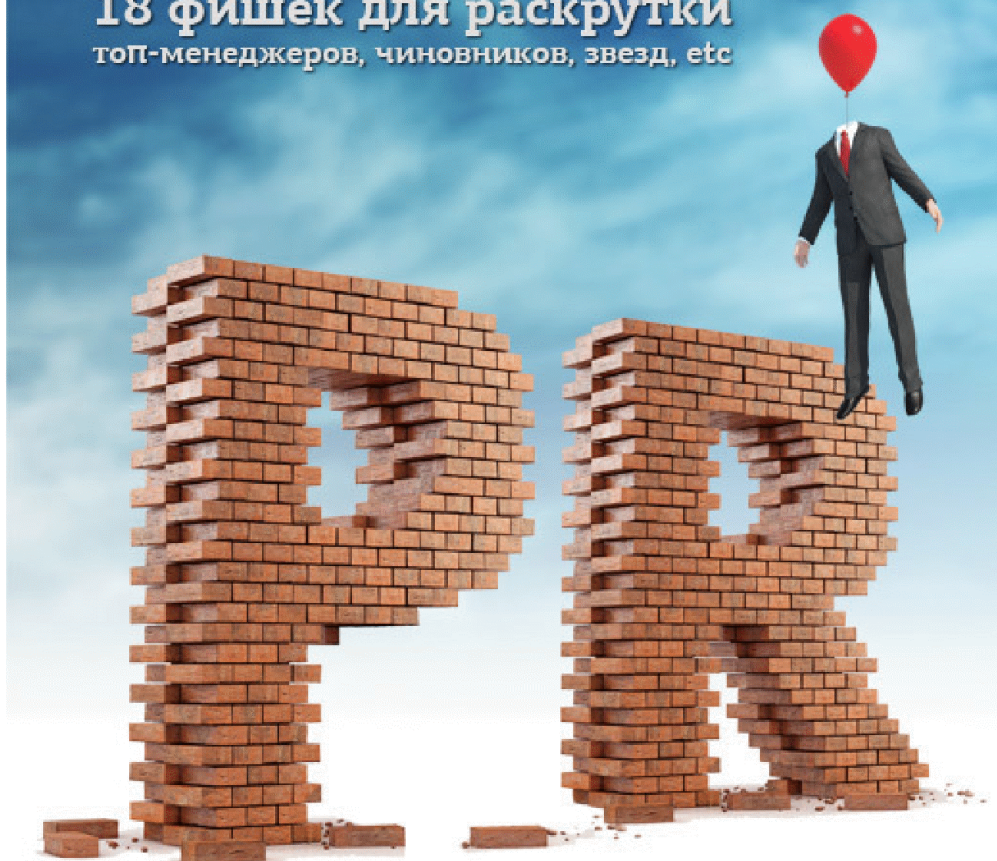


PR для птиц высокого полета

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

Текст предоставлен правообладателем
http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=6358360

PR для птиц высокого полета. 18 фишек для раскрутки топ-менеджеров, чиновников, звезд, etc:
Авторское; Москва; 2013

Аннотация

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.

Содержание

Введение	4
Важная оговорочка	6
PR-фишка 0. Скандал – это не для нас?	7
PR-фишка 1. Заступничество молодежи	11
PR-фишка 2. Твиттер-хитрости	12
PR-фишка 3. Один день из ЖЖизни	16
PR-фишка 4. «1+1+1»	17
PR-фишка 5. Отличные блоги	18
PR-фишка 6. Главный нападающий	19
PR-фишка 7. Новый телеведущий	20
PR-фишка 8. Якунин-стайл	21
PR-фишка 9. В гостях у «Вики»	22
PR-фишка 10. Классный отчет	23
PR-фишка 11. Премия	25
PR-фишка 12. КВН еще тот! Пиар-ход	26
PR-фишка 13. Большие идеи	27
PR-фишка 15. Самострел	31
PR-фишка 16. Немного об антикризисе и блогах	32
VIP-тема. Как вложить хорошую идею в голову босса?	34
Один главный совет-притча	35
Координаты для связи	36
Очень полезные ссылки	37

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 важные 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 глянцевого СМИ в Вас влюбятся! Надо ли говорить, что их читатели – тоже?... Со временем.

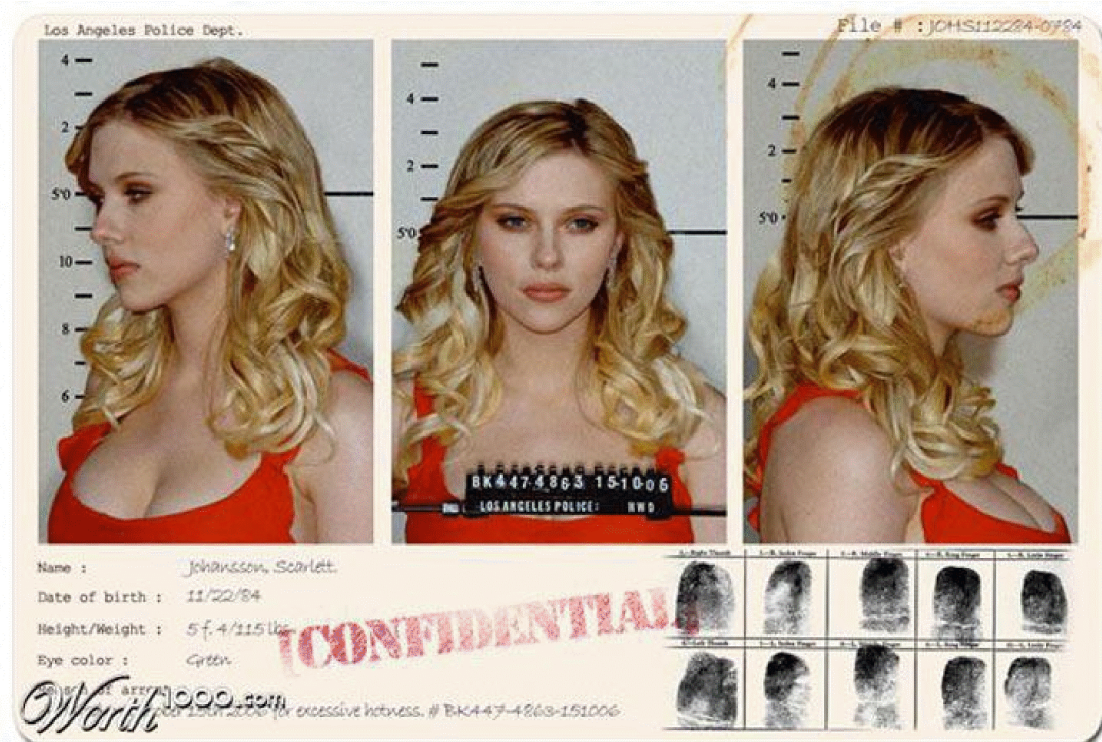


Ричард Бренсон, компания Virgin, состояние 3,5 млрд фунтов стерлингов



Павел Дуров, ВКонтакте, состояние 7,9 млрд рублей

Я уже не говорю про звезд сцены и художников, которым скандалы только на руку. Можно даже пиар-отделы селебретис переносить в пресс-службы полиции, следственного комитета и проч.



Скарлетт Йохансон в полиции



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

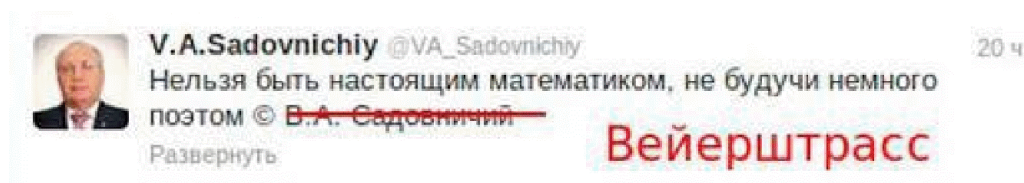
Попасть в молодежную тусовку – только начало. Теперь **нужно научиться говорить на их языке**. А их язык короткий, немногословный, точный, сдобренный картинками и ссылками. Сюда идеально подходит формат «Твиттера», поэтому **вам не помешает завести «Твиттер»**, который нужно будет активно вести.

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 поверили»:


 **Oleg Tinkov** @olegtinkov 5 ч
@oleganisimov всё, отключай ПР-они поверили))) стоп машина
[Свернуть](#) [← Ответить](#) [↻ Ретвитнуть](#) [★ В избранное](#) [⋮ Ещё](#)


2 РЕТВИТА 1 ИЗБРАННОЕ   

8 августа 13 в 5:03 утра · Подробнее


 **AbramoVS** @The_Abramov 5 ч
@olegtinkov @oleganisimov Ненуачо)))))) Чтобы догнать "Русский Стандарт" - все средства хороши)))
[Развернуть](#)

 **olegtinkov** Oleg Tinkov [🗨](#) [📍](#) [➡](#)
@perekopsky придурок, в тви имя 2 раза не пишут.иди дальше лижи жопу своему "гению",видал я вас перспективных на своем веку.порно сеть зло
2 hours ago [★ Favorite](#) [↻ Retweet](#) [← Reply](#)

 **olegtinkov** Oleg Tinkov [🗨](#) [📍](#)
@tsyplukhin мальчик,мне в отличии от тебя пить можно, это тебе нельзя, а можно отсасывать у @durov за зарплату только.Про ДП не ври.
2 hours ago

 **prosega** Ryzhkov Sega [🗨](#)
@olegtinkov Претензии Лебедева обоснованы?
3 hours ago

in reply to ↑

 **@olegtinkov** Oleg Tinkov
[@prosega](#) я поясню еще раз и последний,Артёмий Татьяныч PR-ся немного,на ровном месте.Мне он не писал/ звонил,зачем в ЖЖ обсуждать бизнес?
3 hours ago via web
from Amalfi, Salerno

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.

В итоге, если вы что-то удалили, то лишний раз обратили на это внимание со стороны.

Поэтому либо думаем перед тем, как что-то написать, либо написали и всё, удалять не нужно. Лучше следом еще накидать более-менее нормальных твитов, над которыми тоже можно будет поспорить. Но этот пусть висит, вскоре он забудется в ленте и уйдет вниз.

Накрутить туда тысячу «фолловеров» – дело двухсот рублей. Но тут уже на ваше усмотрение: добавлять к себе таких людей или нет. Дело внутренних убеждений.

Однажды мы предложили этот способ высокопоставленному чиновнику. Он подумал-подумал и отказался, потому что решил, что его аккаунт должен быть настоящим. Человек решил придерживаться своего имиджа. Однако же это накрутить себе сто тысяч друзей можно всегда. А потом, в случае чего, можно сказать, что это сделали конкуренты, а вы здесь вообще ни при чем. **Реальное положение вещей будут знать единицы, все остальные будут заходить и просто видеть эти сто тысяч.**

PR-фишка 3. Один день из ЖЖизни

Одно из самых популярных сообществ в ЖЖ называется «Один мой день» (<http://odin-moy-den.livejournal.com>). Как можно догадаться из названия, в каждом новом посте человек описывает свой прожитый день: он встал, помылся, побрился, поехал на работу, попал в пробку, стоит перед дверью офиса, показывает кипу подписанных и неподписанных бумаг, свою секретаршу, собрание, и в конце – вечерний кофе.

Казалось бы, зачем это нужно топу или чиновнику? Это действует очень доверительно: **вы показываете свою открытость, насколько интересна ваша личность, а также демонстрируется бытовая сторона, тем самым приближая вас к народу.**

Образцово-показательным постом тут может служить публикация министра по делам печати и массовых коммуникаций Михаила Сеславинского. Он сделал «Один день чиновника-библиофила», в котором показал свою кухню, рабочий стол, забытые дочкой учебники, пробку и другие детали своей жизни – <http://odin-moy-den.livejournal.com/880824.html>. В итоге пост собрал большое количество положительных отзывов. Таких примеров не много, поэтому **у вас еще есть шанс оказаться в числе первых супероткрытых чиновников или топов.**

Там же у многих блогеров есть рубрика «Производственный репортаж», когда вы заказываете репортаж блогеру. В частности, очень хорошо такие репортажи делает Илья Варламов (<http://zyalt.livejournal.com/>): приезжает, фотографирует, описывает, как всё это было, а потом вывешивает это у себя в ЖЖ.

Вы можете пригласить его на «Производственный репортаж» в отношении той сферы, за которую вы отвечаете, будь то внутреннее устройство цеха или ваше рабочее совещание в палате заседаний, чтобы он всё сфотографировал и осветил. Затем он согласует с вами, когда выложить в ЖЖ все эти материалы. На стадии переговоров также можно добиться и того, чтобы публикация вышла на бесплатной основе. Однако запомните: **чем интереснее ваши «внутренние кухни», тем больше шансов, что это будет бесплатно.**

С блогерами также можно и нужно встречаться. Образцовые встречи проводил известный депутат и олигарх Александр Лебедев. Он делал анонс, мол, кто хочет прийти на встречу, те пусть оставят заявку в комментариях. Затем они получали от депутата Госдумы приглашение, по которому и приходили на эти встречи. В итоге собиралось сто-двести блогеров. Лебедев раздавал свои книги, со всеми общался; получалась своего рода встреча с читателями. Когда вы чувствуете, что есть потенциал, то можно «кинуть клич» и объявить о такой встрече.

Если вы думаете, что сто человек все-таки не придет, тогда вам нужно организовать в своем городе клуб блогеров. С ним надо встречаться!

Сейчас встреча с блогерами порой даже важнее, чем со СМИ. Простая арифметика: газету читает десять тысяч, блогера читает пятьдесят тысяч. А если вам удастся вытащить на такую встречу «блогера всея Руси» Артемия Лебедева, то у вас будет пятьдесят тысяч просмотров за один день минимум.

PR-фишка 4. «1+1+1»

Найдите время на встречу с журналистом один на один. К примеру, пригласите его на обед. **Никогда не ешьте в одиночку** – это знаменитое правило. Я не стану подробно на этом останавливаться, просто запомните, что это достойная альтернатива скучным пресс-конференциям и напряженным пресс-завтракам.

PR-фишка 5. Отличные блоги

Буду краток: «Сноб» и «Эхо Москвы». Эти блоги статусом повыше по сравнению с Живым Журналом, потому что, например, в «Снобе» комментируют реальные люди, а на «Эхо Москвы» в разы больше просмотров, чем в ЖЖ.

Но и ЖЖ тоже как ни крути – жив. Даже там можно стать миллионером, но речь не об этом.

Впрочем блог можно вести вообще вне какой либо системы. Так называемый – стэнд-элон-блог. Или на любой из независимых систем – wordpress или blogspot, или на сайте компании.

Блогеры-миллионеры

Свой блог постоянно ведут три миллиардера. По версии «Forbes», они считаются самыми богатыми блогерами планеты, хотя состояние заработали совсем на другом.

* Сергей Брин² – \$15,9 млрд. Переехал из СССР на постоянное место жительства в США в 1979 году, когда ему было шесть лет. Один из разработчиков и сооснователей поисковой системы Google.

* Марк Кьюбен³ – \$2,6, млрд. Владелец баскетбольной команды «Dallas Mavericks». Состояние сделал на торговле компьютерным оборудованием и программным обеспечением.

* Александр Лебедев⁴ – \$1,1 млрд. Российский политик и предприниматель, владелец британских газет «The Independent» и «Evening Standard».

Лучший результат

Самым успешным блогером, разбогатевшим на своем интернет-дневнике, считается канадский предприниматель, создатель бесплатного сайта знакомств PlentyofFish.com Маркус Фринд. Оценочная стоимость его блога – \$50 млн. Приблизительный доход – \$10 тыс. в день⁵.

² <http://too.blogspot.ru/>

³ <http://blogmaverick.com/>

⁴ <http://alex-lebedev.livejournal.com/>

⁵ Блогеры-миллионеры – <http://www.scandaly.ru/2013/07/17/blogeryi-millionery/>

PR-фишка 6. Главный нападающий

Когда у вас назревает какая-то остросоциальная проблема, и вы понимаете, что решить ее простым разговором будет трудно или даже невозможно, когда грядут какие-то общественные волнения или забастовки, **рекомендуется создать под себя ручную оппозицию**. Вы сам создаете группу протеста, но, естественно, об этом никто не знает. Вам нужно нанять подпольных революционеров или кого-то в этом роде. Обращаемся к классике: Достоевский, «Бесы» – это всё про нашу оппозицию и про то, как сделать свою группу протеста, чтобы самостоятельно с ней же и спорить.

Это может быть как группа протеста так и один человек (такой человек на целую страну у нас уже, кстати, готов). На каждую область – да, это тоже было бы хорошо. Есть также родственная форма этого приема – конкурент, против которого вы всю свою карьеру боретесь и боретесь, и в конце вы все-таки миритесь или побеждаете его.

Например, упомянутый выше Александр Лебедев всю свою карьеру в ЖЖ или в прессе постоянно выстраивал атаку и всю полемику на фоне борьбы с Мединским, будущим Министром культуры. У них были постоянные склоки: то он что-то неправильно написал, то закон не тот принял или поддержал. Этот спор не имел ни конца, ни начала.

Я всегда принимал это за чистую монету, думал, что они по-настоящему дерутся. Но однажды я смотрел программу «К барьеру», где у каждого сидели секунданты. Я уже не помню, кто там выступал, но на одной и той же ложе секундантов как ни в чем не бывало сидели Александр Лебедев и Владимир Мединский. Они играли за одну команду, задавали кому-то вопросы, активно поддерживали друг друга, поддакивали и так далее. Здесь была разыграна карта «конкурент ручной».

Театральная борьба у всех на виду не оставляет пространства для реального нападения со стороны. Вы заняты борьбой, все это видят, все это понимают, и если кто-то со своим протестом будет к вам соваться, то его просто никто не услышит. Такой же эффект будет и с главным нападающим: если вы знаете, что к вам есть определенные претензии, то все они в более мягкой обобщенной форме канализируются в одного человека или в одну группу, которой вы же и управляете. Получается, что вроде как и пар выпущен, и вы всё контролируете, и общественное мнение не станет слушать реальных оппонентов, тех, кто реально может вам насолить. Вместо этого все внимание будет приковано к вашей группе оппозиции.

PR-фишка 7. Новый телеведущий

Огромный плюс, если человек работает в СМИ журналистом, когда он у него есть своя программа в YouTube или на каком-то канале, где он интервьюирует всех подряд, тем самым перенося их позитивный имидж на себя. Например, все вы знаете, как Тиньков в своих «Бизнес-секретах» проинтервьюировал всех великих предпринимателей. И идея сама по себе отличная, и всем стал доступен полезный контент.

Как работают утренние передачи на каком-нибудь государственном канале? Монотонный голос рассказывает о последних событиях, а затем так же монотонно отвечает на вопросы слушателей или телезрителей. **Этот формат уже давно устарел**, на смену ему пришел диалог с интересным человеком, когда уже по ходу этого диалога возникают какие-то вопросы. Это смотреть намного интереснее и получается так, что с тобой бесплатно делятся имиджем уже зарекомендовавшие себя люди: ученые, певцы, местные знаменитости и так далее.

Такой формат делается либо на том же YouTube, либо на местном канале в форме вот такого интервью: вы делаете себе план, всех интервьюируете, и получается достаточно интересный контент, а также идут большие плюсы в ваш имидж, даже если вы начинаете с нуля. Если это YouTube, то это прямое общение с аудиторией: видеоблог в формате интервью.

Очень интересно проводил интервью Владимир Соловьев, когда он был еще толстый и с усами: к нему тогда приходили все звезды, политики, ученые. Эта программа называлась «Страсти по Соловьеву», я ее с удовольствием смотрел. Владимира Соловьева тогда никто не знал, но **все с интересом смотрели, потому что к нему приходили интересные люди**.

И таких примеров много: Собчак сейчас стала интервьюировать, «Собчак живьем». Конечно, все делают замечания, что Собчак не дотягивает до уровня тех, кого она интервьюирует, но однако же человек, который смотрит с нуля, думает, что, да, наконец-то она занялась хоть каким-то делом.

Самое интересное, когда интервьюирует не журналист, а именно бизнесмен или чиновник. Например, он криво ставит вопросы, на что получает кучу советов и рекомендаций, и в итоге создается эффект натуральности, а это всегда больше рейтингов. Если Познер кого-то интервьюирует, понятно, что это будет очень интересно, но не так интересно, если интервьюировать будет непрофессионал в непривычной для себя роли. Конечно, можете пригласить для страховки со-ведущего, профессионального журналиста, который будет вас оттенять, помогать, что-то советовать, и тогда получится хороший эффект полноценной программы.

PR-фишка 8. Якунин-стайл

Если надо на раз привлечь к себе внимание, то используйте прием, который называется «Фейковое назначение».

Вас может назначить заместителем губернатора или даже президентом «Майкрософта» любой студент, и эта новость выйдет. Сделать такое технологически очень просто. Главное – понять, нужно ли вам это, и если нужно, то зачем.

Обычно необходимость в этом приеме появляется в тот момент, когда над вами нависает какая-либо угроза или вам требуется отвлечь внимание от чего-то другого. Во всех этих случаях вы можете сделать «утечку», что вас назначают на такую-то должность.

Этот прием применялся, когда недавно якобы сместили Якунина, а на его место назначили кого-то другого. Человек сразу понял, кто «за», а кто «против», он лишний раз вышел на контакт с президентом, с премьером. В общем, у него получился хороший маневр. В итоге это всё пошло на пользу самому же Якунину. Однако это обернулось против Медведева, но его почему-то специально «подмачивают» в последнее время, не знаю, почему.

Этот прием может решить целый ряд проблем, но чаще всего он используется именно в качестве отвлекающего маневра или как упреждающая мера⁶.

СООБЩЕНИЕ
ПРЕСС-СЛУЖБЫ
ПРАВИТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

19 июня 2013 года



103274, МОСКВА,
КРАСНОПРЕСНЕНСКАЯ
НАБЕРЕЖНАЯ,
ДОМ 12

www.government.ru

БЕЗ ЭМБАРГО

Председатель Правительства Российской Федерации Д.А. Медведев своим распоряжением освободил Якунина Владимира Ивановича от должности президента открытого акционерного общества «Российские железные дороги» его просьбе.

Другим своим распоряжением Д.А. Медведев назначил Мишарина Александра Сергеевича на должность президента ОАО «РЖД».

Текст документа будет опубликован в ближайшее время на официальном сайте Правительства Российской Федерации www.government.ru.

⁶ <http://newsbabr.com/?IDE=115957>

PR-фишка 9. В гостях у «Вики»

Каждая более-менее важная персона должна быть в «Википедии». Если вас нет в «Википедии», то вы не интересны. Чтобы туда попасть, через различные сайты типа «Фриланса» нужно найти человека, который работает в «Википедии» модератором. Также можно поспрашивать об этом в разных пиар-агентствах, у некоторых из них есть такая услуга. **Когда вы есть в «Википедии», то считайте, что Первый Канал снял про вас сюжет – эффект примерно такой же.**

Есть аналоги «Википедии», с которых можно начать. Например, портал wikireality, но, конечно, это уже не то. Но если «Википедия» вас забанила, не допускает или вы еще не добрались до людей, которые этим занимаются, то именно сайты-аналоги придут к вам на помощь.

«Википедия» – это биография из фактов, поэтому **важно, чтобы у вас были независимые публикации в СМИ.** «Родился там-то», – ссылка на журнал «Колхозный рабочий». «Занял пост председателя колхоза», – ссылочка на упоминание в журнале «Крестьянка».

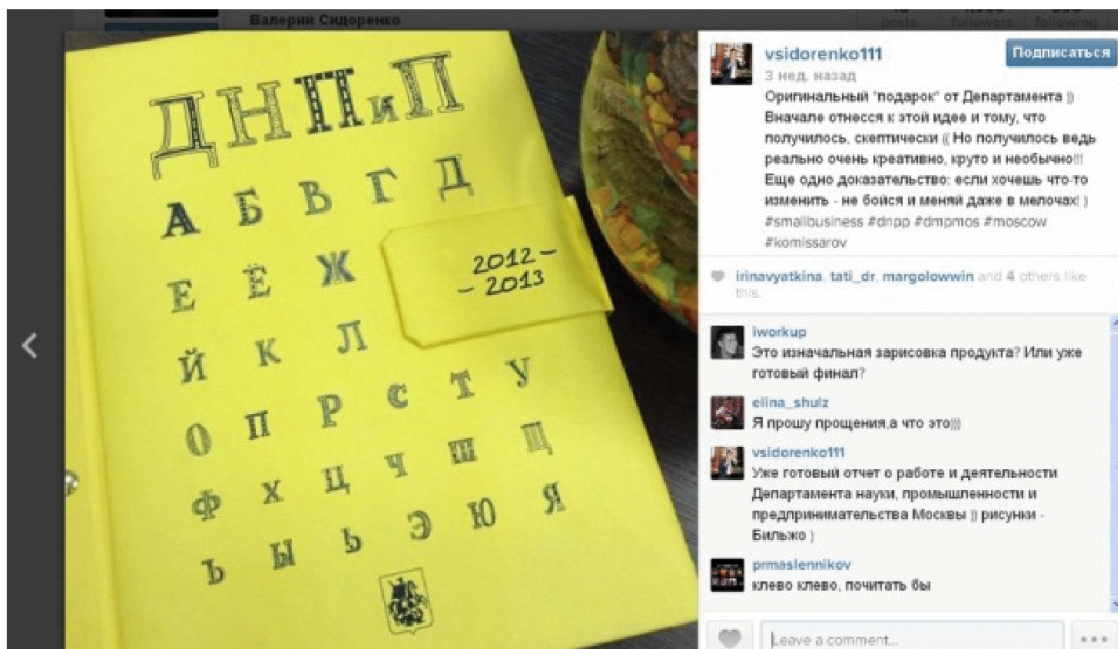
Все эти статьи можно написать самостоятельно. Но в этом случае рекомендую вам как можно более внимательно изучить все требования, потому что там всё это писано кровью, и за каждую запятую модераторы бьются, как коршуны.

«Пресс-портрет» в Яндексе – аналог бесплатного приложения к «Википедии», где тоже нужно быть. Хотя просто так там не окажешься, его нельзя создать, всё собирается автоматически, а оттого является показателем статуса. В то же время его можно корректировать. Если, например, однофамильцы попали в вашу новостную ленту, то можно написать в Яндекс, и они поправят, фотографию заменят, должность новую выставят и учтут любые ваши пожелания. **Если у вас есть «Пресс-портрет» в Яндексе, значит вы работаете на должном уровне.**

PR-фишка 10. Классный отчет

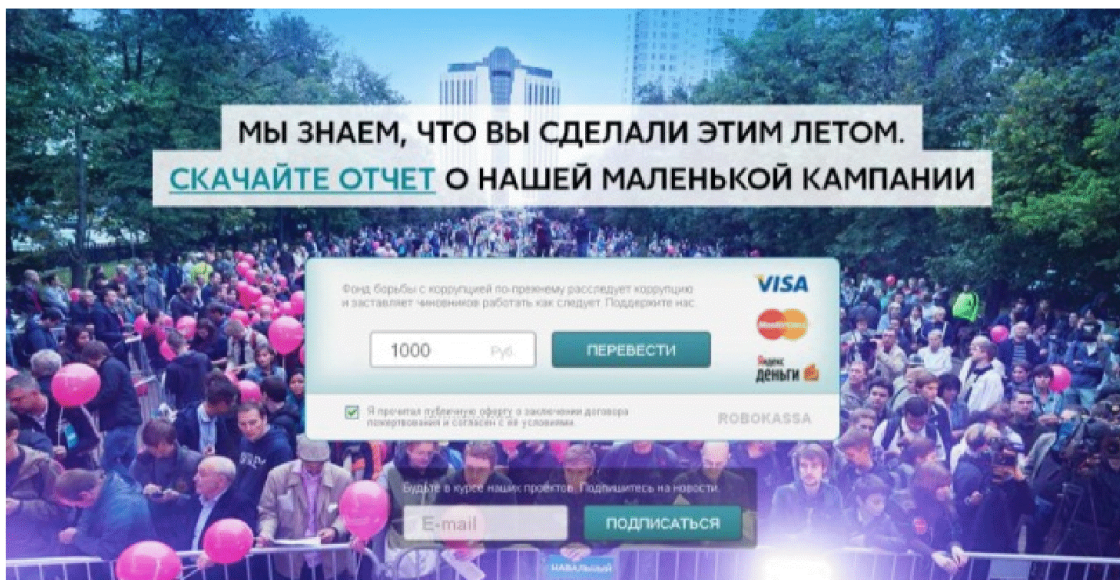
По итогам деятельности топа или чиновника обычно делается **годовой отчет**. Он может быть как обязательный, так и не обязательный. **Я рекомендую делать его всегда**, и даже на его основе создавать некую презентацию для журналистов, чтобы они могли ознакомиться с итогами проделанной работы.

Недавно вышел очень интересный отчет Департамента науки, промышленной политики и предпринимательства города Москвы, который был оформлен рисунками Бильжо. То есть Бильжо самостоятельно иллюстрировал каждый факт. Получилось очень необычно, это был новаторский ход, всем очень понравилось, и все сразу поняли, чем занимался Департамент весь год.



Вам, конечно, Бильжо вряд ли поможет, но имейте это в виду. **Чем красивее вы его оформите, тем довольнее будет ваш начальник.** И другая аудитория. Проверено!

А вот отчет о предвыборной кампании Алексея Навального – доступен онлайн <http://report.navalny.ru>.



PR-фишка 11. Премия

Лучшая премия для чиновника – это госнаграда. Мне неизвестны технологии ее прямого получения, но я знаю, что это делается по запросу. Если она была получена, то врубайте пиар на полную катушку!

Можно получать награды от различных благотворительных фондов или от научных организаций. У чиновников или топов раньше было в моде делать себе «кандидатские» или «докторские». Сейчас с этим посложнее, потому что им реально некогда писать, а любой плагиат будет моментально вычислен. Поэтому **либо вы занимаетесь этим сами, либо не занимаетесь этим вообще.**

Могу посоветовать две хорошие премии для бизнесменов, где можно засветиться: «Ernst & Young», «предприниматель года», и премия «Генеральный директор года» от журнала «Генеральный директор» (<http://www.gd2012.ru/>).

PR-фишка 12. КВН еще тот! Пиар-ход

Почему-то мало кто рассматривает этот метод в качестве пиар-хода, но, тем не менее, **все нормальные люди, которые пекутся за свой имидж, за имидж города, поселка или страны, поддерживают команды КВН.** В Высшей и Премьер-лиге мы видим такие города, о которых никогда бы не узнали, если бы не КВН: Камызяк, Нягань и так далее. Причем, на данный момент эти города стали хорошими туристическими центрами. Я сам недавно был в Камызяке, хотя изначально ехал вообще не туда. Но когда все же решился поехать в Камызяк, ни разу об этом не пожалел.

Не понимаю, почему город или поселок не вкладывается в это направление. Это одна из самых рейтинговых передач Первого канала, особенно Высшая лига. К тому же у них есть куча открытых конкурсов: Сочи, куда может записаться любой желающий, «Новая волна», в которой нет никаких отборочных туров – пожалуйста. Кроме того, вам могут предложить режиссера, который займется написанием сценария.

В КВН также недавно появилась рубрика, которая называется «Стэм со звездой». Если у топа, чиновника или звезды вдруг появилась проблема с имиджем «хорошего парня» и «своего человека» – оперативно, но ненавязчиво предлагайте себя на роль приглашенной звезды.

PR-фишка 13. Большие идеи

Существует ряд больших идей, которые не обязательно делать, но именно под их флагом целый год можно захватывать внимание, стремиться к этому, постепенно идти. Речь идет о неких больших идеях для города.

Например, я общался с предпринимателями в Твери, которым, и сейчас вы поймете уровень, я предложил построить зоопарк. «В Твери нет зоопарка», – под этим лозунгом можно делать кампанию, благотворительный фонд, собирать фандрайзинг и так далее.

Если во главе всего стоит такая большая идея, то она автоматически воздействует на престиж города. Марафон, аэродром, мост – если есть какая-то большая идея, то под ее флагом можно творить вообще всё что угодно, и на вас будут *смотреть с доверием*.

Она может быть как позитивная (я сторонник как раз позитивных идей), так и в виде борьбы с чем-то. Например, в Екатеринбурге существует проблема наркотиков, там эта тема уже давно крутится, разыгрывается, делается, все там лечатся, выкорчевываются. Конечно, надо иметь мужество, чтобы заниматься таким делом.

Можно двигать сразу несколько идей, или двигать одну и ту же идею год или все время, пока вы находитесь на этом сроке, если вы чиновник, либо все время, пока вы занимаетесь бизнесом, если вы предприниматель.

Есть такое опасение: вот вы об этом заявили, все поаплодировали, кончили аплодировать, а дальше что? **Это технология еженедельного набрасывания нового информационного повода** или отчета, как вы провели митинг или куда-то обратились. Нужно каждую неделю что-то набрасывать, включать какой-то креатив, а после этого реально действовать. Придете вы к этому или нет – неизвестно. Но *к этому реально нужно идти*, нужно показывать, что каждую неделю вы реально что-то делаете.

Отсюда, кстати, вытекает еще один совет, который, впрочем, будет экстремальным для города, но его все равно нужно иметь в виду. **Определитесь: вы за «Единую Россию» и за власть, либо вы в оппозиции.** Бизнесмены говорят, что они за «Единую Россию», но шепотом и так, чтобы об этом никто не узнал. Но если об этом заявить открыто, то оппозиция – куча публикаций, но риск лишиться должности (в отдельных случаях), а если вы за «Единую Россию», то у вас стабильный имидж, публикации в «Известиях», «Российской газете» и подобных изданиях, которые никто не будет читать.

В общем, это палка о двух концах, и если все-таки точно нужно сделать шаг, то делайте его либо туда, либо туда. Об этом выборе всегда нужно помнить, из этого также можно извлекать большие репутационные выгоды. **Ваша позиция должна быть кардинальной.**

Примеры? Их, как говорится, есть у меня.



Австралийский бизнесмен **Клайв Палмер** попадает в последнее время во все заголовки. Владелец Mineralogy, добывающей компании, которая фокусируется на обеспечении Китая железной рудой, Палмер известен своими странными и грандиозными идеями. В 2012 году он выступил против организации по охране окружающей среды Гринпис, утверждая, что они вступили в сговор с ЦРУ, чтобы привести в упадок австралийскую горнодобывающую промышленность. В течение некоторого времени у него были **планы клонировать динозавров**, чтобы привлечь гостей к своему 5-звездочному курорту Coolum Palmer. Когда идея провалилась, он затеял постройку более 100 аниматронных динозавров на курортном поле для гольфа. Его последний план: **построить копию круизного лайнера Титаник**. Титаник II, который должен появиться в 2016 году, будет соответствовать подлиннику...⁷





⁷ Десятка самых эксцентричных миллионеров – <http://vsyako-razno.ru/44180-desyatka-samyh-ekscentrichnyh-millionerov-10-foto.html>

Питер Тиль участвовал во многих проектах. Соучредитель PayPal и инвестор Facebook, Тиль, кажется, имеет лицензию на печатание денег. Но его истинная страсть в благотворительности через Фонд Тиля – **инвестиции в странные революционные технологии.**

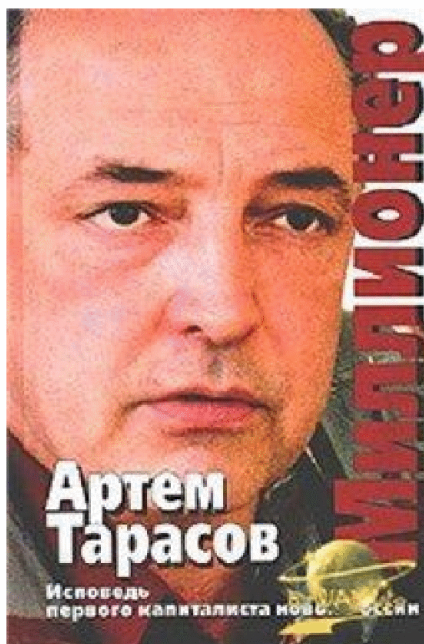
Среди его интересов: **разработка искусственного интеллекта, человеческое бессмертие и строительство океанских плавающих городов**, которые, как он считает, необходимы для продолжения нашего вида.

А наши?... Пожалуйста!

Михаил Батин ищет варианты бессмертия⁸.

<p>Избранные статьи Случайная статья Текущие события</p> <p>Участие Сообщить об ошибке Портал сообщества Форум Свежие правки Новые страницы Справка Пожертвования</p> <p>Печать/экспорт</p> <p>Инструменты</p> <p>На других языках  English Править ссылки</p>	<p>Михаил Александрович Батин (родился 3 июля, 1972 года) — депутат Костромской областной Думы четвёртого созыва^[1], председатель Федерации организаций профсоюзов Костромской области, предприниматель, председатель общественной организации «За увеличение продолжительности жизни»^[2].</p> <p>Михаил Батин является последователем идей русских космистов^[3], активно поддерживает научные проекты по исследованию механизмов старения и долголетия^[4].</p> <p>Содержание [убрать]</p> <ul style="list-style-type: none">1 Биография<ul style="list-style-type: none">1.1 Должности1.2 Награды2 Библиография<ul style="list-style-type: none">2.1 Книги2.2 Публикации3 Интервью4 Примечания5 Ссылки	<p>Михаил Александрович Батин</p> <p>Род <i>политик</i>, основатель</p> <p>деятельности: общественной организации «За увеличение продолжительности жизни», депутат Костромской областной Думы</p> <p>Дата рождения: 3 июля 1972 (41 год)</p> <p>Место рождения: Кострома, РСФСР, СССР</p> <p>Награды и премии: </p>
---	---	---

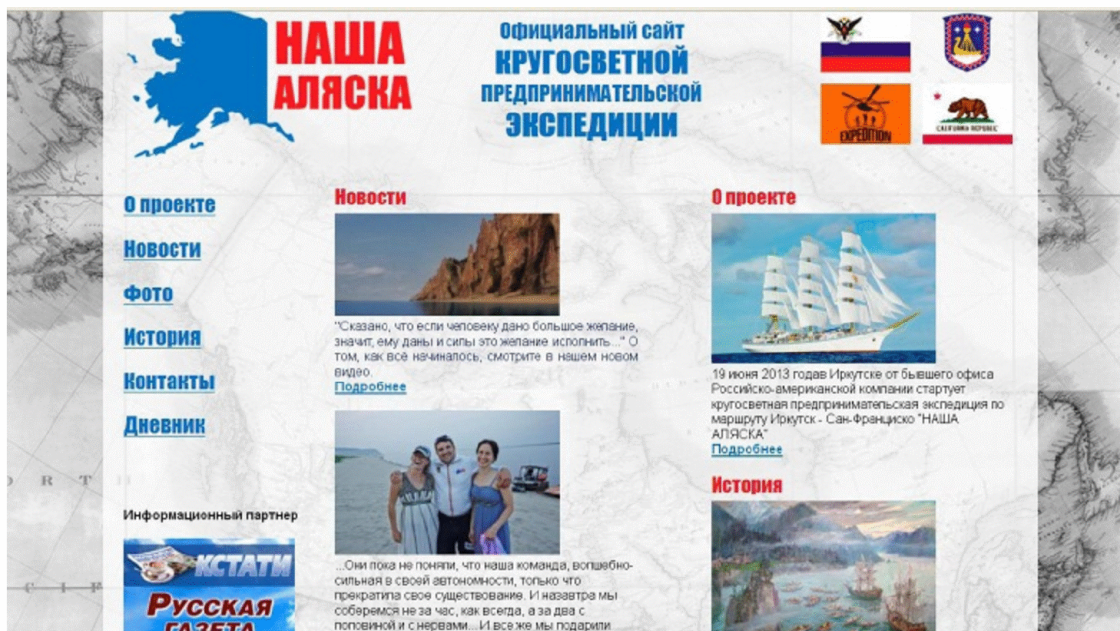
Артем Тарасов хотел построить в Москве океанариум⁹.



⁸ http://ru.wikipedia.org/wiki/%C1%E0%F2%E8%ED_%CC%E8%F5%E0%E8%EB_%C0%EB%E5%EA%F1%E0%ED%E4%F0%EE%E2%E8%F7

⁹ http://polit.ru/article/2008/06/23/artem_tarasov/ и его книга «Миллионер»

Александр Кравцов ездит в рекордные экспедиции и планирует заново завоевать Аляску¹⁰.



Тут уже никто не скажет «для пиара»... Это – реальные крутые проекты, будоражащие МОЗГ.

¹⁰ <http://nasha-alaska.ru/news/2013-06-24/dnevnik-aleksandra-kravtsova-chastj-1.html>

PR-фишка 15. Самострел

Другой экстремально-скандальный способ называется «**Самострел**» – когда сам себя калечишь, изувечиваешь, попадаешь в ДТП, тебя грабят, ты попадаешь на каком-нибудь превышении скорости. Это серьезный ход, который нужен тогда, когда под вами уже «горит земля» и внимание нужно срочно переключать. Ограбление, ДТП, нападение – *всё остальное сразу отойдет на второй план.*

Лучшей иллюстрацией для этого метода являются выборы: как кандидаты попадали в сводки новостей в этот период? У них разбивали офис, увечили штаб и так далее. **Рубрика «происшествия» – самая читаемая рубрика**, и поэтому все стараются туда попасть. Это классика.

Также я рекомендую посмотреть сериал «Босс», про мэра Чикаго. В нем показана «политическая кухня» почти как в России девяностых, только все в галстуках, а не в малиновых пиджаках, но смысл тот же. Пиар там показан очень классно. Например, там был случай, когда под мэром «загорелась земля», его вот-вот свергнут, его кампания не набрала ни одного голоса, сейчас против него выдвигаются обвинения в том, что он загрязнил какой-то район – всё, завтра выходит статья, что мэр полный козел, и его надо снять. И после выхода этой статьи его действительно должны снять, потому что она очень разгромная и уже готова.

И тогда мэр сдает полиции свою дочь-наркоманку: «Я, мэр Чикаго, жертвую своей дочерью, которая попала под наркоманский рейд, и сейчас она находится в изоляторе. Ее только сегодня повязали». После этой новости все про всё забыли. Где он там что загадил уже не важно, главное, что он не стал препятствовать задержанию своей дочери, а, наоборот, даже поощрил это. Дочь, конечно, сразу же встала против него, но главное, что он *смог увести от себя «торпеду».*

Однако *не стоит сразу же начинать с экстрима.* Я за большие позитивные идеи, через тернии к звездам!

PR-фишка 16. Немного об антикризисе и блогах

Есть три мира: интернет (сайты, порталы), интернет 2.0 (блоги, форумы, причем сначала появились форумы, а уже потом блоги), интернет 3.0 (соцсети). Общаться в соцсетях – дело неблагодарное, особенно для чиновников и топ-менеджеров. Даже лучше, чтобы их там вообще не было, потому что они рискуют получить статус бездельника.

Но блоги – да! Там можно заявлять свою позицию, с кем-то спорить, собирать других блогеров. Блоги у нас сейчас ведут все олигархи от Михаила Прохорова до Тинькова, также очень хорошо их ведут чиновники, тот же Якунин.

Я уже говорил, что, безусловно, *за всех пишут*. Но есть люди типа Германа Стерлигова – это бывший миллиардер, который сейчас где-то пасет коз, чахнет над какими-то золотыми слитками. Вот он наверняка пишет сам, поскольку фактически он там «курит бамбук». То же касается Полонского – вряд ли третье лицо могло накатать вот такую вот бредятину.

Тиньков хотя и вел блог с грамматическими ошибками, вскоре стало ясно, что это были запрограммированные пиарщиками ошибки, которые специально допускались: буквы пропускали, знаки препинания ставили не там, где надо. Якобы придерживались его стилистики. Это довольно быстро было распознано, но никто в итоге от этого не пострадал. Сам или не сам – это особенно-то и не важно. Речь тут идет о том, что *блоги – это достаточно хорошая площадка, и очень много чиновников и министров их ведут*.

Важно там себя правильно вести. Например, если написать в комментариях матом, тебя сразу же везде процитируют и в итоге может даже до увольнения. *Комментарии проще сделать скрытыми или премодерируемыми*, когда комментарий отправляешь, а тебе в ответ пишут, что комментарий будет рассмотрен и открыт после проверки модератором.

Если вы сами вдруг решите поручить написание постов третьему лицу (хотя это, конечно, нежелательно), то не бойтесь того, что вас *разоблачат*. В конце концов, в ЖЖ не дураки сидят, **люди понимают, с кем они общаются**. Для них важно получить *шанс быть услышанными*. А он будет куда больше, чем, например, в случае какого-нибудь открытого письма или обращения в канцелярию. Поэтому все стараются оставить свой комментарий вне зависимости от того, ваш это пост или нет. Тем более, **всегда должно декларироваться, что все комментарии прочитаны, переданы и будут оформлены**.

В ЖЖ есть такая «создать верхний пост», но обычно делают два. Классика жанра – блог того же Александра Лебедева. У него наверху есть «общественная приемная», куда можно направлять любой «горячий» вопрос по теме. Там он точно будет прочитан. В следующем верхнем посте могут быть правила ведения блога: «Не материться, не оскорблять друг друга», – и так далее. Также там могут быть анонсы встреч.

Но сейчас блогерская система оптимизировалась, там теперь можно сделать и календарь и что угодно, но верхний пост там всегда есть – некая общественная приемная. У меня в блоге она тоже есть. Можно зайти и посмотреть на этот аналог.

Наверху всегда находится самое новое, а вниз опускается самое старое. Поэтому верхний пост содержит свод правил. А кто под них не попадает, то попадает в бан или лишается доступа к телу поста.

Иногда отвечают от своего аккаунта. Например, если берется Тиньков, то он сам же и отвечает в комментариях. Обычно он писал что-то матом, поэтому его все цитировали, так что он уже прекратил это делать. Но чаще всего это делается так: нагоняется ручная толпа сторонников и ручная толпа противников, они друг с другом там спорят и все протестные мысли там озвучивают. Поэтому тот, кто хотел бы на него ругнуться увидит, что там уже ругнулись, и промолчит. Или в правилах прописано, что *один и тот же вопрос два раза повторять запрещено*. И тогда он также потеряет право голоса.

Вся ругань там сделана в очень удобной форме: когда в комментариях идет общение противников и сторонников, сторонники отвечают противникам так, как ответил бы «верховный главнокомандующий», доносят его позицию. Притом неважно официальная она или не официальная, потому что людям порой даже не так важно получить официальную позицию, а куда *важнее, чтобы их просто услышали*. Он пишет: «Ругаюсь. Очень сильно ругаюсь на то-то и на то-то». Ему пишут: «*Вас услышали*», – и всё, он доволен.

Человек пишет какую-то бяку или не думает, что ему вообще ответят, а потому продолжает и продолжает мусолить одно и то же. И тут приходит другой человек и говорит: «Товарищ, я вас вижу, я вас услышал, я вас понял. В такие-то сроки вам обязательно ответят и примут меры», – либо: «Ваша проблема нерешаема». Короче говоря, как-то обозначают себя, после чего, как правило, дискуссия прекращается.

Если это не помогает, тогда его зовут уже на встречу с блогерами, *куда он, конечно, не приходит*. Либо приходит и все свои вопросы там решает. Но обычно не приходит и просто затыкается. Это своя система общения, в которой ему важно, чтобы его хоть кто-то услышал и неважно будет ли это непосредственно ведущий блога.

Посмотреть, кто ведет блоги можно очень просто: <http://www.livejournal.com/celebrities>. В одном списке там находятся журналисты, звезды, спортсмены, чиновники. Можно почитать их посты, посмотреть, как они ведут, и делать у вас примерно то же самое.

Блог – важный инструмент общения.

VIP-тема. Как вложить хорошую идею в голову босса?

Вопрос: Как дать понять начальнику, что идея важна. Как пробить идею? Как показать ее неотложность?

Ответ: Вспоминаем **Штирлица с Шелленбергом**. Советую вообще этот фильм весь пересмотреть. Наш разведчик очень умело заложил в голову главному гестаповцу идею, да так, что тот подумал, что идея – его собственная.

Второй способ проталкивания идеи называется «**Сыграть на конкуренции**». Зачастую боссами движет иррациональное стремление быть не хуже других, аналогичных по должности. Если у Васи есть новый «Мерс», то и у меня должен быть. Чего бы это ни стоило! Иначе как объяснить постоянное обновление почти нового автопарка представительских машин. «По статусу положено», – *аргумент номер 1*. «А что я, хуже что ли», – *аргумент номер 2*. Поэтому дать понять, что «у всех уже есть» – значит, сделать полдела. Дальше все случится само собой.

Третий способ называется «**Засланный казачок**». К боссу приходит под видом интервью (или реального интервью – почему нет, можно совместить) журналист. И невзначай задает вопрос: «А что вы думаете насчет?...» – (зоопарка, КВН, блогов, и т. п., что было описано выше). А босс еще ничего не думает и начинает этот процесс после вопроса. Или берет паузу и советуется у вас. Работает такая логика: «Если уж и этот случайный человек интересуется – значит, это что-то стоящее».

Если сейчас эти строки читаете Вы – руководитель, босс, звезда – то знайте, что к ним ваши пиарщики прибегают в крайних случаях! Значит, они чего-то хотят уже давно, но никак с этим не могут пробиться. Пригласите, послушайте их! Пусть расскажут о своих идеях для Вас! По крайней мере, минимум – им будет приятно, а Вам – полезно.

Один главный совет-притча

В углу клетки висит приманка. Но брать ее нельзя. Если какая-то обезьяна берет приманку, всех обезьян в вольере окатывают холодной водой из брандспойта. Это очень неприятно, обезьяны не любят подобных вещей. Вскоре все обезьяны в вольере усваивают это нехитрое правило, и в дальний угол за приманкой больше никто не ходит.

Затем часть обезьян в клетке меняют. И когда новички пытаются снять злополучный банан, к ним тут же подлетают старожилы и отгаскивают от банана. Те понимают, что пищу в дальнем углу брать нельзя. Затем экспериментаторы перестают лить воду – просто потому, что никто на провокационную приманку уже не покушается. И после этого люди заменяют вторую часть стаи, старожилы – всех, кто помнил и на себе испытывал леденящий душ из-за нарушения табу. Теперь старожилы стали бывшие новички – те, кто знал, что снимать приманку нельзя, но на себе душ не испытывал. И уже они начали учить новичков, когда тем хотелось сорвать запретный плод.

Через несколько замен в вольере сменилось уже несколько «поколений» обезьян. И каждый раз старожилы учат вновь прибывших правилам поведения. Уже давно никого не обливают водой, уже трудно «объяснить», почему в том углу нельзя брать приманку, уже никто из живущих не знает первых обезьян, которых действительно обливали. Почему же из поколения в поколение вновь и вновь транслируется пустое табу?

Ответ: "Здесь так принято"

СССР кончилось. Выделяться из толпы можно и нужно.

Удачи Вам!

Надеюсь когда-нибудь встретиться с Вами лично!

С уважением,
Роман М. Масленников

Координаты для связи

+7 (903) 723-68-55 | мои книги о PR¹¹, и не только | skype: prmaslennikov
PR¹² – агентство ПРОСТОР Пиар¹³ и Консалтинг

¹¹ <http://www.litres.ru/roman-maslennikov/>

¹² <http://www.msk-pr.ru/company/>

¹³ <http://www.msk-pr.ru/company/>

Очень полезные ссылки

Мне будет очень приятно получать именно Вашу обратную связь! # я в Фейсбуке¹⁴

я Вконтакте¹⁵

я в Твиттере¹⁶

Мой Инстаграм и фотки¹⁷

БЕСПЛАТНЫЕ ЛЕКЦИИ по пиару и музыка;) – <http://promodj.com/roman-maslennikov>

Вот – курс бесплатного пиара. Запомните " Пиариум¹⁸ "!

А это – VIP-пиар¹⁹. Задумайтесь над " Взрыв-Пакетом²⁰ "!

¹⁴ <http://www.facebook.com/profile.php?id=1378352781>

¹⁵ http://vkontakte.ru/pr_maslennikov

¹⁶ <http://twitter.com/#%21/PRMaslennikov>

¹⁷ <http://instagram.com/prmaslennikov>

¹⁸ <http://www.lpiarium.ru/>

¹⁹ <http://prostor-vip.ru/>

²⁰ <http://prostor-vip.ru/>