http://b2blogger.com/book/overview/8.pdf

PR высокого полета

28 April , 2008 - PR-агентство PR Partner | Просмотров: 925
Маркетинг, Реклама и PR

Автор:	Инна Алексеева и Татьяна Гуляева
Тип:	
Дата выхода:	28.04.2008
Количество сраниц:	207
Тираж:	5000
ISBN:	978-5-902862-11-6
Язык отчета:	Русский
Обложка:	
Способ предоставления:	В печатном
Оплата:	Карточка / Счет
Доставка:	Курьер
Цена:	380 руб

«Эх, если бы я только знал всё это с самого начала!», — часто с огорчением замечают PR-специалисты. Действительно, чтобы понять, как успешно заниматься PR, ранее приходилось набивать множество шишек. Так было до сегодняшнего дня. Вы держите в руках невероятно полезную книгу. «PR высокого полета» даст Вам мощный толчок в нелегкой работе по продвижению топ-менеджеров компании. Также книга является универсальным справочником по ежедневно используемым PR-инструментам. Авторы, имея богатый опыт работы в российской PR среде, собрали для Вас самые эффективные инструменты и важные инструкции в этой книге. Поэтому она будет полезна как новичкам, так и профессионалам.

Для кого эта книга

Книга адресована не только специалистам по PR, маркетингу, коммуникациям, но и топ-менеджерам компаний, которые понимают, что публичность может быть переведена в прибыль, но сами пока не владеют инструментами PR. Книга будет полезна студентам, обучающимся маркетингу или связям с общественностью, потому что, по нашему мнению, PR руководителей — одно из самых интересных и прибыльных направлений маркетинга.

Почему мы решили написать эту книгу

Потому что на русском языке тема PR топ-менеджеров пока не раскрыта. Вообще. В процессе работы над этой книгой авторы обнаружили: многие пиарщики погрязли в построении отношений со СМИ, совершенно забыв о том, что в PR есть много всего другого, более зажигательного. Инна Алексеева и Татьяна Гуляева решили напомнить.

Как читать эту книгу

В книге рассмотрены четыре целевых аудитории, с которыми топ-менеджерам чаще всего приходится иметь дело: СМИ (вторая глава), партнеры (третья), инвесторы (четвертая) и сотрудники (пятая). Таким образом, каждая глава этой книги посвящена отдельным PR-инструментам — в зависимости от целевой аудитории, для работы с которой они предназначены. Еще можно было бы рассмотреть, как топ-менеджеры строят отношения с властью, какие инструменты им в этом помогают, но мы решили не делать этого: чем дальше бизнес от власти, тем больше руководители думают о самом бизнесе. Зато в книгу «PR высокого полета»добавлена пара важных глав: о работе во время кризисов (шестая) и о командной работе в PR (седьмая).

В конце глав приведен «сухой остаток» — перечислены основные мысли и сформулированы тезисы для тех, у кого нет времени на подробное изучение материала (в первую очередь это руководители компаний). Кроме того, «сухой остаток» может быть использован в качестве ярлыка-напоминалки для быстрого доступа к необходимой вам информации.

Бонусы

Все желающие посетить авторские тренинги и семинары («PR топ-менеджеров», «Секреты эффективного PR» и другие) после прочтения этой книги получат скидку 10%.