

УДК 659.441:004.77

ВОЗМОЖНОСТИ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ PR-КАМПАНИЙ

Студент гр. 10302115 Асмоловская П.С.

Научный руководитель – ст. преп. Лавренова О.А.

Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь

В условиях глобальной информатизации и повсеместного проникновения сети Интернет важным фактором успеха компании на рынке становится ее узнаваемость. Для формирования положительного имиджа, информирования потребителей и налаживания двустороннего взаимодействия с контрагентами компании необходима развитая система связей с общественностью – паблик рилейшенз (PR).

Сеть Интернет и WWW обеспечивают уникальные возможности для PR-кампаний, организации интерактивного взаимодействия продавца и покупателя, благодаря таким свойствам, как масштабность, скорость и кредит доверия пользователей, минимальным затратам на формирования положительного имиджа и выхода на внешний и внутренний рынки. Как правило, PR-кампания в сети Интернет начинается с создания качественного сайта с мультязыковой поддержкой, оперативным обновлением содержания, инструментами взаимодействия с партнерами и регулярной организацией PR-мероприятий.

Анализ показал, что предприятиями чаще всего используются такие методы PR как создание онлайн новостей, e-mail рассылка каталогов продукции, размещение рекламных баннеров. Однако более эффективным является внедрение в открытый диалог с пользователями через форумы. Так, например, в обсуждения на тематических форумах внедряются пользователи в роли «подсадных уток», которые контролируют процесс, попутно упоминая положительную информацию о компании или товаре. Популярным PR-инструментом также является проведение online-трансляций и вебинаров. Они позволяют вовлечь в реальном времени целевую аудиторию, которая хорошо воспринимает информацию в комфортных для себя условиях. Существенно, что PR-кампания в сети Интернет обходится для организаторов дешевле традиционной, яв-

ляется менее ресурсоемкой, имеет высокий уровень вовлеченности участников и перманентный характер.

Однако интернет-технологии для PR-кампании в сети имеют и некоторые недостатки. Например, отсутствие цензуры, категоричность пользователей (причем, одно неверное действие может быть масштабировано с невероятной скоростью и нанести урон имиджу и репутации компании), а также атаки конкурентов.

Тем не менее, интернет-технологии для развития связей с общественностью являются обязательными элементами маркетинговой системы компании, предоставляющими возможности успешного продвижения на внутреннем и внешнем рынках. Вместе с тем, наибольший эффект они обеспечивают в сочетании с традиционными PR-инструментами, в том числе путем вывода целевой аудитории из интернет-пространства в офлайн взаимодействие.

Литература

1. PR в интернете. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.pr-cy.ru/>, свободный.