



Новите правила в ПР

ст.ас. д-р Десислава Бошнакова,

прихванала малко от Гутенберг, от ТВ и в опит да прихване от Web 2.0, засега...

Какво би направила майка ми,
ако иска да отиде на екскурзия?



- Би попитала приятелка
- Би проверила оферта в офисите на туристическите агенции
- Би чела реклами във вестници и списания
-

Какво бих направила аз, ако
искам да отида на екскурзия?



- Бих попитала Google
- Бих сравнила различни оферти онлайн
- Бих попитала приятелите си във Facebook
- Бих прочела мнения в сайтовете за потребители
-

Каква е разликата?



Старият ПР действаше така:

Компанията X



ПР агенцията Y



дава на

информация, която да
бъде доставена на
потребителите.

Старият ПР действаше така:

ПР агенцията Y



опакова
информацията



и за да достигне до повече хора,
я изпраща на медиите.

Старият ПР действаше така:

Медите на свой
ред я преупакуват



и я доставят
на своята
аудитория.



Така много хора получават информация,
но...

Старият ПР действаше така:

Но кой я отваря?



Изобщо отваря ли я някой?



Новият ПР трябва да действа така:

Компанията X



дава на

ПР агенцията Y



информация, която да
бъде доставена на
потребителите.

Новият ПР трябва да действа така:

ПР агенцията Y



опакова
информацията
в малки пакетчета
за всеки отделен
потребител



и ми я изпраща лично до поискване.

Новият ПР трябва да действа така:

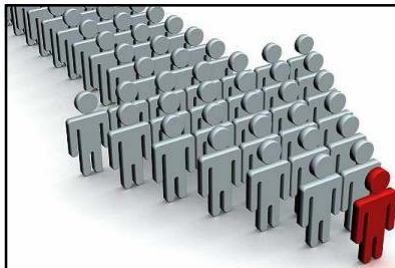
Аз на свой ред преценявам,
дали да я поискам



и ако реша
мога да я
споделя
с приятели.



Така много хора получават информация,
която им е предоставена от приятел,
на когото вярват, когато решат.



Новият
потребител
получи
признание от:

