

Self PR

ДЛЯ КОММУНИКАЦИОННЫХ
ХОЛДИНГОВ

Айта Лузгина,

экс-директор по маркетингу TWIGA Россия, экс-директор по развитию «Интериум».

Председатель Рабочей группы по 25-летию АКОС, член исполнительного комитета РАСО. PR-специалист 2023 года (Proba Awards). Экс-сопредседатель Рабочей группы по Digital АКОС, экс-руководитель комитета по Digital АКМР, экс-член комитета по Digital РАМУ.

Автор серии мастер-классов о коммуникациях в социальных сетях. В качестве спикера проводит лекции и обучающие мероприятия. Автор курсов по digital-коммуникациям и управлению репутацией в НИУ ВШЭ, РЭУ им. Плеханова, МГИК, ИБД и МВШСЭН (Шанинка).

С 2010 года руководила более, чем 150 проектами в области коммуникаций и связей с общественностью. Проекты под руководством Айты отмечены профессиональными наградами: Серебряный Лучник, RuPoR, Proba, Tagline Awards, Russian Intranet Awards, Digital Communications Award АКМР, Время инноваций, LOUD, Eventiada и др.

Член жюри и экспертных советов отраслевых премий: «Серебряный Меркурий», «Бренд года», «Серебряный Лучник», Eventiada, RuPoR, Digital Communications Award, «Мастер коммуникаций», Proba Awards, Russian Event Awards, LOUD, «Серебряные нити», «Золотой медвежонок» и др. Образование: МГУ им. Ломоносова, НИУ ВШЭ, Академия менеджмента и рынка, Wordshop, IKRA и др.



Self PR

ЗАЧЕМ?



Self PR

ДЛЯ КОГО?

КЛИЕНТЫ

По статусу отношений

- Потенциальные клиенты;
- Текущие клиенты;
- Лояльные клиенты — неактивные клиенты, имевшие положительный опыт сотрудничества и высоко оценивающие экспертизу агентства.

По размеру

- Крупные клиенты — приоритет;
- Средние;
- Небольшие клиенты.

По позиции

Топы. ЛПР,
прямое общение на уровне топов агентства,
приоритетная категория. Также:

- Проводим установочные кастдевы со СМО ключ. рынков (для получения инсайтов и обсуждения конкретики — конкретные СМИ, конкретные мероприятия, конкретные телеграм-каналы для размещения и т.д.), по 2 СМО на 8 ключевых рынках
- Приглашаем на подкасты;
- Приглашаем на мероприятия.

Менеджеры.

Более операционное и частое общение. Также:

- Приглашаем на клиентские мероприятия (нпр., бизнес-завтраки);
- Вовлекаем в создание контента (берем комментарии, предлагаем опубликоваться).

ОКРУЖЕНИЕ

Одно из перспективных направлений для работы, может стать источником новых партнерств, хороших кадров для агентства, увеличения общего знания об агентстве.

Конкуренты

Обратят внимание на внутренние данные (инсайды), награды, рейтинги и побед в крупных тендерах.

Журналисты

Нуждаются в «одном окне» для оперативного получения фактуры для материалов на самые разные темы.

Подрядчики

Заинтересованы в деловой информации о состоянии группы (надежность, рост), пуле клиентов, разнообразию оказываемых услуг.

Ассоциации

Требуют к себе постоянного внимания и участия, но дают нетворкинг и инсайды индустрии

СОТРУДНИКИ

Игнорирование этого сегмента долгосрочно осложняет работу, может стать значимым барьером для роста, а также ведет к деградации компетенций.

Долгосрочно помогает и в работе на другие сегменты, т.к. профессионалы меняют место работы, и могут оказаться на месте потенциального клиента, подрядчика или иного партнера.

- Потенциальные
- Настоящие
- Бывшие

- ① Стажировки
- ② Амбассадоры
- ③ Выпускники

Self PR

ПУТЬ

ПУТЬ СЛАВЫ

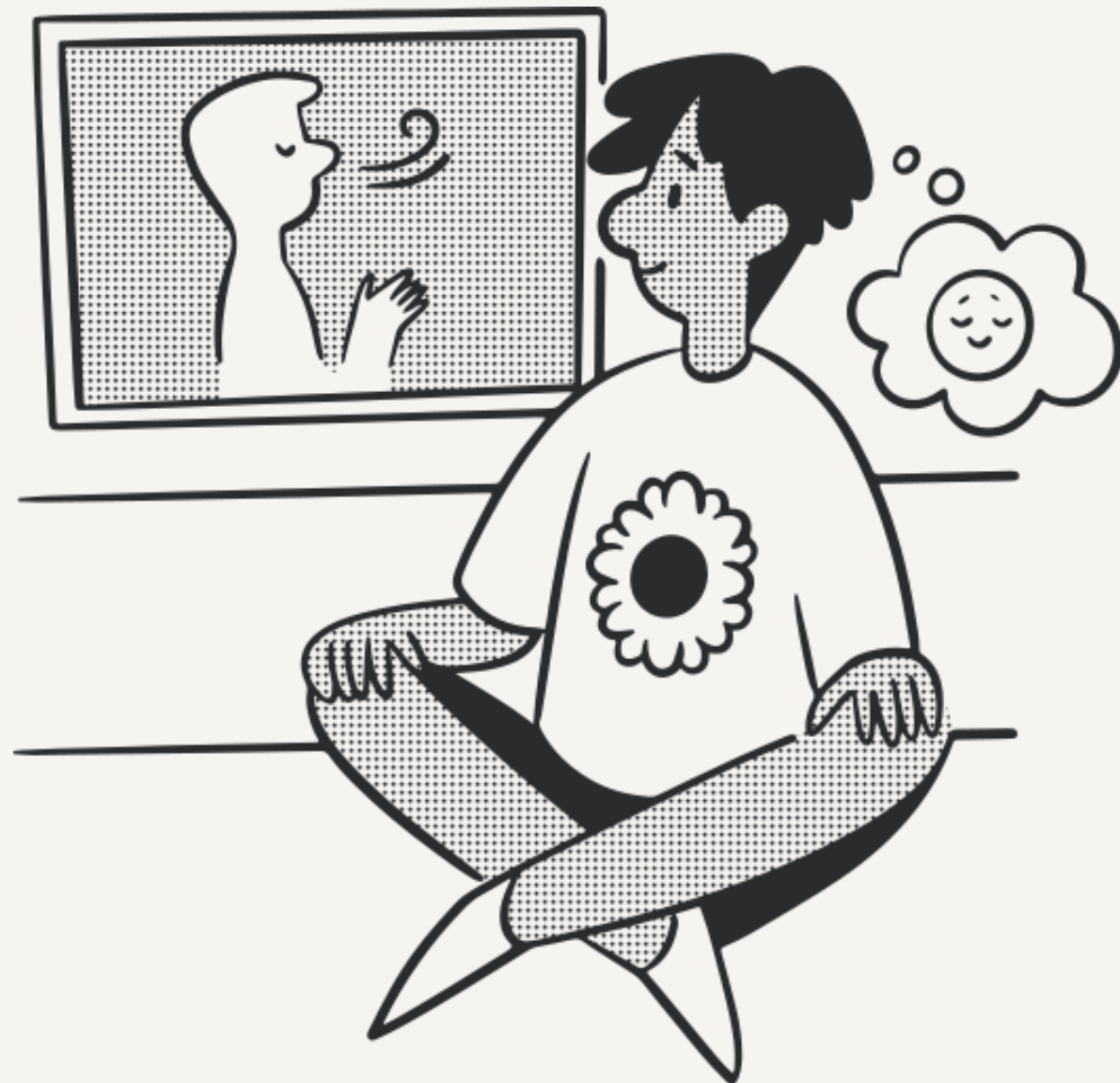
СОЗИДАНИЯ

ПРИКЛЮЧЕНИЙ

ПОБЕД

ЛИЧНЫЙ БРЕНД И ЭКСПЕРТНОСТЬ

Сегодня человек — это медиа.



У вас может не быть денег на рекламу, но у вас точно есть:

- опыт,
- история,
- Telegram-канал/страница в [VC.ru](https://vc.ru)

Что делать:

- Пишите экспертные посты — коротко и по делу.
- Делитесь тем, как решаете задачи. Даже если это «я сделал лендинг за ночь — вот выводы».
- Говорите от первого лица: я, мой путь, мои ошибки.

Результат:

Пост на VC с кейсом может принести 5–10 тыс. просмотров и лиды.

ПРЕССФИД, ЖУРНАЛИСТЫ И РЕЛИЗЫ



Инструменты

- Pressfeed.ru — там журналисты ищут спикеров.
- Закрытые (и не только) чаты пиарщиков и редакторов.

Что делать

Сделайте **короткий релиз**: кто вы, что делаете, в чём новость.

Отвечайте на запросы **быстро** и по делу.

ИССЛЕДОВАНИЯ

Матерная речь пользователей соцсетей в городах РФ 2020

#	Город	Индекс
1	Дно	1786,05
2	Краснодар	131,87
3	Москва	111,37
4	Калининград	109,30
5	Санкт-Петербург	105,22
6	Анапа	88,16
7	Мурманск	84,35
8	Ростов-на-Дону	83,92
9	Петрозаводск	82,38
10	Владивосток	79,25

23 октября 2020



Ирина 10:10

Айта, здравствуйте. Я журналист из Московского комсомольца. Хотели бы взять комментарий по поводу рейтинга самых матерящихся городов России. С кем можно связаться, не подскажете? Заранее благодарна.



Айта 10:15

Ирина, здравствуйте!

Александр Анохин
Руководитель отдела мониторинга и аналитики агентства «Интерiuм»

Создание интересной фактуры, для которой не сложно написать вовлекающий заголовок = не пришлось рассылать много запросов в **СМИ**, так как они **сами заинтересовались** материалом.

ЧАТЫ И КОМЬЮНИТИ

**Комьюнити = бесплатный канал
с живыми людьми.**



Как использовать:

Заходите как эксперт и делитесь кейсом.

Не пишите «мы делаем крутой проект» — лучше:
**«Вот, у нас был челлендж — решили так.
Делюсь, может, будет полезно».**

Спрашивайте мнение — это втягивает.

Результат:

1 честное сообщение в чате → обсуждение →
подписки → заявки.

КОНТЕНТ ВСЁ ЕЩЁ РАБОТАЕТ

Ваш кейс, инфографика, опрос, PDF-гайд, исследование — все это может работать на вас без рекламы.

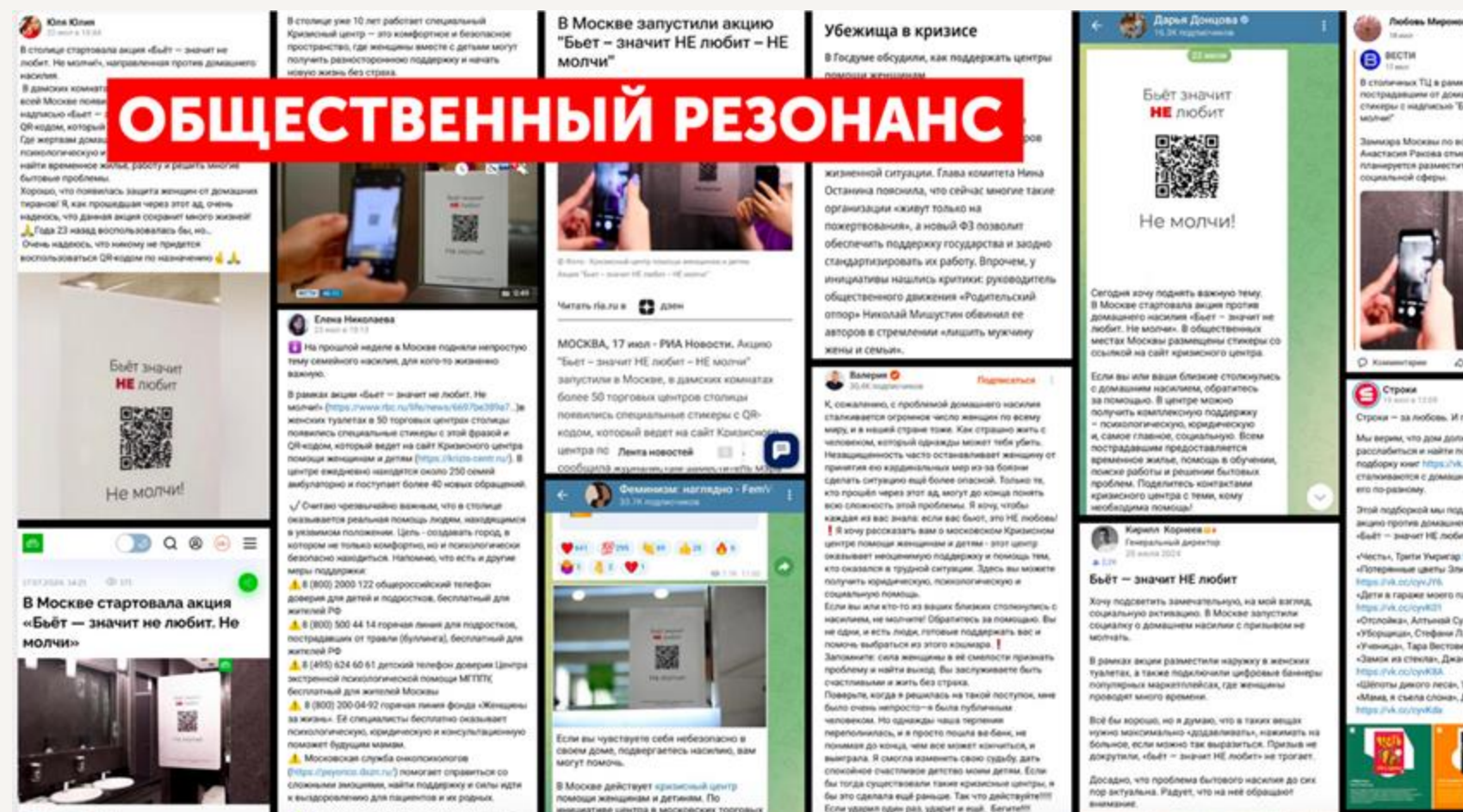
Что важно:

- Оформление — делайте визуально
- Заголовок — делайте с крючком
- Размещение — Telegram, чаты, VC, Pressfeed, друзья



КЕЙС «НЕ МОЛЧИ – БЬЁТ, ЗНАЧИТ, НЕ ЛЮБИТ»

Социальная акция в поддержку женщин, переживших насилие в семье



ЗАКЛЮЧЕНИЕ



Контент



Связи



История



Энергия

И это — уже всё, что нужно, чтобы заявить о себе.
Не бойтесь говорить, писать и звать людей в диалог.

**Иногда один пост в чате или на VC может сработать круче,
чем таргет на сто тысяч.**

СПАСИБО!



@AITADIGITAL