

# PR



Алексей Жиров +7903-612-5170  
<https://www.facebook.com/alexey.zhiron>  
[Jirovam@gmail.com](mailto:Jirovam@gmail.com)

# Зачем?



Ответы на вопросы:

Для чего мы делаем регату?

Для кого мы делаем регату?

Нам нужны дополнительные участники/финансирование?

Нам нужны почет и уважение?

Какие цели у проекта? Мы хотим (нам нужно) его развивать?

Какие цели у нас (у вас лично)?

МОЖНО ВКЛАДЫВАТЬ  
УЙМУ СИЛ, ДЕЛАТЬ  
ХОРОШИЙ ПРОЕКТ И НЕ  
РАССКАЗЫВАТЬ ОБ ЭТОМ

Прежде всего необходимо понять, что такое общественное мнение и чем оно отличается от мнения личного.

Наличие общественного мнения определяется тем, что люди — это животные социальные.

# КАК РАБОТАЕТ?

Жизнь в иерархическом обществе, где границы самостоятельного мышления очерчены бюрократическими правилами для данного человека, не создает ситуаций необходимости построения отношений с окружающим миром, поскольку все построено на подчинении нижестоящего вышестоящему.

Сегодня, когда разные социальные группы получили право на автономное поведение, власть оказалась в растерянности. Она не умеет работать с независимым человеком, который в большинстве своем является городским жителем, получившим среднее образование, одной из ключевых потребностей которого становится желание высказать свое мнение и быть услышанным.

А поскольку любое общество всегда подразумевает некоторую обезличенность, элиминирование индивидуальности, то появляется такая область практической деятельности, как связи с общественностью, или Public Relations (PR), которая и призвана работать с этим новым человеком.

Разница между PR и ПРИКАЗОМ состоит в том, что приказ является внешним принуждением, а PR — внутренним.

Человек как бы сам решает, что ему делать.

# КАК РАБОТАЕТ?

Исходным сообщением становится сама реальность, а не слова. PR начинает *говорить событиями, а не словами*. В отличие от **журналистики**, описывающей свершившееся событие, PR достаточно часто само выступает в роли создателя события, которое затем будет описано теми же журналистами.

Соотношения между **ПР и маркетингом** - маркетинговый план продвижения яхтенного продукта (школа, аренда, соревнования), его «раскрутка» начинается с выстраивания доверия, основанного на информированности.

ПР создает положительный образ объекта, товара или отдельной личности.

Прямое родство ПР и маркетинга обуславливается тем, что они обеспечивают успех и популярность продвигаемому объекту именно за счет выяснения запросов целевой общественности и разработки способов удовлетворения ее нужд.

Фундаментальная задача маркетинга состоит в формировании и поддержании рынка для продуктов и услуг, предлагаемых организацией.

Таким образом, ПР-акции должны стать неотъемлемой частью интегрированных маркетинговых коммуникаций любой компании, развивающей тот или иной продукт или услугу.

# КАК РАБОТАЕТ?

## ШКОЛА «А» ИЩЕТ УЧЕНИКОВ

## КОМПАНИЯ «Б» СДАЕТ ЛОДКИ В ЧАРТЕР

СООБЩЕСТВО «В» ИЩЕТ УЧАСТНИКОВ НА РЕГАТУ

ОРГАНИЗАТОР «Г» ИЩЕТ СПОНСОРОВ

ФПС «Д» ПРИВЛЕКАЕТ ЗРИТЕЛЕЙ НА СОРЕВНОВАНИЯ



# КТО ОН – PR-ЩИК?

1. Высокая коммуникабельность.
2. Здравый смысл.
3. Отличные организаторские способности.
4. Харизма и лидерские качества.
5. Объективность и острое критическое восприятие.
6. Богатое воображение.
7. Невозмутимость на базе актерских способностей.
8. Предельное внимание к деталям.
9. Желание при необходимости работать много и в одиночестве.
10. Жизнерадостность и чувство юмора.
11. Умение хорошо писать, редактировать.
12. Желательно обладать приятным голосом и ораторскими способностями, а также иметь презентабельную внешность.
13. Широкий кругозор и высокий уровень образования.

ЖЕЛАТЕЛЬНО. Владение основами психологии, педагогики, делового общения, делового этикета, журналистики, фото- и кинопроизводства, дизайна, философии, социологии, культурологии, экономики, рекламы, пропаганды, а так-же владение разговорным английским языком и др.

# ВЫДЕЛИТЬ СЕБЯ ИЗ ТОЛПЫ ПОХОЖИХ

Понятие **«корпоративная культура»** включает в себя комплекс особых, оригинальных внешних и внутренних опознавательных признаков, свойственных только дан-ной организации, коллективу, сообществу.

- **Фирменный стиль**
- **Логотип**
- **Товарный знак и знак обслуживания**
- **Слоган - «боевой клич»**

# ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СО СМИ

Взаимодействие с журналистами держится на двух китах: знание и понимание журналистских технологий и благожелательное личное общение с журналистами.

**От журналиста многое зависит, поэтому его изначально надо воспринимать как союзника, впрочем, одновременно опасного и полезного.**

# ЧТО ПОМОЖЕТ

Человеческой памяти свойственно мыслить стереотипами. Это облегчает процесс мышления, ускоряет его. Поэтому задача ПР — создавать такие стереотипы-заготовки, которые легко ложатся на четко определенную «полочку» в памяти людей. Из этого следует, что имидж, образ популяризируемого объекта должен быть максимально контрастно обрисован и конкретизирован. Тогда это будет «блюдо, готовое к употреблению», имеющее на «упаковке» ярлыки: «красивый», «модный», «желанный», «оригинальный», «крутой», «элитарный», «доступный».

## РАБОТАЙ С ОБРАЗАМИ

# КАНАЛЫ СВЯЗИ

- Создай пул дружественных СМИ – заключай соглашения
- Информируй и будь открытым – используй любой информационный повод
- Используй свои преимущества для «дружбы» со СМИ – бери кататься на яхтах, приобщай к яхтингу (лучше руководителей отдела спорт или редакторов изданий, радио или каналов)
- Не давай забыть о себе – дружи, старайся делать это искренне, помогай им в их работе
- предлагай интересные для них темы, придумывай (открытие сезона, статья о всех парусных школах в регионе, как отдать ребенка в парус, с чего начать, советы мамам, олимпизм)
- забирай журналиста с собой в пресс-пул на регату (обязательно проговаривай, какие материалы ты ждешь от СМИ по итогам их поездки с тобой)

СОЗДАЙ САЙТ

СОЗДАЙ СТРАНИЧКУ В СОЦСЕТЯХ

ПРИВЛЕКАЙ ФОТОГРАФОВ И ОПЕРАТОРОВ (находи внутренние резервы)

# СТАНДАРТ РЕЛИЗА

ПРИНЦИП ПЕРЕВЕРНУТОЙ ПИРАМИДЫ выстраивает текст сообщения в строгой последовательности: от более значимой, ключевой информации к менее важным подробностям. Этот принцип журналистики новостей в полной мере работает и в создании пресс-релиза.

# СТАРАЙСЯ ИСПОЛЬЗОВАТЬ В РЕЛИЗЕ

- Лидеров общественного мнения
- Значимых спортсменов, бизнесменов, политиков
- Необычных участников (далекий регион, самый молодой, самый пожилой и т.п.)
- Интересные/ключевые события (протесты, поломки, драматичные ситуации)

# С чего начинать?

- Собери всю информацию о проекте и сформируй презентацию для информационных партнеров (см.примеры) – сформируй пул инфо.партнеров
- Напиши письмо мэру и губернатору (подпиши его в ВФПС) – попроси немного (то, что им будет дать легко – здесь важнее поддержать статус и напомнить о себе в спорткомитете) – см.пример
- Подготовь все макеты рекламы, флагов спонсоров, футболок, наклеек и сувенирки применительно к площадке и проекту
- Используй несколько информационных поводов для привлечения внимания СМИ (НАПРИМЕР: 1. простой анонс, 2. акцент на супер-гостя, 3. акцент на призовой фонд, 4. акцент на развлекательную программу и покатушки прессы на яхтах) – не ленись писать релизы!
- Аккредитуй прессу на мероприятие (проговори с организаторами обязательное наличие пресс-бота!)
- Подготовь площадку и пресс-центр, проработай все сценарии (см. примеры), привлеки фотографов и оператора-монтажера, координируй работы всех служб
- Реализуй проект (см.пример работы пресс-службы на чемпионате России), не забывай выкладывать видео, писать релизы, делать фотоальбомы (на свой сайт и в ФБ) и пересылать все это в ВФПС
- Подготовь отчеты для спонсоров и информационных партнеров (не забудь про них при постановке задачи для съемок фотографу и оператору-монтажеру)





# Работа пресс-центра – с примерами

- Ежедневные пресс-релизы (подробный отчет о каждом дне, с цитатами героев дня):

Анонс - [http://www.vfps.ru/news/detail/novosti-vfps/CHempionat-Rossii-v-olimpijskih-klassah-yaht-proidet/\\_championata\\_rossii/](http://www.vfps.ru/news/detail/novosti-vfps/CHempionat-Rossii-v-olimpijskih-klassah-yaht-proidet/_championata_rossii/)

Открытие - <http://www.vfps.ru/news/detail/novosti-vfps/CHempionat-Rossii-v-olimpijskih-klassah-yaht-startoval/>

1 день - <http://www.vfps.ru/news/detail/sbornaya-komanda-rossii/CHempionat-Rossii-v-olimpijskih-klassah-yaht-pervyj/>

2 день - <http://www.vfps.ru/news/detail/sbornaya-komanda-rossii/CHempionat-Rossii-v-olimpijskih-klassah-yaht-vtoroj/>

3 день - <http://www.vfps.ru/news/detail/sbornaya-komanda-rossii/Rezultaty-chempionata-Rossii-v-olimpijskih-klassah1/>

Заключительные групповые гонки - <http://www.vfps.ru/news/detail/sbornaya-komanda-rossii/Nacra17---devyataya-zaklyuchitelnaya-gonka-gruppovogo/>

5 день - <http://www.vfps.ru/news/detail/novosti-vfps/CHempionat-Rossii-v-olimpijskih-klassah-yaht-zavtra/>

Медальные гонки (итоги) - <http://www.vfps.ru/news/detail/novosti-vfps/CHempionat-Rossii-v-olimpijskih-klassah-yaht-opredeleny/>

- Ежедневные фото-обзоры Facebook ВФПС:

<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.523324681077937.1073741886.106336072776802&type=3>

<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.522908754452863.1073741884.106336072776802&type=3>

<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.522234951186910.1073741882.106336072776802&type=3>

<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.522576237819448.1073741883.106336072776802&type=3>

- Ежедневные видео-обзоры (снимались и монтировались в яхт-клубе. Ежедневно видео и информация пересылались на НТВ Плюс, ВГТРК (Россия2), Океан ТВ:

Регистрация - [http://www.youtube.com/watch?v=lG4m7Pc2\\_gl](http://www.youtube.com/watch?v=lG4m7Pc2_gl)

Открытие - [http://www.youtube.com/watch?v=f\\_OpV\\_Q\\_8cg](http://www.youtube.com/watch?v=f_OpV_Q_8cg)

1 день - <http://www.youtube.com/watch?v=zB5Zf37wKEI>

2 день - <http://www.youtube.com/watch?v=YoMg2DeW3aU>

Клип Facebook - <http://www.youtube.com/watch?v=1Ps2Az7VIV4>

3 день - [http://www.youtube.com/watch?v=\\_zqGiAe2g4A](http://www.youtube.com/watch?v=_zqGiAe2g4A)

4 день - <http://www.youtube.com/watch?v=onim977UdFk>

Клип без купюр Facebook - [http://www.youtube.com/watch?v=OKCArHD\\_I-A](http://www.youtube.com/watch?v=OKCArHD_I-A)

Медальная гонка 49-й - <http://www.youtube.com/watch?v=bUYDFqF0nP4>

Медальная гонка Накра 17 - [http://www.youtube.com/watch?v=ntxWA\\_Dudc8](http://www.youtube.com/watch?v=ntxWA_Dudc8)

Медальная гонка 470 (муж и жен) - <http://www.youtube.com/watch?v=L2nLVE2T8FI>

Медальная гонка Финн, интервью и награждение - <http://www.youtube.com/watch?v=6VtHsmXCaTk>

- По итогам чемпионата к выпуску готовится часовой документальный фильм для телеканала «Спорт» (ВГТРК)

# ПРИМЕРЫ

В приложенных файлах ты найдешь:

- Примеры анонсовых и итоговых пресс-релизов
- Примеры договоров с информационными спонсорами
- Примеры презентация для информационных спонсоров
- Примеры отчетов для информационных спонсоров
- Презентацию как работать с прессой на регате и как правил выбирать точки для съемки объектов парусного спорта
- Примеры писем мэру и губернатору



Алексей Жиров +7903-612-5170

<https://www.facebook.com/alexey.zhironv>

[Jirovam@gmail.com](mailto:Jirovam@gmail.com)