

## **Инновационные PR-инструменты в рекламной политике транспортных компаний**

Попкова А.С.,

Белорусский национальный технический университет

На современном этапе формирования экономики деятельность компаний-автопроизводителей предполагает активную рекламную кампанию, основной целью которой является продвижение продукции и создание определенного имиджа предприятия у потребителей. Для этого применяются разнообразные PR-инструменты, которые условно можно разделить на традиционные, используемые практически всеми компаниями и инновационные, применяемые фирмами-новаторами.

К традиционным PR-инструментам относят написание и распространение пресс-релизов, организация презентаций и мастер-классов, пресс-туры и тест-драйвы автомобилей, спонсорство и др. Многие компании предлагают потребителям возможность обучения на водительских курсах, где обучают новым техникам вождения с целью демонстрации всех потенциальных возможностей автомобиля. Ряд фирм с этой же целью периодически организуют спортивные соревнования. Ралли и гонки активно освещаются средствами массовой информации. Для рекламной кампании эффективно привлечение бренд-амбассадоров, которые разделяют ценности компании.

Инновационные PR-инструменты предполагают использование новых каналов коммуникации, современных медианосителей, проведение креативных информационных мероприятий. Данные технологии предполагают активное использование мультимедийного контента. Это могут быть кроссворды на знание бренда, компьютерные игры, особые обои для рабочего стола, он-лайн энциклопедии и он-лайн конференции. В последнее время для рекламных целей активно используются блоги с регулярно обновляемой информацией. В социальных сетях могут создаваться группы фанатов бренда. Эффективными инструментами рекламы для PR-менеджера являются вирусный маркетинг, Product Placement, перекрестное продвижение брендов.

В условиях высокой конкуренции современного рынка грамотные маркетинговые коммуникации позволят организациям Республики Беларусь занять определенную долю рынка, построить высокоэффективную систему медиасопровождения деятельности фирмы, поддерживать постоянный интерес к бренду, сформировать положительный имидж предприятия.