

ПРИМЕР ДОКУМЕНТА

Пример PR-концепции

Демонстрационный документ: как мы переводим задачу личного бренда или компании в темы, форматы и план работы на 90 дней.

make it sense

makeitsense.ru · insighters.p@yandex.ru

01 / СТАРТОВАЯ ТОЧКА

От задачи к понятной публичной позиции

Финальный документ создаётся после интервью и аудита. Ниже — пример структуры и глубины, а не готовая стратегия для конкретного бренда.

01

Бизнес-задача

Повысить узнаваемость у нужной аудитории и создать основания для доверия до первого контакта.

02

Аудитория

Клиенты, партнёры, отраслевые сообщества, журналисты и организаторы профильных событий.

03

Результат

Согласованная позиция, темы, медиакарта и календарь действий с ответственными.

НА ВХОДЕ

- интервью с основателем или командой;
- ссылки на действующие каналы и прошлые публикации;
- цели на 3–12 месяцев и список приоритетных аудиторий;
- ограничения: темы, сроки, география, юридические требования.

02 / ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

О чём бренд говорит последовательно

Рабочая формула

Мы помогаем аудитории разобраться в сложной теме и принять решение на основе практического опыта — без громких обещаний и лишнего давления.

КЛЮЧЕВЫЕ СООБЩЕНИЯ

- Экспертность подтверждается конкретными кейсами и понятным процессом работы.
- Сложное можно объяснить простым языком, не упрощая смысл.
- Публичная коммуникация поддерживает бизнес-задачу, а не существует отдельно.
- Собственные события, публикации и GR-активности раскрывают одну общую позицию.

ТОН КОММУНИКАЦИИ

Спокойный, точный, человеческий. Без канцелярита, шаблонных обещаний и искусственной экспертности.

Темы, которые можно развивать

01

Экспертные комментарии

Короткие ответы на актуальные запросы редакций: практика, цифры, разбор ошибок и последствия решений.

02

Авторские материалы

Колонки, инструкции и разборы кейсов, в которых позиция эксперта раскрывается через полезный материал.

03

Новости компании

Запуски, исследования, партнёрства, назначения и события — только если в них есть ценность для аудитории издания.

04

События как инфоповод

Анонсы до мероприятия, работа с прессой на площадке и пост-релизы с итогами, фото и комментариями.

ПРИОРИТЕТ КАНАЛОВ

Деловые и отраслевые СМИ · новые медиа · Telegram-каналы · подкасты · выступления · собственный блог и мероприятия.

04 / ПЛАН НА 90 ДНЕЙ

Не разовая публикация, а последовательность

01

Дни 1–30

Интервью и аудит.
Уточняем позицию,
сообщения и темы. Готовим
экспертную карточку,
биографию, медиакарту и
первые материалы.

02

Дни 31–60

Начинаем работу с
редакциями. Предлагаем
комментарии и колонки,
готовим материалы
компании и выступления.

03

Дни 61–90

Смотрим отклик, усиливаем
рабочие темы, собираем
публикации и запросы.
Обновляем план на
следующий квартал.

КАК ОЦЕНИВАЕМ

- выпущенные материалы и качество площадок;
- доля ключевых сообщений в публикациях;
- входящие запросы редакций, партнёров и организаторов;
- переходы, обращения и деловые контакты, если их можно корректно отследить.

Документы, с которыми можно работать

- позиционирование и карта сообщений;
- описание аудиторий и их информационных потребностей;
- темы и форматы контента;
- медиакарта и принципы выбора площадок;
- 90-дневный план с ответственными и сроками;
- шаблон отчёта и критерии оценки.

Хотите концепцию для своей задачи?

Стартовую PR-концепцию подготовим бесплатно после первой встречи. Полная стратегия бренда рассчитывается отдельно.

makeitsense.ru