



Самые успешные PR-кампании в мировой практике

“Шприцевая паника вокруг
компания *Pepsi Cola*”

Презентацию подготовила
Назмутдинова Сафия



Кризисный PR

*Компания Pepsi-Cola
совместно с Robert Chang Productions
Премия «Серебряная наковальня» за
1994г*

Обзор проблемы

1993 год – в СМИ просочилась информация о найденном шприце в

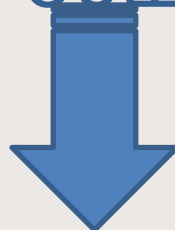


Планирование PR-кампании

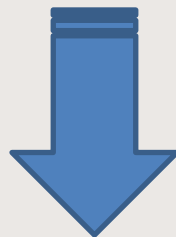
Выявление причин возникновения
проблемы



Ответ СМИ и общественности



...



Сохранение доверия к торговой марке



Цели PR-кампании:

- 1) довести до сознания людей, что продукция компании и ее потребители находятся в полной безопасности
- 2) логическое рассмотрение вопроса (попадание шприцев в продукцию невозможно)
- 3) замена продукции не решит этой проблемы



Стратегия PR-кампании :

- Открытость для СМИ и готовность отвечать на все возникающие вопросы
- Быстрое реагирование на появляющиеся вопросы любой аудитории на ранней стадии в любом количестве
- Тесное сотрудничество с FDA для выяснения настоящей причины появления шприцев в банках с *Diet Pepsi*

Реализация PR-кампании



1) Интервью с производством



2) Пресс-релизы, видеорелизы аргументы для потребителей





3) Телевизионные новости

PEPSI SUPER FAN

PEPSI + MUCH MUSIC
THE SEARCH FOR THE ULTIMATE SUPERFAN

How to Win:
Visit [pepsisuperfan.com](#) to register and enter your name in the contest. You'll be selected for the contest based on your profile.

Prizes:
Win a trip to the Pepsi Super Fan event, a chance to meet your favorite artist, and more!

Rules:
Contest ends on 12/31/2011. Winner selected by random drawing. Winner must be 18+ and a resident of the United States. Official rules apply.

PEPSI SUPER FAN CONTEST

REAL SHOWS ARE APPEARING ON SCREENS



Результаты PR- кампании

1) «Шприцевая паника» завершилась через 7 дней

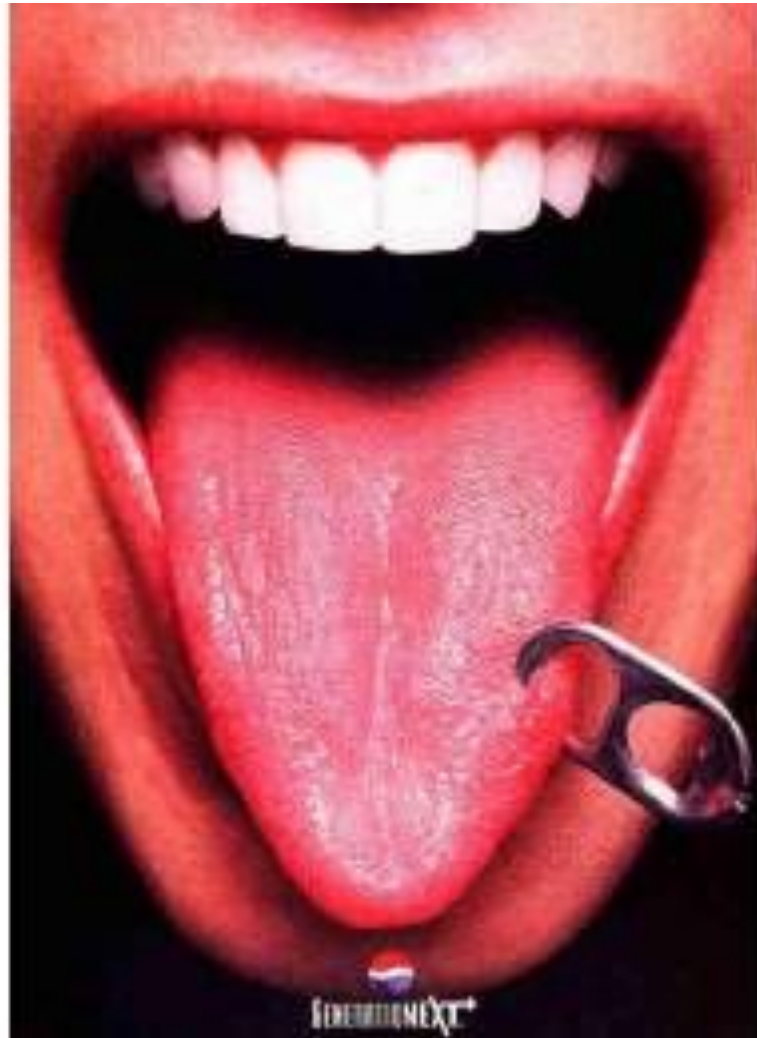


dare for more

2) Снижение продаж на 25 млн. долл.



3) Уровень продаж возрос на рекордные 7%



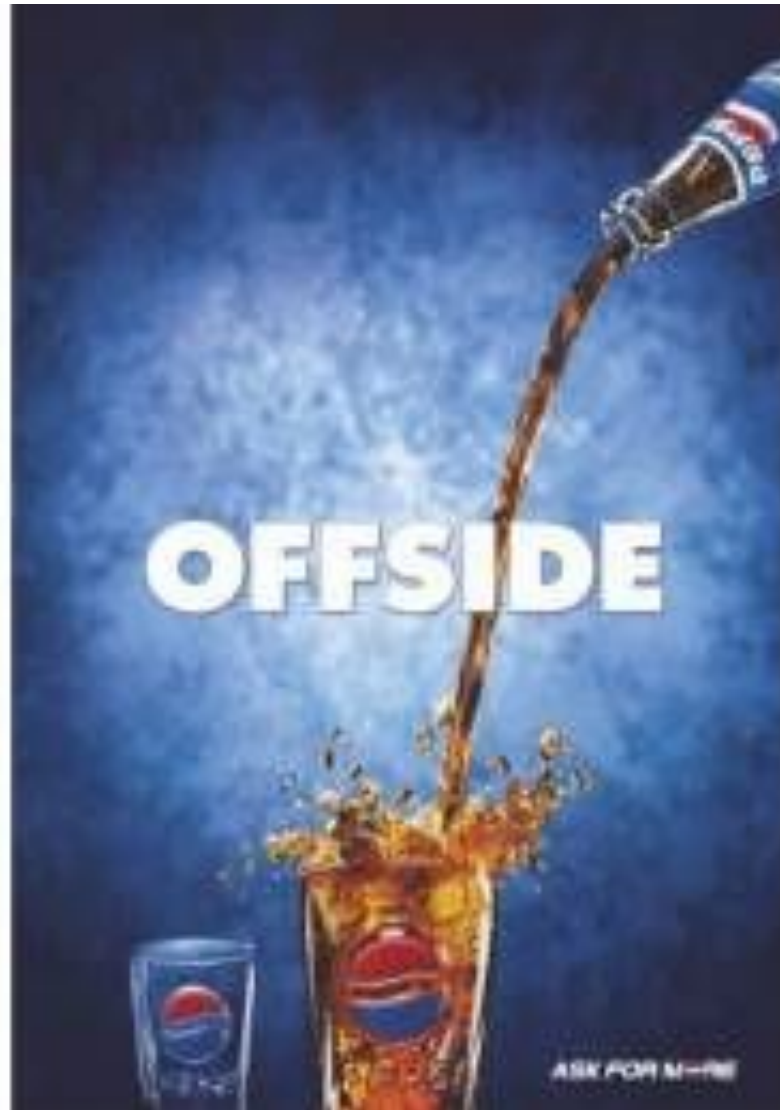
4) Поддержка со стороны потребителей



5) СМИ признали себя



6) Похвала со стороны Палаты Конгресса



A close-up photograph of a glass filled with a dark, carbonated beverage, likely Pepsi-Cola. The glass is condensation-covered and has a white straw inserted. The "PEPSI-COLA" logo is printed in white on the glass. The background is blurred, showing warm, bokeh light spots.

PEPSI-COLA

**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ**