

# 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>

