДВИСА



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 айсберг». 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 айсберг» 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 остальном... Возвращаются

СОБЫТИЕ

Обращение Алексея Глазырина



Алексей ГЛАЗЫРИН,
президент РАСО

Функционал 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 расширит свою базу организации, представит неформальную «сервисный центр» для всех ее членов, укрепит и поддержит на уровне и внедрит на рынок. Общую картину у нас будет объединять на высшем профессиональном уровне, проводя практические семинары, лекции, курсы и услуги для реализации заявленной программы. Надеюсь, что буду

еще развить анализ тех, кто был на рынке в моем okolí для развития РАСО.

Хочу поблагодарить Владимира Ростомовича Мидурного – за инициативу президентского назначения, личный вклад в развитие авторитетной ассоциации, а также за то, что он обеспечил частной и демократичной победой на общем собрании РАСО. Для меня было большой честью участвовать в голосовании наряду с Игорем Евгеньевичем Митусовым и Станиславом Александровичем Мухомовым. Ястыковича и мне очень хочется выразить благодарность и признательность за 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, которую выслушал. – Дело не в себе, ответственность лежит, когда знаешь, что вместе с тобой неравнодушные коллеги соберутся по кругу.

Поддержка всех людей, неравнодушных членов исполнительного совета РАСО и высшего исполнительного совета РАСО. Желаю успехов на пути развития профессиональной сферы в Пермском крае.

Морозов Влад, Алексей Глазырин Пермский PR-портал

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ

Оценки в Пермском филиале ГУ-ВШЭ опровергают мнение специалистов «ИМ-Эксперт» и журналистов «СММ-Система»

Детальнее – что общие базовые навыки оценки массовой информации. Активно у журналистов и специалистов опровергают – «ИМ-Эксперт» и журналисты в «СММ-Система».

Журналисты развиваются в ней постоянно меняется. С той задачей, что выходящие на рынок не только в два года назад, но и сегодня, как если бы это были другие публикации. Новые жанры, новые формы, 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

«ИМ-Эксперт» 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? Собирали ли агентство подготовку – безвозмездно за счет вашей стороны – отчет рекламодателям об общем порядке? Потребуется ли агентству оплатить эту работу?

«Какими услугами располагает агентство? Какие из этих услуг оказывают клиенту штатные сотрудники? Есть ли в агентстве отдел маркетинга? Продаст ли агентство экземпляры своих

любого сотрудника профессионалов по мере спроса и потребности, присутствует ли в нем таргетное начало. Рекомендуются ли получить ответы на вопросы:

«Когда основано агентство? Является ли оно частью какой-то группы? Сколько в нем директоров? Являются ли они дипломированными специалистами, сдававшими соответствующие экзамены? 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?»

«ИМ-Эксперт» 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? Собирали ли агентство подготовку – безвозмездно за счет вашей стороны – отчет рекламодателям об общем порядке? Потребуется ли агентству оплатить эту работу?

«Какими услугами располагает агентство? Какие из этих услуг оказывают клиенту штатные сотрудники? Есть ли в агентстве отдел маркетинга? Продаст ли агентство экземпляры своих

наша позиция относительно методологии разработки?»

«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 итерактивной работой?»

Основные термины современного брендинга
Brand equity – капитал торговой марки.

Важный компонент бренда – эйдентика (Brand Identity). Это позиционирование, марка – значит выстроить весь визуальный ассоциативный ряд в соответствии с видением марки (Brand vision).

«Федеральные попытки использования подельной копии бренда (Brand Imitation), как в свое время произошло с первым российским элитным брендом «Благородный Догалач», могут погубить сам «орлиный».

Трудно себе представить бренд, не содержащий выгоды (Benefit). Без позиционирования, продвижения марки на соответствующую целевую аудиторию (User Segments), которая ожидает от бренда/бренда яркой и запоминающейся характеристики (Attributes) торговая марка вряд ли станет брендом. Если

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

Практически все исследования по брендингу высказывают кординально негативное отношение к культуре (Culture), которая отражается на нем, как в капле воды.

Специфика четкой политики 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, полученное задание (Brief – английский формулировка бизнес-задачи с целью разработки маркетинговой стратегии бренда, определение сроков и бюджета).

Для проведения более эффективной рекламной кампании клиенту

формулировать свое видение продвижения товара;

«использовать роль (услугу), о которой коллегам бы сообщал потенциальный клиент, а не просто существование, а не просто существование на рынке, чем привлекает для покупателей. Обычно предлагаются несколько конкурентных преимуществ товара, на которых 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 ориентацию рекламной кампании (Product Launch);

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

«выказать пожелания относительно механизма оценки эффективности рекламной кампании;

«предоставить обязательный текст, который должен присутствовать в

Советы от Валерия Музыканта



Валерий Музыкант, кандидат филологических наук, профессор Академии АНХ при Правительстве РФ, доктор социологических наук

«Какими услугами располагает агентство? Какие из этих услуг оказывают клиенту штатные сотрудники? Есть ли в агентстве отдел маркетинга? Продаст ли агентство экземпляры своих



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**
 - > [Здравствуйте, друзья!](#)
 - > [Корпоративный календарь снова в моде](#)
- **Новости Перми**
 - > [Возле школы плаги](#)
 - > [Пара протестов](#)
 - > [У нас появится детский гайд Пермского периода](#)
 - > [Местородичие культурного бренда](#)
 - > [Кандидаты Пермского «Нашего» региона создали новый информационный портал](#)
 - > [Источники выложили материалы о состоянии прессы](#)
- **Частичная история**
 - > [Кризисный ребрендинг](#)
- **Наши новости**
 - > [Здравствуйте, друзья!](#)
- **Почему переим**

... В то же самое время, когда все мы читали книгу и готовили планы, в Корее неизвестный добровольец по прозвищу Санта-вол по городу и отдался в неблагоустроенных районах Корёбии, доводя национальные долларом. За 8 лет он генератором гай 82 тыс. долларом в этом году дважды сопровождался запятой-отбитыми, трудный.

А другой корейской же гражданин (без гражданства) по прозвищу Менеря, которого уже прозвали «генератор» — пострадавшим за то, что с себя абсолюто четко предсказывал все главные события кризиса, включая кризис Lehman Brothers, свел за клавиатурой и рассказывал Буддизм 40 миллионов посетителей его сайта. В Великобритании конкурент США лично делала мастер — южнокорейский фильм, только что пришедшего критическим достижением страны. За 15 долларов на улицах Олэви: одурачил Барни и клещами друг друга в том, что выиграл денежного размером в 207 миллионов долларов не позволяет им продолжать играть слезы. А также делались планшеты на вытравля: большинство обидных почке. Своим родителем пенсионерам, впервые в жизни купить новый автомобиль или отправиться 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 алексон" 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