

Екатерина Кармак

РОМАН МАСЛЕННИКОВ

Реактивный
PR



Екатерина Кармак

Реальный PR

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=37942479

ISBN 9785449344335

Аннотация

Для кого эта книга? Я решила написать эту книгу, во-первых, для того, чтобы больше людей в мире смогли продвинуть свою компанию. Во-вторых, прочитав эту книгу, люди поймут, что такое пиар, и сделают свою компанию узнаваемой. В-третьих, я покажу вам, что известность можно сделать своими руками, а PR – это легко и увлекательно. Книга написана для владельцев малого и среднего бизнеса, у которых есть собственные мозги и руки, поэтому они смогут применить все советы самостоятельно.

Содержание

Для кого	5
10 целей и задач, которые решает пиар	8
10 советов по общению с журналистами	10
Конец ознакомительного фрагмента.	11

Реальный PR

Екатерина Кармак

Редактор Роман Масленников

© Екатерина Кармак, 2018

ISBN 978-5-4493-4433-5

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Для кого эта книга?

Я решила написать эту книгу, во-первых, для того, чтобы больше людей в мире смогли продвинуть свою компанию. Во-вторых, прочитав эту книгу, люди поймут, что такое пиар, и сделают свою компанию узнаваемой. В-третьих, я покажу вам, что известность можно сделать своими руками, а PR – это легко и увлекательно.

Главная целевая аудитория данной книги – предприниматели, которые не знают, что такое пиар, но хотели бы с ним познакомиться.

Книга написана для владельцев малого и среднего бизнеса, у которых есть собственные мозги и руки, поэтому они смогут применить все советы самостоятельно. Книга также будет интересна для тех компаний, которые пока еще думают, нужен ли им пиарщик в штате, или нет. Решения, предложенные в книге, помогут им решить эти вопросы. И, возможно, они найдут для себя ценную информацию.

Совершенно точно книга будет полезна для:

- производства. Я больше 15 лет работаю с производителями;
- ритейла. В этой сфере очень высокая конкуренция;

- услуг: консалтинг, бухгалтерия, транспорт, кафе, ресторанов и т.п.;
- не так очевидно это для тех, кто работает на себя, – экстрасенсов, психологов и т.п., но и они смогут применить мои советы.

Почему мне стоит доверять ваш PR?

У меня есть профильное образование. В 2005 году я закончила вуз, но первые заказы мне стали поступать еще в процессе обучения по специальности «связи с общественностью».

За все это время мной было успешно реализовано более 300 проектов из самых разных сфер: электроники, оборудования, оборонной промышленности, производства цветов, бумаги, техники, продвижения футбольного клуба, медицинских центров, фитнес и детских клубов, кафе, ресторанов, и многого другого по всей России.

Отмечать и развивать точки роста того или иного бизнеса, определять всю картину в целом, мне позволяет имеющийся опыт работы в самых разных сферах и образование в области маркетинга и пиар.

С 2016 года я – организатор форума «PR with love», который раз в несколько лет проходит в Калуге в День PR-специалиста.

Приятного вам чтения!

С уважением,

*Екатерина Кармак,
генеральный директор
PR-агентства Брокколи Expert.*

10 целей и задач, которые решает пиар

1. Пиар помогает повысить узнаваемость компании в мире.
2. Пиар помогает появиться в информационном поле.
3. Пиар помогает повысить доверие к компании.
4. Пиар помогает повысить лояльность клиентов и сотрудников компании.
5. Пиар косвенно помогает увеличить прибыль компании.
6. Пиар помогает запуску нового продукта.
7. Пиар способствует росту компании, увеличивает её масштаб.
8. Пиар создает легенду, «упаковывает» бизнес.
9. Пиар делает из Вашего бренда «lovemark», помогая влюбить в себя все целевое окружение, а иногда и весь мир.

10. Пиар помогает выйти из любой кризисной ситуации.

P.S.: пиар помогает эффективно выстраивать внешние и внутренние коммуникации.

10 советов по общению с журналистами

1. Найдите всех журналистов из вашей сферы деятельности. Для этого выпишите для себя все отраслевые СМИ, а затем выделите среди них журналистов, пишущих на вашу тему. Нужные издания можно искать через «Медиалогию», базу СМИ Яндекса или заказать у фрилансеров.

2. Познакомьтесь с журналистами лично, выпейте с каждым из них по чашечке кофе.

3. Вот примерный скрипт приглашения журналиста на личную встречу:

«Здравствуйте, такой-то журналист! Меня зовут вот так-то! Можете уделить мне 15 минут? Давайте выпьем кофе с очень вкусным чизкейком. Я как раз знаю одно место, недалеко от вашей работы. Когда у вас будет время на обед, предлагаю встретиться. Я понимаю, что у вас огромное количество работы, поэтому я с удовольствием угощу вас „цезарем“ с креветками. На этой встрече я расскажу вам про свою компанию и, возможно, мы найдем какие-то точки соприкосновения».

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.