БДВО

Практики

Информационно издание на БДВО

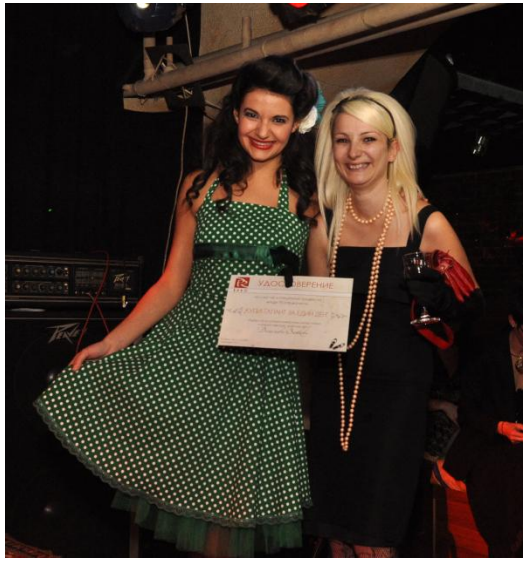
БДВО събра родните PR специалисти на Коледно Swingin'Парти

На 5 декември 2012 г. в Swingin'Hall с много емоции и настроение отбелязахме традиционното Коледно парти на БДВО. Посветено на swing тема, партито завърти във вихъра на доброто настроение и ефективната комуникация всички гости. Партито събра на едно място представители на PR агенции, компании, НПО и млади практици. Начало на вечерта постави Председателят на БДВО д-р Александър Христов с пожелания за много нови партньори и успехи. Вечерта продължи с много настроение, танци и приятни приказки между родните комуникационни специалисти.

Коледното Swingin' парти бе сцена за изява и на младите практици в бранша, които гостите на партито имаха възможност да "купят" за един работен ден. Участие в аукциона „Купи талант за един ден" взеха шест млади дами и един джентълмен, представители на водещи PR агенции у нас. Това бяха:

- Адриана Василева от IntelDay Solutions, която бе„купена" от CIVITAS България
- Албена Милошева от All Channels Communication Group , която бе „купена" от SignCafe
- Гергана Николова от CIVITAS България, която бе „купена" от Пощенска банка
- Десислава Ангелова от All Channels Communication Group, която бе „купена" от Аурубис България
- Десислава Виткова от Go Green Communications , която бе „купена" от SignCafe
- Иво Йотов от ROI Communication, който бе "купен" от All Channels Communication Group
- Марта Маринова от United Partners, която бе „купена" от своите колеги от United Partners

Събраните от търга средства БДВО ще инвестира в професионалното развитие на бъдещите PR експерти, като им осигури обучения и професионална литература.



БДВО събра родните PR специалисти на Коледно Swingin'Парти

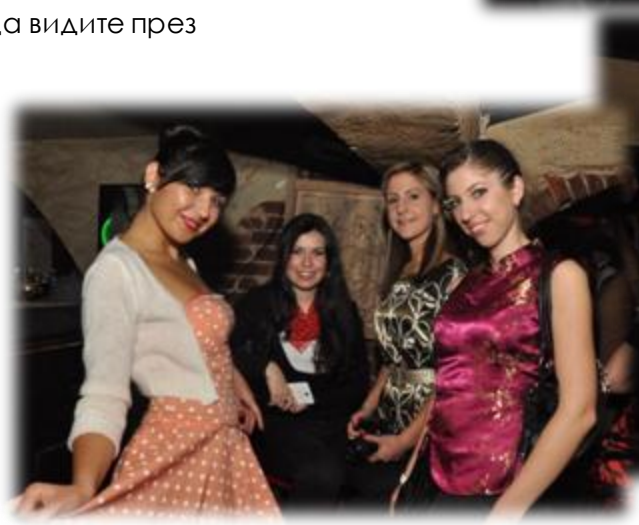
Гостите на партито бяха изненадани с няколко специални коледни подаръка. Късметлиите на вечерта получиха спа уикенд за двама в новооткрития хотел „Камелия" в Пампорово, осигурен от Дивайн Травел, както и специални подаръци за дома и офиса от Пощенска банка.

Хубавото вино бе осигурено от Мидалидаре, а сладките изкушения бяха осигурени от 1001 рецепти. За доброто настроение на гостите се погрижиха и любезните домакини от Swingin' Hall.

Специално съдействие оказаха и прекрасните момичета от студентско сдружение "Praxis".

Повече снимки от коледното парти можете да видите през Facebook страницата на БДВО.

Снимките осигури „Хайлайф".



Екипът на БДВО и "PRактики" ви пожелава весели празници!

Посрещнахме 2012 г. с много настроение, радост и изпълнени с оптимизъм. През годината изживяхме много положителни емоции, сблъскахме се с неочаквани моменти, преминахме през предизвикателствата, които животът ни отправи, радвахме се на успеха, достигнахме нови върхове!

Заредени с още повече оптимизъм, ви пожелаваме да имате прекрасни празници, да починете добре, да споделите коледния дух с любими хора, да се заредите с воля и желание за упорита работа и още по-големи успехи.

Желаем Ви прекрасна 2013 година!

All Channels Communication Group отличена с две награди на Forbes Business Awards 2012

All Channels Communication Group беше отличена с две втори места на Forbes Business Awards 2012. Компанията получи грамоти в две от най-оспорваните категории – "Развитие на бизнеса" и "Развитие на човешките ресурси". All Channels е единствената компания от сферата на рекламата и PR-а, номинирана и отличена от Forbes в рамките на тазгодишните награди.

„За нас е чест да получим тези две отличия. Признанието е за целия ни екип, защото той задава тенденциите и стандартите на пазара на интегрираните комуникации в България вече повече от 11 години. Несъмнено това е и признание за развитието на бизнеса ни и за ентусиазма, с който го правим. Гордеем се с един невероятен екип от професионалисти и ще продължим да инвестираме в него, защото именно хората са тези, които правят една компания лидер", заяви Александър Дурчев, CEO на All Channels Communication Group.

Агенция Юнайтед Партнърс става ключов партньор на MSLGROUP за България

Агенция Юнайтед Партнърс официално обяви ключовото си партньорството с една от най-големите международни комуникационни вериги – MSLGROUP за България.

От години двете компании успешно си партнират, а от ноември 2012 г. Юнайтед Партнърс ще се включи активно в развитието на бизнеса на MSLGROUP в Централна и Източна Европа с цел съвместно разширяване на портфолиото от услуги и клиенти.
„Бих искала да поздравя Юнайтед Партнърс за това, че вече е ключов партньор на MSLGROUP! Юнайтед Партнърс е страхотна агенция и с нетърпение очакваме да работим заедно през 2013-та година.", сподели г-жа Бронуен Андрюс, Директор „Бизнес развитие", MSLGROUP за Европа, Средния Изток и Африка.

„Партньорството на Юнайтед Партнърс с верига от ранга на MSLGROUP е логично продължение в стратегическото развитие на агенцията. През изминалите 15 години винаги сме били фокусирани върху разширяване на портфолиото ни от услуги в крак със световните тенденции. Също така и върху усъвършенстване на уменията и знанията на екипа ни. Вярвам, че влагаме усилията и ентусиазма си в правилната посока, тъй като имаме страхотен екип от специалисти. Сигурна съм, че заедно с партньорите ни от MSLGROUP ще продължаваме да се развиваме и да затвърждаваме позициите си.", коментира Мария Гергова, Управляващ директор на Юнайтед Партнърс.

PR Thursday: "Как да планираме стратегически и да сме по-успешни през 2013 година?"
http://www.eventbox.bg/events/3505

13 декември 2012 г. (четвъртък)
София

На последния за 2012 година PR Thursday ще бъдат обсъдени въпроси като как да развиваме фирмата си на базата на прогнози за развитието на бранша; кои са предимствата на дългосрочното планиране и как да ги приложим на практика; как да планираме стратегически и доколко е голяма ролята на Strategic Planner в компанията; какви промени да очакваме в сферата на маркетинга през 2013 година и др.

Организатор: M3 College

Семинар: "Интернет маркетинг с нулев бюджет" 5
http://www.eventbox.bg/events/3483

30 януари 2013 г. (сряда)
София

На събитието ще бъдат разгледани едни от най-важните инструменти за онлайн маркетинг с нулев бюджет: създаване на съдържание, което продава; примери за успешни нискобюджетни онлайн кампании в България; SEO оптимизация; имейл маркетинг; социални мрежи. Сред лекторите са Георги Малчев, съдружник в Ilyan.com; Борил Богоев, управител на Webface Consult; Василена Вълчанова, маркетинг мениджър на Ozone.bg; Станислав Димитров, маркетинг мениджър на Hop Online и др.
Организатор: Web and Events

Курс: "Управление на корпоративната репутация"
http://www.eventbox.bg/events/3503

19-20 януари 2013 г. (събота-неделя)
София

Какви са тънкостите за правилното изграждане, управление и поддържане на корпоративната репутация? Кои са факторите, определящи изграждането на положителен публичен образ? По какъв начин да се справим с негативните коментари в медиите? На тези въпроси отговор ще даде Радина Ралчева, PR експерт с изключително богат професионален опит. Тя познава управлението на корпоративната репутация както от позицията на ядрото в компанията от предишния си опит, така и от работата си в агенции, като управител на Go Green Communications, грижейки се за положителния имидж на много и различни организации и компании едновременно. В момента Радина ръководи офиса на CIVITAS България на позицията директор „Обслужване на клиенти".

По време на този курс участниците ще научат:
- Конкретни комуникационни практики за изграждане на добра корпоративна репутация
- Комуникация със заинтересованите страни
- Фактори, влияещи върху репутацията
- Управление на корпоративната репутация в онлайн среда

Организатор: M3 College

Със съдействието на eventBOX.bg

Globul is looking for Senior Corporate Responsibility Specialist
More information:
http://www.jobs.bg/f1641734

As a leading telecommunication provider, more than 4 million Bulgarians count on GLOBUL every day to deliver wireless and fixed voice and data services to fuel their business and connect them to their world. By joining our team of talented professionals, you will find a career path in emerging and groundbreaking communication technologies that bring people together in ever more creative and powerful ways.

Responsibilities:
- Design integrated corporate responsibility strategy in liaison with the strategy of the company
- Initiate, manage and monitor the implementation of the corporate responsibility projects
- Develop projects related to environmental, social, cultural, youth, sport and musical activities
- Support and raise awareness of GLOBUL corporate image as a dedicated social responsibility company
- Build strong relationships with internal and external stakeholders with regard to the corporate responsibility activities
- Keep current with corporate responsibility trends to strategically identify opportunities for future initiatives
- Elaborate and monitor the approved budget and prepare regular reports
- Establish, track and analyze corporate responsibility metrics and benchmark industry best practices

Requirements:
- University degree in business administration, communications, PR, sociology, marketing or related
- Proven expertise in project management with multiple stakeholders
- Strategic thinking combined with the ability to drive programs from inception to completion
- Solid understanding of current trends and best practices in corporate social responsibility
- Proficiency in recognizing and applying global and regional social, economic and policy trends
- Environmental management knowledge will be considered a strong advantage
- Strong interpersonal skills with proven ability to drive engagement and consensus with diverse stakeholders, both internally and externally
- Energetic and resourceful self-starter, able to manage multiple ongoing projects and keep them on track
- Fluency in English and excellent MS Office skills (SAP will be an advantage)

София Франс Ауто търси да назначи Специалист Връзки с обществеността

За повече информация:
http://www.jobs.bg/f1640969

София Франс Ауто, официален вносител на Peugeot за България, търси да назначи Специалист Връзки с обществеността.

Отговорности:
- Отговаря за връзките с обществеността и създаването на добър корпоративен имидж
- Изгражда и поддържа взаимоотношения с медии, журналисти и блогъри
- Подготвя и реализира ПР кампании
- Подготвя и реализира тест-драйв събития
- Изготвя и разпространява пресинформации
- Управлява публичните изяви на мениджмънта и служителите на компанията
- Отговаря за представянето на компанията в социалните мрежи
- Организира изложения, панаири и други публични събития
- Участва в подготовката на маркетингови и рекламни кампании, продуктови лансирания и събития
- Отговаря за вътрешнофирмената комуникация

Изисквания:
- Висше образование, специалност „Връзки с обществеността“ или „Журналистика“ е предимство
- Минимум 3 години опит в областта на връзките с обществеността и публичните комуникаци
- Много добри познания в областта на дигиталния маркетинг
- Отлично владеене на речева и писмена комуникация на български език
- Отлично на владеене на английски и/или френски език
- Свидетелство за управление на МПС – категория „В"
- Много добро ниво на работа с MS Office
- Отговорност, инициативност и организираност

THE CORPORATE
COMMUNICATIONS
EXPERIENCE
SOFIA CORPORATE
COMMUNICATIONS
EXPERIENCE

Коста Петров – Основател и CEO на P World

Коста Петров е основател и Chief Experience Officer на P World, глобална креативна агенция с офиси в Дубай, Прага и Скопие. Той управлява всички офиси на P World и стои зад продукцията на някои от най-големите събития за PR и маркетинг в Европа. Коста е и изпълнителен продуцент и домакин на най-известното ТВ шоу за PR – "Лидери с Коста Петров". Преди основаването на P World, Коста Петров е бил Conference Director на Informa Group в Дубай, където е работил за най-големите световни събития за маркетинг, здравеопазване и недвижими имоти заедно със световните бизнесмени като Richard Branson, Donald Trump Jr и Bob Geldof.
Първата му книга „The Road Less Traveled" ще бъде публикувана в Македония през декември тази година, а през пролетта на 2013 и в целия регион.
Следвайте Коста Петров във Twitter @ kostapetrov

Г-н Петров, организатор сте на интересно предстоящо събитие у нас – Sofia Corporate Communications Experience. Какво да очакваме от събитието?

Към днешна дата повече от 2500 експерти са присъствали на събитието за PR и комуникации в Белград, Загреб, Прага, Москва, Дубай и Баку и сме много щастливи, че най-накрая сме домакини на събитието в София през февруари 2013 г. The Sofia Corporate Communications Experience ще представи презентации на някои от най-големите световни PR експерти. Това, което е наистина вълнуващо, е че събитието включва две презентации на нашите кралски PR експерти – Patrick Jephson, личният секретар на принцеса Даяна и Colleen Harris, официалният говорител на сватбата на Уилиям и Кейт. Специалистите, които ще присъстват, ще имат възможността да чуят и интерактивни презентации от Hertz, eBay, Cambridge University, Philips и Schneider Electric. През втория ден ще бъдем домакини на един специален семинар за симулация на криза, воден от Donald Steel, който е бил директор комуникации в BBC в продължение на 10 години. Специалистите, които ще присъстват на събитието, ще имат възможността да чуят някои невероятни PR истории, но в същото време ще могат да идентифицират новите предизвикателства и тенденции в световната PR индустрия.

Интервю с Коста Петров
(продължение от стр. 11)

Разкажете ни повече за агенцията и събитията, които организирате.
The P World е международна творческа агенция с офиси в Дубай, Прага и Скопие. През последните две години сме организирали някои от най-иновативните събития в световен мащаб, включително и Marketing Kingdom, което се превръща в най-голямото маркетингово събитие в Европа. Също така сме и първите организатори на глобални събития в различни страни като Сърбия, Хърватия, Азербайджан и Казахстан. Нашият девиз е променящата се реалност, а мисията ни е да представим опита на глобалните експерти на тези нови и вълнуващи пазари. Това е второто ни събитие в България и сме много щастливи от обратната връзка, която получаваме ежедневно. Сигурен съм, че PR специалистите ще имат страхотно изживяване по време на събитието и че ще научат много нови неща.

Защо избрахте България?
България е много важен пазар за нас. Ние сме организирали събития в целия регион и сега търсим правилния продукт за България. Нашето първо събитие за HR специалисти имаше голям успех и сме сигурни, че the Corporate Communications Experience ще го надмине. Ние сме много внимателни когато става дума за разширяване на нови пазари, но сега, с това събитие, сме уверени, че можем да предложим нещо специално на България.

Разкажете ни повече за темите и лекторите, които ще видим. В основата на нашето изследване е присъствието за пръв път на толкова много световно известни PR експерти в България. Много сме щастливи от този факт! Поради това, в момента работим усилено с нашите лектори, за да създадем най-доброто събитие. Присъстващите ще имат възможността да чуят презентации от Patrick Jephson за неговия опит от работата с принцеса Даяна. Събитието също така разполага с презентация на тема „Управление на репутацията“ от Mary Jo Jacobi. Тя е един от най-големите световни PR експерти и до скоро беше Vice President for Communications за British Petroleum. Тя също така е и единственият човек в света, работил за двама президенти на Америка, както и за Британската кралица, а в момента работи за министър-претседателя на Обединеното кралство David Cameron. Но това не е всичко. Ние също ще представим презентации за социалните медии от Cambridge University и две презентации за измерване на PR ефективността от Schneider Electric и Philips. Черешката на тортата е специалната симулация за криза, която е напълно интерактивна и се ръководи от нашия приятел Donald Steel от BBC. Всички важни теми, засягащи PR, ще бъдат обхванати по време на събитието и сме сигурни, че за всеки специалист ще има по нещо интересно.

Пет причини да посетим Sofia Corporate Communications Experience?
Мога да ви дам повече от пет ☺
1. Да бъдете част от първото глобално PR събитие в България
2. Да учите от най-известните световни PR експерти
3. Да чуете презентации, които никога по-рано не са били чути, сред които и такива от двама кралски PR експерти
4. Да се усъвършенствате в кризисните комуникации с помощта на гуруто за кризи от BBC
5. Всички ваши колеги ще бъдат там ☺

PR покрай „края на света”

Ако беше въпрос на лош вкус да използваме „пророчеството” на маите за маркетингови и ПР цели, да използваш знаменитости какво е? „Краят на света” в момента е звезда. А добрият ПР охотно ползва случки от живота и елементи от контекста, в противен случай посланията на компанията рискуват да останат без внимание и неразбрани. Ако не беше така, никой нямаше да прави коледни промоции по Коледа и да предлага тетрадки за първия учебен ден. А щом гадатели и потребители, които им вярват, виждат края или началото на нещо, нека да тръгнем оттам, за да комуникираме успешно продуктите си.

При това есхатологичните послания по-лесно се закачат за медиите. По-лесно се разпространяват в социалните мрежи – къде като нещо любопитно, къде като подигравка. В крайна сметка е по-маловажно колко силно дърпаме дявола за опашката, отколкото кога го правим. А и нямаме време – краят на света наближава ☺

Както се казва в подобни случаи – нивото стана толкова ниско, че можеш само да се спънеш в него. Краят на света не е равнозначен на край на креативността. Комуникационните истории около „края на света” вече са достатъчно много, че дори ненадигналата се с пълна сила истерия едва ли може да ги подхрани. И е факт, че ако използваш елементи от контекста, ще трябва да го правиш толкова оригинално и умело, че да се отличиш от останалите.

Затова – да раздаваш брандирани survival kits е нелепо, освен ако не е част от някакво събитие или кампания. Да не говорим, че този елемент от сюжета на живота е подходящ за ПР дейности за определени видове продукти – филмови канали, батерии, бърза храна и други. При останалите комуникационната връзка е от типа на „аз обичам кюфтета, той пикае накриво”, тоест, липсва.

Новите членове

Гергана Куцева
Мениджър „Комуникации”, Български форум на бизнес лидерите

Гергана Куцева е културолог, в момента подготвя дисертация по „Култура и комуникации”. Освен специалист по PR е и експерт към фондация „Медийна демокрация”. Професионалните ѝ интереси са насочени към КСО и публичните комуникации в областта на неправителствения и културен сектори. Изследва процеса на медиатизация и ефектите ѝ върху политическата култура.

Сълза Захариева
Events and Communication Specialist, Pension le Clò, Switzerland

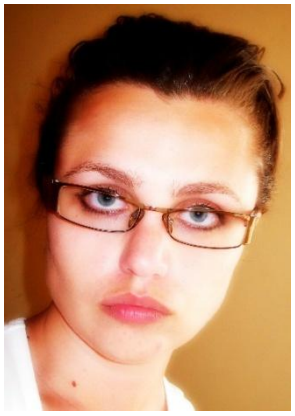
Сълза Захариева е бакалавър Връзки с обществеността от СУ и магистър по Корпоративни комуникации с втора спец. Маркетинг от Università della Svizzera Italiana, Швейцария. Понастоящем работи и като Специалист Комуникации и Набиране на Средства към Фондация Партньори България.

Анита Пейкова-Бедин
Business Unit Director Events, All Channels Activation, част от All Channels Group

Анита Пейкова-Бедин е магистър по „Публична комуникация“ към СУ. Има 8 г. професионален опит в All Channels Communication. Професионалните ѝ интереси са насочени към комуникации, ивент мениджмънт и BTL и нови медии.

Анна Крантова
Експерт „Връзки с обществеността“, АутоЕксперт Интернешънъл

Анна Крантова има над 5 години стаж в областта на комуникациите. Има бакалавърска степен по „Връзки с обществеността“ и магистърска по „Публична комуникация“. Интересите ѝ са насочени към комуникации в социалните мрежи.



Сандра Алексиева се занимава професионално с кулинария от 5 години. Проявява интерес към кулинарното изкуство от дете и е запазила любопитството към него по същия чист и вълнуващ начин, както когато е била малка. За нея готвенето е хоби, страст, начин на живот и вдъхновение. Първите си стъпки в кухнята прави с най-лесните и традиционни български рецепти, като всяка следваща крачка в професионалното си развитие постига с четене на българска и чуждестранна кулинарна литература.

Сандра е собственик на един от най-популярните български кулинарни сайтове – „1001 рецепти", с многобройна аудитория и съдържание, надвишаващо 1900 сготвени, снимани и дегустирани от нея и екипа й рецепти, а също и над 500 статии на кулинарна, здравословна и лайфстайл тематика. За човек едва на 24, който се е учил да готви сам, Сандра е вдъхновение за много млади хора в България и с радост предава опита си чрез кулинарния си сайт и фейсбук страницата си, надвишаваща аудиторията от 140 000 души.

Вие сте изключително активен човек – занимавате се с PR, комуникации, онлайн маркетинг, кулинария... Как успявате да съчетаете толкова различни дейности?

Завърших PR в Софийския университет с голям ентусиазъм и желание да работя в динамична среда, в която креативността и бързата реакция са приоритет. Обичам професията си и личния си кулинарен проект и успявам да съчетая на пръв поглед несъвместимите си занимания, заради вдъхновението, което получавам ежедневно от хората, с които комуникирам. Имам шанса да работя в позитивна среда сред млади и амбициозни хора, с които съвместно мога да реализирам нови идеи и да се уча на нови неща всеки ден. Най-силната ми мотивация обаче е желанието ми да взема всичко от живота максимално бързо. Животът е кратък – нямам време да разделям интересите си, всичко трябва да се случва тук и сега.

Основател сте на един от най-популярните кулинарни сайтове у нас. Разкажете ни повече за 1001 рецепти – как функционира сайтът, какво е уникалното в него?

„1001 рецепти" е проект, в който заедно с колегите ми сме вложили много положителна енергия и вдъхновение. Различен е от всичко останало, което може да се намери онлайн, заради това, че всяко едно ястие от всичките 1904 рецепти, е сготвено, снимано и изядено от нашия екип. Това означава, че през последните 5 години всеки ден сме приготвяли средно по едно ново и уникално ястие, снимали сме го професионално и с още по-голям професионализъм сме го изяли.

Интервю със Сандра Алексиева
(продължение от стр. 15)

Това е много сериозен труд, но и страхотно забавление, покрай което намерихме себе си или поне аз мога да го потвърдя за мен самата, тъй като едно най-приятните ми занимания е да готвя за хората. С оглед на това, че феновете ни са 140 000 във Facebook, знам, че резултатът от всяко усилие, което полагам, се очаква с нетърпение от многобройна аудитория.

С какво вдъхновявате своите читатели?

С това, че рецептите ни са лесни и обяснени коректно. Не съм завършила готварство и съм се научила да готвя сама. Затова успявам да предам опита си на хората по най-достъпния начин, без да използвам сложни термини в поясненията на рецептите или да давам идеи за твърде недостъпни за средностатистическия българин рецепти. Това, че съдържанието на сайта ни е ясно и качествено е най-голямото вдъхновение, с което радваме почитателите си. Освен това те знаят, че при всяко затруднение могат да ни изпратят запитване в лично съобщение във фен старницата ни, където ние бързо реагираме със съвет кое и как да бъде приготвено ☺

Къде е пресечената точка между комуникациите и кулинарията?

Кулинарията сама по себе си е комуникация. Тя е вид изкуство, в което хората стават по-близки чрез споделената вечеря, обяд или закуска. Готвенето е и начин да въведеш уют в дома си и да сплотиш едно семейство, а в това умение има и голяма доза двупосочна връзка. И не на последно място – кулинарното изкуство е страст, споделена от много хора, която поражда дискусии, споделяне на опит, идеи и творческо вдъхновение. В обобщение мога да кажа, че образованието ми, макар и свързано с публична комуникация, играе много важна роля в професионалното ми развитие, защото умението ми да комуникирам с аудиторията ми помога ежедневно в работата спочитателите и рекламодателите на сайта.

Project Manager сте в дигитална агенция SocialMe. Кой е най-сладкият проект, който сте реализирали досега?

Работата в SocialMe е другата вкусна част от живота ми. Занимавам се с онлайн маркетинг и работата ми включва създаване и реализиране на креативни проекти и активно присъствие в социалните медии. Тъй като клиентите, с които работя, са твърде разнообразни, ми е трудно да определя кой е най-сладкият реализиран проект, но вероятно това са онези осъществени идеи, които са били най-голямо предизвикателство за мен и екипа, като например X Factor и цялостното им онлайн присъствие по време на шоуто.

Вашата рецепта за успех е?

В литър любов се разтваря опаковка и половина ентусиазъм. Разбиват се до получаването на хомогенна смес. Добавя се щипка качествени съдружници и напитката се сервира, докато сте още млади. Пие се на екс ☺

"Изкуството да очароваш"

Гай Кавазаки
Изд. Ентусиаст
Цена за членове на БДВО от Knigazateb.com: 10.40 лв. (код BDVO до името на получателя)

Гай Кавазаки е един от интелектуалните лидери (накрая да видим как се превежда thought leaders), които следя от доста години и досега не съм имал разочарование. Затова и издаването на "Проверка на реалността" миналата година беше нещо като минипразник за мен.

Тази есен обаче дойде и може би най-добрата му книга - "Enchantment" бе преведена и се оказа дори по-интересна от първото заглавие, публикувано у нас. Докато в "Проверка на реалността" Гай говори за това как да се превърнете в един добре представящ се предприемач, в "Изкуството да очароваш" той извървява целия път от създаването на идеята, през усмивката до успешната продажба на добре опакования продукт. Всичко това със силата на очарованието... И няма как да е иначе - все пак Кавазаки е бил основен евангелист на Apple в най-трудните години на компанията, известна с перфектния дизайн и маркетинг на продуктите си.

Изкуството да очароваш може да се използва навсякъде около нас - за спечелване на доверието у околните, за преодоляване на резервираността на останалите, за очароване на служителите или шефа си. И накрая - доста силно оръжие - как да устоим на очарованието на останалите. Това са доста catchy глави, всяка от които се състои от съвети, обяснени в няколко абзаца. Още по-силни - секциите за ползване на технологии за "избутване" и "издърпване" на информация - време е да разберете защо Facebook и Twitter са толкова различни помежду си.

И понеже обичам да събирам препоръки за книги от хубавите книги, които чета, нямаше как да не ми направи впечатление, че Кавазаки доста често цитира Робърт Чалдини и неговата книга "Психологията на убеждаването". Добре, че у нас я има издадена - от Изток-Запад - така че май скоро ще се чете!

Членовете на БДВО могат да получат своята отстъпка като изпишат в скоби "БДВО" зад името за доставка!

Най-добрите книги за PR и маркетинг
с отстъпка за членовете на БДВО.
КНИГАЗАТЕБ Просто прочети.
KnigaZaTeb.com

11 въпроса, които трябва да си зададете преди да споделите в социалните мрежи

Управлението на социалните мрежи и създаването на общности предполага споделянето на съдържание с вашите настоящи и бъдещи членове. Правилното споделяне ще помогне на членовете на общността да бъдат щастливи, а на вас да генерирате печалби, както и да получите помощ за вашия бизнес. Ето и няколко въпроса, които трябва да си зададете преди да споделите всяко едно съдържание в социалните мрежи:

1. Ще бъде ли полезна тази информация за някой от общността? Ще бъде ли обида за някого?

2. Кой (каква част от общността) ще я използва? Отделните съобщения, които споделяте, не е необходимо да бъдат релевантни за всеки от групата през цялото време.

3. Какво в съдържанието ще бъде интересно за групата?

4. Каква е вероятността съдъранието да предизвика дискусии и последваща реакция?

5. От кой е създадено съдържанието – от вас или от някой друг?

6. Какво е приемливо по отношение на съдържанието, споделяно от вас и от останалите в общността? Не искате да споделяте всичко, което ви хрумне и да рискувате да ви мислят за самохвалко, нали?

7. Ако съдържанието, което сте споделили, е ваше, то за вас ли се отнася (свързано с продажби, промоции, новини за вас) или е от полза за хората в групата?

8. Ако съдържанието не е ваше, на кого е?

9. Ако споделяте съдържание от някой друг това ще ви помогне ли да станете по-близък с него?

10. След като споделите дадено съдържание, каква е вероятността то да бъде споделено и от членовете на групата?

11. Как измервате ефективността на споделеното съдържание?

Оригинал на публикацията: www.prdaily.com

Редакционен екип на броя:

Радина Ралчева r.ralcheva@bdvo.org
Александър Христов a.hristov@bdvo.org
Пламена Павлова office@bdvo.org

Автори:
Адриана Василева
Александър Кръстев

Със съдействието на:
Prnew.info
Eventbox.bg

Очакваме вашите мнения, коментари и предложения за материали на координатите на редакцията:

Българско дружество за връзки с обществеността

София 1574, ул. „Кирил Божиков“ 20
Тел: 02/ 495 85 82
Ел.поща: office@bdvo.org