

Все, что нужно знать про пиар продвижение и современную PR кампанию





Конкуренция в рыночной экономике - это дело привычное. Теперь она присутствует в любой сфере, в том числе и в Интернете. Поэтому борьба за клиентов становится все серьезнее и многограннее. Используется для выигрыша конкуренции и пр продвижение бренда. Когда у торговой марки хорошая репутация и имидж, то и потенциальных клиентов превращать в покупателей проще.

Профессиональная пр кампания бренда необходима и оффлайн, и онлайн сегменту, любым видам бизнеса, независимо от специфики работы (типов товаров и/или услуг), востребована как для давно функционирующего бизнеса, так и для стартапа. Поэтому поговорить о специфике и методах продвижения бренда в нынешних условиях следует подробнее.

Что может дать пиар кампания бренда?

Основная задача любого бизнеса - это прибыльность. Продвижение бренда ведет к этому не прямо, а опосредованно. Это работа на перспективу, так как ставится цель не продать услугу или товар прямо сейчас, а настроить потенциального клиента на долгосрочные плодотворные взаимоотношения, сформировать правильное мнение о себе, чтобы в последующем управлять аудиторией.

Продвижение бренда - работа деликатная, где не используются простые методы, которые могут дать результаты для продаж, к примеру видеоролик о новом товаре для ТВ или контекстное объявление в сети. Нужно понимать, что это не реклама - продвижение бренда - это всегда индивидуальная деятельность, направленная на формирование репутации, выделение компании среди конкурентов, расположение аудитории потенциальных клиентов, долгосрочное партнерство. А уже само достижение этих целей - лучший способ выиграть конкуренцию.

Ваши выгоды от использования:

- рост узнаваемости фирмы и её продукции/услуг;
- повышение лояльности клиентов;
- нейтрализация эффекта от негатива;
- избавление от предубеждений со стороны пользователей;

Действенные инструменты

PR продвижение сайта - это довольно общее понятие, как и в целом работа по продвижению бренда. Способы и применяемые инструменты дают гораздо больше информации о специфике и целях подобного рода деятельности. Вот лишь некоторые из них:

- создание пресс-релизов, новостей и информационных поводов, а также их последующая рассылка СМИ. Говоря о своей фирме или торговой марке, её технологиях, достижениях или

- акциях вы напоминаете аудитории о своем существовании;
- мониторинг информации и контроль упоминаний в СМИ и глобальной паутине. Нужно как быть известным для аудитории, так и формировать правильное представление о своем бизнесе. Иначе есть риск получить громкий, но печально известный бренд;
 - распространение слухов, участие в скандалах;
 - проведение промо-акций, благотворительных вечеров, конференций, других оффлайн мероприятий;
 - продвижение брендов в Интернете - публикация материалов на сторонних сайтах, работа в социальных сетях, блогах, вирусный маркетинг.

Почему онлайн в прерогативе ?

Сегодня востребовано продвижение бренда как оффлайн, так и онлайн. Причем сделать торговую марку довольно успешной, известной и популярной в глобальной паутине проще и доступнее. Интернет-продвижение бренда, маркетинг и другие рекламные возможности дают прекрасный охват аудитории при довольно небольших вложениях, как средств, так и времени.

Чтобы повысить узнаваемость компании в оффлайн среди миллиона человек, нужны громадные денежные вливания, а для аналогичного охвата интернет-пользователей иногда достаточно и несколько сотен долларов. Одно дело организовать тематическую оффлайн конференцию, а другое - провести вебинар или создать вирусный видеоролик. Разница по трудозатратам и вложениям

существенна, а результаты могут быть сопоставимы. И когда сегодня владелец бизнеса или топ-руководство задумывается про продвижение сайта - Интернет приходит на ум почти сразу. В сети и охват прекрасный, и целевая аудитория обязательно присутствует, и экономно расходовать маркетинговый бюджет можно.

Другие сильные стороны PR в онлайн-среде:

- повышение эффективности работы интернет-магазина или сайта;
- рост отдачи от SEO;
- отсутствие географических барьеров;
- сохранение актуальности на длительное время. Бумажный пресс-релиз давно забыт, а упоминание на новостном сайте 2-5 лет тому и сейчас дает пользу.

Для многих фирм сегодня все начинается с продвижения сайта, интернет-магазина, другого веб-портала, а уже потом, по достижении высоких результатов онлайн-бизнес выходит в оффлайн. А там работать над раскруткой своего имени практически не нужно, действует уже созданная в сети репутация.

Лучшее решение для молодого ресурса

Пиар продвижение сайта - это лучший выбор для новой фирмы - стартапа. Ему для успеха нужна известность и популярность, а бюджет на маркетинговые инструменты, как правило, ограничен. Поэтому оптимальным решением является продвижение нового бренда в Интернете.

Что обеспечит эффективная PR-кампания молодому бренду:

- полезную информацию для потенциальной аудитории или даже создание нового рынка;
- очертит преимущества и сильные стороны товаров или услуг;
- вызовет первичный интерес к торговой марке;
- продемонстрирует недостатки конкурентов;
- обратит внимание СМИ;

Этапы продвижения нового бренда в сети почти не отличаются от работы со старой торговой марки. Кое-что даже легче, так как, к примеру, изначально нет негативной информации и начинать формирование репутации можно с чистого листа. В результате продвижение нового бренда на рынок сопровождается появлением позитивной информации о марке, быстрее формируется представление аудитории о предлагаемых товарах или услугах, что позволяет построить доверительные отношения с

потенциальными покупателями, клиентами и партнерами.

Почему наша компания?

Pr продвижение в сети услуг или товаров - это уже не новая, но все же довольно специфическая деятельность. Так что отдавать бренд-продвижение сайтов фрилансу - это не лучшая затея. Да, это ваша возможность сэкономить деньги. Но и результаты вряд ли порадуют. В идеале вы получите качественные SMM-услуги или одно-два успешное вирусное видео, а более вероятно - лишь массу сомнительных по своей полезности отзывов о вашем бизнесе на различных веб-ресурсах. Но даже первый вариант - это не бренд продвижение сайтов. Фрилансер просто не знает всей специфики, не сможет обеспечить комплексный подход.

В противовес крупные компании с большим штатом сотрудников лишь напустят тумана и убедят, что делают очень много. В действительности и это не так - вы гарантировано переплатите, даже если получите отличные результаты.

Оптимальный выбор - это небольшие, но зарекомендовавшие себя компании, такие как мы - агентство Yeella. Мы обеспечим преимущества двух крайностей - экономию средств и достижение поставленных целей и гарантировано убережем от их недостатков!

Что вы получите, выбирая Yeella:

- качественный рост информации о вашей торговой марке, товарах и услугах в Интернете, и как следствие дополнительные способы влияния на лояльных и потенциальных клиентов;
 - повышение интереса со стороны СМИ и новостных ресурсов;
 - минимизацию влияния со стороны конкурентов. Их достижения не скажутся на ваших результатах работы;
 - рост известности, узнаваемости и доверия, что выражается в ощутимом изменении трафика веб-ресурса и объёмов обращений/продаж, в том числе и повторных.
-