

Перестаньте молиться цифрам

Как работать с KPI в пиаре
в условиях кризиса



Денис Бойцов

Операционный директор
iTrend

**Дисклеймер:
математика рулит**

Пиарщики — новые учителя



- Нас все чаще заваливают отчетностью
- Три кита — медиаиндекс, охваты, количество публикаций — часто интересуют больше, чем собственно качество PR
- Профессиональный уровень пиарщиков падает (об этом говорят люди из СМИ)

Почему это плохо

1

Нет бизнес-эффекта
PR «для галочки»
не несет бизнесу денег

2

Цифры гипнотизируют
Бизнес легко успокоить
красивым графиком

3

PR деградирует
Стратегия
заменяется отчетом
с графиками

4

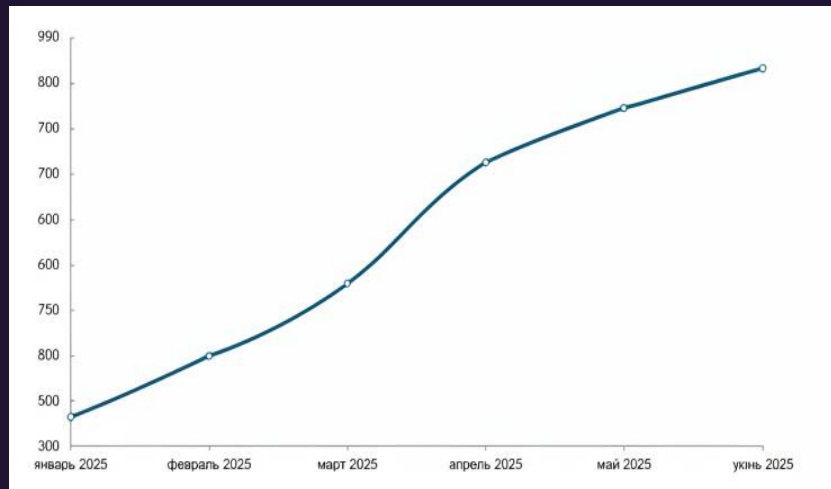
Отнимаются ресурсы
Время, потерянное
на отчетах, не
вернуть

5

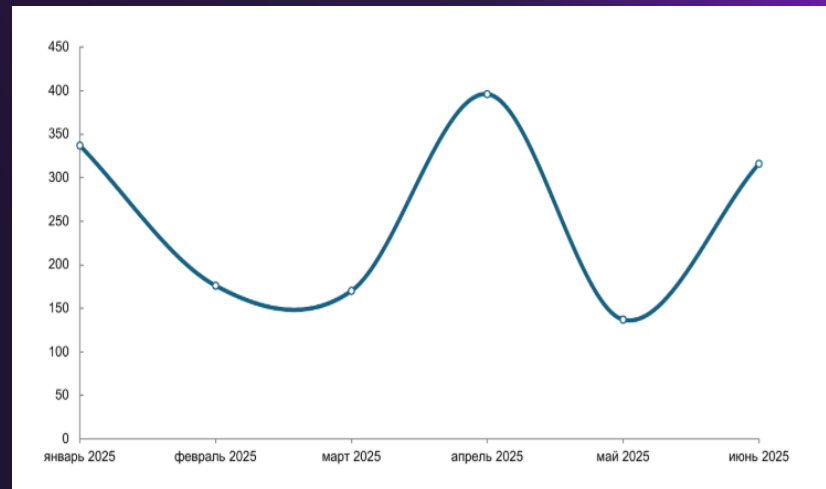
СМИ страдают
Меньше
внимания
нишевым
изданиям

Показатели
не могут
расти вечно

Ежемесячные графики в пиаре



Ожидание



Реальность

**Цифры — не цель,
а мера активности**

Цифры рулят, они нужны

Но для чего?

Сравниваться с конкурентами

Смотреть на их активность, подпитываться идеями, принимать решения

Следить за активностью

Смотреть год к году или квартал к кварталу. Задавать себе вопросы «Почему так? Что еще можно сделать?»

Делать разрезы по направлениям

Смотреть, какие продукты или подразделения были активнее всего. Искать новых спикеров

Оценивать соответствие стратегии

Идем ли мы к целям бизнеса?
Те ли продукты мы продвигаем?
Верно ли распределяем спикеров?

Что же делать?

Сместите акцент на стратегию

- Работа в рамках стратегии дает руководству понимание, что вы не делаете фигню
- Стратегия – это то, «как мы договорились». К ней всегда можно апеллировать

Делайте антикриз стратегию

- Ценностное предложение PR – не только в помощи лидогенерации / продажам
- Антикриз дает руководству ощущение безопасности и управляемости. И оно – настоящее, не придуманное

Ищите бизнес- спонсора среди ТОПОВ

- Найдите одного человека на стороне бизнеса, который реально понимает ситуацию и будет вашим адвокатом
- Чаще всего им становится один из ключевых спикеров — именно он понимает в PR больше всех

Не отказывайтесь от цифр

- Рассказывайте в отчетах, как именно они работают
- Замените отчеты красивыми сообщениями в ТГ
- Ну и подсвечивайте лучшие цифры, хе-хе



Спасибо
за внимание!



Денис Бойцов,
операционный директор iTrend
e-mail: denis@itrend.ru