



ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО PR

Ильина Ирина Анатольевна
Доцент кафедры связей с общественностью

Маркетинг – ставит своей целью получение прибыли с помощью удовлетворения потребностей покупателей



Очередь за новым Iphone 7 (8,9,10,11,12,13)

Что мы выберем, если все кексы
одинаковые?



Кекс
50 руб.



Маффин
100 руб.



Капкейк
200 руб.

Реклама – двигатель торговли



Public Relations – это не про прямые продажи



A street scene with a fish stall and cats. A person in dark clothing is standing next to a stall on a red mat, displaying various fish in plastic containers and buckets. Several cats are sitting on the wet pavement, looking at the fish. The text is overlaid on the image.

**ВЫ ПРОДАЕТЕ
РЫБОВ**

НЕТ ПРОСТО ПОКАЗЫВАЮ

КРАСИВОЕ...

Public Relations – это не про упаковку

~~Сбыт~~

~~Изучение рынка~~

~~Продажи~~

~~Ценообразование~~



~~Продвижение~~

~~Создание новых брендов~~

Связи с общественностью (PR) – это...

формирование продуктового
клиентоориентированного мышления и
разработок в контексте их использования



1. Установки на внутреннюю клиентоориентированность



Установки на восприятие своих коллег по компании как внутренних клиентов, готовность качественно обслуживать их запросы.

2. Межфункциональное взаимодействие (системы)



Внутренние системы, процессы и регламенты взаимодействия между подразделениями в компании выстроены таким образом, что они помогают проявлению внутренней клиентоориентированности.

3. Мотивация



Система мотивации в компании устроена таким образом, что сотрудникам выгодно проявлять внутреннюю клиентоориентированность.

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ

Сотрудники компании являются профессионалами своего дела.

Сотрудники доброжелательны, дают исчерпывающую информацию, не отвечают на запросы формально.

Сотрудники вовлечены в жизнь компании, ориентированы на цели компании, отождествляют свои интересы с интересами компании.

Формируется из:

- удовлетворённости основными аспектами работы в компании;
- лояльности компании;
- поддержки инициативы – наличия у сотрудников желания улучшить свою работу в компании и наличия возможностей это делать.

4. Профессионализм



5. Коммуникации



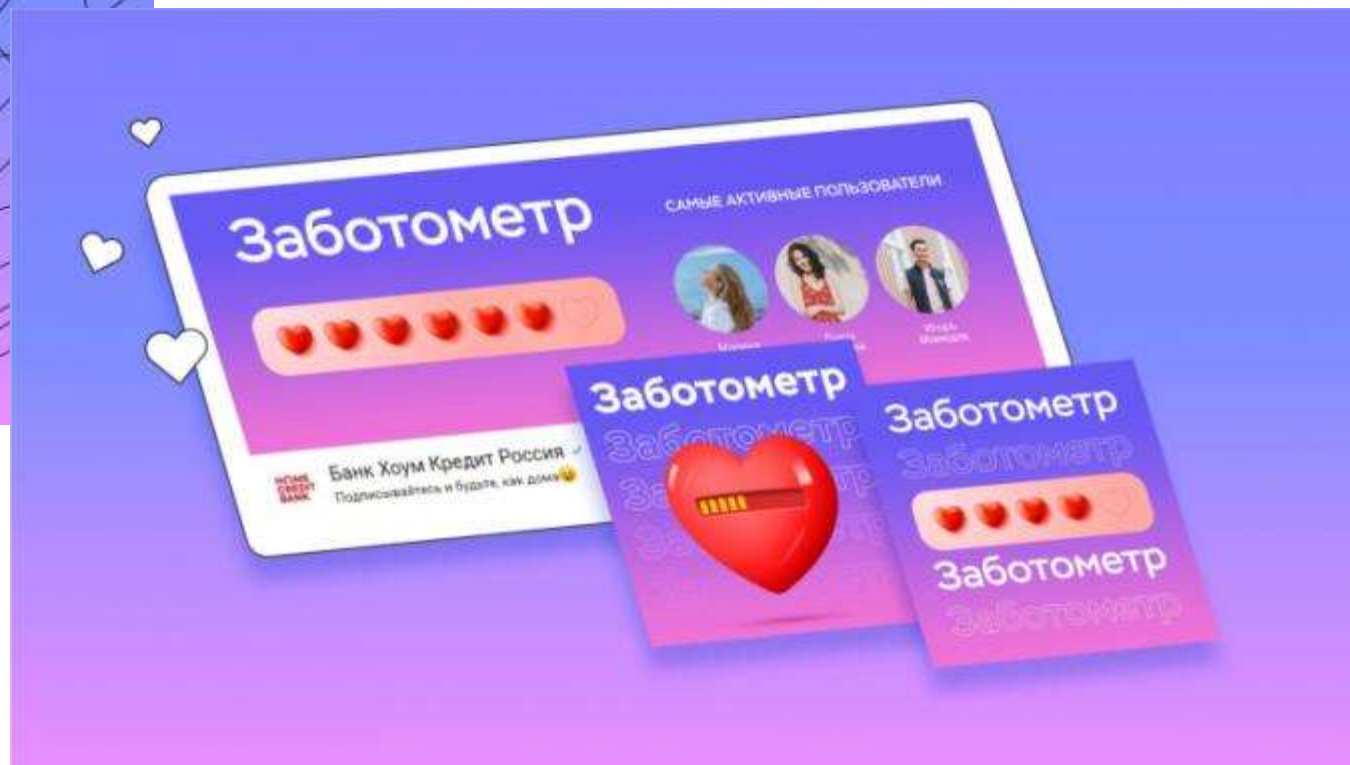
6. Вовлечённость



«Недообнятые» пользователи – заботливый кейс банка «Хоум кредит»



- Количество комментариев стало около 691 тысячи (было 120 тыс.);
- Показатели вовлечённости превысили план в 7 раз;
- Прибавилось 5,5 тыс. подписчиков в Instagram*, рост 8%;



ТЕНДЕНЦИИ МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, PR, БРЕНДИНГ



Будущие потребители ПОКОЛЕНИЕ ?



- ориентируются на моду и интернет при выборе товаров?
- тщательно выстраивают свой образ в интернете и соцсетях?
- любят путешествовать и хотят увидеть мир?
- ценят свою свободу и комфорт?
- не любят, когда их загоняют в рамки?



Обычная аватарка



Аватарка в мемный день

 Роллтон Россия ✓
17 фев в 10:30

*(Запах вкусной лапши наполняет вас решимостью).

[#лоллтон](#) [#Мемныйдень](#)



Роллтон Россия ✓

Взяли на стажировку нового эсэмэщика, он утверждает, что лучше горячей лапши на столе только свежие мемы в ленте. Если этот пост наберёт 1000 лайков, то разрешим ему постить раз в неделю (не шутим).

[#лоллтон](#) [#хочуроллтон](#)



Тенденции рекламы, маркетинга и PR

Тренд № 1: Видео против текста

Текстовый контент сдает позиции под натиском фото и видео контента. Доход от рекламы на YouTube поднялся до уровня доходов Google.



Тенденции рекламы, маркетинга и PR

Тренд № 2: Мобильная реклама

Рынок интернет-рекламы продолжает укреплять свои позиции. Мобильный интернет-трафик растет, доля смартфонов среди всех мобильных устройств **увеличилась в полтора раза – до 40%**

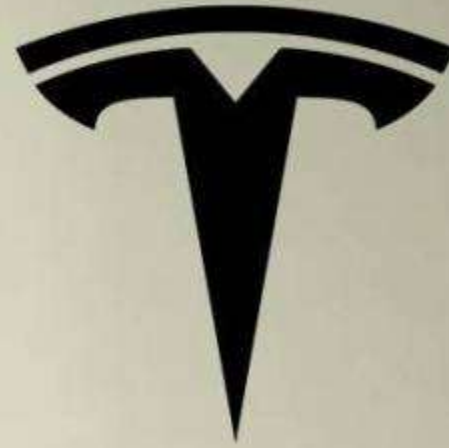


Тенденции рекламы, маркетинга и PR

Тренд № 3: Социальные сети

Будущее рекламы за **видео (контентом) в социальных сетях и их просмотре с мобильного телефона**, так как они контролируют ленту и имеют огромный охват пользователей.





TESLA



Тенденции рекламы, маркетинга и PR

Тренд № 4: **User Generation Content**

«Не выложил в сторис – не пообедал!» Работайте качественно и Ваши подписчики сами расскажут о Вас



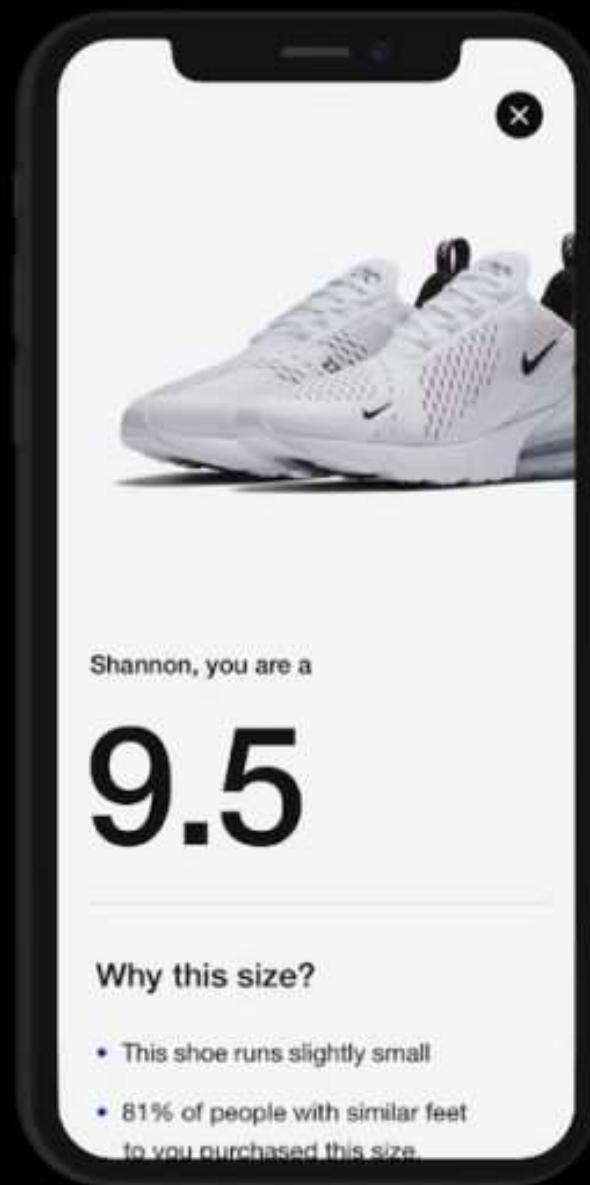
Тенденции рекламы, маркетинга и PR

Тренд № 5: AR & VR

Создание контента с применением дополненной или виртуальной реальности

Маски  User Generation Content





AR технологий можно наблюдать на примере «умной фермы» от компании DeLaval



Тенденции рекламы, маркетинга и PR

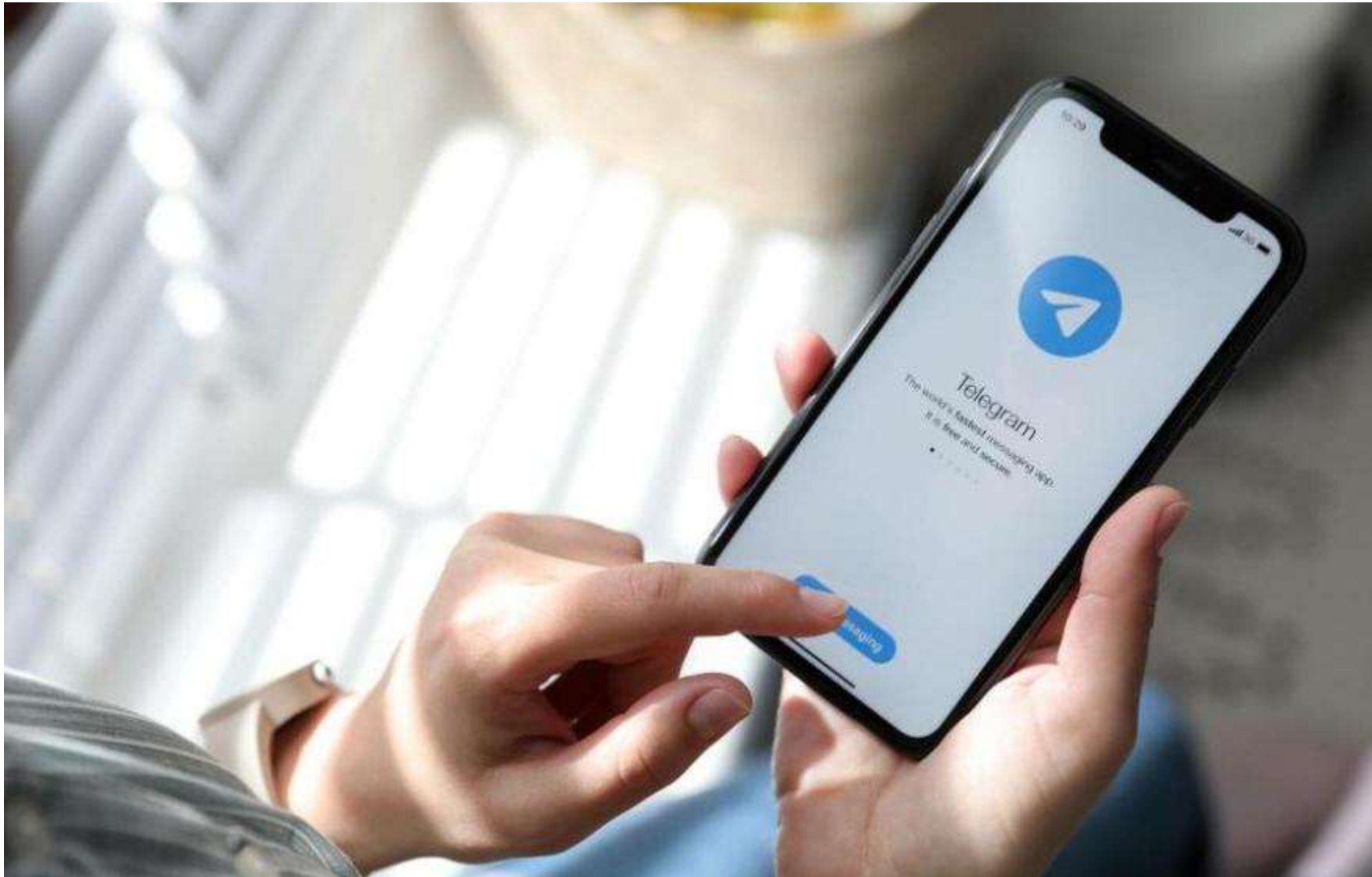
Тренд № 5: Интернет вещей (IoT)

«Умный город»
«Умный дом»



Тенденции рекламы, маркетинга и PR

Тренд № 6: **Telegram**-каналы



Тенденции рекламы, маркетинга и PR

Тренд № 7: **Инфлюенс-маркетинг**

Объем мирового рынка инфлюенс-маркетинга, 2016-2021



Источник: Influencer
Marketing Hub

Тенденции рекламы, маркетинга и PR

Тренд № 8: **Аудио-контент**

Как изменилось потребление контента в России



стали чаще слушать
музыку и радио



стал чаще читать
онлайн-книги



стали чаще
смотреть видео

По данным Nielsen. Исследование «Как Covid-19 меняет привычки потребителей».

Тенденции рекламы, маркетинга и PR

Тренд № N: ?



Кажется, маркетинг, реклама и PR -
это так просто...
Фокус в том,
что это совсем не просто!





GUT, DASS NICHT ALLES VON
UNS ERFUNDEN WURDE.



IT'S GOOD THAT WE DID NOT
INVENT EVERYTHING.



IT'S GOOD THAT WE DID NOT
INVENT EVERYTHING.





Каким должен быть бренд будущего?

Создавать стиль жизни, как Apple

Феноменальные успехи **бренда** связывают с тем, что Джобс **создал** новую религию и новый стиль жизни.



Каким должен быть бренд будущего?

Глубинное понимание, как Starbucks

Бренд будущего знает своего потребителя и пропагандирует важные для него ценности.



Например, 66% фанатов Starbucks – молодые люди от 15 до 25 лет, 69% поклонников бренда – девушки, 57% фанатов живет в Азии.

Каким должен быть бренд будущего?

Мотивировать на лучшее, как Nike

Люди хотят видеть бренды, которые **меняют мир к лучшему и улучшают качество жизни своих потребителей.**



Каким должен быть бренд будущего?

Поддерживать экологию, как Азбука вкуса

Потребители хотят покупать ту продукцию, **которая не вредит окружающей среде.**



Каким должен быть бренд будущего?

Быть оригинальным, как Burger King

Слоганы компании Burger King стали вирусными, а информация о ней вышла за пределы территории проведения и вызвала много споров..



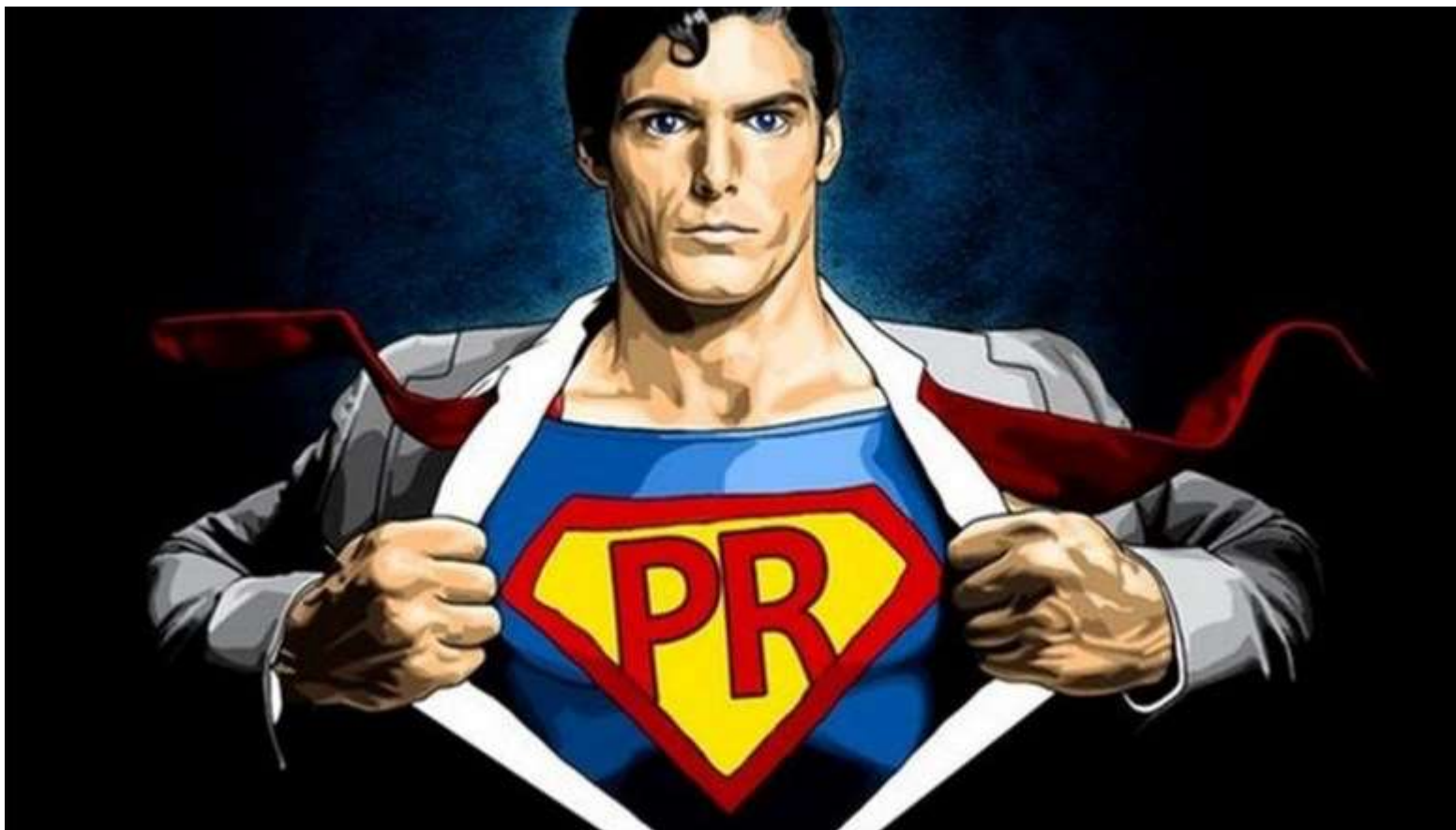
Каким должен быть бренд будущего?
**Поддерживать социально важную работу, как
сок Добрый**

Стратегия помощи и продвижение бренда сквозь призму
социально важной работы

Социальная программа сока "Добрый"
"Растим Добро"



А что дальше?



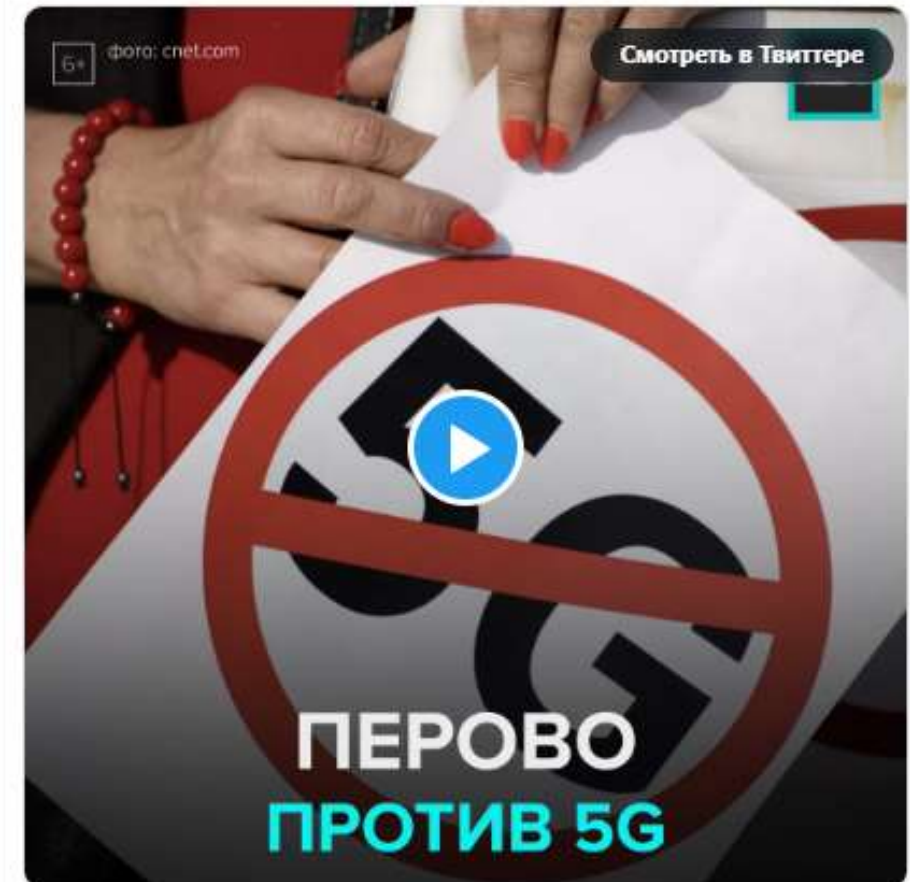
вышки 5G распространяют коронавирус?

🇷🇺👉 Жители столичного района Перово вышли на демонстрацию против установки вышки 5G.

💡 Аргумент такой – излучение от неё вредное. А некоторые распространение нового стандарта связи даже связали со вспышкой коронавируса.

🗣️ Что говорят по этому поводу специалисты?

6+





**Общественные ценности,
понятные избранным**



A top-down photograph of two people's hands clinking coffee cups on a dark wooden table. The person at the top wears a blue denim jacket and a blue beaded bracelet. The person at the bottom wears a white sweater with colorful geometric patterns on the sleeves. The text "ЧЕЛОВЕКУ НУЖЕН ЧЕЛОВЕК" is overlaid in the center in white, bold, sans-serif capital letters.

ЧЕЛОВЕКУ НУЖЕН ЧЕЛОВЕК



Спасибо за внимание!