

Прозрачност, искреност и доверително общуване в професионалната комуникация

гл. ас. д-р Евелина Христова
Нов български университет

Казуси

- Доверие и в източника и в медиатора
 - инцидент в СофияМед – ненавременна, погрешна информация и медийни интерпретации
 - Посещение на правителството в Катар... отново. Информация от тази година и снимка за илюстрация от изминала година. Същите послания от изминалите години...

Прозрачност

- Инструментарииум, с който работим
 - Медии
 - Социални мрежи, Facebook Instant Articles,
 - Аугментирана реалност, Aurazma на HP
 - Събития
 - Намаляване на броя и вида посредници

Искреност

- Намерения спрямо публиките и обществото
 - Зависим от клиенти, от собствена съвест, финансови зависимости, стечение на обстоятелства, множество външни фактори
 - Все пак може да се постигне относителна стабилност

Доверително общуване

- Дългосрочност и повтаряемост. Не предаваме партньорите си.

Доверието в източника и в медиатора

- Правителствена информационна служба, болници... на кого можем да имаме доверие?!?
- Професионалисти на работа, притиснати от множество външни фактори
- Медиите – собственост, влияние, въпроси..

Преодоляване на проблема...

частично

- Специалистите по ПР да се съмняват в себе си, в клиента си и в медиатора
- Да проверяват точността, достоверността и навремеността на информацията
- Да се създаде дългосрочно доверително общуване. Създаване на устойчива връзка с публиките.

Аугментирана реалност







Kings Place, N1 9GU

Jazz here from 7pm today

www Network Rail

www The Observer

? more ...



THE ROTUNDA RESTAURANT
Go to website
See menu
See reviews

expand page?



Closest tube -
King's Cross
300m

Taxi - AVAILABLE





Аугментирана реалност

- Проектът “Емблематичните сгради на България” на Alpha Bank България, реализиран със съдействието на PR агенция Сивитас, an exclusive affiliate of Ketchum, спечели две награди от тазгодишния конкурс за постижения в сферата на връзките с обществеността PR Приз. Отличената кампания спечели първо място в категорията „Корпоративна PR кампания” и второ в още по-оспорваната категория „Зелени комуникации и градска среда”.
- Кампанията беше проведена от септември до декември 2014 г., за да насочи вниманието върху необходимостта от по-добра градска среда и запазване на културно-историческото наследство в градската архитектура. Инициативата е част от дългогодишните традиции на Alpha Bank България да развива и подкрепя значими проекти, които имат принос към общото културно наследство и постижения на България. Тя беше реализирана в партньорство с конкурс „Сграда на годината” на „Градът Медиа Груп”.
- Конкурсът PR Приз се провежда за 15-та поредна година и се организира от Българско дружество за връзки с обществеността (БДВО)