

Форма плана разработки программы по связям с общественностью.

Форма плана разработки программы по связям с общественностью (табл. 1) – инструмент, который позволяет эффективно спланировать PR-кампанию, обдумать структуру проводимых действий, их содержимость и последовательность.

Методология

План предполагает разработку следующих ключевых составляющих PR-программы:

1. Обоснование ситуации, которая привела к решению о необходимости проведения PR-программы.

Как правило, проведение PR-программы диктует одна из трех ситуаций:

- проблема или ситуация, негативно влияющая на компанию;
- одноразовый проект;
- укрепление позиций компании, сохранение существующей репутации.

2. Постановка задачи.

Задача ставится в терминах достижения результатов, т.е. должна быть реалистичной и достижимой. Поставленную задачу на предмет ее реалистичности и достижимости следует оценивать тремя вопросами:

- действительно ли она поможет разрешить ситуацию?
- является ли она реалистичной и достижимой?
- можно ли измерить успех в четких, ясных значениях?

3. Определение аудитории.

Описание целевых аудиторий, на которые направлена PR-программа.

4. Разработка стратегии.

Описание концепции, согласно которой должна быть достигнута цель, «главная линия» программы. Также включает ключевые темы и сообщения, которые будут повторяться в течении всей PR-программы.

5. Разработка тактики.

«Практическая» часть, в которой последовательно описываются конкретные виды деятельности по реализации стратегии.

6. Разработка плана-проекта и календарного плана.

Предполагает расчет времени запуска и реализации кампании, составление последовательности тактических действий и расписания их выполнения. Формы плана-проекта и календарного плана представлены в табл. 2, 3 соответственно.

7. Формирование бюджета.

Форма бюджета PR-мероприятий представлена в табл. 4.

8. Оценка результатов.

Таблица 1. Форма плана PR-программы.

Этап программы	Описание
Ситуация	
Задачи	
Аудитория	
Стратегия	
Тактика	
План-проект и календарный план	
Бюджет	
Оценка результатов	

Таблица 2. Форма плана-проекта PR-мероприятий.

Срок	Инструмент PR	Ответственный	Примечания
	Пресс-релиз		
	Ньюслеттер		
	Информационное письмо		
	Факт-файл		
	Семинар		
	Пресс-конференция		
	Интервью		
	Презентации		
	Комментарии		
	Пресс-клуб		
	Пресс-тур		
	День открытых дверей		

	Интернет-сайт		
	Прием/вечеринка		
	...		

Таблица 3. Форма календарного плана PR-мероприятий

Мероприятие	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь
Подготовка и размещение статей						
Поддержка отраслевой выставки						
Проведение мини-семинаров						
Проведение круглого стола руководителей						
Подготовка брошюры						
...						

Таблица 4. Форма бюджета PR-программы.

	Затраты на оплату труда персонала	Материальные затраты	Организационные и непредвиденные затраты
Подготовка и размещение статей			
Поддержка отраслевой выставки			
Проведение мини-семинаров			
Проведение круглого стола руководителей			
Подготовка брошюры			
...			
ИТОГО			