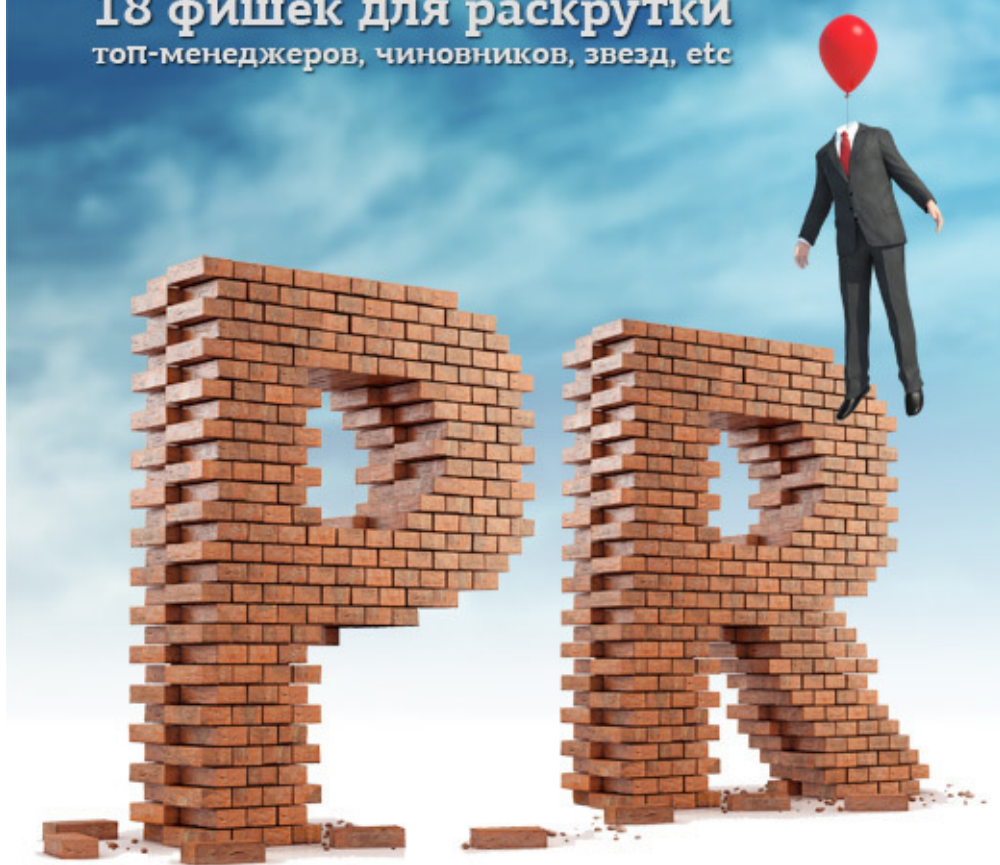


PR для птиц высокого полета

18 фишек для раскрутки
топ-менеджеров, чиновников, звезд, etc



РОМАН МАСЛЕННИКОВ

Роман Масленников

**PR для птиц высокого полета.
18 фишек для раскрутки топ-
менеджеров, чиновников, звезд, etc**

«Автор»

2013

Масленников Р. М.

PR для птиц высокого полета. 18 фишек для раскрутки топ-менеджеров, чиновников, звезд, etc / Р. М. Масленников — «Автор», 2013

ISBN 978-5-457-50299-4

Элита – народ особый. Персональный пиар им любопытен, но не слишком важен. Мудрые люди говорят, что, в общем-то, так и нужно относиться ко всему: к семье, к бизнесу, к сотрудникам, к экспериментам. Какие идеи для раскрутки, для личного пиара, для продвижения в СМИ по всему миру может предложить пиарщик своему клиенту, который принадлежит к элите? Твитеры, скандалы, большие идеи, фейковые назначения, красивые отчеты... И многое другое! 18 советов – в данной книге. С примерами от бизнесменов, политиков и звезд высшей пробы. Из России и Запада. Мой напутственный совет Вам по применению идей в данной мини-книге будет таков. Если вы штатный пиарщик компании, ответственный за персональный пиар руководителя, пресс-секретарь высокопоставленного чиновника или же пресс-агент звезды – выходите с данными советами самостоятельно! По своей инициативе! Это уже само по себе будет оценено, вы сами станете другим пиарщиком, более крутым что ли, пиарщиком – в общем, тем, кого больше ценят. Одним словом – представленные идеи полезны как для Вас лично, так и для Ваших, если можно так выразиться, подопечных.

Немаловажный вопрос. Как донести Вашу идею до Вашего Босса, Шэфа, Любимого Начальника? Этому я посвятил отдельную главу. 18 приемов из практики – Вашему вниманию. Я постарался выбрать лучшее и самое новое для Вас.

ISBN 978-5-457-50299-4

© Масленников Р. М., 2013

© Автор, 2013

Содержание

Введение	5
Важная оговорочка	7
PR-фишка 0. Скандал – это не для нас?	8
PR-фишка 1. Заступничество молодежи	12
PR-фишка 2. Твиттер-хитрости	13
Конец ознакомительного фрагмента.	17

Роман Масленников

PR для птиц высокого полета. 18 фишек для раскрутки топ-менеджеров, чиновников, звезд, etc

Введение

Элита – народ особый. Порой они ведут себя точно как наивные дети.

Нельзя сказать, умышленно ли такое поведение или нет, но факт остается фактом: **персональный пиар им любопытен, но не слишком важен.**

Говорят, что, в общем-то, так и нужно относиться ко всему: к семье, к бизнесу, к сотрудникам, к экспериментам. А еще говорят, что дети – самые счастливые существа на земле. Они ко всему относятся непредвзято, открыто, с искренним интересом. Или – встречают все с категоричной прямоотой: «Не нравится, и все тут!»

Элита бизнеса, государственного и муниципального управления, звезды – все они в том или ином виде имеют представление о персональном пиаре.

Иногда и первые лица государства могут проявить свою осведомленность, причем публично, во всеуслышание. *«Лужкову надо было больше заниматься проблемами Москвы, а не личным пиаром и политическими разводками»*, – высказался как-то Дмитрий Медведев¹.

Главное отличие обычного клиента PR-агентства от птицы высокого полета состоит в следующем.

Элита, нанимая пиар-менеджера, зачастую ставит все вопросы лишь с целью понять отношение к себе как к объекту пиара. В то время как обычный клиент интересуется KPI, показателями эффективности, сухими цифрами, привлечением клиентов, в конце концов. Иное в элите. Да, за показателями могут следить его личные помощники. Но выбирая пиарщика, представитель элиты словно выбирает адвоката, врача, переводчика или личного помощника, бизнес-ассистента. И это, пожалуй, правильный подход. Искренне заинтересованный союзник в отношениях с внешним миром – это крайне важно.

Немного отвлекусь от темы. Взаимность в отношениях босса и его помощника наступает не всегда, скажу я вам... **От «тиранов» и «самодуров» бегут сразу, бегут через год, даже через десять лет... Но, как правило, не надолго.** Потому что преданные люди всегда возвращаются, или их возвращают на лучших условиях. Или они понимают, что ничего сравнимого по эмоциям на работе в их жизни не было. Но это другой вопрос. Как-нибудь обсудим это с Вами.

И даже если вопросы элиты к пиарщику совсем уж наивные, то в конце беседы, как правило, выясняется, что заказчик порой понимает больше, чем знает и может спросить исполнитель. Я же говорю, как дети: знают и понимают больше, чем мы думаем.

Какие идеи для раскрутки, для личного пиара, для продвижения в СМИ может предложить пиарщик своему клиенту, который принадлежит к элите с соответствующим уровнем запросов?

¹ <http://www.interfax.by/news/world/85385>

Все стандартное, классическое, по шаблону из учебников и текущих наработок – это да, конечно. Без этого любая PR-кампания будет похожа на дом без фундамента. Об этом уже не раз писали, поэтому данная мини-книга посвящается обзору PR-фишек, которые можно предложить клиенту *дополнительно*, наряду с классическим пиаром.

Сразу скажу вот что. Фишки и идеи здесь изложены абсолютно бессистемно. С одной стороны, это хорошо – **можно читать с любой страницы**. С другой стороны – как же можно это усвоить, если нет системы? Спросите Вы, и будете правы. Ответ простой – в персональном пиаре важной птицы общей системы быть не может. Все индивидуально, при встрече. Без этого никуда. Попробуйте уговорить врача вылечить Клиента дистанционно!

Мой совет Вам по применению идей в данной мини-книге. Если вы штатный пиарщик компании, ответственный за персональный пиар руководителя, пресс-секретарь высокопоставленного чиновника или же пресс-агент звезды – выходите с данными советами самостоятельно! По своей инициативе! Это уже само по себе будет оценено, вы сами станете *другим пиарщиком*, более крутым что ли, пиарщиком – тем, кого больше ценят. Одним словом – представленные идеи полезны как для Вас лично, так и для Ваших, если можно так выразиться, подопечных.

Немаловажный вопрос. **Как донести Вашу идею до Вашего Босса, Шэфа, Любимого Начальника?** Этому я посвятил отдельную главу.

18 приемов из практики – Вашему вниманию. Я постарался выбрать лучшее и самое новое для Вас.

С уважением к Вашему мозгу,

Роман Масленников

генеральный директор PR-агентства ПРОСТОР Пиар и Консалтинг

Важная оговорочка

В книге возможен разговорный стиль, так как данный текст представляет собой отредактированную стенограмму закрытого семинара для бизнес– и государственной элиты одного из регионов России.

PR-фишка 0. Скандал – это не для нас?

К вопросу о различии большого пиара для чиновников и людей бизнеса. Чиновникам нужно выделяться сдержанно. Это в Нью-Йорке мэр может быть геем, который разрешил браки с животными, а у нас всё строго, поэтому идеи тут масштабные, но воплотимые и органичные. Но как же можно закрыть пиар-вопрос, и не выходить при этом за рамки российского менталитета?

А вот бизнесменам нужно и можно выпендриваться. Это, по сути, главное качество современного гуру предпринимательства. В любой сфере. Готовы вы? Готов ваш босс?

Может, уже было что-то такое, а СМИ этого еще не знает? Вспоминайте, повторяйте, освещайте! Смело ворошите прошлое.





Билл Гейтс, основатель Майкрософт, состояние 66 миллиардов долларов

На первый взгляд это может показаться компроматом, но... Обращайте это себе на пользу – деловые и глянцевые СМИ в Вас влюбятся! Надо ли говорить, что их читатели – тоже?... Со временем.



Ричард Бренсон, компания Virgin, состояние 3,5 млрд фунтов стерлингов



Григорий Лепс на сайте Интерпола

PR-фишка 1. Заступничество молодежи

Обычно чиновники или топы испытывают острую нехватку кадров. Отчасти поэтому чиновники всегда так заинтересованы в общении с молодежью. Все видят в них будущее: избирателей, активных людей, генераторов свежих идей, сторонников и так далее. По крайней мере, им хочется в это верить. Поэтому **работа с молодежью является важной составляющей деятельности топа или чиновника.**

Чтобы быть ближе к молодежи, достаточно выполнить три следующих условия:

- *Показаться в молодежной тусовке;*
- *Обозначит себя, ведь вы не просто случайный гость, вы – участник;*
- *Оставить там свои контакты.*

Но где искать такие тусовки? Не идти же в ночные клубы!

В Москве часто проходят специальные мероприятия, озаглавленные «Startup Weekend», «Startup Access», «Startup Lynch», «Startup Village» – **высматривайте любое мероприятие со словом «Startup».** Они проходят либо на «Digital October», либо в ином технологическом месте типа Сколково. Стоит один раз там появиться, как вы сразу же попадете в новостные сводки и вас познакомят со всей этой активной тусовкой.

Конечно, стартаперов не назвать серьезными бизнесменами, но, по крайней мере, это люди с активной жизненной позицией, которые постоянно что-то пишут, общаются, присутствуют в большинстве популярных социальных сетей. Если вы окажетесь среди них, то и репутация у вас будет достаточно хорошая. Можно даже выступить и войти в президиум или руководство какого-либо бизнес-инкубатора с активной молодежью, а не активная, соответственно, не особенно-то вам и нужна.

Вся активная молодежь обычно очень упорно работает и нигде вообще не появляется. Но поймать на стадии «активно ушли в дела» их можно на вот этих стартаперских тусах. Поэтому смотрите, где они бывают, смотрите стартап-афишу, на которой размещены все анонсы подобных мероприятий. Такие анонсы также публикует Российская венчурная компания.

Короче говоря, **самый простой и быстрый способ подступиться к молодежи – стартапы и бизнес-инкубаторы.**

PR-фишка 2. Твиттер-хитрости

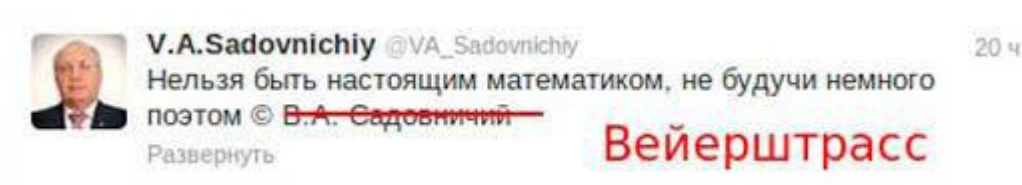
Попасть в молодежную тусовку – только начало. Теперь **нужно научиться говорить на их языке**. А их язык короткий, немногословный, точный, сдобренный картинками и ссылками. Сюда идеально подходит формат «Твиттера», поэтому **вам не помешает завести «Твиттер»**, который нужно будет активно вести.

Не секрет, что блоги часто ведет не хозяин, а некое третье лицо, доносящее главные мысли бизнесмена или политика, освещающее последние события его деятельности и так далее. И если в отношении блогов такой подход еще уместен, то «Твиттер», думаю, уж каждому под силу. Это самый короткий путь к сердцам и сознанию заинтересованных в вас людей: они сами вас найдут, «зафрендят», «зафолловят», «репостнут», где надо, и, в принципе, будут вас за это уважать.

Кроме того, вам откроется возможно вступать в диалог с людьми схожих профессий: с чиновниками, с депутатами, с губернаторами, с бывшими губернаторами, даже с президентом!

Популярность «Твиттера» обуславливается его простотой. Если пост для блога в основном пишется вдумчиво и обстоятельно, перечитывается перед публикацией, всячески дорабатывается и так далее, то отправить короткое сообщение в «Твиттер» можно прямо с телефона, пока вы стоите в пробке. Интерфейс интуитивно понятен, запутаться там просто невозможно. При этом процент реальных людей в «Твиттере» очень высок.

Главное – не постить откровенных глупостей. Например, не надо выдавать чьи-нибудь чужие мысли за свои. Если вы приводите какую-то цитату, то указывайте в скобках автора. Был такой скандал, когда один ректор МГУ завел себе «Твиттер», и накидал туда цитат русских классиков, выдав их за свои мысли. К вечеру его «Твиттер» просто разнесли и все эти твиты пришлось удалять.



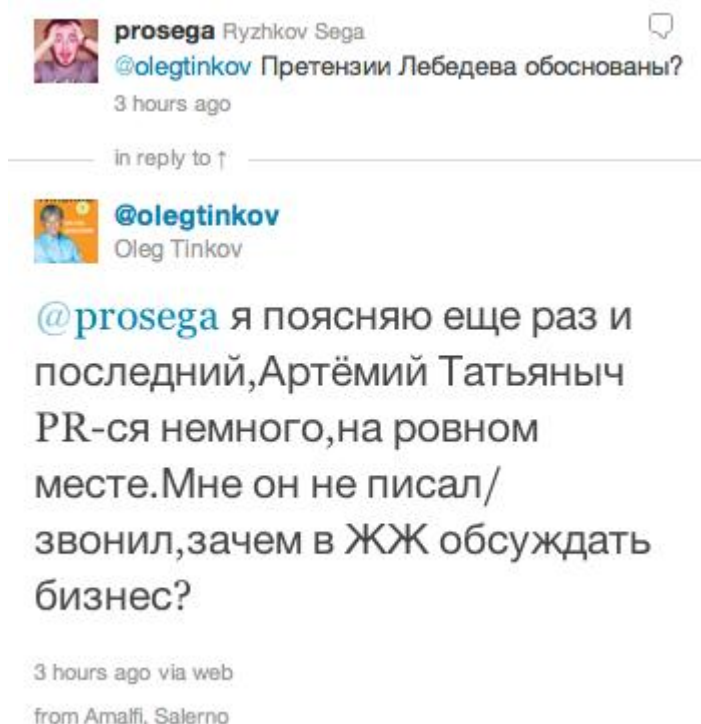
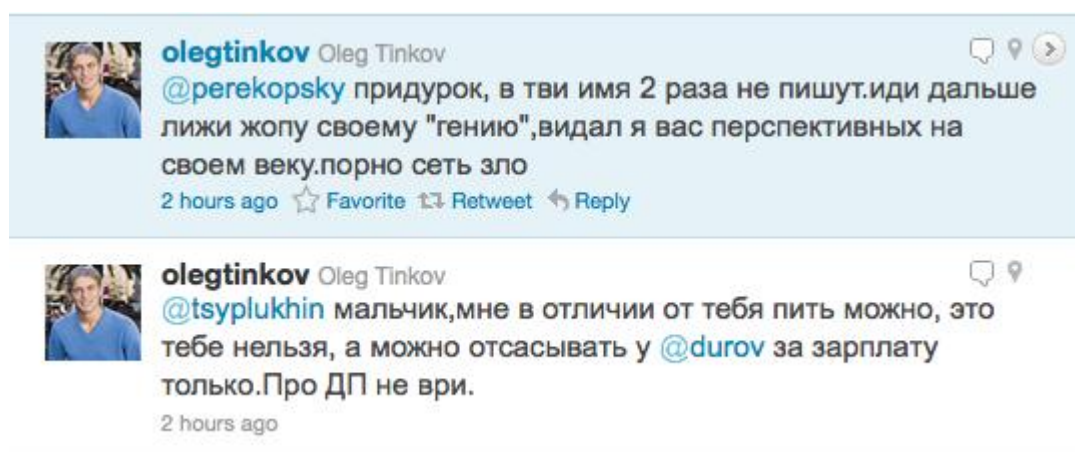
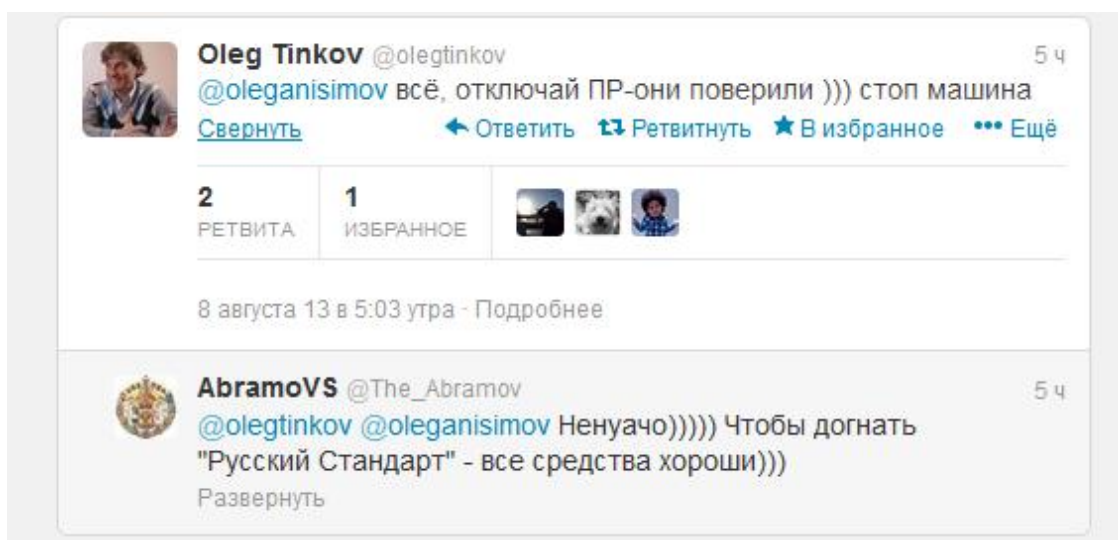
Скандалов в «Твиттере» вообще хватает. Взять того же губернатора Тверской области, который создал пост, что в администрации президента кормят червяками и приложил снимок. Все думают, что из-за этого его и уволили, но, конечно, это фантастика, никто не будет

увольнять губернатора из-за твита. Однако же к нему прицепили этот формальный отдаленный повод.



Твит Тинькова «блюю с яхты» уже попал во все классические вещи. Понятно, что товарищ добавил новый элемент в свой супер-скандальный имидж. Хотя, на мой взгляд, все это сыграло ему на руку.

Вот его другие тви-перлы – особенно мне симпатичен про «отключай ПР – они повели»:



Если вы все-таки запостили в «Твиттер» какую-то глупость, то не надо ее сразу же удалять. Продвинутые люди с самого начала будут следить за вашей деятельностью в

«Твиттере». В первую очередь, это будут журналисты, которым нужны от вас какие-то «горячие» сенсации из первых уст. Прочитать удаленную глупость им будет даже проще, чем просто найти ее среди прочих активных твитов.

Есть специальный инструмент, с помощью которого можно читать удаленные твиты. Они попадают туда автоматически. Там много твитов конгрессменов, американских бизнесменов, очень много российских депутатов.

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.