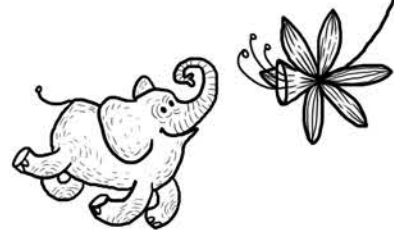


Вредные мар-советы

Как стать самой незаметной, неизвестной
и нелюбимой журналистами компаний?

Как поменьше привлечь внимание клиентов?



Согласовывать релизы
Очень быстро вам не надо.
Ну неделю, ну другую —
Это будет в самый раз.

И пускай никто не хочет
Новость старую печатать —
Это пресса виновата,
Ведь текстовка — просто блеск.

Литераторов великих
Часто ценят лишь потомки.
Пусть директор это помнит
И пресс-службу не винит.

Никогда по телефону
Не давайте комментариев,
Даже если все понятно
И вопрос совсем простой.

Хорошенько все обдумать
Никогда не мешает.
Пусть пришлют вопросы почтой
И недельку подождут.

И тогда корреспонденты
Очень вас зауважают
И тревожить вас не станут
Из-за всяких пустяков.

Обратятся к конкурентам—
Ведь они еще не знают,
Что паблисити и гудвилл—
Это просто суета.

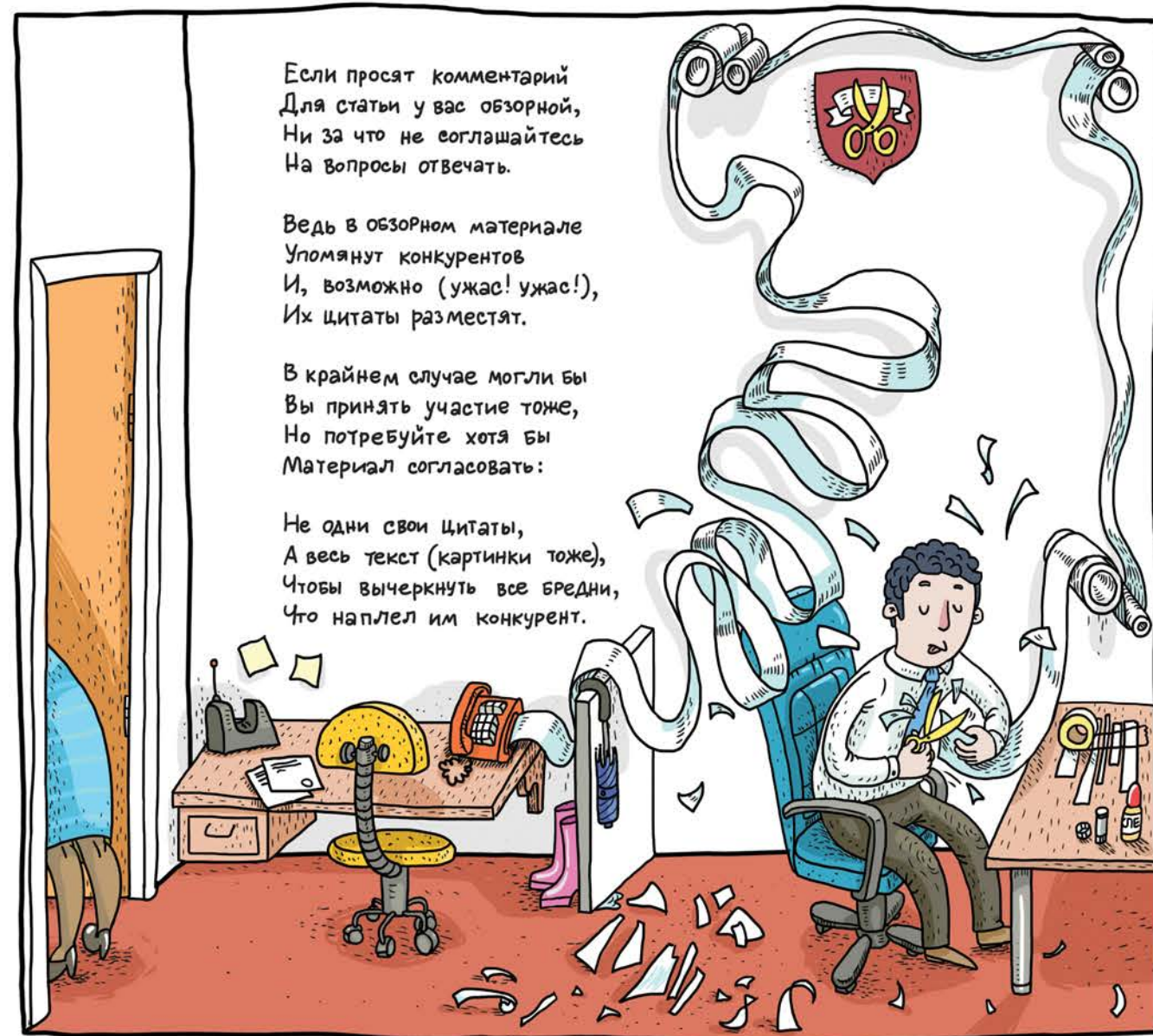


Если просят комментарий
Для статьи у вас обзорной,
Ни за что не еоглашайтесь
На вопросы отвечать.

Ведь в обзорном материале
Упомянут конкурентов
И, возможно (ужас! ужас!),
Их цитаты разместят.

В крайнем случае могли бы
Вы принять участие тоже,
Но потребуйте хотя бы
Материал согласовать:

Не одни свои цитаты,
А весь текст (картинки тоже),
Чтобы вычеркнуть все бредни,
Что наплел им конкурент.





Всем известно, что пиарщик
Хранить тайну не умеет:
Что ему ты ни расскажешь —
Все узнает конкурент.

Так что все ваши новинки —
Акции, проекты, планы —
От пресс-службы вы скрывайте,
Пусть не знают ничего,

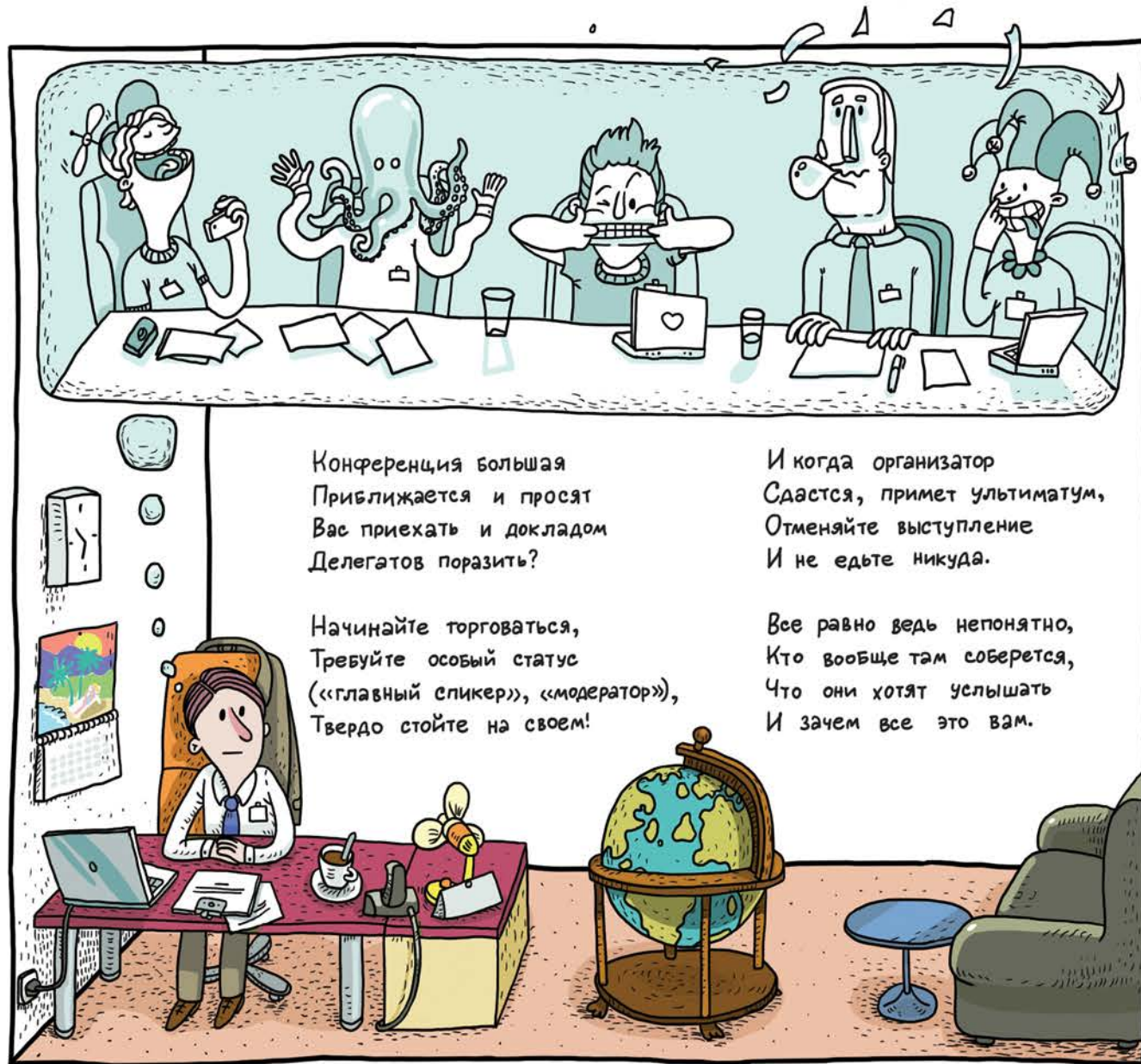
Не нужна пиар-поддержка
Вашим славным начинаниям.
И клиенты в общем тоже
Совершенно не нужны.



О себе напоминайте
Журналистам регулярно,
Даже если нет событий,
Если нечего сказать.

Напишите в пресс-релизе:
«У нас лучшие услуги!
Мы лидируем на рынке!
Конкуренты — дураки».

И звоните журналистам,
Строго требуйте ответа:
Почему нет публикаций
И когда их можно ждать.

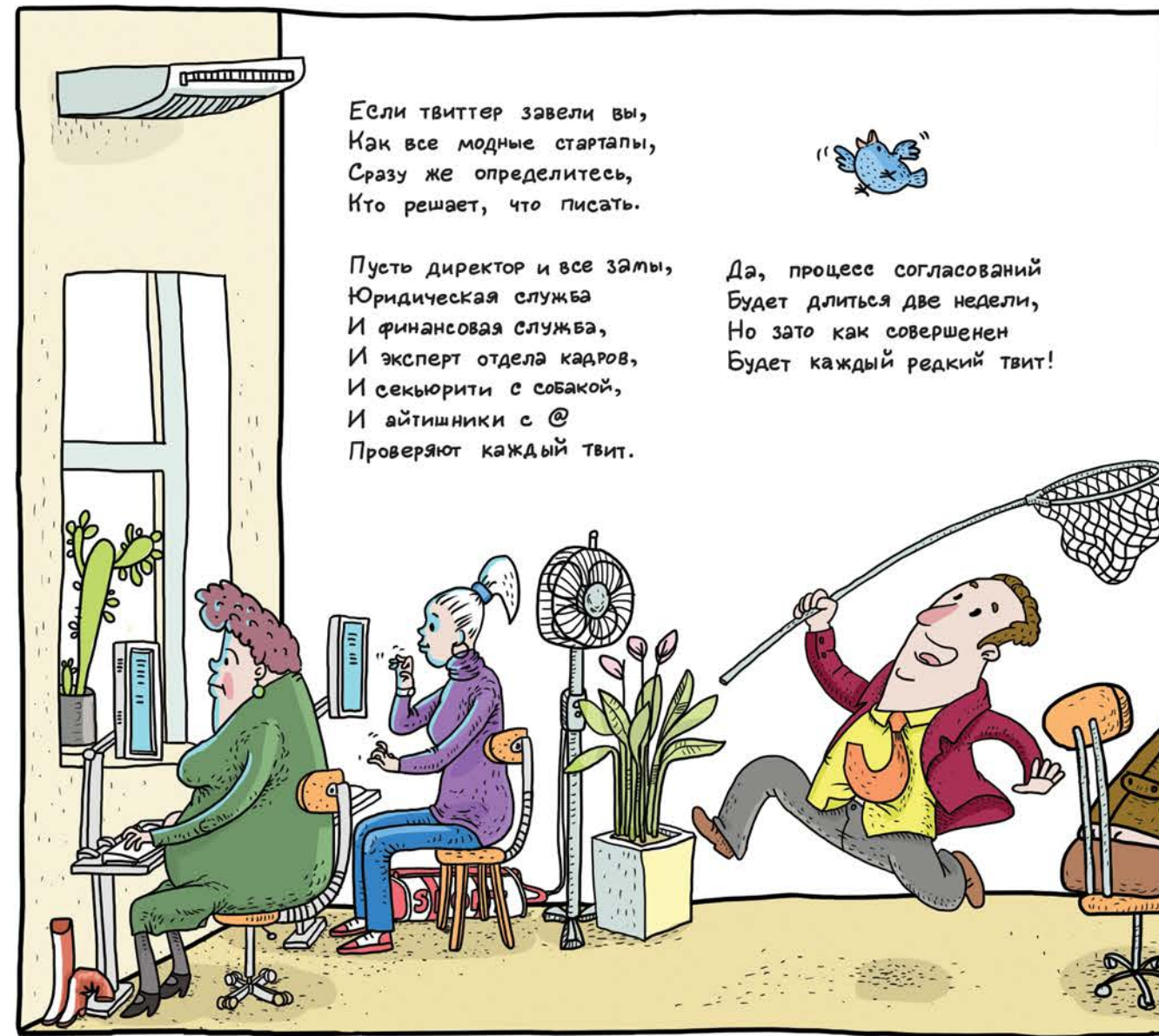


Конференция большая
 Приближается и просят
 Вас приехать и докладом
 Делегатов поразить?

Начинайте торговаться,
 Требуйте особый статус
 («главный спикер», «модератор»),
 Твердо стойте на своем!

И когда организатор
 Сдастся, примет ультиматум,
 Отменяйте выступление
 И не едьте никуда.

Все равно ведь непонятно,
 Кто вообще там соберется,
 Что они хотят услышать
 И зачем все это вам.



Если твиттер завели вы,
 Как все модные стартапы,
 Сразу же определитесь,
 Кто решает, что писать.



Пусть директор и все замы,
 Юридическая служба
 И финансовая служба,
 И эксперт отдела кадров,
 И секьюрити с собакой,
 И айтишники с @
 Проверяют каждый твит.

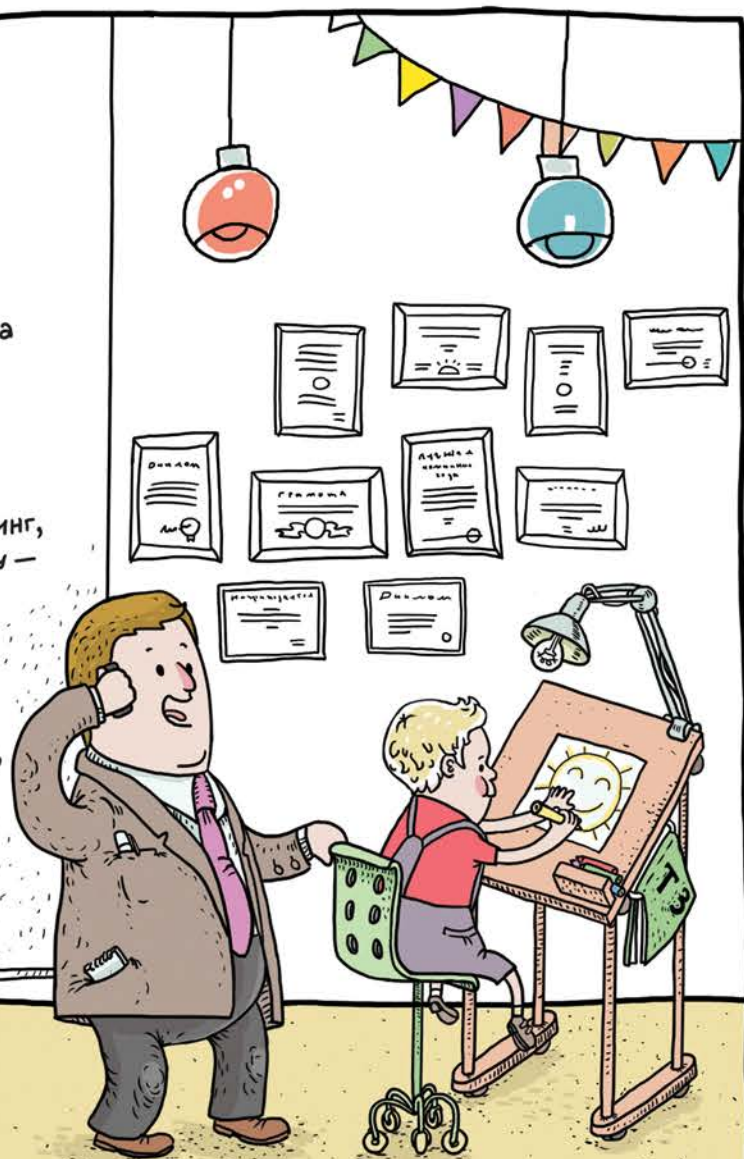
Да, процесс согласований
 Будет длиться две недели,
 Но зато как совершенен
 Будет каждый редкий твит!

Если вам нужна картинка
(Логотип, плакат, открытка),
Вы в агентство не звоните —
Очень дорого возьмут.

Заходите на freelance.ru,
Там вам школьник из Иркутска
Нарисует все, что надо,
И всего рублей за сто.

Вероятно, он не знает
Ни про кернинг, ни про треппинг,
Ни про вылет, бляд и втяжку —
Но всего ведь сто рублей!

Говорят, что не бывает
Быстро, дешево и классно.
Но всегда ведь можно верить,
Что удастся, наконец.



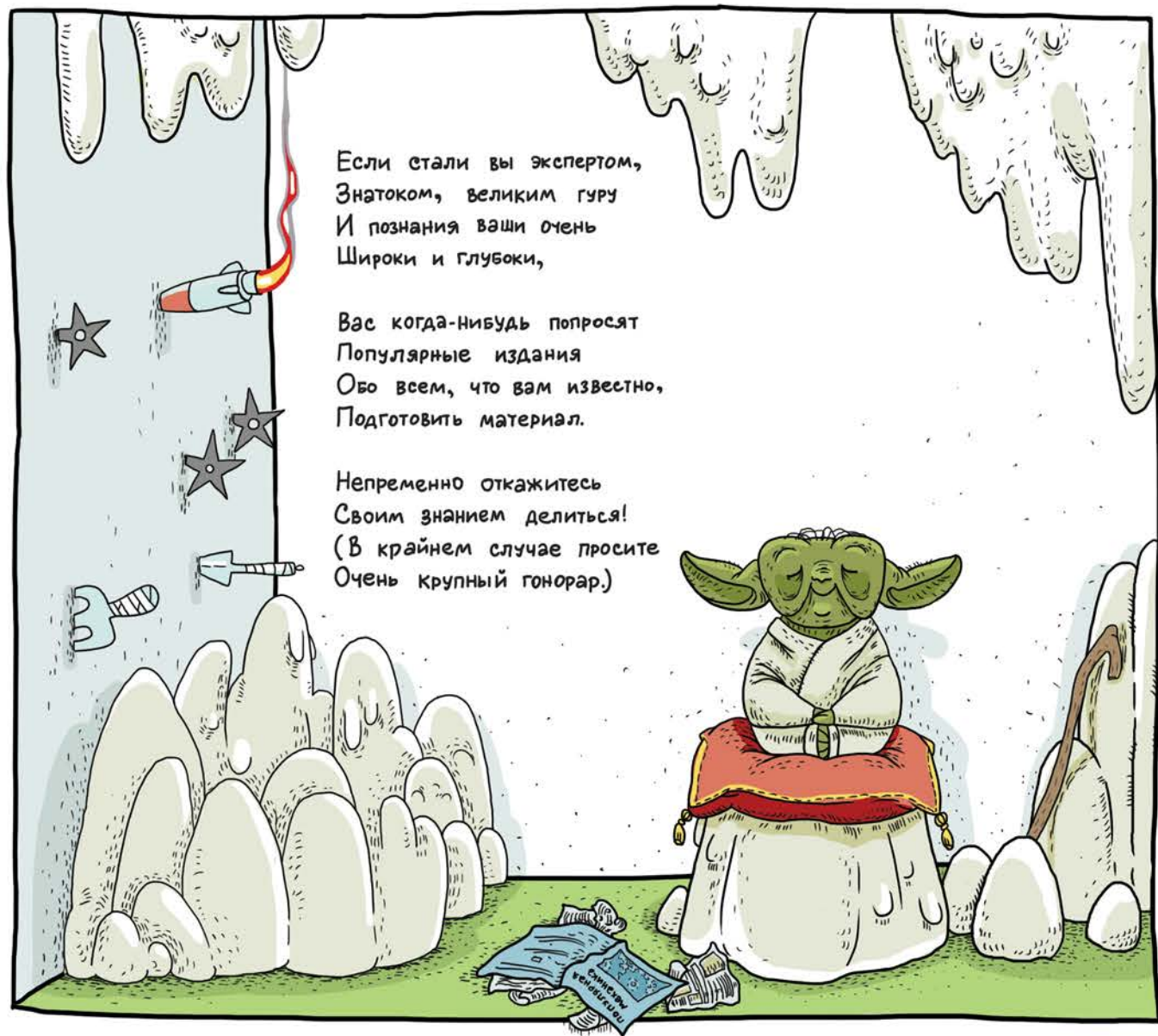
Если вам принес дизайнер
Результат своей работы
(Баннер, сайт, рекламный модуль
Или просто календарь),

Сразу спрашивайте строго:
— Это что? Зачем все это?
Объясните мне сейчас же,
Где концепция у вас?

Вот Малевич был великий,
Рисовал одни квадраты.
Это очень необычно,
В этом есть масштаб и смысл!

В общем, не давайте спуску
Этим творческим креаклам,
Пусть работают побольше,
Вам стараясь угодить.





Если стали вы экспертом,
Знатоком, великим гуру
И познания ваши очень
Широки и глубоки,

Вас когда-нибудь попросят
Популярные издания
Обо всем, что вам известно,
Подготовить материал.

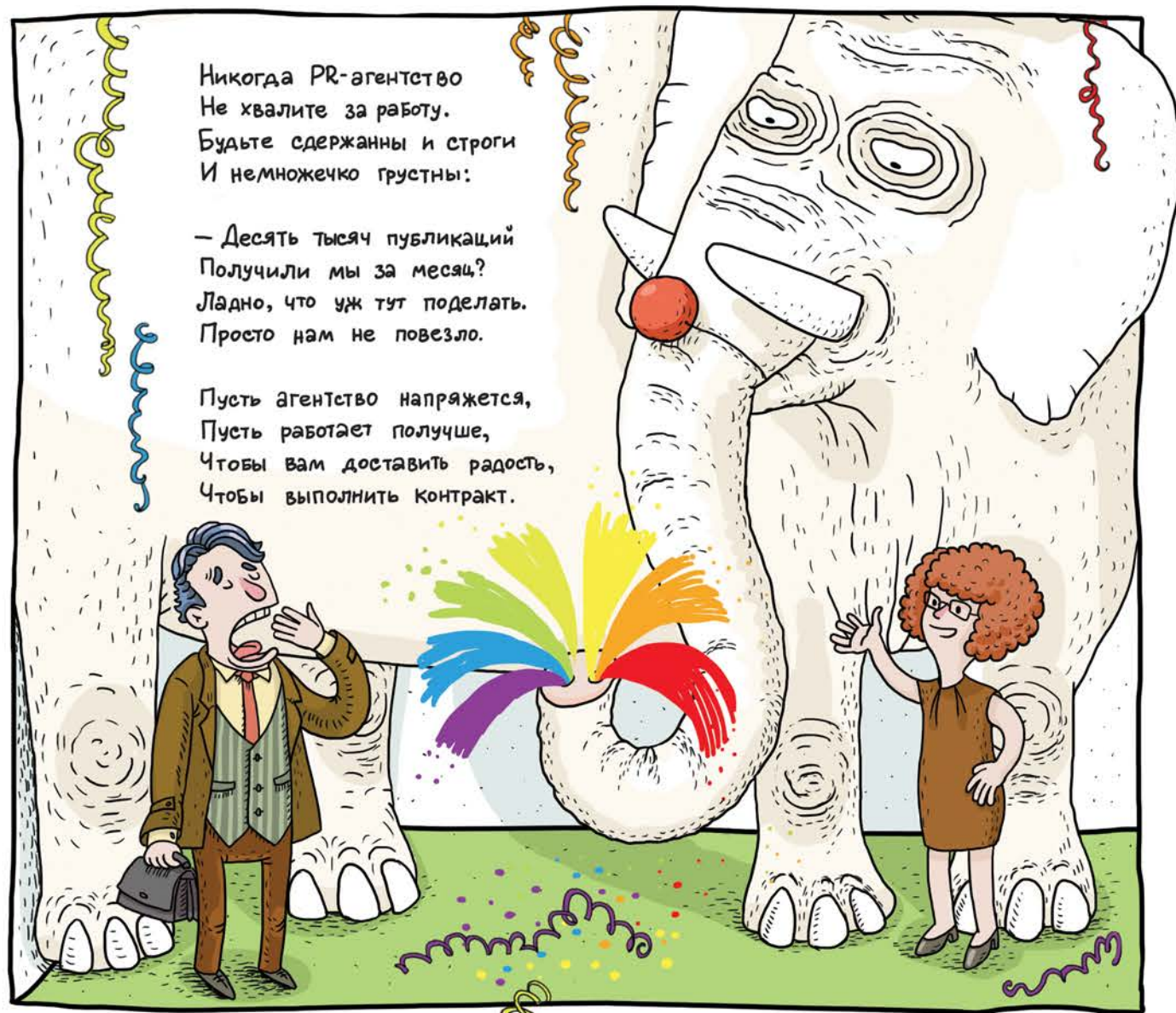
Неприменно откажитесь
Своим знанием делиться!
(В крайнем случае просите
Очень крупный гонорар.)



Если есть у вас новинки,
Повод есть собраться прессе,
Посмотреть, задать вопросы,
Новость опубликовать.

Ни за что не приглашайте
Журналистов вы во вторник —
Лучше в пятницу зовите,
Ближе часикам к шести.

Не беда, что ваши гости
Не успеют материалы
В номер сдать — ведь им приятно
Будет с вами поболтать.



Никогда PR-агентство
Не хвалите за работу.
Будьте сдержанны и строги
И немножечко грустны:

— Десять тысяч публикаций
Получили мы за месяц?
Ладно, что уж тут поделаться.
Просто нам не повезло.

Пусть агентство напряжется,
Пусть работает получше,
Чтобы вам доставить радость,
Чтобы выполнить контракт.



Практические и крайне вредные PR-советы сочиняли:

Соня Андреева, Катя Алексеева, Лена Богловская, Аня Борихина,
Гриша Васюков, Ася Власова, Света Вронская, Лиза Добкина, Паша Житнюк,
Аня Лучинина, Наташа Плюхина, Андрей Семенов, Аня Уманец



www.itrend.ru