

ОЦЕНКА ВКЛАДА PR В ПРИБЫЛЬ КОМПАНИИ

Глазова Лилия

Генеральный директор, PR News

Russian Marketing Week 2013



Что такое прибыль компании?

$$\text{PROFIT} = \text{REVENUE} - \text{COST}$$



TO INCREASE
THIS...



... INCREASE
THIS...



... OR DECREASE
THIS

Позитивное влияние PR на прибыль

На расходы:

- Сокращение информационных рисков
- PR более выгоден для b2b сегмента

На доходы:

- Репутация компании/бренда
- Рост лояльности клиентов/потребителей
- Донесение ключевых сообщений до потребителей

Brand Reputation Index

Adidas

Apple

Avon

Bosch

Canon

Coca-Cola

Danone

Electrolux

Ford

Google

Heinz

Honda

Lego

McDonald's

Microsoft

Nestlé

Nike

Nokia

Philips

Puma

Sharp

Sony

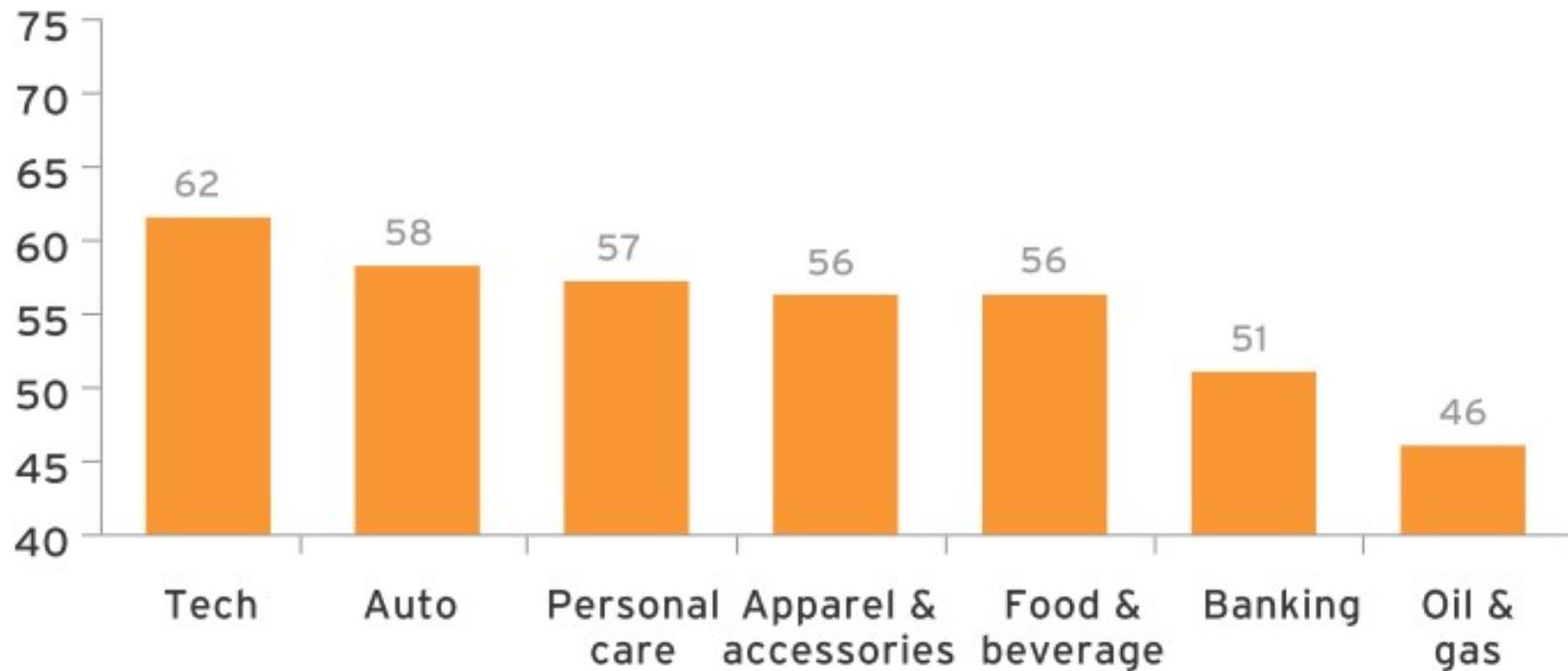
Toshiba

Visa

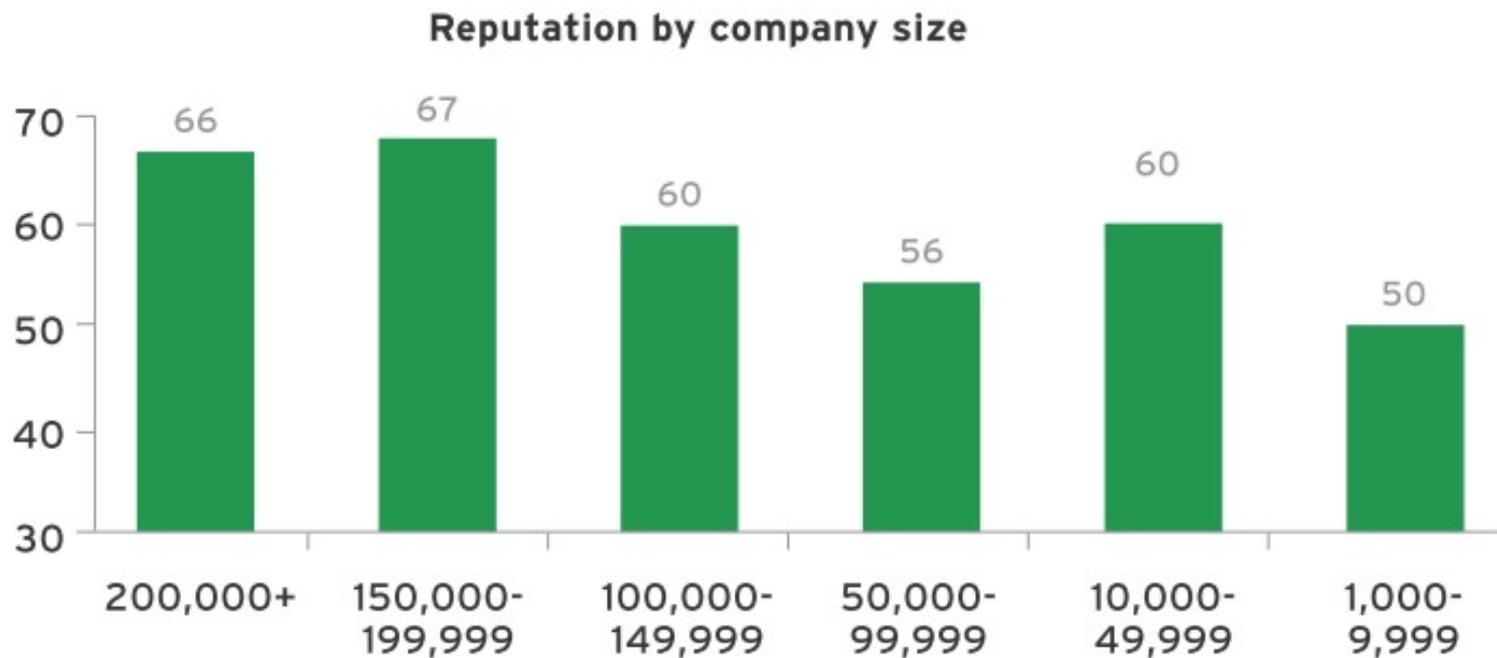
Volkswagen

Репутация и Отрасль

Average reputation score by industry



Репутация и Размер компании



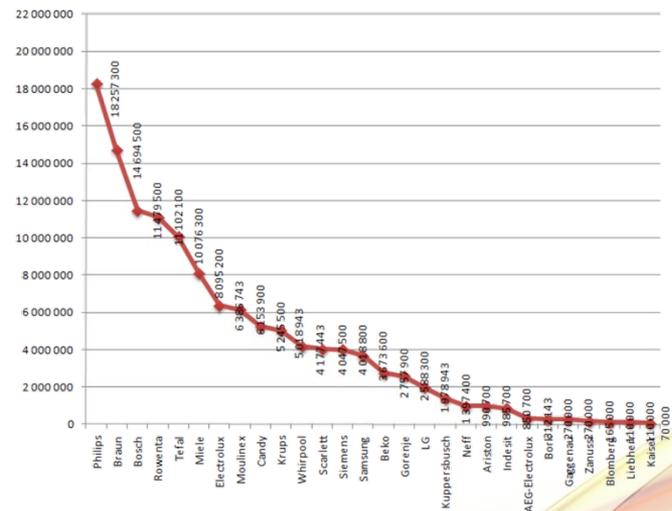
Оценка репутации компании

- **Эмоциональная характеристика:**
Насколько позитивно представлена компания в СМИ?
- **Продукты и услуги:**
Оценка ключевых сообщений о продуктах – качество, инновационность, цена, надежность и др.
- **Финансовые показатели:**
Анализ публикаций о финансовых итогах/отчетности
- **Лидерство:**
Насколько компания представлена в СМИ как лидер на рынке
- **Компания - работодатель:**
Представление о компании как о хорошем работодателе
- **Социальная ответственность:**
Спонсорство социальных мероприятий, благотворительность, программы для сотрудников и др.
- **Инновации**
Инновационность, ориентация на рынок, быстрая адаптация к изменениям



Кризисный мониторинг

- **Мониторинг в реальном времени** (в пики кризисной ситуации – обновление информации каждые 2 часа)
- **Подготовка аналитических справок на еженедельной основе:**
 - оценка угрозы публикации с точки зрения контекста сообщения и влияния СМИ
 - динамика развития темы
 - анализ перепечаток, выявление источника информации



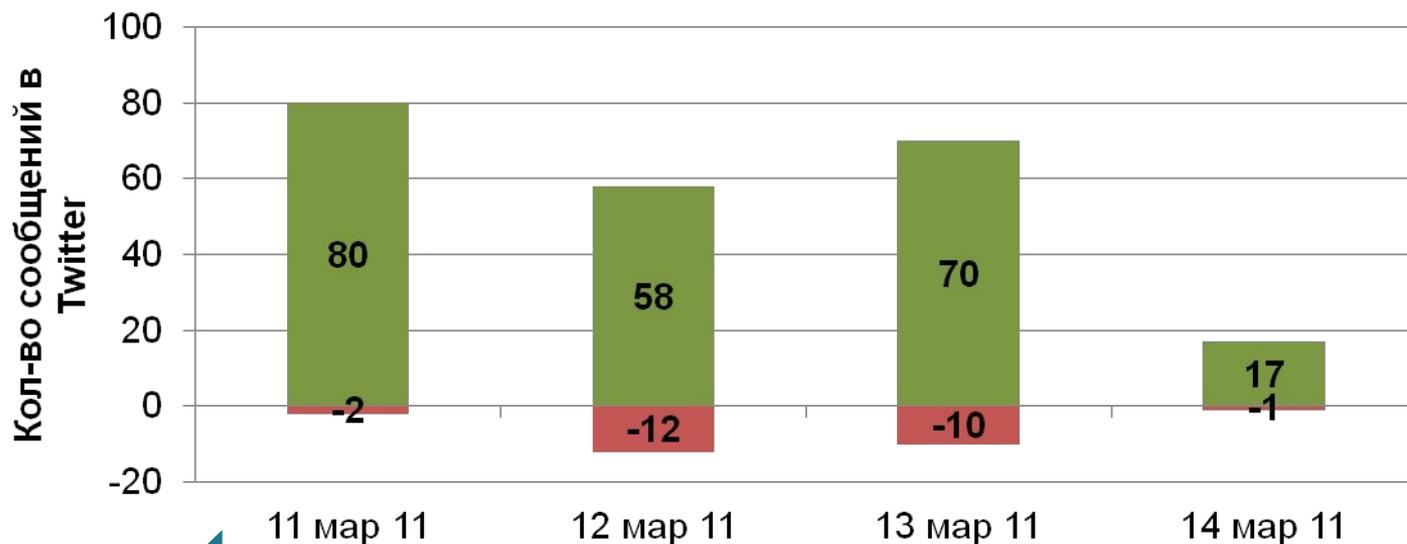
Jameson – ТВ реклама «Пожар»



- Новая рекламная компания на ТВ была запущена в США 1 марта 2011 года
- Цунами обрушилось на Японию 11 марта 2011 года
- Решение остановить ТВ кампанию
- Мониторинг помог оценить негативный эффект со стороны потребителей

Jameson – ТВ реклама «Пожар»

Влияние землетрясения в Японии на Jameson: Twitter



1 марта 2011 года
Я только что видел
рекламу Jameson .
Ирландец во мне
испытал жажду

12 марта 2011 года
Уважаемый Jameson,
перестань показывать эту
ужасную рекламу о
наводнении. Такое
неудачное время

22 мая 2012 года
Ха-ха-ха!!! Реклама
виски Jameson
веселая

Sanofi-Aventis/Sanofi Pasteur KPI



- На сегодняшний день Sanofi-Aventis – одна из ведущих фармацевтических корпораций мира. Она представлена более чем в 100 странах и насчитывает почти 100 000 сотрудников. Обладает одним из лучших портфелей субстанций во всей фармацевтической промышленности. Центральный офис корпорации располагается в Париже. Компания предлагает российским пациентам лекарственные средства в **7 ключевых терапевтических областях**. Создание вакцин является одной из задач Группы Санофи-Авентис, осуществлением которой занимается подразделение вакцин, компания Санофи Пастер.

Тональность упоминаний Sanofi-Aventis (январь-июнь 2010 года)

142 сообщения,
78%



Тональность упоминаний компании Sanofi-Aventis за январь-март 2010 года представлена на диаграмме 1.9. За рассматриваемый период все публикации носили нейтральный и позитивный характер. С января по июнь 2010 г. не было зафиксировано ни одного негативного сообщения о компании Sanofi-Aventis / Sanofi Pasteur и конкурентах.

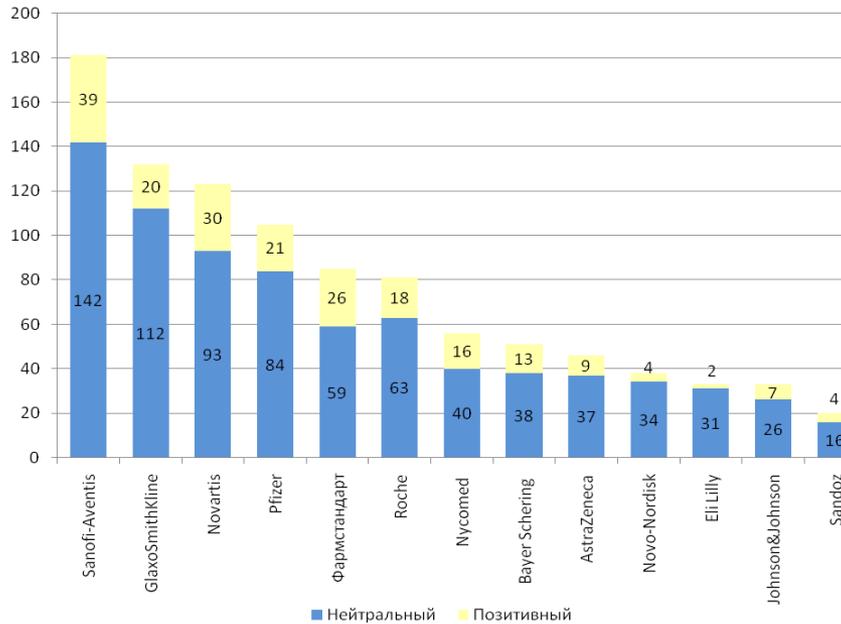
Цель исследования:

- Оценка эффективности работы пресс-службы

Метод исследования:

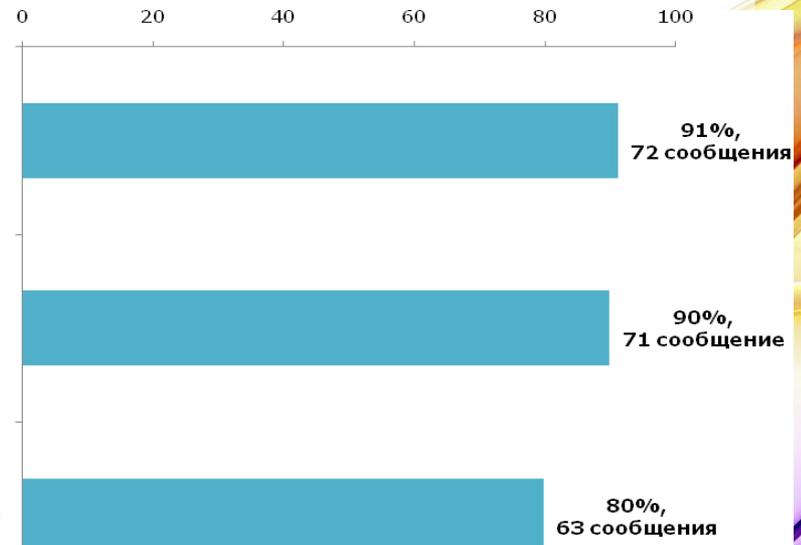
- KPI

Sanofi-Aventis/Sanofi Pasteur KPI



Тональность упоминаний Sanofi-Aventis и конкурентов (январь-июнь 2010 года)

Заседание пресс-клуба Академия вакцин «Кто стоит на страже детей?»
(информация о ХИБ-инфекции)
Пресс-рейтинг ключевых сообщений за май-июль 2010 года по проекту «Академия вакцин»



ХИБ – гемофильная инфекция типа b

ХИБ вызывает такие заболевания, как пневмония, эпиглоттит, остеомиелит, менингит, сепсис, целлюлит, которые могут приводить к летальным исходам. ХИБ опасна для детей в возрасте от 6 месяцев до 5 лет

По рекомендации Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) вакцинация от ХИБ-инфекции необходима для всех детей в возрасте до 3-5 лет

Microsoft

Кризисный мониторинг

Microsoft®

Задача

- Анализ кризисной ситуации (судебное дело, связанное с претензиями органов прокуратуры к директору сельской школы А. Поносову, относительно незаконного использования продукции компании Microsoft)

Решение

- Ежедневный мониторинг всей российской прессы (в пике кризисной ситуации – обновление информации каждые 2 часа)
- Качественный анализ информационного поля вокруг «кризиса»



Результаты:

- Изменение в отношении к компании Microsoft в рамках скандала – в начале компания Microsoft позиционировалась отрицательно и представлялась практически как главная причина скандала (несмотря на то, что дело было заведено прокуратурой самостоятельно), далее, благодаря многократным упоминаниям представителей Microsoft, а в частности Ольги Дергуновой, компании удалось добиться более благосклонной позиции и показать, то что Microsoft не являлась причиной возбуждения уголовного дела, кроме того компания не настаивает на какой либо наказании для школьного учителя.

- Изменение в позиционировании Microsoft в СМИ – акцент сместился от производителя Windows к международной корпорации, удерживающей монопольное положение в самом популярном сегменте ИТ индустрии.

Спасибо за внимание!

Дополнительная информация:

Тел.: +7 (495) 789 42 59

Факс: +7 (495) 789 42 86

Глазова Лилия, Генеральный директор

e-mail: lglazova@prnews.ru

Адрес центрального офиса:

125040 Россия, г. Москва

5-ая ул. Ямского поля, д. 7, корп. 2

2 этаж