

PR — ЭТО ПРОСТО

**РОМАН
МАСЛЕННИКОВ**

**КАК СОСТОЯТЬСЯ
МОЛОДОМУ ПИАРЩИКУ?**

**5 ПРОСТЫХ
ШАГОВ**

12+

PR – это просто

Роман Масленников

**Как состояться молодому
пиарщику? 5 простых шагов**

«Автор»

2013

Масленников Р. М.

Как состояться молодому пиарщику? 5 простых шагов /
Р. М. Масленников — «Автор», 2013 — (PR – это просто)

Узнайте, как правильно подать себя и продать себя подороже. И очень может быть, что Вам совсем расхочется работать на дядю на ниве PR. Потому что, применив данные советы, Вы вполне сами сможете найти себе первых клиентов. Мини-книга расшифрованных лекций известного PR-практика объединяет советы, которые уже успешно применили студенты «связей с общественностью» Москвы и Московской области, Твери, Новосибирска, Красноярска, Прибалтики, и многих других городов и стран. Молодые пиарщики из МГУ, МГИМО, ТГУ, РГГУ нашли себе достойную работу после этих простых, — казалось бы! — шагов. Советы работают! Адресовано широкому кругу читателей, находящихся в поиске работы. Эти рекомендации Вам не дадут в ВУЗе!

Содержание

Вступление	5
Предупреждение!	6
Бонусы	7
Введение	8
Шаг 1. Резюме	9
Фамилия	10
Опыт работы	12
PR-конкурсы	12
Конец ознакомительного фрагмента.	13

Роман Масленников

Как состояться молодому пиарщику? 5 простых шагов

Вступление

Вашему вниманию – мои наработки в области помощи поиска работы молодым пиарщикам.

В книге также затронут самый актуальный для пиарщика вопрос: «Как найти клиентов?» Формат «мини-книги» будет соблюден. Никакой воды. Только практика.

Конечно, Вы вправе послушать аудио-запись данного вебинара – купить или скачать¹. Но книга есть книга. Здесь есть бонусы! Какие – сами увидите в Приложениях.

P.S. Конечно, я мог бы опубликовать данный текст в виде статьи. Мне не хотелось бы быстрого обесценивания предложенной информации. Первыми ею точно должны воспользоваться избранные.

Вперед!

Роман Масленников

Автор книг «СуперФирма», «СуперЛичность», «СуперКонсалтинг», «101 совет по PR» и др.

¹ <http://makingofpr.ru/productshop/goods/> – магазин инфо-продуктов – лекций о PR

Предупреждение!

Данная мини-книга является стенограммой одноименного аудио-семинара. Поэтому, текст в ней – «как есть». Не сильно корите меня за это. Это опять же преследует 2 цели: экономия и шифровка информации. Кто захочет, тот поймет! А чтобы был стимул за то, что вы решились продрагаться через «надиктованный текст», – (признаюсь, сам часто ругаю авторов, которых хочется прочесть, но у которых книги надиктованы), – вот вам подарки за некомфортное чтение.

Бонусы

Все, кто купит данную книгу – получит от меня бесплатную 15-минутную консультацию по скайпу. Добавляйте меня – [prmaslennikov](#), чтобы условиться о времени. А может быть, все произойдет сразу!

Когда данный материал выйдет в виде полноценной книги – вычитанной, отредактированной, комфортной для чтения – вы узнаете об этом первыми! Жду Вас в скайпе.

Введение

Сегодня на вебинары вы узнаете, как начать, как продолжить карьеру, что писать в своем резюме, как находить работу, особенности этой работы, как находить первых клиентов, и узнаете про перспективы вашей пиар-профессии.

Шаг 1. Резюме

С чего начать? Ну, конечно, основа основ – резюме. Резюме у пиарщика чисто логически, понятно, что должно быть не такое, как у обычного человека. Пиарщики – это особый вид homo sapiens и резюме у них тоже особенные. Но они должны быть не слишком выпирающие для того, чтобы будущий работодатель вас не испугался.

Как сделать Ваши резюме оригинальными, но в, тоже время, и не пугающими?

Во-первых, там должна быть четкая структура, потому что сейчас есть тенденция, что будущий работодатель любой – или агентство, или компания – оценивает всё с предельно логичной ясностью. То есть: простой креатив на ровном месте интересен в редких случаях. Сейчас интересна точность: что компания платит, и что от пиарщика получит. Соответственно, четкость структуры.

Я, в принципе, по запросу могу прислать свое резюме, какое у меня было лет десять назад. Там все это было, о чем я сейчас расскажу. **См. Приложения.**

Итак, что должно быть на самом верху в резюме? Естественно, имя, фамилия (и про фамилию я тоже чуть попозже отмечу). На самом верху должны быть ваши слоганы. Точнее – ваш слоган. Иногда слоганом является фамилия, у пиарщиков много говорящих фамилий есть. Например, Лашевский говорящая фамилия, или Лапшов, или, например, Кошмаров – это, в принципе, говорящие фамилии. Ну так, в качестве шутки!

Фамилия

Так вот, если ваша фамилия слоганом не является, слоганом должна быть либо ваша любимая цитата из какого-нибудь, может быть, телесериала, а, может быть, и какого-то античного героя, или современного пиарщика – в общем, какая-то некая цитата, которая должна вас характеризовать. У меня, например, была цитата Ефима Островского – это признанный гуманитарный технолог, пиарщиком он далеко себя не называет, конечно, он обидится, если его назовут пиарщиком. И у Островского был такой слоган: «Любить платить; конкурировать с самим собой, а не с другими», – и что-то там еще. Вот самый его известный слоган: «Русские должны покупать русское», – но там, по-моему, его не фигурировало. В общем, какие-то три вещи. Вот у меня в резюме такое было напутствие от него. Знающие люди понимали, какие у меня ориентиры и, соответственно, обращали внимание, как со мной дальше уже общаться.

Чуть ниже идет опять-таки фамилия. Говорящая фамилия. Некоторые адвокаты, насколько я знаю, даже иногда меняют свою фамилию для того, чтобы она звучала круче. Вот, например, был у моего друга сокурсник на юридическом факультете, и у него фамилия была какая-то то ли Петров, то ли Иванов – что-то такое невзрачное. И к концу пятого курса он изменил свою фамилию на Крутогорский, и стал Крутогорским. Поменять фамилию, в принципе, – то ли пятьдесят, то ли сто пятьдесят рублей в паспорте. И делать это можно как по каким-то историческим корням (то есть там есть такой пункт «Исторические корни», и вы это как-то подтверждаете), или есть пункт «Потому что я так хочу» – ну, как-то так написано по чиновничьи, но смысл сводится к этому. И, в принципе, об этом никто не будет знать, кроме паспортистки, куда вы сдаете документы. Поэтому рассмотрите этот вариант в начале карьеры. Почему нет?

Какая бы была звучная фамилия для пиарщика? Можно сейчас подумать, например. Мне кажется, что для пиарщика подошли бы фамилии Кремлев, или Сурков, почему нет? Будут спрашивать: «А вы что, родственник того самого?», – а, может быть, даже и спрашивать не будут, сразу молча примут на работу, положат охрененную зарплату, и скажут: «На работу можете не приходить, мы вам просто будем перечислять деньги, а вы просто будете наши слова передавать вашему однофамильцу».

Какие еще могут быть, например, интересные фамилии для пиарщика? Мне очень нравилась фамилия, но она, кстати, была настоящая, у девушки. У нее фамилия была Советникова. Ирина Советникова. Это была ее настоящая фамилия – вот, значит, человек в своей профессии находится, так что, почему нет? Такой вариант тоже имеет место быть.

Дальше: что у нас в резюме идет после фамилии? Ну обычно это опыт работы, образование, и в конце какая-нибудь завлекаловка типа хобби. Значит, хобби (и это я обычно и всем спикерам тоже говорю) должны быть очень интересные и неоднозначные, даже если вы реально этим не увлекаетесь. То есть: какая-нибудь грибная охота, или чтение на латинском оригиналов. Если вам претит придумывать себе хобби, или у вас такого не имеется в принципе, то просто конкретизируйте свои текущие хобби. Например, чтение какой конкретно литературы: зарубежной, девятнадцатого века. Или рисование. Рисование чего? Натюрмортов масляными красками. В общем, хобби должно как-то вот зацеплять. То есть: раздел «хобби» – это заключительный раздел вашего резюме, и он должен быть как рубрика «Культура» в программе «Время», то есть что-то интересное напоследок, чтобы запомнилось.

Вот у меня, например, друг, я ему правил резюме, и я ему посоветовал написать (не в графе «хобби», а, по-моему, графа эта была «опыт работы»; он, собственно, претендовал на должность продавца, по-моему, куда-то там директором по продажам), я ему говорю: «Почему ты не пишешь, что ты ездил вместе с Владимиром Жириновским в тур по всем городам России? Ты же там был не последний человек. Так и пиши в резюме: "Завскладом агита-

ционного поезда ЛДПР"». И, соответственно, его взяли на работу, заинтересовались именно этим пунктом, этой фишкой. Поэтому фишки не только в «хобби», они еще могут фигурировать везде.

Пиарщикам, кстати, часто дают править резюме – это их внештатная работа. Все друзья пиарщикам знакомым присылают: «Поправь мне резюме». Так что резюме мы сегодня уделим приличным объем времени.

Опыт работы

Если у вас опыта работы нет, это относится в первую очередь к студентам, то что писать? Все пишут обычно, какие мастер-классы они прошли, какие они навыки получили, может быть, они в каких-то вебинарах участвовали – тоже пишут. В «опыте работы» надо писать, конечно, и это тоже, но надо писать свои проекты.

PR-конкурсы

Как можно вообще ваши проекты сделать, если вы практически еще никто? Все очень просто: для этого существуют пиар-конкурсы. Их просто, так скажем, очень много! Например, все знаю конкурс для студентов «Хрустальный апельсин» – вперед! Все знают конкурс «Серебряный лучник», они проходят сейчас вообще в каждом регионе. Ну и, в общем, там «Белое крыло», «Рупор», «Moscow PR weekend», «Moscow PR week», питерский конкурс «PRоба». В общем, конкурсов достаточно много. Поэтому подавайте туда заявки, и вот, пожалуйста, ваш проект будет. По-моему, там даже есть такая рубрика «Студенческая работа». То есть его можно даже и не делать, просто придумать и подать, но в резюме это будет смотреться как ваш проект. Потому что делали, не делали – это вопрос второй. Спросят – ответите, а не спросят – не ответите.

Я помню, видел резюме, ко мне устраивалась девушка, она была, по-моему, из Ижевска. У нее был такой проект, меня он сразу зацепил, и он впоследствии рассказала, что этот проект цеплял практически каждого первого потенциального работодателя. Проект назывался «Папа, не пей». Она проводила комплекс каких-то мероприятий в ВУЗе, направленных на то, чтобы в семье алкоголизм уменьшался. И, собственно, этот проект зацепил, выделил из общей массы, и сыграл ей на руку. Поэтому вы когда проект свой придумываете, пусть он будет звучать как-то необычно, потому что человека встречают по внешнему виду, а проект – по названию.

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.