

PR инвестиции в условиях кризиса и их ROI



© Интеллектуальная собственность Can!BTL, 2009.

Вопросы.

- Есть ли место для PR в кризисном экономическом бизнес окружении в принципе?
- Если ДА, то насколько высок приоритет затрат на PR по сравнению с другими инвестициями?
- Если высок, то «как это делать правильно и без перегибов»?

Существуют ли кризисные правила PR отличные от «обычных»?

Today YOU can!



Что такое PR знает каждый

- ИЗ «НАРОДА»: Это написание заказных статей и создание сюжетов;
- ИЗ Wiki (RU): технологии внедрения образа объекта в ценностный ряд социальной группы, для закрепления этого образа как идеального и необходимого в жизни;
- ИЗ Wiki (EN): the practice of managing the flow of information between an organization and its publics – «управление потоком информации между организацией и ее социальной средой»

Знает каждый..., но по своему

Today YOU can!



Какое определение выбрать?

ТЕЗИС: «Изысканность дефиниций имеет слабую корреляцию с результатом»

1) Танк это крупнокалиберное орудие дополненное самоходной бронированной основой;

2) Танк это самоходная бронированная машина дополненная орудием;

Какая разница, что точнее определяет танк. Важнее, то как его использовать в бою.

Хорошее определение это то, которое дает направление для практической деятельности

Today YOU can!



Репутация без товара.

Важнейшие практические отличия PR от Рекламы (для отстройки по Закону «о Рекламе»):

- 1) Это скорее управление информацией о ЛЮДЯХ в организации, чем о товарах организации;
- 2) Значимым устойчивым результатом PR является установление ДОВЕРИЯ к организации как к команде состоящей из живых людей;
- 3) Хороший результат PR деятельности имеет иммунитет к возможным изъянам в товаре и, в целом, слабо привязан к характеристикам товара и их перечню.

«Если вам удастся продавать то же самое, что есть у остальных, заметно лучше, значит у вас классный PR»

Today YOU can!



Чего не может реклама

Осведомленность это еще не покупка!!!

Рекламный бюджет =
осведомленность

PR бюджет = доверие

**ЗНАЮ товар
+
ДОВЕРЯЮ тебе
=
ПОКУПАЮ**

**Именно так и работает PR.
Дополняет «осведомленность» потребителя о
товаре «отношением» к продавцу**

Today YOU can!



Факты и тренды

Для товаров с хорошей осведомленностью (более 40% целевой группы), инвестиции в PR отработывают с ROI в сотни %;

На сильно «зашумленных» рекламных рынках PR на практике оказывается единственным инструментом отрыва от конкурентов;

Источники: РАСО - Российская Ассоциация по Связям с общественностью (www.raso.ru),

IPRA - International Public Relations Association

Расчет:

- 1) Пусть тратим бюджет в 1000 у.е. на рекламу;
- 2) Каждые 10 у.е. на PR усиливают эффект каждой рекламной у.е. на 5%
- 3) Тогда 100 у.е. на PR «разогревает» 1000 у.е. рекламы на 50%
- 4) 100 у.е -> 500 у.е (500%)

В определенных условиях PR добавки к рекламе устойчиво дают многократный возврат инвестиций

Today YOU can!



Факты и тренды - 2

Доля PR добавок к рекламе у наиболее агрессивных в маркетинговом плане западных компаний составляет в среднем более 20%;

Доля PR добавок к рекламе у самых маркетингово-агрессивных российских компаний составляет в среднем более 14%;

Brand value as a proportion of enterprise value – top 10

	Brands	Brand value/ enterprise value %
1	Nike	84%
2	Prada	77%
3	Acer	71%
4	Avon	68%
5	Bulgari	68%
6	Chanel	66%
7	Estée Lauder	61%
8	Quiksilver	60%
9	Calvin Klein	58%
10	adidas	56%

Intellectual Asset Management Magazine
Maximising IP value for business April | May 2007 Issue 23
www.iam-magazine.com

Есть разумный уровень ограничения добавок!

Today YOU can!



«От осведомленности к продажам»

Awareness
осведомленность



ROI – прибыльность
Пятый "Р" к 4Р

Не зависит от прочих факторов организации бизнеса;

Измеряется меньшими затратами ресурсов;

Предпочитают коммуникационные агентства.

Нацеленность на результат, а не процесс;

Меньше допущений;

Привлекателен для заказчиков - владельцы.

® **Источник: "Result driven marketing. A Guide to Growth and Profits" by Booz | Allen | Hamilton**

Today YOU can!



Что нам мешает (всегда)

- PR это информация о людях, а мы все время стесняемся и боимся попасть в фокус внимания;
- Мы не искренни - боимся сказать о себе хоть что-нибудь негативное и теряем доверительный контакт;

**Типичные проблемы людей
восточной психологии и в частности
всех рожденных в СССР.**

Простые правила оптимизации

- Если вы достигли осведомленности о товаре (более 40% рынка) – пора применять PR добавки;
- При «умном» применении, в границах 10% от общего маркетингового бюджета, PR добавки почти гарантированно являются высоко рентабельными инвестициями; Выше 15% от маркетингового бюджета эффективность PR заметно снижается;
- Лично в вас и в вашей бизнес команде определенно есть что-то реальное, о чем можно рассказать людям. Скромность же, как и героизм опасно похож на неискренность.

Today YOU can!



Уместны ли PR инвестиции во время кризиса?

Когда же еще
применять
стероиды если не
в критической
ситуации?!



Эволюция вытесняет слабые виды. Так задумал Создатель, и это справедливо!

Today YOU can!

Can! BTL